

ONDERZOEKSRAPPORT

Jong en Multimediaal: Mediagebruik en meningsvorming onder jongeren, in het bijzonder moslimjongeren

Elly Konijn, Dirk Oegema, Iris Schneider, Bart de Vos, Martijn Krijt, Jacomijne Prins

Afdeling Communicatiewetenschap
Vrije Universiteit Amsterdam



Vrije Universiteit Amsterdam

ONDERZOEKSRAPPORT

Jong en Multimediaal: Mediagebruik en meningsvorming onder jongeren, in het bijzonder moslimjongeren

Elly Konijn, Dirk Oegema, Iris Schneider, Bart de Vos, Martijn Krijt, Jacomijne Prins

Afdeling Communicatiewetenschap
Vrije Universiteit Amsterdam

Contact:

Dr. Elly A. Konijn
Vrije Universiteit Amsterdam
Fac. Sociale Wetenschappen
Afdeling Communicatiewetenschap
Metropolitan Building, kr. Z.536
De Boelelaan 1081
1081 HV Amsterdam.

E-mail: ea.konijn@fsw.vu.nl



Jong en Multimediaal: Mediagebruik en meningsvorming onder jongeren, in het bijzonder moslimjongeren

Elly Konijn, Dirk Oegema, Iris Schneider, Bart de Vos, Martijn Krijt, Jacomijne Prins

Afdeling Communicatiewetenschap
Vrije Universiteit Amsterdam

Inhoudsopgave	2
Voorwoord	5
1. PROBLEEMSTELLING, DOELGROEP, EN ONDERZOEKSVRAGEN	7
1.1. Introductie en probleemstelling	7
1.2. Doelgroep van het onderzoek	7
1.3. Specifieke onderzoeksvragen	8
1.4. Methoden van onderzoek	10
1.5. Politieke en maatschappelijke oordeelsvorming	12
1.6. Mediabeïnvloeding als proces	13
1.7. Leeswijzer	14
2. MEDIAGEBRUIK: EERDERE RAPPORTAGES EN WETENSCHAPPELIJKE VERANKERING	16
2.1. Introductie	16
2.2. Mediagebruik onder jongeren: voorgaande rapportages	16
2.3. Media-invloed en jongeren: wetenschappelijke verankering	19
2.3.1. De ontvanger centraal	20
2.3.2. De inhoud van de media centraal	22
2.4. Mediagebruik en relevante variabelen voor moslimjongeren	25
2.4.1. Relevante persoonskenmerken	25
2.4.2. Religie en identiteit onder moslimjongeren	27
2.4.3. Oordeelsvorming en radicaliserende attitudes	30
2.5. Samenvattend theoretisch kader en model	32
3. METHODOLOGISCHE VERANTWOORDING SURVEY: STEEKPROEFTREKKING, VRAGENLIJSTCONSTRUCTIE EN KENMERKEN RESPONDENTEN	36
3.1. Introductie	36
3.2. Steekproefkader	36
3.2.1. Scholieren 13- 18 jaar	36
3.2.2. Jongeren 18 – 26 jaar, online	37
3.2.3. Jongeren 18 – 26 jaar, specifieke doelgroep	37
3.3. Methodologische verantwoording van de steekproeftrekking	38
3.3.1. Steekproef scholieren 13- 18 jaar, via scholen	38
3.3.2. Steekproef onder jongeren (18 – 26 jaar), via panel Mixxit van Motivaction	42



3.3.3. Steekproef onder jongeren (18 – 26 jaar), online via Marokko.nl	42
3.4. Methodologische verantwoording van de vragenlijstconstructie	43
3.4.1. Kenmerken media	44
3.4.2. Kenmerken jongeren	45
3.4.3. Procesvariabelen	46
3.4.4. Attitudes	48
3.5. Kenmerken deelnemers survey onder scholieren en oudere jongeren	50
3.6. Samenvatting en conclusies	64
 4. RESULTATEN MEDIAGEBRUIK: MOSLIM-JONGEREN EN NIET-MOSLIM JONGEREN VERGELEKEN	 66
4.1. Introductie	66
4.2. Vergelijkingen op basis van leeftijd, geslacht, opleiding en etniciteit	66
4.3. Inventarisatie mediagebruik: globaal in percentages	70
4.3.1 Globaal mediagebruik: aantal gebruikers per mediumtype	70
4.3.2 Binnenlands televisiegebruik per afzonderlijk programma	72
4.3.3 Buitenlands televisiegebruik per afzonderlijk programma	74
4.3.4 Krantengebruik	77
4.3.5 Internetgebruik	77
4.4. Intensiteit van het mediagebruik van moslimjongeren en niet-moslimjongeren	79
4.4.1. Binnenlands televisiegebruik	80
4.4.2. Buitenlands televisiegebruik	82
4.4.3. Krantengebruik	85
4.4.4. Internetgebruik	87
4.5. Belang, realiteitswaarde en betrokkenheid bij het mediagebruik	91
4.5.1 Belang, realiteitswaarde en betrokkenheid bij binnenlandse en buitenlandse tv	91
4.5.3. Belang, realiteitswaarde en betrokkenheid bij kranten	93
4.5.4. Belang, realiteitswaarde en betrokkenheid bij Internet	93
4.6. Samenvatting en conclusies mediagebruik jongeren	95
 5. SAMENHANG MEDIAGEBRUIK EN ATTITUDES VAN JONGEREN	 101
5.1. Introductie	101
5.2. Methodologische verantwoording: meten van attitudes (schaalconstructie)	101
5.3. Verschillen moslimjongeren van niet-moslimjongeren in hun attitudes?	105
5.3.1 <u>Attitudes</u>	105
Attitude ten aanzien van het gebruik van geweld in het algemeen	
Attitude ten aanzien van ideologisch geweld voor de islam	
Attitude ten aanzien van het geloof	
Attitude m.b.t. het vertrouwen in de maatschappij	
Vertrouwen in Nederlandse nieuwsmedia	
Legitimiteit van de Nederlandse regering	
5.3.2 <u>Relevante persoonsgebonden eigenschappen</u>	116
Relatieve deprivatie	
Zelfvertrouwen	
Negatieve emoties	
Identiteit	
5.4. Welk mediagebruik heeft een relatie met welke attitudes?	120



5.5. De rol van individuele verschillen en procesvariabelen	129
5.6. Samenvatting en conclusies	133
6. ANALYSE VAN MEDIA-INHOUD: FOCUS EN EXTREME INHOUD	138
6.1 Opzet en verantwoording drie inhoudsanalyses	138
6.2 Profielschets van 48 relevante bronnen	140
6.3 Automatische inhoudsanalyse zeven dagbladen en zes websites	144
6.4 Handcodering veertien Nederlandse Tv-programma's	163
6.5. Samenvatting en conclusies	172
7. DIEPTE- EN FOCUSGROEP INTERVIEWS MET MOSLIMJONGEREN	173
7.1. Opzet en verantwoording	173
7.1.1. Kenmerken deelnemers	173
7.1.2. Interviewschema	174
7.2. Motieven van moslimjongeren om bepaalde media te raadplegen	175
7.3. Wat moslimjongeren van de berichtgeving in de media vinden	179
7.4. Moslimjongeren over het Nederlander zijn	183
7.5. Samenvatting en conclusies	184
8. CONCLUSIES EN NABESCHOUWING	185
8.1. Conclusies	185
8.1.1. Conclusies over beschikbare rapportages en wetenschappelijke literatuur	185
8.1.2. Conclusies over het mediagebruik van jongeren	187
8.1.3. Conclusies over de samenhang tussen mediagebruik en attitudes	190
8.1.4. Conclusies over de samenhang tussen de procesvariabelen en de attitudes	193
8.1.5. Conclusies over de inhoud van de media	193
8.1.6. Conclusies over motieven en houding t.o.v. media	196
8.1.7. Onderlinge relaties tussen mediagebruik, media-inhoud, en attitudes	198
8.2. Nabeschuwing	199
8.2.1. Evaluatie van de methoden	199
8.2.2. De brede nieuwsoriëntatie van moslimjongeren	200
8.2.3. De rol van de media in attitudevorming en radicalisering	203
8.2.4. Medialogica en polarisatie	204
Referenties	207
Bijlagen (op afzonderlijke CD-rom)	
Bijlage I. Overzichten bij verslag veldwerk (survey)	
Bijlage II. Vragenlijst (survey)	
Bijlage III. Tabellen bij het mediagebruik (survey hoofdstuk 4)	
Bijlage IV. Specificaties statistische analyses schaalanalyses en gemiddelden (survey hst. 5)	
Bijlage V. Specificaties statistische analyses samenhang mediagebruik en attitudes (hst.5)	
Bijlage VI. Specificaties statistische analyses media-inhoud (inhoudsanalyses hoofdstuk 6)	



Jong en Multimediaal: Mediagebruik en meningsvorming onder jongeren, in het bijzonder moslimjongeren

Elly Konijn, Dirk Oegema, Iris Schneider, Bart de Vos, Martijn Krijt, Jacomijne Prins

Afdeling Communicatiewetenschap
Vrije Universiteit Amsterdam

VOORWOORD

Het voorliggende onderzoek is uitgevoerd in opdracht van het Wetenschappelijk Onderzoek- en Documentatiecentrum (WODC) van het Ministerie van Justitie en op verzoek van de Nationaal Coördinator Terrorismebestrijding (NCTb), die onder de verantwoordelijkheid van de Ministeries van Justitie en Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties valt. De Nationaal Coördinator Terrorismebestrijding (NCTb) is geïnteresseerd in de vraag welke binnen- en buitenlandse media een rol spelen in de politieke en maatschappelijke oordeelsvorming van moslimjongeren in Nederland ter preventie van mogelijke radicalisering onder moslimjongeren.

De maatschappelijke onrust, angst en zorg die gedurende de laatste jaren in Nederland voelbaar is geworden, met name sinds de aanslagen van 9/11, hebben een brede maatschappelijke discussie aangewakkerd over onderwerpen als (in)tolerantie, integratie, radicalisering en terrorisme. Terroristisch getinte daden en etnisch getinte conflicten, waarbij de media veelvuldig ingaan op de betrokkenheid van allochtone jongeren, hebben de belangstelling voor jongeren met een allochtone, in het bijzonder islamitische achtergrond doen groeien. Vanuit de vraag in hoeverre de media een rol spelen in eventuele radicalisering van moslimjongeren is dit onderzoek aangevraagd. Centraal in het voorliggende onderzoek staat daarom het in kaart brengen van de binnen- en buitenlandse media die een rol spelen bij de politieke en maatschappelijke oordeelsvorming van moslimjongeren in Nederland.

Het Wetenschappelijk Onderzoek- en Documentatiecentrum van het Ministerie van Justitie heeft de opdracht tot het uitvoeren van dit onderzoek verleend aan de Vrije Universiteit, Faculteit Sociale Wetenschappen, afdeling Communicatiewetenschap. De begeleidingscommissie van dit onderzoek bestond uit prof. dr. Fred Wester (Universiteit Nijmegen, voorzitter), dr. Bertjan Doosje (Universiteit van Amsterdam, Sociale Psychologie), dr. Mérove Gijsberts (Sociaal Cultureel Planbureau), dr. Lex van Meurs (Intomart GfK), mr. Marije Meines en later drs. Hans van Miert (beide namens het NCTb), en namens het WODC namen dr. Casper van Nassau en later dr. Frans Beijaard deel aan de begeleidingscommissie. Wij zijn hen zeer erkentelijk voor de kritische reflectie op de onderzoeksopzetten van de deelonderzoeken, hun deskundige begeleiding en inzichten alsook hun geduldige en zeer gedetailleerde, nuttige feedback op de voorversies van dit rapport.

Daarnaast verleende prof. dr. Bert Klandermans (expert op het gebied van sociale bewegingen en radicalisering, w.o. rechts extremisme) zijn medewerking aan dit onderzoek in adviserende



zin, waarvoor wij hem dankbaar zijn. Ook zijn we dank verschuldigd aan onderzoeksbureau Motivaction (online dataverzameling onder ‘oudere jongeren’), Bettina de Jong (invoer van scholieren data), Caspar van Lissa (data-invoer scholieren en eerste analyses), Maurits Denekamp (codering media inhouden), Jacqueliën van Stekelenburg (VU, kader diepte-interviews), Gijs van Beek (directeur Marokkomedia, medewerking bij een deel van de geïnterviewden), Bregje Bekers (interviews moslimmeiden) en Salim Elfassi (focusgroep interviews en diepte-interviews met moslimjongens). Wij zijn hen bijzonder dankbaar voor hun genereuze en prettige medewerking aan dit onderzoek. Zonder de uitermate welwillende medewerking van vele scholen, scholieren en jongeren had dit onderzoek simpelweg nooit kunnen slagen – wij zijn de scholen en hun leerlingen daarvoor zeer dankbaar. Tot slot danken wij de jongeren die via de online vragenlijst meewerkten aan dit onderzoek.

Een beknopte samenvatting van het gehele rapport, zowel in het Nederlands als Engels, wordt voorafgegaan aan de hoofdstukken. Diverse bijlagen staan op een bijbehorende Cd-rom. Daarin worden relevante aanvullende gegevens toegevoegd zoals de gehanteerde vragenlijst en tabellen met cijfermatige en statistische informatie.

Amsterdam, juni 2010

Elly Konijn,
Dirk Oegema,
Iris Schneider,
Bart de Vos,
Martijn Krijt,
Jacomijne Prins

Vrije Universiteit Amsterdam



Jong en Multimediaal: Mediagebruik en meningsvorming onder jongeren, in het bijzonder moslimjongeren

1. PROBLEEMSTELLING, DOELGROEP, EN ONDERZOEKSVRAGEN

1.1 Introductie en probleemstelling

De laatste jaren is de Nederlandse samenleving enkele malen opgeschrikt door gewelddadige en bedreigende acties door jongeren. Naast de moord op de cineast Theo van Gogh en de etnisch getinte conflicten die hierop volgden, valt te denken aan acties door de leden van de Hofstadgroep, de bedreigingen van publieke personen en de spanningen in enkele grootstedelijke wijken zoals Amsterdam-Slotervaart. Opvallend hierbij is de betrokkenheid van allochtone jongeren. Met name de daad van Mohammed B., een behoorlijk opgeleide en in Nederland geïntegreerde moslimjongere van Marokkaanse komaf, heeft de belangstelling voor jongeren met een islamitische achtergrond doen groeien.

Opmerkelijk is hoe vaak Nederlandse probleemjongeren van Marokkaanse afkomst in de media geassocieerd worden met de islam of aangeduid worden als moslimjongeren. Tegelijkertijd is een steeds terugkerende discussie in de samenleving in hoeverre de media (w.o. audiovisuele media en internet) door hun vermeende invloed op jongeren bijdragen aan ongewenst gedrag. Media hebben in het algemeen immers een belangrijke plaats in de belevingswereld van jongeren. Hedendaagse jongeren zijn vele uren per dag achter een beeldscherm te vinden – of het nu voor het kijken van televisie, het spelen van een computer game, of het gebruik van internet is. De vraag doet zich voor in hoeverre de media een rol spelen en specifiek bij moslimjongeren. De probleemstelling van onderhavig onderzoek luidt: Welke binnen- en buitenlandse media spelen een rol bij de politieke en maatschappelijke menings- of oordeelsvorming van moslimjongeren in Nederland? Deze algemene probleemstelling wordt hierna in meer specifieke onderzoeksvragen uitgewerkt.

In dit inleidende hoofdstuk wordt beknopt ingegaan op de doelgroep (par. 1.2) en hun politieke en maatschappelijke meningsvorming (par. 1.3). Vervolgens schetsen we globaal het algemene kader voor het onderzoek, waarbij mediabeïnvloeding als proces wordt beschreven (par. 1.4). Vervolgens worden de specifieke onderzoeksvragen beschreven (par. 1.5). Deze onderzoeksvragen waren leidend bij de uitvoering van het onderzoek. Daarna gaan we kort in op de methoden van onderzoek ter beantwoording van de onderzoeksvragen (par. 1.6) om vervolgens (in par. 1.7) af te sluiten met een leeswijzer.

1.2 Doelgroep van het onderzoek

De doelgroep van het onderzoek wordt gevormd door in Nederland wonende jongeren, in het bijzonder moslimjongeren in de leeftijd van 13 tot 26 jaar. Het gaat hierbij zowel om jongeren die naar school gaan als schoolverlaters, werkende en werkloze jongeren. De ondergrens van 13 jaar is gekozen op basis van onderzoek uit de ontwikkelingspsychologie. Hieruit blijkt dat jongeren in de adolescentiefase, met name de ‘early and middle adolescents’, meer bevattelijk of gevoeliger zijn voor beïnvloeding dan oudere leeftijdsgroepen (Dahl & Hariri, 2005). De bovengrens van 26 jaar hebben we enigszins ruim genomen (boven de 20 jaar kan men feitelijk niet meer spreken van adolescentie). Niet alleen de leeftijd van moslimjongeren als Mohammed



B. en Samir A. en andere leden van de Hofstadgroep, maar ook de literatuur over identiteitsvorming onder moslimjongeren gaf daar aanleiding toe (zie hst. 2). Uit deze literatuur blijkt dat moslimjongeren vaak worstelen met een dubbele of meervoudige identiteit, hetgeen tot een verlengd proces van identiteitsvorming kan leiden. Bovendien maakte deze leeftijdsgrenzen het mogelijk twee leeftijdsgroepen onderling te vergelijken in hun mediagebruik. Enerzijds onderzoeken we de schoolgaande jongeren in de leeftijd van 13 tot 18 jaar¹, anderzijds de zogenoemde ‘oudere jongeren’ in de leeftijd van 18 tot 26 jaar.

Zoals gezegd stond het onderzoeken van het mediagebruik van moslimjongeren in onderhavig onderzoek centraal. Welke jongeren kunnen aangeduid worden als moslimjongeren? Hoewel moslimjongeren grote overlap vertonen met de groep allochtone jongeren, is er wel degelijk een onderscheid tussen beide groepen. De kans dat een moslimjongere allochtoon is, is vrij groot. Echter, daarmee is niet elke allochtone jongere een moslimjongere.² Ditzelfde geldt voor moslimjongeren en jongeren van Marokkaanse komaf.

We beschouwen in dit onderzoek jongeren als moslimjongeren wanneer zij *zelf* aangeven de islam als religie te volgen. Alle jongeren die in dit onderzoek aangeven een ander geloof of geen geloof te hebben (allochtoon en autochtoon), duiden we in dit rapport aan als niet-moslimjongeren. Omwille van de leesbaarheid noemen we in dit rapport de in Nederland wonende jongeren met Marokkaanse of Turkse (voor)ouders respectievelijk ‘Marokkaanse (moslim)jongeren’ en ‘Turkse (moslim)jongeren’.

Samenvattend richten we ons dus op jongeren in Nederland, waar in Nederland gevestigde moslimjongeren deel van uitmaken. Dus, zowel moslimjongeren als niet-moslimjongeren in de leeftijdsgroep van 13 – 26 jaar. Daarbij zijn tevens vergelijkingen gemaakt tussen de scholieren (13 – 18 jaar) en de ‘oudere jongeren’ (18 – 26 jaar).

1.3 Specifieke onderzoeksvragen

De algemene probleemstelling van dit onderzoek werd in deelvragen opgesplitst om het mediagebruik van de jongeren in kaart te brengen.

Onderzoeksvragen met betrekking tot beschikbare rapportages en wetenschappelijke literatuur

1. Wat is er vanuit eerdere rapportages bekend over het mediagebruik van jongeren, in het bijzonder moslimjongeren?

De vraag werd gespecificeerd naar het type medium (televisie, radio, krant, internet), de aard van de berichtgeving (bijvoorbeeld nieuws, vermaak, achtergrondinformatie, etc.) en specifieke programma's of bronnen binnen de mediatypen en binnen- en buitenlandse media.

2. Wat is er vanuit de wetenschappelijke literatuur bekend over de wijze waarop en de mate waarin het mediagebruik van jongeren, in het bijzonder moslimjongeren, hun politieke en maatschappelijke oordeelsvorming beïnvloedt?

¹ Op middelbare scholen komen slechts enkele jongeren voor die al 18 jaar zijn. Daarom is er sprake van geringe overlap in de leeftijdscategorieën van beide steekproeven.

² In de mediaberichtgeving wordt herhaaldelijk een link gelegd tussen allochtone jongeren en de islam of tussen jongeren met een bepaalde etnische achtergrond, meestal Marokkaans, en moslimjongeren (zoals ook in de hierboven aangegeven incidenten), met name sinds de aanslagen van 9/11. In dit rapport gebruiken we de term islam om de religie aan te duiden en moslimjongere voor een jongere die de islam als geloof heeft.



De beantwoording van bovenstaande vragen 1 en 2 geschiedt in het volgende hoofdstuk. Vooruitlopend daarop kunnen we reeds stellen dat voor specifiek moslimjongeren het mediagebruik en de mogelijke invloed daarvan nog niet is onderzocht.

Onderzoeksvragen met betrekking tot het huidige mediagebruik onder (moslim)jongeren

3. Hoe ziet het mediagebruik (zowel qua mediumtype als wat betreft specifieke programma's of bronnen binnen de mediatypen) van (moslim)jongeren in Nederland er op dit moment uit?
4. Zijn er verschillen tussen het mediagebruik van moslimjongeren (op hoofdpunten) en dat van niet-moslimjongeren? Zo ja, welke?
5. Welke waarde hechten de jongeren aan de geraadpleegde mediabronnen? D.w.z. hoe realistisch (als afspiegeling van de werkelijkheid) vinden zij de gepresenteerde informatie en hoe (emotioneel) betrokken voelen zij zich daarbij?

De onderzoeksvragen 3, 4 en 5 hangen nauw met elkaar samen en worden daarom in hetzelfde hoofdstuk besproken. Deze onderzoeksvragen zijn inventariserend van aard en leveren beschrijvende gegevens op van de verzamelde data die in tabellen en grafieken worden gepresenteerd.

Onderzoeksvragen met betrekking tot samenhang tussen mediagebruik en oordeelsvorming

6. Welke media (tv-uitzendingen, internet sites en/of kranten) spelen een belangrijke rol in de politieke en maatschappelijke oordeelsvorming van (moslim)jongeren? M.a.w., tussen welk mediagebruik en welke oordeelsvorming kan een verband worden vastgesteld?
7. Welke overige relevante variabelen (modererend en mediërend) spelen een belangrijke rol bij de oordeelsvorming n.a.v. tv-uitzendingen, websites en/of kranten, d.w.z. in het eventuele verband tussen mediagebruik en oordeelsvorming onder (moslim)jongeren?

Uit de wetenschappelijke literatuur (zie volgend hoofdstuk) is bekend dat relevante variabelen zoals opleiding, sekse, identiteitsvorming, vermeende achterstelling (relatieve deprivatie), onzekerheid, of emotionele binding met bepaalde media, mede een rol spelen in processen van oordeelsvorming. Bepaalde variabelen gelden in het bijzonder voor moslimjongeren. Om uitspraken te kunnen doen over een eventueel verband tussen het mediagebruik en de politieke en maatschappelijke oordeelsvorming van jongeren (i.h.b. moslimjongeren) is het dus belangrijk deze variabelen mee te nemen in de analyses. We noemen ze kortweg procesvariabelen.

Onderzoeksvragen met betrekking tot de inhoud van de voor moslimjongeren relevante media

8. Wat is de focus van deze berichtgevingen?
9. Volgen Nederlandse moslimjongeren mediaberichten met een meer extreme inhoud? Zo ja, via welke media gebeurt dit en wat is de inhoud van deze berichtgevingen?

De vragen naar de focus van bepaalde, voor jongeren relevante berichtgevingen werd aan de hand van inhoudsanalyses beantwoord. Welke berichtgevingen werden geanalyseerd werd



bepaald op basis van de beantwoording van voorgaande onderzoeksvragen over het mediagebruik.

Onderzoeksvragen met betrekking tot de motivaties van moslimjongeren voor hun mediagebruik

10. Wat is de motivatie van moslimjongeren om bepaalde berichtgevingen te volgen (zoals blijkend uit de antwoorden op vragen 3 en 4)? Met andere woorden, waarom volgen moslimjongeren voor hun informatie over politieke en maatschappelijke kwesties bepaalde mediabronnen?
11. Hoe kijken moslimjongeren tegen de media aan? Wat vinden zij van de berichtgeving in diverse media?

Voor het beantwoorden van deze vragen naar de motivaties voor het mediagebruik onder moslimjongeren werden interviews met de betrokken jongeren gehouden.

Onderzoeksvraag waarin de verschillende onderdelen van het onderzoek samenkomen

12. Is er een relatie tussen het mediagebruik van moslimjongeren, de focus en de inhoud van bepaalde media, hun motivaties om bepaalde mediabronnen te volgen, en hun attitudes met het oog op politieke en maatschappelijke oordeelsvorming? Zo ja, welke?

In het laatste hoofdstuk worden de resultaten van de diverse onderzoeksresultaten met elkaar in verband gebracht. Onderzoeksvraag 12 kan daarmee beantwoord worden.

1.4 Methoden van onderzoek

Het onderzoek als geheel biedt zoveel mogelijk een door empirische analyses onderbouwde basis voor de beantwoording van de specifieke onderzoeksvragen. Onze benadering daarbij is multidisciplinair. We hanteren diverse onderzoeksmethoden; zowel een bestudering van reeds beschikbare gegevens, als kwantitatieve en kwalitatieve analyses van nieuw verzamelde gegevens. Door het actuele mediagebruik te vergelijken met de inhoud en kenmerken van specifieke mediabronnen alsook met kenmerken van, en (sociaal-psychologische) processen bij de ontvanger, kan inzicht worden verkregen in de mate waarin de media een rol spelen bij de oordeelsvorming van jongeren (i.h.b. moslimjongeren). Het onderzoek omvatte vier fasen, elk getypeerd door een eigen onderzoeksmethode: literatuuronderzoek, dataverzameling middels surveys, inhoudsanalyses, en face-to-face interviews. De vier fasen worden hieronder uiteen gezet.

Fase 1: Literatuuronderzoek

Om de eerste twee onderzoeksvragen te beantwoorden, werd gebruik gemaakt van literatuuronderzoek. Met het oog op de nieuw te verzamelen data is het nuttig uit te gaan van informatie die reeds beschikbaar is. Door bestudering van relevante, reeds beschikbare rapportages over het mediagebruik van jongeren werd een indruk verkregen van het mediagebruik van jongeren in het algemeen en moslimjongeren in het bijzonder. Tevens werd daardoor inzichtelijk welke binnen- en buitenlandse media, welke typen media (televisie, radio, krant, internet), en welke specifieke programma's of bronnen binnen de mediatypen frequent



werden geraadpleegd door de diverse groepen jongeren. Ook werd zo een indruk verkregen met welke overige variabelen rekening moest worden gehouden om bepaalde verschillen tussen groepen te verklaren (bijv. opleiding).

Fase 2: Survey onderzoek

Om de onderzoeksvragen met betrekking tot het huidige mediagebruik onder jongeren te kunnen beantwoorden en een vergelijking tussen moslimjongeren en niet-moslimjongeren te maken, voerden we een grootschalig survey-onderzoek uit. Enerzijds was dit survey onderzoek inventariserend van aard (welke media worden in welke mate geraadpleegd). Anderzijds werden vragen opgenomen om specifiek mediagebruik te kunnen relateren aan bepaalde opvattingen die jongeren erop na houden. Ook werd rekening gehouden met relevante overige variabelen die uit het literatuuronderzoek naar voren kwamen (zoals opleiding, vermeende achterstelling, onzekerheid). Aldus leverde deze methode (die wordt beschreven in hoofdstuk 3) recente, beschrijvende gegevens op over het mediagebruik onder de doelgroep (weergegeven in tabellen en grafieken in hoofdstuk 4). Bovendien konden met de verzamelde gegevens eventuele verbanden tussen het mediagebruik, oordeelsvorming en overige relevante variabelen geëxploreerd en statistisch getoetst worden (weergegeven in hoofdstuk 5).

De basis voor de vragen in de survey werd gevormd door het literatuuronderzoek in hoofdstuk 2. Op basis van dit literatuuronderzoek werd eveneens besloten de vragen in de survey expliciet te richten op het raadplegen van media voor informatie over maatschappelijke kwesties, politiek of religie en het mediagebruik ten behoeve van puur vermaak buiten beschouwing te laten. In hoofdstuk 3 wordt elk onderdeel van de vragenlijst verantwoord en worden de vragen zoals voorgelegd aan de jongeren beschreven. Daarbij komen ook de wijze van steekproeftrekking en overige methodologische overwegingen aan de orde. In totaal zijn bijna 1600 papieren vragenlijsten ingevuld door scholieren (13 – 18 jaar), verspreid over verschillende opleidingen in heel Nederland. Voor de oudere jongeren (18 – 26 jaar) zijn online vragenlijsten uitgezet, die door een kleine 800 jongeren zijn ingevuld.

Fase 3: Inhoudsanalyses

De inhoudsanalyses dienden ter aanvulling op de inventarisatie van het mediagebruik. Immers, als bekend is welke mediabronnen door jongeren geraadpleegd worden voor hun politieke en maatschappelijke oriëntatie, dan rijst de vraag wat de inhoud ervan behelst. Aan de hand van inhoudsanalyses werden de onderzoeksvragen 8 en 9 beantwoord over de focus van bepaalde, voor moslimjongeren en niet-moslimjongeren relevante berichtgevingen. Tevens werd geanalyseerd in welke mate berichtgevingen een meer extreme of radicale inhoud bevatte.

Er zijn drie verschillende inhoudsanalyses uitgevoerd, elk over een andere set mediabronnen. Eerst is een globaal profiel geschetst van 48 verschillende mediabronnen die veel gebruikt worden door de onderzochte moslimjongeren. De selectie bestaat uit 30 televisieprogramma's (w.o. Nederlandse, Turkse, Arabische en Engelstalige televisieprogramma's), 7 Nederlandse dagbladen, en 11 Nederlandse websites (waarvan 8 webfora en 3 nieuws- of informatiesites). Vervolgens is een omvangrijke tweede, automatische inhoudsanalyse uitgevoerd over de digitaal beschikbare media (7 kranten en 6 websites), waarmee enerzijds de verschuivingen in het debat over immigratie en integratie over een periode van 11 jaar zichtbaar zijn gemaakt en anderzijds zeven kranten en zes websites onderling met elkaar zijn vergeleken om eventuele verschillen qua focus en extreme inhoud te bepalen. Tot slot is met een derde, handmatige inhoudsanalyse de inhoud van 14 televisieprogramma's over



een periode van 7 weken geanalyseerd. Daarmee wordt onder meer de toon van het debat en de wijze waarop het thema wordt geframed nader beschreven.

Fase 4: Interviews

Voor de beantwoording van de onderzoeksvragen 10 en 11, naar de motivaties van de moslimjongeren voor hun mediagebruik, hebben we ruim 40 moslimjongeren uitgebreid geïnterviewd, zowel individueel als in focusgroepen. Voor diepte-interviews en focusgroep-gesprekken is gekozen omdat motivaties voor mediagebruik en de beoordeling van mediaberichten lastig te vatten zijn in een vragenlijst. De gevoeligheid van het onderwerp, veroorzaakt door de wijze waarop moslimjongeren de laatste tijd in het nieuws kwamen, maakt interviews een geschikte methode om van de moslimjongeren zelf te horen wat zij ervan vinden.

1.5 Politieke en maatschappelijke meningsvorming

Omdat in dit onderzoek de vraag gesteld wordt welke media een rol spelen bij de ‘politieke en maatschappelijke menings- of oordeelsvorming van jongeren’, is het van belang duidelijk te maken wat daaronder verstaan wordt.

Politieke en maatschappelijke menings- of oordeelsvorming kan ruim uitgelegd kan worden en komt als wetenschappelijke term niet voor. Daarom is het van belang de betekenis ervan duidelijk af te bakenen. Gegeven de achtergrond van de probleemstelling en de specifieke doelgroep van het onderzoek, lag het voor de hand politieke en maatschappelijke oordeelsvorming te interpreteren in het licht van processen van radicalisering, extremisme en terrorisme. In de context van moslimjongeren en de problematiek waarmee moslimjongeren worden geassocieerd, hebben we ons gericht op met radicalisering en terrorisme samenhangende *attitudes*.

Radicalisering moet opgevat worden als een tamelijk complex proces waar vele stappen aan vooraf gaan en waar blootstelling aan bepaalde media er één van kan zijn. De beschikbare literatuur (o.a., Buijs, Demant, & Hamdy, 2006; Slootman & Tillie, 2006) maakt duidelijk dat het verschijnsel radicalisering vele facetten kent en op zichzelf al zeer complex is en zo mogelijk nog complexer onder moslimjongeren. Bovendien is de complexiteit van het verschijnsel radicalisering mede afhankelijk van de gehanteerde definitie. Ons inziens is radicalisering het resultaat van een wisselwerking tussen media, organisaties en ontvangers (Vliegenthart, 2007). Kenmerkend voor dit proces is dus interactie, en met name hoe kenmerken van de ontvanger de interpretatie en doorwerking van mediaberichten beïnvloeden. Met andere woorden, eventuele radicalisering is meer dan een topdown proces waarbij ‘foute’ (buitenlandse) media bepaalde individuen of een bepaalde groep in Nederland zou besmetten.

Radicalisme wordt omschreven als: “een geesteshouding waarmee de bereidheid wordt aangeduid om de uiterste consequentie uit een denkwijze te aanvaarden en die in daden om te zetten. Die daden kunnen maken dat op zichzelf hanteerbare tegenstellingen escaleren tot een niveau waarop deze de samenleving ontwrichten, doordat er geweld aan te pas komt, het tot gedrag leidt dat mensen diep kwetst of in hun vrijheid raakt of doordat groepen zich afkeren van de samenleving”.³ In de context van onderhavig onderzoek voert het te ver om uitvoerig in te gaan op de complexiteit van radicaliseringprocessen onder moslimjongeren. In de literatuur wordt radicalisering gezien als voorbode voor mogelijk extremisme en terrorisme, maar

³ Nota ‘Radicalisme en radicalisering’, Ministerie van Justitie, 2005, TK 2004-2005, 29754, nr. 26.



eveneens worden meer sociaal-culturele kwesties als vermeende achterstelling, isolement, en wantrouwen naar de samenleving genoemd. In het volgende hoofdstuk gaan we daarom wel nader in op deze kwesties, voor zover relevant, omdat mede aan de hand hiervan bepaald is welke attitudes in de survey opgenomen dienden te worden.

Voor onderhavig onderzoek volstaan we met de constatering dat radicalisering het proces benadrukt van een ‘groeierende bereidheid’ tot het plegen van ongewenste en gewelddadige gedragingen en daden. Omdat het hier specifiek om moslimjongeren gaat en hun mogelijke radicalisering, gaat het om de bepaling van *attitudes* ten aanzien van de islam en het eventuele gebruik van geweld om (ideologische) doelen te bereiken. Ook de attitude ten aanzien van de Nederlandse samenleving is hier relevant – d.w.z. de mate van wantrouwen naar de samenleving. Deze attitudes werden vervolgens geanalyseerd op een eventueel verband met het mediagebruik.

1.6 Mediabeïnvloeding als proces

In de belevingswereld van hedendaagse jongeren zijn media belangrijk; vele uren per dag kijken zij naar televisie, chatten met hun vriend(inn)en, spelen een video game, kijken YouTube filmpjes, of zoeken naar informatie op het internet. Ook kranten worden nog veelvuldig geraadpleegd zoals blijkt uit de beschikbare rapportages in hoofdstuk 2. Algemeen wordt verondersteld dat de media een belangrijke functie vervult in onze informatievoorziening en van invloed is op hoe wij over elkaar en over gebeurtenissen in de wereld denken. Regelmatig laaien in diezelfde media de discussies op over mogelijk nadelige invloeden van bepaalde mediaproducten op met name kinderen en jongeren. Recentelijk bijvoorbeeld, in maart 2009, naar aanleiding van de ‘school shooting’ in Duitsland, legden de media direct na het drama een link met het intensief spelen van gewelddadige video games. Door het veelvuldig spelen van dergelijke games zou de jongen te agressief zijn geworden. De rol van de media in de samenleving wordt nogal eens in een negatief daglicht gesteld. Zo ook als het gaat om moslimjongeren.

Sinds de aanslagen van 9/11 worden moslimjongeren in Nederland herhaaldelijk in verband gebracht met radicalisering en terrorisme. Daarbij zou hun mediagebruik een negatieve rol spelen. Zo suggereerde de commissie Rinnooy-Kan (NPS jaarverslag, 2004) dat allochtone jongeren zich voornamelijk zouden richten op Arabische of Turkse media. Hierdoor zou er geen tijd over blijven voor deze jongeren om zich (ook) te richten op Nederlandstalige media. Allochtone jongeren zouden daarom, volgens deze commissie, geen gebruik maken van de publieke omroepen. In deze suggesties zit impliciet verweven dat de buitenlandse media waar deze jongeren zich op richten, een eenzijdige blik op de wereld zouden bieden en een beperkende invloed zouden hebben. Tegelijkertijd wordt verondersteld dat de Nederlandse publieke omroepen een meer genuanceerd beeld van de samenleving bieden. Immers, de taakomschrijving van de publieke media impliceert dat zij recht doen aan de pluriformiteit van de samenleving, hoewel de interpretatie van deze opdracht sterk kan variëren aan de hand van politieke omstandigheden en marktontwikkelingen (van Cuilenborg, 2006). Zulke suggesties onderstrepen het belang van een deugdelijke inventarisatie van het hedendaags mediagebruik van moslimjongeren in Nederland.

Behalve het feitelijke gebruik, is het eveneens belangrijk zicht te krijgen op de inhoud van de mediaberichten die voor de doelgroep relevant zijn en die zij regelmatig of vaak raadplegen voor hun informatievoorziening over politiek en maatschappij. Het is echter belangrijk om op te merken dat media invloed zich niet laat vangen in een simpel effect. Hedendaags wetenschappelijk onderzoek laat zien dat vele verschillende factoren een rol spelen in de mogelijke invloed van media. Het is



redelijkerwijs niet te verwachten dat een standpunt in mediabericht X rechtstreeks wordt overgenomen door de ontvanger Y. In het volgende hoofdstuk bespreken we enkele theoretische perspectieven op het proces van beïnvloeding van de media op de ontvanger. Daarmee scheppen we een theoretisch kader waarin de vraag naar de rol van de media in de meningsvorming van individuen kan worden begrepen en op waarde geschat.

Gegeven de aard van het onderzoek zal het niet mogelijk zijn om uitspraken over causaliteit te doen. Het onderzoek is immers niet experimenteel of longitudinaal van aard. Survey-onderzoek is echter goed geschikt om eventuele verbanden en patronen zichtbaar te maken. Over de volgorde van eventuele beïnvloeding valt dan weliswaar logisch te redeneren maar met de suggestie van mogelijke causaliteit dient men uitermate voorzichtig te zijn. Hetzelfde geldt voor de inhoudsanalyses – ook al kenmerken bepaalde media(berichten) zich door een bepaalde toon en focus, daarmee is nog niet gezegd dat deze interpretatie één-op-één overgenomen wordt door de ontvanger. Het proces van beïnvloeding door de media is nu eenmaal een complex proces waar we slechts stapsgewijs inzicht in kunnen verkrijgen en op grond van wetenschappelijk onderzoek bepaalde aannames meer of minder plausibel kunnen veronderstellen.

1.7 Leeswijzer

Na deze algemene inleiding (hoofdstuk 1), waarin de onderzoeksvragen uiteengezet werden, beschrijven we in het volgende hoofdstuk beknopt wat er reeds bekend is over het mediagebruik onder jongeren op basis van eerdere rapportages. Bovendien bespreken we in hoofdstuk 2 wat er op basis van wetenschappelijke literatuur gezegd kan worden over de relatie tussen mediagebruik en politieke en maatschappelijke oordeelsvorming in het algemeen. Vervolgens spitsen we deze vraag toe op moslimjongeren in het bijzonder. Hoofdstuk 2 beoogt onderzoeksvragen 1 en 2 te beantwoorden.

Daarna komt in hoofdstuk 3 de methodologische verantwoording van de uitgevoerde, grootschalige survey aan de orde; enerzijds onder scholieren (13 – 18 jaar) en anderzijds onder ‘oudere jongeren’ (18 – 26 jaar). Ook worden hier de kenmerken van de respondenten beschreven. In hoofdstuk 4 worden de onderzoeksvragen 3 en 4 beantwoord, waarbij het mediagebruik onder jongeren in kaart wordt gebracht, vergelijkenderwijs voor moslimjongeren en niet-moslimjongeren in Nederland. Zowel in termen van bereik (in percentages) als in intensiteit van het mediagebruik, afzonderlijk per type medium en per programma of mediabron. De resultaten worden geïllustreerd met grafieken, terwijl voor de overzichtstabellen en toetsende statistiek naar bijlagen wordt verwezen. In hoofdstuk 5 gaan we vervolgens in op de relaties tussen het mediagebruik van de jongeren en hun attitudes, waarbij ook de rol van overige relevante variabelen wordt geanalyseerd. De bijbehorende statistische analyses worden in bijlagen weergegeven.

Hoofdstuk 6 geeft gedetailleerde analyses weer van de inhoud van specifieke media die worden geraadpleegd door de jongeren. De resultaten worden uitgesplitst naar het type medium (bijv., televisie en internet) en specifieke programma’s. Er zijn zowel automatische analyses van digitale media uitgevoerd als handmatige analyses van televisieprogramma’s. Als laatste deelonderzoek in dit rapport worden in hoofdstuk 7 de resultaten van de uitgebreide interviews met focusgroepen en individuele moslimjongeren over hun mediagebruik besproken. Ten slotte worden in hoofdstuk 8 de conclusies van de verschillende onderzoeken op een rijtje gezet, de



onderzoeksvragen beantwoord, en de verschillende onderzoeksresultaten met elkaar in verband gebracht.



2. MEDIAGEBRUIK: EERDERE RAPPORTAGES EN WETENSCHAPPELIJKE VERANKERING

2.1. Introductie

In dit hoofdstuk wordt beschreven wat er op grond van beschikbare rapportages bekend is over het mediagebruik van jongeren, in het bijzonder moslimjongeren, ter beantwoording van de eerste onderzoeksvraag: wat is er vanuit de wetenschappelijke literatuur bekend over de wijze waarop en de mate waarin het mediagebruik van jongeren, in het bijzonder moslimjongeren, hun politieke en maatschappelijke meningsvorming beïnvloedt? Hiervan wordt in par. 2.2 een zeer beknopt verslag gegeven. Het mediagebruik is gespecificeerd naar binnen- en buitenlandse media, het type medium (televisie, radio, krant, internet), de aard van de berichtgeving (bijvoorbeeld nieuws, vermaak, achtergrondinformatie, etc.) en specifieke programma's of bronnen binnen de mediatypen. Vervolgens wordt in par. 2.3 een beknopt overzicht gegeven van enkele invloedrijke theorieën met betrekking tot beïnvloeding door de media. Daaruit komen enkele belangrijke aandachtspunten naar voren met betrekking tot de uitwerking van het onderzoek en de interpretatie van de resultaten. Tot slot wordt in par. 2.4 nader ingegaan op variabelen die specifiek relevant zijn voor de bestudering van het mediagebruik van moslimjongeren en factoren die een rol spelen bij hun meningsvorming of attitudes. In paragraaf 2.5 presenteren we een samenvattend theoretisch model als leidraad voor ons onderzoek.

2.2. Mediagebruik onder jongeren: voorgaande rapportages

Hieronder volgt een samenvatting van rapportages met betrekking tot het mediagebruik van jongeren die voor aanvang van onze eigen dataverzameling beschikbaar waren (tot april 2008). Omdat we met name geïnteresseerd zijn in het mediagebruik van moslimjongeren en de vergelijking hiervan met niet-moslimjongeren, hebben we ons vooral gericht op rapportages die expliciet ook over *allochtone* jongeren rapporteerden (zoals CBS-statline, 2006; Elsevier, 2007; Veldkamp, 1999, 2005; Publieke Omroepen, 2004; SCP, 2007; Stimuleringsfonds voor de Pers, 2007). Al snel bleek immers dat er geen informatie voorhanden is over het mediagebruik onder *moslimjongeren specifiek*. Zoals gezegd kunnen allochtone jongeren en moslimjongeren niet per definitie als dezelfde groep worden beschouwd. Echter, gezien de grote overlap is het wel mogelijk met deze gegevens een voorlopige indruk te krijgen van het mediagebruik van moslimjongeren.

Behalve dat hieronder op de specifieke, zij het veelal verouderde, cijfers over de mediaconsumptie van de grootste groepen allochtone jongeren wordt ingegaan, bespreken we ook kort het mediagebruik van jongeren in het algemeen (o.a. op basis van de algemene en meest recente cijfers van het CBS (CBS Statline, 1997-2004, 2006) voor zover uitgesplitst naar leeftijdscategorie. Net als in ons onderzoek wordt een onderscheid gemaakt tussen de leeftijdscategorieën 12 tot 18 jaar en 18 tot 26 jaar.⁴ In de meeste, beschikbare rapportages werd het mediagebruik uitgesplitst naar het type medium (print, tv, radio en internet), de frequentie van het gebruik en de herkomst of taal van het medium en/of de gebruiker (bijvoorbeeld Nederlands, Arabisch, Turks of Berbers).

⁴ Omdat er enkele scholieren zijn van 18 jaar of ouder, is er zeer geringe overlap.



Televisie kijken

Uit de algemene statistieken van het CBS (CBS Statline, 2006) blijkt allereerst dat wat de duur van het tv-gebruik betreft, de leeftijdscategorieën 12 tot 18 jaar en 18 tot 26 jaar nauwelijks van elkaar verschillen. De meeste jongeren keken in 2006 gemiddeld tussen de 10 à 19 uur televisie per week televisie. In 2008 keken jongeren in de groep 13 - 19 jaar 112 minuten per dag en de groep 20 - 34 jaar keek gemiddeld ruim 183 minuten per dag (volgens Stichting Kijk- en Luisteronderzoek, 2008⁵). Van de jongeren in de leeftijd 12 -18 jaar volgde 35 procent dagelijks het *televisienieuws*, hetgeen duidelijk minder is dan in de jaren daarvoor (van 48 procent in 1997 naar 35 procent in het laatst gemeten jaar 2004; CBS Statline, 1997-2004). Met name in de doelgroepen onder de 35 jaar is de tijd dat naar het televisienieuws gekeken wordt afgenomen. Het vermoeden is dat een deel van het kijken naar tv (zeker naar sport/ Olympische Spelen) verschuift naar het online aanbod (SKO, 2008).

Cijfers over het mediagebruik van *jonge allochtone* Nederlanders zijn over het algemeen niet actueel en ontbreken geheel voor specifiek *moslim* jongeren. De meest informatieve en bruikbare gegevens over allochtone Nederlandse jongeren zijn afkomstig uit het onderzoek 'Mediagebruik etnische publieksgroepen 2002' (Publieke Omroep, 2004). Hieronder vatten we daaruit enkele bevindingen samen, beperkt tot het mediagebruik van de grootste groepen etnische minderheden in de leeftijdsgroep 13 - 34 jaar (deze groep is dus wel beduidend breder dan de beoogde doelgroep van ons onderzoek).

Steeds meer allochtonen van Turkse en Marokkaanse afkomst hebben de beschikking over een satellietontvanger (78 procent van de Turken en 64 procent van de Marokkanen had in 2001 bijvoorbeeld een eigen schotelantenne; Publieke Omroep, 2004). Naast informatie uit Nederlandse journalistieke media hebben zij daarmee ook de mogelijkheid om actualiteiten te volgen vanuit het perspectief van hun land van herkomst van de (voor)ouders (Mira Media, 2001, 2005; Stimuleringsfonds voor de Pers, 2007).

Bij de Turken in ons land kwam het het meest voor dat zij 'wel eens' naar televisiezenders in de eigen taal keken (90 procent in 2002; Publieke Omroep, 2004), zoals de staatszender *TRT International*. Onder de Turkse jongeren bedraagt het aandeel Nederlandse tv-programma's 52 procent en 35 procent kijkt naar Turkstalige programmering.

Marokkanen in Nederland keken ook veel naar 'eigen' zenders in een Berbertaal of in het Arabisch (72 procent in 2005); staatszender *RTM-I* bleek het populairste onder hen. Echter, Marokkaanse jongeren bleken vooral naar Nederlandse zenders te kijken: 71 procent Nederlandse tv-programma's tegenover 18 procent uit het land van herkomst van de (voor)ouders. Er werd vooral naar de commerciële Nederlandse zenders gekeken en veel minder naar de publieke omroepen. Tot slot kijkt de jonge Surinaamse generatie met name naar Nederlandse zenders (82 procent).

Samenvattend, jongeren uit de drie grootste groepen etnische minderheden in Nederland keken in de afgelopen jaren nog wel naar zenders uit het land van herkomst van de (voor)ouders, maar vergeleken met ouderen toch duidelijk minder. Onder Turkse jongeren kwam dat nog het meest voor (35 procent in 2002). Onder de allochtone jongeren waren vooral de commerciële Nederlandse zenders populair.

Kranten en tijdschriften lezen

Het percentage jongeren dat aangaf 'dagelijks' een *krant* te lezen, is vrij stabiel gebleven tussen 1997 en 2004 (Publieke Omroep, 2004). Volgens de beschikbare rapportages las circa 30 procent

⁵ zie ook Jaarrapport SKO: www.kijkonderzoek.nl (o.a. tabel 7.2).



onder adolescenten van 12 tot 18 dagelijks een krant, terwijl dat onder de oudere jongeren tussen 18 en 26 jaar 45 procent was.

Jongeren in de drie grootste etnische groepen lezen naast kranten in de taal van de (voor)ouders, ook Nederlandse kranten. Turkse jongeren (13 – 34 jaar) lezen überhaupt het meest een krant; ruim 50 procent las wel eens een krant in de taal van herkomst van de (voor)ouders en bijna 50 procent (ook) een Nederlandse krant (Publieke Omroep, 2004). Marokkaanse jongeren lezen minder vaak een krant dan de overige jongeren, maar als ze een krant lezen was dat vaker een Nederlandse krant (35 procent), terwijl slechts 9 procent jonge Marokkanen aangaf wel eens een krant uit het land van herkomst van de (voor)ouders te lezen. Onder de Surinaamse jongeren las bijna 90 procent wel eens Nederlandse kranten en ruim 20 procent wel eens een krant in een andere ('eigen') taal.

Tijdschriften

Tijdschriften in de eigen taal werden minder gelezen dan kranten in de 'eigen' taal (van herkomst van de (voor)ouders): 25 procent onder jonge Turken, 11 procent onder Marokkaanse jongeren en 10 procent onder Surinamers (Publieke Omroep, 2004). Onder alle allochtone groepen blijkt het zo te zijn dat de oudere generatie vaker media in de taal van herkomst van de (voor)ouders gebruikt dan de jongeren (Van Holst, 2006). We zullen tijdschriften verder niet in ons onderzoek opnemen.

Internet gebruiken

Van alle jongeren was in 2007 ruim 80 procent vrijwel dagelijks op het web te vinden (CBS Statline, 2007). Ook blijkt uit deze gegevens dat er nauwelijks verschil was in het internetgebruik tussen jongeren van 12-15 jaar en jongeren van 15-25 jaar. De meeste tijd wordt besteed aan e-mailen, chatten, spelletjes spelen en muziek downloaden. Wel zijn er verschillen in de categorieën 'nieuws' en 'werk/vacatures'. Volgens de rapportages (CBS Statline, 2007) besteedden adolescenten van 12 tot 15 jaar veel minder tijd aan internet voor nieuwssites dan de jongeren van 15 tot 25 jaar.

Allochtonen blijken hun aanvankelijke achterstand qua internet snel in te lopen ten opzichte van autochtonen (Publieke Omroep, 2004) en zij hebben thuis bijna net zo vaak een computer met internetaansluiting (d'Haenens, 2003; Van den Broek & De Haan, 2006). De meeste allochtone jongeren gebruiken internet op dezelfde manier als autochtone leeftijdgenoten, maar voor hen is het web ook een ontmoetingsplaats voor leeftijdgenoten met dezelfde etnische of religieuze identiteit. Los van de strikte sociale controle van ouders en geestelijk leiders in de offline wereld kunnen ze hier ongeremd met elkaar communiceren over wat hen bezighoudt. Vooral jongeren van Marokkaanse afkomst zijn actief op discussiefora (d'Haenens, 2003). Op sites als Maroc.nl, Marokko.nl of IslamOnline.net kunnen ze op religieus gebied advies krijgen, daten, chatten en wordt op de fora fel gediscussieerd over hoe de islam en allochtonen in mainstream media worden belicht (Gräf, 2008; Oegema et al., 2008; Van der Zwaluw, 2007).

Het frequent gebruik van deze online discussiegemeenschappen lijkt een belangrijk aspect in relatie tot ons onderzoek. Uit een inventarisatie blijkt dat het overgrote deel van de allochtone jongeren op het internet veel contact zoekt en heeft met autochtonen (Van den Broek & De Haan, 2006). Echter, volgens hetzelfde onderzoek zijn er ook aanwijzingen dat naarmate het internetgebruik meer op de eigen etnische groep is gericht, de identificatie met de Nederlandse samenleving geringer is. Allochtone jongeren die worstelen met hun identiteit – wat vaker voorkomt omdat ze opgroeien tussen twee culturen met verschillende normen en waarden – en gevoelens van deprivatie kennen, zouden online vooral erkenning zoeken voor hun frustraties en op zoek zijn naar bevestiging in de eigen etnische of religieuze kring. Dit vanuit een behoefte om het gemeenschapsgevoel te versterken.



Samengevat blijkt dat er geen informatie voorhanden is *specifiek* over het mediagebruik onder *moslimjongeren*. Maar, op basis van eerdere bevindingen m.b.t. allochtone jongeren, kunnen we wel een voorlopige indruk vormen. Uitgesplitst naar het type medium (print, tv, radio en internet), bleek dat jongeren van Turkse afkomst vaker gebruik maken van media in de taal van de (voor)ouders (m.n. televisiezenders en kranten) dan overige jongeren. Onder de jongeren van Marokkaanse afkomst bleek dat zij meestal naar Nederlandse zenders kijken en steeds minder naar zenders uit het land van herkomst van de (voor)ouders (terwijl hun ouders dat nog wel in ruime mate deden). Overigens blijkt deze afnemende trend onder *alle* allochtone groepen waarneembaar.

De allochtonen in Nederland benaderen inmiddels redelijk dicht het internetgebruik van autochtone jongeren en zij hebben ook steeds vaker thuis een computer met internetaansluiting. Echter, de cijfers over het mediagebruik van *jonge allochtone* Nederlanders zijn over het algemeen niet actueel en ontbreken geheel voor specifiek *moslimjongeren*. Bovendien blijkt uit recente cijfers dat minder dan de helft van de moslims van Marokkaanse afkomst is (CBS, 2007⁶). De rapportages bieden wel bruikbare handvatten voor de opzet van ons eigen onderzoek (hst. 3).

In de volgende paragrafen schetsen we hoe de relatie tussen het mediagebruik en de mogelijke invloed van media op de meningsvorming van jongeren gezien kan worden op basis van beschikbare literatuur. Gegeven de specifieke doelgroep is het eveneens van belang stil te staan bij overige aspecten die relevant zijn in de bepaling van de attitudes van *moslimjongeren* in het bijzonder.

2.3. Media-Invloed en jongeren: wetenschappelijke verankering

Om de vraag naar de relaties tussen het mediagebruik, kenmerken van de jongeren en hun politieke en maatschappelijke oordeelsvorming te kunnen beantwoorden, baseren we ons grotendeels op studies uit de communicatiewetenschap. In veel communicatiewetenschappelijke studies is reeds gepoogd de processen van beïnvloeding door de massamedia vast te stellen, met wisselend succes.

Media zijn belangrijk voor jongeren om zich te informeren en te vermaken; vele uren per dag zitten zij achter beeldschermen (televisie, video games, internet) of lezen een (gratis) krantje. Algemeen wordt verondersteld dat de media ons beïnvloeden – in hoe wij over elkaar en over gebeurtenissen in de wereld denken. Diezelfde media rapporteren daar regelmatig over, met name over nadelige invloeden van bepaalde mediaproducten op kinderen en jongeren (bijv. over de beruchte ‘school shootings’, zoals in Duitsland in maart 2009). Door het veelvuldig spelen van video games zouden de jongeren agressief worden. Verschillende wetenschappelijke studies geven aan dat zulke invloed in principe mogelijk is (o.a., meta-studies van Anderson, 2004; Anderson & Bushman, 2001; Huesmann, Moise-Titus, Podolski, & Eron, 2003). Echter, de meeste studies op dit gebied geven eveneens aan dat het om een samenspel van een aantal risicofactoren gaat (bijv., Konijn, Nije Bijvank, & Bushman, 2007), waarbij veelvuldige blootstelling aan bepaalde (bijv. gewelddadige) media-inhoud één van die risicofactoren kan vormen (Anderson, Gentile, & Buckley, 2007).

Ook als het gaat om *moslimjongeren* wordt de rol van de media in de samenleving nogal eens in een negatief daglicht gesteld. Met name sinds de aanslagen van 9/11 worden *moslimjongeren* in Nederland herhaaldelijk in relatie gebracht met radicalisering en terrorisme en daarbij zou hun mediagebruik een negatieve rol spelen. De commissie Rinnooy-Kan (NPS

⁶ CBS (2007). “Religie aan het begin van de 21e eeuw”, hoofdstuk 4 over het aantal islamieten in Nederland; www.cbs.nl.



jaarverslag, 2004) suggereerde dat allochtone jongeren zich voornamelijk zouden richten op Arabische of Turkse media en dat zij daardoor geen tijd zouden hebben zich (ook) te richten op Nederlandstalige media. Volgens deze commissie zouden allochtone jongeren daarom geen gebruik maken van de publieke omroepen. Commissies als deze suggereren dat zulke buitenlandse media een eenzijdige blik op de wereld bieden, terwijl onze publieke omroepen een meer genuanceerd beeld van de samenleving zouden bieden (van Cuilenborg, 2006). Daarmee is het belang van een deugdelijke inventarisatie van het hedendaags mediagebruik van moslimjongeren in Nederland nog eens onderstreept. Behalve het feitelijke gebruik, is het belangrijk zicht te krijgen op de inhoud van mediaberichten die voor de doelgroep relevant zijn en die zij regelmatig of vaak raadplegen voor hun informatievoorziening over politiek en maatschappij.

Een terugkerende vraag is in hoeverre de media een rol spelen in de politieke en maatschappelijke meningsvorming van moslimjongeren in Nederland, met name ten aanzien van radicalisering en terrorisme. Een deel van de samenleving mag dan overtuigd zijn van een zekere (nadelige) invloed van blootstelling aan (schadelijke) media-inhoud op het gedrag van de gebruikers (m.n. op kinderen en jongeren), wetenschappelijk onderzoek laat zien dat het hier niet om een simpel effect gaat, maar dat vele verschillende factoren een rol spelen in de invloed van de media op de ontvanger.

Om eventuele relaties tussen het mediagebruik en oordeelsvorming aan te kunnen geven, dienen dus meerdere factoren in ogenschouw te worden genomen. De bekende ‘hypodermic needle’ theorie (Katz & Lazarsfeld, 1955), waarin de media het publiek als het ware ‘injecteren’ met meningen en attitudes, is verouderd. Het is dan ook niet te verwachten dat de inhoud van een bepaald mediabericht rechtstreeks, in een één-op-één-relatie wordt overgenomen door de gebruiker. Hieronder volgen in het kort enkele belangrijke theorieën over de invloed van de media. Achtereenvolgens worden de cultivatietheorie (Gerbner et al, 1968; 2002), social learning theorie (cf. modeling, Bandura, 1972; 2001), ‘agenda setting’ (McCombs & Shaw, 1972) en ‘two step flow’ (Lazarsfeld et al., 1944) besproken. Globaal gesproken kan gesteld worden dat de eerste twee stromingen primair uitgaan van de ontvanger en hoe zij de media tot zich nemen, terwijl de laatste twee benaderingen (‘agenda setting’ en ‘two step flow’) primair uitgaan van de inhoud van de media en hoe die de ontvanger beïnvloeden.

2.3.1. De ontvanger centraal

De *cultivatietheorie* stelt, kort gezegd, dat mensen die regelmatig blootgesteld worden aan de media (zgn. ‘heavy users’) meer beïnvloed worden door de denkbeelden in die media dan mensen die er nauwelijks gebruik van maken (‘light users’). Omdat volgens Gerbner en collega’s het wereldbeeld dat in de media wordt gepresenteerd een vertekende weergave van de werkelijkheid is, (1968; 2002), gaan ‘heavy users’ er eveneens een vertekend wereldbeeld op na houden. Bijvoorbeeld, mensen die veelvuldig kijken naar gewelddadige films nemen dat vertekende wereldbeeld over en denken dat de echte wereld gewelddadiger is dan de ‘light users’. Echter, verschillende studies kwamen tot verschillende resultaten waarbij soms wel en soms geen steun werd gevonden voor de cultivatietheorie (o.a. Brosius, 1993; Van den Bulck, 2000). De cultivatie-theorie is daarom de laatste jaren nogal onder druk komen te staan als een te simplistische weergave van media-invloeden.

Recente studies laten bijvoorbeeld zien dat de rol van de ontvanger, zowel specifieke kenmerken van de persoon als de individuele perceptie, cruciaal is wanneer het gaat over media-invloeden. Al eerder werd de rol van de ontvanger benadrukt (bijv. Katz, 1955), maar pas de laatste jaren is er meer



systematische en empirische aandacht voor de rol van de subjectieve verwerkingsprocessen van media-inhouden bij de ontvanger. Met name percepties ten aanzien van het realiteitsgehalte (of de geloofwaardigheid) van een mediabericht alsook de emotionele betrokkenheid met de inhoud of de verkondigers van de boodschap zijn hierbij belangrijk (bijv. Busselle, 2003; Konijn et al, 2009; Potter & Tomassello, 2004; Shapiro & Chock, 2006). Bovendien blijken lager opgeleiden en de meer achtergestelde groepen in termen van Sociaal Economische Status (SES), ontvankelijker voor invloed van de media dan hoger opgeleiden en mensen met een hoge SES (bijv. Konijn et al., 2007; Konijn & Nije Bijvank, 2009; Singhal, et al., 2004).

Samengevat is uit de wetenschappelijke literatuur rondom de cultivatietheorie over media-invloed gebleken dat enerzijds de kenmerken van de persoon zelf bepalend zijn (bijv. leeftijd, geslacht, achtergrond) en anderzijds de manier waarop de media-inhoud wordt verwerkt - het zgn. verwerkingsproces (bijv. meer of minder emotioneel betrokken) (zie ook Potter & Tomassello, 2004; Konijn, 2008). Echter, de kwestie van causaliteit in de cultivatiestudies is problematisch omdat deze studies meestal gebruik maken van survey-onderzoek: beïnvloeden media-inhouden de gebruikers ervan of selecteren mensen met bepaalde kenmerken specifieke media-inhouden?

De ‘*social learning theory*’ is specifiekler dan de cultivatietheorie en is geënt op leerprocessen in het dagelijks leven. Centraal in deze theorie staat dat mensen vooral leren van opvallende en aantrekkelijke rolmodellen in onze omgeving – een proces dat verloopt in enkele stappen. Die ‘omgeving’ kan ook bestaan uit de media (Bandura, 2001) en dat geldt waarschijnlijk in toenemende mate voor hedendaagse jongeren. We spreken dan van ‘role modeling’ of ‘vicarious learning’ – het overnemen van gedrag en attitudes van rolmodellen die expliciet tonen hoe zij reageren op- en omgaan met anderen en de omgeving. In wetenschappelijk onderzoek is empirische steun gevonden voor het belang van aantrekkelijke rolmodellen in het leerproces, ook voor de invloed van aantrekkelijke rolmodellen in de media op kinderen en jongeren (e.g., Huesman et al, 2003; Konijn et al., 2007; Singhal, et al., 2004). Daarnaast blijkt uit hersenonderzoek (m.b.v. functional Magnetic Resonance Imaging, fMRI) dat menselijke hersenen op primair, neuronaal niveau vergelijkbaar reageren op beelden van geweld in de media als op echt geweld (Murray, 2008). Dus, onze hersenen kunnen net zo goed leren van fictieve beelden als van echte beelden in de media. Echter, net als in de cultivatietheorie, speelt ook hier de manier waarop de informatie verwerkt wordt een belangrijke rol. Immers, als in het verwerkingsproces op een hoger niveau in de hersenen de mediabeelden verworpen worden als ‘onzinnig’ is de kans kleiner dat de attitudes erdoor worden beïnvloed.

Uit de wetenschappelijk literatuur blijkt verder dat *in het algemeen* de ‘early and middle adolescents’ (11-17 jaar) gevoeliger zijn voor beïnvloeding dan oudere adolescenten of jong volwassenen (Dahl & Hariri, 2005). Dat jonge adolescenten gevoeliger zijn voor beïnvloeding van buitenaf komt door dat zij in een fase zitten waarin zij ‘zoeken naar wie ze zijn’. Ze zijn erg bezig met hoe ze op anderen overkomen en experimenteren o.a. via internet met verschillende versies van hun ‘ik’ door zich bijvoorbeeld stoerder of ouder voor te doen. Voor de vorming van hun identiteit richten ze zich daarnaast op aantrekkelijke rolmodellen in de media (Bandura, 2001; Konijn, Nije Bijvank, & Bushman, 2007; Valkenburg, Schouten, & Peter, 2001). Het verbodene, het geheime en onbekende kan voor jongeren in deze adolescentiefase extra aantrekkelijk zijn, zeker ook als het gaat om media (Konijn & Nije Bijvank, 2009). Mannelijke adolescenten zijn bovendien gevoelig voor gewelddadige karakters in de massamedia, omdat ze op die leeftijd antisociaal gedrag aantrekkelijk vinden (Arnett, 1992), zich sterker identificeren met deviante rolmodellen, en het aantrekkelijk vinden om te experimenteren met ‘verboden’ en ‘gevaarlijk’ gedrag (Moffitt, 1993; Moffitt, Caspi, Dickson, Silva, & Stanton, 1996). Daarnaast



scoren adolescenten in het algemeen hoog op ‘sensation seeking’, de hang naar gevaarlijke en risicovolle situaties en ervaringen, met name jongens (Slater, e.a., 2003). Zo bleken vooral jongens tussen 11 en 17 met een laag opleidingsniveau die zich sterk emotioneel betrokken voelden bij gewelddadige karakters in games, eerder geneigd het agressieve gedrag van de karakters over te nemen (Konijn et al., 2007).

Wederom spelen daarbij percepties ten aanzien van het realiteitsgehalte van een medium of van een mediaboodschap eveneens een rol. Wanneer een mediabericht als representatief voor de werkelijkheid wordt gezien (‘perceived realism’; Busselle, 2001; Shapiro & Chock, 2003) is de kans op beïnvloeding groter dan wanneer een bepaald bericht als nauwelijks waar of onzin wordt bestempeld. Zo zal de ene jongere een nieuwsbericht op het NOS-journaal over de rellen in Gouda voor waar aannemen en zich erdoor laten beïnvloeden, terwijl de andere het bericht niet gelooft of het een vertekende weergave vindt en er afstand van neemt.

Een duidelijk beeld dat uit verschillende rapportages (zie voorgaande paragrafen) naar voren komt, is dat grote groepen allochtonen, met name Marokkaanse jongeren, zich onder aan de maatschappelijke ladder bevinden (bijv. lage opleiding, veel schooluitval, werkloosheid, lage inkomens). Op basis van voorgaande, is het risico dat deze groepen zich door (extreme) media-uitingen laten beïnvloeden groot. Een groot deel van de allochtone jongeren behoort vermoedelijk eveneens tot de moslimgemeenschap. Mogelijk dienen we ook onder de moslimjongeren in Nederland rekening te houden met een relatief laag opleidingsniveau en mogelijke achterstelling. Zoals gezegd, lijken lager opgeleiden en de meer achtergestelde groepen in termen van SES (sociaal economisch status), meer voor invloed van de media vatbaar dan hoger opgeleiden en die met een hoge SES.

2.3.2. De inhoud van de media centraal

De ‘agenda setting’ theorie stelt dat het publiek de onderwerpen en thema’s overneemt die op dat moment door de media naar voren worden gebracht (McCombs & Shaw, 1972; McCombs, 2004). Onderwerpen, die door journalistieke media veel worden opgepikt en daarmee hoog op ‘de media-agenda’ staan, worden door het publiek doorgaans ook belangrijk gevonden. Dit effect is ook aangetoond in Nederlands onderzoek voor het onderwerp immigratie en integratie. In het nieuws stond terrorisme en extremisme hoog op de agenda. Dit leidde ertoe dat het publiek als geheel opschoof door zich meer bezig te houden met extreme onderwerpen. Meer nieuws over immigratie leidde bijvoorbeeld tot meer steun voor anti-immigratiepartijen (Vliegthart, 2007). Een ander voorbeeld van een dergelijke reactie is de toename van verschillende vormen van racisme na de moord op Theo van Gogh (Monitor Racisme & Extremisme, 2006). Recent zijn ook effecten van nieuwsmedia op discussiefora op het web vastgesteld (d.w.z., op Internet; Oegema, et al, 2008). Dus, de (traditionele) media bepalen de agenda van waar het publiek het ‘op straat over heeft’. Media hebben via ‘agenda setting’ relatief veel invloed op het publiek, zo blijkt uit een meta-analyse van 90 empirische studies op dit terrein (Wanta & Ghanem, 2000). Nieuws over bijvoorbeeld terrorisme leidt dus niet alleen tot een radicalisering bij extremisten, maar kan ook polarisatie en/of angst oproepen bij het bredere publiek - een hoofddoel van Al-Qaida en van terrorisme in het algemeen. Koopmans (1997) demonstreerde deze interactie tussen extremisme en het publieke debat: enerzijds had nieuws over geweld tegen asielzoekers in Duitsland effect op het publiek en anderzijds lokte publieke instemming met de aanslagen weer nieuwe aanslagen uit.

In voorliggend onderzoek staan nieuws en webdiscussies over politiek, religie en maatschappij centraal. Andere informatiebronnen zoals soaps en entertainment op tv kunnen uiteraard ook van invloed zijn. In het onderzoek naar deze bronnen staat bijvoorbeeld de ondervertegenwoordiging van



allochtonen centraal; Marokkanen en Turken komen structureel minder in beeld op de Nederlandse zenders dan autochtonen (Koeman, Peeters & d'Haenens, 2007; Publieke Omroep, 2002). Deze geringe representatie kan allochtonen het gevoel geven dat ze worden buitengesloten, dat ze als mindere worden gezien en daardoor vaker naar eigentalige zenders gaan kijken (Stimuleringsfonds voor de Pers, 2007; Mira Media, 2001; d'Haenens, 2003). Niettemin valt dergelijk onderzoek naar amusement buiten het kader van onze studie.

De door de media bepaalde agenda wordt in dit onderzoek gebruikt om de *focus* en de *extreme inhoud* van berichtgevingen af te leiden. Op de agenda is aandacht voor *issues* en voor *actoren*.

Issues zijn inhoudelijke onderwerpen: zaken waar men voor of tegen kan zijn. Nieuws over immigratie en integratie, bijvoorbeeld, zit vol issues die een sterke reactie blijken op te roepen bij voor- en tegenstanders (d.w.z. issues zoals terreur, criminaliteit, islam, inburgeren, moslima's, asielzoekers, Irak, etc.). Deze lijst van onderwerpen vormt dus de zogenaamde agenda van de media als het om het thema immigratie en terreur gaat (Oegema et al., 2008). Deze media-agenda wordt beïnvloed door verschillende factoren. Om te beginnen wordt de aandacht voor bepaalde issues bepaald door de professionele selectiecriteria van journalisten, zoals de nieuwswaarde, actualiteit, nabijheid, afwijking van het normale en drama (Galtung & Ruge, 1965; Manning, 2001; Vliegthart, 2007). Verder speelt de druk vanuit de eigen nieuwsorganisatie mee, zoals deadlines, routines op de werkvloer, format waarin informatie moet worden gepresenteerd en de beoogde doelgroep van het medium (Manning, 2001). Nederlandse journalisten besteedden na de moord op filmmaker Van Gogh een tijd lang veel aandacht aan islam en terreur, terwijl de moord in Britse en Amerikaanse kranten goeddeels werd genegeerd (Ruigrok & Van Atteveldt, 2007).

Actoren zijn personen of organisaties. Ook de agenda van actoren verschuift van dag tot dag, ondermeer omdat politici en belangengroepen strijden om de aandacht (Vliegthart, 2007). Een vraag voor ons onderzoek is of actoren uit de doelgroep moslims hoog op de agenda staan (en op welke wijze) of dat juist de rechtse politici de agenda domineren, zoals in eerder onderzoek naar voren kwam. In onderhavig onderzoek zal de *focus* van de media direct worden afgeleid uit de verdeling van de aandacht over de verschillende issues en actoren (de nieuwsagenda).

Onder *extreme inhoud* vallen de berichten waarin aandacht wordt besteed aan extreme issues, zoals terreur, en aan meer radicale actoren. Bij radicale actoren kan het gaan om bijvoorbeeld geestelijken die democratie als staatsbestel verwerpen en discriminerende preken geven of terroristen. Daarnaast is ook duidelijk dat moslimjongeren bijzonder sterk reageren op radicalere politici en partijen met een anti-immigratie standpunt, zoals Wilders en zijn PVV (Oegema & Das, 2008).

Met name voor jongeren vormt het internet een steeds belangrijker medium voor de opinievorming van het publiek. Het tweerichtingsverkeer op het internet tussen zenders en ontvangers voegt een extra dimensie toe aan de aspecten die hiervoor al uiteen zijn gezet voor traditionele nieuwsmedia. Waar 'gewone' nieuwsmedia vooral topdown communiceren, geven met name webfora mediagebruikers een platform om hun opvattingen over actuele issues te articuleren en direct te reageren op andere meningen (Oegema et al., 2008). De online debatten kunnen goed aan het licht brengen hoe gebruikers in hun discussie reageren op de inhoud van bijvoorbeeld klassieke nieuwsbronnen zoals kranten. Daarom zijn inhoudsanalytisch gezien vooral deze discussiefora een interessante maar nog niet vaak gebruikte graadmeter (zie voor een toepassing van grootschalige automatische inhoudsanalyse van fora Oegema et al., 2008; Oegema & Das, 2008). Denk aan het analyseren van de samenhang tussen de issues die hoog op de agenda's staan, over welke actoren



met name wordt gediscussieerd, welke verbanden er door de gebruikers worden gelegd ('frames') en of die overeenstemmen met associaties uit nieuwsmedia.

Vooraf jonge Marokkanen en Turken blijken gelijkgezinden op te zoeken via eigen fora op sites als *Marokko.nl*, *Yasmina* (forum voor Marokkaanse meisjes), *Maroc.nl*, *Maghreb.nl* (Marokkaans), *Lokum.nl* (Turks) en internationale sites zoals *Islamonline.net* (Brouwer & Wijma, 2006; d'Haenens, 2003; Van der Zwaluw, 2007; Benschop, 2005; Gräf, 2008). Daar kunnen zij buiten de sociale controle van hun ouders informatie vergaren. Op de eigen websites en webfora vinden de jongeren nieuws uit het land van herkomst of over islamieten en de islam. Dieperliggende pagina's bevatten artikelen over bijvoorbeeld de profeet en andere aspecten van het geloof, en er zijn Nederlandse en Arabische versies van de Koran te raadplegen. Op *Islamonline.net* spreken mufti's (wetgeleerden in islamitische wetgeving) op aanvraag fatwa's (adviezen) uit over relaties en andere dagelijkse vragen die aan het geloof raken (Brouwer & Wijma, 2006; Van der Zwaluw, 2007; Gräf, 2008). Niettemin zijn met name de discussiefora populair. Daar kan anoniem over gevoelige onderwerpen zoals relaties worden gesproken, alsook over de islam en hoe moslims en hun geloof in het nieuws komen.

De 'two step flow' theorie stelt dat ontvangers onderling praten over nieuws en dat deze interacties vooral van invloed zijn op de uiteindelijke effecten. In hun onderzoek naar media effecten merkten Lazarsfeld et al. (1944) dat kiezers tijdens een politieke campagne veel vaker informele persoonlijke gesprekken noemden als invloed op de bij hun bepaling van een keuze voor een presidentskandidaten, dan blootstelling aan massamedia. Kiezers bleken zich daarbij vooral te richten op zogenaamde opinieleiders, mensen in hun persoonlijke omgeving die in hun ogen deskundig waren op dat gebied.

Deze *two step flow* theorie is interessant omdat allochtonen (en daarmee vermoedelijk moslimjongeren) de inhoud van Nederlandse nieuwsmedia zouden wantrouwen (zie hst. 2). Bovendien gaat veel van het nieuws over immigratie en integratie, over groepsconflicten en worden moslims in de media in een negatief daglicht gesteld (o.a. Benschop, 2005; Brouwer & Wijma, 2006; d'Haenens, 2003). Het ligt in de lijn der verwachting dat allochtonen, in het bijzonder moslimjongeren, bij de verwerking van publiciteit die zij als ongunstig ervaren, bijzonder gevoelig zijn voor hoe andere leden van de eigen groep (de zgn. in-group) hierover spreken.

In de inhoudsanalyses die in het kader van onderhavig onderzoek werden uitgevoerd, werden daarom de discussies op allochtone webfora afgezet tegen de inhoud van relevante nieuwsmedia (zie hoofdstuk 6). In het uiterste geval kunnen de webfora gebruikt worden om een klimaat van haat aan te wakkeren tegen (rechtse) politici en andere islam-critici. Bijvoorbeeld, zoals in het geval van de Hofstadgroep. In de maanden voor de moord op Van Gogh plaatsten 'leden' van deze groep extreme bedreigingen aan het adres van Hirs Ali en van Gogh op *Marokko.nl* (Benschop, 2005). Aan de hand van hun reacties, die vaak nog online staan, kon worden gereconstrueerd hoe haat tegen Van Gogh in de maanden voor 2 november 2004 al internet aangewakkerd werd. Uit deze reconstructie blijkt hoe Van Gogh en Hirs Ali met extreem negatieve termen als 'varken' en 'duivels' werden aangeduid. Algemeen wordt aangenomen dat dit soort interacties op het web een belangrijke rol spelen in het ontstaan van extremisme.

Hiermee is de cirkel rond. Nieuws over radicalere issues en actoren leidt tot verschuivingen in de publieke opinie, bijvoorbeeld bij moslimjongeren. Diezelfde moslimjongeren discussiëren actief op webfora, waarbij een zeer klein deel extremeert. Het extreme gedrag van deze enkelingen, zoals Mohammed B., genereert weer nieuws, wat de input vormt voor een volgende cyclus in dit proces. Op geaggregeerd niveau is er dus een duidelijke invloed van de media op het publiek. Echter, op niveau van het individu is dat een stuk lastiger, ook al wijzen de resultaten veelal (o.a. van meta-



studies) in dezelfde richting. Dat komt onder meer omdat het al dan niet optreden van deze effecten afhangt van persoonsgebonden kenmerken (ook wel demografische kenmerken genoemd) en van de manier waarop een bepaald bericht ontvangen en verwerkt wordt (procesvariabelen). Deze zogenoemde procesvariabelen bepalen mede hoe mediaberichten van invloed kunnen zijn op attitudes. In de volgende paragraaf zal de rol van deze kenmerken en procesvariabelen voor moslimjongeren verder worden uitgewerkt.

2.4. Mediagebruik en relevante variabelen voor moslimjongeren

Over het mediagebruik van moslimjongeren is nog niet veel bekend. Daarom is er ook nog geen kennis over de relatie tussen hun mediagebruik en hun politieke en maatschappelijke oordeelsvorming. Wel is duidelijk geworden dat meerdere factoren relevant zijn in het analyseren van zo'n relatie. Op basis van gerelateerd onderzoek, specifiek onder moslimjongeren in Nederland, brengen we hieronder factoren in kaart die op voorhand van belang lijken voor ons onderzoek naar de relatie tussen het mediagebruik van moslimjongeren en hun politieke en maatschappelijke oordeelsvorming. We dienen rekening te houden met relevante persoonskenmerken (par. 2.4.1) en met de voor moslimjongeren relevante context van identiteitsbepaling in relatie tot religie (2.4.2). Vervolgens (in 2.4.3) bespreken we welke attitudes relevant zijn ten aanzien van politieke en maatschappelijke oordeelsvorming onder moslimjongeren. In de slotparagraaf (2.5) van dit hoofdstuk brengen we de bevindingen samen in het theoretisch kader dat als leidraad dient voor het survey onderzoek (hst. 3).

2.4.1 Relevante persoonskenmerken

Individuele verschillen in mediagebruik en mogelijke beïnvloeding richten zich in dit onderzoek met name op verschillen tussen niet-moslimjongeren en moslimjongeren. Hoewel strikt genomen geen andere persoonskenmerken in de vraagstelling zijn opgenomen, is het op basis van eerder onderzoek wel verstandig om meerdere persoonskenmerken mee te nemen om eventuele verschillen in de resultaten te kunnen verklaren.

Standaard persoonskenmerken in surveys zijn in ieder geval *geslacht* en *leeftijd*. Ons onderzoek richt zich op jongeren van 13 – 26 jaar. Zoals gezegd, is dit een vrij brede range en splitsen we deze op in scholieren (13-18 jaar) en 'oudere jongeren' (18-26 jaar)⁷. Ook theoretisch is dit onderscheid zinvol. Met name jonge adolescenten zijn op zoek naar hun 'ik' en proberen verschillende identiteiten uit die daar bij passen. Bijvoorbeeld door op internet te experimenteren, omdat daar de extra audiovisuele informatie uit offline contacten in eerste instantie ontbreekt en waardoor jongeren zichzelf kunnen presenteren zoals ze willen (Konijn & Nije Bijvank, 2009; Valkenburg, Schouten, & Peter, 2006). Vooral in de vroege adolescentiefase (12-14 jaar) is het zelfbeeld instabiel en daarmee makkelijk te beïnvloeden door onder andere de media (Dahl & Hariri, 2005). Deze jonge adolescenten zijn sterk bezig met hoeveel anderen op hen letten en hoe ze overkomen. Het begrip identiteit is echter nogal complex, zeker als het gaat om moslimjongeren. We besteden er daarom extra aandacht aan in de volgende paragraaf.

Opleiding heeft twee dimensies die van belang zijn in het voorliggende onderzoek. Enerzijds gaat het om het bepalen van het opleidingsniveau van de jongere.⁸ Het niveau van de opleiding is

⁷ Zoals eerder aangegeven, komen de 18-jarigen in beide groepen voor vanwege een enkele oudere scholier in de eerste groep (13-18 jaar).

⁸ Dit is te meten volgens een eenvoudige schaal die het Sociaal en Cultureel Planbureau gebruikt in 'Jongeren en cultuur' (2003). De volgende categorieën worden onderscheiden: Geen opleiding afgemaakt; Basisschool; Lager



volgens de ‘klassieke’ opiniemodellen uit de communicatiewetenschap en de politieke psychologie een indicator voor hoe iemand een mening vormt en hoe gevoelig die mening is voor beïnvloeding van buitenaf. Hoe hoger de opleiding, hoe beter iemand zijn gedachten zou kunnen structureren en hoe minder hij op basis van affecties en meer op grond van feitelijke informatie tot een oordeel komt (Sniderman et al., 1991). Zo blijken lager opgeleiden en de meer achtergestelde groepen in termen van SES, meer voor invloed van de media vatbaar dan hoger opgeleiden (Singhal, et al., 2004).

De andere dimensie behelst het bepalen van de hoogst genoten opleiding van de ouders. Vooral in huishoudens met hoogopgeleide ouders lezen jongeren namelijk meer kranten en komen ze over het algemeen meer in aanraking met journalistieke media doordat ze vaak uit gewoonte met hun ouders meekijken of lezen (Costera Meijer, 2006; Mira Media, 2005). Veel allochtonen, en daarmee vermoedelijk moslimjongeren, bevinden zich onderaan de maatschappelijke ladder (Elsevier, 2007; Veldkamp, 1999, 2005; SCP, 2007; Stimuleringsfonds voor de Pers, 2007), waardoor we onder deze groep mogelijk minder gebruik van journalistieke media zouden aantreffen.

Wel of geen *werk* hebben, een baan op een laag niveau of een baan die onder het eigenlijke opleidingsniveau zit, kan eveneens een rol spelen bij de invloed die de media kunnen hebben. Voor een deel is dit vergelijkbaar met opleiding, maar ook indirect kan dit van belang zijn. Immers, als allochtone of moslimjongeren het gevoel hebben niet dezelfde kansen als autochtone leeftijdgenoten te krijgen, dan draagt dat bij aan een gevoel van achterstelling op de arbeidsmarkt (relatieve deprivatie) (Buijs et al., 2006). Dit zijn sociale contextfactoren die worden aangewezen als risicofactoren voor afzondering van en uitsluiting door de samenleving en kunnen daarmee bijdragen aan een gevoeligheid voor extreme media en radicaliserend gedachtegoed (zie ook onderstaand).

De *taalbeheersing* is een persoonskenmerk dat voor met name allochtone jongeren bepaalt welke media in welke taal worden gebruikt en vermoedelijk eveneens voor moslimjongeren. Veel Nederlandse Marokkanen zijn bijvoorbeeld het Arabisch niet of nauwelijks machtig, omdat het overgrote deel van hen nakomeling is van ouders die uit een Berbergemeenschap komen (Stiphout, 2007; Van Holst, 2006). Dit kan betekenen dat Arabischtalige media minder door moslimjongeren van Marokkaanse komaf worden gebruikt dan bijvoorbeeld door die van Turkse komaf en dat de invloed van deze Arabische media sterk afneemt naarmate de taalbeheersing geringer is.

Uit de beschikbare literatuur blijkt voorts dat de *woonsituatie* van een jongere verschillen kan verklaren in het gebruik van (nieuws)media. Zo volgen jongeren die thuis wonen vaker het nieuws, omdat ze uit gewoonte met hun ouders naar het journaal kijken of een krant lezen omdat er toevallig een abonnement is (zie Costera Meijer, 2006; Mira Media, 2005). Zodra ze zelfstandig gaan wonen en dus zelf bepalen wat ze kijken of lezen neemt dit af. Dat kan evenzo gelden voor moslimjongeren, met name wanneer het gaat om media uit het land van herkomst. Ook kan het verschil maken of de jongere in de stad woont of op het platteland.

De hoeveelheid *politieke kennis* is in dit verband eveneens een belangrijke variabele om te verklaren hoe vatbaar politieke meningen zijn voor beïnvloeding door de media. Hoe meer politieke kennis iemand heeft, hoe waarschijnlijker het is dat iemand zich blootstelt aan politieke informatie via een communicatiekanaal (Zaller, 1992). De vraag is echter of die nieuwe informatie wel wordt geaccepteerd en verwerkt in politieke oordelen. Mensen met heel weinig of heel veel politieke kennis zijn het minst vatbaar voor beïnvloeding. Zij met heel weinig kennis stellen zich amper bloot aan politieke communicatie en zij die veel kennis hebben, denken alles al te weten en veranderen niet



zomaar hun mening door bijvoorbeeld de teneur van het nieuws. Mensen met gemiddelde kennis zijn het meest vatbaar voor attitudeverandering: zij weten net genoeg van politiek om een boodschap op te pikken, maar beschikken over te weinig achtergrondkennis om de nieuwe informatie te wegen ten opzichte van eerdere gebeurtenissen of hun ideologie. Er is geen reden aan te nemen dat dit bij moslimjongeren anders zou werken. Politieke kennis wordt vaak gemeten door enkele feitelijke vragen over politiek te stellen, zoals ‘wie is de politicus op deze foto?’

Door het bepalen van *politieke interesse* kunnen we nagaan of iemand qua media-inhoud vaker voor entertainment zal kiezen of (ook) voor politiek nieuws (Prior, 2005). Naarmate iemand meer voor amusement gaat, wordt de kennisachterstand op politiek gebied vergroot en is de politieke kennis over het algemeen lager. Het is dus belangrijk de politieke interesse te bepalen bij het nagaan van het mediagebruik onder moslimjongeren.

De *etnische achtergrond* van jongeren (bijvoorbeeld Marokkaans, Surinaams of Turks) is belangrijk, omdat elke groep andere karakteristieken heeft als het gaat om hoe frequent zij binnen- en buitenlandse media gebruiken, zoals al bleek in een voorgaande paragraaf. Turken kijken bijvoorbeeld het vaakst van alle niet-westerse etnische groepen ‘wel eens’ naar tv-zenders in de eigen taal (Publieke Omroep, 2004). Aangezien veel moslimjongeren een niet-westerse etniciteit hebben, is dit in ons onderzoek onder moslimjongeren een relevante factor. Het indexeren van deze etnische achtergrond is echter complexer dan de term doet vermoeden. De term kan bepaald worden door iemand vooraf opgestelde antwoordcategorieën aan te laten vinken (Bijv. het meetinstrument in de bijlagen van de dissertatie van Barnhurst, 1997). Maar, wat als iemand Marokkaanse wortels heeft maar zich meer Nederlands voelt? Het CBS⁹ adviseert het volgende voor de meting van het begrip ‘etniciteit’: “Voor de bepaling van de etniciteit is gebruik gemaakt van het geboorteland van de persoon zelf en van zijn of haar ouders. Autochtonen zijn mensen van wie beide ouders in Nederland zijn geboren, ongeacht het geboorteland van de persoon zelf. Allochtonen zijn mensen van wie ten minste één van de ouders niet in Nederland is geboren.” Naast het vragen naar de etniciteit van de jongere zelf is het dus verstandig om als controle de vraag te stellen wat het land van herkomst van de ouders is en waar de jongere geboren is. In ons onderzoek is dit gedaan volgens de wijze van het SCP (die ook het advies van het CBS volgt): eerst werd gevraagd waar de respondent is geboren en daarna hetzelfde voor de vader en moeder. Deze vragen werden aangevuld met twee items die in kaart brengen met welke nationaliteit iemand zich het meest verbonden voelt (zie volgend hst.).

2.4.2. Religie en identiteit onder moslimjongeren

Het vragen naar *religie* is in dit onderzoek een lastige en gevoelige kwestie, maar juist het vergelijken van moslimjongeren met niet-moslimjongeren staat in ons onderzoek centraal. Met name voor de moslimjongeren zal gelden dat hun etnische en religieuze achtergrond sterk verbonden is met hun identiteit.

De bepaling van religie of religieuze stroming via een vragenlijst lijkt eenduidig door alle grote godsdiensten zoals christendom, islam, hindoeïsme en boeddhisme als antwoordcategorieën op te nemen. Niettemin ligt dat wat complexer, aldus een rapport van het Sociaal en Cultureel Planbureau (Becker, 2003). Die complexiteit zit hem in de manier van vragen. Is dat, zoals het CBS doet, met een enkele vraag tot welke ‘kerkelijke gezindte of levensbeschouwelijke groepering’ iemand zich *rekent*? Of, zoals het SCP doet, een vraag in twee stappen, met eerst de gesloten vraag of iemand zich als ‘behorend’ *beschouwt* tot een kerkelijke of levensbeschouwelijke groepering, waarna bij een ‘ja’ wordt gevraagd welk genootschap dat is (met categorieën van Rooms-katholiek tot Hindoe of

⁹ Zie ‘toelichting etniciteit’ via <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/unique/concept/default.htm?concept=Etniciteit&postinguid=%7BE263D91E-3225-4BC2-B7FD-BF80E4CCD733%7D>



andere kerkgenootschap)? Volgens Becker (2003) blijkt dat mensen een enkele vraag naar kerkelijke gezindte opvatten als formeel lidmaatschap en de vraag in twee stappen (zoals die van het SCP) interpreteren als waar je op dat moment bij wilt horen.

De variabele religieuze stroming is met het oog op het doel van dit onderzoek eventueel verder uit te diepen met vragen voor moslimjongeren, die meten tot welke politiek-religieuze stroming een jongere behoort. Enerzijds benadrukken democratisch actieve moslims volgens Slootman en Tillie (2006, p. 21) de mogelijkheden van de Nederlandse samenleving, zoals de vrijheid van meningsuiting en godsdienst: “Zij willen graag de uitwassen aanpakken, bijvoorbeeld islamofobie of discriminatie en achterstelling en zien daarvoor alle mogelijkheden in het Nederlandse politieke systeem.” De islam is daarbij een inspiratiebron voor hen. Anderzijds neigen de meer ‘pessimistische’ orthodoxe moslims ertoe zich meer te verwijderen van het democratische systeem (Slootman & Tillie, 2006). De uitgebreide studie van Slootman en Tillie draagt meetschalen aan om de mate van *orthodoxie* te meten. De onderzoekers doen dit met drie schalen waarin stellingen zoals ‘Mijn geloof is eigenlijk boven andere geloven verheven’. Samengenomen indexeren de items hoe orthodox een respondent zou zijn.

Een ander aspect is het vragen naar hoe lang een jongere al actief gelovig is (Buijs et al., 2006). Als jongeren altijd al een sterke binding met het geloof hebben gehad, is het minder waarschijnlijk dat zij een nieuwe, misschien wel extreme invulling van hun geloof kiezen. Adolescenten met een islamitische achtergrond die over langere tijd niet veel met hun religie hebben gedaan, zouden meer kans lopen om ‘een nieuwe binding met hun geloof aan te gaan in een andere, meer radicale vorm’ (Slootman & Tillie, 2006; Buijs et al., 2006). Overigens benadrukken Slootman en Tillie dat niet elke orthodoxe moslimjongere automatisch radicaliseert. Samen met een politieke motivatie om voor de islam te strijden is het volgens hen echter wel een risicofactor. Het is voorstelbaar dat de media hierin een inspirerende rol kunnen spelen.

Etniciteit en religieuze achtergrond zouden voor moslimjongeren in belangrijke mate hun identiteit bepalen; de vorming ervan blijkt een extra complex proces te zijn. Een belangrijke stap is het belichten van waaruit ‘een identiteit’ bestaat. Identiteit is meer dan het label karakter of etniciteit (waar je geboren bent). Het is ‘ons begrip van wie we zijn en wie andere mensen zijn en, omgekeerd, het begrip van andere mensen wie zijzelf en anderen zijn’ (Van Stekelenburg & Klandermans, 2007). In de literatuur worden twee hoofdcomponenten van identiteit onderscheiden: de persoonlijke en sociale identiteit (d’Haenens, 2003; Van der Zwaluw, 2007; Van Stekelenburg & Klandermans, 2007).

De *persoonlijke identiteit* is uniek en wordt gevormd door wat personen in hun dagelijks leven meemaken (Van der Zwaluw, 2007). Deze persoonlijke identiteit bestaat uit een aantal ‘deelidentiteiten’. Allereerst de gender identiteit ofwel of iemand zich man of vrouw voelt. Het volgende en voor deze studie belangrijke element is de *etnische identiteit*: de groep waarmee men zich vooral verbonden voelt. Dat is dus niet zozeer het land waar iemand is geboren, maar het gevoel van verbondenheid met een bepaalde groep. Bijvoorbeeld of iemand zich meer identificeert met de inwoners van het gastland of juist meer met die uit het land waar de etnische wortels liggen (Constant & Zimmermann, 2007; Van der Zwaluw, 2007). De etnische identiteit kan bepaald worden met twee items: allereerst de vraag in hoeverre iemand zich verbonden voelt met de oorspronkelijke cultuur uit het thuisland en daarna hoezeer iemand zich verbonden voelt met het gastland (Constant & Zimmermann, 2007).

De *etnische identiteit* of *religieuze identiteit* kan gezien worden als specificatie van de *sociale identiteit*, de behoefte om ergens bij te horen en lid te zijn van gemeenschappen (d’Haenens, 2003;



Van der Zwaluw, 2007). Zo bestaat de *culturele* identiteit uit de gebruiken en andere rituelen die iemand heeft meegekregen om de dagelijkse dingen betekenis te geven. Weinig contact met de cultuur uit het land van herkomst kan ervoor zorgen dat een nieuwe culturele identiteit wordt gevormd met invloeden uit een andere dominante cultuur (Sussman, 2000). Aanhoudend contact met de nieuwe cultuur kan er anderzijds ook voor zorgen dat een migrant zijn cultuur uit het land van herkomst gaat versterken. *Religieuze* identiteit uit zich in concrete termen zoals hoe vaak men bidt, de Koran leest of deelneemt aan religieuze activiteiten zoals de Ramadan (d'Haenens, 2003). Het verschilt per persoon hoe 'sterk' het geloof wordt beleefd en daarmee hoe orthodox of juist liberaal de visie op islam en maatschappij is.

Voor veel allochtone jongeren, en vermoedelijk moslimjongeren, is 'Nederlander' in hun identiteit geen vast gegeven. Aan de ene kant worden ze thuis door hun ouders, vaak van de eerste generatie, opgevoed volgens de culturele normen en waarden uit het land van herkomst. En aan de andere kant groeien ze op in een westerse maatschappij die op veel punten afwijkt van alles wat ze van huis uit meekrijgen. Ze groeien dus op tussen verschillende soorten culturen en voelen zich moslim, Marokkaan of Turk en Nederlander tegelijk; ze hebben een zogenaamde hybride identiteit (Buijs et al., 2006; Slootman & Tillie, 2006). Dat kan tot onzekerheid en spanning leiden, omdat ze zich in geen enkele cultuur volledig geaccepteerd voelen. Ook de kloof met de levensstijl en -visie van hun ouders uit de eerste generatie kan voor protestgedrag zorgen. Al met al kan dit twijfel en andere psychologische reflexen zoals gevoelens van frustratie bij hen oproepen over wie ze zijn (existentiële twijfel) en ontstaat een instabiel, negatief *zelfbeeld* (Buijs et al., 2006). Vanuit dit soort frustraties en onzekerheden gaan ze eerder op zoek naar een religieuze identiteit in de vorm van de radicale islam (Buijs et al., 2006). Slootman en Tillie (2006, p. 57) merken hierover op: "De islam als godsdienst wordt geherwaardeerd en krijgt steeds meer betekenis als een markering van identiteit. Deze versterking van de moslimidentiteit vervult de behoefte aan binding en acceptatie: het biedt houvast en het is een bron van zelfvertrouwen en daaruit kan zelfs een gevoel van superioriteit voortkomen ten aanzien van diegenen (niet-moslims) door wie men zich achtergesteld voelt."

Hiermee haakt identiteit in op twee andere nauw verbonden aspecten, namelijk *cognitie* en *emotie* (Van Stekelenburg & Klandermans, 2007). Hierbij gaat het om sociale vergelijkingen die allochtone jongeren met autochtonen maken en waaruit gevoelens van deprivatie en negatieve emoties voortkomen. Die elementen kunnen uiteindelijk zorgen voor een versterking van bijvoorbeeld de religieuze identiteit en het nadrukkelijker denken in *wij* tegenover *zij*.

Bij *cognitie* gaat het om hoe mensen de omringende sociale wereld interpreteren, wat ze weten over de condities van de sociale groep waartoe ze zich rekenen en uiteindelijk hoe ze vervolgens reageren op hun sociale en politieke omgeving (Van Stekelenburg & Klandermans, 2007). Er is bijvoorbeeld een groeiend bewustzijn dat de eigen groep een gezamenlijk probleem heeft, een externe groep wordt als schuldige aangewezen voor het ontstaan van het probleem en er wordt om compensatie geroepen. In deze context worden in het conceptuele model de termen *deprivatie*, *uitsluiting* en *onzekerheid* geplaatst.

Existentiële twijfel die raakt aan de identiteit komt voort uit het gevoel bij een jongere dat hij niet bij de ene groep hoort en ook niet bij een andere; iemand voelt zich niet echt Marokkaan en ook geen Nederlander. Vaak zoeken jongeren daarom zingeving en houvast via een identiteit op basis van de islam. Naast een wankel identiteit hebben vooral veel hoogopgeleide allochtone jongeren last van zogenaamde relatieve deprivatie (Buijs et al., 2006). Ze hebben het gevoel dat ze ontzettend hun best doen voor een goede positie, maar dat ze qua stage- en arbeidsplaatsen niet dezelfde kansen als autochtonen krijgen. Ze voelen zich gediscrimineerd en 'tweederangs burgers'. Zulke percepties van



sociale buitensluiting kunnen een belangrijke rol spelen in hoe zij informatie uit media inschatten en oppikken.

Dit aspect wordt ook gereflecteerd in de variabele *perceived realism*. Deze variabele geeft aan hoeveel werkelijkheidsgehalte een mediagebruiker aan de media-inhoud toekent. Hoe hoger het realiteitsgehalte van de media-inhoud wordt ingeschat, des te makkelijker deze feiten later uit het geheugen kunnen worden opgeroepen (Busselle, 2001). Als iemand inschat dat de inhoud van het mediabericht ongeveer overeenkomt met zijn inschatting van de werkelijkheid, is het waarschijnlijker dat er meer waarde aan de informatie wordt toegekend (Konijn, van der Molen, & Van Nes, 2009). Perceived realism heeft dus betrekking op de manier waarop de informatie in de media wordt verwerkt, een zgn. procesvariabele. Naarmate de media-inhoud als meer realistisch wordt verwerkt, kan verwacht worden dat de kans op beïnvloeding navenant groter is.

Emoties hangen nauw samen met cognitie en identiteit. Het kan gaan om angst en woede omdat een moslim bijvoorbeeld voelt dat zijn geloof wordt bedreigd in onze westerse samenleving (Buijs et al., 2006) of frustratie over de positie op de arbeidsmarkt. Dit kan ervoor zorgen dat een jongere zich steeds meer terugtrekt binnen een groep op basis van religie, etniciteit of een ander verbindend element. Als de identificatie met de groep toeneemt, zal een individu (negatieve) gevoelens ten opzichte van de groep ook betrekken in de persoonlijke identiteit (Van Stekelenburg & Klandermans, 2007). Het begrip *sociale identiteit* of groepsidentificatie is uiteindelijk een belangrijk verbindend mechanisme tussen de constructen identiteit, cognitie en emotie. Onder invloed van conflicten kan de mate van identificatie met een groep worden versterkt. In toenemende mate gaat iemand dan in termen van een in- en outgroup denken (*wij vs zij*). Ook behandeld worden als minderheid draagt daaraan bij. Hoe sterker de identificatie met een bepaalde groep, des te meer gedeelde opvattingen, grieven en emoties uit de collectieve identiteit van de groep deel gaan uitmaken van de sociale identiteit van een individu (Van Stekelenburg & Klandermans, 2007).

Een voorbeeld: negatieve berichtgeving in de media over moslims als groep. Dit kan eerder persoonlijk worden aangetrokken als een jongere zich sterker verbonden voelt met zijn medegelovigen. Daarmee neemt ook de bereidheid toe om als lid van de groep deel te nemen aan collectieve acties om wat aan de als onterecht gepercipieerde situatie te doen. Uit onderzoek blijkt bijvoorbeeld dat jonge Marokkaanse islamieten meer dan andere groepen vinden dat het islamdebat 'te negatief wordt gevoerd' en ze willen ook meer dan gemiddeld iets aan dat negativisme doen (Slootman & Tillie, 2006). Volgens de onderzoekers komt dit omdat 'Marokkanen vaak het onderwerp zijn van negatieve berichtgeving'.

De invulling van de sociale identiteit op de religieuze of etnische as kan dus een indicator zijn voor de mate waarin een individu wordt geraakt of 'gemobiliseerd' door kritiek op de groep via de media, vanuit de politiek of de samenleving. Het is daarmee een belangrijk element om in onze survey op te nemen wanneer naar attitudes ten opzichte van politiek en maatschappij wordt gekeken.

2.4.3. Oordeelsvorming en radicaliserende attitudes

De vraag wat onder politieke en maatschappelijke menings- of oordeelsvorming verstaan moet worden is reeds aangestipt in hoofdstuk 1 van dit rapport. In de context van moslimjongeren en in het licht van de gebeurtenissen en mediaberichtgeving na de aanslagen van 9/11, is de link met radicalisering van de moslimjeugd en de rol van de media daarin snel gelegd. Echter, we constateerden dat voor een proces van radicalisering interactie kenmerkend is, met name hoe kenmerken van de ontvanger de interpretatie en doorwerking van mediaberichten kleuren. Met andere woorden, eventuele radicalisering en de ontwikkeling van gerelateerde attitudes (evt. onder invloed van de media) is niet zonder meer een topdown proces waarbij 'foute' (buitenlandse) media



een bepaalde groep in Nederland zouden besmetten. We bespraken reeds dat tal van factoren en wederzijdse beïnvloeding hier een rol spelen. Daarom richten we ons op mogelijke samenhangen tussen specifiek mediagebruik en bepaalde aan radicale opvattingen gerelateerde attitudes zonder uitspraken over causaliteit te doen.

Omdat het hier specifiek om moslimjongeren gaat en meningsvorming of attitudes ten aanzien van maatschappij en politiek, is het relevant opvattingen ten aanzien van de islam en het eventuele gebruik van geweld om (ideologische) doelen te bereiken, te bepalen. Hoewel radicalisering wellicht te sterk is uitgedrukt, en het proces van radicalisering tamelijk complex is en er vele stappen aan vooraf gaan (Buijs, Demant, & Hamdy, 2006; Slootman & Tillie, 2006) is het wel relevant om de beschikbare literatuur hierover de revue te laten passeren om te bepalen hoe die attitudes onder moslimjongeren er dan uit zouden kunnen zien, en welke relevant zijn om te bevragen in relatie tot hun mediagebruik.

Wanneer het gaat over politieke en maatschappelijke meningsvorming van moslimjongeren in relatie tot hun mediagebruik, dan hebben we het meer specifiek over processen voorafgaand aan radicaliserende attitudes waarin extreme standpunten verkondigd worden. Mogelijke radicalisering is een proces met meerdere fasen en afhankelijk van sociale factoren, die zich wellicht vertalen in een optelsom van attitudes over politiek, journalistiek en overige aspecten van de maatschappij. De media kunnen daarin een belangrijke rol spelen, zeker onder moslimjongeren gezien het toenemende belang van de media in de sociale wereld van jongeren (Buijs et al., 2006; Konijn & Nije Bijvank, 2009).

In het driedelige radicaliseringsmodel van Buijs, Demant & Hamdy, (2006) kan een wantrouwende houding ten opzichte van media, politiek en autochtonen al een zekere mate van ‘verwijdering van de samenleving’ betekenen. De onderzoekers zien dit als eerste stap in een eventueel radicaliseringsproces, de zogenaamde *vertrouwensbreuk*. Het onderzoek van Buijs et al. (2006) laat zien dat ook de democratisch actieve moslimjongeren in hun onderzoek in meerderheid de journalistieke media wantrouwen.

In de volgende fase is die van het *legitimiteitconflict*. Niet alleen het beleid maar ook het politieke systeem als geheel wordt in twijfel getrokken. Volgens Buijs et al. (2006) volgt dat als antwoord op woede over hoe de overheid reageert of uit teleurstelling over het eigen falen.

Het laatste stadium is de *legitimiteitscrisis*. Iemand zondert zich dan helemaal af, ziet zichzelf als een strijder tegen het kwaad. De kritiek op de maatschappij ‘verplaatst zich naar de personen die ermee verbonden zijn’. Geweld wordt niet geschuwd in deze laatste fase van het radicaliseringsmodel. Radicalisering benadrukt de groeiende bereidheid tot het plegen van ongewenste, gewelddadige gedragingen en daden. Hoewel radicalisme en extremisme als twee verschillende begrippen kunnen worden gezien, wordt extremisme opgevat als het eindpunt van een proces van radicalisering (Buijs et al., 2006). Het bepalen van attitudes ten aanzien van het gebruik van geweld kan daarmee een indicatie vormen voor een proces van radicalisering.

Volgens Slootman en Tillie (2006) zijn er uiteindelijk twee centrale ‘aangrijpingspunten’ die moslimjongeren eventueel ontvankelijk maken voor eventuele radicalisering. Namelijk een zeer orthodoxe invulling van de godsdienst en het zien van de islam als politiek strijdpunt omdat in de maatschappij slecht zou worden omgegaan met moslims. Beide onderzoekers benadrukken dat iemand die orthodox is niet per se radicaal is of wordt! Wel lopen jongeren die een orthodoxe geloofsvisie combineren met de islam als politiek strijdpunt een verhoogd risico om te radicaliseren.



Het bepalen van attitudes ten aanzien van de islam, naast de mate van orthodoxie van het geloof, is daarmee eveneens relevant.

Bovendien zijn politiek wantrouwen, maar ook een sterk ‘dichotoom wereldbeeld’ – ofwel denken in *wij* tegenover *zij* – en het verlangen naar een ideale (islamitische) samenleving, secundaire factoren volgens Sloodman en Tillie (2006). Tot slot vestigen zij de aandacht op enkele relevante persoonskenmerken: de leeftijd ligt tussen de 16 en 18 jaar, een middelbaar opleidingsniveau, sterke verbondenheid met de etnische groep, sterke perceptie van discriminatie, groot politiek wantrouwen en sociaal isolement. Al deze aspecten dienen derhalve meegenomen te worden in ons survey onderzoek.

Samenvattend, wanneer het gaat over politieke en maatschappelijke meningsvorming van moslimjongeren onder invloed van de media, dan hebben we het meer specifiek over processen gerelateerd aan radicalisering waarin extreme standpunten verkondigd worden. Om eventuele relaties tussen het mediagebruik en de bedoelde meningsvorming onder moslimjongeren aan te kunnen geven, gaat het er dus vooral om attitudes ten aanzien van het gebruik van geweld en de islam te bepalen. We richten ons daarom op attitudes ten aanzien van (een groeiende bereidheid tot) het plegen van ongewenste, gewelddadige gedragingen en daden, alsook de attitude ten aanzien van de islam. Ook bepalen we de attitudes ten opzichte van de Nederlandse media en politiek, alsook de legitimering van Nederlandse autoriteiten.

Met bovenstaande is het voorstelbaar dat jongeren die zich achtergesteld voelen als moslim, worstelen met hun identiteit, zich sterk emotioneel betrokken voelen bij radicale helden in de media, en onzeker zijn, eerder vatbaar zijn voor beïnvloeding door extreme of radicale uitingen in bepaalde media die zij waarnemen als representatief voor de werkelijkheid. De doelgroep van onderhavig onderzoek, moslimjongeren, kan daarmee op voorhand gekarakteriseerd worden als een groep die in potentie vatbaar is voor (negatieve) invloed via de media, niet alleen al vanuit hun adolescent-zijn maar in het bijzonder ook vanuit hun moslim-zijn. Bovendien is het plausibel dat die vatbaarheid vooral tot uiting komt in politieke en maatschappelijke attitudes ten aanzien van hun islam-gerelateerde gedachtegoed. Radicalisering is wellicht te sterk uitgedrukt, maar gezien bovenstaande kunnen de media wel bijdragen in processen en attitudes die voorafgaan aan of gerelateerd zijn aan het proces van radicalisering.

Relevante literatuur om de specifieke attitudes middels een survey te bepalen wordt in het volgende hoofdstuk besproken. Over de relatie tussen attitudes en gedrag zijn de meningen in het wetenschappelijk debat verdeeld. Echter, attitudes worden betere voorspellers voor gedrag naarmate zij attitudes ten aanzien van *specifieke* gedragingen meten (Carabain, 2007; Fishbein & Azjen, 1975; Eagly & Chaiken, 1993). We richten ons daarom op specifieke attitudes t.a.v. de islam en het gebruik van ideologisch geweld in plaats van attitudes in het algemeen. Het samenstel aan factoren die in het bijzonder relevant zijn voor de bepaling van mogelijke beïnvloeding door de media onder de doelgroep moslimjongeren, monden uit in het theoretisch model dat als kader dient voor ons onderzoek.



2.5. Samenvattend theoretisch kader en model

Ter beantwoording van de eerste onderzoeksvraag werden eerdere rapportages over het mediagebruik van jongeren, in het bijzonder moslimjongeren, bestudeerd. Op basis daarvan kan geconcludeerd worden dat jongeren dynamische en intensieve multimedia gebruikers zijn en dat allochtone jongeren hierin niet (meer) achter lijken te blijven ten opzichte van autochtone jongeren. Op basis van de meest recente gegevens blijkt dat een aanvankelijke achterstand in het gebruik van Internet met rasse schreden werd ingehaald gedurende de laatste jaren. Daarmee is echter nog niets gezegd specifiek over de doelgroep moslimjongeren, maar gegeven het feit dat deze zich eerder onder de allochtone jongeren bevinden dan onder de autochtonen, lijkt dat voor moslimjongeren eveneens aannemelijk.

De tweede onderzoeksvraag betrof de vraag naar wat er vanuit de wetenschappelijke literatuur bekend is over de wijze waarop en de mate waarin het mediagebruik van jongeren, in het bijzonder moslimjongeren, hun politieke en maatschappelijke oordeelsvorming beïnvloedt. Voor wat betreft hun informatievoorziening ten aanzien van maatschappelijke, politieke en religieuze kwesties, lijken de jongeren in Nederland zich op allerlei mediabronnen te richten, zowel binnen- en buitenlandse media, als diverse typen media. Radio en tijdschriften lijken voor de jongeren primair een bron voor vermaak (muziek) te zijn. De tv, de krant, en internet worden frequent geraadpleegd. Daarmee is de eerste onderzoeksvraag naar wat er vanuit eerdere rapportages bekend is over het mediagebruik van moslimjongeren in het bijzonder beantwoord.

Het antwoord op de tweede onderzoeksvraag van het literatuuronderzoek, over wat er vanuit de wetenschappelijke literatuur bekend is over de relatie tussen het mediagebruik van jongeren, in het bijzonder moslimjongeren, en hun politieke en maatschappelijke meningsvorming, blijkt een tamelijk complex proces van meerdere factoren die op elkaar inspelen. Daarom moeten we met veel factoren rekening houden in het analyseren van het mediagebruik en de attitudevorming onder jongeren. Bij moslimjongeren spelen nog meer complicerende factoren mee, zoals de sterkte van hun religieuze of etnische identiteit en hun (gebrek aan) vertrouwen in Nederlandse nieuwsmedia, maatschappij en politiek. Bovendien is onderzoek naar deze specifieke groep versnipperd. Om beter inzicht te krijgen in hun mediagebruik en mogelijke relaties met hun attitudes, integreren we de bestaande concepten uit de literatuur die in dit hoofdstuk de revue zijn gepasseerd in één onderzoeksmodel.

Dit model of theoretisch kader vormt de basis voor het grootschalige vragenlijstonderzoek, dat in het volgende hoofdstuk wordt besproken. Hieronder presenteren we het algemeen theoretisch kader zoals dat op basis van het literatuuronderzoek in dit hoofdstuk naar voren komt, schematisch in een model. Dit theoretisch kader dient, in het verlengde van bovenstaande, als leidraad voor ons onderzoek ter beantwoording van de onderzoeksvragen in de hierna volgende hoofdstukken.

Concluderend zijn dus op grond van diverse studies complicerende factoren aan te wijzen voor moslimjongeren in vergelijking met (autochtone) niet-moslimjongeren. Naast hun eventuele behoefte aan media-inhoud uit het land waar de etnische wortels liggen (Mira Media, 2001; Stimuleringsfonds voor de Pers, 2007; Van Holst, 2006) zijn met name de vorming van hun etnische en religieuze identiteit elementen van hun persoonlijkheid waarop ingezoomd moet worden. Omdat ze opgroeien tussen hun etnische cultuur en de Nederlandse, worstelen

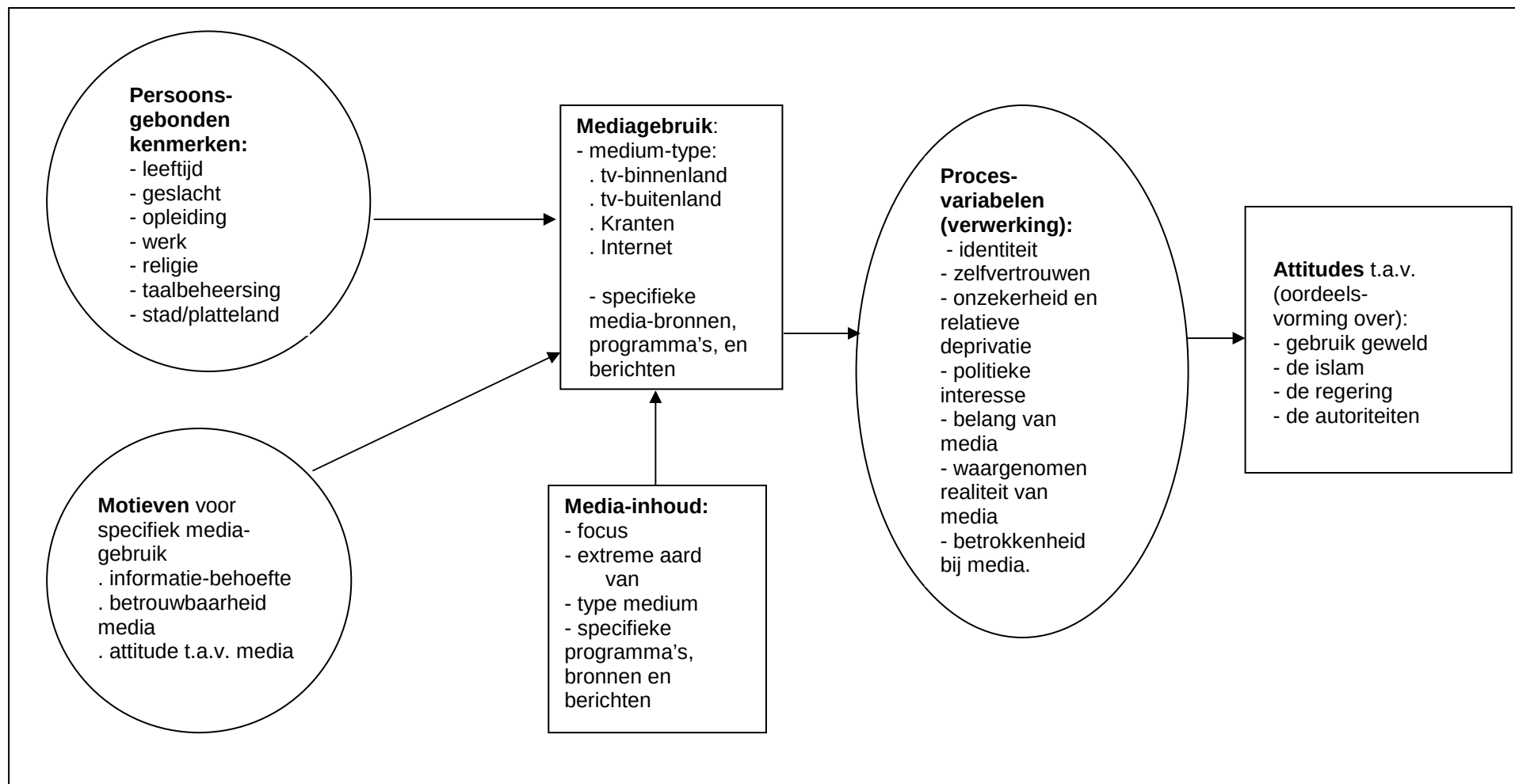


allochtone en moslimjongeren vaker met de vraag wie ze zijn (Buijs et al., 2006; Slootman & Tillie, 2006). Door deze existentiële twijfel of door relatieve deprivatie zijn ze gevoeliger voor beïnvloeding van buitenaf en daarmee eerder geneigd om zich van de samenleving af te keren en terug te trekken in groepen met ‘lotgenoten’ waarmee ze zich steeds sterker kunnen gaan identificeren. Hoe sterker de identificatie met de eigen groep, hoe sterker kritiek op de eigen groep wordt aangetrokken (Van Stekelenburg & Klandermans, 2007; Slootman & Tillie, 2006). Het gevolg hiervan kan een versterkt ‘wij/zij’-denken zijn (in een ‘ingroup’ en ‘outgroup’).

Zo wordt gesproken over een groeiend wantrouwen ten opzichte van de Nederlandse journalistieke media. Die zouden vooral na de aanslagen van 9/11 ‘negatief’, ‘bevooroordeeld’ en ‘eenzijdig’ over de islam en moslims berichtten (Buijs et al., 2006; d’Haenens, 2003; Mira Media, 2001; TNS NIPO, 2005; Van der Zwaluw, 2007). Daardoor zouden jonge moslims, volgens deze onderzoekers, *mainstream* Nederlandse nieuwsbronnen vaker links laten liggen en zich meer richten op buitenlandse informatiekkanalen en online discussiegemeenschappen. Niettemin is deze verhouding tot op heden niet echt hard gemaakt met cijfers. Wel zijn er enkele concrete voorbeelden in het nieuws te vinden van hoe collectieve frustraties en spanningen zich bij jonge allochtone individuen kunnen uiten en vertalen in redeneren in een in- en outgroup (Bijv. geïllustreerd in reportages en achtergronden uit dagbladen over de zaak van ‘de Marokkaanse tasjesdief’ die eind januari 2005 in de Amsterdamse Oosterparkbuurt omkwam, toen hij tijdens een vluchtpoging werd aangereden, *Volkskrant*, 18 januari 2005; recenter ook de rellen in Amsterdam-Slotervaart en Gouda). Uit de berichtgeving wordt duidelijk hoe de spanning tussen ‘wij’ Marokkanen versus ‘zij’ – de media, politiek en de rest van de Nederlandse samenleving – tijdelijk tot een kookpunt komt en nadrukkelijk wordt geprojecteerd in de berichtgeving. Waarschijnlijk geldt dit op vergelijkbare wijze voor moslimjongeren (die overigens in de media vaak genoeg met elkaar worden geassocieerd, zoals eerder beschreven).

Samenvattend, om mogelijke relaties tussen het mediagebruik en attitudes gerelateerd aan islam en radicalisering aan te kunnen geven, spelen meerdere factoren een rol, zoals persoonsgebonden kenmerken (ook wel demografische kenmerken) (par. 2.3.1). Ook procesvariabelen (par. 2.3.2), die een rol spelen in de manier waarop een mediabericht wordt verwerkt, zijn medebepalend voor de attitudes, zoals die ten aanzien van de islam en het gebruik van geweld voor bepaalde doelen (par. 2.3.3). De vele variabelen die van belang zijn in de relatie tussen het mediagebruik en de attitudes, zijn schematisch weergegeven in het theoretisch model in Figuur 2.1. De resultaten van het literatuuronderzoek en de bevindingen uit voorgaande relevante rapportages zoals schematisch weergegeven in dit theoretisch model, vormen de basis voor zowel het survey-onderzoek (fase 2) als de inhoudsanalyses (fase 3) en de verdiepende interviews (fase 4).





Figuur 2.1: Model over relevante factoren in het proces van mediabeïnvloeding (de pijlen betreffen een wisselwerking)



3. METHODOLOGISCHE VERANTWOORDING SURVEY: STEEKPROEFTREKKING, VRAGENLIJSTCONSTRUCTIE EN KENMERKEN RESPONDENTEN

3.1. Introductie

Onder de doelgroep jongeren in Nederland in de leeftijd 13 – 26 jaar werd een grootschalig vragenlijstonderzoek opgezet. Daarmee kon het huidige mediagebruik van jongeren in Nederland in kaart worden gebracht en konden we de mogelijke invloed ervan op de meningsvorming bepalen (de onderzoeksvragen 3 t/m 7). Om de doelgroep te kunnen bereiken en de representativiteit te verhogen werd de survey op drie verschillende wijzen uitgezet. Op deze manier kunnen de gegevens elkaar aanvullen, omdat het om zowel scholieren, schoolverlaters, als werkenden en werklozen gaat. In dit hoofdstuk zetten we uiteen hoe de steekproef is bepaald (par. 3.1) en hoe het verloop van de precieze steekproeftrekking was (par. 3.2). Daarna volgt de methodologische verantwoording van de inhoud van de vragenlijst en een gedetailleerde beschrijving ervan (par. 3.3). Vervolgens beschrijven we de concrete kenmerken van de deelnemende jongeren in de steekproef (par. 3.4). In het volgende hoofdstuk 4 volgt een met grafieken geïllustreerde beschrijving van de resultaten van het mediagebruik.

3.2. Steekproefkader

De leeftijdsspanne van de doelgroep is zo breed dat de deelnemers niet allemaal op dezelfde manier benaderd konden worden. De leeftijdsgroep 13 – 18 kan doorgaans wel op scholen worden gevonden (de scholieren), maar de groep ‘oudere jongeren’ van 18 – 26 jaar niet. Bovendien was er ten tijde van de uitvoering (voorjaar 2008) inmiddels zoveel media-aandacht voor de problematiek van moslimjongeren en allochtone jongeren, dat het onderwerp gevoelig was geworden voor sociaal wenselijke beantwoording en non-respons. Daarmee is de validiteit van het onderzoek in het geding. Om toch een zo breed mogelijke groep jongeren te bereiken, werden afzonderlijke steekproeven getrokken waar in grote lijnen vergelijkbare vragen aan werden voorgelegd.

3.2.1. Scholieren 13- 18 jaar

De groep scholieren in de leeftijd 13-18 jaar werd benaderd met behulp van een grootschalige survey op middelbare scholen. Om een brede afspiegeling van de middelbare scholen in Nederland in de steekproef te betrekken vertegenwoordigen de deelnemende scholen verschillende schooltypen en zijn gelokaliseerd in verschillende regio's. Al met al benaderden we zo'n 1600 middelbare scholieren met een uitgebreide vragenlijst. Gegeven ca 10% moslims in de Nederlandse bevolking (hoewel dit volgens bepaalde bronnen een overschatting zou zijn; het CBS rapporteert in 2007 bijv. een aandeel van 5% moslims in Nederland¹⁰), zou dit tot ongeveer 150 moslimjongeren in de steekproef kunnen leiden.¹¹

In de vragenlijst vroegen we naar het gebruik van een gevarieerd aanbod aan media, persoonsgebonden achtergrondvariabelen (bijv. opleiding), procesvariabelen (bijv. relatieve deprivatie), alsook geloofsgerelateerde vragen en de attitudevragen gericht op het peilen van de

¹⁰ CBS (2007). “Religie aan het begin van de 21e eeuw”, hoofdstuk 4 over het aantal islamieten in Nederland; www.cbs.nl.

¹¹ Aanvankelijk was een groep van 800 scholieren begroot, maar omdat dit niet tot voldoende moslimjongeren zou leiden voor statistische analyses, werd de groep deelnemende jongeren verdubbeld.

meningen en oordelen ten aanzien van ideologisch geweld en de islam (vgl. het theoretisch model in hoofdstuk 2).

3.2.2. Jongeren 18 – 26 jaar, online

Vooraf voor de groep jongeren van 18 tot 26 jaar was het erg lastig een willekeurige en voldoende grote groep jongeren bereid te vinden om de vragenlijst in te vullen. Een belangrijk probleem werd gevormd door het feit dat de doelgroep niet eenduidig is gelokaliseerd in tijd en plaats (bijv. niet op school, werkend of werkloos) en daardoor moeilijk bereikbaar. Mede vanwege de vele negatieve publiciteit in de media rondom allochtonen en moslimjongeren, ligt het onderwerp van het onderzoek gevoelig. Online onderzoek onder deze doelgroep is daarom zeer lastig en meestal nauwelijks betrouwbaar. Telefonisch onderzoek was niet geschikt omdat naar verwachting de meeste leden van de doelgroep geen vaste telefoonaansluiting zou hebben en vaak een geheim 06-nummer. We kozen er daarom voor om uit de populatie ‘oudere jongeren’ twee verschillende steekproeven te trekken. Eén via plaatsing van een weblink naar een survey op een relevante website, namelijk Marokko.nl (zie hieronder) en een steekproef via onderzoeksbureau Motivaction.

Onderzoeksbureau Motivaction te Amsterdam (www.Motivaction.nl) is o.a. bekend vanwege diens ervaring met marktonderzoek onder de zgn. Nieuwe Nederlanders. Motivaction heeft daartoe een database opgebouwd waarin, ten tijde van het onderzoek, ruim 10.000 respondenten participeerden, waaronder een grote groep allochtonen met verschillende opleidingsniveaus. Ook de doelgroep moslimjongeren tussen de 18 en 26 jaar is daarin voldoende vertegenwoordigd. De inhoud van de vragen werd zoveel mogelijk gelijk gehouden aan die van de survey onder de scholieren (13-18 jaar) en bevatte eveneens de eerder genoemde onderdelen (kenmerken respondenten en media, procesvariabelen, en attitude variabelen). Voor deze groep jongeren in de leeftijd van 18 tot 26 jaar kon geen aselechte steekproef worden getrokken. Daarom is voorzichtigheid bij de interpretatie van deze resultaten geboden.

3.2.3. Jongeren 18 – 26 jaar, specifieke doelgroep

De specifieke doelgroep moslimjongeren werd benaderd via de website Marokko.nl. Die telde ten tijde van het onderzoek 150.000 geregistreerde leden, waarvan een groot deel allochtoon en/of moslim. Op dit forum wordt intensief gediscussieerd over actuele gebeurtenissen en maatschappelijke ontwikkelingen. Met toestemming van de webbeheerder en tegen betaling, werd een link naar onze vragenlijst op de fora Marokko.nl en Maroc.nl geplaatst. De online discussiefora Marokko.nl en Maroc.nl worden door zeer veel islamgeoriënteerde, in Nederland wonende jongeren van Marokkaanse komaf en Marokkanen bezocht. Over deze groep was bovendien reeds het een en ander bekend via analyses van de inhoud van discussies op deze fora. Het was daarmee een gerichte benadering van de doelgroep. Gezien het aantal bezoekers van deze websites (van ruim 200.000 deelnemers in 2007 [Van der Zwaluw, 2007] naar miljoenen postings eind 2008), maar tevens in het licht van het onderwerp van ons onderzoek, verwachtten we via deze weg nog zo’n 200 moslimjongeren als respondenten te kunnen werven (tegen een aantrekkelijke beloning). Maar, ook hier geldt dat geen aselechte steekproef werd getrokken en voorzichtigheid bij de interpretatie van de resultaten geboden is.

De resultaten van beide surveys onder de 18-26-jarigen konden vervolgens met elkaar worden vergeleken op consistentie en betrouwbaarheid. Indien deze op relevante kenmerken vergelijkbaar bleken, konden de steekproeven worden samengevoegd om tot betrouwbaarder analyses te komen.

3.3. Methodologische verantwoording: Steekproeftrekking

Hieronder wordt in verkorte vorm verslag gedaan van de feitelijke steekproeftrekking tijdens het veldwerk¹². Het eerste deel van deze paragraaf betreft de beschrijving van de afname van vragenlijsten onder leerlingen van middelbare scholen (13 – 18 jaar). Het tweede deel van deze paragraaf gaat in op de dataverzameling onder de oudere jongeren (18 – 26 jaar) via Motivaction. Tot slot komt de dataverzameling via Marrokko.nl aan de orde.

3.3.1. Steekproef onder scholieren (13 – 18 jaar) via scholen

Het uitgangspunt voor de dataverzameling onder middelbare scholieren in het voorjaar van 2008 werd gevormd door een bestand met 48 scholen die eerder voor onderzoek van de VU benaderd werden (in 2005). Dit bestand werd destijds zorgvuldig samengesteld om een zo representatief mogelijke afspiegeling van middelbare scholen in Nederland te verkrijgen, gespreid over grote en middelgrote steden en kleinere gemeenten, en gespreid naar niveau (vmbo, havo, vwo) alsook naar regio (Noord, Zuid, Midden, e.d.). Bij aanvang van het huidige onderzoek bleek een aantal van deze scholen echter niet meer bereikbaar voor dit onderzoek. Om deze reden hebben we nieuwe scholen benaderd die een zo goed mogelijke vervanging van de afgefallen scholen vormden. Vanwege een relatief geringe vertegenwoordiging van vmbo-scholen in het oorspronkelijke steekproefkader, is extra aandacht besteed aan werving onder vmbo-scholen. Immers, het merendeel van de schoolgaande jeugd zit op het vmbo.

Het streven was om op elke school van elk niveau meerdere klassen te ondervragen; minstens drie per school. Een uitzondering vormden categorale scholen (met één schoolniveau zoals hier onderscheiden), waarbij in elk geval meerdere klassen van één niveau werden bevraagd. Om het schoolniveau en het leerjaar van de klassen te bepalen werd de volgende procedure gevolgd.

Omdat het vroegere vbo en mavo zijn opgegaan in het vmbo en omdat veel schoolgemeenschappen in de onderbouw gemengde brugklassen hebben ingesteld, werden in dit onderzoek vier niveaus onderscheiden:

- vmbo (vmbo-theoretische leerweg, vmbo-basisberoepsgericht, vmbo-kaderberoepsgericht, vmbo-gemengd)
- havo/vwo (gemengde klassen in de onderbouw)
- havo
- vwo (vwo, atheneum en gymnasium)

Tijdens de dataverzameling kon niet in alle gevallen even duidelijk onderscheid gemaakt worden tussen de theoretische, de basisberoepsgerichte, de kaderberoepsgerichte en de gemengde leerweg, en tussen atheneum, vwo, en gymnasium. Leerlingen van de beroepsgerichte leerwegen binnen het vmbo en verschillende typen vwo-leerlingen zitten vaak door elkaar heen in dezelfde klas. In de onderbouw troffen we vaak gemengde havo/vwo-klassen aan. Met betrekking tot het vmbo gold verder dat op sommige scholen leerlingen uit de gemengde en theoretische leerweg door elkaar zitten of dat het onderscheid tussen beide leerwegen pas gemaakt wordt nadat de leerlingen eindexamen hebben gedaan. Op één school werd een compleet gemengde onderbouw aangeboden, dat betekent dat in de eerste twee klassen van de

¹² Eventueel is het uitgebreide verslag van het veldwerk opvraagbaar bij de opdrachtgever of auteurs.

onderbouw alle niveaus zijn opgenomen. Aan de leerlingen van deze klassen is gevraagd hun niveau op basis van hun CITO-score of overgangsadvisie te geven.

In onderstaande tabel 3.1 wordt een overzicht gegeven van het aantal klassen dat per niveau werd benaderd. In totaal werden 197 klassen benaderd. Het vmbo is in het onderzoek oververtegenwoordigd, omdat naar verhouding een groter aantal middelbare schoolleerlingen op het vmbo zit dan op het vwo.¹³ De non-respons in het vmbo is met name te wijten aan het verschil in leerlingen dat in de administratie per klas was opgenomen en het aantal leerlingen dat die dag werkelijk bij de les aanwezig was. Het verzuim op het vmbo bleek relatief groot. De VU-onderzoekers waren in vele gevallen zelf tijdens afname in de klas aanwezig om de respons te bevorderen.

Tabel 3.1: niveau en leerjaar van klassen in de dataverzameling

Niveau	leerjaren	aantal benaderde klassen	Aantal klassen respons
vmbo*	1,2,3	62	48
vmbo-t	1,2,3	26	26
Havo	1,2,3,4	46	42
havo/vwo**	1,2,3	17	16
Vwo	1,2,3,4,5	46	36
Totaal		197	168

* Inclusief de gemengde TKB-klassen

** Inclusief de gemengde THV-klassen

NB. Er zijn in het onderzoek geen eindexamenklassen betrokken.

Voor de verdeling van het aantal klassen per niveau en per regio werd uitgegaan van het aantal klassen dat ook daadwerkelijk bereikt werd. Het aantal klassen dat in de regio's Noord en Zuid werd bereikt, is kleiner dan in de overige regio's West en Oost. Dit houdt verband met de lagere bevolkingsdichtheid in deze regio's.¹⁴ Om de respons uit deze regio's te verhogen werden scholen toegevoegd uit onder andere de plaatsen Maastricht en Roermond (Zuid) en Emmen en Groningen (Noord). Een uitgebreid overzicht van de verdeling naar niveaus per regio is terug te vinden in het uitgebreide Verslag Veldwerk (via WODC of auteurs van dit rapport).

In het huidige onderzoek werd een spreiding in Nederlandse middelbare scholen aangehouden over meerdere middelgrote en grote steden alsook enkele kleinere gemeenten. De scholengemeenschappen in met name de (middelgrote) steden vervullen veelal een regiofunctie en representeren daarmee leerlingen van relatief grote omliggende gebieden (inclusief kleinere gemeenten). In tabel 3.2 is de spreiding van scholen over de geselecteerde steden en gemeenten weergegeven. In het onderzoek werden 5 grote steden betrokken, t.w. Amsterdam, Rotterdam, Utrecht, Maastricht, en Groningen; 11 middelgrote steden: Haarlem, Alkmaar, Delft, Leiden, Gouda, Amersfoort, Enschede, Nijmegen, Zwolle, Emmen, en Roermond; en 3 kleinere

¹³ http://nl.wikipedia.org/wiki/Voorbereidend_Middelbaar_Beroepsonderwijs (d.d. 15 april 2008). Zie ook Gijsberts en Herweijer (2007), "SCP Jaarrapport Integratie", hoofdstuk 5 (p. 113) waarin een verdeling van leerlingen in leerjaar 3 van het voortgezet onderwijs is opgenomen. Daaruit blijkt dat niet meer dan 20% Turkse en Marokkaanse jongeren havo/vwo volgt; www.scp.nl.

In ons databestand kan naar behoefte worden geselecteerd voor vergelijkende analyses, omdat elk schooltype in voldoende mate is vertegenwoordigd.

¹⁴ Zie overzichten van het Ruimtelijk Planbureau op www.ruimtelijkplanbureau.nl

gemeenten: Emmeloord, Weert, en Twello. Op de meeste scholen die geselecteerd werden voor het huidige onderzoek, wordt op meerdere niveaus lesgegeven. Dit verklaart het feit dat het totaal van bereikte niveaus hoger is dan het totaal aantal scholen. Voor een uitgebreid overzicht van de spreiding per regio en stad, zie het uitgebreide Verslag Veldwerk (via WODC of auteurs van dit rapport).

Tabel 3.2: Aantal scholen, uitgezet naar stadsgrootte/gemeente en type onderwijs

	aantal	aantal scholen	vwo	havo	vmbo
<i>grote steden</i>	5	9	6	4	6
Amsterdam, Rotterdam, Utrecht, Maastricht, Groningen					
<i>middelgrote steden</i>	11	20	12	11	17
Haarlem, Alkmaar, Delft, Leiden, Gouda, Amersfoort, Enschede, Nijmegen, Zwolle, Emmen, Roermond					
<i>kleine gemeenten</i>	3	3	1	1	3
Emmeloord, Weert, Twello					
Totaal	19	32	19	16	26

Werkwijze uitvoering werkzaamheden

De 32 scholen in de steekproef zijn in eerste instantie telefonisch benaderd (periode april-juni 2008). Na algemene toestemming, werd in een tweede belronde de contactpersoon benaderd. Wanneer deze akkoord was met deelname aan het onderzoek, werd een brief met nadere toelichting gestuurd naar de locatiedirectie en de contactpersoon. In de introductiebrief werd ook aangekondigd dat de contactpersoon nogmaals telefonisch benaderd zou worden voor het maken van concrete afspraken voor de afname van de vragenlijst op school.

Zoveel mogelijk werd geprobeerd de vragenlijsten onder toezicht van de onderzoekers van de VU ter plaatse in te laten vullen om zo de respons te verbeteren. De VU-medewerkers hebben de scholen bezocht in de periode april tot en met juni 2008. Door een korte, gestandaardiseerde introductie door een van de onderzoekers werd de betrokkenheid van de docenten en de leerlingen bij het onderzoek vergroot. Ook werd het belang van deelname en een anonieme beantwoording benadrukt. Verder bleven de onderzoekers tijdens de afname aanwezig om eventuele vragen te beantwoorden en toe te zien op een juiste afname van de vragenlijsten. Sommige scholen verzochten nadrukkelijk zelf de afname op een voor hen geschikt moment te kunnen doen. Op die scholen werden de vragenlijsten afgeleverd in TNT-dozen, gesorteerd naar klas (d.w.z., per klas 1 doos) voorzien van retouradres en gratis antwoordnummer van de VU, zodat de scholen deze eenvoudig zelf terug konden sturen zodra een klas de lijsten had ingevuld. Iedere doos bevatte het benodigde aantal vragenlijsten per klas (plus een paar extra lijsten), een pakket brieven voor de ouders van de leerlingen, en een gedetailleerde instructie voor de docent.

De ouders/verzorgers van de leerlingen werden middels een brief over het onderzoek geïnformeerd. Naast informatie over het onderzoek zelf, werden de ouders in de brief in de gelegenheid gesteld om bezwaar te maken en hun zoon/ dochter van deelname uit te sluiten. In totaal zijn er slechts drie bezwaren binnen gekomen. De gegevens van betreffende leerlingen zijn uitgesloten van deelname in het onderzoek.

Respons

Van de 197 klassen waarvan was toegezegd de vragenlijsten te kunnen afnemen, werd uiteindelijk van 168 klassen (85%) respons ontvangen. Een overzicht van de respons is weergegeven in Tabel 3.3. Bij elf klassen was er sprake van non-respons. In alle gevallen van non-respons werd als belangrijkste reden aangegeven dat er wegens de eindexamenperiode te grote drukte op school heerste, en dat er daarmee samenhangend roosterwijzigingen plaatsvonden of anderszins lesuren bleken uit te vallen, of de periode in zijn algemeen te rommelig was om vragenlijsten af te nemen. Vier TNT-dozen met *ingevulde* vragenlijsten zijn in de post kwijt geraakt.¹⁵

Tabel 3.3: Respons over leerlingen per niveau

	1 ^e klas	2 ^e Klas	3 ^e Klas	4 ^e klas	5 ^e klas	6 ^e klas	klas onbekend	totaal
vmbo-leerlingen	157	156	280	-	-	-	-	593
havo-leerlingen	87	107	72	212	-	-	-	478
havo/vwo-leerlingen	85	25	26	27	-	-	-	163
vwo-leerlingen	31	57	50	104	110	11	-	363
niveau onbekend	-	-	-	-	-	-	-	-
Totaal	360	345	428	343	110	11	-	1597

Bij het havo en het vwo valt op dat de 4-havo en 4 en 5-vwo klassen hoog scoren in de respons. Net als voor vmbo-3 gold dat voor deze klassen de Culturele en Kunstvakken (CKV) zijn opgenomen in het onderwijspakket en wij werden doorverwezen naar de CKV- coördinator. In bijna alle gevallen was het lastig om ook de onderbouw te benaderen via de CKV-coördinator en werd in veel gevallen een beroep gedaan op een docent van de sectie ICT (Informatie en Communicatie Technologie) of een docent Nederlands.

In tabel 3.4 wordt onderscheid gemaakt naar sekse en leeftijd van de respondenten. Er deden over het algemeen meer meisjes dan jongens mee aan het onderzoek. De meisjes zijn gemiddeld genomen iets jonger dan de jongens.

Tabel 3.4: Aantal ingevulde vragenlijsten naar sekse en leeftijd

		gemiddelde leeftijd	standaarddeviatie
Jongens	760	14,75	1,49
Meisjes	819	14,61	1,38
Sekse onbekend	18	15,00	-
Totaal	1597	14,68	1,43

Al met al is een procedure gevolgd om tot een zo goed mogelijke afspiegeling van de populatie jongeren in de leeftijd 13 – 18 jaar te komen. Garanties voor de representativiteit van de doelgroep moslimjongeren geeft dit echter niet, omdat deze groep zo specifiek is dat daarvoor de vergelijkingsgegevens ontbreken.

¹⁵ De scholen verzekerden ons deze naar ons te hebben opgestuurd.



3.3.2. Steekproef onder jongeren (18 – 26 jaar) via panel Mixxit van Motivaction

Via onderzoeksbureau Motivaction konden we een grote groep respondenten in de doelgroep benaderen, te weten moslimjongeren van 18 tot 26 jaar van diverse nationaliteiten. In hun online panel genaamd *Mixxit* zaten op dat moment ruim tienduizend mensen, waaronder een grote groep die tot onze doelgroep behoort. Het panel wordt voortdurend verversd en uitgebreid. De respondenten voor *Mixxit* worden veelal offline geworven. Uit dit panel wordt door Motivaction een steeds wisselende steekproef getrokken. Verder worden de data voortdurend gefilterd op antwoordpatronen. Als iemand onwaarschijnlijk snel de lijst invult of systematisch dezelfde antwoordcategorieën aankruist, worden de gegevens van deze respondent uit de dataset verwijderd. Bovendien wordt de steekproef steeds afgezet tegen een gemiddeld profiel van de doelgroep om zo een beeld van de representativiteit te krijgen. Echter, voor moslimjongeren was dit profiel niet bekend ten tijde van het onderzoek.

De responsrate van elk onderzoek is mede afhankelijk van het onderwerp; hoe gevoeliger het onderwerp, hoe lager de respons. Ook de lengte van de vragenlijst draagt bij aan de responsrate; online kan slechts een zeer beperkt aantal vragen gesteld worden voordat respondenten zich vervelen en verder surfen. Met ons gevoelig liggende onderwerp onder moslimjongeren en de uitgebreidheid van het aantal vragen moesten we rekening houden met een relatief lage responsrate. Om de non-respons nog enigszins tegen te gaan, hebben we de vragenlijst vooral gekaderd als een onderzoek naar mediagebruik onder jongeren.

Voor het huidige onderzoek werden twee steekproeven in *Mixxit* bepaald. Enerzijds werd geselecteerd op de kenmerken ‘niet-moslim’ en ‘Nederlandse jongeren van 18 - 26 jaar (geboortjaar 1982-1989)’. Anderzijds op ‘Moslim’ en ‘Turkse, Marokkaanse of Indonesische nationaliteit (geboortjaar 1982-1989)’. Aan de respondenten in deze steekproeven werd een vragenlijst voorgelegd die was afgeleid van de uitgebreide vragenlijst voor de leerlingen van middelbare scholen (separaat beschikbaar als pdf via de opdrachtgever of projectleider). De dataverzameling via *Mixxit* liep van eind mei tot eind juli 2008.

In totaal hebben 744 respondenten aan het survey-onderzoek via *Mixxit* deelgenomen, waarvan 189 moslimjongeren. De gemiddelde leeftijd was 22,5 en er deden ruim twee keer zoveel vrouwen als mannen mee (zie tabel 3.5). Op zichzelf is het niet verwonderlijk dat de respons hier beperkt blijft gezien het percentage moslims in Nederland.¹⁶

Tabel 3.5: Aantal ingevulde vragenlijsten via Mixxit naar sekse en leeftijd

		gemiddelde leeftijd	standaarddeviatie
Man	225	22,71	2,36
Vrouw	519	22,41	2,31
seks onbekend	-	-	-
Totaal	744	22,50	2,32

3.3.3. Steekproef onder jongeren (18 – 26 jaar), online via Marokko.nl

De website Marokko.nl is een product van het mediabedrijf *MarokkoMedia*.¹⁷ Van de 50.000 unieke bezoekers per dag ten tijde van het onderzoek, was 85% allochtoon en 11% afkomstig uit

¹⁶ Zie bijv.: http://amsterdam.nl/stad_in_beeld/feiten_cijfers?ActItemId=98197 of [http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=70086NED&D1=0-5,15&D2=\(1-11\)-1&HD=080821-1515&HDR=T&STB=G1](http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=70086NED&D1=0-5,15&D2=(1-11)-1&HD=080821-1515&HDR=T&STB=G1)

¹⁷ <http://marokkomedia.nl/index.php?nav=static&pagina=Advertentiecampagnes>

Amsterdam. Marokko.nl biedt een forum aan waarop leden reageren op actuele gebeurtenissen, publicaties en maatschappelijke ontwikkelingen. Er vonden destijds, april 2008, op Marokko.nl 1500 nieuwe discussies per dag plaats, met dagelijks 40.000 nieuwe reacties.

Met behulp van de VU software *Examine* (<https://examine.vu.nl/> ; ontwikkelaar dr. P. Roelofsma, VU) werd dezelfde vragenlijst die we voor het panel Mixxit ontwikkelden, omgezet naar een online vragenlijst die via de VU-server op het web toegankelijk werd gemaakt. Op Marokko.nl werd een banner geplaatst naar het online onderzoek. Hiertoe werd een ‘full banner’ afgenomen bij Marokko Media. Respondenten konden een bol.com waardebon verdienen als zij meededen aan het onderzoek. Het invullen van de online vragenlijst nam ongeveer 10 minuten in beslag en kon anoniem worden gedaan. Er werd in totaal 1047 keer op de banner geklikt. Maar, in totaal vulden slechts 44 mensen in de leeftijdscategorie 14-26 de gehele vragenlijst in. Hiervan hebben 43 respondenten aangegeven moslim te zijn.

Achteraf is gebleken dat dit medium niet aan de verwachtingen voldeed voor het werven van respondenten. Een mogelijke verklaring hiervoor kan zijn dat de uiting niet opvallend of aantrekkelijk genoeg was. De geplaatste uiting (link op website) werd door MarokkoMedia gemaakt. Ondanks hun uitgebreide ervaring met banners, werkte hij niet voldoende. Halverwege werd de uiting aangepast en is van de banner een button gemaakt om de toegang tot het onderzoek eenvoudiger en aantrekkelijker te maken. Verder bleek tijdens de looptijd dat de banner niet altijd goed te zien was (het plaatje laadde niet). MarokkoMedia heeft de verloren vertoningen van de banner gecompenseerd, waardoor alsnog het afgesproken aantal vertoningen gehaald is. Een mogelijk derde beperking was de introductie (eerste pagina) van de online vragenlijst: na het inzien van de introductie klikten de meeste bezoekers de vragenlijst weg. De introductie werd halverwege aangepast naar een beduidend kortere versie, maar ook dit had niet het gewenste resultaat. Het helemaal verwijderen van de introductiepagina staat *Examine* niet toe. Banners zijn door het gebrek aan gerichtheid mogelijk geen geschikte methode om mensen te werven voor een online onderzoek. Dit had tot gevolg dat de respons niet voldoende was om betrouwbare statistische analyses te kunnen uitvoeren over de data. We presenteren over deze steekproef dan ook geen resultaten.

3.4. Methodologische verantwoording van de vragenlijstconstructie

In het licht van de onderzoeksvragen (hoofdstuk 1) en op grond van de resultaten van het literatuuronderzoek (hoofdstuk 2), werden de variabelen bepaald die opgenomen werden in de vragenlijst, rekening houdend met de specifieke doelgroep. Hieronder bespreken we de per onderdeel gerelateerde vragen en variabelen en hoe deze werden geoperationaliseerd in de uiteindelijke vragenlijst. De onderdelen die worden besproken verwijzen terug naar de relevante literatuur in vorig hoofdstuk. Aan de orde komen kenmerken van de media, kenmerken van de jongeren, de procesvariabelen en de attitudes. De volgorde van de vragen in de vragenlijst volgt in grote lijnen het onderstaande, maar wijkt daar soms ook van af (om diverse redenen, zoals variatie in de bevraging en het vermijden van onbedoelde beïnvloeding).¹⁸ Nadrukkelijk zijn alle vragen gericht op het zoekgedrag in de media naar informatie over politiek, geloof of nieuws. De vragenlijst was getiteld “Vragenlijst: Jongeren over de Media”. In de instructie stond duidelijk dat het invullen van de vragen anoniem was en dat niemand ergens zijn/haar naam moest opschrijven. Hieronder wordt ook aangegeven of de vragen voor beide groepen zijn

¹⁸ De definitieve versie van de vragenlijst, voor beide leeftijdsgroepen, is separaat beschikbaar via de opdrachtgever of de auteurs.

bevraagd of enkel voor de scholieren. Zoals gezegd, moest de online vragenlijst voor de oudere jongeren sterk worden ingekort.

3.4.1. Kenmerken media

Om het mediagebruik te inventariseren, gericht op het gebruik van media voor informatie over politiek, geloof of nieuws, hebben we de volgende typen media onderscheiden:

- Televisie, zowel binnen- als buitenlandse tv
- Krant, zowel binnen- als buitenlandse kranten
- Internet, zowel binnen- als buitenlandse websites
- Games (bijv. online, PC, diverse consoles) (alleen onder de scholieren).¹⁹

Vanwege de veelheid aan programma's, websites, games en kranten, besloten we om de radio achterwege te laten. Uit de resultaten in vorig hoofdstuk bleek dat de radio door onze doelgroep vooral voor het luisteren naar muziek werd gebruikt en minder voor de informatievoorziening.

Binnen elk type medium, werd vervolgens onderscheid gemaakt in specifieke programma's, websites en kranten:

- specifieke tv-programma's
 - o Binnenlands (bijv. NOS-journaal, RTL-nieuws, NOVA, Den Haag Vandaag, etc.)
 - o Buitenlands (bijv. BBC World, STAR tv: Haber, AL-Jazeera: Ma wara al-khabar)
- bepaalde bezochte websites,
 - o Binnenlands (bijv. Telegraaf.nl, Geenstijl.nl, etc.)
 - o Marokkaans, d.w.z. op Marokkaanse doelgroepen gerichte websites (bijv. Marokko.nl, yasmina.nl)
 - o Turks, d.w.z. op Turkse doelgroepen gerichte websites (bijv. turksnieuws.nl, lokum.nl)
- open vraag naar gespeelde games (bijv. America's Army, World of Warcraft)
- specifieke kranten (bijv. Metro, Spits!, Brabants Dagblad, etc.)

Vooraf zijn programma's, websites en kranten geselecteerd op relevantie voor informatie over nieuws, achtergrondinformatie, en religieuze berichtgeving op basis van de eerdere rapportages naar het mediagebruik van (allochtone) jongeren (zie voorgaand hoofdstuk). Aanvullende bronnen werden geraadpleegd om nog enkele relevante (buitenlandse) programma's, sites en kranten toe te voegen. Bovendien kende elke mediavraag de optie zelf een programma, site of krant toe te voegen en de mate van het gebruik hiervan aan te geven.

Voor de buitenlandse programma's werd gebruik gemaakt van routing. Gezien de aard van de vraagstelling, gericht op de politieke en maatschappelijke oordeelsvorming van jongeren, is een inperking aangebracht naar vooral nieuws en informatieprogramma's, kranten, en websites. De mediavragen zijn daarom telkens expliciet geformuleerd als "Wanneer je iets wilt weten over politiek, geloof of nieuws, naar welke [binnenlandse tv-programma's] kijk je dan?" De tekst tussen [...] varieerde naar gelang de vraag.

Door naar 'de mate van' het gebruik te vragen, kon zowel de *frequentie* van het mediagebruik worden bepaald (bijv. hoeveel respondenten lezen überhaupt een krant?) als de mate waarin, de *intensiteit* van het gebruik (bijv. als er al kranten gelezen worden, in welke mate

¹⁹ Games werden toegevoegd omdat deze in een hedendaagse vragenlijst naar mediagebruik niet kunnen ontbreken en omdat in de wetenschappelijk literatuur een link wordt gelegd tussen het veelvuldig spelen van gewelddadige videogames en agressie.

doen zij dat dan?). Slechts zo nu en dan of heel geregeld? Bij elke mediavraag stond de volgende toelichting: "Geef bij elk programma aan hoe vaak je dit kijkt, en of je het programma belangrijk vindt." Bij elke mediabron (tv-programma, website of krant) werd gevraagd aan te geven of deze 1) bijna nooit, 2) regelmatig, of 3) vaak werd geraadpleegd. Een voorbeeld van een deel van een mediavraag uit de vragenlijst is:

1. Wanneer je iets wilt weten over politiek, geloof of nieuws, naar welke binnenlandse tv programma's kijk je dan? Geef bij elk programma aan hoe vaak je dit kijkt, en of je het programma belangrijk vindt.

	Ik kijk dit programma...			Zet een kruisje bij de TV programma's die je belangrijk vindt
	(bijna) nooit	soms	vaak	
NOS Journaal	☐	☐	☐	☐
RTL Nieuws	☐	☐	☐	☐
RTL Z	☐	☐	☐	☐
Jeugdjournaal	☐	☐	☐	☐
Den Haag Vandaag	☐	☐	☐	☐
[...]				
Anders (vul in):	☐	☐	☐	☐
Anders (vul in):	☐	☐	☐	☐

Bij de vragen naar het Internetgebruik werd tevens gevraagd waarvoor het internet gebruikt werd met daarbij de optie om verschillende doelen aan te vinken. Deze vraag was gebaseerd op onderzoek van het Sociaal Cultureel Planbureau (SCP; de Haan & Duimel, 2006: Jongeren en Cultuur) en enigszins aangepast, om de functie van het internetgebruik te achterhalen alsook eventuele *behoefte aan landspecifieke inhoud*. Tezamen waren er in deze categorie 14 items, zoals informatie zoeken over de situatie in Irak, over (huis)dieren*, over (de film van) Wilders, over dagjes uit in Nederland*, en over het land van herkomst. Bepaalde items werden opgenomen om variatie in het aanbod van inhoud van het zoekgedrag op internet te creëren (hier aangegeven met een *), en items aan te bieden die ook over iets anders kunnen gaan dan moslim-gerelateerde kwesties. De vragen moesten immers relevant zijn voor de groep jongeren als geheel.

3.4.2. Kenmerken jongeren

Op het voorblad van de vragenlijst werd (vooraf) door de onderzoekers de naam van de school, de plaats en de klas (specifieke code voor schooltype en leerjaar; bijv. VMBO-th-2) van afname ingevuld. De wijze van bevraging van de achtergrondkenmerken werd hoofdzakelijk overgenomen uit gangbare onderzoeksrapporten zoals die van het Sociaal Cultureel Planbureau (SCP; zie ook voorgaand hoofdstuk).

- *Leeftijd/ geslacht*

Halverwege de vragenlijst werd respondenten gevraagd hun leeftijd in jaren en geslacht aan te geven.

- *Opleiding/ werk*

Bij de scholieren werd slechts naar het hebben van een (bij)baantje gevraagd. Ook werd gevraagd naar de hoogst afgemaakte opleidingen van de ouders en het al dan geen werk hebben van elk van beide ouders. Onder de oudere jongeren (18 – 26 jaar) is het hebben van werk relevanter en werd er specifiek naar gevraagd (zowel naar beroepsgroepen, bijv. verpleging, als naar functie, bijv. leidinggevende; zie details in resultaten hierna). Het al dan niet hebben van werk kan tevens een indicatie geven voor de evt. ervaren sociale achterstand.

- *Stad/ platteland* werd gevraagd middels de postcode.

- De *etnische achtergrond* van de jongeren werd o.a. bevraagd door te vragen naar het geboorteland van de respondent zelf, alsook diens vader en moeder. Maar ook middels de vraag “Ik voel mij voornamelijk... “ met daarachter diverse nationaliteiten (+ eigen invuloptie) om aan te kruisen. Bovendien werd er gevraagd welke talen er bij de respondent thuis vaak gesproken worden.

- *Religieuze identiteit*

Om de religieuze identiteit van de respondent te achterhalen werd gevraagd naar het eigen geloof, alsook dat van elk van de ouders (op $\frac{3}{4}$ van de vragenlijst geplaatst). Elders in de vragenlijst werd ook gevraagd naar speciale wensen om de maaltijden te gebruiken. Daarbij was een voorkeur voor halal eten een indicator van moslimidentiteit. Bovendien werd gevraagd hoe belangrijk het geloof is voor de respondent en of hij/zij het eigen geloof beter vindt dan andere geloven.²⁰ Ook werd gevraagd “Hoe vaak ga je naar een gebedshuis (bijv. kerk/moskee/tempel)”; en of hij/zij ook thuis bidt. Bovendien werd gevraagd of vrienden hetzelfde geloof hebben als de respondent (vgl. sociale identiteit; par. 2.4.2).

3.4.3. Procesvariabelen

Uit het literatuuroverzicht en reeds beschikbaar onderzoek onder de doelgroep (hoofdstuk 2), bleek dat in het proces van mediagebruik en mediabeïnvloeding tal van overige variabelen mede een verklarende rol spelen.²¹ Deze variabelen duiden wij aan met de overkoepelende term procesvariabelen. Bij de scholieren, 13 – 18 jaar, werden alle onderstaande procesvariabelen bevraagd. In de online versie voor de oudere jongeren (18 – 26 jaar via Mixxit), werden van de procesvariabelen slechts de relatieve deprivatievragen opgenomen.

- De bepaling van *stabiliteit van de persoonlijke identiteit* werd ingeleid met “De volgende uitspraken gaan over hoe je jezelf ziet.” Gevolgd door 5 items zoals “Ik weet heel goed wat voor persoon ik ben” en “Ik heb wel eens het gevoel dat ik tussen twee culturen leef”. Elk item werd

²⁰ gebaseerd op Slootman en Tillie, 2006, als indicatie voor orthodoxie.

²¹ Zowel modererende als mediërende variabelen spelen een rol in het proces van mediabeïnvloeding. Om de complexiteit van dit onderzoek enigszins te beperken gaan we hier in dit onderzoek niet nader op in (zie evt. Baron & Kenny, 1986).

gevolgd door een 5-punts antwoordschaal, oplopend van ‘helemaal niet mee eens’ tot ‘helemaal mee eens’.

- De bepaling van het *zelfvertrouwen* werd ingeleid met “De volgende uitspraken gaan over wat je van jezelf vindt.” Gevolgd door 4 items zoals “Over het geheel genomen ben ik tevreden met mezelf” en “Over het algemeen kan ik dingen net zo goed als anderen” (gebaseerd op de veelgebruikte schaal van Rosenberg, 1965). Elk item werd gevolgd door een 5-punts antwoordschaal, oplopend van ‘helemaal niet mee eens’ tot ‘helemaal mee eens’.
- *Relatieve deprivatie* of vermeende achterstelling en onzekerheid werd gevraagd als “De volgende uitspraken gaan over jouw mening en toekomstbeeld.” Daarna volgden 9 uitspraken waarbij de respondent kon aangeven in hoeverre de uitspraak van toepassing was. Voorbeelden zijn: “Ik denk dat ik het net zo goed heb als anderen in Nederland” en “Ik heb het gevoel dat ik minder eerlijk behandeld word dan anderen in Nederland” (gebaseerd op Van den Bos, 2009). Elke uitspraak werd gevolgd door een 5-punts antwoordschaal, oplopend van ‘helemaal niet mee eens’ tot ‘helemaal mee eens’. In lijn met relatieve deprivatie is ook nog de volgende vraag gesteld: “Ik vind mijn leven in het algemeen...” met een 5-punts antwoordschaal, variërend van ‘heel erg slecht’ tot ‘heel erg goed’ (gebaseerd op SCP, 2006).
- Het ervaren van (*negatieve*) *emoties* werd gevraagd middels 13 “uitspraken over jouw gevoelens”, zoals “Ik voel me ...” somber, gelukkig, het gevoel dat niemand om me geeft, eenzaam, buitengesloten. Elk item werd gevolgd door een 5-punts antwoordschaal, variërend van “helemaal niet mee eens” tot ‘heel erg mee eens’.
- *Waargenomen realiteitswaarde* van media-uitingen (m.a.w., hoe representatief wordt de berichtgeving gezien voor wat er werkelijk aan de hand is? Of, Hoe goed geven deze kranten de werkelijkheid weer?) Om te voorkomen dat de lijsten met programma’s, websites, en kranten te vaak de revue zouden passeren zijn twee vragen samengenomen in 1 antwoordblok (zie voorbeeld hieronder), zodat per (buitenlands) programma, website, krant in één keer de realiteitswaarde en de (emotionele) betrokkenheid kon worden aangegeven.
- *Emotionele betrokkenheid* geeft de binding met het specifieke programma weer (bijv. door gevoelens van verbondenheid met de presentator, signatuur van de zender, de inhoud, of bepaalde vertegenwoordigers in de media). Een voorbeeldvraag voor beide variabelen, realiteitswaarde en emotionele betrokkenheid, is:

2. Hoe goed laten deze TV programma's de dingen zien zoals ze echt zijn? En, hoe betrokken voel je je bij deze TV programma's?

Zet bij elk TV programma twee kruisjes.

	Ik vind dat dit TV programma de dingen laat zien zoals ze echt zijn				Ik voel me betrokken bij dit TV programma.			
	Nee	Een beetje	Ja	Weet niet	Nee	Een beetje	Ja	Weet niet
NOS Journaal	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
RTL Nieuws	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
RTL Z	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

- Bovendien werd er naar *politieke interesse* gevraagd (gebaseerd op NKO, 2006 en eerder gebruikt in eigen onderzoek) (alleen bij de scholieren), zoals

- Hoe vaak besteed je aandacht aan politiek nieuws?
- Ik discussieer en denk graag na over politiek.

Hier was ook een vraag toegevoegd om te achterhalen wie het *aanspreekpunt* zou zijn wanneer de respondent zou willen weten hoe het zit in de politiek (bijv. vader, leerkracht, geestelijke, of vrienden).

- Een *kennistest over politiek* (gebaseerd op Zaller, 1992) werd eveneens ontwikkeld, aangepast op het niveau van jonge scholieren, als volgt:

“De volgende vragen gaan over politiek in Nederland.

Schrijf het juiste antwoord achter de vraag.

Wie is de Minister President van Nederland? _____

Hoe heet de film van Geert Wilders? _____

Hoeveel leden heeft de Tweede Kamer? _____

Van welke partij is minister Donner? _____

Als je mocht stemmen, op welke politieke partij zou je dan stemmen? _____”

3.4.4. Attitudes (afhankelijke variabelen)

Op basis van de onderzoeksvragen en de achtergrond bij de probleemstelling (hoofdstuk 1), werd tevens beoogd een relatie tussen specifiek mediagebruik en de politieke en maatschappelijke oordeelsvorming onder moslimjongeren te achterhalen. Zoals in voorgaande hoofdstukken betoogd, werd daarvoor een vertaalslag gemaakt naar *attitudes ten aanzien van het gebruik van ideologisch geweld* alsook de *attitude t.a.v de islam*.

Voor de bepaling van de attitudes werd gebruik gemaakt van een vragenlijst naar attitudes t.a.v. radicalisering onder moslimjongeren die de Universiteit Utrecht in de periode november 2007 – mei 2008 afnam onder jongeren in de leeftijd van 13 tot en met 21 jaar (o.l.v. Van den Bos, 2009; eveneens in opdracht van het WODC).²² Radicalisering benadrukt de groeiende bereidheid tot het plegen van ongewenste, gewelddadige gedragingen en daden. Daarnaast bepaalden we de attitude ten

²² Op verzoek van de opdrachtgever baseerden wij ons op deze lijst, hoewel de resultaten daarvan nog niet beschikbaar waren gedurende de looptijd van ons onderzoek.

aanzien van de islam of moslims in het algemeen. Dus, de bevroagde attitudes in ons onderzoek reflecteerden:

- 1). De houding ten opzichte van het gebruik van geweld en terroristische acties in het algemeen (bijv. goedkeuring van gebruik van geweld om een bepaald doel te bereiken).
- 2). De houding ten opzichte van het gebruik van geweld ten behoeve van de islam.
- 3). De houding ten opzichte van inhoudelijke aspecten van het geloof (bijv. hoe positief of negatief men is over de islam).
- 4). De *legitimiteit of het vertrouwen in de Nederlandse autoriteiten en maatschappij*. Dit werd gedaan met behulp van 5 items, zoals “Ik vertrouw de Nederlandse regering” en “Ik vertrouw de Nederlandse politie” (gebaseerd op Van den Bos, 2009; en op radicaliseringfases in Buijs, 2006). Elk item werd gevolgd door een 5-punts antwoordschaal. Deze werd in een ander gedeelte van de vragenlijst opgenomen (niet in onderstaande attitudeschaal).

Hoewel een gebrekkige legitimiteit of vertrouwen in de maatschappij in de radicaliseringfases van Buijs gezien wordt als voorafgaand aan eventuele gewelddadige attitudes, werd deze variabele in dit onderzoek als attitude (d.w.z. als afhankelijke variabele) geanalyseerd.

Om de hoeveelheid vragen en de complexiteit van de vragen voor de scholieren te beperken werd een selectie gemaakt uit de items van de radicaliseringschaal van Van den Bos (2009, Universiteit Utrecht). We gingen hierbij uit van het begrip van de vragen door de jongste scholieren (13 jaar) op het vmbo-niveau. De selectie van items geschiedde op basis van relevantie voor onze attitudemeting en op basis van eenduidigheid van de betekenis. Vervolgens vereenvoudigden we het taalgebruik en de formulering van de geselecteerde items. Bovendien voegden we enkele zgn. ‘filler’-items²³ toe, o.a. over geweld tegen dieren, skinheads, en voetbal, om de specifieke islamgerelateerde attitudemeting te maskeren. Dat is van belang om onbedoelde beïnvloeding van de resultaten te voorkomen, bijvoorbeeld door antwoordtendenties, het te doorzichtig zijn van de meting, of het in één richting bevragen van een attitude (sturende vragen) (Dillmann, 2000). Bovendien moest de lijst ook geschikt zijn om door de vele niet-moslim jongeren ingevuld te kunnen worden. Dezelfde vragenlijst werd immers voorgelegd aan alle jongeren om zinvolle vergelijkingen tussen beide groepen mogelijk te maken. Elk item werd gevolgd door een 5-punts antwoordschaal, oplopend van ‘helemaal niet mee eens’ tot ‘helemaal mee eens’. Een deel van de attitudeschaal is bij wijze van voorbeeld hieronder weergegeven.

²³ Fillers zijn vragen of items waar de onderzoeker niet echt in geïnteresseerd is maar die de respondenten moeten afleiden van het eigenlijke doel. Fillers kunnen gevoelige vragen/ vragenlijsten ondoorzichtig en minder opvallend maken.

40. De volgende uitspraken gaan over jouw mening over dingen die pas geleden in het nieuws zijn geweest. Geef bij elke uitspraak aan hoeveel je het er mee eens bent. Per uitspraak zet je één kruisje.

	Helemaal niet mee eens	Niet mee eens	Niet eens, niet oneen	Eens	Helemaal mee eens
Ik vind dat de regering te weinig doet aan de echte problemen in Nederland	☐	☐	☐	☐	☐
Ik vind het fout als mensen geweld gebruiken	☐	☐	☐	☐	☐
Ik vind het goed dat sommige islamitische mensen geweld gebruiken	☐	☐	☐	☐	☐
Ik vind het goed dat mensen huizen kraken	☐	☐	☐	☐	☐
Ik vind het fout dat skinheads geweld gebruiken	☐	☐	☐	☐	☐
Ik vind het goed zoals Dafur in het nieuws komt	☐	☐	☐	☐	☐
Ik vind het verkeerd als mensen dieren mishandelen	☐	☐	☐	☐	☐

Als laatste volgde een open vraag: “Schrijf hieronder een verhaal over wat jij vindt van de problemen in Nederland die in het nieuws zijn.” Jongeren die relatief snel klaar waren met het invullen van de vragenlijst, konden zo toch nog even bezig zijn terwijl de overigen rustig de vragen konden afmaken.

3.5. Kenmerken deelnemers survey onder scholieren en oudere jongeren

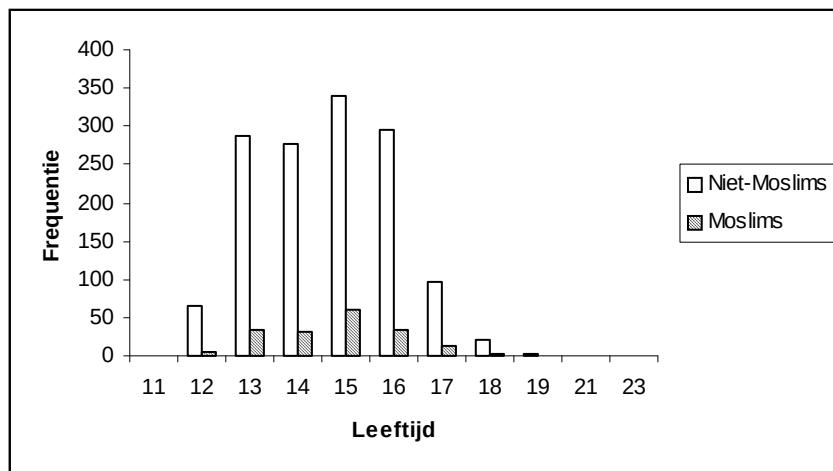
De ingevulde vragenlijsten hebben omvangrijke databestanden opgeleverd met in totaal circa 2000 respondenten en 488 variabelen per respondent. Om ongeregelde heden te kunnen opsporen werden alle data van de scholieren (op papier ingevulde vragenlijsten) handmatig door de onderzoekers zelf ingevoerd in het statistische verwerkingsprogramma SPSS. Elke variabele werd voorzien van een toelichtend label. De analyses werden eveneens door de onderzoekers van de VU zelf uitgevoerd op basis van de in hoofdstuk 1 weergegeven onderzoeksvragen. Deze zullen bij de analyses kort worden herhaald waar aan de orde.

Het aantal respondenten onder de *scholieren* (13 – 18 jaar, over alle opleidingsniveaus, vmbo – vwo) is totaal 1597, waarvan 1416 niet-moslimscholieren en 181 moslimscholieren. Het gaat om 760 jongens en 819 meisjes (18 jongeren hadden niet hun geslacht aangegeven) met een gemiddelde leeftijd van 14,7 jaar ($SD^{24} = 2,07$). Op basis van schattingen dat de moslimgroep in Nederland in totaal 5% (en maximaal 10%) van de Nederlandse bevolking omvat,²⁵ zou een steekproef onder Nederlandse jongeren dus niet meer dan circa 10% moslimjongeren bevatten. Dit komt grosso modo overeen met het resultaat op basis van de compleet ingevulde

²⁴ N is een symbool uit de statistiek dat standaard wordt gebruikt om de steekproefgrootte aan te duiden. SD staat voor Standaard Deviatie, de spreiding van de empirische gegevens rond het gemiddelde.

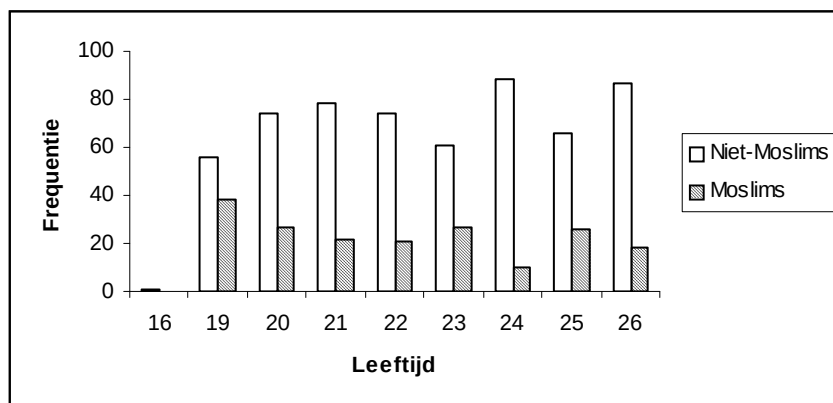
²⁵ Zie bijv.: http://amsterdam.nl/stad_in_beeld/feiten_cijfers?ActItnIdt=98197 of [http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=70086NED&D1=0-5,15&D2=\(I-11\)-I&HD=080821-1515&HDR=T&STB=G1](http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=70086NED&D1=0-5,15&D2=(I-11)-I&HD=080821-1515&HDR=T&STB=G1). Maar, volgens andere bronnen (CBS, 2007) zou een schatting van 10% tamelijk overdreven zijn.

vragenlijsten in ons onderzoek (d.w.z. ruim 10%, want 10% zou 159 zijn, terwijl er 181 moslimscholieren in onze dataset zitten). De verdeling van (moslim)jongeren naar leeftijd is weergegeven in Figuur 3.1.



Figuur 3.1: Verdeling leeftijden onder scholieren (13-18 jaar). $N_{\text{moslimscholieren}} = 181$, $N_{\text{niet-moslimscholieren}} = 1416$.

De groep 'oudere jongeren' (18 – 26 jaar), die online werd benaderd via het panel *Mixxit*, kende 774 respondenten waarvan het aantal moslimjongeren 189 bedraagt (d.w.z. ruim meer dan 10%, want 10% zou hier 77 zijn). Bij deze jongeren gaat het om 234 jongens en 540 meisjes met een gemiddelde leeftijd van 22,5 jaar ($SD = 2,32$). De verdeling van oudere (moslim)jongeren naar leeftijd is weergegeven in Figuur 3.2.



Figuur 3.2: Verdelingen leeftijden onder 'oudere jongeren' (18-26 jaar). $N_{\text{moslimjongeren}} = 189$, $N_{\text{niet-moslimjongeren}} = 585$.

Omdat de focus in ons onderzoek ligt op het mediagebruik van de moslimjongeren, wordt in Tabel 3.6 de respons van de moslimjongeren per land van herkomst van de (voor)ouders weergegeven, afzonderlijk voor de scholieren (13-18 jaar) en de oudere jongeren (18 – 26 jaar). Uit deze tabel valt af te lezen dat voor beide groepen geldt dat de meeste moslimjongeren die deelnamen aan dit onderzoek *zelf* in Nederland zijn geboren. Voor de scholieren geldt daarbij dat de vader of moeder meestal in Turkije en daarnaast ook vaak in Marokko werd geboren, terwijl voor oudere jongeren geldt dat de vader of moeder meestal in Marokko werd geboren. Andere nationaliteiten komen

beduidend minder voor. Voorzover zich onder deze laatste groepen moslimjongeren bevinden, zijn die zo klein in aantal dat voor hen geen afzonderlijke, vergelijkende analyses werden gedaan.

Tabel 3.6: De herkomst van de jongeren in percentages.

N.B. 1 scholier vulde niet het land van herkomst van de vader en moeder in.

Land van Herkomst Scholieren, Alleen Moslimjongeren (13 – 18 jaar)							
	Eigen		Vader		Moeder		
	Frequentie	Procent	Frequentie	Procent	Frequentie	Procent	
Nederland	137	76	4	2	11	6	
België	0	0	0	0	1	1	
Duitsland	1	1	0	0	0	0	
Marokko	6	3	58	32	58	32	
Turkije	6	3	76	42	73	40	
Indonesië	1	1	3	2	3	2	
Anders	30	17	39	22	34	19	
Totaal	181	100	180	99	180	99	

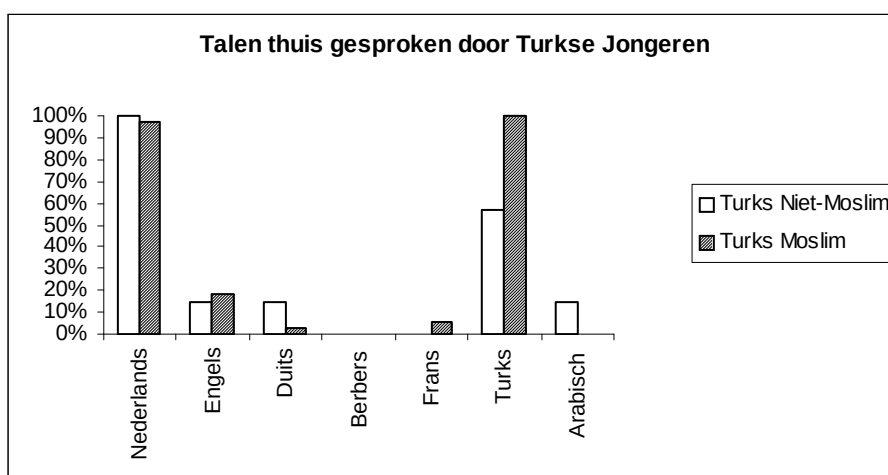
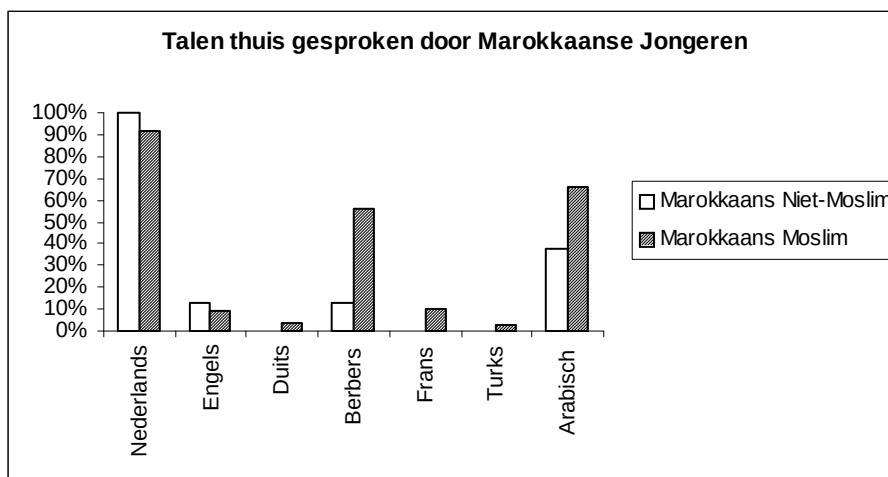
Land van Herkomst Scholieren, Oudere Moslimjongeren (18 – 25 jaar)							
	Eigen		Vader		Moeder		
	Frequentie	Procent	Frequentie	Procent	Frequentie	Procent	
Nederland		132	70	6	3	15	8
Turkije		6	3	38	20	35	19
Ander Europees land		15	8	1	1	1	1
Marokko		32	17	136	72	131	69
Indonesië		0	0	0	0	2	1
Een ander Westers land		1	1	1	1	1	1
Een ander Niet-Westers land		3	2	7	4	4	2
Totaal		189	100	189	100	189	100

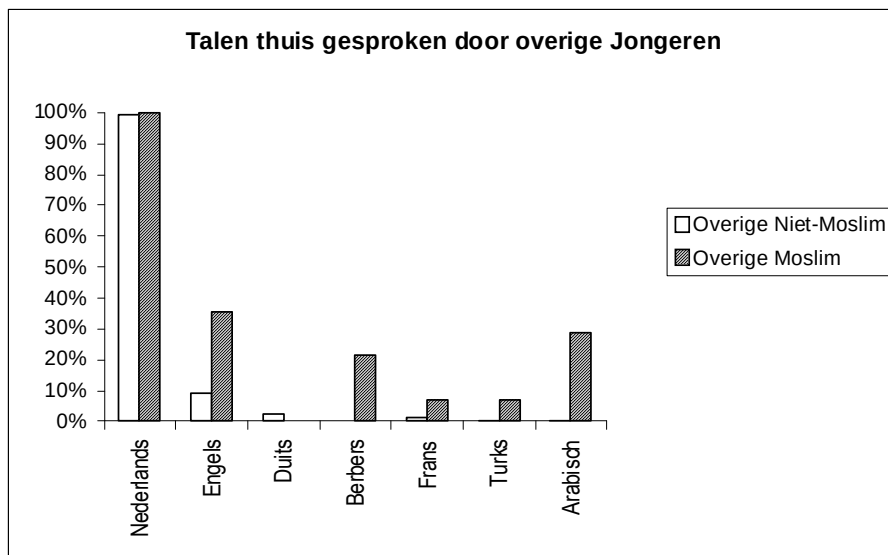
Nagenoeg alle moslimjongeren in de steekproeven zijn dus van allochtone afkomst, meestal van Turkse of Marokkaanse afkomst. De meeste moslimjongeren zijn van Marokkaanse afkomst. Omwille van de leesbaarheid benoemen we in dit rapport de in Nederland wonende jongeren met Marokkaanse of Turkse (voor)ouders als respectievelijk ‘Marokkaanse (moslim)jongeren’ en ‘Turkse (moslim)jongeren’. Zo dient ook ‘het land van herkomst’ te worden opgevat als het land van herkomst van de (voor)ouders. Evenzo schrijven we ‘Marokkaanse websites’ en ‘Turkse websites’ als we bedoelen dat deze websites gericht zijn op respectievelijk (in Nederland wonende) jongeren met Marokkaanse of Turkse (voor)ouders.

Echter, om te bepalen in hoeverre het moslim-zijn overlap vertoont met het allochtoon-zijn in onze steekproeven, is eveneens berekend hoeveel % van de allochtone jongeren aangeven ook moslim te zijn. Daaruit blijkt dat van de allochtone jongeren in onze steekproeven (samengenomen) 40% aangeeft moslim te zijn. Van belang hier is op te merken dat er zowel westerse als niet-westerse allochtonen jongeren in ons onderzoek zitten (de 60% allochtonen die niet moslim zijn, blijken uit westerse en niet-islamitische landen te komen). Wanneer we alleen naar de Turkse en Marokkaanse allochtonen kijken, dan blijkt dat van de Marokkaanse jongeren, 93% moslim is en van de Turkse

jongeren is 79% moslim (resp. 94% van de Marokkaanse en 73% van de Turkse scholieren is moslim, en 92% van de Marokkaanse en 83% van de Turkse ‘oudere jongeren’). De overige moslimjongeren zijn over het algemeen ook van niet-westerse afkomst.

Onder de moslimjongeren in onze steekproeven bevinden zich dus vooral jongeren van Turkse en Marokkaanse komaf. In onderstaande grafieken (Figuur 3.3) wordt weergegeven in hoeverre de jongeren de taal beheersen van het land van herkomst van de (voor)ouders. De beheersing van de taal kan bijvoorbeeld een rol spelen bij het mediagebruik. Ruim 85% van de Turkse moslimjongeren spreekt thuis Turks, terwijl ongeveer 65% van de Marokkaanse moslimjongeren thuis Arabisch spreekt. Maar, er wordt onder de Marokkaanse moslimjongeren thuis ook Berbers gesproken (ruim 50%). Het is onduidelijk in hoeverre dit overlapt met het thuis Arabisch spreken. Dus, Turkse moslimjongeren beheersen over het algemeen nog wel de taal van hun (voor)ouders, terwijl dat bij Marokkaanse moslimjongeren onduidelijk is maar wel minder het geval lijkt te zijn. Onder de niet-moslimjongeren wordt beduidend minder de taal uit het land van herkomst gesproken. Voor allemaal geldt dat er thuis ook Nederlands wordt gesproken; slechts bij enkelingen niet.





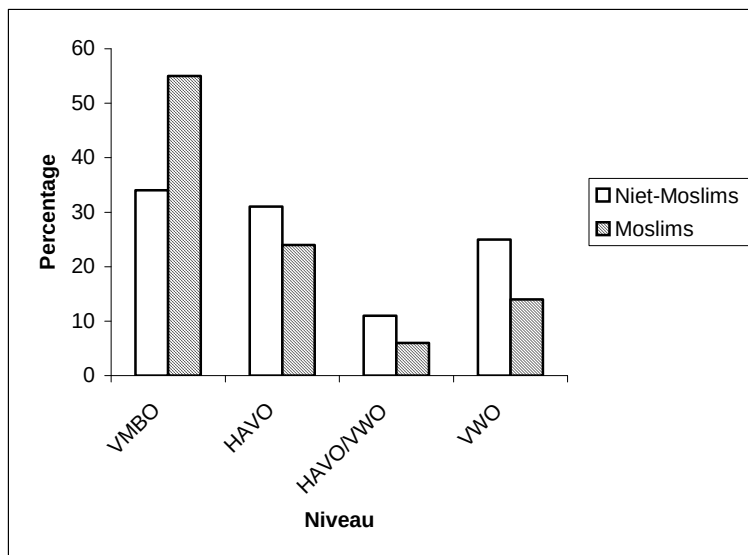
Figuur 3.3: Talen die thuis bij de moslimjongeren worden gesproken

Omdat het belangrijk is dat de te vergelijken groepen qua samenstelling vergelijkbaar zijn, is de verdeling over de leeftijden binnen de groep moslimjongeren vergeleken met die van de niet-moslims. Deze blijkt verhoudingsgewijs evenredig verdeeld, zoals te zien is in de figuren op de vorige bladzijde.

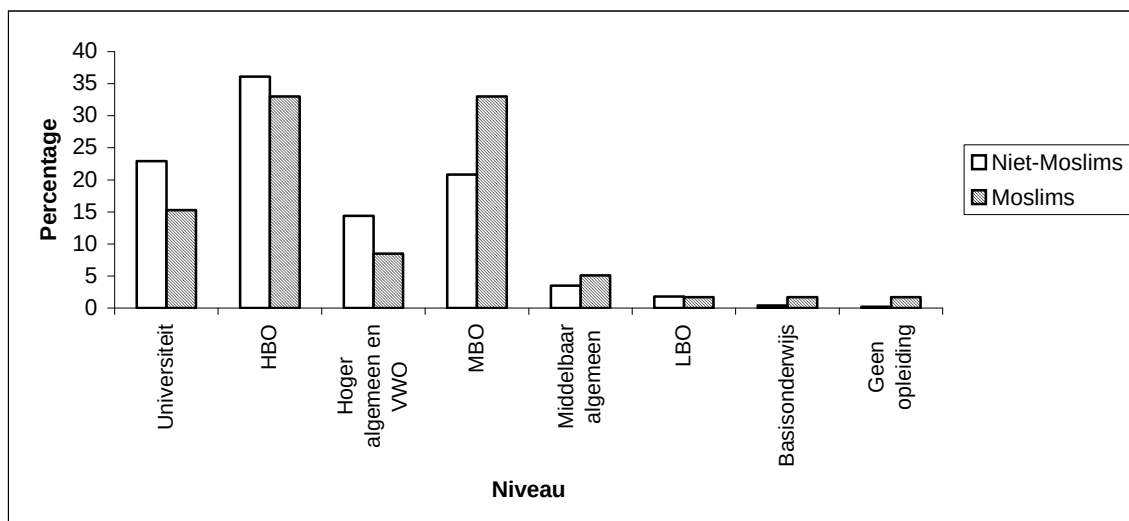
In onderstaande Figuur 3.4. is de respons van de leerlingen (13-18 jaar) uitgezet naar het opleidingsniveau voor de scholieren (d.w.z. de school waar ze ten tijde van het onderzoek op zaten). De oudere jongeren (18 – 26 jaar) zaten veelal niet meer op school; in Figuur 3.5 hieronder wordt hun hoogst voltooide opleidingsniveau weergegeven. Uit de grafieken valt af te lezen dat het opleidingsniveau van de moslimjongeren (zie gearceerde kolommen) over het algemeen beduidend lager is dan dat van de niet-moslimjongeren. Vergeleken met niet-moslimjongeren zitten er meer moslimjongeren op het vmbo (55,2%) dan op het vwo (14,4%). Volgens andere rapportages (Gijsberts & Herweijer, 2007²⁶) zou 80% van de vmbo-scholieren allochtoon zijn. Op dit punt blijken de twee te vergelijken groepen qua samenstelling dus niet vergelijkbaar te zijn.

Onder de oudere jongeren in onze steekproef zien we een ander beeld qua opleidingsniveau; over het algemeen zien we hier weinig jongeren met enkel een vmbo-niveau (of voorheen lbo; de rechterkant van Figuur 3.5) en zijn hier de moslimjongeren relatief hoog opgeleid, met name wat betreft het mbo (33%) en hbo (33%). Deze steekproef bevat dus een overschatting qua opleidingsniveau onder de moslimjongeren (Gijsberts & Herweijer, 2007; hoewel de moslimjongeren op zich een specifieke groep van de allochtone jongeren betreft).

²⁶ Gijsberts en Herweijer (2007), "SCP Jaarrapport Integratie" (hoofdstuk 5); www.scp.nl.

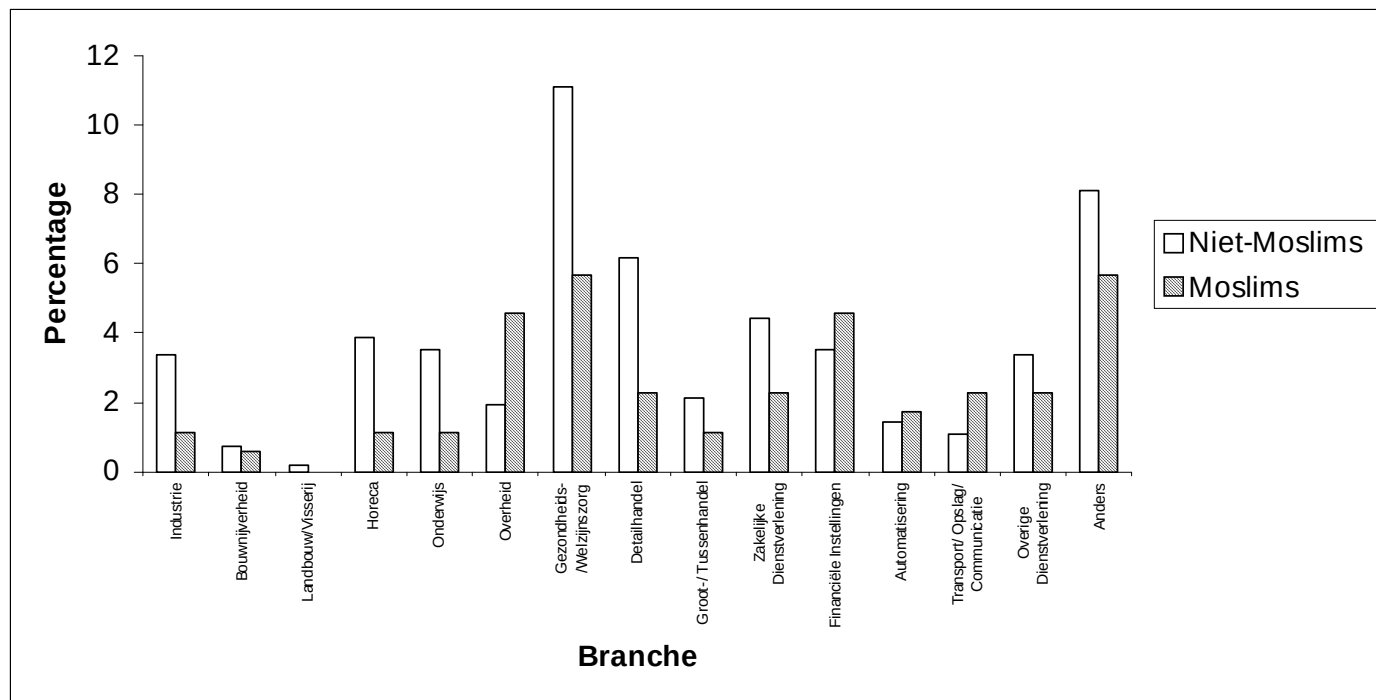


Figuur 3.4: Opleiding Scholieren (13-18)

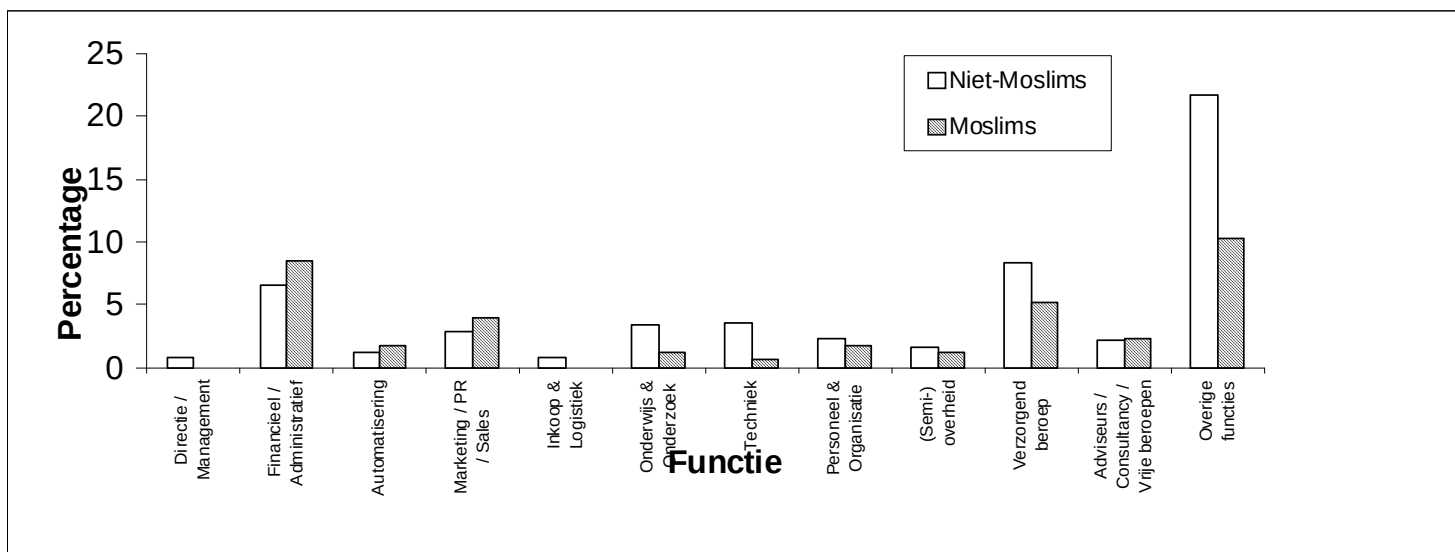


Figuur 3.5: Opleiding Oudere jongeren (18-26)

Voor de groep oudere jongeren werden bovendien gegevens gevraagd voor het beroep dat zij ten tijde van het onderzoek uitoefenden, middels twee vragen gericht op 1) de branche waarin zij werkzaam waren en 2) de functiecategorie van het werk (hiervoor werden verschillende functiecategorieën voorgelegd). Het is belangrijk hierbij op te merken dat een groot deel van de respondenten één of beide vragen niet heeft ingevuld (63,6% van de moslims en 42,5% van de niet-moslims), waardoor nauwelijks conclusies kunnen worden getrokken. Opvallend is dat relatief veel oudere jongeren aangaven te werken in de gezondheidssector en in de categorie 'anders'. Vooral als het gaat om de functie, vonden zowel de moslim als de niet-moslimjongeren dat zij meestal tot de 'overige functies' behoren.



Figuur 3.6: In welke branche werkzaam? NB. door velen is deze vraag niet ingevuld.



Figuur 3.6: Welke beroep of functie? NB. door velen is deze vraag niet ingevuld.

Etnische identiteit van de moslimjongeren en hun geloof

Wanneer we kijken naar de etnische identiteit van de moslimjongeren (data beschikbaar voor alleen de scholieren), dan valt op dat 26% zich vooral Nederlands voelt, terwijl 48% zich in tweede instantie Nederlands voelt (Tabel 3.7). Het idee dat moslimjongeren, en allochtone jongeren meer in het algemeen, een 'dubbele identiteit' ervaren, lijkt hiermee ondersteund. Toch voelt in totaal dus zo'n 74% zich wel min of meer Nederlands.

Tabel 3.7. Etnisch-culturele identiteit van de jongeren.

N.B. twee Moslimjongeren vulden 2 x 'Nederlands' in.

N.B. Niet alle moslimjongeren vulden de twee vragen in (respectievelijk 8 en 9).

Ik voel mij vooral....		
	Frequentie	Percentage
Nederlands	45	26.0%
Marokkaans	46	26.6%
Turks	50	28.9%
Indonesisch	1	0.6%
Anders	31	17.9%
Totaal	173	100.0%

Ik voel mij daarna....		
	Frequency	Percentage
Niet van Toepassing	23	13.4%
Nederlands	83	48.3%
Belgisch	6	3.5%
Duits	1	0.6%
Marokkaans	12	7.0%
Turks	21	12.2%
Indonesisch	3	1.7%
Anders	23	13.4%
Total	172	100.0%

In onderstaande tabellen is het geloof van de scholieren en de oudere jongeren weergegeven, in vergelijking voor de moslimjongeren en de niet-moslimjongeren. Daarbij is ook het geloof van de ouders weergegeven. Ruim de helft van de scholieren geeft 'geen geloof' aan (56%), terwijl rooms-katholiek volgt met 13%. De daarna grootste groep geeft de islam aan als geloof, 12%. Voor de ouders zien we duidelijk een afnemende trend, behalve voor de islam. Vergelijkbare patronen zien we onder de oudere jongeren in onze steekproef, al is het aandeel islam daar duidelijk oververtegenwoordigd met 23%.

Onder de tabellen is in Figuur 3.7 weergegeven welk aandeel van de moslimjongeren in onze steekproef zich in hun eetgewoonten conformeert naar de normen van de islam, d.w.z. halalmaaltijden gebruikt. Uit de figuur blijkt dat dat ruim 80% van de moslimjongeren in onze steekproef betreft.

Vervolgens geven we in Figuren 3.8a en b de resultaten weer per vraag m.b.t. geloofskwesties. De moslimscholieren vinden hun geloof vaker *belangrijk* dan (gelovige!) niet-moslimscholieren²⁷, en de moslimscholieren vinden hun geloof vaker erg belangrijk (dicht tegen schaalmaximum aan), terwijl gelovige niet-moslimscholieren het vaak niet zo erg belangrijk vinden (rond middelpunt van de schaal). De moslimscholieren vinden vaker hun eigen geloof ook *superieur* aan andere geloven, in een sterkere mate dan de niet-moslimscholieren²⁸. Moslimscholieren vinden het eigen geloof dan ook vaker *beter* dan andere geloven, terwijl gelovige niet-moslimscholieren dat juist niet vinden. Moslimscholieren bezoeken ook vaker een

²⁷ Statistische toetsgegevens: $t(748) = -15.83, p < 0.01$.

²⁸ Statistische toetsgegevens: $t(735) = -12.89, p < 0.01$.



gebedshuis (bijv. kerk / moskee / tempel) dan (gelovige!) niet-moslimscholieren²⁹. Het gemiddelde voor niet-moslimscholieren (2,02) ligt dicht bij de waarde 2 die correspondeert met ‘ongeveer 1 keer per half jaar’. *Gelovige* niet-moslimscholieren gaan dus gemiddeld slechts af en toe naar een gebedshuis. Daarentegen ligt het gemiddelde gebedshuisbezoek voor moslimscholieren dicht bij de waarde 3 (2,86), hetgeen correspondeert met ‘ongeveer 1 keer per maand’. Moslimscholieren gaan dus gemiddeld met enige regelmaat naar een gebedshuis en duidelijk vaker dan gelovige niet-moslimjongeren. Moslimscholieren geven vaker aan *thuis te bidden* dan gelovige niet-moslimscholieren³⁰. Bovendien bidt bijna de helft van de moslimscholieren thuis, terwijl van de niet-moslimscholieren slechts een kwart thuis bidt.

Ten slotte hebben moslimscholieren meer *vrienden met hetzelfde geloof* dan niet-moslimscholieren³¹. Het gemiddelde voor gelovige niet-moslimscholieren ligt dicht bij het schaalgemiddelde van 3 (2,96), hetgeen correspondeert met ‘sommige vrienden hebben hetzelfde geloof’. Het gemiddelde voor moslimscholieren ligt tussen de 3 en 4 in (3,51). Dus, tussen ‘sommige vrienden’ en ‘de meeste vrienden’ in die hun geloof delen. Al met al hechten de moslimjongeren in onze steekproef dus veel waarde aan hun geloof en lijken zij op grond van deze gegevens zich actief met hun geloof bezig te houden en bevinden zij zich in kringen van gelijke gelovigen.

Tabel 3.8. *Geloof van de jongeren en hun ouders, moslimjongeren vergeleken met niet-moslimjongeren.*

Geloof scholieren en hun ouders voor zowel moslims als niet-moslims (13 – 18 jaar)						
	Eigen		Vader		Moeder	
	Frequentie	Procent	Frequentie	Procent	Frequentie	Procent
Weet niet	59	4,1	98	6,9	99	6,9
Geen geloof	805	56,1	644	45,2	595	41,5
Rooms Katholiek	197	13,7	283	19,8	310	21,6
Nederlandse Hervormd	38	2,6	55	3,9	74	5,2
Gereformeerd	54	3,8	61	4,3	67	4,7
Islam	174	12,1	185	13,0	176	12,3
Hindoeïsme	4	,3	6	,4	8	,6
Boeddhisme	4	,3	5	,4	8	,6
Jodendom	1	,1	3	,2	1	,1
Anders	100	7,0	86	6,0	95	6,6
Totaal	1436	100	1426	100	1433	100

²⁹ Statistische toetsgegevens: $t(697) = -6.88$, $p < 0.01$.

³⁰ Statistische toetsgegevens: $t(736) = -6.15$, $p < 0.01$.

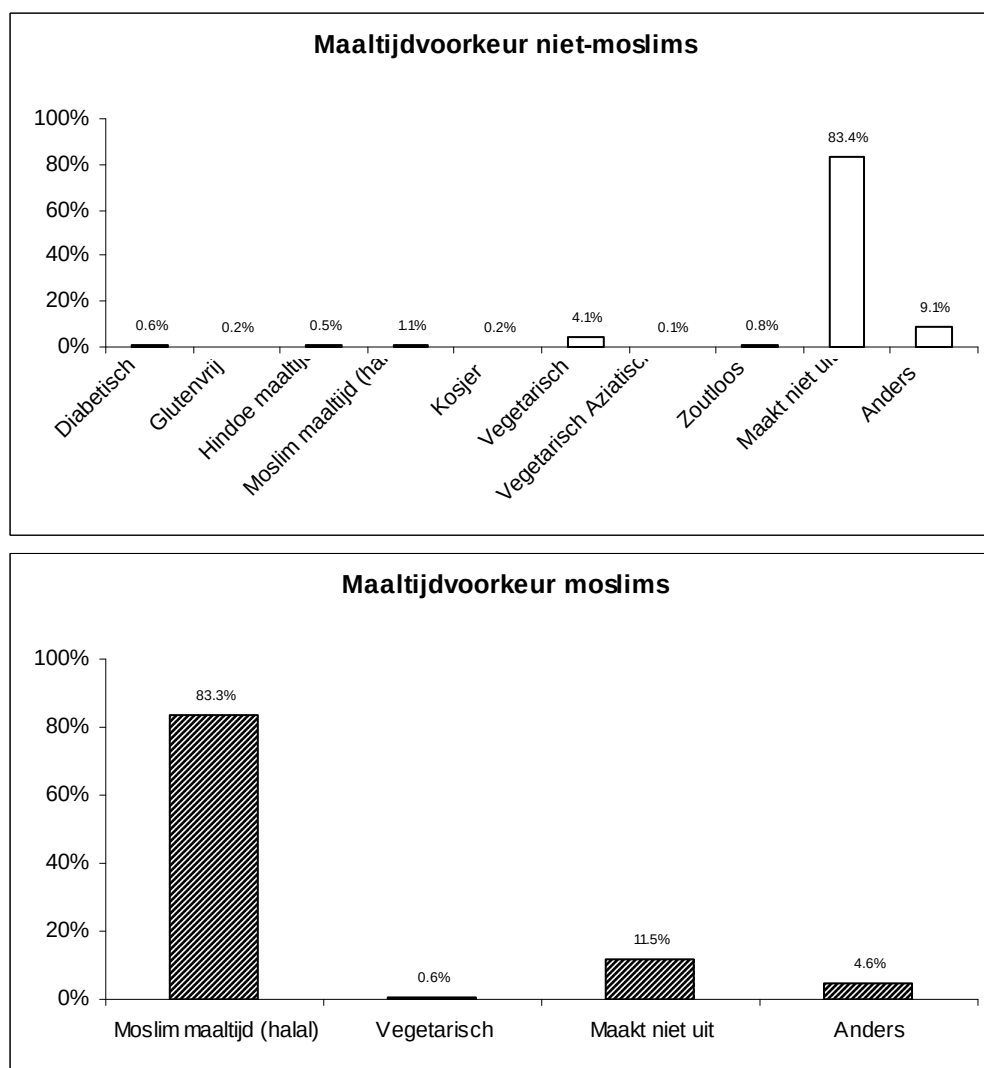
³¹ Statistische toetsgegevens: $t(719) = -6.07$, $p < 0.01$.



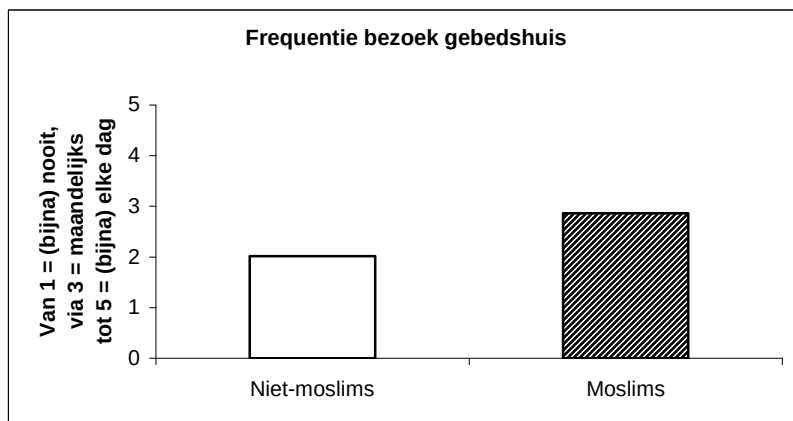
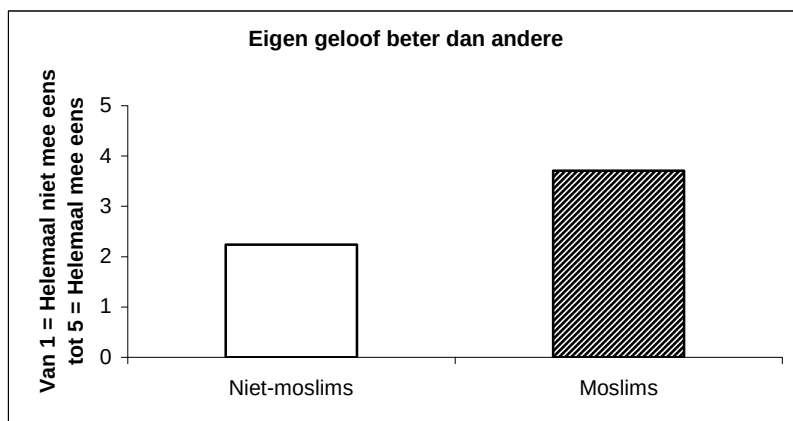
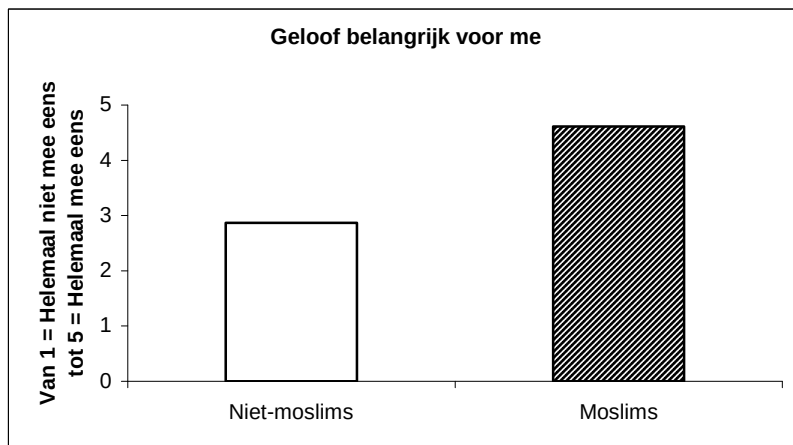
Geloof jongeren en hun ouders voor zowel moslims als niet-moslims (18 – 26 jaar)

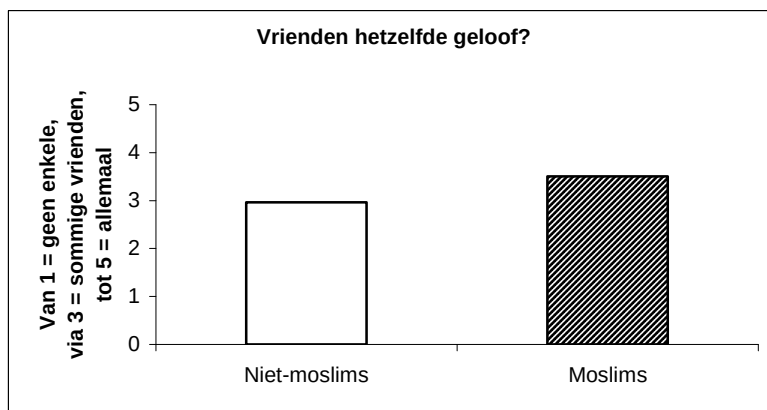
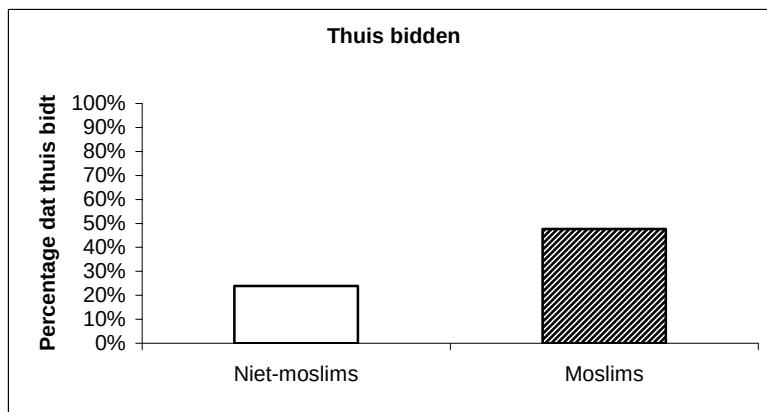
	Eigen		Vader		Moeder	
	Frequentie	Procent	Frequentie	Procent	Frequentie	Procent
Geen geloof	329	44,2	261	35,1	241	32,4
Rooms Katholiek	87	11,7	131	17,6	142	19,1
Nederlands-hervormd	47	6,3	53	7,1	73	9,8
Gereformeerd	36	4,8	51	6,9	52	7,0
Islam	176	23,7	181	24,3	172	23,1
Boeddhisme	0	0	3	,4	1	,1
Jodendom	0	0	0	0	1	,1
Anders, namelijk:	56	7,5	32	4,3	39	5,2
Weet niet	13	1,7	32	4,3	23	3,1
Totaal	744	100	744	100	744	100

Figuur 3.7: Maaltijdgebruik moslimjongeren



Figuren 3.8.a. Resultaten m.b.t. aspecten van de geloofsbeleving van moslimscholieren in vergelijking met gelovige niet-moslimscholieren.



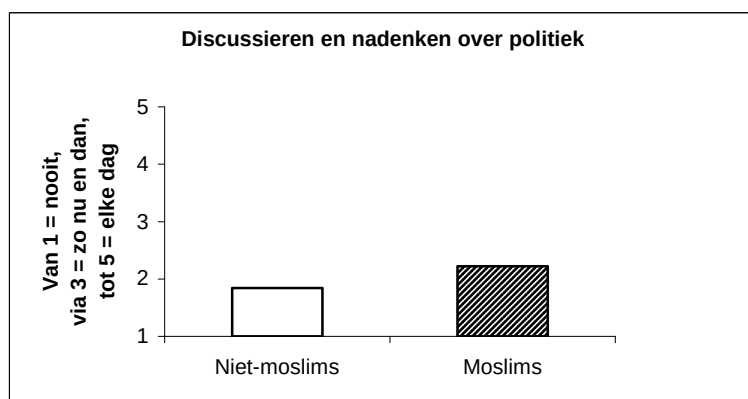
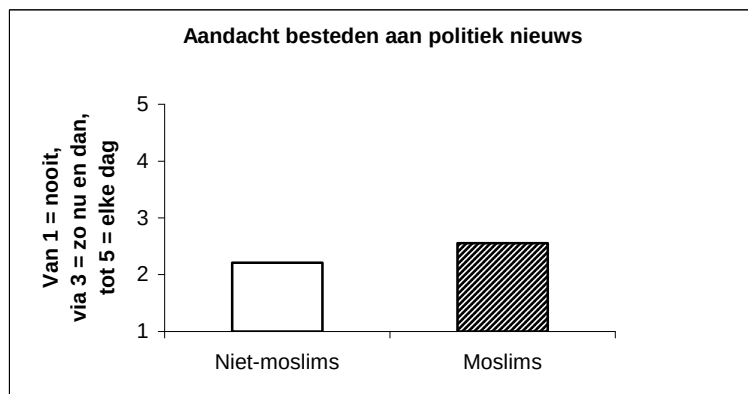


Figuren 3.8.b. Vervolg resultaten m.b.t. aspecten van de geloofsbeleving van moslimscholieren in vergelijking met gelovige niet-moslimscholieren.

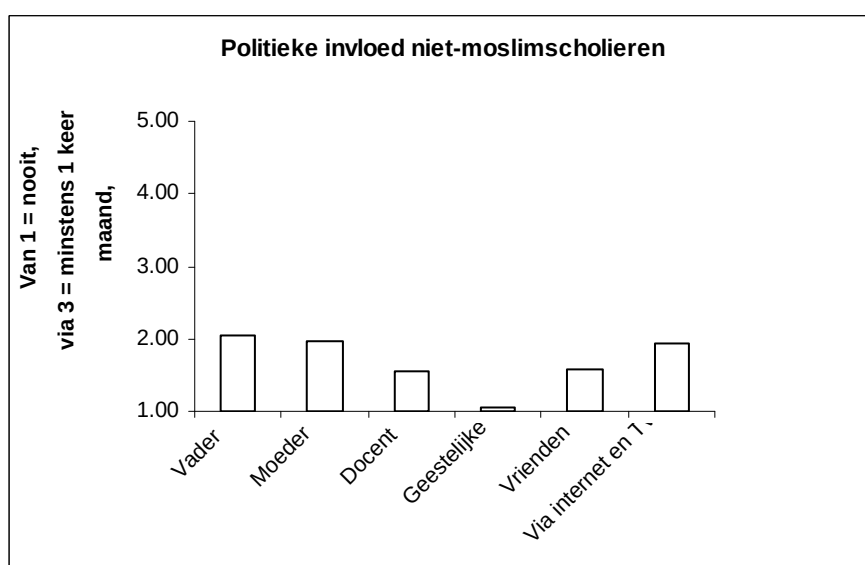
Politieke interesse en kennis van moslimscholieren in vergelijking met niet-moslimscholieren

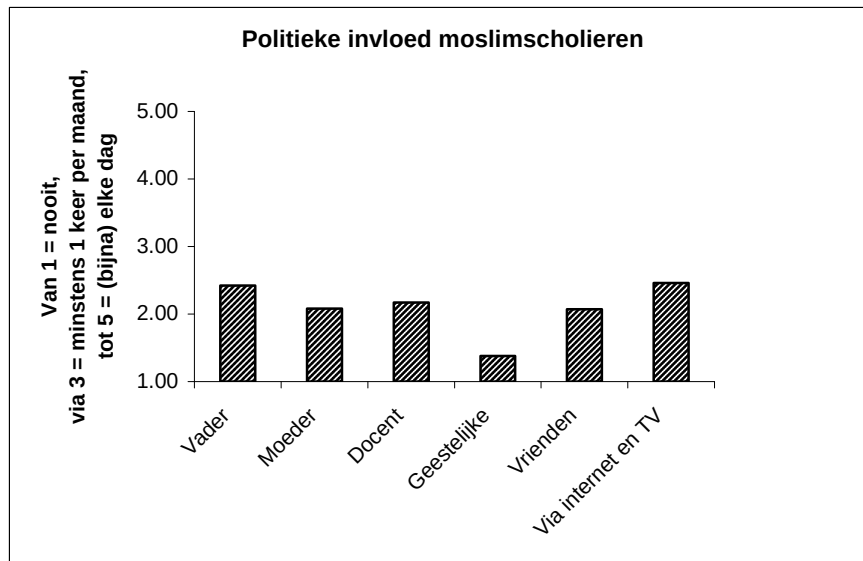
In de Figuren 3.9 en 3.10 zijn de resultaten weergegeven van de vragen naar politieke interesse en politieke kennis van de scholieren, waar we de antwoorden van de moslimjongeren vergelijken met die van de niet-moslimjongeren. Opvallend is dat de moslimscholieren op bijna alle vragen hoger scoren. Zij besteden meer aandacht aan politiek nieuws dan niet-moslimscholieren en zij discussiëren vaker en denken vaker na over politiek dan niet-moslimscholieren. Opvallend is ook dat moslimjongeren elke bron meer raadplegen, met name de docent (gemiddelden 2,17 vs. 1,54), internet/tv (2,46 vs. 1,94) en vrienden (2,07 vs. 1,57) worden duidelijk meer geraadpleegd door moslimjongeren dan door niet-moslimjongeren. Het patroon lijkt voor niet-moslimscholieren en moslimscholieren echter weinig te verschillen, d.w.z. de ouders en internet/tv blijken de belangrijkste bronnen voor aanvullende informatie over politiek, religie en de maatschappij te zijn, terwijl hierin voor de moslimscholieren ook de docent en vrienden een belangrijke rol spelen.

Figuren 3.9. Resultaten m.b.t. politieke interesse van moslimscholieren in vergelijking met niet-moslimscholieren.

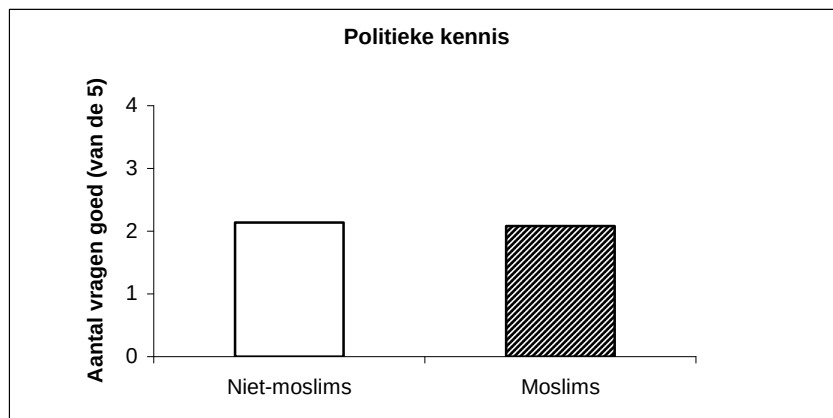


Figuren 3.10. Resultaten m.b.t. aanvullende informatiebronnen voor politieke kwesties van moslimscholieren in vergelijking met niet-moslimscholieren.





Tot slot worden in Figuur 3.11 de resultaten weergegeven over de politieke kennis van de scholieren (bepaald op basis van vier open vragen). Er blijkt geen verschil tussen de moslimscholieren en de niet-moslimscholieren in de politieke kennis die ze bezitten.



Figuur 3.11. Resultaten m.b.t. politieke kennis van moslimscholieren in vergelijking met niet-moslimscholieren.

3.6. Samenvatting en conclusies

Ter beantwoording van de onderzoeksvragen met betrekking tot het huidige mediagebruik onder jongeren, in het bijzonder moslimjongeren, werd een grootschalige survey opgezet en uitgevoerd. In dit hoofdstuk bespreken we hoe het steekproefkader werd bepaald en hoe de steekproeven zijn getrokken om de survey uit te voeren. Belangrijk aandachtspunt daarbij was om voldoende respondenten in te doelgroep moslimjongeren te werven. Een aandachtspunt was ook hoe de jongeren boven de 18 jaar te benaderen, die immers vaak niet meer op school zitten, een baan hebben of werkloos zijn. Daarom werd ervoor gekozen om drie verschillende steekproeven te trekken; één onder scholieren in de leeftijdsgroep 13 – 18 jaar. Twee steekproeven werden benaderd om de zogenoemde oudere jongeren in de leeftijdsgroep 18 – 26 jaar te bereiken via online panels. Een was het online panel genaamd Mixxit van onderzoeksbureau Motivaction; de andere hadden we online geplaatst via Marokko.nl. Deze laatste leverde helaas te weinig respondenten op en laten we verder buiten beschouwing.

Omdat het in dit onderzoek vooral gaat om een inventarisatie van het mediagebruik onder jongeren, in het bijzonder moslimjongeren, is een survey de aangewezen methode. De verschillende onderdelen in de vragenlijst zijn in dit hoofdstuk verantwoord en gedetailleerd besproken. Per vraag is precies aangegeven waarom en hoe de vraag werd gesteld en met welke antwoordopties. Vragen zijn gesteld over de mate van gebruik van diverse media, zowel naar mediumtype (bijv. internet, tv, kranten, buitenlandse en binnenlandse media) als naar specifieke programma's voor nieuws en informatie over politiek, religie en de maatschappij. Ook zijn allerlei persoonlijke achtergrondkenmerken bevraagd, behalve de algemeen gebruikelijke als leeftijd en sekse, eveneens meer specifieke vragen t.b.v. het doel van dit onderzoek (zoals religie). Vervolgens zijn tal van procesvariabelen besproken die opgenomen werden in de vragenlijst; dat zijn variabelen die een rol spelen in hoe de informatie van de media door de gebruikers verwerkt wordt (bijv. relatieve deprivatie, je onzeker voelen, realiteitsbeoordeling). Ten slotte werden de vragen naar de attitudes van de jongeren besproken. Attitudes werden opgenomen in de vragenlijst om de relatie tussen het mediagebruik en de menings- of oordeelsvorming over politiek, religie en maatschappij na te kunnen gaan. In de context van het onderzoek en de doelgroep, zijn hier met name de attitudes t.a.v. de islam en ten aanzien van geweld relevant. Gerelateerd zijn eveneens attitudes bevraagd over het vertrouwen in en de legitimiteit van de Nederlandse regering en autoriteiten. Ook is een vraag toegevoegd over het vertrouwen in de Nederlandse media.

Al met al was de vragenlijst tamelijk lang. Dat verhoogt het risico op non-respons, hetgeen bij de online versies van de (overigens sterk verkorte) vragenlijst waarschijnlijk een rol heeft gespeeld. De respons onder de scholieren, waar de vragenlijst met pen en papier klassikaal werd afgenomen, is zonder meer goed te noemen. Het survey-onderzoek heeft een hoge respons onder de scholieren opgeleverd, mooi gespreid over verschillende gemeenten in Nederland. De wijze van steekproeftrekking werd systematisch opgebouwd per regio, evenredig verdeeld over stad/platteland, per schoolniveau (vwo, havo, vmbo) en per leerjaar. Het vmbo is oververtegenwoordigd omdat ca 60% van de Nederlandse scholieren op het vmbo zit. Recent beschikbare rapportages geven aan dat zelfs 80% van de moslimscholieren op het vmbo zit.

Zekerheid over de representativiteit is echter moeilijk te geven; met name over moslimjongeren is wat dat betreft nog te weinig bekend. Het aantal scholieren dat de vragenlijst volledig heeft ingevuld is bijna 1600. Het aantal 'oudere jongeren' dat de vragenlijst volledig heeft ingevuld is bijna 800. Beide steekproeven omvatten ruim 10% moslimjongeren (resp. 181

moslimscholieren en 189 oudere moslimjongeren), hetgeen meer is dan het aandeel moslims in de Nederlandse samenleving als geheel.

Van de allochtone jongeren in onze steekproeven (samengenomen) is 40% moslim. Echter, 60% allochtonen die niet moslim zijn, blijken uit niet-westerse en niet-islamitische landen te komen. Wanneer we alleen naar de Turkse en Marokkaanse allochtonen kijken, dan is 93% van de Marokkaanse jongeren en 79% van de Turkse jongeren moslim. Er is dus een behoorlijke mate van overlap tussen niet-westerse allochtone jongeren en de moslimjongeren.

De groep deelnemende jongeren in de leeftijd 18-26 jaar betreft zonder meer een selecte steekproef waarvan de representativiteit niet kan worden geschat - al helemaal niet wat betreft de representativiteit van de moslimjongeren. Omdat de steekproef via Marokko.nl te klein bleek, betreffen de analyses in de rest van dit rapport over 'oudere jongeren' (d.w.z. 18-26 jaar) dus uitsluitend de selecte steekproef via het Mixxit-panel. Deze leverde een relatief goede respons op, waaronder het maximaal te verwachten aandeel van ruim 10% moslimjongeren. Duidelijk is wel dat er een overschatting van het opleidingsniveau in de steekproef van de oudere moslimjongeren zit (Gijsberts & Herweijer, 2007). Daarvoor zullen we controleren in de analyses in de volgende hoofdstukken.

Tot slot kunnen we concluderen dat de moslimjongeren in onze steekproef veel waarde hechten aan hun geloof, dat zij zich actief met hun geloof bezig houden en dat zich in hun sociale netwerk eveneens veel gelijkgestemde gelovigen bevinden. Opmerkelijk is dat de moslimscholieren blijken geven van een grotere politieke interesse dan de niet-moslimscholieren. De moslimscholieren besteden meer aandacht aan politiek nieuws, zij discussiëren vaker en denken vaker na over politiek dan de niet-moslimscholieren. De moslimscholieren en de niet-moslimscholieren verschillen niet in hun politieke kennis. Ouders, internet en televisie blijken de belangrijkste bronnen voor aanvullende informatie over politiek, religie en de maatschappij.

Nu het kader van het vragenlijstonderzoek beschreven en verantwoord is en de kenmerken van de deelnemende jongeren bekend, kan in het volgende hoofdstuk overgegaan worden tot de beantwoording van de onderzoeksvragen naar het huidige mediagebruik onder jongeren, in het bijzonder moslimjongeren, in de leeftijd van 13 – 26 jaar.

4. RESULTATEN MEDIAGEBRUIK: MOSLIMJONGEREN EN NIET-MOSLIMJONGEREN VERGELEKEN

4.1. Introductie

In dit hoofdstuk volgt een beschrijving van de resultaten van het vragenlijstonderzoek naar het mediagebruik onder jongeren in Nederland. De kenmerken van de respondenten zijn beschreven in hoofdstuk 3. Daar werd o.a. aangegeven dat de steekproef onder scholieren met de grootste zorgvuldigheid is samengesteld. De representativiteit ervan kan echter niet worden gegarandeerd. De steekproef onder de oudere jongeren is selectief en daarom niet representatief. De resultaten dienen dus met enige voorzichtigheid te worden beschouwd. Het totaal aantal bruikbare vragenlijsten onder de *scholieren* (13 – 18 jaar) is 1597, waarvan 181 door moslimscholieren werd ingevuld. In de groep ‘oudere jongeren’ (18 – 26 jaar) werd door 774 respondenten een bruikbare vragenlijst ingevuld, waarvan 189 door moslimjongeren.

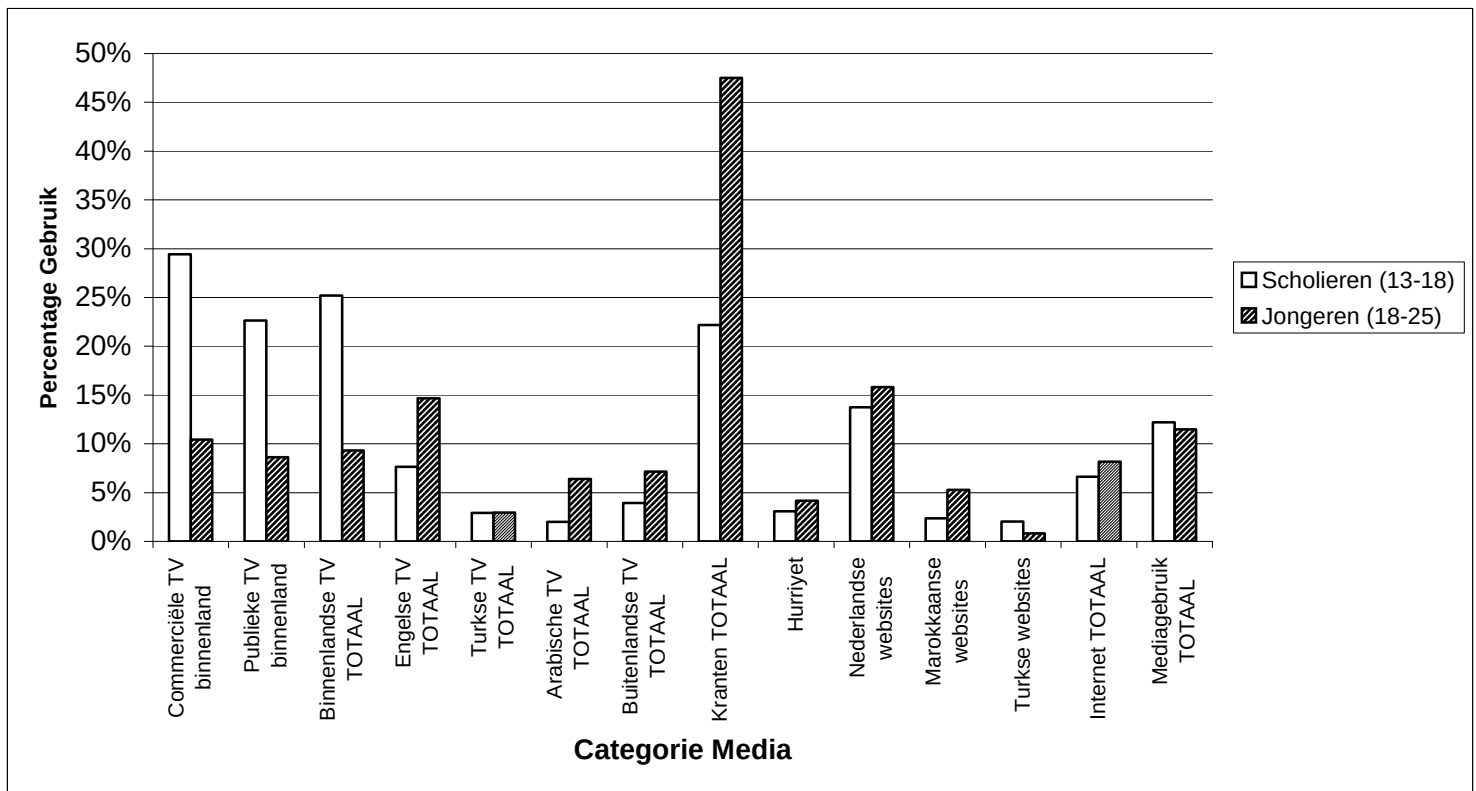
Hieronder wordt in par. 4.2 eerst nagegaan in hoeverre enkele persoonsgebonden variabelen, zoals leeftijd en geslacht, van belang zijn bij het mediagebruik. In par. 4.3 volgt een eerste globale inventarisatie van het mediagebruik door de jongeren, waarbij de moslimjongeren in de steekproef worden vergeleken met de niet-moslimjongeren. In par. 4.4 wordt gedetailleerder ingezoomd op de mate of intensiteit van het mediagebruik, zowel per programma of mediabron afzonderlijk als per leeftijdsgroep (d.w.z. voor de scholieren onder de 18 jaar afzonderlijk van de ‘oudere jongeren’ boven de 18 jaar). De mate waarin de verschillende media belangrijk worden gevonden, gezien worden als een goede afspiegeling van de werkelijkheid en de betrokkenheid van de jongeren met de diverse media worden beschreven in par. 4.5. In par. 4.6 sluiten we het hoofdstuk af met een samenvatting van de resultaten.

4.2. Vergelijkingen op basis van leeftijd, geslacht, opleiding en etniciteit

Voordat we naar de mogelijke verschillen tussen de moslimjongeren en de niet-moslimjongeren in hun mediagebruik kijken, is het belangrijk mogelijke verschillen op basis van leeftijd, geslacht, opleiding en etniciteit na te gaan. Immers, de vraag doet zich voor in hoeverre sekse en opleidingsniveau een rol spelen bij de eventuele verschillen in mediagebruik. Hieronder volgen de resultaten van de toetsende vergelijkingen tussen de groepen. Om na te gaan in hoeverre het mediagebruik van de *jongere jongeren* (scholieren in de leeftijd 13 – 18 jaar) en *oudere jongeren* (18 – 26 jaar) van elkaar verschilt, hebben we toetsende vergelijkingen gedaan tussen de jongere en oudere jongeren onder de respondenten.

In figuur 4.1 wordt aangegeven welk deel van de beschikbare media gebruikt wordt door scholieren en welk deel door de oudere jongeren (zie tabel 1 in de bijlagen bij hoofdstuk 4 op de CD voor de percentages waar de grafiek op is gebaseerd). Voor elke groep media is nagegaan hoeveel procent van het aantal media uit die categorie (bijv. tv) gemiddeld wordt gebruikt door de jongeren, hier de oudere jongeren vergeleken met de scholieren. Dus, stel dat de deelnemende scholieren aangaven gemiddeld 4 van de 7 onderzochte websites te bezoeken, dan gebruikten zij dus 57% van de in dit onderzoek genoemde websites. Als de deelnemende oudere jongeren aangegeven zouden hebben gemiddeld 3 van de 7 onderzochte websites te bezoeken (dus 43% van de in dit onderzoek genoemde websites), dan bezoeken moslimjongeren in dit *fictieve* voorbeeld 14% meer van de onderzochte websites. Dus, per type medium (bijv. alle kranten samengenomen), is op deze manier berekend welk deel (in procenten) van de groep onderzochte mediabronnen überhaupt werd

geraadpleegd. In de onderstaande grafiek zijn deze percentages afgebeeld per mediumtype op basis van de antwoorden van de deelnemende jongeren.



Figuur 4.1. Percentages gebruikers per mediumtype (tv, kranten en internet) uitgezet naar Scholieren (< 18 jaar) vs. Oudere jongeren (18-26 jaar) in onze steekproef. Verschillen die significant zijn, zijn donker gearceerd, terwijl niet-significante verschillen licht en fijn gearceerd zijn.

Leesvoorbeeld: Van de 6 onderzochte commerciële binnenlandse televisieprogramma's werd 29% door scholieren gebruikt, terwijl 10% van deze programma's door de oudere jongeren werd gebruikt. De lichte arcering geeft aan dat dit verschil niet significant is.

Het mediagebruik 'TOTAAL' is minder dan de optelsom van de onderdelen omdat het gaat om het percentage gebruik van het totale aanbod aan media (zie bijgaande tekst) (bovendien zijn in het totaal de buitenlandse media buiten beschouwing gelaten).

Toelichting bij de labels in de figuren:

- Commerciële tv binnenland betreft de zes commerciële tv-programma's m.b.t. nieuws en achtergronden, bestaande uit RTL Nieuws, RTL Z, Nieuwsweek, Editie NL, Hart van Nederland en AT5 Nieuws.
- Publieke tv binnenland betreft de tien publieke tv-programma's bestaande uit het NOS Journaal, Jeugdjournaal, Den Haag Vandaag, Een Vandaag, Netwerk, NOVA, De Wereld Draait Door, Buitenhof, Rondom 10 en Zembla.
- Binnenlandse tv TOTAAL betreft de zestien binnenlandse tv-programma's m.b.t. nieuws en achtergronden (bovengenoemde commerciële en publieke tv samengenomen).
- Engelse tv TOTAAL betreft de vijf Engelstalige tv-programma's CNN: World News Europe, CNN: World News Asia, CNN: CNN Today, BBC World: World News Today en BBC World: News America.
- Kranten TOTAAL betreft de vijf genoemde Nederlandse kranten: Spits!, Metro, De Pers, De Telegraaf en De Volkskrant.
- Nederlandse websites betreft de volgende (zeven) Nederlandse websites: nu.nl, overheid.nl, partypeeps2000.com, fok.nl, geenstijl.nl, nrcnext.nl en telegraaf.nl.
- Mediagebruik TOTAAL betreft alle in de vragenlijst genoemde mediabronnen samengenomen (tv, krant en websites) gebruik maakt (in totaal 33 bronnen).

Scholieren gebruiken gemiddeld 29% van het aantal onderzochte commerciële binnenlandse media. Tot deze groep behoren zes programma's, wat betekent dat scholieren gemiddeld bijna twee van de zes programma's (is 29%) ooit volgen. De jongeren volgen gemiddeld slechts 10% van de onderzochte commerciële binnenlandse programma's, dus minder dan 1 van de zes. Middels donkere, grovere arcering van de staven wordt in de volgende figuren aangegeven welke verschillen tussen de onderzochte groepen in hun mediagebruik statistisch significant zijn. Verschillen die niet significant zijn bespreken we niet, tenzij daar een reden voor is en in dat geval zal expliciet worden vermeld dat het om een niet significant verschil gaat.

De groepen 'scholieren' en 'oudere jongeren' blijken op nagenoeg alle mediumtypen significant van elkaar te verschillen. Alleen wanneer naar de optelsom wordt gekeken (kolom Mediagebruik TOTAAL in figuur 4.1), dan blijkt dit verschil niet significant. Verder leert inspectie per groep en per mediumtype in onderstaande figuur dat een groter deel van de scholieren naar de binnenlandse tv kijkt dan oudere jongeren, terwijl een groter deel van de oudere jongeren aangeeft elk van de overige mediatypen te raadplegen (t.w. Engelstalige en Arabischstalige tv, kranten en het internet, m.u.v. Turkse websites, die vaker door scholieren worden genoemd).

Om vervolgens na te gaan of het mediagebruik verschilt tussen de seksen, hebben we ook toetsende vergelijkingen gemaakt tussen hoeveel media jongens en meisjes gebruiken. In het totale mediumgebruik verschillen de jongens niet van de meisjes.³² Echter, jongens gebruiken een groter deel van de genoemde binnenlandse televisieprogramma's dan de meisjes, maar dit verschil wordt bepaald door het kijken naar publieke tv-programma's en niet door het kijken naar commerciële tv-programma's. Aan de andere kant gebruiken meisjes meer Arabische televisiezenders dan jongens en volgen zij meer Nederlandse kranten. Dit verschil bestaat niet ten aanzien van de Turkse krant *Hurriyet*.

Op basis van analyses van het gemiddelde gebruik van diverse media binnen de groep moslimscholieren blijkt dat de *jongens* en *meisjes* niet overtuigend verschillen in de mate waarin zij naar binnenlandse tv-programma's keken voor informatie over politiek, religie, en nieuws. De moslimmeisjes keken wel vaker naar het *Jeugdjournaal* en *AT5*, terwijl de moslimjongens vaker naar *Netwerk* keken.³³ Bij de meeste verschillen in het mediagebruik tussen moslimjongeren en niet-moslimjongeren die we hieronder rapporteren, speelt geslacht dus geen rol. Bij de oudere jongeren vinden we helemaal geen verschillen tussen moslimmeisjes en moslimjongens.³⁴

Vervolgens is het mediagebruik per *opleidingsniveau* geanalyseerd. In hun gebruik over alle media samengenomen verschillen de jongeren niet van elkaar op basis van hun opleidingsniveau. Echter, per afzonderlijk type medium wel. Over het algemeen gebruiken laag opgeleiden een groter deel van de media, met name de binnenlandse tv-programma's, voor hun informatie-voorziening over politiek, religie en maatschappij dan de hoog opgeleiden. Hoger opgeleiden raadplegen echter een groter deel van de Engelstalige programma's. Op basis van de gemiddelden, blijkt dat VMBO-scholieren gemiddeld per dag vaker naar de tv kijken dan HAVO/VWO en VWO-scholieren.³⁵

³² Zoals gezegd, bedoelen we in dit rapport met 'geen verschil', geen significant verschil. Zie voor de gevonden significantieniveaus de bijlagen, in dit geval bijlage 4.1.

³³ Statistische toetsen geven aan dat moslimmeisjes significant vaker naar het *Jeugdjournaal* ($z = -2.67, p < 0.01$) en *AT5* ($z = -2.40, p = 0.02$) kijken, terwijl moslimjongens vaker naar *Netwerk* ($z = -2.41, p = 0.02$) kijken.

³⁴ Overigens blijkt dat de groep oudere moslimjongens relatief klein is (26) in vergelijking met 103 oudere moslimmeisjes bij deze toets op het kijken naar binnenlandse tv-programma's en kan mede daarom niet als representatief worden beschouwd (zie ook hst. 3).

³⁵ Opleidingsniveau speelt een significante rol bij het tv-kijkgedrag, $F(3, 697) = 7.13, p < 0.01$. VMBO-scholieren ($M = 4.10, SD = 0.95$) kijken gemiddeld per dag vaker naar de tv dan HAVO ($M = 3.76, SD = 0.98$), HAVO/VWO ($M = 3.80, SD = 0.89$) en VWO scholieren ($M = 3.72, SD = 0.97$). De significante verschillen per programma worden hier niet specifiek gerapporteerd (zie evt. de volgende par. 4.3 en 4.4).

Binnenlandse tv-programma's die vaker bekeken werden door VMBO-scholieren dan door HAVO en VWO zijn *RTL Nieuws*, *Jeugdjournaal*, *Nieuwsweek*, *Editie NL* en *Hart van Nederland*. Terwijl de HAVO en VWO-scholieren vaker naar het *NOS journaal*, *Netwerk*, en *De wereld draait door* keken dan de VMBO-scholieren. Ook onder de oudere jongeren verschilt het kijkgedrag significant naar opleidingsniveau. Jongeren met het laagste niveau opleiding kijken gemiddeld per dag meer tv dan jongeren met een hoger opleidingsniveau.³⁶ Zo is '*De wereld draait door*' vooral populair onder de hoger opgeleiden en '*AT-5-nieuws*' onder de lager opgeleide jongeren van 18 tot 26 jaar.

Vanwege de gevonden verschillen t.g.v. het opleidingsniveau worden de hierna volgende vergelijkingen op het mediagebruik van moslimjongeren versus niet-moslimjongeren gecontroleerd voor de invloed van opleiding (zie voetnoot 4).

Ook voor het lezen van kranten zien we een vergelijkbare invloed van opleiding: meer jongeren met een hoger opleidingsniveau lezen kranten dan die met een lager opleidingsniveau. De Turkse tv wordt vooral door de lager opgeleiden bekeken, terwijl dat bij de Arabische zenders geen verschil maakt. Bij gebruik van het internet is het verschil tussen de hoger opgeleiden en lager opgeleiden niet significant.

Wanneer we kijken naar *etniciteit*, valt op dat jongeren van Turkse komaf meer verschillende mediabronnen gebruiken ('mediagebruik totaal') dan jongeren van Marokkaanse komaf,³⁷ en ook meer verschillende dan de overige jongeren. Dat geldt voor alle mediatypen behalve het kijken naar binnenlandse tv-programma's, waar geen verschil tussen de etnische achtergronden is. Zowel Turkse als Marokkaanse jongeren gebruiken beduidend meer verschillende media dan de overige jongeren. Turkse jongeren maken vooral veelvuldig gebruik van de Turkse televisie, terwijl dat niet in vergelijkbaar sterke mate geldt voor de Marokkaanse jongeren en Arabische tv. Mogelijk dat hier de beheersing van de taal een rol speelt - Turkse jongeren beheersen over het algemeen nog wel de taal van het land van herkomst, terwijl dat bij Marokkaanse jongeren vaak niet het geval is; 85,5% van de Turkse jongeren (al dan niet moslim) spreekt Turks. Zo'n 39% van de Marokkaanse jongeren spreekt/ beheerst het Arabisch (zie hst. 3), terwijl 65% van de Marokkaanse *moslimjongeren* zegt de Arabische taal te beheersen. Opgemerkt zij dat zo'n 50 % ook aangeeft het Berbers te beheersen.

Marokkaanse jongeren maken relatief gezien het meest gebruik van internet. Bij inspectie van de gemiddelden per groep en per mediumtype (bijlage 4.1) valt bovendien op dat veel meer jongeren in beide allochtone groepen (zowel Turkse als Marokkaanse jongeren) gebruik maken van meer Engelstalige tv-zenders en van meer kranten (nb. de Turkse krant *Hurriyet* wordt enkel door Turken veel gelezen) dan de niet-moslimjongeren. Inzicht per mediabron (per specifieke krant of specifiek tv-programma) volgt in par. 4.4. hierna.

Samenvattend vonden we dat de jongere jongeren (scholieren) een beduidend groter deel van het aanbod op de binnenlandse televisie gebruiken en dat de oudere jongeren aangaven een groter deel van alle overige mediatypen te raadplegen. De jongens en meisjes verschillen niet van elkaar in het totaalbeeld, maar wel in hun gebruik van enkele specifieke mediatypen; jongens kijken naar meer

³⁶ Hoogst genoten opleiding speelt een significante rol bij het tv-kijkgedrag onder de oudere jongeren, $F(8, 735) = 2.89$, $p < 0.01$. Jongeren met als hoogst genoten opleiding Basisonderwijs ($M = 4.40$, $SD = 0.89$), Lager beroepsonderwijs ($M = 4.54$, $SD = 0.52$), en Middelbaar algemeen ($M = 4.03$, $SD = 0.94$) kijken gemiddeld per dag vaker tv dan mensen met Hoger Algemeen en VWO ($M = 3.64$, $SD = 1.03$), Hoger beroepsonderwijs ($M = 3.76$, $SD = 1.05$) en Universiteit ($M = 3.64$, $SD = 1.07$).

³⁷ Omwille van de leesbaarheid benoemen we in dit rapport de in Nederland wonende jongeren met Marokkaanse of Turkse (voor)ouders als respectievelijk 'Marokkaanse (moslim)jongeren' en 'Turkse (moslim)jongeren'. Evenzo schrijven we 'Marokkaanse websites' en 'Turkse websites' als we bedoelen dat deze websites gericht zijn op respectievelijk (in Nederland wonende) jongeren met Marokkaanse of Turkse (voor)ouders.

binnenlandse publieke zenders terwijl meisjes naar meer Arabische zenders kijken. Meisjes lezen meer verschillende kranten dan de jongens (m.u.v. Hurriyet; dat is gelijk).

Het opleidingsniveau blijkt voor het gebruik van afzonderlijke media wel uit te maken: laag opgeleiden kijken naar meer binnenlandse tv-programma's voor hun informatievoorziening over politiek, religie en maatschappij, terwijl de hoger opgeleiden relatief meer buitenlandse media raadplegen en een krant lezen. Jongeren met een Turkse en Marokkaanse etnische achtergrond gebruikten meer van de genoemde mediabronnen dan de overige jongeren. Het gebruik van Turkse of Marokkaanse media lijkt mede afhankelijk te zijn van de beheersing van de specifieke taal. Daarom worden hiervoor geen vergelijkingen opgenomen in onderstaande resultaten. In de hierna volgende vergelijkingen zal gecontroleerd worden voor zowel de invloed van de leeftijden (jonger dan 18 vs. ouder dan 18 jaar) als opleidingsniveau (voor zover mogelijk).

4.3. Inventarisatie mediagebruik: globaal in percentages

De onderzoeksvragen 3 en 4 hangen nauw met elkaar samen en zullen daarom in vergelijking met elkaar worden besproken. Het betreft het in kaart brengen van het mediagebruik van moslimjongeren in Nederland (vraag 3: Hoe ziet dat er uit?) en hoe dit zich verhoudt tot het mediagebruik van de overige jongeren (vraag 4: Zijn er verschillen tussen het mediagebruik van moslimjongeren en dat van niet-moslimjongeren? Zo ja, welke?).

In par. 4.3.1 geven we het globale mediagebruik van de ondervraagde moslimjongeren naast dat van de niet-moslimjongeren in een grafiek weer, gegroepeerd per type medium. Daarna, in par. 4.3.2, vergelijken we de groepen per afzonderlijk medium (bijv. binnenlandse tv) en per afzonderlijk programma (bijv. NOS-journaal, Rndm 10, Den Haag Vandaag).

4.3.1 Mediagebruik globaal per mediumtype

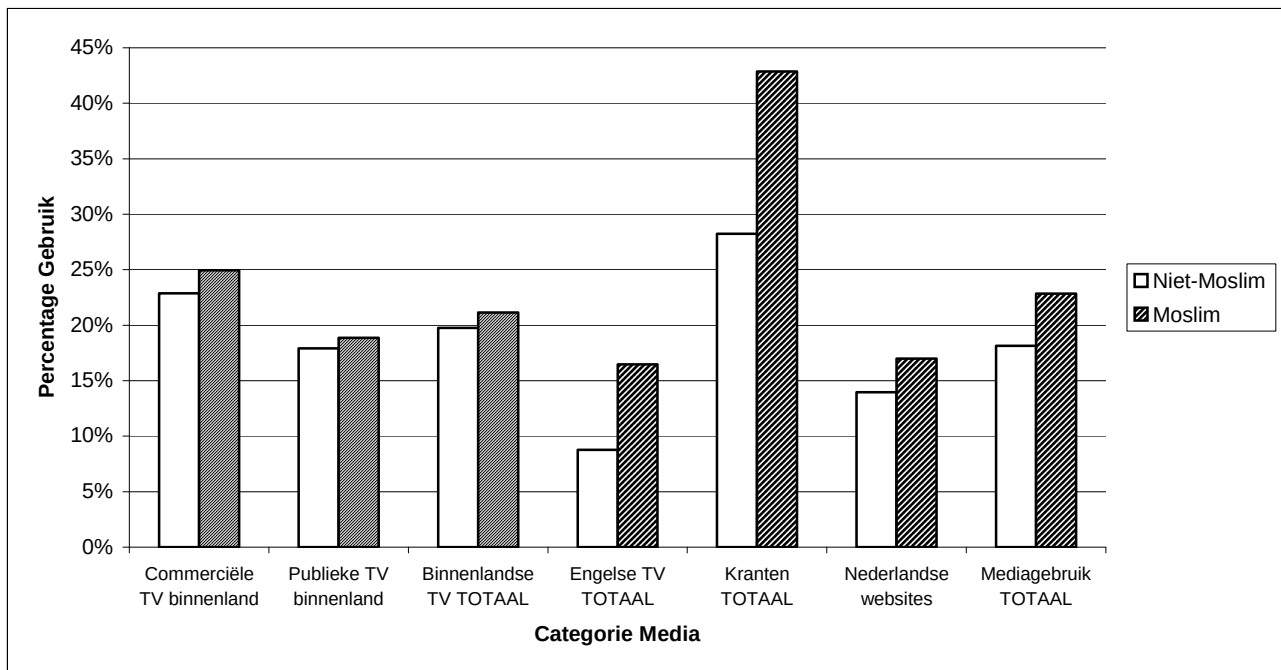
Om na te gaan of moslimjongeren een groter deel van het media-aanbod gebruiken dan niet-moslimjongeren is hun mediagebruik in één figuur tegen elkaar afgezet. De datasets van scholieren en oudere jongeren zijn hier samengevoegd t.b.v. een eerste globale indruk. Aan alle respondenten zijn vragen gesteld over het gebruik van voor hen relevante televisieprogramma's (zowel binnenlandse als buitenlandse), Nederlandse kranten en zowel binnenlandse als buitenlandse websites (totaal 33 onderzochte mediabronnen).³⁸

Middels donkere, grovere arcering van de staven wordt in de figuren aangegeven welke verschillen tussen de moslimjongeren en niet-moslimjongeren in hun mediagebruik statistisch significant zijn. Verschillen die niet significant zijn bespreken we niet tenzij daar een reden voor is en dit expliciet wordt vermeld. In de toelichting onder de figuren beschrijven we hoe de patronen geïnterpreteerd kunnen worden.

In figuur 4.2 wordt dus het globale mediagebruik van de moslimjongeren en de niet-moslimjongeren per type medium vergeleken. De laatste twee staven in de figuur maken duidelijk dat per saldo de moslimjongeren een groter deel van de onderzochte mediabronnen gebruiken dan de niet-moslimjongeren. In bijlage 4.1 zijn de percentages te vinden waarop deze figuur is gebaseerd. Uit die tabel blijkt (zie kolom 'Mediagebruik TOTAAL') dat moslimjongeren 22,8% van alle 33 onderzochte mediabronnen soms of regelmatig te gebruiken, tegen 18,2% van de niet-moslimjongeren. Het totale mediagebruik (dus over alle mediatypen samengenomen) verschilt tussen de moslimjongeren en de niet-moslimjongeren, waarbij

³⁸ Naast de aangeboden programma's/ mediabronnen konden de jongeren in de vragenlijst zelf ook programma's / bronnen toevoegen, maar dat leverde geen regelmatig genoemde extra's op.

moslimjongeren in hun informatie-zoekgedrag over nieuws, religie, of de maatschappij van bijna 5% méér media gebruik maken dan de niet-moslimjongeren.



Figuur 4.2. Percentages gebruikers per mediumtype (tv, kranten en internet) uitgezet naar moslimjongeren vs. niet-moslimjongeren. Verschillen die significant zijn, zijn donker gearceerd, terwijl niet-significante verschillen licht en fijn gearceerd zijn.

Leesvoorbeeld: Van de 6 onderzochte commerciële televisieprogramma's werd 25% door moslimjongeren geraadpleegd, terwijl 23% door de niet-moslimjongeren werd geraadpleegd. De lichte arcering geeft aan dat dit verschil niet significant is.

Toelichting bij de labels in de figuren:

- Commerciële tv binnenland betreft de zes commerciële tv-programma's m.b.t. nieuws en achtergronden, bestaande uit RTL Nieuws, RTL Z, Nieuwsweek, Editie NL, Hart van Nederland en AT5 Nieuws.
- Publieke tv binnenland betreft de tien publieke tv-programma's bestaande uit het NOS Journaal, Jeugdjournaal, Den Haag Vandaag, Een Vandaag, Netwerk, NOVA, De Wereld Draait Door, Buitenhof, Rondom 10 en Zembla.
- Binnenlandse tv TOTAAL betreft de zestien binnenlandse tv-programma's m.b.t. nieuws en achtergronden (bovengenoemde commerciële en publieke tv samengenomen).
- Engelse tv TOTAAL betreft de vijf Engelstalige tv-programma's CNN: World News Europe, CNN: World News Asia, CNN: CNN Today, BBC World: World News Today en BBC World: News America.
- Kranten TOTAAL betreft de vijf genoemde Nederlandse kranten: Spits!, Metro, De Pers, De Telegraaf en De Volkskrant.
- Nederlandse websites betreft de volgende (zeven) Nederlandse websites: nu.nl, overheid.nl, partypeeps2000.com, fok.nl, geenstijl.nl, nrcnext.nl en telegraaf.nl.
- Mediagebruik TOTAAL betreft alle in de vragenlijst genoemde mediabronnen samengenomen (tv, krant en websites) gebruik maakt (in totaal 33 bronnen).

Kijken we naar het gebruik *per mediumtype* (zie de staven voor Binnenlandse TV TOTAAL, Engelse TV TOTAAL, Kranten TOTAAL, en Nederlandse websites), dan valt op dat voor nagenoeg alle mediatypen telkens de moslimjongeren een groter deel van de media gebruiken voor informatie dan de niet-moslimjongeren, alleen is het niet significant verschillend voor het tv-gebruik van binnenlandse zenders (de eerste drie vergeleken staven in figuur 4.2). De moslimjongeren gebruiken samengenomen bijna 8% (resp. 8,8% vs. 16,5%) meer van de genoemde *Engelse tv-zenders*. Tevens

valt op dat over alle (in dit onderzoek opgenomen) *kranten* de moslimjongeren in vergelijking met de niet-moslimjongeren meer verschillende Nederlandse kranten gebruiken (resp. 28% vs. 43%) kranten. Wat betreft het gebruik van *Nederlandse websites* is dit verschil kleiner (resp. 14% vs. 17%). De groepen verschilden niet van elkaar wat betreft het gebruik van de *commerciële* en de *publieke* zenders. De alomtegenwoordigheid van het medium televisie zou kunnen verklaren waarom daar geen significant verschil gevonden werd tussen de moslimjongeren en de niet-moslimjongeren. Echter, bij de Engelstalige tv werd wel een groot verschil gevonden. Bovendien is het internet vandaag de dag wellicht ook alomtegenwoordig voor jongeren, en ook daar bleek dat juist de moslimjongeren beduidend meer gebruik maken van het internet voor hun informatievoorziening over politiek, religie en maatschappij. Dit geldt eveneens wanneer enkel naar Nederlandse websites gekeken wordt (zie kolom 'Nederlandse websites' in figuur 4.2).

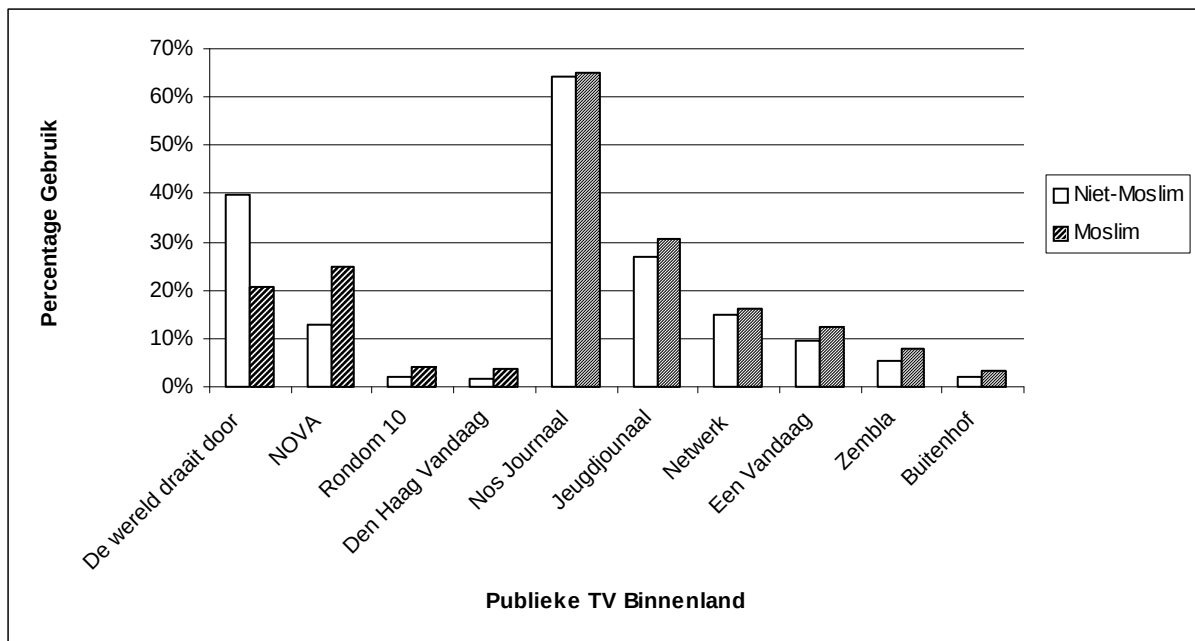
Concluderend, in percentages uitgedrukt over het totale mediagebruik (33 mediabronnen) blijkt dat moslimjongeren voor hun informatievoorziening over politiek, religie en de maatschappij bijna 5% méér van de algemene in Nederland aangeboden media gebruiken dan de niet-moslimjongeren. Als we het mediagebruik opsplitsen naar het soort medium, dan blijkt dat moslimjongeren doorgaans meer van bijna alle soorten media gebruiken. Dat geldt zowel voor Engelstalige tv, dagbladen als voor het internet. Voor het raadplegen van binnenlandse televisieprogramma's verschillen de beide groepen jongeren niet van elkaar. Opvallend is dat de moslimjongeren bijna 15% meer van de genoemde Nederlandstalige kranten gebruik maken dan de niet-moslimjongeren. Van de Engelstalige tv-zenders wordt 8% meer door moslimjongeren gebruik gemaakt. Van de Nederlandse websites worden tot slot 3% meer door de moslimjongeren gebruik gemaakt dan door de niet-moslimjongeren.³⁹ Kortom, op globaal niveau van het mediagebruik maken moslimjongeren meer gebruik van allerlei media dan niet-moslimjongeren, en dit heeft niet te maken met het extra gebruik van bronnen in de taal van het land van herkomst.

Hieronder gaan we dieper in op de specifieke programma's en bronnen per mediumtype (bijv. de specifieke kranten) die geraadpleegd werden door de jongeren, waarbij de nadruk ligt op de vergelijking tussen de moslimjongeren versus de niet-moslimjongeren. Voor de overige vergelijkingen (bijv. jongens – meisjes) volstaan we met een verwijzing naar de tabellen in de bijlagen. Het is belangrijk op te merken dat wanneer het gaat om een enkele mediabron, of de afzonderlijke programma's (par. 4.3.2. e.v.), de interpretatie eenvoudiger is: het percentage mediagebruik is dan namelijk gelijk aan het percentage jongeren dat van dat medium gebruik maakt.

4.3.2 Binnenlands televisiegebruik per afzonderlijk programma

De onderstaande figuren geven per afzonderlijk programma de percentages weer van de gebruikers van binnenlandse tv-programma's. Het gebruik van de publieke zenders staat in figuur 4.3 en het gebruik van de commerciële zenders staat in figuur 4.4.

³⁹ Omdat de steekproef moslimjongeren wat betreft opleidingsniveau niet gelijkelijk verdeeld is en niet representatief is voor de populatie (d.w.z. moslimjongeren in de dataset hebben gemiddeld een hoger opleidingsniveau dan die in de gehele populatie), is bij elk verschil tussen moslims en niet-moslims in soort mediagebruik gecontroleerd voor opleidingsniveau. Dit leidde nagenoeg niet tot veranderingen in de gerapporteerde resultaten. Het verschil tussen moslimjongeren en niet-moslimjongeren voor gebruik Commerciële tv ($F(1,2259) = 1.65, p = 0.20$) bleef non-significant, terwijl de verschillen voor Engelse tv ($F(1,2259) = 38.38, p < 0.01$), Kranten ($F(1,2259) = 154.42, p < 0.01$), Nederlandse websites ($F(1,2259) = 9.73, p < 0.01$) en Mediagebruik Totaal ($F(1,2259) = 10.75, p < 0.01$) ongewijzigd significant bleven. Enkel de verschillen voor Publieke tv ($F(1,2259) = 4.36, p = 0.04$) en Totaal tv binnenland ($F(1,2259) = 4.62, p = 0.03$) werden na controle voor opleidingsniveau nu wél significant. Moslimjongeren bleken hier vaker gebruik van te maken dan niet-moslimjongeren (in lijn met de overige resultaten).



Figuur 4.3. Percentage gebruik Publieke TV Binnenland, per programma uitgezet naar moslimjongeren vs. niet-moslimjongeren. Verschillen die significant zijn, zijn donker gearceerd, terwijl non-significante verschillen licht en fijn gearceerd zijn.

Toelichting op de figuren:

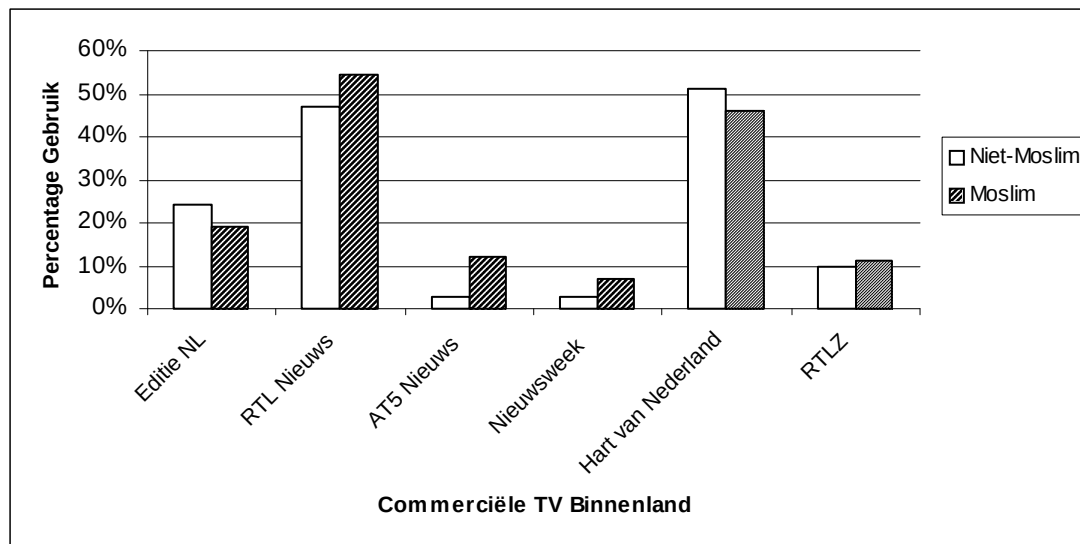
- Het gaat telkens om verschillen tussen het aantal moslimjongeren en niet-moslimjongeren dat gebruik maakt van een bepaald medium. Van links naar rechts gezien:
- Allereerst de programma's waarvan meer niet-moslimjongeren aangeven het te gebruiken dan moslimjongeren (komt niet vaak voor; "De Wereld Draait Door").
- Vervolgens de programma's waarvan méér moslimjongeren aangeven het te gebruiken dan niet-moslimjongeren, geordend op hoogste percentages eerst (dus eerst NOVA dan Rndom 10, omdat significant meer moslimjongeren naar NOVA kijken). De significante verschillen zijn donker/vet gearceerd.
- Tenslotte staan verder naar rechts in de grafieken de niet-significante resultaten die licht/fijn gearceerd zijn (dus vandaar het Nos-journaal verder naar rechts; hoewel een hoger % gebruikers is het verschil niet significant).

Publieke tv binnenland

Op basis van de grafiek lijkt het of er naar bijna elk tv-programma op de publieke zenders meer moslimjongeren kijken dan niet-moslimjongeren, met uitzondering van *De Wereld Draait Door*. Echter, uit de statistische toetsen blijkt dat de meeste van deze verschillen niet significant zijn. Wel keken meer moslimjongeren naar NOVA (24,9% vs. 12,9%), Rndom 10 (4,3 vs. 2,0%) en *Den Haag Vandaag* (3,7% vs. 1,6%) voor hun informatievoorziening over politiek, religie en de maatschappij. Daarentegen keken juist meer niet-moslimjongeren (18,7% meer jongeren) naar *De Wereld Draait Door* (39,6% vs. 20,9%).

Commerciële tv binnenland.

In figuur 4.4 is te zien dat meer moslimjongeren keken naar *RTL Nieuws* (54,3% vs. 46,9%), *AT5 nieuws* (12,3% vs. 2,7%) en *Nieuwsweek* (7,1% vs. 2,7%). Daarentegen keken meer niet-moslimjongeren (24,1% vs. 18,9%) naar *Editie NL* dan moslimjongeren.



Figuur 4.4. Percentage gebruik Commerciële TV Binnenland per programma uitgezet naar moslims vs. niet-moslims. Verschillen die significant zijn, zijn donker gearceerd, terwijl non-significante verschillen licht en fijn gearceerd zijn.

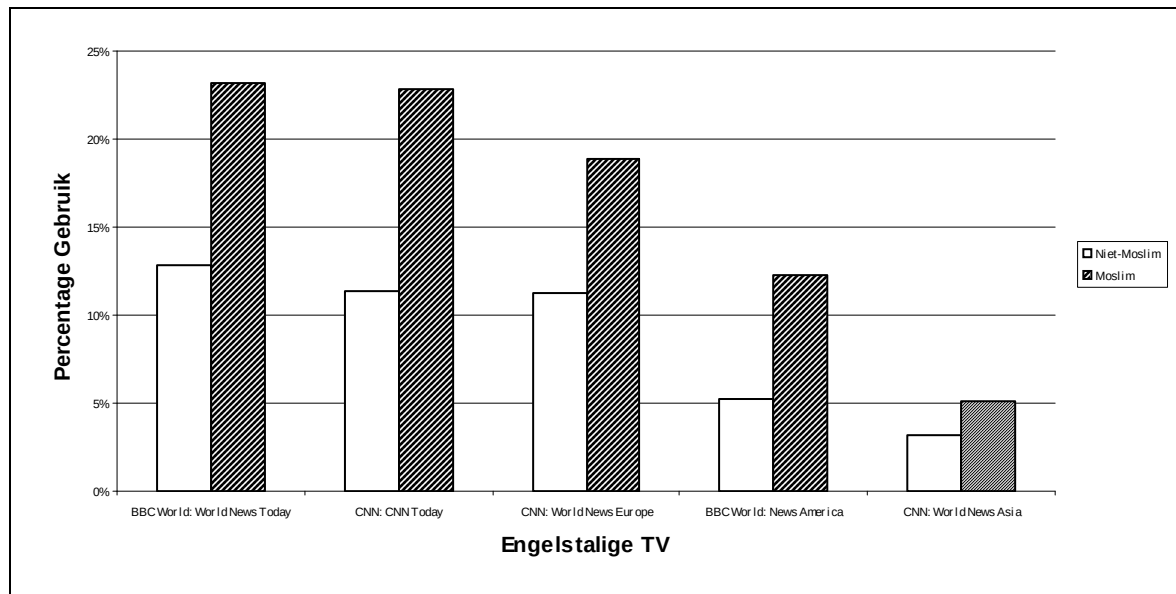
Samengevat over de binnenlandse tv (zowel publieke als commerciële zenders), wanneer het gaat om televisie kijken voor informatie over politiek, religie en de maatschappij, valt op dat over het geheel genomen meer niet-moslimjongeren naar *De wereld draait door* keken en *Editie NL*, terwijl meer moslimjongeren keken naar *NOVA*, *Rondom 10*, *Den Haag Vandaag*, *RTL Nieuws*, *AT 5 nieuws* en *Nieuwsweek*.

4.3.3 Buitenlands televisiegebruik per afzonderlijk programma

Vervolgens hebben we geanalyseerd in hoeverre moslimjongeren kijken naar buitenlandse tv-programma's, uitgesplitst naar Engelstalige, Turkse en Arabische programma's.

Engelstalige tv. (N.B. Omdat er natuurlijk overlap is in het gebruik van verschillende programma's, komt de optelling per programma in de figuren boven de 100%).

In figuur 4.5 is te zien dat relatief meer moslimjongeren naar Engelstalige programma's kijken dan niet-moslimjongeren. Echter, het verschil bij *CNN: World News Asia* blijkt niet significant. Ruim 10% meer moslimjongeren dan niet-moslimjongeren kijken naar *BBC World: World News Today*, 12% meer naar *CNN: CNN Today*, bijna 8% meer naar *CNN: World News Europe* en 7% meer naar *BBC World: News America*.

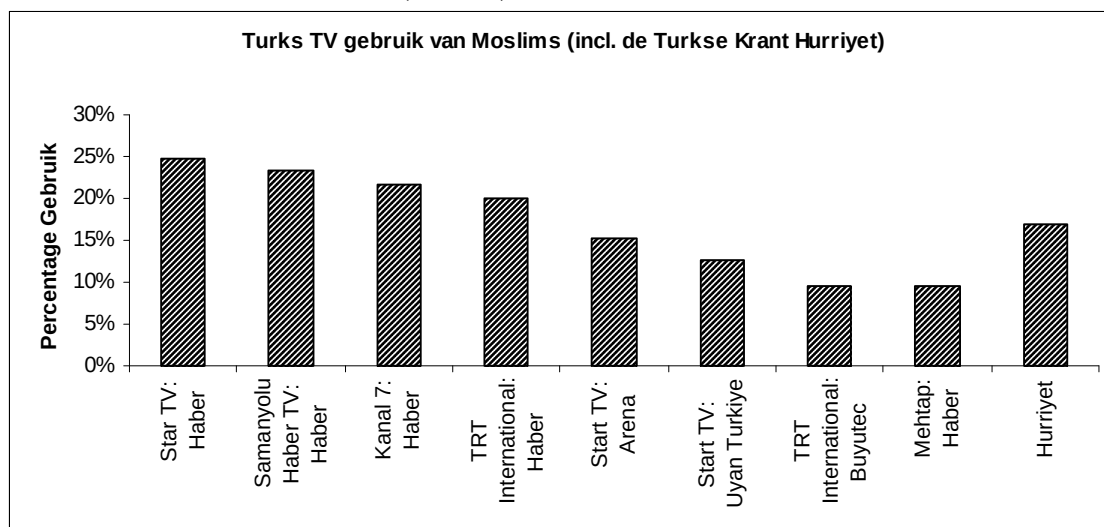


Figuur 4.5. Percentage gebruik Engelstalige TV per programma uitgezet naar moslims vs. niet-moslims. Verschillen die significant zijn, zijn donker gearceerd, terwijl non-significante verschillen licht en fijn gearceerd zijn.

Turkse tv & krant

Het kijken naar Turkse tv en het lezen van de in Nederland verkrijgbare Turkse krant Hürriyet wordt ongetwijfeld vergemakkelijkt wanneer men het Turks beheerst. Bovendien zijn de zenders waarop deze tv-programma's te zien zijn niet standaard via kabel te ontvangen in Nederland. Daarom geven we hieronder enkel de frequenties weer waarmee moslimjongeren naar deze Turkse programma's kijken en de Turkse krant raadplegen.

In figuur 4.6 is te zien dat als moslimjongeren naar Turkse zenders kijken, zij het meeste kijken naar *Star TV: Haber*, *Samanyolu Haber TV: Haber*, *Kanal 7: Haber* en *TRT International: Haber*, terwijl minder wordt gekeken naar *Star TV: Arena*, *Star TV: Uyan Turkiye*, *TRT International: Buyutec* en *Mehtap: Haber*. De percentages wat betreft gebruik lopen uiteen van ruim 9% (voor *TRT International: Buyutec* en *Mehtap: Haber*) tot 25% (voor *Star TV: Haber*). Echter, wanneer selectief alleen naar de Turkse moslimjongeren wordt gekeken, dan blijkt het merendeel van de moslimjongeren die qua afkomst het meest waarschijnlijk de taal beheersen, dan kijkt een ruime meerderheid naar de Turkse tv (85,5 %).



Figuur 4.6. Percentage gebruik Turkse tv per programma door moslimjongeren. N.B. Omdat een persoon naar meerdere Turkse tv-programma's kan kijken, komt het totaal boven de 100% uit.

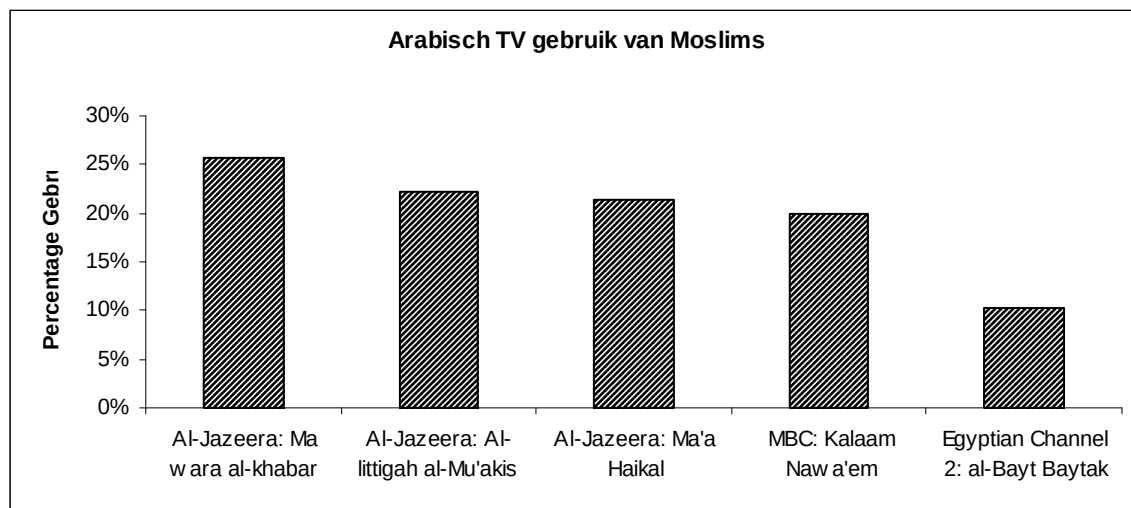
De Turkse krant *Hurriyet* wordt door 17% van de moslimjongeren gelezen. Daaronder is een relatief klein deel moslimscholieren (14 van de 181 moslimscholieren) en een groter aandeel van de oudere moslimjongeren.

Arabische tv

Voor de toegankelijkheid van de Arabische tv-zender geldt hetzelfde als hierboven vermeld voor de Turkse media wat betreft taalbeheersing en beschikbaarheid. In Nederland is gewoonlijk geen Marokkaanse krant beschikbaar en werd door de jongeren ook niet genoemd als informatiebron.

In figuur 4.7 is te zien dat als moslimjongeren naar Arabische zenders kijken, zij het meeste kijken naar *Al-Jazeera: Ma wara al-khabar*, *Al-Jazeera: Al-littigah al-Mu'akis*, *Al-Jazeera: Ma'a Haikal* en *MBC: Kalaam Nawa'em*, terwijl minder wordt gekeken naar *Egyptian Channel 2: Al-Bayt Baytak*. De percentages wat betreft gebruik lopen uiteen van ruim 10% (voor *Egyptian Channel 2: Al-Bayt Baytak*) tot bijna 26% (voor *Al-Jazeera: Ma wara al-khabar*).

Wanneer selectief alleen naar Marokkaanse moslimjongeren wordt gekeken, dan blijkt het merendeel van de moslimjongeren die qua afkomst het meest waarschijnlijk de taal beheersen, dan kijkt minder dan de helft van de Marokkaanse moslimjongeren naar Marokkaanse/Arabische tv (47,4 %).



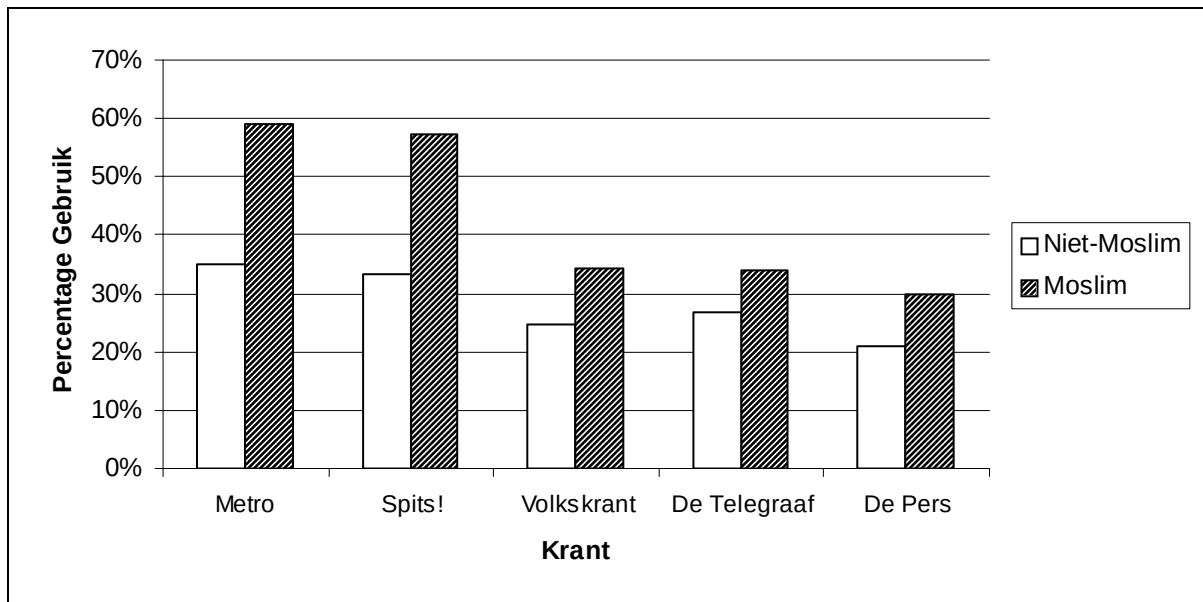
Figuur 4.7. Percentage gebruik Arabische tv per programma onder moslimjongeren.

N.B. Omdat een persoon naar meerdere Arabische tv-programma's kan kijken, komt het totaal boven de 100% uit.

Het globale mediagebruik *samenvattend*, kan voor het gebruik van televisie gesteld worden dat er tussen moslimjongeren en niet-moslimjongeren over het geheel genomen geen verschil is in het percentage dat kijkt naar binnenlandse commerciële tv-programma's, maar wel voor enkele programma's afzonderlijk. Er zijn duidelijk meer moslimjongeren dan niet-moslimjongeren die gebruik maken van Engelstalige tv-programma's voor hun informatievoorziening, zowel meer gebruik van het aanbod als geheel als meer moslimjongeren per programma afzonderlijk. Daarnaast maakt een groot deel van de moslimjongeren eveneens gebruik van mediabronnen in het Turks of Arabisch.

4.3.4 Krantengebruik

Vervolgens zijn we nagegaan in hoeverre de moslimjongeren verschillen van de niet-moslimjongeren in het lezen van dagbladen; we vergelijken hieronder vijf Nederlandse kranten.⁴⁰ In figuur 4.8 is te zien dat significant meer moslimjongeren dan niet-moslimjongeren elk van de genoemde kranten leest. De procentuele verschillen tussen moslimjongeren en niet-moslimjongeren lopen uiteen van 7% (voor *De Telegraaf*) tot 24% (voor *Spits!*).



Figuur 4.8. Percentage Krantengebruik uitgezet naar moslimjongeren vs. niet-moslimjongeren. Verschillen die significant zijn, zijn donker gearceerd, terwijl non-significante verschillen licht en fijn gearceerd zijn.

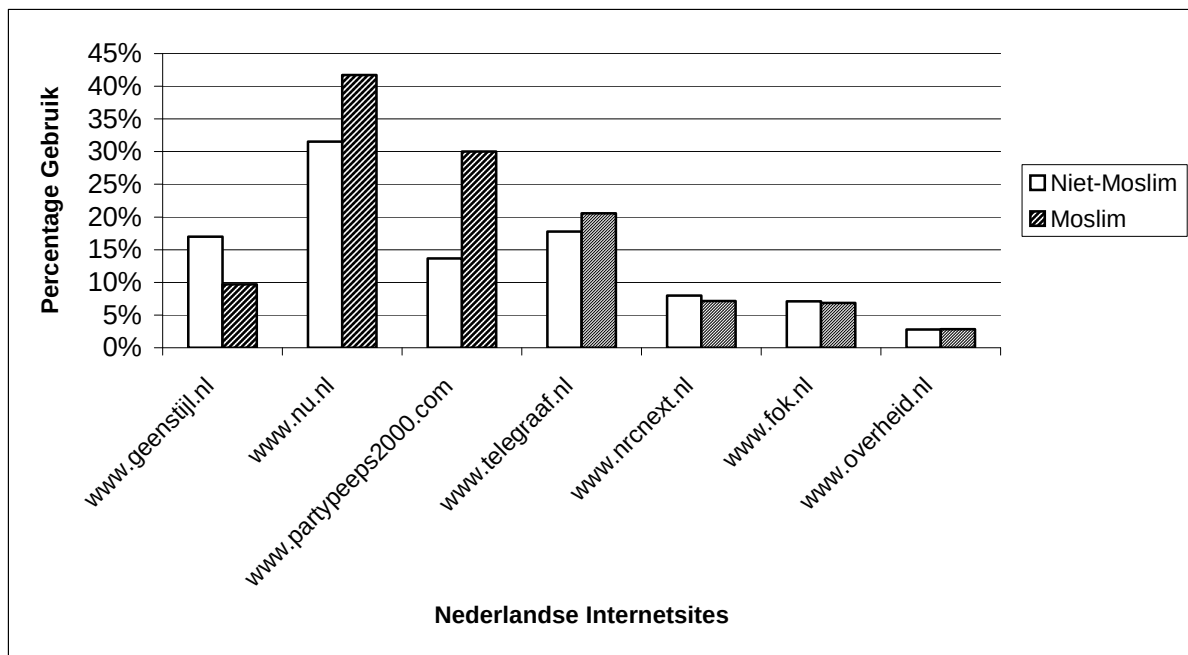
4.3.5. Internetgebruik

Tot slot hebben we gekeken of moslimjongeren verschillen van niet-moslimjongeren in het raadplegen van websites op het internet. Hierbij hebben we zowel typisch Nederlandse websites opgenomen, als websites specifiek gericht op Turkse of Marokkaanse doelgroepen en/of moslims. Hieronder worden deze afzonderlijk besproken.

Nederlandse Websites

In figuur 4.9 is te zien dat meer moslimjongeren *nu.nl* (42% vs. 31,5%) en *partypeeps2000.com* (30% vs. 14%) bezoeken, terwijl meer niet-moslimjongeren *geenstijl.nl* (17% vs. 10%) bezoeken. Voor het overige verschillen de moslimjongeren niet van de niet-moslimjongeren in aantallen per Nederlandse website.

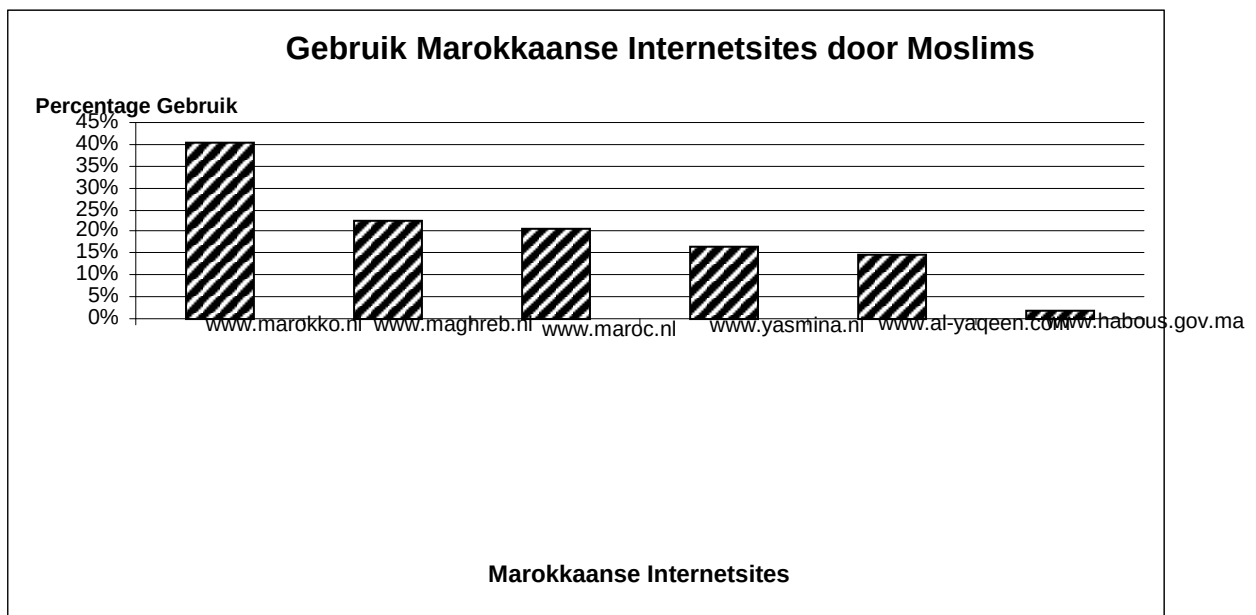
⁴⁰ Bij 'overige kranten' (die de jongeren zelf in konden vullen), werd geen van de genoemde kranten vaak genoeg genoemd om te worden opgenomen in de analyses.



Figuur 4.9. Percentage gebruik Nederlandse websites uitgezet naar moslimjongeren vs. niet-moslimjongeren. Verschillen die significant zijn, zijn donker gearceerd, terwijl non-significante verschillen licht en fijn gearceerd zijn.

Marokkaanse websites⁴¹

In figuur 4.10 is te zien dat moslimjongeren het vaakst de internetsite marokko.nl bezoeken, minder vaak de websites maghreb.nl, maroc.nl, yasmina.nl en al-yaqeen.com bezoeken, en het minst vaak de website habous.gov.ma bezoeken. De percentages wat betreft websitebezoek lopen uiteen van bijna 2% (voor *habous.gov.ma*) tot ruim 40% (voor *marokko.nl*).⁴² Kijken we selectief alleen naar de Marokkaanse moslimjongeren, dan blijkt dat 80,1 % van de Marokkaanse moslimjongeren gebruik maakt van Marokkaanse internetsites.



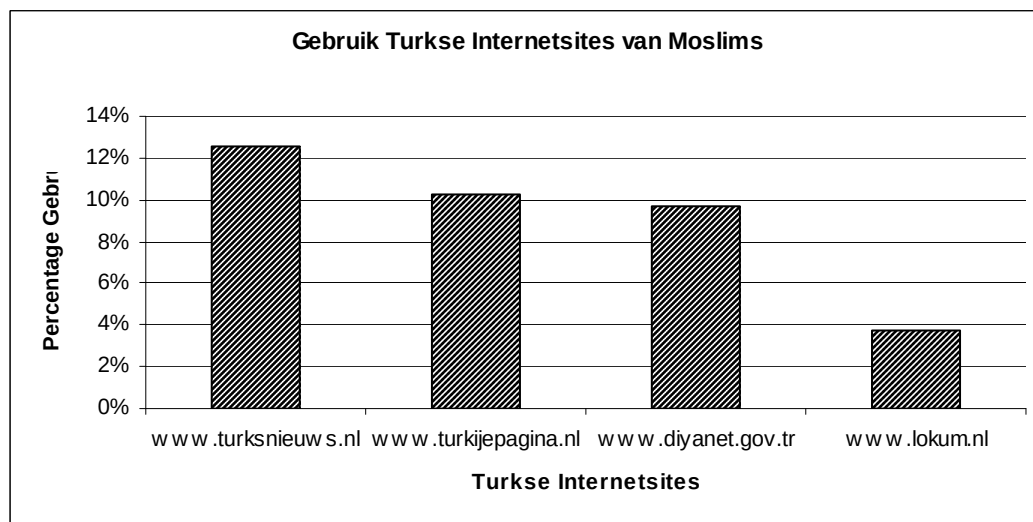
Figuur 4.10. Percentage gebruik Marokkaanse websites onder moslimjongeren.

⁴¹ Omwille van de leesbaarheid korten we ‘websites gericht op (in Nederland wonende) doelgroepen met Marokkaanse (voor)ouders’ af tot ‘Marokkaanse websites’.

⁴² Net als bij de Turkse en Marokkaanse tv-zenders in voorgaande, is de vergelijking hier achterwege gelaten.

Turkse websites⁴³

In figuur 4.11 is te zien dat moslimjongeren het vaakst de internetsite *turksnieuws.nl* bezoeken, minder vaak de websites *turkijepagina.nl* en *diyanet.gov.tr* bezoeken, en het minst vaak de website *lokum.nl* bezoeken. De percentages wat betreft websitebezoek lopen uiteen van bijna 4% (voor *lokum.nl*) tot bijna 13% (voor *turksnieuws.nl*). Kijken we selectief alleen naar de Turkse moslimjongeren dan blijkt net iets meer dan de helft van de Turkse moslimjongeren gebruik maakt van Turkse internetsites (52,7 %).



Figuur 4.11. Percentage gebruik Turkse websites onder moslimjongeren.

Samenvattend kan gesteld worden dat meer moslimjongeren in dit onderzoek gebruik maakten van Nederlandse websites dan niet-moslimjongeren voor informatie over politiek, geloof of het nieuws. Moslimjongeren maken vooral meer dan niet-moslimjongeren gebruik van de Nederlandse websites *nu.nl* en *partypeeps2000.com*. Daarentegen wordt *geenstijl.nl* door meer niet-moslimjongeren geraadpleegd. De overige Nederlandse websites worden door evenveel moslimjongeren als niet-moslimjongeren gebruikt (*telegraaf.nl*, *nrcnext.nl*, *fok.nl*, *overheid.nl*). Daarnaast maken moslimjongeren gebruik van Turkse en Marokkaanse websites (daarvoor konden geen vergelijkingen met niet-moslimjongeren worden gemaakt).

4.4. Intensiteit van het mediagebruik van moslimjongeren en niet-moslimjongeren

De beantwoording van de onderzoeksvragen 3 en 4 is in voorgaande paragraaf in globale zin geanalyseerd. D.w.z., we hebben bekeken in hoeverre moslimjongeren van niet-moslimjongeren verschillen in hun gebruik van het aanbod van diverse in Nederland aangeboden mediabronnen, uitgedrukt in percentages van het mediagebruik per mediumtype (bijv. moslimjongeren maken voor bijna 15% meer gebruik van de diverse Nederlandse kranten dan niet-moslimjongeren). Daarnaast is per afzonderlijk programma of per mediabron het percentage gebruik nagegaan (per programma is het aantal gebruikers gelijk aan het gebruik van het aanbod omdat het aanbod dan slechts één programma betreft). Het mediagebruik uitgedrukt in percentages, of het aantal

⁴³ Omwille van de leesbaarheid korten we ‘websites gericht op (in Nederland wonende) doelgroepen met Turkse (voor)ouders af tot ‘Turkse websites’. Net als in voorgaande is een vergelijking met niet-moslimjongeren hier niet zinvol.

jongeren dat gebruik maakt van een bepaald medium zegt echter nog niets over hoe vaak of in welke mate een specifieke bron dan geraadpleegd wordt.

Met de percentages mediagebruik in par. 4.3 werd slechts aangegeven OF de jongeren überhaupt wel eens gebruik maakten van een bepaalde mediabron; in principe kan dat bijvoorbeeld één keer per jaar een krant lezen betreffen. Daarom gaan we hieronder na met welke regelmaat of hoe intens bepaalde mediabronnen werden geraadpleegd.⁴⁴ Ook hier vergelijken we de moslimjongeren met de niet-moslimjongeren. Bovendien geven we de resultaten tekens afzonderlijk weer voor de beide leeftijdsgroepen (scholieren onder de 18 jaar vs. ‘oudere jongeren’ boven de 18 jaar).⁴⁵

Boven de kolommen in de figuren is telkens het aantal jongeren aangegeven dat de vraag heeft beantwoord (middels $n=xxx$). De vergelijking tussen de moslimjongeren en de niet-moslimjongeren op de intensiteit van het mediagebruik geeft daarmee heel gedetailleerd de gevonden verschillen weer.

In onderstaande staafdiagrammen reflecteren de kolommen het mediagebruik van moslim- versus niet-moslimjongeren als gemiddelde van de intensiteit van het gebruik. Gemiddeld een 2 wil dan zeggen dat de jongeren gemiddeld ‘soms’ een bepaalde mediabron raadpleegden voor informatie over politiek, het geloof of het nieuws. Hoe hoger het gemiddelde, hoe vaker de jongeren aangeven die mediabron te raadplegen. Middels dikkere arcering van de kolommen is in de figuren aangegeven welke verschillen tussen de moslimjongeren en niet-moslimjongeren in het mediagebruik statistisch significant zijn.⁴⁶ Een korte toelichting per figuur beschrijft telkens hoe de patronen geïnterpreteerd kunnen worden.

4.4.1. Binnenlands televisiegebruik

In figuur 4.12 is het binnenlands televisiegebruik van moslim- versus niet-moslimjongeren in kaart gebracht voor de scholieren (13 – 18 jaar), in figuur 4.13 voor de oudere jongeren (18-26 jaar). Opvallend is dat de moslimjongeren bijna bij elk binnenlands tv-programma gemiddeld regelmatig kijken dan niet-moslimjongeren, met uitzondering van *De wereld draait door* – daar kijken niet-moslimjongeren meer naar. Dit geldt voor zowel de scholieren als de oudere jongeren.⁴⁷ Onder de oudere jongeren wordt door de niet-moslimjongeren bovendien vaker naar *Buitenhof* en *AT-5-Nieuws* gekeken.

In vergelijking met de globale resultaten, op basis van het mediagebruik in percentages (par. 4.3), is het opmerkelijk dat de vergelijking tussen moslimjongeren en niet-moslimjongeren op basis van de intensiteit van het gebruik van binnenlandse tv-programma’s wel duidelijke verschillen tussen de beide groepen jongeren laat zien bij nagenoeg elk programma. Op basis van de percentages mediagebruik waren de verschillen slechts in een enkel geval significant. De bepaling van het

⁴⁴ In de vragenlijst konden de jongeren aangeven hoe vaak zij een bepaalde mediabron raadpleegde door als antwoord een 1, 2, of 3 te geven, corresponderend met het niet of nauwelijks gebruiken van een bepaald programma of bron (1), het soms raadplegen (2), of het vaak raadplegen (3) ervan.

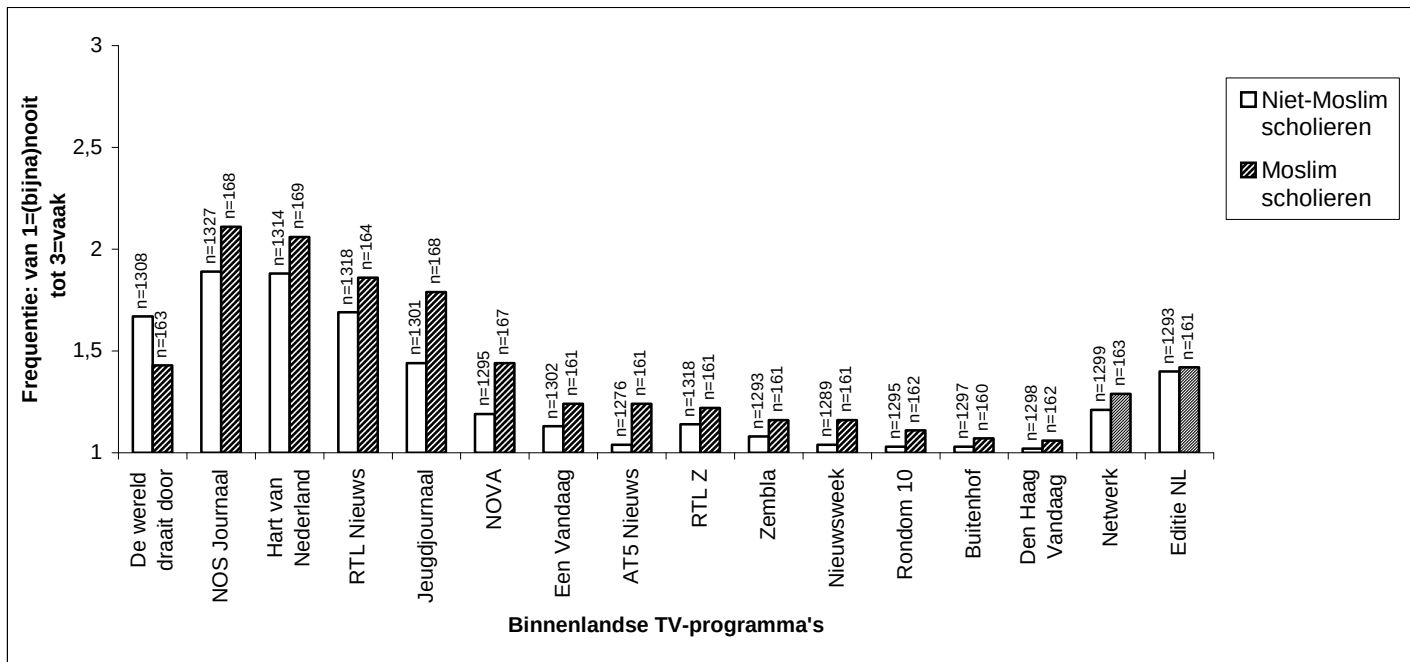
⁴⁵ Omdat de datasets van de scholieren (13 – 18 jaar) en de oudere jongeren (18 – 26 jaar) nogal verschillen, zowel wat betreft steekproefrekking (zie hoofdstuk 3) als wat betreft mediagebruik (zie par. 4.2), beschrijven we in deze paragraaf de resultaten voor de scholieren en de oudere jongeren afzonderlijk.

⁴⁶ De verschillen zijn getoetst door middel van een non-parametrische toets voor ordinale data (Mann-Whitney’s U).

⁴⁷ De meeste verschillen bleken statistisch significant (z-waarden tussen – 2.32 en – 7.75, p-waarden tussen 0.02 en < 0.01), met enkele uitzonderingen (zie figuur). Er was geen significant verschil tussen moslims en niet-moslims voor *Editie NL* ($z = -0.37$, $p = 0.71$) en *Netwerk* ($z = -1.00$, $p = 0.32$). Daar keken zij dus even vaak naar.

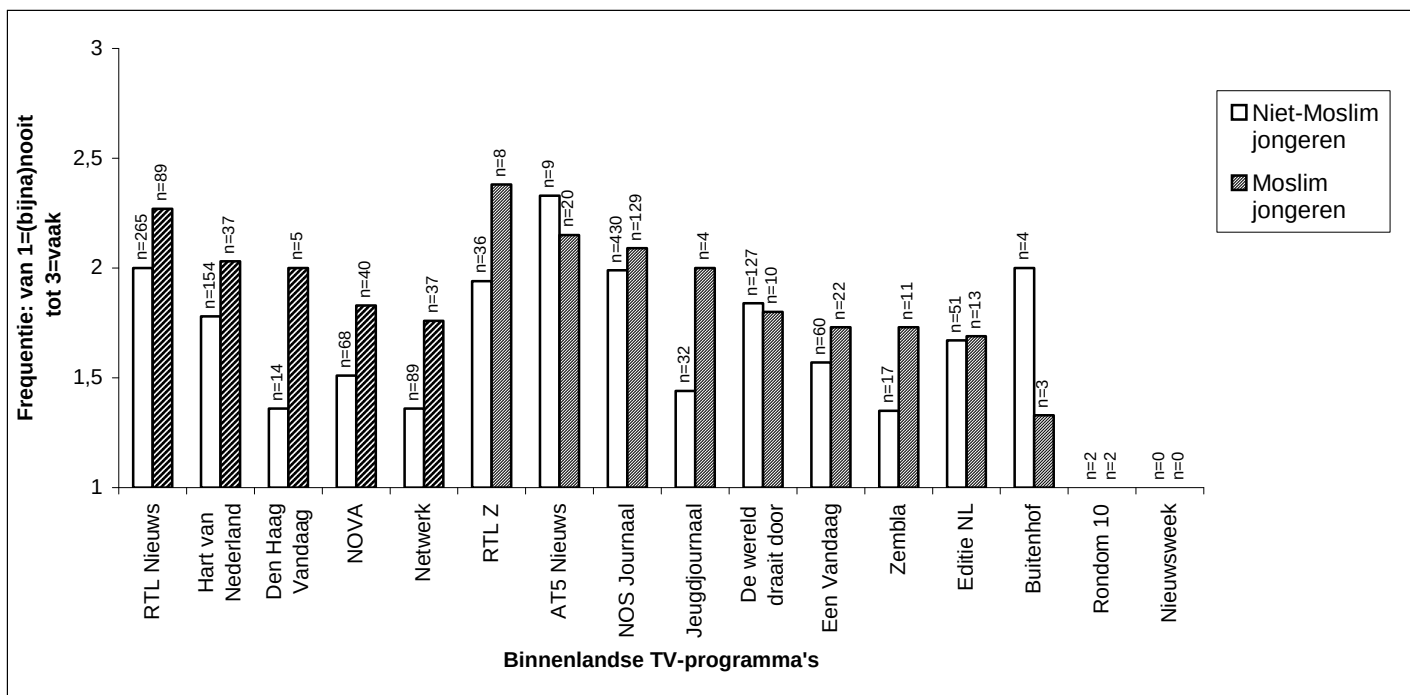
Toetsgegevens voor de oudere jongeren wezen statistisch significant verschillen aan voor *RTL Nieuws* ($z = -2.77$, $p < 0.01$), *Den Haag Vandaag* ($z = -2.36$, $p = 0.02$), *Netwerk* ($z = -2.89$, $p < 0.01$), *NOVA* ($z = -2.07$, $p = 0.04$), *Hart van Nederland* ($z = -1.97$, $p < 0.05$). De overige verschillen waren non-significant (z-waarden van –1.57 tot 0.00, p-waarden tussen de 0.12 en 1.00).

mediagebruik in par. 4.3. was dan ook zeer globaal in termen van wel of geen gebruik (onder de niet-moslimjongeren kan dat dan vaker ‘soms’ hebben betekend en onder de moslimjongeren vaker ‘regelmatig’). Daarbij kunnen meer genuanceerde verschillen dus onzichtbaar worden. Kortom, de moslimjongeren kijken met een grotere regelmaat naar binnenlandse tv-zenders dan de niet-moslimjongeren.



Figuur 4.12: Mediagebruik Binnenlandse tv onder scholieren (13-18).

Verschillen die significant zijn, zijn donker gearceerd, terwijl non-significante verschillen licht en fijn gearceerd zijn. Met $n=$ boven elke kolom wordt het aantal jongeren aangegeven dat de vraag heeft beantwoord.



Figuur 4.13: Mediagebruik Binnenlandse tv onder de oudere jongeren (18-26 jaar). Verschillen die significant zijn, zijn donker gearceerd, terwijl non-significante verschillen licht en fijn gearceerd zijn. Met $n=$ boven elke kolom wordt het aantal jongeren aangegeven dat de vraag heeft beantwoord.

Toelichting op de figuren in par. 4.4.:

- Het gaat telkens om verschillen tussen moslimjongeren en niet-moslimjongeren. Van links naar rechts gezien:
 - Allereerst het mediagebruik dat intenser is bij niet-moslimjongeren t.o.v. moslimjongeren (komt niet veel voor, alleen bij. "De Wereld Draait Door").
 - Vervolgens het mediagebruik dat intenser is bij moslimjongeren t.o.v. niet-moslimjongeren, geordend op meest intensief gebruikte media voor moslimjongeren eerst (dus eerst NOS Journaal en dan Hart van Nederland, omdat moslimjongeren vaker naar het NOS Journaal kijken).
 - Tenslotte staan op het eind, helemaal rechts in de grafieken, de niet-significante resultaten.
- n = boven elke kolom geeft het aantal jongeren weer dat de vraag heeft beantwoord.

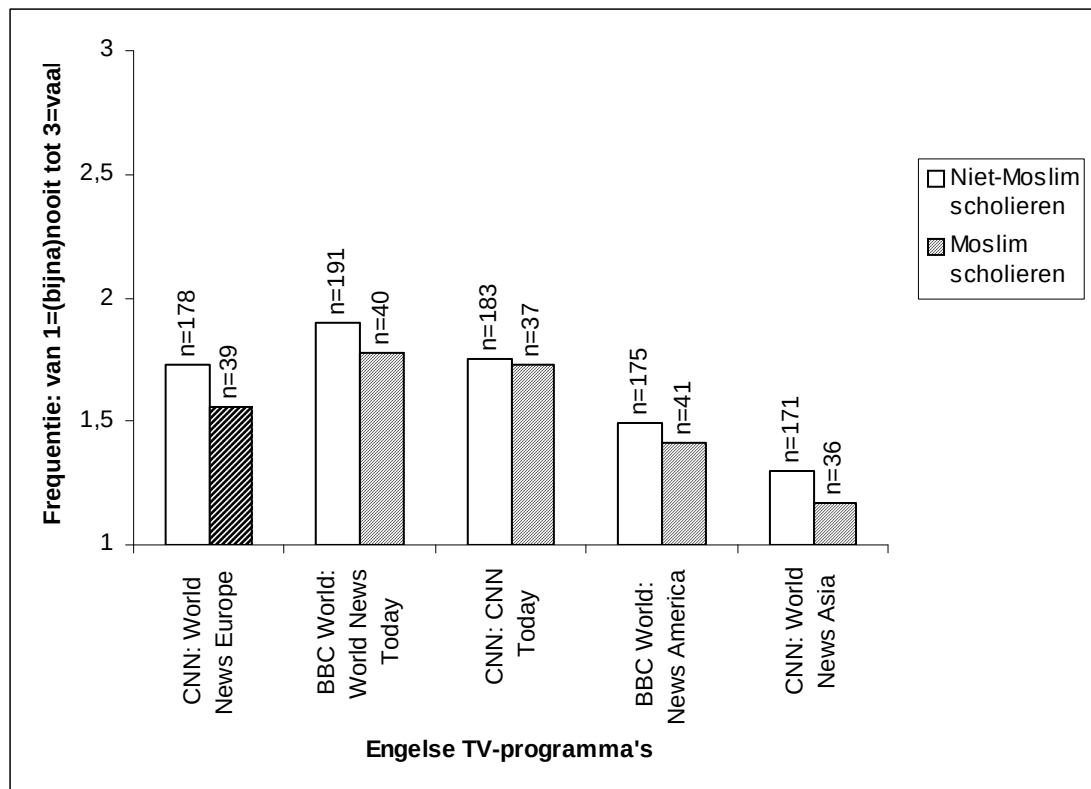
4.4.2. Buitenlands Televisiegebruik

De onderstaande figuren 4.20 – 4.26 laten enkel het gebruik zien van jongeren die aangegeven hebben ten minste 'wel eens' naar de betreffende buitenlandstalige programma's te hebben gekeken. Dit wijkt af van voorgaande omdat hier een zgn. routingvraag was opgenomen; wanneer geen gebruik werd gemaakt van buitenlandse media kon de respondent deze vraag verder overslaan en verder gaan met de volgende vraag.

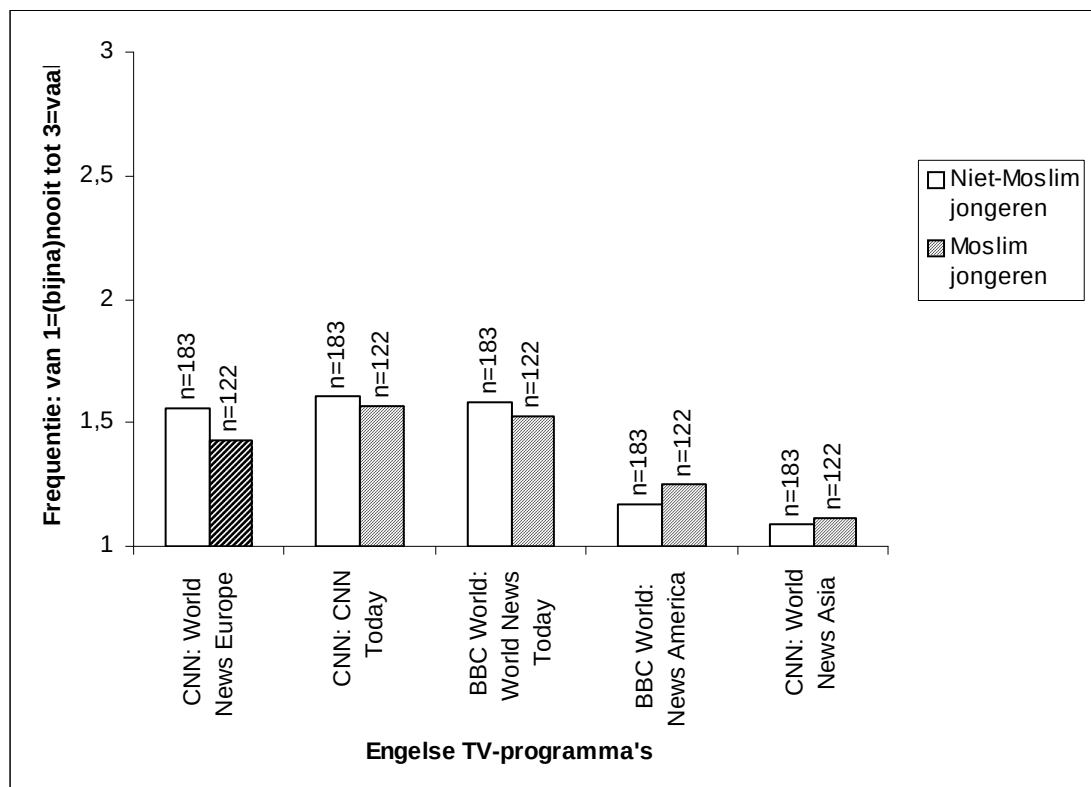
Engelse tv

In figuur 4.14 en 4.15 is het Engelstalig televisiegebruik van moslim- versus niet-moslimjongeren weergegeven voor de scholieren, in figuur 4.15 voor de oudere jongeren. Over het algemeen verschillen de moslimscholieren niet van de niet-moslimscholieren in de mate waarin zij kijken naar Engelstalige tv-programma's. Alleen bij CNN's *World News Europe* vonden we een marginaal significant verschil ($z = -1.79, p = 0.07$). D.w.z., niet-moslimjongeren keken gemiddeld iets vaker naar deze zender dan moslimjongeren. Onder de oudere jongeren verschillen de moslimjongeren niet van de niet-moslimjongeren in de mate waarin zij naar Engelstalige tv-programma's kijken.

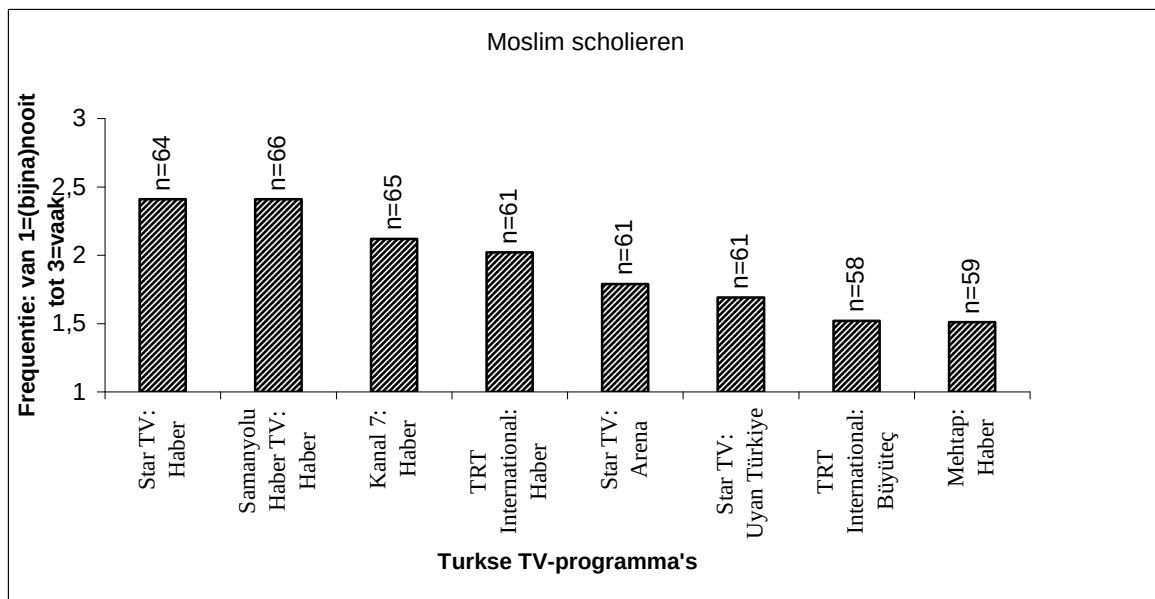
Opmerkelijk is dat dit resultaat afwijkt van de gevonden verschillen bij het mediagebruik op basis van percentages (par. 4.3). Bepaald op het globale niveau, bleek dat de moslimjongeren niet alleen van een breder aanbod van Engelstalige media gebruik maakten maar ook per afzonderlijk programma waren er meer moslimjongeren dan niet-moslimjongeren die naar Engelse tv-programma's keken. Dus, in het algemeen zijn er meer moslimjongeren die gebruik maken van Engelstalige tv dan niet-moslimjongeren. Maar, wanneer we de moslimjongeren met de niet-moslimjongeren vergelijken op de gemiddelde intensiteit waarmee wordt gekeken naar de Engelstalige tv, dan blijkt dat de moslimjongeren dat even regelmatig doen als de niet-moslimjongeren.



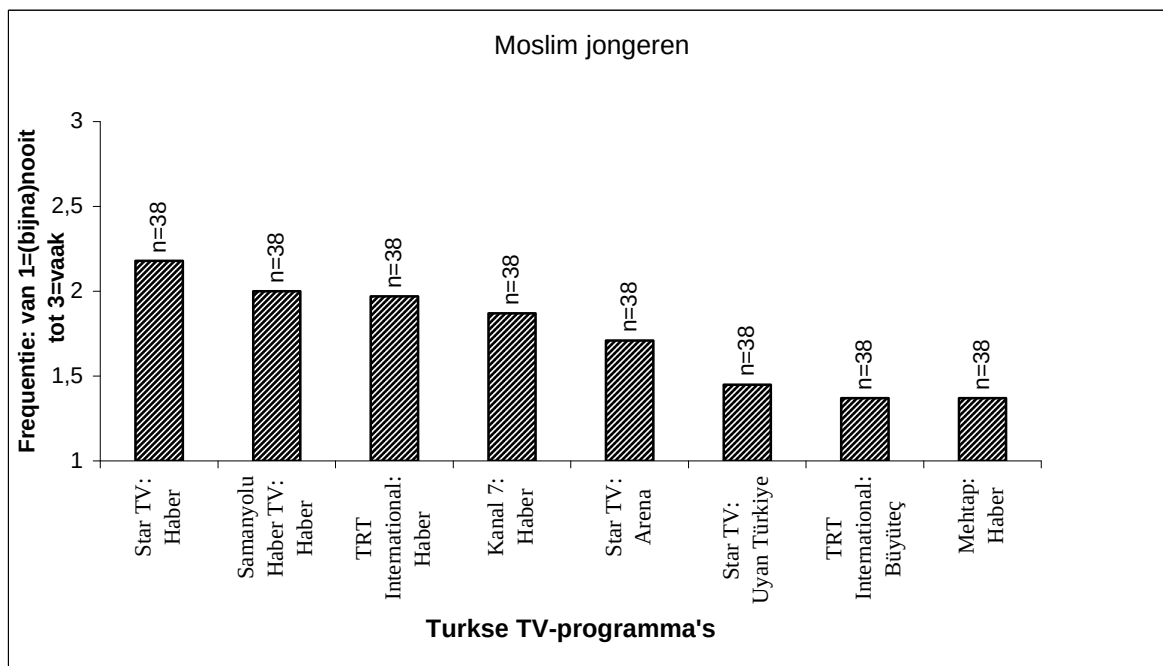
Figuur 4.14. Engelstalig televisiegebruik van de scholieren. Verschillen die significant zijn, zijn donker gearceerd, terwijl niet-significante verschillen licht en fijn gearceerd zijn. n = geeft het aantal jongeren per kolom weer.



Figuur 4.15. Engelstalig televisiegebruik van de oudere jongeren. Verschillen die significant zijn, zijn donker gearceerd, terwijl non-significante verschillen licht en fijn gearceerd zijn; n = geeft het aantal jongeren per kolom weer.



Figuur 4.16. Turks televisiegebruik van de moslimscholieren; n = geeft het aantal scholieren per kolom weer.



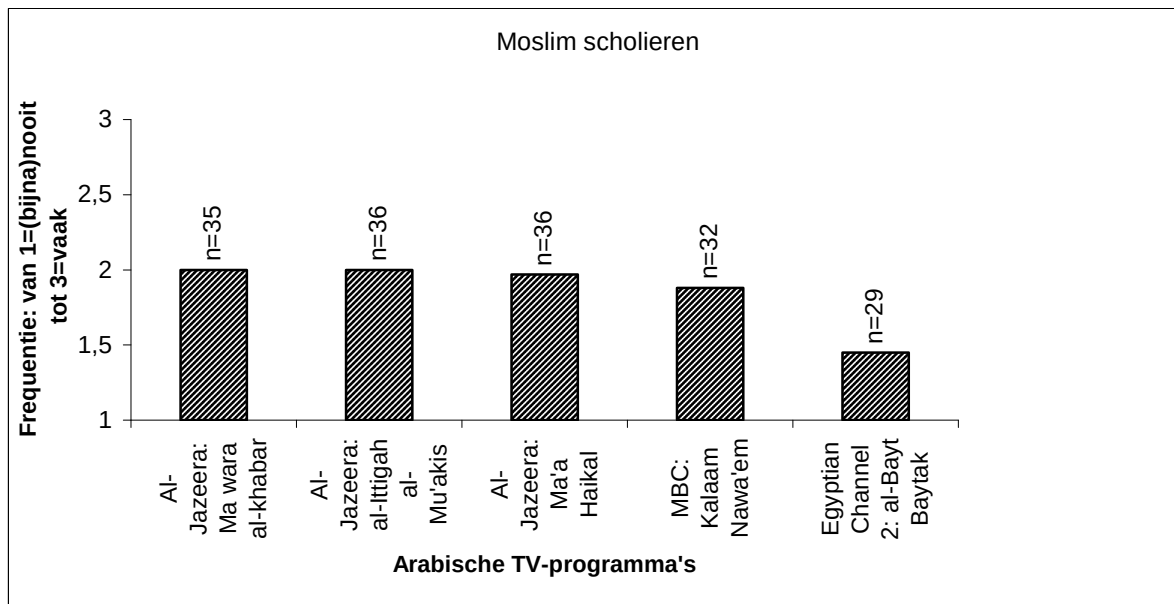
Figuur 4.17. Turks televisiegebruik van de moslimjongeren; n = geeft het aantal jongeren per kolom weer.

Turkse TV

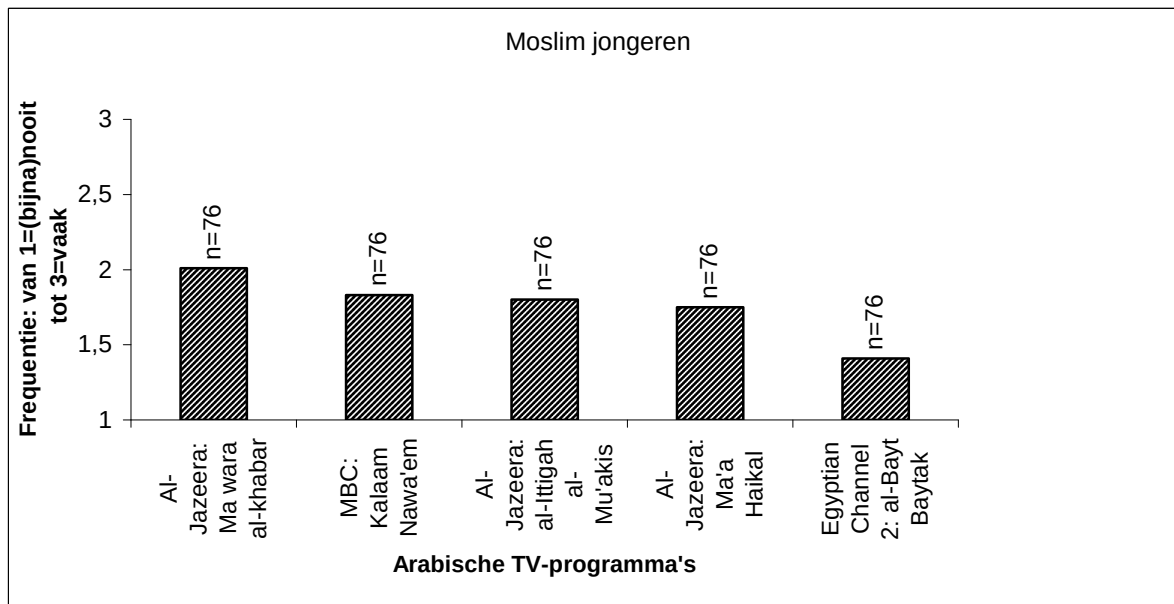
In figuur 4.16 en 4.17 is het Turkstalig televisiegebruik van alleen de moslimjongeren weergegeven. Zowel de moslimscholieren als de oudere moslimjongeren keken het vaakst naar *Star TV: Haber*, gevolgd door *Samanyolu Haber TV: Haber*, *TRT International: Haber*, en *Kanal 7: Haber*. Ze keken relatief minder vaak naar de programma's *Star TV: Arena*, *Star TV: Uyan Türkiye*, *TRT International: Büyüteç* en *Mehtap: Haber*. Nogmaals wordt opgemerkt dat de respondenten deze vraag konden overslaan als zij nooit Turkse media raadpleegden.

Arabische TV

In figuur 4.18 en 4.19 is het Arabisch televisiegebruik van moslimjongeren weergegeven. Zowel de moslimscholieren als de oudere moslimjongeren geven aan ongeveer even vaak te kijken naar *Al-Jazeera: Ma wara al-khabar*, *Al-Jazeera: Al-littigah al-Mu'akis*, *Al-Jazeera: Ma'a Haikal* en *MBC: Kalaam Nawa'em*, terwijl ze gemiddeld een stuk minder vaak kijken naar *Egyptian Channel 2: al-Bayt Baytak*. Het meest wordt *Al-Jazeera: Ma wara al-khabar* bekeken.



Figuur 4.18. Arabisch televisiegebruik van de moslimscholieren; n = geeft het aantal jongeren per kolom weer.



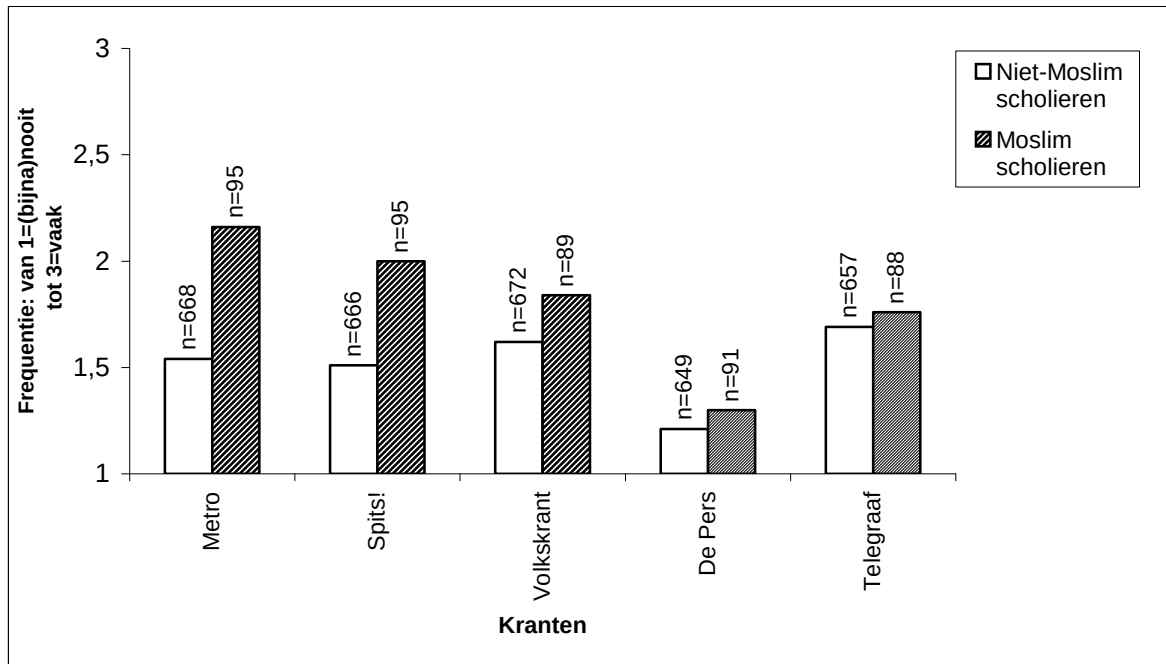
Figuur 4.19. Arabisch televisiegebruik van de oudere moslimjongeren; n = geeft het aantal jongeren per kolom weer.

4.4.3. Krantengebruik

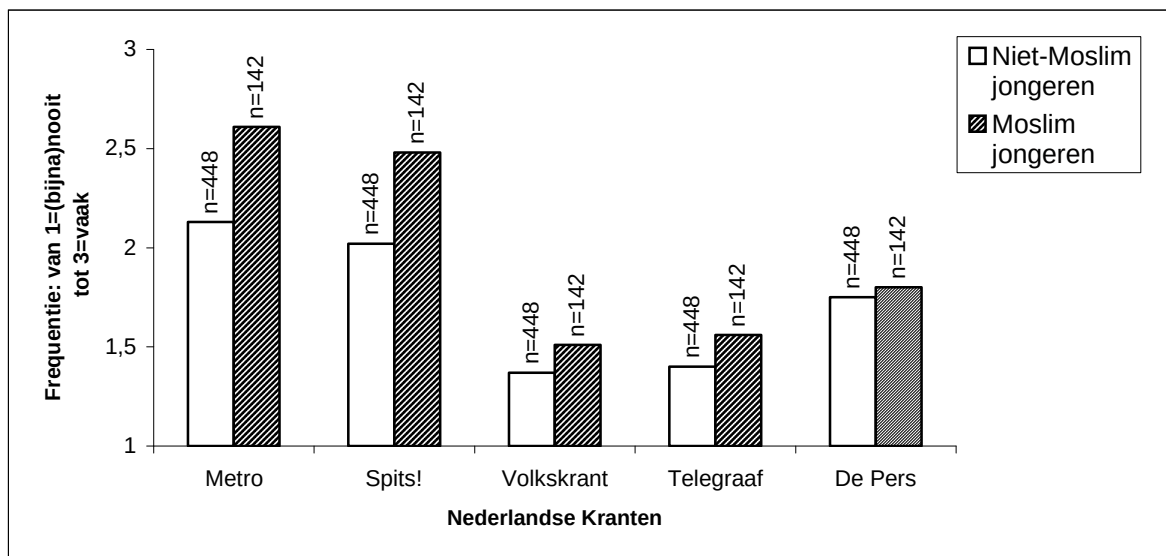
In figuur 4.20 en 4.21 is de mate van het gebruik van kranten onder moslim- versus niet-moslimjongeren vergeleken. In bijna alle gevallen lazen moslimjongeren gemiddeld vaker de krant

dan niet-moslim jongeren.⁴⁸ Alleen “De Telegraaf” en “De Pers” werden in vergelijkbare mate gelezen door de moslimjongeren en niet-moslimjongeren. Eenzelfde beeld zien we bij de oudere jongeren; bij hen is alleen de mate waarin *De Pers* wordt gelezen vergelijkbaar.

Dit resultaat verschilt nauwelijks van dat op basis van de percentages (in par. 4.3). Relatief gezien maken dus niet alleen meer moslimjongeren van kranten gebruik voor hun informatievoorziening dan niet-moslimjongeren, maar zij raadplegen die ook met een grotere regelmaat.



Figuur 4.20. Nederlands Krantengebruik onder de scholieren. Verschillen die significant zijn, zijn donker gearceerd, terwijl non-significante verschillen licht en fijn gearceerd zijn.



Figuur 4.21. Nederlands Krantengebruik onder de oudere jongeren. Verschillen die significant zijn, zijn donker gearceerd, terwijl non-significante verschillen licht en fijn gearceerd zijn.

⁴⁸ Middels een non-parametrische toets (Mann-Whitney's U), bleken de meeste verschillen voor scholieren statistisch significant (z tussen -2.00 en -13.34, p tussen 0.05 en < 0.01). Geen significant verschil tussen moslims en niet-moslims voor “De Telegraaf” (z = -1.08, p = 0.28) en “De Pers”. (z = -1.61, p = 0.11). Middels een tweede non-parametrische toets (Mann-Whitney's U), bleken ook de meeste verschillen voor oudere jongeren statistisch significant (z tussen -2.86 en -7.63, p allemaal < 0.01). Geen significant verschil tussen moslims en niet-moslims voor “De Pers”. (z = -0.32, p = 0.75).

In par. 4.3.3. werd beschreven dat in totaal 17% van de moslimjongeren (13-26 jaar) aangaf de *Turkse Krant Hurriyet* te lezen. Daaronder is een relatief klein deel moslimscholieren (14 van de 181 moslimscholieren) en een groter aandeel van de oudere moslimjongeren. Gemiddeld genomen lezen zij deze krant tussen ‘(bijna) nooit’ en ‘wel eens’.

4.4.4. Internetgebruik

Nederlandse websites.

In figuren 4.22 (scholieren) en 4.23 (oudere jongeren) is de mate van het gebruik van de Nederlandse websites via internet onder de jongeren weergegeven, waarbij de vraag was om websites aan te geven waar men informatie zoekt om zich te informeren over politiek, religie of het nieuws. De moslimscholieren maakten meer gebruik van de gerapporteerde mediabronnen *Partypeeps2000.com* en *Nu.nl*, terwijl niet-moslimscholieren meer gebruik maakten van *Geenstijl.nl*. De oudere moslimjongeren maakten daarentegen alleen meer gebruik van *Partypeeps200.com*. De overige vergelijkingen leverden geen significante verschillen op.⁴⁹

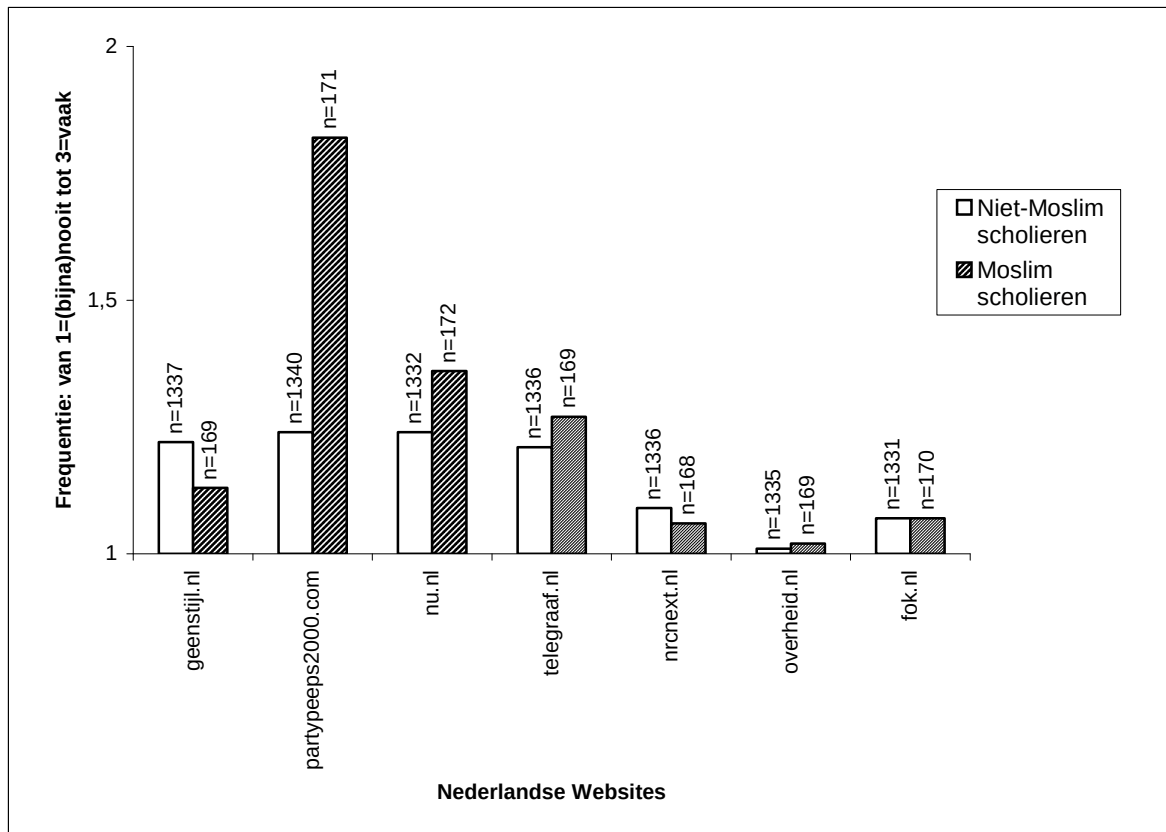
Turkse websites.

De frequentie van het bezoeken van Turkse websites met het doel informatie te zoeken om zich te informeren over politiek, religie of het nieuws is zoals eerder aangegeven enkel onderzocht voor moslimscholieren (figuur 4.24) en oudere moslimjongeren (figuur 4.25). Moslimscholieren bezochten het vaakst *Turksnieuws.nl*, *Diyanet.gov.tr* en *Turkijepagina.nl*, terwijl ze *Lokum.nl* wat minder vaak bezochten. De oudere moslimjongeren bezochten daarentegen vooral *Turksnieuws.nl*, en in mindere mate de overige drie websites *Turkijepagina.nl*, *Diyanet.gov.tr* en *Lokum.nl*.

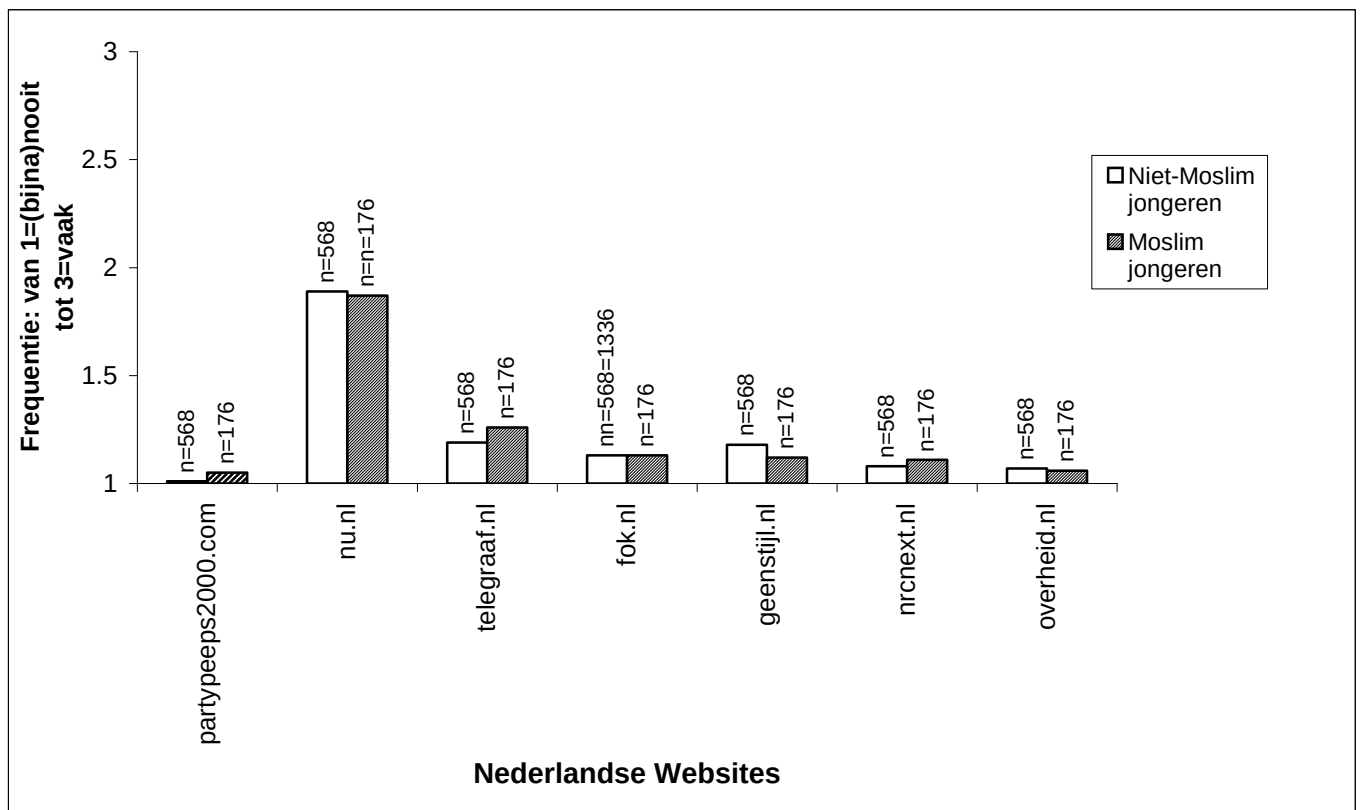
Marokkaanse websites.

De frequentie van het bezoeken van Marokkaanse websites met het doel informatie te zoeken om zich te informeren over politiek, religie of het nieuws is zoals eerder aangegeven enkel onderzocht voor moslimscholieren (figuur 4.26) en oudere moslimjongeren (figuur 4.27). Moslimscholieren bezochten het vaakst *Marokko.nl* en *Maroc.nl*. Iets minder vaak werden *Yasmina.nl* en *Maghreb.nl* bezocht. Relatief weinig moslimscholieren bezochten de websites *Al-Yaqeen.com* en *Habous.gov.ma*. De oudere moslimjongeren bezochten daarentegen *Marokko.nl* verreweg het meest van de gegeven websites. Daarnaast maakten ze ook zo nu en dan gebruik van *Al-Yaqeen.com*, *Maroc.nl*, *Yasmina.nl* en *Maghreb.nl*. De oudere moslimjongeren bezochten praktisch nooit *Habous.gov.ma*.

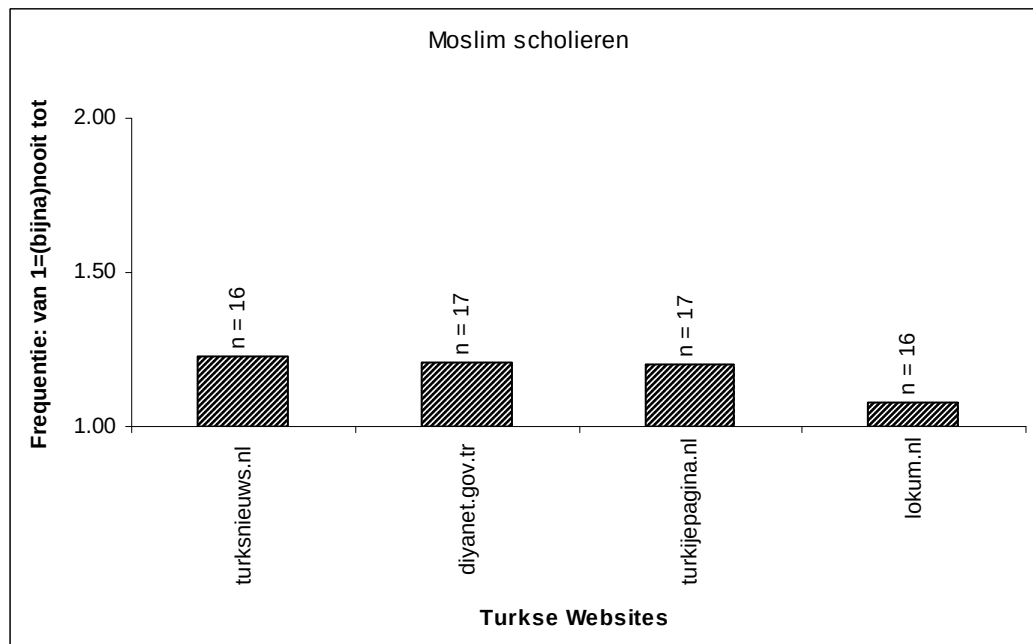
⁴⁹ De verschillen voor scholieren, getoetst met een Mann-Whitney U test, bleken statistisch significant voor “Partypeeps2000.com” ($z = -11.48, p < 0.01$), “Geenstijl.nl” ($z = -2.64, p < 0.01$) en “Nu.nl” ($z = -2.25, p = 0.03$). Er was geen significant verschil tussen moslims en niet-moslims voor “NRC next” ($z = -1.17, p = 0.24$), “Telegraaf.nl” ($z = -0.35, p = 0.73$), “Overheid.nl” ($z = -0.33, p = 0.75$) en “Fok.nl” ($z = -0.21, p = 0.84$). De verschillen voor de oudere jongeren, wederom getoetst met een Mann-Whitney U test bleken alleen significant voor “Partypeeps2000.com” ($z = -1.93, p = 0.05$). Er was geen significant verschil tussen moslims en niet-moslims voor “NRC next” ($z = -0.91, p = 0.36$), “Telegraaf.nl” ($z = -1.64, p = 0.10$), “Overheid.nl” ($z = -0.99, p = 0.32$) “Fok.nl” ($z = -0.50, p = 0.62$), “Geenstijl.nl” ($z = -1.48, p = 0.14$), en “Nu.nl” ($z = -0.35, p = 0.73$).



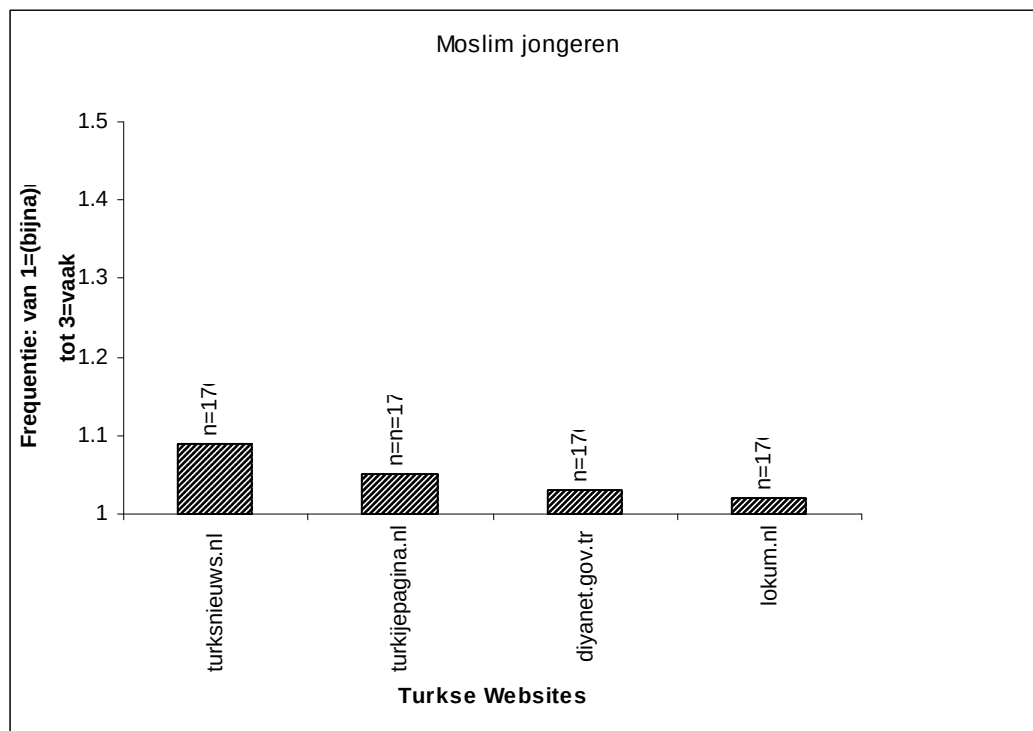
Figuur 4.22. Nederlands internetgebruik onder de scholieren. Verschillen die significant zijn, zijn donker gearceerd, terwijl non-significante verschillen licht en fijn gearceerd zijn.



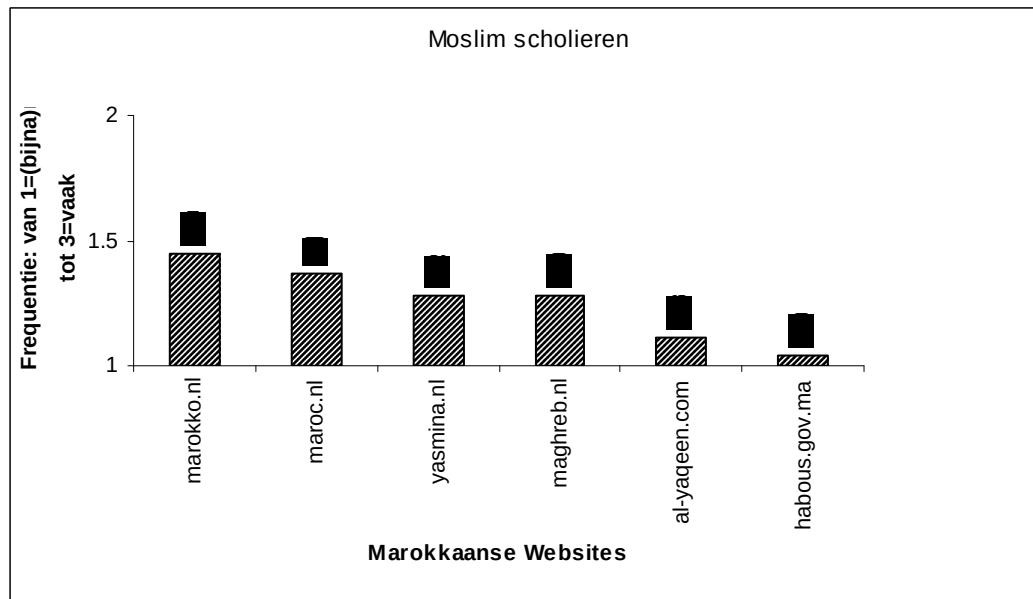
Figuur 4.23. Nederlands internetgebruik onder de oudere jongeren. Verschillen die significant zijn, zijn donker gearceerd, terwijl non-significante verschillen licht en fijn gearceerd zijn.



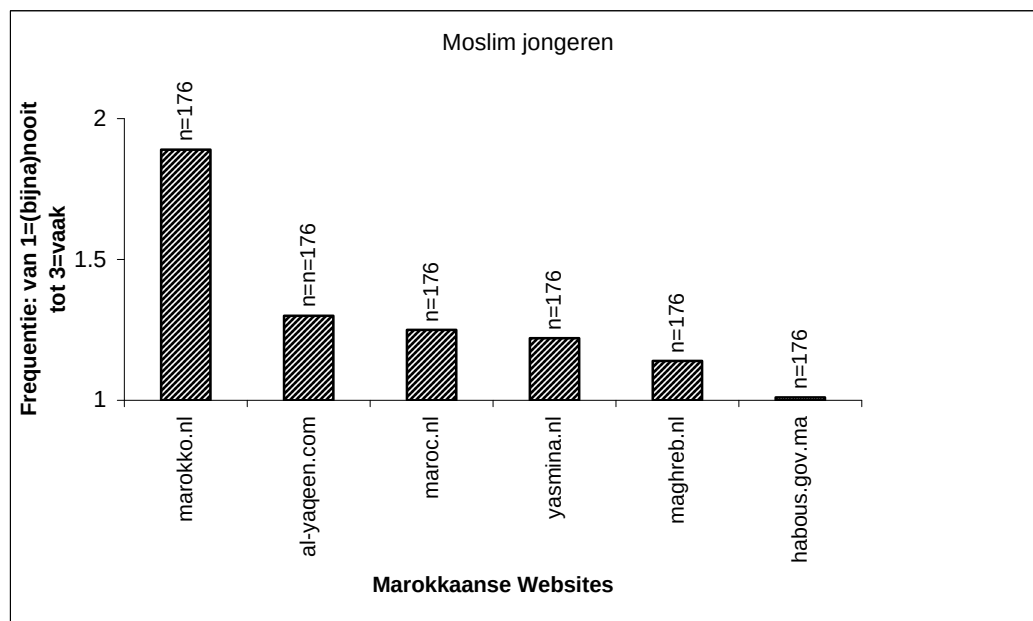
Figuur 4.24. Turks internetgebruik onder de moslimscholieren. N = aantal moslimscholieren dat een website bezocht.



Figuur 4.25. Turks internetgebruik onder de oudere moslimjongeren. N = aantal oudere moslimjongeren dat een website bezocht.



Figuur 4.26. Marokkaans internetgebruik onder de moslimscholieren. N = aantal moslimscholieren dat een website bezocht.



Figuur 4.27. Marokkaans internetgebruik onder de oudere moslimjongeren. N = aantal oudere moslimjongeren dat een website bezocht.

Conclusies over de intensiteit van het mediagebruik onder jongeren

Samenvattend kijken de moslimjongeren over het algemeen met een grotere regelmaat naar zowel Nederlandse (binnenlandse) tv-programma's voor hun informatievoorziening als naar Engelstalige tv-zenders. Een deel van de moslimjongeren kijkt ook wel eens naar zender uit het land van herkomst; Turkse jongeren doen dit meer dan Arabische jongeren. Een deel van de Turkse moslimjongeren (minder dan 20%) leest ook wel eens de Turkse krant Hürriyet (onder de scholieren nauwelijks, onder de oudere moslimjongeren vaker).

Moslimjongeren lezen significant vaker een Nederlandstalige krant dan niet-moslimjongeren. Moslimjongeren maken dus niet alleen van een breder aanbod van de kranten gebruik (par 4.3.1), per afzonderlijke krant zijn er ook relatief meer moslimjongeren die van kranten gebruik maken voor hun informatievoorziening (4.3.4), en bovendien raadplegen zij de kranten ook met een grotere regelmaat (par. 4.4.4). Eenzelfde beeld zien we bij het gebruik van internet: moslimjongeren maken van meer websites gebruik en raadplegen deze ook vaker, met een grotere regelmaat dan de niet-moslimjongeren. Alleen de website “*Geenstijl.nl*” wordt vaker door niet-moslimjongeren bezocht.

Aldus kan in antwoord op de onderzoeksvraag naar het mediagebruik onder moslimjongeren, gesteld worden dat moslimjongeren veelvuldige mediagebruikers zijn (beide leeftijdsgroepen, 13 – 18 en 18 – 26 jaar). Moslimjongeren maken niet alleen van een breder aanbod van de media gebruik (par 4.3.1), per afzonderlijke mediabron (bijv. per specifiek programma of krant) zijn er ook relatief meer moslimjongeren die daarvan gebruik maken (4.3), en bovendien maken zij ook intensiever gebruik van deze mediabronnen; zij raadplegen de diverse media met een grotere regelmaat (par. 4.4) voor hun informatievoorziening.

Dit resultaat is enigszins tegengesteld aan de ‘common sense’ notie (zie hst. 2) dat moslimjongeren juist minder vaak gebruik zouden maken van de binnenlandse media en meer gericht zouden zijn op buitenlandse media, met name media in de oorspronkelijke taal uit het land van herkomst (d.w.z. van hun ouders – zie voetnoot in hoofdstuk 1). Deze laatste media worden juist door relatief kleine percentages moslimjongeren, regelmatig geraadpleegd; Turkse jongeren doen dit meer en intensiever dan Marokkaanse jongeren (par. 4.4.2). De op de eigen groep gerichte websites worden door moslimjongeren geraadpleegd náást de binnenlandse websites (par. 4.4.4; m.n. de website *marokko.nl* is populair onder de oudere moslimjongeren). De Marokkaanse websites worden daarbij beduidend intensiever geraadpleegd dan de Turkse websites. Op de motieven voor dit intensieve mediagebruik gaan we nader in bij de resultaten van de diepte-interviews (hoofdstuk 7).

In de volgende paragraaf beschrijven we in hoeverre de jongeren de geraadpleegde media belangrijk vonden, in hoeverre zij meenden dat de media een realistisch beeld van de werkelijkheid geven en in hoeverre zij zich emotioneel betrokken voelden bij de diverse mediabronnen.

4.5. Belang, realiteitswaarde en betrokkenheid bij het mediagebruik

In de beantwoording van onderzoeksvraag 5 (Hoe belangrijk en realistisch vinden de jongeren de mediabronnen en hoe betrokken voelen ze zich daarbij?) worden wederom de moslimjongeren met de niet-moslimjongeren vergeleken. Bij de oudere jongeren werd slechts een deel van deze vragen gesteld (hieronder aangegeven). Per specifiek tv-programma, specifieke krant of websites (d.w.z. per mediabron), zijn vragen gesteld als “‘Hoe belangrijk’ vind je dit programma/ deze site/ deze krant wanneer je je wilt informeren over politiek, religie of de maatschappij?” Op dezelfde manier is per mediabron gevraagd hoe realistisch de respondent deze vindt (“Hoe goed wordt de werkelijkheid hierin weergegeven?”) alsook de mate van betrokkenheid. Hieronder beschrijven we de resultaten afzonderlijk per soort medium.

4.5.1. Belang, realiteitswaarde en betrokkenheid bij binnenlandse en buitenlandse tv

Moslimscholieren vonden het *Jeugdjournaal*, *Den Haag Vandaag*, *NOVA*, *Rondom 10*, *Zembla*, *Nieuwsweek*, *Hart van Nederland* en *AT5 Nieuws* vaker belangrijk dan niet-moslimscholieren. De jongeren konden slechts aangeven welke programma’s zij belangrijk vonden (dus niet de mate waarin). De resultaten komen gedeeltelijk overeen met de mate waarin ernaar gekeken werd: de regelmatig bekeken programma’s worden over het algemeen ook belangrijk gevonden. Opmerkelijk is dat *Den*

Haag Vandaag geen regelmatig bekeken programma is voor de jongeren, maar wel belangrijk wordt gevonden. In iets mindere mate geldt dat ook voor *Nieuwsweek* en *Zembla*.

Onder de *oudere jongeren* vonden de moslimjongeren vaker dan de niet-moslimjongeren *NOVA*, *Zembla*, en *AT5 Nieuws* belangrijk. Niet-moslimjongeren gaven daarentegen vaker aan *De wereld draait door* belangrijk te vinden. Van de vele tv-programma's waar de oudere jongeren naar keken, gaven zij dus slechts bij een enkel programma aan deze belangrijk te vinden.

Bij de *buitenlandse Engelstalige tv-programma's* gaven de niet-moslimjongeren aan *BBC World: World News Today* belangrijker te vinden dan de moslimjongeren, zowel de scholieren als de oudere jongeren, terwijl de moslimjongeren deze met een hogere frequentie en intensiteit raadplegen.

De moslimscholieren vonden nagenoeg alle benoemde *Turkse* tv-zenders belangrijk voor hun informatievoorziening: *Kanal 7: Haber*, *Star TV: Haber*, *Star TV: Arena*, en *TRT International: Haber*. Met name de eerste drie vonden zij vaak belangrijk.

Van de *Arabische* TV-zenders, gaven de moslimscholieren vaak aan de volgende zenders belangrijk te vinden: *Al-Jazeera: Ma wara al-khabar*, *Al-Jazeera: Al-littigah al-Mu'akis* en *Al-Jazeera: Ma'a Haikal*. Zij benoemden vooral de eerste drie vaak als belangrijk.

Hieruit blijkt dat moslimjongeren zowel binnenlandse als buitenlandse (nieuws)zenders belangrijk vinden. Het belang dat zij hechten aan de buitenlandse tv-zenders staat het belangrijk belang dat gehecht wordt aan de binnenlandse tv-zenders kennelijk niet in de weg.

Realiteitswaarde

De vragen met betrekking tot realiteitswaarde zijn alleen aan de scholieren (13-18) gesteld. Realiteitswaarde werd in de vraag omschreven als "Dit programma laat de dingen laat zien zoals ze echt zijn". Gebaseerd op de percentages per groep, blijkt dat de *niet-moslimscholieren* vaker een hogere realiteitswaarde toedichten dan de moslimscholieren aan binnenlandse tv-programma's (zowel publieke als commerciële). Daarentegen kennen moslimscholieren juist vaker een hogere realiteitswaarde toe aan *Turkse* en *Arabische* programma's (over alle programma's heen).

Vervolgens is voor elk afzonderlijk programma bekeken of de moslimscholieren en niet-moslimscholieren verschillen in de door hen toegekende realiteitswaarde. Over het geheel genomen vinden *niet-moslimscholieren* binnenlandse tv-programma's realistischer dan moslimscholieren.

De *niet-moslimjongeren* kenden een hogere realiteitswaarde toe dan de moslimscholieren aan programma's binnen de categorie *publieke tv Binnenland* (zoals het *NOS Journaal*, *Jeugdjournaal*, *Netwerk* en *De wereld draait door*). Dit geldt ook voor programma's binnen de categorie *commerciële tv Binnenland* (een hogere realiteitswaarde voor *RTL Nieuws*, *Editie NL* en *Hart van Nederland*). In dat licht is het interessant is dat de moslimscholieren wel een hogere realiteitswaarde toekennen aan *Nieuwsweek* en *AT5 Nieuws*.

Van de *Engelstalige* zenders kenden de moslimscholieren alleen een hogere realiteitswaarde toe aan *BBC World: News America*, dan de niet-moslimjongeren.

Voor de *Turkse* en *Arabische* tv-programma's kon niet worden vergeleken met de niet-moslimjongeren. Om na te gaan of de moslimjongeren meer of minder waarde hechten aan de zenders uit het land van herkomst (van de ouders) dan aan de binnenlandse programma's, zijn aanvullende statistische toetsen gedaan. Uit de resultaten blijkt dat *Turkse* moslimscholieren een hogere realiteitswaarde toekennen aan *Turkse* tv-programma's dan aan Nederlandse tv-programma's⁵⁰. Ook *Marokkaanse* moslimscholieren vinden *Arabische* tv-programma's een hogere realiteitswaarde hebben dan Nederlandse tv-programma's⁵¹.

⁵⁰ Statistische toetsgegevens: *Turkse* vs. Nederlandse tv-programma's: $t(62) = -8.65, p < 0.01$; *Hurriyet* vs. Nederlandse kranten: $t(71) = 3.00, p < 0.01$; *Turkse* vs. Nederlandse websites: $t(69) = -3.24, p < 0.01$.

Betrokkenheid

Ook de vragen met betrekking tot betrokkenheid zijn enkel aan de scholieren (13-18) gesteld. Gebaseerd op percentages, blijkt dat de *niet-moslims*cholieren zich meer betrokken voelen bij de binnenlandse publieke tv-programma's dan moslimscholieren. De *niet-moslims*cholieren geven m.n. een grotere betrokkenheid aan bij het *NOS Journaal*, *Netwerk* en *De wereld draait door* dan de moslimscholieren.

Echter, de moslimscholieren voelen zich bij de binnenlandse commerciële tv-programma's even betrokken als de niet-moslimjongeren (zowel per afzonderlijk programma als wanneer *alle* binnenlandse tv-programma's samen worden genomen). De *niet-moslims*cholieren voelen zich m.n. meer betrokken bij *Editie NL* en *Hart van Nederland*, terwijl de moslimscholieren zich meer betrokken voelen bij *Nieuwsweek* en *AT5 Nieuws*. Dus, terwijl de moslimjongeren intensiever gebruik maken van de binnenlandse (commerciële) tv-programma's, voelen zij zich daar niet altijd meer betrokken bij dan de niet-moslimjongeren.

In vergelijking met de binnenlandse zenders, geven de moslimjongeren een grotere betrokkenheid aan bij zowel de Turkse als de Marokkaanse tv-zenders⁵². Ondanks dat de Turkse en Arabische media slechts in beperkte mate worden geraadpleegd door de moslimscholieren, worden deze dus wel als belangrijk gezien, kennen zij daar een hogere realiteitswaarde aan toe, en voelen zij zich daar meer betrokken bij.

Voor de Engelstalige tv-programma's zijn er geen verschillen in betrokkenheid gevonden tussen de moslimscholieren en niet-moslimscholieren.

4.5.2. Belang, realiteitswaarde en betrokkenheid bij kranten

Moslimjongeren gaven vaker aan de *Sp!ts* en de *Metro* belangrijk te vinden dan de niet-moslimjongeren. De moslimscholieren verschillen niet van de niet-moslimscholieren in de toegekende realiteitswaarde aan de Nederlandse kranten. Interessant in dit licht is dat de moslimscholieren zich wel meer betrokken voelen bij de *Metro*, terwijl de niet-moslimscholieren (gemiddeld) juist een grotere betrokkenheid aangeven bij de *Volkskrant*.

Uit een extra analyse blijkt dat de Turkse moslimscholieren zich meer betrokken voelen bij de Turkse krant *Hurriyet* dan bij de Nederlandse kranten.

4.5.3. Belang, realiteitswaarde en betrokkenheid bij websites

Moslimscholieren gaven vaker aan *partypeeps2000*, *turksnieuws.nl*, *yasmina.nl*, *maroc.nl*, *lokum.nl*, *maghreb.nl*, *turkijepagina.nl*, *marokkopagina.nl*, *diyanet.gov.tr*, *marokko.nl* en *al-yaqeen.com* belangrijk te vinden als informatiebron voor politiek, nieuws of religie dan niet-moslimscholieren.

De moslimscholieren lieten zelf ook vaker berichten achter op sites als *partypeeps2000.com*, *turksnieuws.nl*, *yasmina.nl*, *maroc.nl*, *lokum.nl*, *maghreb.nl*, *turkijepagina.nl*, *marokkopagina.nl*,

⁵¹ Statistische toetsgegevens realiteitswaarde: Arabische vs. Nederlandse tv-programma's: $t(25) = -2.39$, $p = 0.03$; Marokkaanse vs. Nederlandse websites: $t(53) = -2.23$, $p = 0.03$.

⁵² Statistische toetsgegevens betrokkenheid: Turkse vs. Nederlandse tv-programma's: $t(56) = -5.08$, $p < 0.01$; *Hurriyet* vs. Nederlandse kranten: $t(71) = 3.27$, $p < 0.01$; Turkse vs. Nederlandse websites: $t(64) = -4.19$, $p < 0.01$. Arabische vs. Nederlandse tv-programma's: $t(23) = -2.67$, $p = 0.01$; Marokkaanse vs. Nederlandse websites: $t(52) = -3.29$, $p < 0.01$.

diyanet.gov.tr, *marokko.nl*, *habous.gov.ma* en *al-yaqeen.com* dan de niet-moslimscholieren. Dat komt ongeveer overeen met de sites die zij belangrijk vinden.

De moslimscholieren kennen een hogere realiteitswaarde toe aan *partypeeps2000.com* en voelen zich meer betrokken bij die website dan de niet-moslimscholieren, terwijl de niet-moslimscholieren een hogere realiteitswaarde toedichten aan *geenstijl.nl* en *telegraaf.nl* en zich meer betrokken voelen bij *geenstijl.nl* en *nrcnext.nl*.

De Turkse en Marokkaanse moslimscholieren vinden respectievelijk dat de Turkse en Marokkaanse websites beter de realiteit weergeven dan de Nederlandse websites. Ook voelen Turkse en Marokkaanse moslimscholieren zich meer betrokken bij respectievelijk Turkse en Marokkaanse websites dan bij Nederlandse websites.

Samenvattend komen de resultaten over hoe belangrijk de diverse media-uitingen gevonden werden gedeeltelijk overeen met de mate waarin ernaar gekeken werd: de regelmatig bekeken programma's werden over het algemeen ook belangrijk gevonden. *Den Haag Vandaag* is daarentegen niet een regelmatig bekeken programma door moslimjongeren, maar werd door hen wel belangrijk gevonden. Onder de *oudere jongeren* vonden de moslimjongeren vaker dan de niet-moslimjongeren *NOVA*, *Zembla*, en *AT5 Nieuws* belangrijk. Uit de resultaten blijkt dat moslimjongeren zowel binnenlandse als buitenlandse (nieuws)zenders belangrijk vonden. Het belang dat gehecht wordt aan buitenlandse tv-zenders lijkt het belang dat gehecht wordt aan binnenlandse tv-zenders niet in de weg te staan.

Ondanks dat de Turkse en Arabische media slechts in beperkte mate werden geraadpleegd door de moslimscholieren, worden deze wel als belangrijk gezien. Vergeleken met de Nederlandse tv-programma's voelen de moslimscholieren zich meer betrokken bij de zenders uit het land van herkomst (van de ouders). Zij vinden bovendien dat de Turkse en Arabische tv-programma's de werkelijkheid *realistischer* weergeven en zij voelen zich meer betrokken bij deze zenders dan bij de Nederlandstalige, binnenlandse zenders.

Vergeleken met niet-moslimscholieren vinden moslimscholieren de *Sp!ts* en de *Metro* belangrijker. De moslimscholieren vinden dat de Turkse krant *Hurriyet* een beter beeld geeft van de werkelijkheid en zij voelen zich meer betrokken bij deze krant dan bij de Nederlandse kanten.

Moslimscholieren verschillen niet van niet-moslimscholieren in hoe belangrijk zij binnenlandse websites vinden (behalve *partypeeps2000*, die door moslimscholieren belangrijker en realistischer wordt gevonden en waarbij zij zich meer betrokken voelen) als informatiebron voor politiek, nieuws of religie dan niet-moslimjongeren. Turkse en Marokkaanse websites geven volgens de Turkse en Marokkaanse moslimscholieren beter de realiteit weer dan Nederlandse websites. Ook voelen Turkse en Marokkaanse moslimscholieren zich meer betrokken bij respectievelijk Turkse en Marokkaanse websites dan bij Nederlandse websites.

4.6. Samenvatting en conclusies over het mediagebruik onder moslimjongeren en niet-moslimjongeren.

Ter beantwoording van de onderzoeksvragen met betrekking tot het huidige mediagebruik onder jongeren in vergelijking met moslimjongeren, werd in dit hoofdstuk het mediagebruik onder jongeren in Nederland van 13 – 26 jaar beschreven. Het ging daarbij om het raadplegen van media zoals tv, kranten en websites voor informatie over politiek, geloof of het nieuws. Zoals gezegd dienen de resultaten met de nodige voorzichtigheid te worden gezien. De representativiteit van de steekproef van de scholieren is zo goed mogelijk benaderd maar kan niet worden gegarandeerd en bij de oudere jongeren is de representativiteit tamelijk onduidelijk. Schematische overzichten van de vergelijkingen van het mediagebruik tussen de moslimjongeren en de niet-moslimjongeren zijn als tabellen aan het eind van het hoofdstuk toegevoegd.

In antwoord op *onderzoeksvraag 3* (Hoe ziet het mediagebruik [zowel qua mediumtype als wat betreft specifieke programma's of bronnen binnen de mediatypen] van moslimjongeren in Nederland er op dit moment uit?) kan gesteld worden dat moslimjongeren intensieve multimedia gebruikers zijn, meer dan hun niet-moslim leeftijdsgenoten. Moslimjongeren raadplegen intensief alle typen media voor hun informatievoorziening over politiek, religie en de maatschappij; naast televisie, ook kranten en websites. Kennelijk staat het intensief raadplegen van buitenlandse media, het intensief raadplegen van binnenlandse media niet in de weg.

In antwoord op *onderzoeksvraag 4* (Zijn er verschillen tussen het mediagebruik van moslimjongeren [op hoofdpunten] en dat van niet-moslimjongeren?) kan gesteld worden dat het opvallendste verschil tussen de moslimjongeren en de niet-moslimjongeren is dat moslimjongeren van een breder aanbod van specifieke mediabronnen gebruik maken, dat er méér moslimjongeren gebruik maken per specifiek tv-programma, per krant of per websites, én dat de moslimjongeren doorgaans intensievere gebruikers van de diverse media zijn dan de niet-moslimjongeren.

Hoe het mediagebruik van de jongeren er precies uitziet en waarin de moslimjongeren precies verschillen van de niet-moslimjongeren werd gedetailleerd beschreven in dit hoofdstuk en is samengevat weergegeven in tabel 4.1 (op de volgende bladzijden).

Voordat we hieronder enkele opvallende verschillen in het mediagebruik tussen de moslimjongeren en de niet-moslimjongeren bespreken, is het belangrijk even stil te staan bij individuele verschillen op demografische kenmerken die uit het onderzoek naar voren kwamen. Zo worden de programma's op de binnenlandse tv-zenders meer door de scholieren (13 – 18 jaar) bekeken, terwijl de oudere jongeren (18 – 26 jaar) zich meer richten op de overige mediatypen. De jongens en meisjes verschillen niet van elkaar in het totaalbeeld, maar wel in hun gebruik van enkele mediatypen; de binnenlandse publieke televisie wordt meer door de jongens bekeken dan door de meisjes, terwijl de Arabische televisiezenders meer door de meisjes worden bekeken dan door de jongens. Meer meisjes dan jongens lezen kranten. Jongeren met een Turkse of Marokkaanse etnische achtergrond maken van een breder aanbod van alle beschikbare mediabronnen gebruik dan de overige jongeren.

Ook vonden verschillen tussen het opleidingsniveau van de jongeren in hun mediagebruik, waarbij de lager opgeleiden ertoe neigen meer van de media gebruik te maken, met name de tv, dan de hoger opgeleiden. In de vervolganalyses is daarom gecontroleerd voor het opleidingsniveau; d.w.z. dat de vergelijkingen tussen de groepen zo werden uitgevoerd dat er rekening werd gehouden met de verschillen in opleidingsniveau. De verschillen die we rapporteren gelden dus ongeacht het

opleidingsniveau (ofwel, binnen elk van de opleidingsniveau's). Bovendien hebben we de statistische analyses afzonderlijk uitgevoerd voor de scholieren en oudere jongeren.

Uit de verschilanalyses (t.b.v. vraag 4) blijkt dat de moslimjongeren over het algemeen van een breder aanbod van allerlei media gebruik maken dan niet-moslimjongeren, met uitzondering van de binnenlandse, Nederlandse tv-zenders. Wanneer bekeken over alle mediatypen samengenomen (d.w.z. 33 specifieke mediabronnen), wordt van bijna 5% méér programma's, websites en kranten gebruik gemaakt door moslimjongeren in hun informatiezoekgedrag over nieuws, religie, of de maatschappij dan door de niet-moslimjongeren.

Opgesplitst naar het soort medium, blijkt wederom dat moslimjongeren meer van bijna alle soorten media gebruiken. Dat geldt zowel voor dagbladen en buitenlandse tv, als voor het internet. Voor het raadplegen van binnenlandse televisieprogramma's verschillen de beide groepen jongeren niet van elkaar wanneer naar het totale aanbod van deze tv-zenders wordt gekeken, maar wel wanneer naar de zenders apart wordt gekeken. Van de publieke binnenlandse tv-programma's wordt door meer moslimjongeren dan niet-moslimjongeren gekeken naar *NOVA*, *Rondom 10* en *Den Haag Vandaag*. Van de commerciële binnenlandse tv-programma's wordt door meer moslimjongeren gekeken naar *RTL Nieuws*, *AT5 nieuws* en *Nieuwsweek*.

Opvallend is dat de moslimjongeren een groter deel van de genoemde Nederlandstalige kranten (bijna 15% meer dan de niet-moslimjongeren). De procentuele verschillen tussen moslimjongeren en niet-moslimjongeren lopen uiteen van 7% (voor *De Telegraaf*) tot 24% (voor *Sp!ts*).

Van de Engelstalige tv-zenders wordt 8% meer door moslimjongeren gebruikt. Per specifiek programma, kijkt bijna 12% meer van de moslimjongeren (vergeleken met de niet-moslimjongeren) naar *CNN: CNN Today* en ruim 10% meer naar *BBC World: World News Today*.

Daarnaast kijkt een deel van de moslimjongeren (per tv-programma maximaal een kwart) naar tv-zenders in het Turks of Arabisch⁵³. Als moslimjongeren naar Turkse zenders kijken, is dat vooral naar *Star TV: Haber* (25%) en het minst naar *TRT International: Buyutec* en *Mehtap: Haber* (ruim 9%). De Turkse krant *Hurriyet* wordt door 17% van de moslimjongeren gelezen. Als moslimjongeren naar Arabische zenders kijken, kijken zij het meeste naar *Al-Jazeera: Ma wara al-khabar* (bijna 26%) en het minste naar *Egyptian Channel 2: Al-Bayt Baytak* (ruim 10%). Verder bezoekt ruim 40% van de moslimjongeren *marokko.nl*, terwijl maximaal 13% Turkse websites bezoekt (*nl.turksnieuws.nl*).

Tot slot worden de Nederlandse websites 3% meer door de moslimjongeren gebruikt dan door de niet-moslimjongeren. Met name bezoeken meer moslimjongeren *nu.nl* (42% vs. 31,5%) en *partypeeps2000.com* (30% vs. 14%), terwijl meer niet-moslimjongeren *geenstijl.nl* (17% vs. 10%) bezoeken.

Nadat de groepen op globaal niveau in percentages gebruik werden vergeleken, hebben we meer in detail ingezoomd op de mate waarin van diverse mediabronnen gebruik werd gemaakt. Immers, als een bepaalde bron wordt geraadpleegd (de basis voor de percentages), zegt dat nog niets over de mate waarin of de regelmaat ervan (bijv. 1 x per jaar of elke week).

Uit de resultaten blijkt dat de moslimjongeren over het algemeen met een grotere regelmaat naar tal van Nederlandse (binnenlandse) tv-programma's kijken dan de niet-moslimjongeren. Ook kijken zij met een vergelijkbare intensiteit naar zenders uit het land van herkomst (van de ouders; Turkse en

⁵³ NB. Vergelijkingen tussen moslimjongeren en niet-moslimjongeren voor media uit het land van herkomst (van de ouders), Turkse en Arabische, zijn niet zinvol omdat de niet-moslimjongeren deze taal niet beheersen en nagenoeg allemaal aangaven geen gebruik te maken van deze buitenlandse media (de vragen naar gebruik van buitenlandse media kenden een zgn. routingsvraag). Ongeveer 99% van de niet-moslimjongeren kijkt niet naar Turkse/Arabische tv, leest niet de Turkse krant *Hurriyet* en bezoekt geen Marokkaanse/Turkse websites.

Arabische). Een groter aandeel moslimjongeren, dan niet-moslimjongeren, kijkt naar Engelstalige tv-programma's, maar de mate waarin was voor beide groepen vergelijkbaar.

Moslimjongeren lezen beduidend vaker binnenlandse kranten dan niet-moslimjongeren. Dus niet alleen meer moslimjongeren dan niet-moslimjongeren maken van kranten gebruik voor hun informatievoorziening, maar zij raadplegen die ook met een grotere regelmaat. Eenzelfde beeld zien we bij het gebruik van internet: moslimjongeren maken vaker gebruik van tal van websites voor hun informatievoorziening dan de niet-moslimjongeren.

De moslimjongeren gebruiken de verschillende mediabronnen dus intensiever dan de niet-moslimjongeren (zowel de scholieren, 13 – 18, als de oudere jongeren, 18 – 26 jaar), zowel de binnenlandse media als die uit het land van herkomst - in vergelijkbare mate naast elkaar.

In antwoord op *onderzoeksvraag 5* (Welke waarde hechten de jongeren aan de geraadpleegde mediabronnen, hoe belangrijk en realistisch vinden zij de gepresenteerde informatie en hoe [emotioneel] betrokken voelen zij zich daarbij?), kan geconcludeerd worden dat moslimjongeren zowel binnenlandse als buitenlandse media belangrijk vinden. Maar, de moslimscholieren vinden wel dat de media uit het land van herkomst (van de ouders) (m.n. Turkse en Marokkaanse tv-zenders, de Turkse krant *Hürriyet*, en Turkse en Marokkaanse websites) een realistischer beeld van de werkelijkheid geven dan de binnenlandse media. Ook voelen zij zich meer betrokken bij de media uit het land van herkomst.

Kortom, moslimjongeren maken van een groter aanbod van media gebruik en zij blijken frequentere en intensievere mediagebruikers dan niet-moslimjongeren, zowel van de binnenlandse, Nederlandstalige media als van de buitenlandse media, zowel van kranten als van websites. Voor de binnenlandse publieke en commerciële tv-programma's geldt dit verschil alleen voor enkele programma's. Het meest opmerkelijk is wellicht dat moslimjongeren meer verschillende kranten raadplegen en vaker en intensiever de krant lezen dan niet-moslimjongeren en beduidend meer gebruik maken van Engelstalige media.

Dit resultaat lijkt enigszins tegengesteld aan de 'common sense' notie (zie hst. 2) dat moslimjongeren juist meer gericht zouden zijn op buitenlandse media, met name media in de oorspronkelijke taal van het land van herkomst (van de ouders). Dit zou ten koste van het gebruik van binnenlandse media gaan. Echter, moslimjongeren raadplegen meer en met grotere regelmaat allerlei media, ook de binnenlandse dan de niet-moslimjongeren. Hieruit kan worden afgeleid dat het gebruik van buitenlandse media kennelijk niet ten koste gaat van het gebruik van binnenlandse media. Ook uit het antwoord op onderzoeksvraag 5, kan worden afgeleid dat het belangrijk vinden van buitenlandse tv-zenders het belangrijk vinden van binnenlandse tv-zenders niet in de weg staat. Wel geven de moslimjongeren aan dat zij vinden dat de media uit het land van herkomst (van de ouders) een realistischer beeld van de werkelijkheid geven dan de binnenlandse media en voelen zij zich meer betrokken bij deze media.

Belangrijk is zich hierbij te realiseren dat van de moslimjongeren in onze steekproeven, lang niet alle jongeren de taal uit het land van herkomst beheersen⁵⁴ en dat niet alle moslimjongeren media uit het land van herkomst raadplegen. Over het geheel genomen, kijkt de meerderheid van de moslimjongeren *niet* naar Turkse/Arabische tv (resp. 60 en 80%), leest niet de Turkse krant *Hürriyet* (83%) en bezoekt geen Turkse/ Marokkaanse websites (resp. 70 en 63%; een uitzondering geldt hier

⁵⁴ Bij de Marokkaanse moslimscholieren wordt er thuis voor ruim 60% Berbers gesproken en ca. 40% Arabisch terwijl er ook voor 90% Nederlands wordt gesproken; bij de Marokkaanse oudere jongeren is dit respectievelijk 50% en 60% Berbers en Arabisch en 90% Nederlands. Bij de Turkse moslimscholieren wordt er thuis voor 93% Turks gesproken en ruim 80% Nederlands en bij de Turkse oudere jongeren is dit respectievelijk 100% en 98% Nederlands.

voor de steekproef ‘oudere jongeren’, waarvan slechts 37,5% geen Marokkaanse websites bezoekt). Echter, wanneer selectief alleen naar de Turkse dan wel de Marokkaanse moslimjongeren wordt gekeken, dan blijkt het merendeel van de moslimjongeren die qua afkomst het meest waarschijnlijk de taal beheersen, wel in meerderheid Turkse/ Marokkaanse media uit het land van herkomst te raadplegen. Marokkaanse moslimjongeren maken meer gebruik van Marokkaanse internetsites (80,1 %) dan dat Turkse moslimjongeren gebruik maken van Turkse internetsites (52,7 %). Daarentegen kijken Turkse moslimjongeren meer naar Turkse tv (85,5 %) dan dat Marokkaanse moslims kijken naar Marokkaanse/Arabische tv (47,4 %). Overall gezien (wanneer ook het Turkse/Marokkaanse tv-gebruik wordt meegenomen) is het percentage Marokkaanse (87,3 %) en Turkse moslimjongeren (90,0%) dat van de ‘eigen’ media gebruik maakt vergelijkbaar.

Op de motieven voor het intensieve mediagebruik van moslimjongeren gaan we dieper in bij de resultaten van de diepte-interviews (hoofdstuk 7). In hoeverre het mediagebruik samenhangt met de attitudes ten aanzien van de religie islam of de attitudes ten aanzien van terrorisme en het gebruik van geweld bezien we eerst in het volgende hoofdstuk.

Tabel 4.1. Overzicht vergelijking moslimjongeren en niet-moslimjongeren in hun mediagebruik, zowel in het mediabereik (percentages) als in de mate van het gebruik (gemiddelde intensiteit). Met een + is een significant verschil aangegeven.

Mediatype	Mediabron	Moslim			Niet-Moslim		
		Allen	Scholier <18	Ouder, 18+	Allen	Scholier <18	Ouder, 18+
		%	Gem.	Gem.	%	Gem.	Gem.
tv-binnenland, Publieke zenders							
	NOS		+	+			
	Jeugdjournaal		+	+			
	De Wereld dd				+	+	+
	NOVA	+	+	+			
	Netwerk			+			
	Een Vandaag		+				
	Zembla		+				
	Rondom 10	+	+				
	Den Haag Vd	+	+	+			
	Buitenhof		+				
tv-binnenland, Commerciële zenders							
	RTL nieuws	+	+				
	Hart van NL		+	+			
	Editie NL				+		
	RTL Z		+	+			
	AT5 Nieuws	+	+	+			
	Nieuwsweek	+	+				
Engelstalige tv							
	BBC World Nws Today	+					
	CNN Today	+					
	CNN World Nws Europe	+					
	BBC World Nws America	+					
	BBC World Nws Asia						
Nederlandse krant							
	Metro	+	+	+			
	Sp!ts	+	+	+			
	Volkskrant	+	+	+			
	De Telegraaf	+		+			
	De Pers	+					
Nederlandse websites							
	Nu.nl	+	+				
	partyeeps2000.com	+	+				+
	Telegraaf.nl				+		
	Geenstijl.nl					+	
	Nrcnext.nl						
	Fok.nl						
	Overheid.nl						

Tabel 4.1, vervolg. Overzicht vergelijking moslimjongeren en niet-moslimjongeren in hun mediagebruik, zowel in het mediabereik (percentages) als in de mate van het gebruik (gem. intensiteit). Met een + is een significant verschil aangegeven.

N.B. De resultaten met betrekking tot Turkse/Arabische tv/websites en de Turkse krant voor niet-moslims zijn gebaseerd op zeer kleine aantallen respondent, dus eenduidige uitspraken over deze vergelijkingen kunnen niet goed gedaan worden. Voor de volledigheid zijn de resultaten voor deze groep tóch in deze tabel weergegeven (maar niet in de tekst).

Mediatype	Mediabron	Moslim			Niet-Moslim		
		Allen	Scholier <18	Ouder, 18+	Allen	Scholier <18	Ouder, 18+
		%	Gem.	Gem.	%	Gem.	Gem.
Turkse tv							
	TRT International: Haber	+	+	+			
	TRT International: Buyutec	+	+	+			
	Kanal 7: Haber	+	+	+			
	Star TV: Haber	+	+	+			
	Start TV: Arena	+	+	+			
	Start TV: Uyan Turkiye	+	+	+			
	Mehtap: Haber	+	+	+			
	Samanyolu Haber TV: Haber	+	+	+			
	TRT International: Haber	+	+	+			
	TRT International: Buyutec	+	+	+			
Arabische tv							
	Al-Jazeera: Ma wara al-khabar	+	+	+			
	Al-Jazeera: Al-littigah al-Mu'akis	+	+	+			
	Al-Jazeera: Ma'a Haikal	+	+	+			
	Egyptian Channel 2: al-Bayt Baytak	+	+	+			
	MBC: Kalaam Nawa'em	+	+	+			
Turkse krant							
	Hurriyet	+	+	+			
Turkse websites							
	www.turksnieuws.nl	+	+	+			
	www.lokum.nl	+	+	+			
	www.turkijepagina.nl	+	+	+			
	www.diyamet.gov.tr	+	+	+			
Marokkaanse websites							
	www.yasmina.nl	+	+	+			
	www.maroc.nl	+	+	+			
	www.maghreb.nl	+	+	+			
	www.marokko.nl	+	+	+			
	www.habous.gov.ma		+				
	www.al-yaqeen.com	+	+	+			

5. SAMENHANG MEDIAGEBRUIK EN ATTITUDES VAN JONGEREN

5.1. Introductie

Nadat in het vorige hoofdstuk het actuele mediagebruik van jongeren in kaart werd gebracht, gaan we in dit hoofdstuk na in hoeverre dit mediagebruik samenhangt met de houding ten aanzien van de islam en het gebruik van geweld voor ideologische doeleinden. De onderzoeksvragen 6 en 7 die hieraan ten grondslag liggen zijn tweeledig.

Enerzijds is de vraag welke media (tv-uitzendingen, internet sites en/of kranten) van invloed zijn op de attitudes van jongeren ten aanzien van politieke, religieuze en maatschappelijke kwesties (par. 5.4). Anderzijds is de vraag welke relevante overige variabelen, die uit het literatuuronderzoek naar voren kwamen (zoals opleiding, vermeende achterstelling, onzekerheid), van belang zijn om bepaald mediagebruik te kunnen relateren aan bepaalde attitudes van jongeren (par. 5.5). Net als in het vorige hoofdstuk geldt dat in de beantwoording een vergelijking moslimjongeren met niet-moslimjongeren relevant is om uitspraken te kunnen doen. Eerst bespreken we in par. 5.2 de wijze waarop we de attitudes hebben gemeten, om daarna (par. 5.3) na te gaan of de moslimjongeren verschillen van niet-moslimjongeren in hun attitudes.

Gegeven de aard van het onderzoek zal het niet mogelijk zijn om uitspraken over causaliteit te doen. Het onderzoek is immers niet experimenteel of longitudinaal van aard. Survey-onderzoek is geschikt om eventuele samenhangen en patronen zichtbaar te maken. Echter, over de volgorde van beïnvloeding valt dan slechts logisch te redeneren en met de interpretatie van causaliteit dient men uitermate voorzichtig te zijn. Bovendien zijn tal van factoren van invloed op de causaliteit; de invloed van de media verloopt niet in een een-op-een relatie bij de ontvanger (zie hoofdstuk 2). Het proces van beïnvloeding door de media is een complex proces waar we slechts stapsgewijs inzicht in kunnen verkrijgen en op grond van wetenschappelijk onderzoek bepaalde aannames meer of minder plausibel kunnen veronderstellen.

Ten slotte herhalen we hier dat de representativiteit van de steekproef van de scholieren niet kan worden gegarandeerd en bij de oudere jongeren ontbreekt. De resultaten dienen dus met de nodige voorzichtigheid te worden gezien. Bovendien wordt vooraf opgemerkt dat de significante samenhangen die in dit hoofdstuk worden gerapporteerd relatief zwak zijn en niet meer dan een beperkt deel van de variantie verklaren. Een schematisch overzicht is als tabel aan het eind van het hoofdstuk toegevoegd. De statistische details zijn na te slaan in de bijlagen.

5.2. Methodologische verantwoording: meting van attitudes (*schaalconstructie*)

Het mediagebruik van moslimjongeren in vergelijking met niet-moslimjongeren, en de mate waarin zij zich laten beïnvloeden door die media in hun politieke en maatschappelijke meningsvorming, staan centraal in dit hoofdstuk. Gegeven deze context van moslimjongeren en de problematiek waarmee moslimjongeren worden geassocieerd, hebben we ons gericht op attitudes die gerelateerd zijn aan moslimradicalisering en ideologisch geweld (terrorisme) (zie hoofdstuk 1 en 2). Hoewel het verschijnsel radicalisering vele facetten kent en tamelijk complex is (o.a., Buijs, Demant, & Hamdy, 2006; Slootman & Tillie, 2006), hebben we op basis van de literatuur en gerelateerd onderzoek meetschalen ontwikkeld voor de bepaling van *attitudes* ten aanzien van de islam (hoofdstuk 3). Omdat radicalisering wordt gezien als voorbode voor mogelijk extremisme en terrorisme, werd eveneens een schaal ontwikkeld voor de attitude ten

aanzien van het gebruik van geweld om (ideologische) doelen te bereiken. Ook de attitude ten aanzien van de Nederlandse regering en de mate van vertrouwen in, ofwel wantrouwen ten aanzien van de Nederlandse samenleving is relevant. Er werd gekeken of er een eventueel verband is tussen deze attitudes en het mediagebruik van de jongeren. Hieronder gaan we eerst in op enkele methodologische aspecten, waarna de analyses volgen.

5.2.1. Dataselectie ten behoeve van optimalisering meetinstrument

Bij de bepaling van de psychometrische kwaliteit van de meetschalen voor de attitudes stuiten wij op het feit dat tamelijk veel respondenten deze vragen niet hadden beantwoord ('missing values') of dermate inconsistentie in hun antwoordpatroon lieten zien dat het nodig was eerst de dataset 'op te schonen'. Inspectie van de oorspronkelijke, met de hand ingevulde papieren lijsten leerde dat met name in de attitudeschaal veel gegevens ontbraken of dat deze zeer slordig was ingevuld. Dit is wel te begrijpen, omdat dit de laatste grote vraag in de vragenlijst betrof en de items voor sommige respondenten moeilijk kunnen zijn geweest.

Alle vragenlijsten waarin dergelijke slordigheden, inconsistenties of veel ontbrekende gegevens voorkwamen, werden opzij gelegd en vervolgens afzonderlijk door twee onderzoekers beoordeeld. Op grond van hun oordelen werd besloten in hoeverre de gegevens in de vragenlijst onbetrouwbare of onbruikbaar waren. Een voorbeeld van een vragenlijst die nogal slordig was ingevuld, is dat er één grote streep door alle antwoorden heen was gezet, deze gegevens werden uitgesloten van analyse. Bij andere vragenlijsten, wanneer het bijvoorbeeld een enkele ogenschijnlijke inconsistentie betrof, werd slechts dat enkele item uitgesloten door het te coderen als ontbrekende waarde ('missing value'). Op deze manier kon het overgrote deel van de data behouden blijven. Na zorgvuldige inspectie hebben we van de scholieren-lijsten 2,8% van de data moeten verwijderen; 97,2% van de data bleef behouden. Van de vragenlijsten die door de 'oudere jongeren' zijn ingevuld hebben we 3,9% van de data moeten verwijderen.

De verwijderde gevallen betreffen geen systematische vertekeningen en zijn niet alle te categoriseren als afkomstig van één groep. Wel is opmerkelijk dat het in de dataset van de scholieren vooral leerlingen van de laagste klassen van het VMBO betreft. Wellicht dat de attitudelijst aan het eind voor hen teveel gevraagd was en te moeilijk is bevonden. Voor data verkregen 'in het veld' zijn dit zeer acceptabele percentages, zeker de gezien de lengte en moeilijkheidsgraad van de vragen.

5.2.2. Waardebepaling van de meetinstrumenten (psychometrische analyses)

Om de relaties tussen het mediagebruik en de oordeelsvorming ten aanzien van politieke en maatschappelijke kwesties te kunnen bepalen, werden attitudeschalen gevormd. Het meest relevant is de attitude ten aanzien van geweld en de islam (zie ook hoofdstuk "Methode"). Meerdere uitspraken die hierop betrekking hadden werden aan de respondenten voorgelegd om hun attitudes te bepalen. De antwoorden werden onderworpen aan statistische analyses (namelijk principale componenten analyses en betrouwbaarheidsanalyses) om te bepalen welke uitspraken goed correleerden en samen een betrouwbare schaal vormen. Daaruit bleek dat er meerdere dimensies bestonden binnen de totale schaal. Na zorgvuldige inspectie zijn subschalen gevormd uit items die in beide datasets⁵⁵ voorkomen. Deze subschalen zijn gebruikt voor verdere analyse.⁵⁶

⁵⁵ Omdat de lijst voor de oudere jongeren online werd afgenomen, moesten we die lijst verder inperken. Daardoor wijken de items voor de scholieren enigszins af van die van de oudere jongeren en konden beide datasets niet zonder meer samengevoegd worden. Zo bevatten de attitudeschalen bijvoorbeeld een verschillend aantal items en de items voor dierenactivisme kwamen in de online dataset (oudere jongeren) nauwelijks voor.

⁵⁶ Opgemerkt moet worden dat de hier besproken meetschalen op basis van de statistische analyses niet helemaal overeenkomen met de beschrijving in hoofdstuk 3. Bij het opstellen van de vragenlijst was niet bekend welke items bij

Attitudes

De analyses naar de invloed van de media doen we met deze betrouwbare meetschalen en verder met afzonderlijke items die bijzonder relevant leken in het kader van dit onderzoek. De inhoud van deze attitudemetingen bespreken we hieronder. In de volgende paragraaf (5.3) vergelijken we de moslimjongeren en de niet-moslimjongeren met elkaar in de sterkte van hun attitudes.

- *Attitude ten aanzien van het gebruik van geweld in het algemeen*

De schaal voor de attitude ten aanzien van het gebruik van geweld en terroristen in het algemeen werd gevormd door vier uitspraken (Cronbach's alpha = .67; voor de dataset 'scholieren' .67; en voor de dataset 'oudere jongeren' .67)⁵⁷. Het gemiddelde geeft aan in welke mate de jongeren deze (samengestelde) attitude aanhangen. Een voorbeeld van een uitspraak is "Ik vind het fout als mensen geweld gebruiken."

- *Attitude ten aanzien van ideologisch geweld voor de islam*

De attitude ten aanzien van het gebruik van geweld ten behoeve van de islam zou statistisch gezien toegevoegd kunnen worden aan de vorige schaal (ten aanzien van het gebruik van geweld in het algemeen). Echter, met het oog op het belang van een vergelijking op dit punt tussen beide groepen jongeren, is besloten om deze attitude ten aanzien van ideologisch geweld voor de islam als één item in de vervolganalyses op te nemen.

- *Attitude ten aanzien van de islam als geloof*

De items m.b.t. de islam als geloof vormden tezamen geen betrouwbare schaal. De attitude t.a.v. de islam als geloof is daarom bepaald middels twee op zichzelf staande items. Eén daarvan hebben we zojuist besproken als *Attitude ten aanzien van ideologisch geweld voor de islam*. Het tweede item is 'Ik vind dat de islam negatief in het nieuws komt' welke als beste representant voor deze attitude geldt, met name in relatie tot het mediagebruik (en voor de vervolganalyses).

- *Attitude betreffende de legitimiteit of het vertrouwen in de maatschappij*

De uitspraken over legitimiteit van de Nederlandse autoriteiten en het vertrouwen in de Nederlandse samenleving werden *alleen voorgelegd aan de scholieren*. Op basis van de statistische analyses kon alleen een schaal worden geconstrueerd voor 'Vertrouwen in de Nederlandse samenleving', niet voor legitimiteit van de Nederlandse autoriteiten. Drie items zijn samengenomen als een betrouwbare

elkaar hoorden om een betrouwbare schaal te vormen. Daarom wijken de beschrijving hieronder enigszins af. Voor de analyses zijn bovendien de zgn. 'filler-items en die over dierenrechten verwijderd.

⁵⁷ De betrouwbaarheid wordt weergegeven met de statistische maat genaamd Cronbach's alpha. Als Cronbach's alpha groter is dan .60 dan wordt de schaal als betrouwbaar gezien en worden de items samengenomen om het gemiddelde te berekenen; dat geeft een betrouwbaarder indicatie voor de attitude dan een enkel item op zich. Hoe hoger de Cronbach's alpha, hoe betrouwbaarder de schaal, de afzonderlijke items meten in grote mate hetzelfde construct. Over het algemeen geldt dat een Cronbach's alpha tussen de .60 en .70 als redelijk betrouwbaar wordt gezien en als voldoende om groepen te vergelijken of modellen te toetsen (maar niet om een waarde voor een enkel individu te bepalen). Cronbach's alpha groter is dan .70 wordt de schaal als goed betrouwbaar gezien, maar boven de .90 kan juist een indicatie zijn van een vertekening in de dataset (bijvoorbeeld als er veel nullen in de data voorkomen). Een Cronbach's alpha lager dan .60 geeft aan dat de items samen geen betrouwbare schaal vormen en er beter een of enkele items afzonderlijk geanalyseerd kunnen worden om toch een indruk te verkrijgen (maar dit is minder betrouwbaar dan een schaal). Soms kunnen nog 2 items worden samengevoegd tot een schaal; dan wordt de samenhang berekend met Pearson's correlatie, die dan voldoende groot en significant moet zijn (Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill).

schaal voor ‘*Vertrouwen in de Nederlandse samenleving*’ (Cronbach’s $\alpha = .75$). Een voorbeelditem is: “*Ik vertrouw de Nederlandse gezondheidszorg*”. Eén item (het 4^e item dus), namelijk ‘*Ik heb vertrouwen in de Nederlandse nieuwsmedia*’, is zo specifiek dat het voor onderhavig onderzoek relevant is de moslim- en niet-moslimjongeren op dit item afzonderlijk te vergelijken.

De resterende items die de attitude ten aanzien van de legitimiteit van de Nederlandse regering weergeven (en geen betrouwbare schaal vormen) zijn ook interessant voor vergelijkende analyses per item afzonderlijk. Bijvoorbeeld “*De regering doet niks aan de problemen in Nederland*”.

Daarnaast werd een aantal relevante persoonsgebonden eigenschappen gemeten, zoals emotionele stabiliteit en relatieve deprivatie, die geacht worden samen te hangen met radicalisering (zie hoofdstuk 2). De kwaliteit van deze persoonsgebonden meetschalen worden eveneens hieronder besproken. Tevens zullen we de jongeren (moslim en niet-moslim) met elkaar vergelijken. Daarna volgen de analyses ter beantwoording van de onderzoeksvragen, over de onderlinge relaties tussen het mediagebruik⁵⁸ en de oordeelsvorming t.a.v. de attitudes, waarbij gecontroleerd wordt voor de persoonsgebonden variabelen.

Relevante persoonsgebonden eigenschappen

Omdat in het proces van mediabeïnvloeding ook andere factoren van invloed zijn zoals persoonsgebonden eigenschappen, is het belangrijk ook de invloed van deze variabelen na te gaan. Gegeven onze vraagstelling en doelgroep lijken bepaalde factoren in het bijzonder relevant (zie achtergrond in hoofdstuk. 2 en 3).

- Relatieve deprivatie

De 3 items voor de bepaling van de mate van relatieve deprivatie of vermeende achterstelling, die in beide datasets voorkwamen, vormden tezamen een betrouwbare schaal (respectievelijk een Cronbach’s α van .86 voor de dataset scholieren en .87 voor de dataset ‘oudere jongeren’; tezamen genomen is Cronbach’s α .88). Een voorbeelditem is: “*Ik heb het gevoel dat ik minder eerlijk behandeld word dan anderen in Nederland*”.

- Zelfvertrouwen

De mate van zelfvertrouwen werd *alleen bij de scholieren* gemeten en werd bepaald aan de hand van 4 items. Een voorbeelditem is “*Over het algemeen kan ik dingen net zo goed als anderen*”. Deze items vormden tezamen een betrouwbare schaal (Cronbach’s $\alpha = .81$).

- Negatieve emoties

Het ervaren van *negatieve emoties* werd *alleen bij de scholieren* nagegaan middels 13 uitspraken, zoals “*Ik voel me somber*”, “*—gelukkig*” (antwoord omgecodeerd), “*—eenzaam*”, “*—buitengesloten*”, en degelijke. De 13 items tezamen vormden een zeer betrouwbare schaal voor de mate waarin de jongeren negatieve emoties ervaren (Cronbach’s $\alpha = .87$).

- Identiteit

De sterkte van de persoonlijke, Nederlandse identiteit werd weergegeven door een betrouwbare schaal gevormd met 3 uitspraken (Cronbach’s $\alpha = .66$). Deze items zijn: “*Ik ben trots op*

⁵⁸ Net als in voorgaand hoofdstuk geldt hier dat voor de *niet-moslimjongeren* *niet* is gekeken naar de buitenlandse media (Turkse/Arabische tv/Internet en Turkse krant), omdat het aantal niet-moslims dat daar naar keek of daar gebruik van maakte te klein bleek om daar betrouwbare uitspraken over te kunnen doen.

Nederland” , “Ik voel me moeilijk thuis in Nederland”, en “Ik voel me door en door Nederlands.” De uitspraken zijn alleen aan de scholieren voorgelegd. De items “Ik weet heel goed wat voor persoon ik ben” en “Ik heb wel eens het gevoel dat ik tussen twee culturen leef” bleken op basis van de psychometrische analyses niet goed in de schaal te passen en zijn derhalve niet opgenomen.

5.3. Verschillen moslimjongeren van niet-moslimjongeren in hun attitudes?

Hieronder laten we zien hoe de jongeren in onze steekproef denken over de islam en het gebruik van geweld aan de hand van hun beoordeling van de uitspraken in de vragenlijst. Vanwege de verschillen tussen de datasets, geven we de grafieken afzonderlijk weer voor de scholieren (13-18 jaar) en de oudere jongeren (18-25 jaar). Bij elk item staan steeds twee figuren als deze in beide datasets voorkwam. Er staat één figuur als de vraag alleen werd gesteld onder de scholieren. Voor gedetailleerde statistische gegevens verwijzen we naar Bijlage 5.2 (daarin staan eveneens de *N*-waarden per groep en per vergelijking vermeld⁵⁹ en de resultaten van de statistische toetsing). In de figuren worden de moslimjongeren steeds vergeleken met de niet-moslimjongeren. Wanneer de items samen een schaal vormden, dan wordt na de bespreking van de afzonderlijke items de vergelijking tussen de groepen op schaalniveau besproken (in termen van gemiddelden).

5.3.1. Attitudes

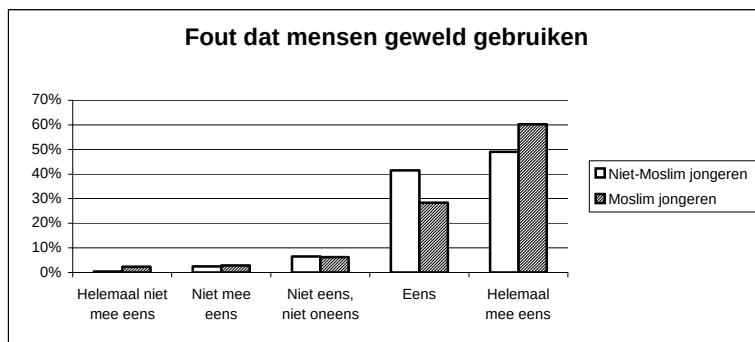
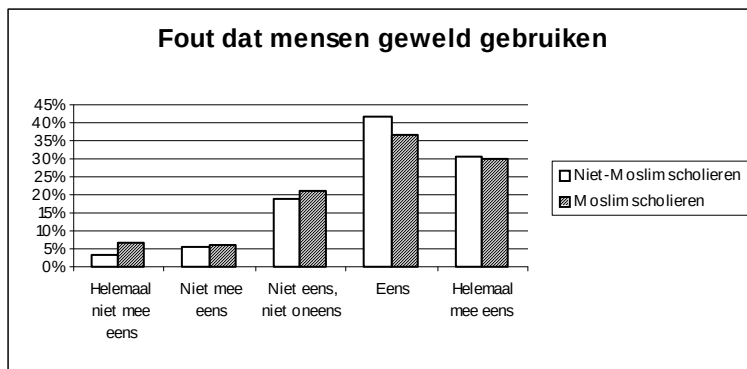
- Attitude ten aanzien van het gebruik van geweld in het algemeen

Over het algemeen is in de figuren over de attitude t.a.v. geweld te zien dat de jongeren (ook de deelnemende moslimjongeren) tamelijk negatief denken over het gebruik van geweld in het algemeen.

In Figuur 5.1 is bijvoorbeeld te zien dat zo’n 72% van de deelnemende niet-moslimscholieren het er (helemaal) mee eens is dat “het fout is dat mensen geweld gebruiken” (waarvan 30% het daar helemaal mee eens is). Van de moslimscholieren is dat ruim 66%. De figuur suggereert dat iets meer niet- moslimscholieren kiest voor de categorie ‘eens’, terwijl moslimscholieren iets vaker voor de neutrale middencategorie kiezen. Echter, dit verschil is niet significant, de groepen verschillen dus niet van elkaar.

Onder de oudere jongeren zien we dat de moslimjongeren (60%) het vaker *helemaal* eens zijn met de bewering “dat het fout is om geweld te gebruiken” dan de niet-moslimjongeren (49%), terwijl die verhouding precies andersom is bij de antwoordcategorie ‘eens’ (resp. 28% en 41%). Echter, ook hier is geen sprake van een significant verschil en verschillen de groepen niet wezenlijk van elkaar.

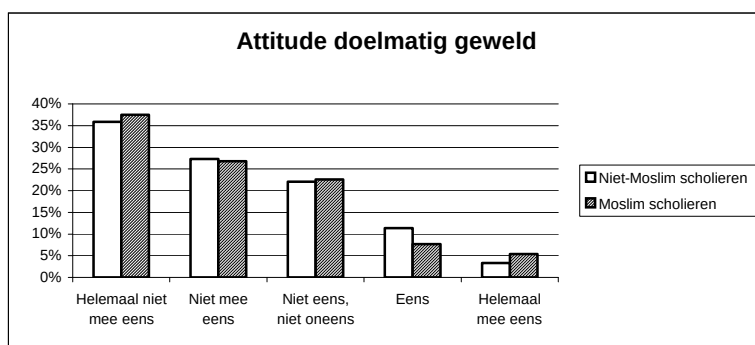
⁵⁹ *N* varieert van 1300+ voor niet-moslimscholieren tot 500+ voor oudere niet-moslimjongeren, en rond de *N* = 180 voor moslimscholieren en oudere moslimjongeren in overeenstemming met de steekproefgroottes. Zie bijlage 5.2 voor de exacte gegevens.

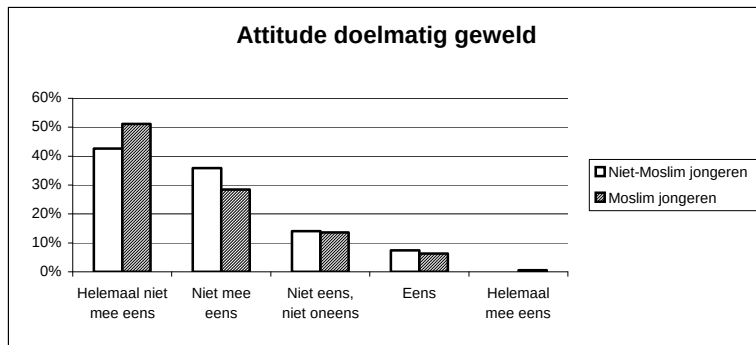


Figuur 5.1. Antwoorden (in %) op "Ik vind het fout als mensen geweld gebruiken"; In de bovenste figuur voor de scholieren en in de onderste figuur voor de oudere jongeren.

In Figuur 5.2 hieronder zien we dat 63% van de moslimscholieren en 64% van de niet-moslimscholieren het er (helemaal) *niet* mee eens zijn dat “je soms geweld moet gebruiken om je doel te bereiken”; 13% van de moslimscholieren en 15% van de niet-moslimscholieren is het er wel (helemaal) mee eens dat je soms geweld moet gebruiken om je doel te bereiken.

Voor de oudere jongeren geldt een vergelijkbaar patroon nog iets duidelijker: bijna 80% van de oudere moslimjongeren en ruim 78% van de oudere niet-moslimjongeren is het er (helemaal) *niet* mee eens dat je soms geweld moet gebruiken om je doel te bereiken; bijna 7% van de oudere moslimjongeren en 7,5% van de oudere niet-moslimjongeren is het er wel (helemaal) mee eens dat je soms geweld moet gebruiken om je doel te bereiken. Het is belangrijk op te merken dat deze verschillen statistisch gezien niet significant zijn; dus de moslimjongeren (zowel de scholieren als de oudere jongeren) verschillen niet van de niet-moslimjongeren op deze uitspraak.

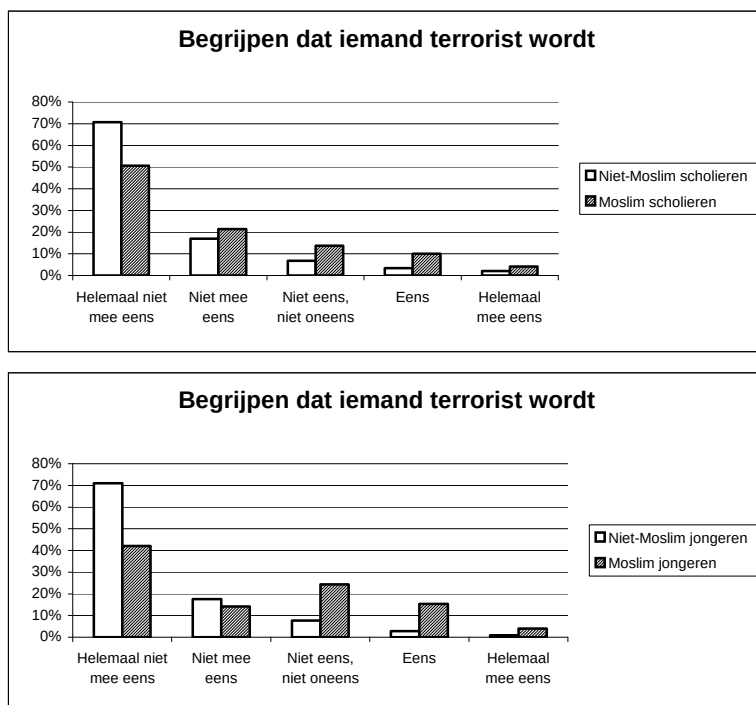




Figuur 5.2: Antwoorden (in %) op "Als je je doel wilt bereiken moet je soms geweld gebruiken"; In de bovenste figuur voor de scholieren en in de onderste figuur voor de oudere jongeren.

In Figuur 5.3 hieronder is te zien dat 50% van de moslimscholieren en ruim 70% van de niet-moslimscholieren het helemaal *niet* eens is met de bewering "Ik begrijp het als iemand terrorist wordt." Van de moslimscholieren is 14% het (helemaal) eens met deze uitspraak tegenover 5,5% van de niet-moslim scholieren. Dit zelfde patroon zien we bij de oudere moslimjongeren: ruim 19% van de oudere moslimjongeren is het (helemaal) eens met de uitspraak "Ik begrijp het als iemand terrorist wordt" tegenover bijna 4% van de oudere niet-moslimjongeren. Onder hen is 40% van de moslimjongeren en ruim 70% van de oudere niet-moslimjongeren het helemaal *niet* eens met de bewering "Ik begrijp het als iemand terrorist wordt."

Op deze uitspraak verschillen de moslimjongeren dus wél van de niet-moslimjongeren (zowel de scholieren als de oudere jongeren); het verschil is hier dan ook statistisch significant. De moslimjongeren kunnen het vaker begrijpen (zij zijn het er *minder* vaak *niet* mee eens) als iemand terrorist wordt dan de niet-moslimjongeren.



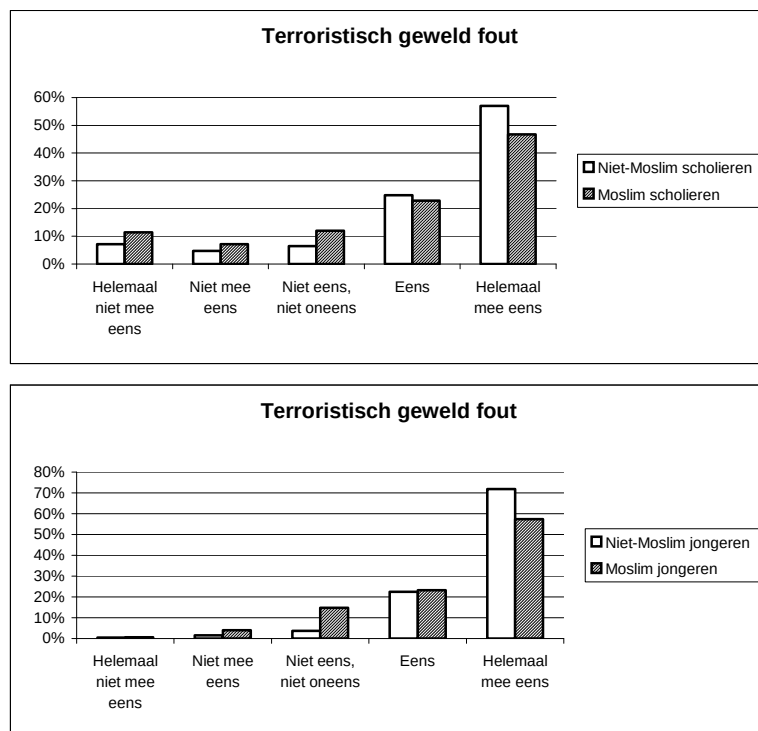
Figuur 5.3: Antwoorden (in %) op "Ik begrijp het als iemand terrorist wordt".

Onderstaande figuur 5.4 laat zien dat de meeste jongeren het fout vinden dat terroristen geweld

gebruiken, maar met name onder de scholieren is er ook een deel dat het niet fout vindt. De antwoordpatronen zijn gespiegeld aan die in figuur 5.3, maar vergelijkbaar in betekenis.

Onder de moslimscholieren vindt 18% het *niet* fout dat terroristen geweld gebruiken en van de niet-moslimscholieren is dat bijna 12%. Onder de oudere moslimjongeren vindt bijna 5% het *niet* fout dat terroristen geweld gebruiken en bijna 2% van de oudere niet-moslimjongeren.

De moslimjongeren verschillen wél (significant dus) van de niet-moslimjongeren op deze uitspraak (zowel de scholieren als de oudere jongeren). De moslimjongeren zijn het er minder vaak mee eens dat het fout is dat terroristen geweld gebruiken dan de niet-moslimjongeren.



Figuur 5.4: Antwoorden (in %) op "Ik vind het fout dat terroristen geweld gebruiken".

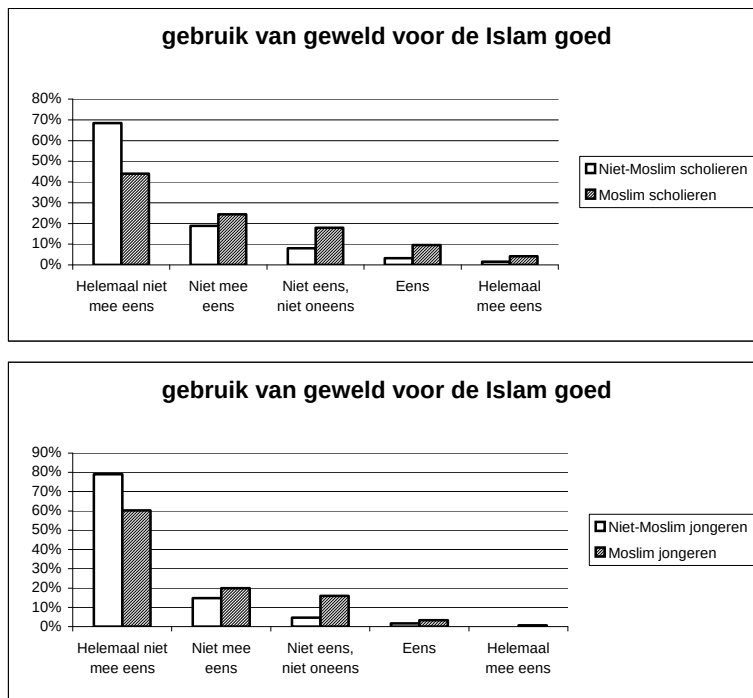
Zoals gezegd, vormen deze 4 attitude-uitspraken tezamen een betrouwbare schaal voor de attitude ten aanzien van geweld in het algemeen.⁶⁰ Op basis van de statistische toets met de schaal blijkt dat voor de moslimjongeren de attitude ten aanzien van geweld gemiddeld *significant positiever* is dan voor de niet-moslimjongeren, waarbij geldt dat deze relatie sterker is onder de scholieren (gemiddeld 2,12 vs. 1,89 voor de scholieren) dan onder de oudere jongeren (gemiddeld 1,82 vs. 1,58 voor de oudere jongeren). Dit kan ook veroorzaakt worden door de mogelijkheid dat de scholieren de neiging hebben extremer te antwoorden dan oudere jongeren.

- Attitude ten aanzien van ideologisch geweld gerelateerd aan de islam

In Figuur 5.5 hieronder valt af te lezen dat de meeste deelnemende jongeren (zowel scholieren als oudere jongeren) het er (helemaal) *niet* mee eens zijn dat er geweld gebruikt wordt ten behoeve van de islam, maar er is ook een deel dat het daar wel mee eens is. Van de

⁶⁰ Opgemerkt moet worden dat de antwoorden op tegengestelde items zijn omgecodeerd zodat alle antwoorden in dezelfde richting wijzen, waarbij een lage score duidt op een negatieve attitude ten aanzien van geweld in het algemeen (min. 1) en een hoge score op een positieve attitude (max. 5).

moslimscholieren is 5% het er juist *helemaal* mee eens dat het gebruik van geweld ten behoeve van de islam goed is, terwijl 9,5% het er ‘mee eens’ is (tezamen dus bijna 15%). Van de oudere moslimjongeren is 3,4% het hiermee eens en 0,6% is het er ‘helemaal mee eens’ (tezamen dus 4%). Hoewel dus het merendeel van de jongeren het gebruik van geweld ten behoeve van de islam niet goed vindt, wijzen de moslimjongeren het gebruik van geweld voor de islam significant minder vaak af dan de niet-moslimjongeren (zowel de scholieren als de oudere jongeren).

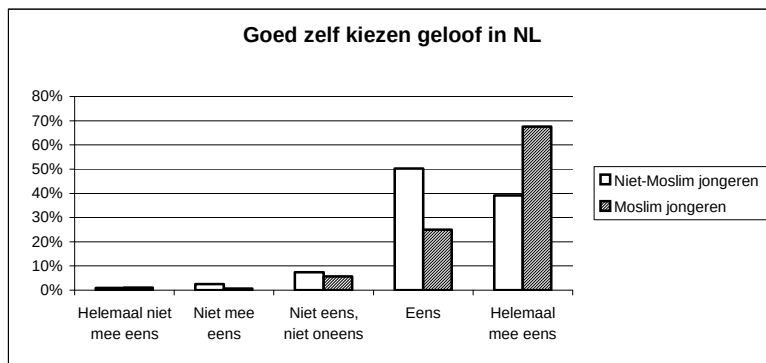
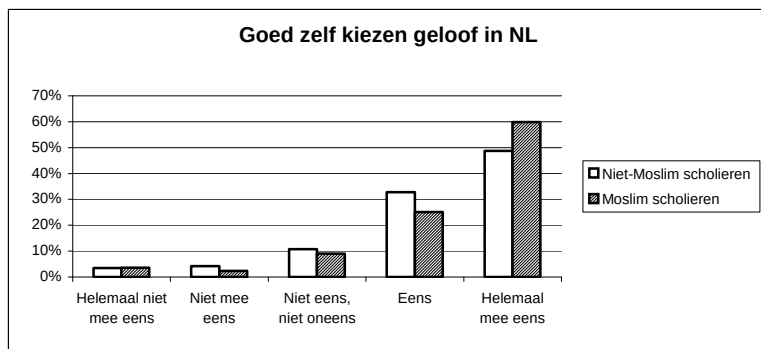


Figuur 5.5: Antwoorden (in %) op "Ik vind het gebruik van geweld voor de islam goed".

- Attitude ten aanzien van het geloof

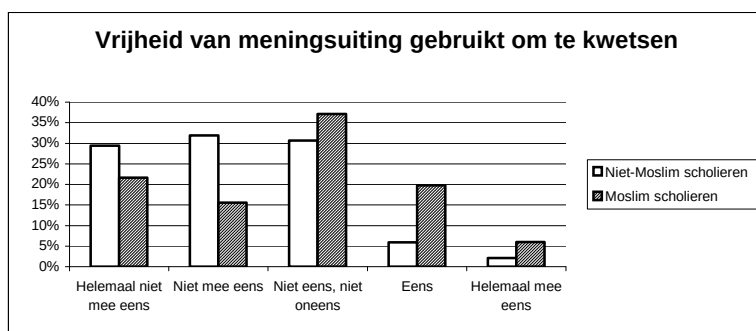
In Figuur 5.6 hieronder is te zien dat de meeste deelnemende jongeren (zowel scholieren als oudere jongeren) het er (helemaal) mee eens zijn dat het goed is dat men zelf het geloof kan kiezen in Nederland; dit geldt vaker voor de moslimscholieren (85%) dan voor de niet-moslimscholieren (81,5%) en vaker voor de oudere moslimjongeren (92,5%) dan voor de oudere niet-moslimjongeren (89%).

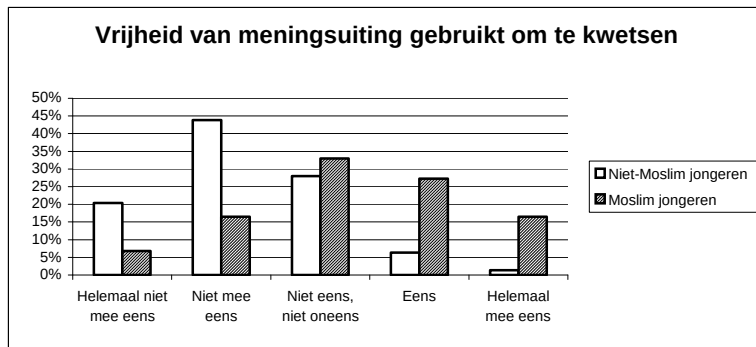
Van de moslimscholieren is 6% en bijna 8% van de niet-moslimscholieren het (helemaal) niet eens met de stelling dat het goed is dat men zelf het geloof kan kiezen in Nederland. Onder de ‘oudere moslimjongeren’ is bijna 2% het er (helemaal) niet mee eens dat het goed is dat men zelf het geloof kan kiezen in Nederland en 3,5% van de oudere niet-moslimjongeren is het daar (helemaal) niet mee eens. De toets laat een significant verschil zien tussen de moslimjongeren en niet-moslimjongeren, waarbij meer van de moslimjongeren vinden dat het goed is dat je in Nederland zelf je geloof kunt kiezen.



Figuur 5.6: Antwoorden (in %) op "Ik vind het goed dat je in Nederland zelf je geloof kunt kiezen".

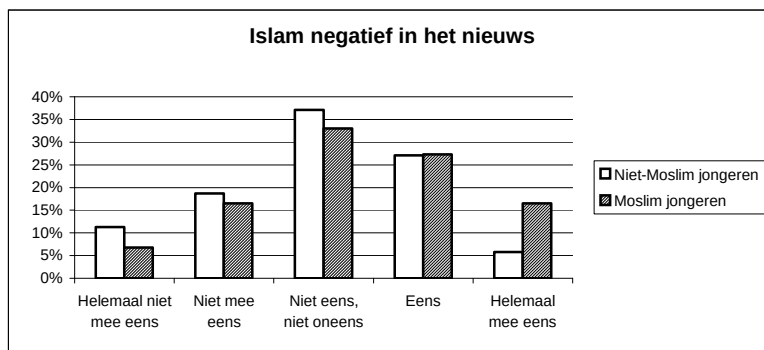
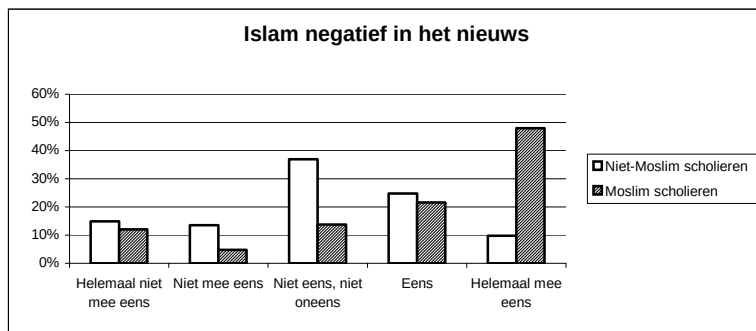
In Figuur 5.7 hieronder is weergegeven hoe jongeren over de vrijheid van meningsuiting denken, met name of deze wordt gebruikt om te kwetsen. De figuur laat zien dat de jongeren hier nogal gevarieerd over denken. Van de moslimscholieren vindt ruim 25% dat de vrijheid van meningsuiting wordt gebruikt om te kwetsen, zij zijn het er (helemaal) mee eens. Van de niet-moslimscholieren is slechts 8% het er (helemaal) mee eens. Dit geldt nog sterker onder de oudere moslimjongeren: bijna 44% is het er (helemaal) mee eens. Echter, groot deel (opgeteld 64%) van de oudere *niet*-moslimjongeren neemt juist een tegengestelde attitude in en vindt (helemaal) *niet* dat de vrijheid van meningsuiting wordt gebruikt om te kwetsen (tegenover 23% van de oudere moslimjongeren). Moslimjongeren (in beide groepen) vinden dus duidelijk (significant) vaker dan niet-moslimjongeren dat de vrijheid van meningsuiting wordt gebruikt om te kwetsen.





Figuur 5.7: Antwoorden (in %) op "De vrijheid van meningsuiting wordt gebruikt om te kwetsen".

Figuur 5.8 hieronder laat zien dat de meeste deelnemende moslimjongeren het (helemaal) eens zijn met de stelling dat de islam negatief in het nieuws komt (onder de moslimscholieren bijna 70% en onder de oudere moslimjongeren bijna 44%). De niet-moslimjongeren (zowel scholieren als oudere niet-moslimjongeren) nemen hier een meer neutrale positie in. De moslimjongeren (beide groepen) vinden significant vaker dat de islam negatief in het nieuws komt.

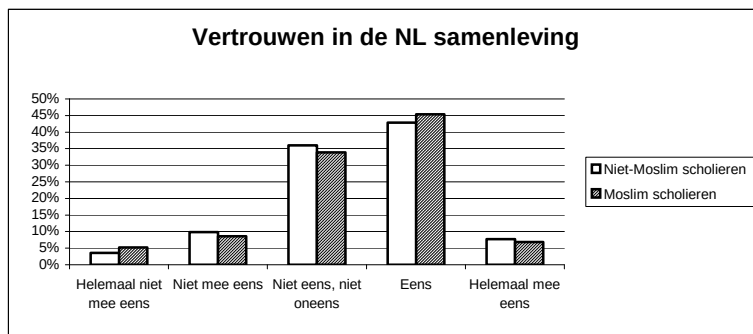


Figuur 5.8: Antwoorden (in %) op "Ik vind dat de islam negatief in het nieuws komt".

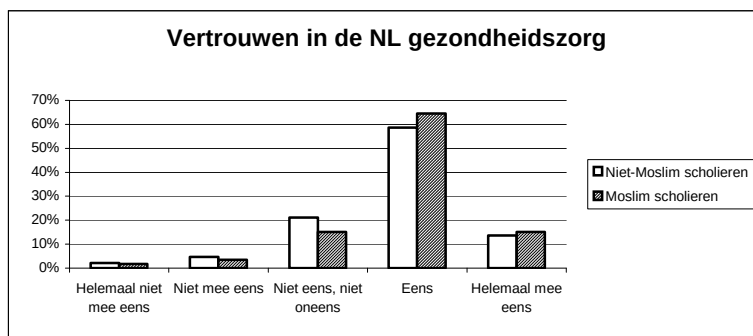
Zoals gezegd vormden deze drie uitspraken tezamen *geen* betrouwbare schaal. Elk op zich laten deze uitspraken wel een significant verschil zien tussen de moslimjongeren en niet-moslimjongeren, waarbij meer van de moslimjongeren vinden dat het goed is dat je in Nederland zelf je geloof kunt kiezen (NB. welk geloof dan ook), meer van de moslimjongeren vinden dat de vrijheid van meningsuiting wordt gebruikt om te kwetsen en meer van de moslimjongeren vinden dat de islam negatief in het nieuws komt dan van de niet-moslimjongeren. Alleen het laatste item, de stelling dat de islam negatief in het nieuws komt, werd in de vervolganalyses (in par. 5.4) meegenomen.

- Attitude betreffende het vertrouwen in de Nederlandse samenleving

In Figuur 5.9 is te zien dat het merendeel van de scholieren vertrouwen heeft in de Nederlandse samenleving: Slechts een kleine 14% van de moslimscholieren is het er (helemaal) niet mee eens en ruim 13% van de niet-moslimscholieren (N.B. er zijn geen gegevens over vertrouwen voor de oudere jongeren). Zowel de moslim als niet-moslim scholieren hebben een licht positieve attitude ten aanzien van de Nederlandse samenleving (gemiddeld net iets boven het neutrale middelpunt van de antwoordschaal). Het is belangrijk op te merken dat zij daarin niet van elkaar verschillen.



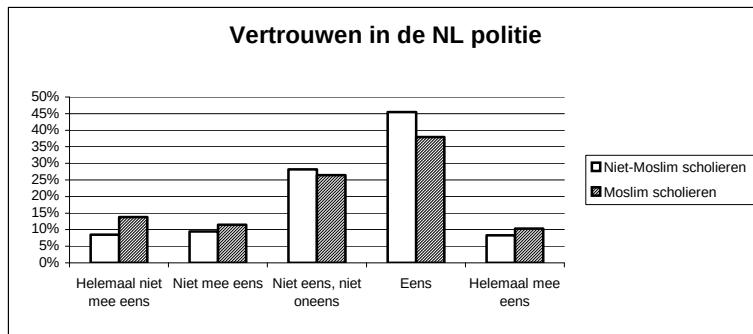
Figuur 5.9. Antwoorden (in %) op "Ik heb vertrouwen in de Nederlandse samenleving". (Data alleen voor de scholieren.)



Figuur 5.10. Antwoorden (in %) op "Ik heb vertrouwen in de Nederlandse gezondheidszorg".

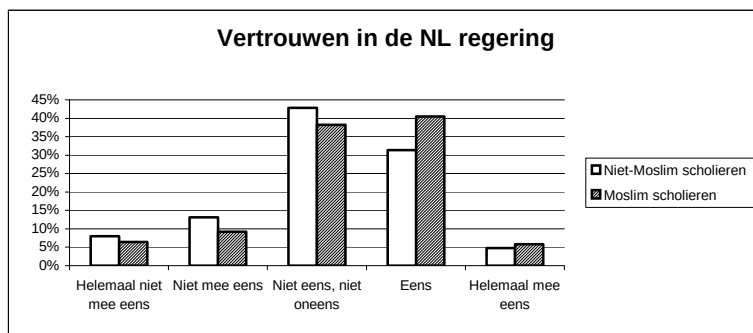
In Figuur 5.10 is te zien dat het merendeel van de deelnemende scholieren vertrouwen heeft in de Nederlandse gezondheidszorg. Tussen de 70% en 80% van beide groepen is het daar (helemaal) mee eens. Ruim 15% van de moslimscholieren is het daar (helemaal) niet mee eens en bijna 7% van de niet-moslimscholieren. Zowel de moslim als niet-moslim scholieren hebben een positieve attitude ten aanzien van de Nederlandse gezondheidszorg (gemiddeld 3,8 op een schaal van maximaal 5). Het is belangrijk op te merken dat zij daarin (statistisch) niet van elkaar verschillen.

In Figuur 5.11 hieronder is vervolgens te zien dat zowel de moslim als de niet-moslim scholieren een licht positieve attitude ten aanzien van de Nederlandse politie hebben (gemiddeld 3,27). Bijna de helft van de moslimscholieren (ruim 48%) is het (helemaal) eens met de bewering "Ik heb vertrouwen in de Nederlandse politie" en bijna 54% van de niet-moslimscholieren. Een kwart (25%) van de moslimscholieren is het er (helemaal) niet mee eens en ook 18% van de niet-moslimscholieren heeft (helemaal) geen vertrouwen in de Nederlandse politie. Echter, ook hier is het belangrijk dat de groepen statistisch gezien niet van elkaar verschillen in hun vertrouwen in de Nederlandse politie.



Figuur 5.11. Antwoorden (in %) op "Ik heb vertrouwen in de Nederlandse politie".

In Figuur 5.12 is de attitude ten aanzien van de Nederlandse regering uitgedrukt in het vertrouwen dat de scholieren in de Nederlandse regering hebben. De scholieren tezamen hebben een enigszins positieve attitude ten aanzien van de Nederlandse regering (gemiddeld 3,21). Meer moslimscholieren spreken vertrouwen uit in de Nederlandse regering dan niet-moslimscholieren: 46% van de moslimscholieren is het (helemaal) eens met de bewering "Ik heb vertrouwen in de Nederlandse regering" en 36% van de niet-moslimscholieren. Statistisch gezien hebben meer moslimscholieren vertrouwen in de Nederlandse regering dan niet-moslimscholieren.



Figuur 5.12: Antwoorden (in %) op "Ik heb vertrouwen in de Nederlandse regering".

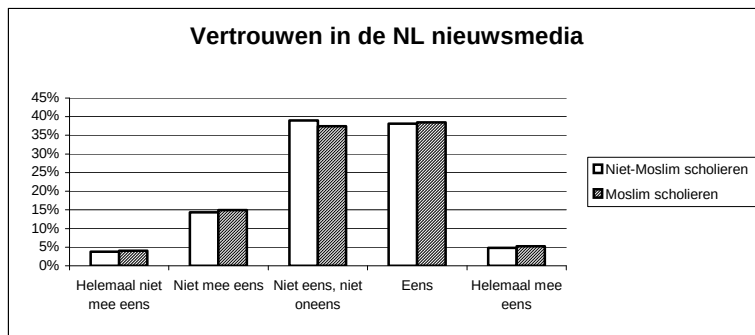
Samengevat verschillen de moslim en niet-moslimscholieren niet significant van elkaar in hun vertrouwen in de Nederlandse samenleving, in hun vertrouwen in de Nederlandse gezondheidszorg en in hun vertrouwen in de Nederlandse politie, maar wel in hun vertrouwen in de Nederlandse regering. Op dat punt blijken juist meer moslimscholieren vertrouwen in de Nederlandse regering te hebben dan niet-moslimscholieren.

De bovengenoemde items vormen tezamen een betrouwbare schaal voor *de attitude betreffende het vertrouwen in de Nederlandse samenleving*. Wanneer de gemiddelden van de samengenomen items van de schaal worden vergeleken we concluderen dat de moslimscholieren *niet significant* van de niet-moslimjongeren verschillen in hun vertrouwen t.a.v. diverse aspecten van de Nederlandse samenleving.

- Attitude t.a.v. vertrouwen in de Nederlandse nieuwsmedia

In Figuur 5.13 hieronder is te zien dat de moslimscholieren en niet-moslimscholieren niet van elkaar verschillen in hun vertrouwen ten aanzien van de Nederlandse nieuwsmedia (zelfs hun gemiddelden zijn exact gelijk, nl. gemiddelde 3,26; zie bijlage 5.2). Zowel de moslim als niet-moslimscholieren nemen een licht positieve attitude aan t.a.v. de Nederlandse nieuwsmedia. Maar, 19% van de

moslimscholieren en 18% van de niet-moslimscholieren geeft aan (helemaal) geen vertrouwen te hebben in de Nederlandse nieuwsmedia.

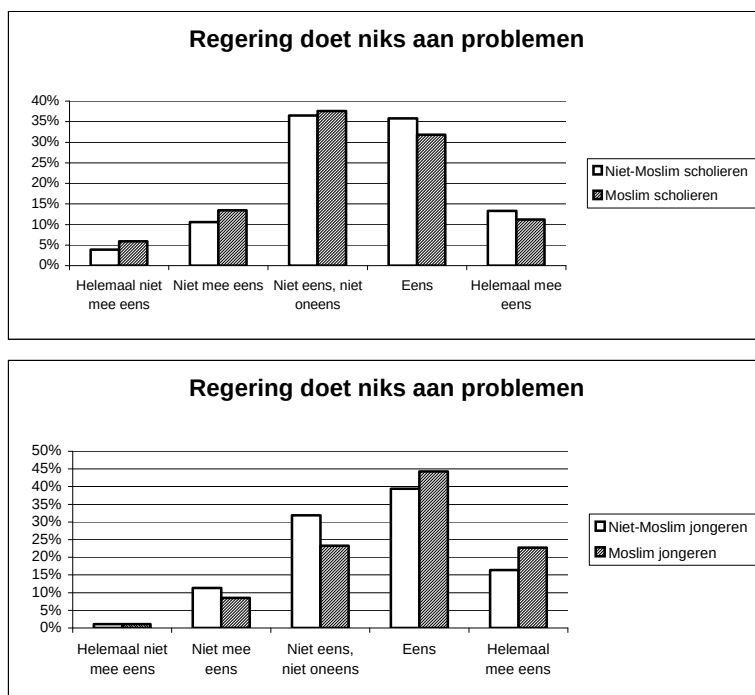


Figuur 5.13. Antwoorden (in %) op "Ik heb vertrouwen in de Nederlandse nieuwsmedia".

- Attitude t.a.v. legitimiteit van de Nederlandse regering

In Figuur 5.14 valt af te lezen dat een groot deel van de scholieren het eens is met de uitspraak dat de regering niks doet aan de problemen in Nederland. Echter, ruim 19% van de moslimscholieren is het er juist (helemaal) *niet* mee eens dat de regering niks doet aan de problemen. Dit geldt ook voor 14,5% van de niet-moslimscholieren.

Van de oudere moslimjongeren vindt bijna 10% dat de regering niks doet aan de problemen in Nederland. Van de oudere niet-moslimjongeren vindt ruim 12% dat. Gemiddeld vinden significant meer moslimjongeren dan niet-moslimjongeren (zowel de moslimscholieren als de oudere moslimjongeren) dat de regering niks doet aan de problemen.

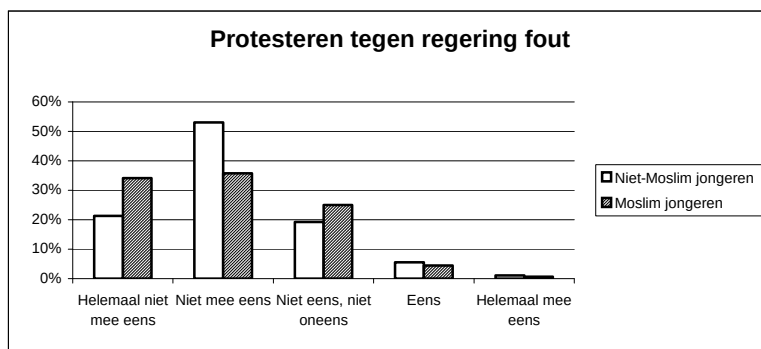
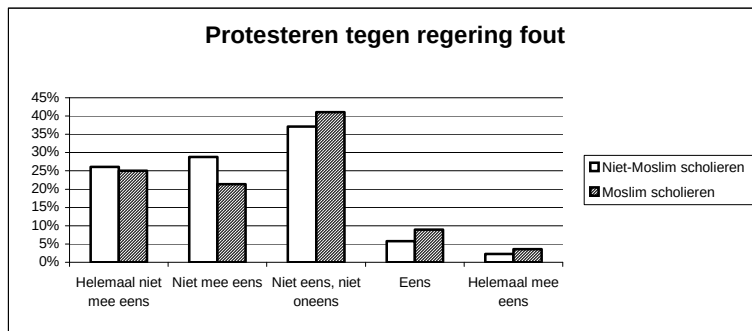


Figuur 5.14. Antwoorden (in %) op "Ik vind dat de regering niks doet aan de problemen in Nederland".

Figuur 5.15 hieronder laat zien dat de meeste scholieren en oudere jongeren het er (helemaal) *niet* mee eens zijn dat het fout is om te protesteren tegen de regering, maar de scholieren nemen vaker een neutrale positie in dan de oudere jongeren. Bijna de helft van de moslimscholieren (46%) vindt het (helemaal) niet fout om te protesteren tegen de regering. Dit geldt voor iets meer dan de helft

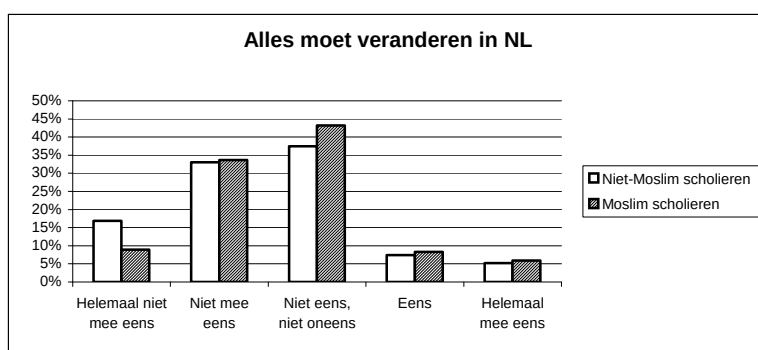
(55%) van de niet-moslimscholieren. Aan de andere kant zijn de moslimscholieren het er vaker (helemaal) mee eens (12%) dat het fout is om te protesteren dan de niet-moslimscholieren (8%).

Van de oudere jongeren is 5% van de moslimjongeren het er wel mee eens dat het (helemaal) fout is om te protesteren tegen de regering en 6,5% van de niet-moslimscholieren. De moslimscholieren en de oudere moslimjongeren verschillen daarin niet significant van respectievelijk de niet-moslimscholieren en de oudere niet-moslimjongeren.



Figuur 5.15: Antwoorden (in %) op "Ik vind het fout om te protesteren tegen de regering".

Figuur 5.16 laat zien dat relatief weinig scholieren het er helemaal mee eens zijn dat "alles moet veranderen in Nederland" (5%; deze gegevens zijn alleen beschikbaar voor de scholieren). Echter, 14% van de moslimscholieren en 12,5 % van de niet-moslim scholieren vinden juist wel dat alles in Nederland zou moeten veranderen. Significant meer moslimscholieren dan niet-moslimscholieren vinden dat alles in Nederland zou moeten veranderen.



Figuur 5.16: Antwoorden (in %) op "Ik vind dat alles moet veranderen in Nederland".

Samenvattend, wat betreft de *Attitude t.a.v. legitimiteit van de Nederlandse regering*, vinden gemiddeld significant meer moslimjongeren dan niet-moslimjongeren (zowel de moslimscholieren als de oudere moslimjongeren) dat de regering niks doet aan de problemen en

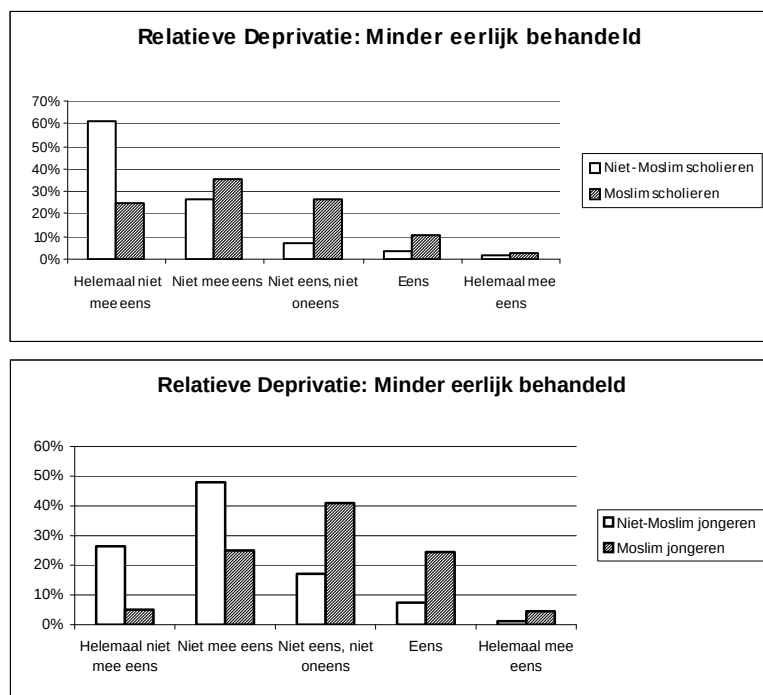
dat alles in Nederland zou moeten veranderen. De moslimjongeren en niet-moslimjongeren verschillen niet significant van elkaar in het (niet) fout vinden om te protesteren tegen de regering.

5.3.2. Relevante persoonsgebonden eigenschappen

- Relatieve deprivatie

Aan de hand van drie uitspraken werd onder de jongeren relatieve deprivatie gemeten. De resultaten laten zien dat de moslimjongeren hier gemiddeld hoger scoren dan de niet-moslimjongeren (zowel de scholieren als de oudere jongeren). De moslimjongeren voelen zich dus beduidend minder eerlijk behandeld (item 1), hebben het gevoel minder kansen te hebben (item 2) en zijn bozer over hoe ze behandeld worden (item 3) dan de niet-moslimjongeren. Omdat de antwoordpatronen op de drie uitspraken duidelijk vergelijkbaar zijn, tonen we er slechts één in onderstaande figuur (zie verder bijlage 5.2). Tezamen vormen deze items een betrouwbare schaal.

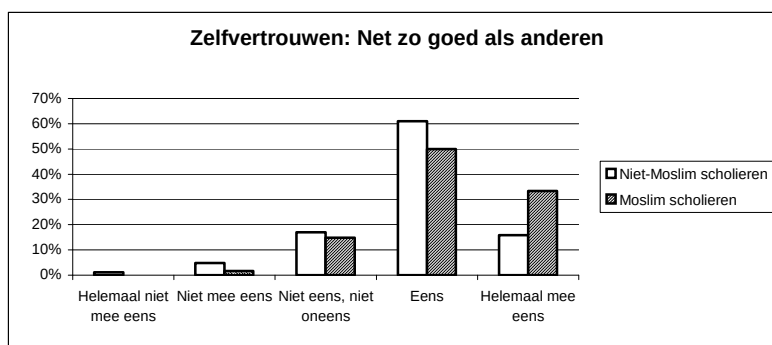
In figuur 5.17 is te zien dat meer moslimjongeren dan niet-moslimjongeren (zowel de scholieren als de oudere jongeren), het gevoel hebben “minder eerlijk behandeld te worden” (resp. 13% en 29%). Vergelijkbare percentages gelden voor het gevoel “minder kansen te hebben” (resp. 16% en 30%) en “vaker boos om hoe hij/zij behandeld wordt” (resp. 10% en ruim 25%). Bij de niet-moslimscholieren en de oudere niet-moslimjongeren komt dat beduidend minder vaak voor: respectievelijk 5% en 8,5% heeft het gevoel minder eerlijk behandeld te worden (zie figuur 5.17); resp. 3,5% en 6% denkt minder kansen te hebben, en resp. 3% en 9,5% voelt zich boos om hoe hij/zij behandeld wordt. Statistisch zijn deze verschillen significant (zowel voor elk item als op schaalniveau). Dus, moslimjongeren hebben een sterker gevoel van relatieve deprivatie (of vermeende achterstelling) dan niet-moslimjongeren. Relatieve deprivatie is dus een belangrijke variabele die verschillen tussen moslimjongeren en niet-moslimjongeren laat zien. Zoals betoogd in hoofdstuk 2 kan dat mede een rol spelen bij de mogelijke samenhang tussen hun mediagebruik en hun attitudes.



Figuur 5.17. Antwoorden (in %) op "Ik heb het gevoel dat ik minder eerlijk behandeld word dan anderen in Nederland".

- Zelfvertrouwen

In Figuur 5.18 is het antwoordpatroon op één van de vier uitspraken m.b.t. het zelfvertrouwen van de scholieren weergegeven. Zowel de moslimscholieren als de niet-moslimscholieren beschikken duidelijk over een positief zelfvertrouwen (gemiddelden boven neutraal). De antwoordpatronen op de verschillende items zijn sterk vergelijkbaar. Gemiddeld geeft ca. 2% van de moslimscholieren en bijna 6% van de niet-moslimscholieren aan het (helemaal) *niet* eens te zijn met de afzonderlijke, positief gestelde uitspraken over zelfvertrouwen. Opmerkelijk is dat bijna 20% meer moslimscholieren dan niet-moslimscholieren het helemaal eens is met de uitspraak net zo goed als anderen te zijn, terwijl geen enkele moslimscholier het hier helemaal *niet* mee eens is. Bovendien is te zien dat, gemiddeld genomen, zowel over elk van de uitspraken als over de schaal als geheel, de moslimscholieren een significant *groter* zelfvertrouwen laten zien dan de niet-moslimjongeren.



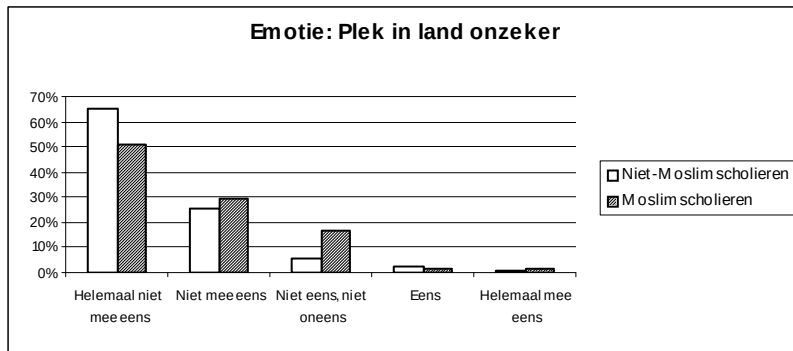
Figuur 5.18. Antwoorden (in %) op "Over het algemeen kan ik dingen net zo goed als anderen".

- Negatieve emoties

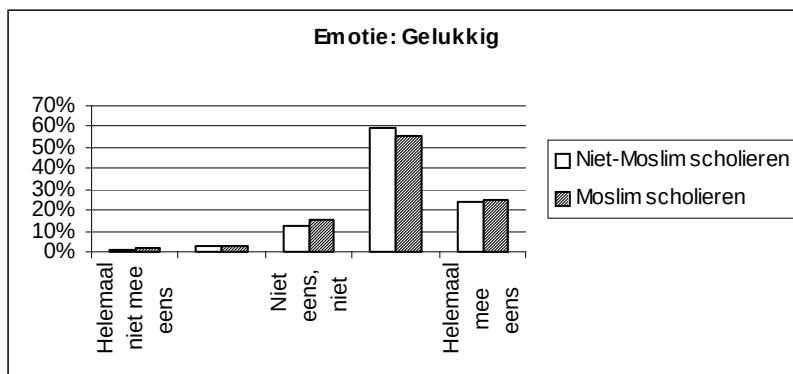
In Figuur 5.19 wordt het antwoordpatroon getoond één van de 13 items over het ervaren van negatieve emoties. Op 5 uitspraken verschillen de moslimscholieren significant van de niet-moslimscholieren. Meer moslim dan niet-moslimscholieren geven aan *onzekerheid* te ervaren over de plek in het land. Dit wordt echter vooral bepaald doordat *minder* moslimscholieren aangeven het helemaal niet eens te zijn met deze uitspraak, dan dat zij aangeven het ermee eens te zijn (zie figuur 5.19). Eveneens geven meer moslimscholieren dan niet-moslimscholieren aan *goede vrienden te missen* (eenzaamheid) (respectievelijk 24% is het daar (helemaal) mee eens vs. 16% onder de niet-moslimscholieren; niet getoond in figuur). Echter, over het geheel genomen worden de negatieve gevoelens door relatief weinig jongeren aangegeven.

Opmerkelijk is dat meer *niet*-moslimscholieren dan moslimscholieren zich *machteloos* voelen (resp., bijna 9% vs. bijna 6% is het hier [helemaal] mee eens). Meer *niet*-moslimscholieren dan moslimscholieren voelen zich *gefrustreerd* (resp., bijna 11% vs. bijna 7% is het er [helemaal] mee eens). Evenzo voelen meer *niet*-moslimscholieren dan moslimscholieren zich *onzeker* (resp., 15% is het er [helemaal] mee eens vs. bijna 13%). Op de overige negatieve gevoelens verschillen de beide groepen niet van elkaar (zie bijlage 5.2). Tot slot geven de meeste jongeren aan zich "gelukkig te voelen" en "zich geaccepteerd te voelen door vrienden" – daar zijn de meeste jongeren het (helemaal) mee eens (zie figuur 5.20). Wanneer de emotie-uitspraken worden samengenomen als schaal, dan verschillen de moslimscholieren niet van de niet-moslimscholieren in de door hen ervaren emoties. In het licht van de literatuur in hoofdstuk 2 is dit interessant, omdat daarin

algemeen verondersteld werd dat moslimjongeren doorgaans meer negatieve gevoelens zouden ervaren dan niet-moslimjongeren. Uit onze analyses blijkt dat dit niet eenduidig het geval is.



Figuur 5.19. Antwoorden (in %) op "Ik voel me vaak onzeker over mijn plek in dit land".



Figuur 5.20. Antwoorden (in %) op "Ik voel me gelukkig".

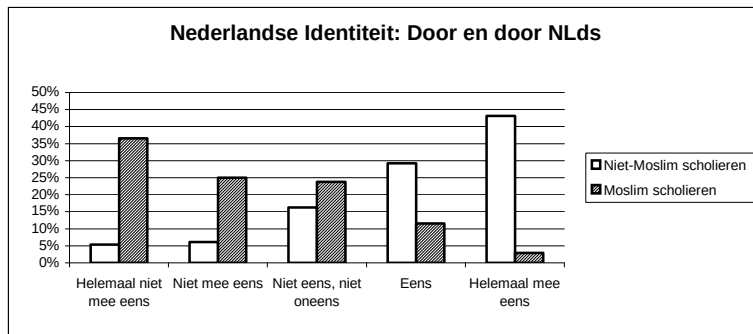
- Identiteit

Figuur 5.21 laat het antwoordpatroon op één van de drie uitspraken m.b.t. de persoonlijke identiteit zien (alleen van de scholieren). De antwoordpatronen op de verschillende items zijn vergelijkbaar. Scholieren zijn gemiddeld trots op Nederland en de niet-moslimjongeren zijn iets trotser dan moslimjongeren.

Meer moslim dan niet-moslimjongeren (scholieren) geven aan dat zij zich moeilijk thuis voelen in Nederland: 9% is het daar (helemaal) mee eens tegenover 5% van de niet-moslimscholieren. Ruim 88% van de niet-moslimscholieren geeft aan het (helemaal) niet eens te zijn met 'zich moeilijk thuis voelen.'

Het gevoel door en door Nederlander te zijn geldt voor beduidend meer niet-moslimscholieren: slechts 3% van de moslimscholieren geeft aan het daar 'helemaal mee eens' te zijn tegenover ruim 40% van de niet-moslimscholieren (meest rechter kolom). Bovendien geeft ruim 35% van de moslimscholieren aan het daar 'helemaal niet mee eens' te zijn tegenover 5% van de niet-moslimscholieren. De patronen voor de moslim- en niet-moslimscholieren zijn hier duidelijk tegengesteld.

Dit komt dan ook tot uitdrukking op het niveau van de schaal wanneer alle items worden samengenomen. De niet-moslimscholieren ervaren duidelijk een (significant) sterkere Nederlandse identiteit dan de moslimscholieren.



Figuur 5.21: Antwoorden (in %) op "Ik voel me door en door Nederlands".

Samenvattend is bovenstaand gebleken dat een aantal items samengevoegd kon worden tot betrouwbare meetschalen om bepaalde attitudes te meten; andere items konden niet tot betrouwbare schalen worden samengevoegd. De volgende zes attitudes worden meegenomen in de vervolganalyses, hetzij als item, hetzij als samengestelde meting op basis van een schaal:

- Attitude ten aanzien van geweld in het algemeen (schaal)
- Attitude ten aanzien van geweld t.b.v. de islam (item)
- Attitude t.a.v. het nieuws over de islam (item)
- Vertrouwen in de Nederlandse Samenleving (schaal)*
- Vertrouwen in NL nieuwsmedia (item)*
- Legitimiteit van de Nederlandse regering (3 losse items)*

Met een * is aangegeven dat deze meting alleen onder de scholieren werd gebruikt, niet onder de oudere jongeren.

In de vorige paragraaf is gebleken dat op enkele van attitude(schalen) de moslimjongeren verschillen van de niet-moslimjongeren. Over het algemeen denken de meeste deelnemende jongeren tamelijk negatief over het gebruik van geweld in het algemeen, zowel op itemniveau als op schaalniveau. Evenzo zijn de meesten het er niet mee eens dat er geweld gebruikt wordt ten behoeve van de islam. Hoewel dus het merendeel van de jongeren het gebruik van geweld niet goed vindt (ook niet ten behoeve van de islam), hebben de moslimjongeren gemiddeld een iets minder negatieve attitude ten aanzien van het gebruiken van geweld in het algemeen en ten behoeve van de islam. Ook kunnen de moslimjongeren vaker dan niet-moslimjongeren begrijpen dat iemand terrorist wordt en zijn zij het er minder vaak mee eens dat het fout is dat terroristen geweld gebruiken. Het gaat dan om groepen variërend van 4% tot 20% van moslimscholieren en oudere moslimjongeren die het meer eens zijn met het gebruik van (ideologisch) geweld dan niet-moslimjongeren.

De meeste deelnemende jongeren zijn het er mee eens dat het goed is dat men in Nederland zelf het geloof kan kiezen. Maar, vergeleken met niet-moslimjongeren, vinden meer van de moslimjongeren dat het goed is dat je in Nederland zelf je geloof kunt kiezen (NB. welk geloof dan ook), ook meer moslimjongeren vinden dat de vrijheid van meningsuiting wordt gebruikt om te kwetsen en meer van de moslimjongeren vinden dat de islam negatief in het nieuws komt.

Voor de bepaling van de attitude ten aanzien van het vertrouwen in de Nederlandse samenleving werd een betrouwbare schaal gevormd. Op basis hiervan blijkt dat de moslimscholieren *niet* van de niet-moslimjongeren verschillen in hun vertrouwen t.a.v. diverse aspecten van de Nederlandse samenleving (zoals hun vertrouwen in de Nederlandse

samenleving, in de Nederlandse gezondheidszorg, in de Nederlandse politie, en in de Nederlandse nieuwsmedia). Beide groepen hebben een licht positieve attitude ten aanzien van diverse aspecten van de Nederlandse samenleving.

Wat betreft de attitude ten aanzien van de legitimiteit van de Nederlandse regering, op itemniveau, vinden meer moslimjongeren dan niet-moslimjongeren dat de regering niks doet aan de problemen en dat alles in Nederland zou moeten veranderen (zowel de scholieren als de oudere jongeren). De moslimjongeren en niet-moslimjongeren verschillen niet van elkaar in het (niet) fout vinden om te protesteren tegen de regering.

Verder werden de moslimjongeren vergeleken met de niet-moslimjongeren op de volgende vier procesvariabelen (elk als betrouwbare schaal): Relatieve Deprivatie; Zelfvertrouwen, (Negatieve) emoties, en de Nederlandse identiteit.

Op drie van deze vier variabelen verschillen de moslimjongeren van de niet-moslimjongeren. De moslimjongeren hebben een sterker gevoel van *relatieve deprivatie* (of achterstelling) dan de niet-moslimjongeren (d.w.z. zowel de moslimscholieren als de oudere moslimjongeren hebben vaker het gevoel minder eerlijk behandeld te worden, minder kansen te hebben en boos te zijn om hoe hij/zij behandeld wordt dan de niet-moslimjongeren). Relatieve deprivatie of vermeende achterstelling is dus een belangrijke variabele die verschillen tussen moslimjongeren en niet-moslimjongeren kan verklaren. Zoals betoogd in hoofdstuk 2 kan dit mede een rol spelen bij de mogelijke samenhang tussen hun mediagebruik en hun attitudes.

Wanneer de emotie-uitspraken worden samengenomen als schaal, dan verschillen de moslimscholieren niet van de niet-moslimscholieren in de door hen ervaren emoties. Op 5 aparte uitspraken verschillen de moslimscholieren wél van de niet-moslimscholieren. Meer moslimscholieren dan niet-moslimscholieren geven aan *onzekerheid te ervaren over hun plek in het land* en ervaren een *gemis aan goede vrienden*. Echter, de 3 overige verschillen tussen beide groepen zijn precies andersom: meer *niet-moslimscholieren* dan moslimscholieren voelen zich *machteloos*; meer *niet-moslimscholieren* dan moslimscholieren voelen zich *gefrustreerd*; meer *niet-moslimscholieren* dan moslimscholieren voelen zich *onzeker*. In het licht van de literatuur in hoofdstuk 2 is dit interessant, omdat daarin algemeen verondersteld werd dat moslimjongeren doorgaans meer negatieve gevoelens zouden ervaren dan niet-moslimjongeren. De moslimscholieren hebben wel een *sterker zelfvertrouwen* dan de niet-moslimjongeren. Dit is in tegenstelling met de literatuur (zie hoofdstuk 2).

Tot slot, de niet-moslimscholieren ervaren een duidelijk sterkere Nederlandse identiteit dan de moslimscholieren (d.w.z. niet-moslimscholieren zijn vaker trots op NL en hebben vaker het gevoel door en door Nederlands te zijn). In par. 5.5 wordt nagegaan in hoeverre de procesvariabelen mede van invloed zijn op de attitudes die jongeren erop na houden. Eerst gaan we in par. 5.4. na wat de invloed is van de media op de attitudes.

5.4. Welk mediagebruik heeft een relatie met welke attitudes?

Nu we hebben geconstateerd dat de moslimjongeren op een aantal attitudes en relevante persoonsvariabelen verschillen van de niet-moslimjongeren, is de vraag in hoeverre hun mediagebruik hiermee samenhangt. Hiermee gaan we over tot het beantwoorden van onderzoeksvraag 6 naar de samenhang tussen het mediagebruik en de oordeels- of meningsvorming van de jongeren, ofwel de attitudes van jongeren. Met behulp van (hiërarchische) regressieanalyses werd deze vraag beantwoord.

Met nadruk moet hierbij gesteld dat het gaat om statistische analyses waarbij geen conclusies ten aanzien van de causaliteit kunnen worden getrokken.⁶¹ We gaan ervan uit dat er tussen het mediagebruik en de attitudevorming een wisselwerking plaatsvindt. Daarom kan slechts gesproken worden van een samenhang. Daarbij wordt wederom opgemerkt dat de representativiteit van de steekproef van de scholieren niet kan worden gegarandeerd en bij de oudere jongeren ontbreekt. De resultaten dienen derhalve met de nodige voorzichtigheid te worden betracht. Vooraf moet eveneens opgemerkt dat de significante samenhangen die hieronder worden gerapporteerd relatief zwak zijn en niet meer dan een beperkt deel van de variantie verklaren. Een schematisch overzicht is als tabel aan het eind van het hoofdstuk toegevoegd. De statistische details zijn na te gaan in de bijlagen.

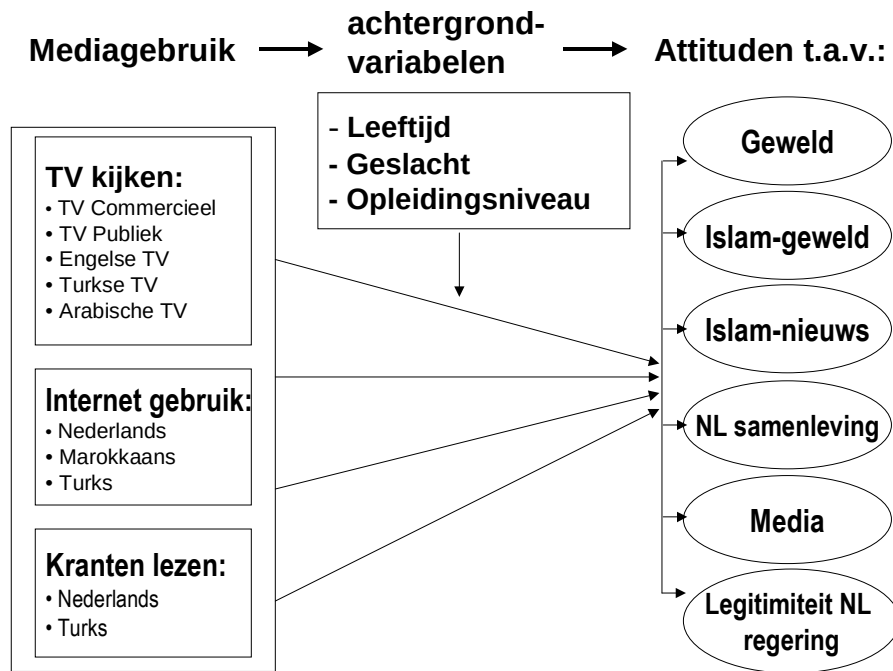
Hieronder gaan we na of er een verband bestaat tussen bepaald mediagebruik (tv-uitzendingen, websites, kranten) en bepaalde attitudes (de zes attitudes uit de vorige paragraaf). Hoewel we hieronder dus steeds het mediagebruik voorop stellen in de beschrijving van een samenhang, kan deze steeds ook worden omgekeerd (als fictief voorbeeld: wanneer het kijken naar de publieke tv hangt samen met een positieve attitude t.a.v. de samenleving, kan dat ook betekenen dat een positieve attitude t.a.v. de samenleving samenhangt met het kijken naar de publieke tv).

Om inzicht te geven in de aard van de analyses en vanwege de grote hoeveelheid variabelen, maken we deze hieronder inzichtelijk met behulp van onderstaande figuur 5.22. In de regressieanalyses werden de geaggregeerde scores per mediumtype ingevoerd (d.w.z., de gemiddelde mate van het gebruik per mediabron, waar mogelijk samengenomen over meerdere mediabronnen; bijv. de gemiddelde mate waarin naar programma's op binnenlandse publieke tv-zenders gekeken werd). Deze werden gerelateerd aan de zes verschillende attitudes ten aanzien van 1) geweld in het algemeen, 2) geweld ten behoeve van de islam, 3) het nieuws over de islam, 4) het vertrouwen in de Nederlandse samenleving, 5) het vertrouwen in de Nederlandse nieuwsmedia, en 6) de legitimiteit van de Nederlandse regering.

Het algemene model dat ten grondslag ligt aan de analyses in deze paragraaf betreft dus drie typen media (tv, internet, krant) als predictoren en zes attitudes (afhankelijke variabelen). Complicerend hierbij is dat het mediagebruik telkens in subgroepen uiteenvalt, zoals binnenlandse publieke en commerciële tv, Engelstalige tv, NL kranten en een Turkse krant, etcetera (in overeenstemming met de analyses van het mediagebruik in hoofdstuk 4).

Bovendien is het belangrijk om na te gaan of eventuele samenhangen tussen mediagebruik en attitudes op zichzelf staan of (mede) verklaard kunnen worden door individuele verschillen in mediagebruik, bijvoorbeeld doordat jongens en meisjes van elkaar verschillen. Daarom is telkens gecontroleerd voor de invloed van leeftijd, opleidingsniveau en geslacht op de attitudes van de jongeren. Dat betekent dat voor zover er een samenhang wordt gevonden tussen het mediagebruik en een attitude, deze samenhang betekenisvol is ongeacht de eventuele invloed van leeftijd, opleidingsniveau en geslacht.

⁶¹ Ook al is het gebruikelijk bij regressie-analyses te spreken van 'invloed van A op B', het is in dit soort survey-onderzoek onmogelijk te bepalen of het mediagebruik aan de attitude voorafgaat, of dat de attitude aan het mediagebruik voorafgaat. Vanwege de onderzoeksvraag, bespreken we de resultaten wel in die richting (zoals weergegeven in het model), al zijn de relaties wederkerig.



Figuur 5.22. Regressiemodel t.b.v. beantwoording van de vraag naar de samenhang tussen het mediagebruik en de attitudes van moslimjongeren en niet-moslimjongeren, gecontroleerd voor achtergrondvariabelen.

De analyses zijn aan de hand van de volgende vragen uitgevoerd:

- Welke achtergrondvariabelen (leeftijd, geslacht en opleidingsniveau) zijn van invloed op de attitudes (regressiemodel 1 in bijlage 5.3).
- Welke media zijn van invloed op de attitudes, gecontroleerd voor de achtergrondvariabelen (regressiemodel 2 t/m X in bijlage 5.3, waarbij X afhankelijk is van het aantal media, de predictoren).
- Tot slot, welke media laten een unieke samenhang met de attitudes zien wanneer voor elk van de overige media wordt gecontroleerd (het laatste regressiemodel per analyse, ofwel de laatste kolom in de resultaten in bijlage 5.3).⁶²

De analyses en resultaten zijn telkens per attitude afzonderlijk weergegeven.⁶³ In bijlage 5.3 zijn de resultaten van de statistische toetsen in afzonderlijke tabellen weergegeven. Elk type analyse werd per attitude 4 maal uitgevoerd: voor de beide datasets afzonderlijk, dus 1) voor de scholieren 13-18 jaar en 2) voor de oudere jongeren 18-26 jaar.⁶⁴ Vervolgens binnen de datasets voor 3) de niet-moslimscholieren en 4) de moslimscholieren. De meest opvallende resultaten worden hieronder beknopt besproken, waarbij steeds geldt dat

- eerst de significante verbanden tussen leeftijd, geslacht, opleiding en de attitudes;

⁶² Overigens kunnen verschillende resultaten elkaar in de laatste kolom opheffen doordat zij elkaar kunnen tegengaan. Daarom bespreken we deze kolom hieronder niet.

⁶³ Vanwege de verschillen in steekproefgrootte (N varieert van 1200+ voor niet-moslimscholieren tot 500+ voor niet-moslimjongeren, en rond de $N = 170$ voor moslimscholieren en moslimjongeren) zullen enkel significante resultaten voor niet-moslimscholieren worden besproken, terwijl voor de overige groepen tevens marginaal significante resultaten worden belicht.

⁶⁴ Omdat de twee steekproeven qua representativiteit moeilijk vergelijkbaar zijn, werden de analyses voor beide datasets gescheiden. Bovendien kunnen zo eventuele verschillen in onderliggende processen binnen de groepen inzichtelijk gemaakt worden. De representativiteit van de steekproeven kan niet worden gegarandeerd maar is voor de scholierendata wel beter dan die van de oudere jongeren.

- vervolgens de significante verbanden tussen het mediagebruik en attitudes van de scholieren, en
- daarna die voor de oudere jongeren⁶⁵ worden weergegeven.

Per attitude afzonderlijk, komen uit de analyses de volgende resultaten naar voren:

1. Samenhang mediagebruik en attitude ten aanzien van geweld in het algemeen

De belangrijkste resultaten van de regressie analyses laten het volgende zien:

- Ongeacht het mediumgebruik, blijkt dat zowel leeftijd, geslacht, als opleidingsniveau samenhangt met de attitude ten aanzien van geweld in het algemeen. Binnen de groep scholieren neigen de oudere scholieren naar een tolerantere attitude t.a.v. geweld dan de jongere scholieren. Echter, bij de moslimscholieren speelt leeftijd geen rol.
- Mannelijke respondenten en scholieren met een lagere opleiding staan positiever tegenover geweld dan vrouwen en scholieren met een hogere opleiding. Maar, bij de oudere (moslim)jongeren (18-25) speelt opleidingsniveau geen rol.
- Voor de *niet-moslimscholieren* geldt dat het kijken naar publieke tv-zenders en het lezen van kranten samengaat met *minder* gewelddadige overtuigingen (let op; de *niet-moslimscholieren*).
- Dit geldt ook voor de *moslimscholieren*: vooral het lezen van Nederlandse kranten maar ook het kijken naar Nederlandse publieke tv gaat samen met *minder* gewelddadige overtuigingen. Daarentegen gaat het raadplegen van Turkse websites samen met een minder sterke afwijzing van geweld.
- Op het niveau van de *afzonderlijke mediabronnen* geldt dat de moslimscholieren die vaker Telegraaf.nl en Al-yaqeen.com bezoeken *minder* gewelddadige overtuigingen hebben, evenals moslimscholieren die het dagblad de Telegraaf lezen. Moslimscholieren die vaker Diyanet.gov.tr, Turkijepagina.nl, Maghreb.nl, Maroc.nl en Habous.gov.ma bezoeken staan minder afwijzend tegenover het gebruik van geweld in het algemeen.
- Voor de *oudere niet-moslimjongeren* geldt dat het kijken naar commerciële tv-zenders samen gaat met *minder* gewelddadige overtuigingen.
- Onder de *oudere moslimjongeren* geldt dat alleen het kijken naar Arabische tv-zenders samengaat met een minder sterke afwijzing van geweld in het algemeen, terwijl het kijken naar Turkse tv en het lezen van Nederlandse kranten samengaat met *minder* gewelddadige overtuigingen.
- Op het niveau van het gebruik van *afzonderlijke mediabronnen* bij de oudere moslimjongeren geldt dat het vaker kijken naar bepaalde Turkse zenders (t.w. Uyan Turkiye, Samanyolu Haber, Arena, Star TV: Haber, Kanal 7, TRT International Buyutec, TRT International: Haber) en het vaker bezoeken van de website Turkijepagina.nl, samenhangt met *minder* gewelddadige overtuigingen.
- Daarentegen zien we onder moslimjongeren die vaker kijken naar Arabische zenders (t.w. Al Jazeera-Ma wara Al-khabar, Al-Jazeera: Al-littigah al-Mu'akis, Al-Jazeera: Ma'a Haikal en Egyptian Channel 2: al-Bayt Baytak) en die vaker yasmina.nl, maghreb.nl, marokko.nl en habous.gov.ma bezoeken, een samenhang tussen dit specifieke mediagebruik en een tolerantere attitude ten aanzien van geweld in het algemeen.

⁶⁵ We gaan vooral in op de significante verbanden. Alleen daar waar opmerkelijk rapporteren we verbanden die niet significant zijn.

Dus, doorgaans gaat het mediagebruik onder jongeren eerder gepaard met *minder* dan met meer gewelddadige overtuigingen. Een uitzondering geldt voor het raadplegen van op Marokkaanse doelgroepen gerichte websites⁶⁶ en Arabische tv. Onder moslimjongeren (scholieren alsook oudere jongeren) gaat dit *specifieke* mediagebruik soms wel gepaard met minder afwijzing van geweld of een tolerantere attitude t.a.v. geweld in het algemeen. In de vorige paragraaf zagen we reeds dat, gemiddeld genomen, de moslimjongeren überhaupt een minder negatieve attitude t.a.v. geweld lieten zien dan de niet-moslimjongeren. In een wisselwerking speelt dit specifieke mediagebruik mogelijk een rol bij een specifieke groep die deze specifieke mediabronnen raadplegen.

Onder de *moslimscholieren* geldt verder dat het raadplegen van op Turkse doelgroepen gerichte websites samengaat met een minder sterke afwijzing van geweld. Daarentegen gaat het kijken naar Turkse tv door de oudere *moslimjongeren* samen met *minder* gewelddadige overtuigingen.

Vooraf het *lezen van kranten* door jongeren (zowel scholieren als oudere jongeren) en in mindere mate het kijken naar Nederlandse publieke tv-zenders (onder de oudere jongeren) gaat gepaard met *minder* gewelddadige overtuigingen.

2. Samenhang mediagebruik en attitude ten aanzien van geweld t.b.v. de islam

De belangrijkste resultaten van de regressie analyses laten het volgende zien:

- Onder niet-moslimjongeren is er een samenhang tussen een hoger opleidingsniveau en een *minder* positieve attitude ten aanzien van geweld voor zover het ideologisch geweld ten behoeve van de islam betreft (ongeacht het mediumgebruik). Bij de moslimjongeren maakt opleidingsniveau niet uit.
- Onder de moslimjongeren staan de mannelijke respondenten toleranter tegenover geweld t.b.v. de islam dan vrouwelijke respondenten. Bij de niet-moslimjongeren is er op dit punt geen verschil.
- Onder de *niet-moslimscholieren* zien we dat het kijken naar publieke tv-zenders (en marginaal ook de commerciële zenders) samengaat met een negatievere attitude ten aanzien van geweld t.b.v. de islam.
- Onder de *moslimscholieren* zien we dat het raadplegen van Marokkaanse websites samengaat met een positievere attitude ten aanzien van geweld t.b.v. de islam.
- Per afzonderlijke website geanalyseerd, gaat onder moslimscholieren het raadplegen van de websites Maghreb.nl, Maroc.nl en Partypeeps2000.com samen met een positievere attitude ten aanzien van geweld t.b.v. de islam. Dat geldt ook voor vaker kijken naar Egyptian Channel 2: al-Bayt Baytak, TRT International: Haber, en Hart van Nederland (wanneer geanalyseerd per programma).
- Moslimscholieren die meer kijken naar BBC World: World News Today staan *minder* positief tegenover geweld t.b.v. de islam.
- Onder de oudere *moslimjongeren* geldt dat zij die het kijken naar Arabische tv-zenders een minder negatieve attitude ten aanzien van geweld t.b.v. de islam hebben; geen van de overige media doen ertoe.

⁶⁶ Omwille van de leesbaarheid schrijven we ‘Marokkaanse websites’ en ‘Turkse websites’ als we bedoelen dat deze websites gericht zijn op respectievelijk (in Nederland wonende) jongeren met Marokkaanse of Turkse (voor)ouders. Evenzo korten we in Nederland wonende jongeren met Marokkaanse of Turkse (voor)ouders af tot respectievelijk ‘Marokkaanse (moslim)jongeren’ en ‘Turkse (moslim)jongeren’ vanwege de leesbaarheid.

Onder de moslimjongeren staan de mannelijke respondenten positiever tegenover geweld t.b.v. de islam dan de vrouwen, terwijl een hoger opleidingsniveau niet uitmaakt voor deze attitude. Voor de moslimscholieren geldt dat het raadplegen van Marokkaanse websites samengaat met een minder negatieve attitude t.a.v. geweld t.b.v. ideologische doelen van de islam. Onder de oudere moslimjongeren geldt dat voor het kijken naar Arabische tv-zenders.

Dus, voor zover het mediagebruik van de (moslim)jongeren samenhangt met een minder negatieve attitude ten aanzien van het gebruik van geweld voor doelen van de islam, dan geldt dit vooral voor het raadplegen van op de Marokkaanse doelgroep gerichte websites en het kijken naar Arabische tv.

3. Samenhang mediagebruik en attitude t.a.v. het nieuws over de islam

De resultaten van de regressie analyses laten het volgende zien:

- Onder de niet-moslim scholieren hangt zowel de leeftijd, het opleidingsniveau als het geslacht samen met de attitude t.a.v. het nieuws over de islam. Hoe ouder men is, hoe minder men vindt dat de islam negatief in het nieuws komt. Vrouwelijke scholieren met een hoger opleidingsniveau vonden dat de islam negatiever in het nieuws komt dan de mannelijke scholieren met een lager opleidingsniveau.
- Onder de oudere moslimjongeren, speelt de leeftijd en het opleidingsniveau geen rol bij deze attitude. Alleen de vrouwelijke, oudere moslimjongeren vinden dat de islam negatief in het nieuws komt.
- Wat betreft de samenhang tussen het mediagebruik en de attitude t.a.v. het nieuws over de islam, blijkt dat, onder de niet-moslimscholieren het vaker lezen van Nederlandse kranten samengaat met de minder sterke overtuiging dat de islam negatief in het nieuws komt (d.w.z. het lezen van Nederlandse kranten gaat samen met een zwakkere attitude). Daarentegen gaat het raadplegen van Marokkaanse websites samen met sterkere overtuiging dat de islam negatief in het nieuws komt.
- Onder de moslimscholieren zien we dat het kijken naar Arabische tv samengaat met een sterkere attitude. Met andere woorden, hoe meer deze jongeren naar Arabische tv kijken, hoe meer zij vinden dat de islam negatief in het nieuws komt.
- Voor de oudere moslimjongeren geldt dat het lezen van Nederlandse kranten samengaat met de overtuiging dat de islam negatief in het nieuws komt. Daarentegen gaat het lezen van de Turkse krant Hurriyet juist samen met een minder sterke overtuiging dat de islam negatief in het nieuws komt.

Samenvatting

Zowel het vrouw-zijn als een hoger opleidingsniveau gaat samen met de overtuiging dat de islam negatief in het nieuws komt. Voor moslimscholieren geldt dat hoe meer zij naar Arabische tv kijken, hoe meer zij vinden dat de islam negatief in het nieuws komt. Voor de *oudere moslimjongeren* geldt dat het lezen van Nederlandse kranten samengaat met een sterkere overtuiging dat de islam negatief in het nieuws komt, terwijl het lezen van de Turkse krant Hurriyet juist samengaat met een minder sterke overtuiging.

4. Samenhang mediagebruik met het vertrouwen in de Nederlandse Samenleving

De resultaten van de regressie analyses laten het volgende zien:

- Onder de niet-moslimjongeren is leeftijd negatief gerelateerd aan het vertrouwen in de Nederlandse samenleving; hoe ouder, hoe minder vertrouwen in de Nederlandse samenleving. Met het stijgen van het opleidingsniveau daarentegen, stijgt ook het

vertrouwen in de Nederlandse samenleving. Dat geldt ook voor de moslimscholieren en de moslimvrouwen.⁶⁷

- Wat betreft de samenhang tussen het mediagebruik en het vertrouwen in de Nederlandse samenleving blijkt dat, onder de *niet-moslimscholieren*, het kijken naar Nederlandse publieke tv-zenders positief is gerelateerd aan het vertrouwen in de Nederlandse samenleving. Het kijken naar Engelse tv alsook het lezen van Nederlandse kranten is daarentegen negatief gerelateerd aan het vertrouwen in de Nederlandse samenleving onder de *niet-moslimscholieren*.
- Onder de *moslimscholieren* zien we dat het kijken naar Turkse tv positief samengaat met het vertrouwen in de Nederlandse samenleving.

Dus, in het algemeen geldt dat met het toenemen van de leeftijd van de jongeren, het vertrouwen in de Nederlandse samenleving afneemt. Daarentegen gaat het stijgen van het opleidingsniveau gepaard met een toename in het vertrouwen in de Nederlandse samenleving.

Het kijken naar Nederlandse publieke tv-zenders (onder *niet-moslimscholieren*) en naar Turkse tv (onder *moslimscholieren*), gaat samen met het vertrouwen in de Nederlandse samenleving. Daarentegen gaat het kijken naar Engelse tv en het lezen van Nederlandse kranten onder *niet-moslimscholieren* samen met *minder* vertrouwen in de Nederlandse samenleving.

5. Samenhang mediagebruik en het vertrouwen in Nederlandse media

Uit de resultaten van de regressie analyses blijkt het volgende:

- Onder de *niet-moslimscholieren* geldt een positieve samenhang tussen het opleidingsniveau en het vertrouwen in de Nederlandse media. Onder de moslimjongeren, speelt geen van de achtergrondvariabelen een rol bij deze attitude.
- Het kijken naar de Nederlandse commerciële tv-zenders onder de *niet-moslimscholieren* gaat samen met het vertrouwen in de Nederlandse media, terwijl kijken naar Engelse tv samengaat met minder vertrouwen in de Nederlandse media.
- Onder de *moslimscholieren* zien we dat het kijken naar Turkse tv samengaat met het vertrouwen in de Nederlandse media, terwijl het raadplegen van Nederlandstalige websites samengaat met minder vertrouwen in de Nederlandse media.

Dus, onder *moslimscholieren* gaat het meer kijken naar Turkse tv gepaard met een sterker vertrouwen in de Nederlandse media. Daarentegen geldt dat naarmate moslimscholieren vaker Nederlandstalige websites raadplegen, het vertrouwen in de Nederlandse media afneemt.

6. Samenhang mediagebruik en legitimiteit van de Nederlandse regering

De samenhang tussen het mediagebruik en de legitimiteit van de Nederlandse regering is bepaald middels drie losse analyses (vanwege de drie losse items voor legitimiteit, waarvan 2 items ook aan de oudere jongeren zijn voorgelegd).

- Onder de *niet-moslimscholieren* geldt dat een hoger opleidingsniveau samengaat met een sterkere overtuiging dat de regering niks doet aan de problemen in Nederland. Een lager opleidingsniveau gaat samen met een sterkere overtuiging dat alles moet veranderen in Nederland. Hoe jonger de *niet-moslimjongeren*, hoe fouter zij het vinden om tegen de regering te protesteren; vooral de jonge meisjes vinden dat.

⁶⁷ Bij de *oudere jongeren* werden de vragen naar het vertrouwen in de Nederlandse samenleving niet gesteld.

- Onder de *moslimscholieren* speelt geen van de achtergrondvariabelen een rol bij deze attitude.
- Onder de *oudere niet-moslimjongeren* (18-26) geldt eveneens dat een hoger opleidingsniveau samengaat met een sterkere overtuiging dat de regering niks doet aan de problemen in Nederland. Onder hen speelt de leeftijd wel een rol; hoe ouder hoe sterker men vindt dat de regering niks doet aan de problemen in Nederland.
- Onder de *niet-moslimscholieren* is er nagenoeg geen samenhang tussen het mediagebruik en de attitude t.a.v. de regering. Alleen het raadplegen van Nederlandse websites samen gaat met de opvatting dat alles moet veranderen in Nederland.
- Onder de *moslimscholieren* geldt dat het kijken naar de Turkse tv samengaat met de opvatting dat de Nederlandse regering wel wat doet aan de problemen. Het kijken naar de commerciële binnenlandse tv-zenders en het raadplegen van Turkse websites gaat samen met een sterkere opvatting dat het fout is om tegen de regering te protesteren. Het raadplegen van Nederlandstalige websites gaat onder de *moslimscholieren* juist samen met het gevoel dat de regering niks doet aan de problemen. Het raadplegen van Marokkaanse websites gaat bij hen samen de opvatting dat alles in Nederland moet veranderen. Daarentegen gaat het lezen van Nederlandse kranten, onder moslimscholieren juist samen met het *minder* sterke opvatting dat het fout is om tegen de regering te protesteren.
- Onder de *oudere niet-moslimjongeren* zijn er geen verbanden tussen het mediagebruik en de attitude t.a.v. de legitimiteit van de Nederlandse regering (op geen van de drie items).
- Bij de *oudere moslimjongeren* gaat het kijken naar de Turkse tv-zenders en het lezen van de Turkse krant Hurriyet samen met een *minder* sterke opvatting dat de regering niks doet aan de problemen.

Dus, zowel voor de moslimscholieren als de oudere moslimjongeren gaat het kijken naar de Turkse tv, en voor de oudere moslimjongeren ook het lezen van de Turkse krant Hurriyet, positief samen met de opvatting dat de NL regering wel wat doet aan de problemen in Nederland. Onder moslimscholieren hangt het kijken naar commerciële tv-zenders, het lezen van Nederlandse kranten en het raadplegen van Turkse websites ook samen met een positievere attitude t.a.v. de Nederlandse regering. Maar, naarmate de moslimscholieren vaker Nederlandstalige en Marokkaanse websites raadplegen, hoe negatiever hun attitude ten aanzien van de Nederlandse regering is (en andersom).

Samenvatting.

Voor het beantwoorden van onderzoeksvraag 6 (Tussen welk mediagebruik en welke attitudes van moslimjongeren kan een verband worden vastgesteld?), werden de analyses afzonderlijk uitgevoerd voor de verschillende media en attitudes. Voor negen typen media (publieke tv binnenland, commerciële tv binnenland, Engelstalige tv, websites binnenland, op de Marokkaanse doelgroep gerichte websites, op de Turkse doelgroep gerichte websites, Nederlandse kranten en de Turkse krant Hürriyet) en zes attitudes (m.b.t. het gebruik van geweld en aspecten van de Nederlandse samenleving) werd de samenhang bepaald. Dit gebeurde voor de moslimscholieren en de oudere moslimjongeren afzonderlijk (dus de verbanden werden berekend *binnen* deze groepen). Bovendien werd telkens gecontroleerd voor de eventuele invloed van leeftijd, opleidingsniveau en geslacht op de attitudes van de jongeren.

Omdat onderzoeksvraag 6 zich specifiek richt op moslimjongeren, presenteren we in deze samenvatting alleen de conclusies voor de moslimscholieren en de oudere moslimjongeren.

Voor alle gerapporteerde samenhangen geldt dat deze relatief zwak zijn (d.w.z. de sterke van de samenhang is relatief laag evenals het percentage verklaarde variantie; zie bijlagen).

Wat betreft de samenhang tussen het mediagebruik en de attitude van moslimjongeren ten aanzien van geweld in het algemeen, kan geconcludeerd worden dat deze samenhang voor enkele specifieke mediabronnen is gevonden. Het raadplegen van op Marokkaanse en Turkse doelgroepen gerichte websites en het kijken naar Arabische tv gaat in zwakke mate gepaard met minder afwijzing van geweld ofwel een positievere attitude t.a.v. geweld in het algemeen. In de vorige paragraaf zagen we reeds dat, gemiddeld genomen, de moslimjongeren op dit punt een minder negatieve attitude lieten zien dan de niet-moslimjongeren. Dit kan dus mede verklaard worden uit dit specifieke mediagebruik of door de specifieke groep die deze mediabronnen raadplegen (in een wisselwerking).

Voor het *lezen van kranten* door moslimjongeren (zowel scholieren als oudere moslimjongeren) alsook het kijken naar Nederlandse publieke tv-zenders alsook naar Turkse zenders (onder de oudere moslimjongeren) gaat daarentegen gepaard met *minder* positieve attitudes ten aanzien van geweld.

Voor zover het mediagebruik van de moslimjongeren samenhangt met een minder negatieve attitude ten aanzien van het gebruik van geweld ten behoeve van de islam, dan geldt dit vooral voor het raadplegen van op Marokkaanse doelgroepen gerichte websites en het kijken naar Arabische tv.

Voor de moslimscholieren geldt bovendien dat het kijken naar Arabische televisie samengaat met de opvatting dat de islam negatief in het nieuws komt. Voor de *oudere moslimjongeren* gaat het lezen van Nederlandse kranten gepaard met het sterker vinden dat de islam negatief in het nieuws komt, terwijl het lezen van de Turkse krant Hurriyet juist samengaat met een minder sterke opvatting dat de islam negatief in het nieuws komt.

Wat betreft de samenhang tussen het mediagebruik en de attitudes met betrekking tot het vertrouwen in de Nederlandse samenleving, vinden we alleen (onder moslimscholieren) dat het kijken naar Turkse tv samengaat met vertrouwen in de Nederlandse samenleving. Verder gaat, onder moslimscholieren, het meer kijken naar Turkse tv gepaard met een sterker vertrouwen in de Nederlandse media. Daarentegen geldt dat naarmate moslimscholieren vaker Nederlandstalige websites raadplegen, het vertrouwen in de Nederlandse media afneemt.

Tot slot over de samenhang van het mediagebruik met de attitude t.a.v. de legitimiteit van de Nederlandse regering: Zowel voor de moslimscholieren als de oudere moslimjongeren gaat het kijken naar de Turkse tv, en voor de oudere moslimjongeren ook het lezen van de Turkse krant Hurriyet, positief samen met de opvatting dat de Nederlandse regering wél wat doet aan de problemen in Nederland. Onder de moslimscholieren hangt het kijken naar commerciële tv-zenders, het lezen van Nederlandse kranten en het raadplegen van Turkse websites eveneens samen met een positievere attitude t.a.v. de Nederlandse regering. Maar, het raadplegen van Nederlandstalige en Marokkaanse websites (door moslimscholieren) gaat samen met een negatiever attitude ten aanzien van de Nederlandse regering.

Kortom, het geheel overziend, kan over de samenhang tussen het mediagebruik van moslimjongeren en hun attitudes gezegd worden dat vooral het kijken naar Arabische tv en het raadplegen van Marokkaanse websites, alsook in sommige gevallen Turkse websites, samengaat met een minder negatieve attitude ten aanzien van geweld (geweld in het algemeen, geweld t.b.v. de islam) alsook met de opvatting dat de islam negatief in het nieuws komt. Het raadplegen van Nederlandse websites en Marokkaanse websites hangt negatief samen met

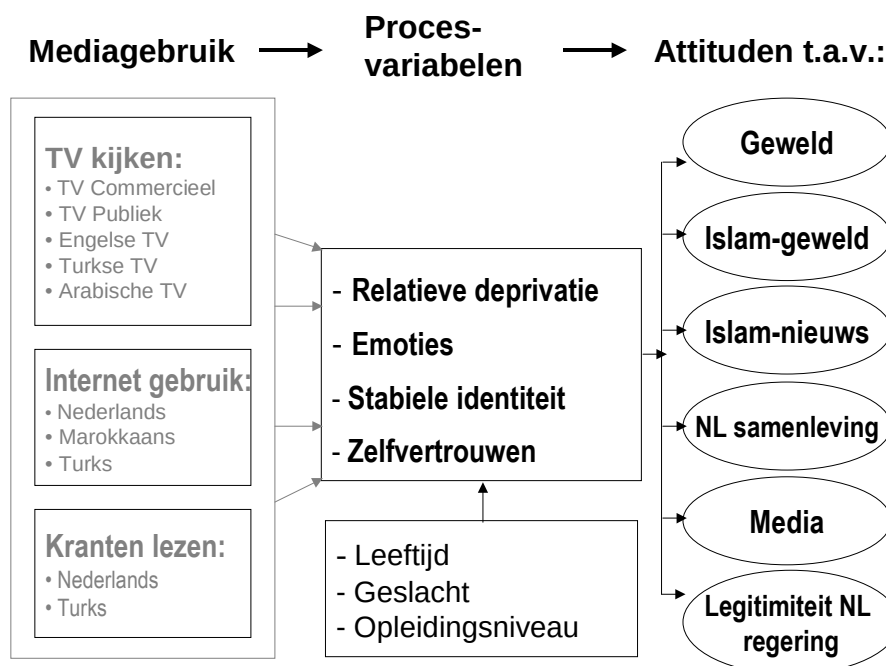
vertrouwen in de Nederlandse samenleving en de attitude ten aanzien van de Nederlandse regering (onder moslimscholieren).

Daarentegen gaat het kijken naar Turkse tv (bij de oudere moslimjongeren) en vooral het lezen van kranten samen met *minder* positieve attitude ten aanzien van het gebruik van geweld. Ook gaat het kijken naar Turkse tv positief samen met vertrouwen in de Nederlandse samenleving.

5.5. De rol van individuele verschillen in procesvariabelen op attitudes

In het bestuderen van de samenhang tussen het mediagebruik en de attitudes, is het tot slot van belang rekening te houden met individuele verschillen tussen jongeren in de mate waarin zij bepaalde cognities en gevoelens hebben die hun attitudes mede beïnvloeden. Met andere woorden, onderzoeksvraag 7 (hoofdstuk 1) luidt: welke overige relevante procesvariabelen spelen een rol bij de attitudevorming van moslimjongeren?

Uit de relevante literatuur (hoofdstuk 2) bleek dat met name bij de bestudering van moslimjongeren rekening dient te worden gehouden met de rol van identiteitsvorming, relatieve deprivatie of vermeende achterstelling, negatieve gevoelens zoals onzekerheid, en de mate van zelfvertrouwen. Daarom zijn we hieronder nagegaan in hoeverre de procesvariabelen op zichzelf (eveneens) van invloed zijn op de attitudes van de jongeren.



Figuur 5.23. Regressiemodel t.b.v. beantwoording van de vraag naar de samenhang tussen de procesvariabelen en de attitudes van moslimjongeren en niet-moslimjongeren, gecontroleerd voor drie achtergrondvariabelen.⁶⁸

Voor elk van de procesvariabelen werd nagegaan in hoeverre deze een verband had met elk van de attitudes. In de afzonderlijke relaties tussen de procesvariabelen en de attitudes werden gecontroleerd

⁶⁸ Strikt genomen vraagt dit model om mediatie-analyses en 'structural equation modeling'. Voor het doel van onderhavig onderzoek volstaan we hier met het analyseren van de samenhang tussen de procesvariabelen en de attitudes, gecontroleerd voor de achtergrondvariabelen. Nadere analyses (in vereenvoudigde opzet) zouden ook kunnen onderscheiden of het hier om moderatie of mediatie gaat – dat voert voor onderhavig onderzoek te ver.

voor de achtergrondvariabelen voor zover die significant met een afzonderlijke procesvariabele samenhangen. Dus behalve dat bijvoorbeeld, geslacht samen kan gaan met een specifieke attitude, kan geslacht ook samengaan met de mate van relatieve deprivatie. Dat beïnvloedt mede de mate van samenhang tussen relatieve deprivatie en de attitudes. Door hiervoor te controleren, kunnen hieronder dus uitspraken worden gedaan over gevonden samenhangen tussen elk van de procesvariabelen en elk van de attitudes, ongeacht de eventuele samenhang met leeftijd, geslacht of opleidingsniveau.

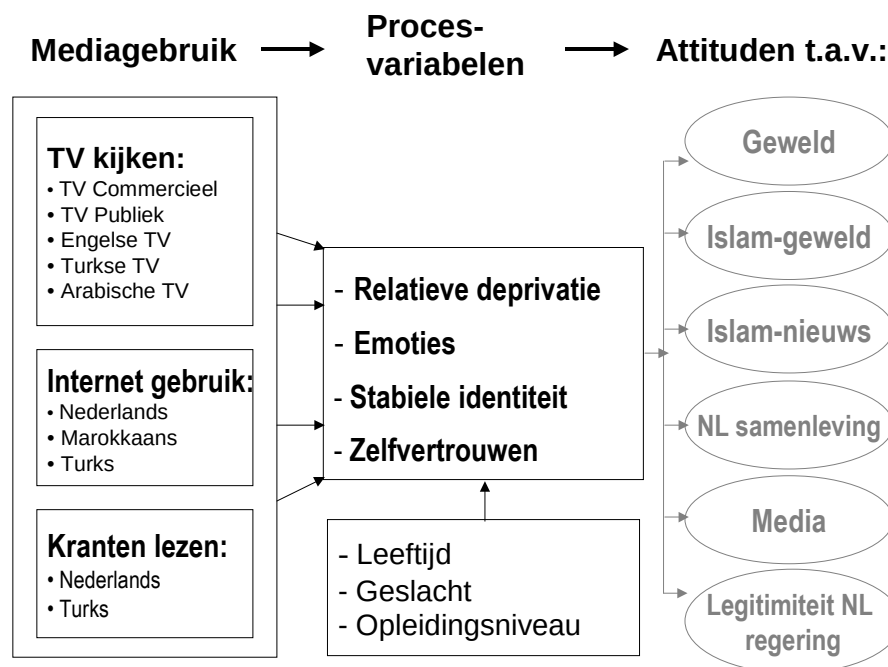
Uit de resultaten van de regressieanalyses blijkt dat de identiteitsvorming, relatieve deprivatie (vermeende achterstelling), negatieve gevoelens zoals onzekerheid, en de mate van zelfvertrouwen elk op zich samenhangen met de *attitude t.a.v. geweld in het algemeen* (dus ongeacht de eventuele invloed van bijvoorbeeld leeftijd, draagt elk van de procesvariabelen bij aan deze attitude). Specifiek betekent dit:

- Gevoelens van achterstelling (relatieve deprivatie) hangen samen met de attitude t.a.v. geweld in het algemeen, voor zowel de moslimscholieren als de niet-moslimscholieren. Een sterker gevoel achtergesteld te worden gaat samen met een minder negatieve attitude t.a.v. het gebruik van geweld (maar niet specifiek ten behoeve van de islam).
- Ook voor de oudere jongeren geldt dat naarmate de relatieve deprivatie toeneemt, zij een minder negatieve attitude hebben ten aanzien van geweld in het algemeen maar ook specifiek ten behoeve van de islam. Dus, hoe sterker de gevoelens achtergesteld te zijn, hoe minder afwijzend men staat t.a.v. het gebruik van geweld (N.B. voor zowel de moslimjongeren als de niet-moslimjongeren).
- Hoe sterker de Nederlandse identiteitsvorming, hoe negatiever het gebruik van geweld wordt gevonden, onder zowel de moslimscholieren als de niet-moslimscholieren.
- Opmerkelijk is dat sterkere negatieve gevoelens onder de niet-moslimscholieren wel bijdragen aan een minder negatieve attitude t.a.v. het gebruik van geweld, maar onder de moslimscholieren juist niet.
- Tot slot blijkt meer zelfvertrouwen onder de *niet-moslimscholieren* samen te gaan met een *minder positieve attitude*, terwijl meer zelfvertrouwen onder de moslimscholieren juist samen gaat met een *minder negatieve attitude* ten aanzien van geweld in het algemeen.
- Onder de *moslimscholieren* hangt de *attitude ten aanzien van het gebruik van geweld voor de islam* niet samen met identiteitsvorming, relatieve deprivatie of vermeende achterstelling, negatieve gevoelens zoals onzekerheid, of de mate van zelfvertrouwen.
- Onder de *niet-moslimscholieren* speelt juist elk van de vier procesvariabelen wel een rol. Minder zelfvertrouwen en een minder sterke Nederlandse identiteit gaan samen met een minder negatieve attitude t.a.v. het gebruik van geweld t.b.v. *doelen voor de islam*. Bovendien gaat onder de *niet-moslimscholieren* het gevoel meer achtergesteld te zijn en het ervaren van meer negatieve gevoelens samen met een *minder positieve attitude* t.a.v. het gebruik van geweld voor doelen van de islam.
- Onder de *niet-moslimscholieren* gaat een zwakkere Nederlandse identiteit samen met het idee dat de islam negatief in het nieuws komt. Onder de *moslimjongeren* gaat relatieve deprivatie enigszins samen met een sterker gevoel dat de islam negatief in het nieuws komt.
- Onder de moslimjongeren gaat een sterkere Nederlandse identiteitsvorming, een sterker gevoel van relatieve deprivatie, en sterkere negatieve gevoelens samen met *meer*

vertrouwen in de Nederlandse Samenleving en de Nederlandse Media. Dat geldt ook voor de *niet-moslimjongeren*. Bij hen geldt dit ook voor de mate van zelfvertrouwen.

Kortom, individuele verschillen in gevoelens van relatieve deprivatie, negatieve gevoelens, de mate van zelfvertrouwen en de Nederlandse identiteitsvorming, gaan op een aantal punten gepaard met de attitudevorming onder zowel de moslimjongeren als de niet-moslimjongeren. Wat betreft de moslimjongeren (onderzoeksvraag 7) moet bij de bepaling van de *attitude t.a.v. het gebruik van geweld* (zowel in het algemeen als specifiek ten behoeve van de islam) rekening worden gehouden met de samenhang met gevoelens van relatieve deprivatie, de sterkte van de Nederlandse identiteit, en het zelfvertrouwen.

Hieronder analyseren we in hoeverre het *mediagebruik samenhangt met deze procesvariabelen* (zie Figuur 5.24).



Figuur 5.24. Regressiemodel t.b.v. beantwoording vragen naar de samenhang tussen het mediagebruik en de procesvariabelen van moslimjongeren en niet-moslimjongeren, gecontroleerd voor achtergrondvariabelen in het licht van de media-invloed op attitudes.⁶⁹

Relatieve deprivatie

Onder moslimscholieren gaat het raadplegen van Marokkaanse websites samen met relatieve deprivatie of zich achtergesteld voelen. Oudere moslimjongeren die kijken naar binnenlandse commerciële tv en het lezen van Nederlandse kranten ervaren juist *minder* relatieve deprivatie.

⁶⁹ Strikt genomen vraagt dit model om mediatie-analyses en ‘structural equation modeling’. Voor het doel van onderhavig onderzoek volstaan we hier met het analyseren van de invloed van het mediagebruik op de procesvariabelen, gecontroleerd voor de achtergrondvariabelen. Nadere analyses (in vereenvoudigde opzet) zouden ook kunnen onderscheiden of het hier om moderatie of mediatie gaat.

Onder de *niet*-moslimscholieren gaat het kijken naar Engelse tv-zenders samen met zich relatieve deprivatie. Maar het kijken naar de binnenlandse publieke tv-zenders gaat bij hen samen met minder relatieve deprivatie.

Ook onder de *oudere niet*-moslimjongeren gaat het kijken naar commerciële tv samen met een gevoel van relatieve deprivatie. Het lezen van Nederlandse kranten en het bezoeken van Nederlandse websites gaat juist samen met *minder* relatieve deprivatie onder *oudere niet*-moslimjongeren.

Negatieve emoties

Onder de moslimscholieren geldt dat alleen het raadplegen van Turkse websites enigszins samen gaat met het ervaren van minder negatieve gevoelens. De niet-moslimscholieren die vaker de Nederlandse kranten lezen, ervaren meer negatieve gevoelens dan zij die dit minder doen.

Nederlandse identiteit

Onder de moslimscholieren is er een verband tussen een stabielere Nederlandse identiteit en het kijken naar binnenlandse commerciële tv-zenders en het lezen van Nederlandse kranten. Terwijl moslimscholieren die vaker Turkse websites raadplegen een minder sterke Nederlandse identiteit hebben. Onder de *niet*-moslimjongeren geldt dat het kijken naar commerciële Nederlandse tv-zenders samenhangt met een sterkere Nederlandse identiteit, terwijl het kijken naar Engelse tv en het lezen van Nederlandse kranten samengaat met een zwakkere Nederlandse identiteit.

Zelfvertrouwen

Voor de moslimjongeren geldt dat het kijken naar Turkse tv-zenders samengaat met meer zelfvertrouwen, maar het bezoeken van Nederlandse websites samen gaat met minder zelfvertrouwen. *Niet*-moslimjongeren die vaker naar Publieke tv kijken hebben meer zelfvertrouwen, terwijl zij die vaker Nederlandse websites bezoeken minder zelfvertrouwen hebben.

Samenvatting.

De analyses die gedaan zijn om na te gaan in hoeverre het mediagebruik samenhangt met de procesvariabelen, gecontroleerd voor de achtergrondvariabelen, leiden tot de volgende conclusies over de doelgroep moslimjongeren:

- Het raadplegen van Marokkaanse websites gaat, onder moslimscholieren, samen met relatieve deprivatie (zich achtergesteld voelen). Onder de oudere moslimjongeren gaat het kijken naar binnenlandse commerciële tv en het lezen van Nederlandse kranten samen met juist *minder* relatieve deprivatie.
- Het raadplegen van Turkse websites gaat enigszins samen met het ervaren van minder negatieve gevoelens onder moslimscholieren.
- Het kijken naar binnenlandse commerciële tv-zenders en het lezen van Nederlandse kranten gaat bij moslimscholieren samen met een stabielere Nederlandse identiteit, terwijl het raadplegen van Turkse websites samengaat met een minder sterke Nederlandse identiteit.
- Het kijken naar Turkse tv-zenders gaat samen met meer zelfvertrouwen bij moslimscholieren, maar het bezoeken van Nederlandse websites gaat samen met minder zelfvertrouwen.

5.6. Samenvatting en conclusies samenhang mediagebruik en attitudes

Voordat in dit hoofdstuk de vraag werd beantwoord in hoeverre het mediagebruik van jongeren samenhangt met hun attitudes (onderzoeksvragen 6 en 7), werden de analyses voor de betrouwbaarheid van de attitudeschalen gerapporteerd. Op basis daarvan werden de volgende zes attitudes geselecteerd voor de vervolganalyses (enkele attitudes werden alleen als losse items gebruikt en enkele werden alleen onder de scholieren gebruikt): Attitudes ten aanzien van geweld in het algemeen (schaal); geweld t.b.v. de islam (item); t.a.v. het nieuws over de islam (item); Vertrouwen in de Nederlandse samenleving (schaal), in Nederlandse nieuwsmedia (item), en de Nederlandse regering (3 losse items).

Vervolgens werden eventuele verschillen in attitudes tussen de moslimjongeren en niet-moslimjongeren bepaald ongeacht hun mediagebruik. De resultaten geven aan dat de meeste deelnemende jongeren tamelijk negatief denken over het gebruik van geweld in het algemeen, zowel op itemniveau als op schaalniveau. Evenzo zijn de meesten het er niet mee eens dat er geweld gebruikt mag worden ten behoeve van de islam. Hoewel dus het merendeel van de jongeren het gebruik van geweld afkeurt (ook geweld ten behoeve van de islam), hebben de moslimjongeren gemiddeld een iets minder negatieve attitude ten aanzien van het gebruik van geweld in het algemeen en ten behoeve van de islam. Ook kunnen de moslimjongeren vaker dan niet-moslimjongeren begrijpen dat iemand terrorist wordt en zijn zij het er minder vaak mee eens dat het fout is dat terroristen geweld gebruiken. Specifiek gaat het om groepen variërend van 4% tot 20% (afhankelijk van de vraag) van moslimscholieren en oudere moslimjongeren die het meer eens zijn met het gebruik van (ideologisch) geweld dan niet-moslimjongeren.

De meeste deelnemende jongeren zijn het er mee eens dat het goed is dat men in Nederland zelf het geloof kan kiezen (NB. welk geloof dan ook), maar meer van de moslimjongeren vindt dat. Zo ook vinden meer moslimjongeren dat de vrijheid van meningsuiting wordt gebruikt om te kwetsen en vinden meer van de moslimjongeren dat de islam negatief in het nieuws komt.

De moslimscholieren verschillen *niet* van de niet-moslimjongeren in hun attitude ten aanzien van het vertrouwen in de Nederlandse samenleving (zoals hun vertrouwen in de Nederlandse samenleving, in de Nederlandse gezondheidszorg, in de Nederlandse politie, en in de Nederlandse nieuwsmedia), voor beide groepen is deze licht positief te noemen. Wat betreft de attitude ten aanzien van de legitimiteit van de Nederlandse regering, vinden meer moslimjongeren dan niet-moslimjongeren dat de regering niks doet aan de problemen en dat alles in Nederland zou moeten veranderen.

Verder werden de moslimjongeren vergeleken met de niet-moslimjongeren op de volgende vier procesvariabelen (elk als betrouwbare schaal): Relatieve deprivatie, zelfvertrouwen, (negatieve) emoties, en de stabiliteit van de Nederlandse identiteit. Moslimjongeren verschillen van niet-moslimjongeren op drie van deze vier variabelen. De moslimjongeren hebben een sterker gevoel van *relatieve deprivatie* (of het gevoel achtergesteld te zijn) dan de niet-moslimjongeren (waaronder het gevoel minder eerlijk behandeld te worden en minder kansen te hebben). De moslimscholieren hebben een *sterker zelfvertrouwen* dan de niet-moslimjongeren (hetgeen in tegenstelling is met wat men op basis van de literatuur in hoofdstuk 2 zou verwachten).

Op 5 losse emoties verschillen de moslimscholieren van de niet-moslimscholieren (niet op de emoties als schaal). Meer moslimscholieren dan niet-moslimscholieren geven aan onzekerheid te ervaren over de plek in het land en ervaren een gemis aan goede vrienden. Maar, de 3 overige verschillen tussen beide groepen zijn precies andersom: meer *niet-*

moslimscholieren dan moslimscholieren voelen zich machteloos; meer *niet*-moslimscholieren dan moslimscholieren voelen zich gefrustreerd; meer *niet*-moslimscholieren dan moslimscholieren voelen zich onzeker. In het licht van de literatuur in hoofdstuk 2 is dit interessant, omdat daarin algemeen verondersteld werd dat moslimjongeren doorgaans meer negatieve gevoelens zouden ervaren dan niet-moslimjongeren. Uit onze data blijkt dit echter niet.

Tot slot, de moslimscholieren ervaren een minder sterke Nederlandse identiteit dan de niet-moslimscholieren (d.w.z. niet-moslimscholieren zijn vaker trots op NL en hebben vaker het gevoel door en door Nederlands te zijn). Deze verschillen geven aan dat het op voorhand zinvol lijkt om in de analyses naar de samenhang tussen het mediagebruik en de attitudes eveneens deze persoonsgebonden variabelen te betrekken.

Hieronder wordt onderzoeksvraag 6 beantwoord. Die luidde: tussen welk mediagebruik en welke attitudes van moslimjongeren kan een verband worden vastgesteld? Voor negen typen media (publieke tv binnenland, commerciële tv binnenland, Engelstalige tv websites binnenland, op de Marokkaanse doelgroep gerichte websites, op de Turkse doelgroep gerichte websites, Nederlandse kranten en de Turkse krant Hürriyet) en zes attitudes (m.b.t. het gebruik van geweld en aspecten van de Nederlandse samenleving) werd de samenhang geanalyseerd. Dit gebeurde voor de moslimscholieren en de oudere moslimjongeren afzonderlijk (de samenhangen werden dus berekend *binnen* deze groepen). De hieronder samengevatte resultaten gelden ongeacht de eventuele invloed van leeftijd, opleidingsniveau en geslacht op de attitudes van de jongeren (daarvoor werd gecontroleerd). Echter, de significante verbanden in dit hoofdstuk zijn relatief zwak en verklaren niet meer dan een beperkt deel van de variantie. Een schematisch overzicht van de geanalyseerde relaties is als tabel aan het eind van het hoofdstuk toegevoegd. De statistische details zijn na te slaan in de bijlagen. Omdat onderzoeksvraag 6 zich specifiek richt op moslimjongeren, presenteren we in deze samenvatting alleen de conclusies voor de moslimscholieren en de oudere moslimjongeren.

Onder de moslimjongeren werd voor enkele specifieke mediabronnen een samenhang met bepaalde attitudes gevonden. Het raadplegen van op Marokkaanse en Turkse doelgroepen gerichte websites en het kijken naar Arabische tv gaat in zwakke mate gepaard met minder afwijzing van geweld ofwel een positievere attitude t.a.v. geweld in het algemeen. Het raadplegen van Marokkaanse websites en het kijken naar Arabische tv hangt bij moslimjongeren eveneens samen met een toleranter attitude ten aanzien van het gebruik van geweld ten behoeve van de islam. Eerder zagen we reeds dat, gemiddeld genomen, de moslimjongeren op dit punt een minder negatieve attitude lieten zien dan de niet-moslimjongeren. Dit kan dus mede verklaard worden uit dit specifieke mediagebruik of door de specifieke groep die deze mediabronnen raadplegen (in een wisselwerking).

Daarentegen gaat vooral het *lezen van kranten* alsook het kijken naar Nederlandse publieke tv-zenders en naar Turkse zenders gepaard met *minder* gewelddadige overtuigingen onder moslimjongeren.

Voor de moslimscholieren geldt bovendien dat het kijken naar Arabische televisie samengaat met de opvatting dat de islam negatief in het nieuws komt. Voor de *oudere moslimjongeren* gaat het lezen van Nederlandse kranten gepaard met een sterkere overtuiging dat de islam negatief in het nieuws komt, terwijl het lezen van de Turkse krant Hürriyet juist samengaat met een minder sterke overtuiging dat de islam negatief in het nieuws komt.

Het kijken naar Turkse tv gaat onder moslimjongeren samen met vertrouwen in de Nederlandse samenleving. Verder gaat, onder moslimscholieren, het meer kijken naar Turkse tv gepaard met een sterker vertrouwen in de Nederlandse media. Daarentegen geldt dat naarmate moslimscholieren vaker Nederlandstalige websites raadplegen, het vertrouwen in de Nederlandse media afneemt.

Tot slot over de samenhang van het mediagebruik met de attitude t.a.v. de legitimiteit van de Nederlandse regering: Het kijken naar de Turkse tv en het lezen van de Turkse krant *Hurriyet* gaat positief samen met de opvatting dat de Nederlandse regering wél wat doet aan de problemen in Nederland. Onder de moslimscholieren hangt het kijken naar commerciële tv-zenders, het lezen van Nederlandse kranten en het raadplegen van Turkse websites eveneens samen met een positievere attitude t.a.v. de Nederlandse regering. Echter, het raadplegen van Nederlandstalige en Marokkaanse websites (door moslimscholieren) gaat samen met een negatiever attitude ten aanzien van de Nederlandse regering.

Algemene conclusie

De algemene conclusie, in antwoord op onderzoeksvraag 6, is dat vooral het kijken naar Arabische tv en het raadplegen van Marokkaanse websites, en in sommige gevallen Turkse websites, samengaat met een tolerantere attitude ten aanzien van geweld (geweld in het algemeen, geweld t.b.v. de islam) alsook met de opvatting dat de islam negatief in het nieuws komt). Het raadplegen van Nederlandse en Marokkaanse websites hangt verder negatief samen met vertrouwen in de Nederlandse samenleving en de attitude ten aanzien van de Nederlandse regering.

Daarentegen gaat het kijken naar Turkse tv en vooral het lezen van kranten samen met een negatievere attitude ten aanzien van het gebruik van geweld. Het kijken naar Turkse tv gaat ook positief samen met vertrouwen in de Nederlandse samenleving.

Ter beantwoording van onderzoeksvraag 7, werd nagegaan in hoeverre individuele verschillen tussen jongeren op relevante persoonskenmerken meespelen in de mate waarin zij er bepaalde attitudes op na houden. Voor vier persoonskenmerken, hier procesvariabelen genoemd, werd de samenhang berekend met elk van de attitudes (wederom gecontroleerd voor de leeftijd, geslacht en opleiding).

Individuele verschillen in gevoelens van relatieve deprivatie, negatieve gevoelens, de mate van zelfvertrouwen en de Nederlandse identiteitsvorming gaan op een aantal punten gepaard met de attitudevorming onder zowel de moslimjongeren als de niet-moslimjongeren. Wat betreft de moslimjongeren (onderzoeksvraag 7) moet bij de bepaling van de *attitude t.a.v. het gebruik van geweld* (zowel in het algemeen als specifiek ten behoeve van de islam) rekening worden gehouden met de samenhang met gevoelens van relatieve deprivatie, de sterkte van de Nederlandse identiteit, en het zelfvertrouwen. Een sterkere relatieve deprivatie, een zwakkere Nederlandse identiteit en meer zelfvertrouwen gaat samen met een minder negatieve attitude t.a.v. het gebruik van geweld.

Bovendien gaat onder de moslimjongeren een sterkere Nederlandse identiteitsvorming, een sterker gevoel van relatieve deprivatie, en sterkere negatieve gevoelens samen met meer vertrouwen in de Nederlandse Samenleving en de nieuwsmedia.

Tot slot werden analyses gedaan om na te gaan in hoeverre het mediagebruik van moslimjongeren samenhangt met de procesvariabelen (ook hier gecontroleerd voor de achtergrondvariabelen). Het raadplegen van Marokkaanse websites gaat, onder moslimscholieren, samen met relatieve deprivatie of zich achtergesteld voelen. Maar, onder de

oudere moslimjongeren gaat het kijken naar binnenlandse commerciële tv en het lezen van Nederlandse kranten samen met juist *minder* relatieve deprivatie. Evenzo gaat het raadplegen van Turkse websites enigszins samen gaat met minder negatieve gevoelens bij moslimscholieren.

Het kijken naar binnenlandse commerciële tv-zenders en het lezen van Nederlandse kranten gaat bij moslimscholieren samen met een stabielere Nederlandse identiteit, terwijl het raadplegen van Turkse websites samengaat met een minder sterke Nederlandse identiteit. Het kijken naar Turkse tv-zenders gaat samen met meer zelfvertrouwen bij moslimscholieren, maar het bezoeken van Nederlandse websites gaat samen met minder zelfvertrouwen.

Al met al maakt de beantwoording van de onderzoeksvragen 6 en 7 duidelijk dat onder bepaalde omstandigheden het mediagebruik samenhang vertoont met bepaalde attitudes van moslimjongeren ten aanzien van politiek en maatschappij. Vooral de Arabische tv en Arabische websites blijken samen te gaan met minder negatieve attitudes ten aanzien van het gebruiken van geweld. Interessant is dat voor meerdere attitudes ten aanzien van politiek en maatschappij gebleken is dat de Turkse tv (meer dan Turkse websites) een positieve rol kunnen spelen. Bovenal geldt echter dat het lezen van Nederlandse kranten (en soms ook de Turkse) een positieve samenhang laat zien met een heel scala aan politieke en maatschappelijke attitudes (waaronder een negatievere attitude t.a.v. geweld en meer vertrouwen in de Nederlandse samenleving).

Bovendien maken de analyses duidelijk dat met het bepalen van de samenhang tussen het mediagebruik en de attitudes, tevens rekening moet worden gehouden met bepaalde, relevante persoonsvariabelen. Hoe sterker het gevoel achtergesteld te worden, hoe zwakker de Nederlandse identiteit en hoe sterker het zelfvertrouwen, hoe minder negatief t.a.v. het gebruik van geweld.

Voor het mediagebruik samenhangt met de attitudes van (moslim)jongeren over politiek, het geloof en maatschappelijke kwesties, is het relevant na te gaan welke inhoud zij tegenkomen in de door hen geraadpleegde mediabronnen. Dit is het onderwerp van het volgende hoofdstuk.

Tabel 5.1. Overzicht van relaties tussen mediagebruik en attitudes van moslimjongeren en niet-moslimjongeren. Met één + is een positief significant verband aangegeven voor de scholieren en met twee ++ wordt aangegeven dat er ook onder de oudere jongeren een significant verband was ($p < .05$). Met één - of twee -- hetzelfde voor een negatief verband (bijvoorbeeld, mannen zijn als 1 gecodeerd, dus een negatief verband wil zeggen dat mannen een sterkere attitude hebben dan vrouwen). Een (+) of (-) tussen haakjes betekent dat dit verband alléén onder de oudere jongeren werd gevonden of dat het significantieniveau .10 is. Een * betekent dat deze attitude alleen onder de scholieren is bevraagd. *N.B. De resultaten met betrekking tot Turkse/Arabische tv/websites en de Turkse krant voor niet-moslims zijn gebaseerd op zeer kleine aantallen respondenten, dus eenduidige uitspraken over deze resultaten kunnen niet goed gedaan worden. Voor de volledigheid zijn de resultaten voor deze groep toch in deze tabel weergegeven, maar niet in de tekst in dit hoofdstuk.*

Achtergrond variabele	Mediatype	Proces-variabele	Moslim						Niet-Moslim					
			Geweld	Geweld-islam	islam-Nieuws	Vertr. NL samen-lewing*	Vertr Media*	Legitimiteit NL regering	Geweld	Geweld-islam	islam-Nieuws	Vertr. NL samen-lewing	Vertr. Media	Legitimiteit NL regering
	<i>ATTITUDES tav. →</i>													
Leeftijd									+		-	-		+ (-)
Geslacht			--	+	++	+			--		++			+
Opleiding			-		+	+			-	-	++	+	+	-
	TV Publiek NL		-						-	-		+		
	TV Commercieel NL							+	(-)	(-)			+	
	TV Engelstalig											-	-	
	TV Turks*		(-)			+	+	+	-		(+)	-		
	TV Arabisch*		(+)	+	+				(+)	(+)	(+)			
									(+)					
	Gamen													
	Krant NL		--		(+)			-	-		-	-		
	Krant Turks*				(-)			(+)	-	(+)		+	+	
	Websites NL						-	-						-
	Websites Turks*		+					+			-			+
	Websites Arabisch*		+	+				-	++	++	+			
		Relatieve deprivatie	++		+	+	+		++	+		+	+	
		Neg. emoties				+	+		+	+		+	+	
		NL Identiteit	—			+	+		—	—	—	+	+	
		Zelfvertrouwen	+						—	—		+	+	



6. ANALYSE VAN MEDIA-INHOUD: FOCUS EN EXTREME INHOUD

6.1 Opzet en verantwoording drie inhoudsanalyses

Er zijn drie afzonderlijke inhoudsanalyses uitgevoerd op een uitgebreide set media om de onderzoeksvragen 8 en 9 te beantwoorden. Deze luiden:

8. Wat is de focus van deze berichtgevingen?

9. Volgen Nederlandse moslimjongeren mediaberichten met een meer extreme inhoud?

Zo ja, via welke media gebeurt dit en wat is de inhoud van deze berichtgevingen?

Met behulp van inhoudsanalyses worden deze vragen in dit hoofdstuk beantwoord. Eerst bespreken we hieronder de algemene uitgangspunten voor de inhoudsanalyses. Vervolgens wordt in dit hoofdstuk aan elk van de drie inhoudsanalyses een afzonderlijke paragraaf gewijd. Uitgangspunt voor het gehele onderzoek is dat de inhoud van een medium enerzijds een belangrijk motief vormt voor moslimjongeren om dit medium te gebruiken en dat anderzijds deze inhoud van invloed is op de oordeelsvorming van deze jongeren. In beide processen speelt de inhoud van het medium een cruciale rol. Dat is de reden waarom er analyses zijn uitgevoerd om de inhoud in kaart te brengen van de relevante media.

In deelvraag 8 staat de focus van de berichtgeving centraal, in vraag 9 de mogelijk extreme inhoud van de berichtgeving. Het begrip *focus* heeft hier betrekking op de aandacht voor *soorten onderwerpen* (issues en actoren), ofwel de agenda van de media (zie ook hoofdstuk 2). Het begrip *extreme inhoud* uit deelvraag 9 behelst *de eventueel radicale kenmerken van nieuws* en wordt bepaald aan de hand van de mate van aandacht die de media in hun nieuws schenken aan islamextremisten, anti-immigratiepartijen en terrorisme. Aan de hand van drie soorten inhoudsanalyses worden focus en extreme inhoud van relevante media in kaart gebracht.

Drie inhoudsanalyses

In de *eerste inhoudsanalyse* wordt een *profiel* geschetst van de 48 media (tv, dagbladen, en websites) die volgens ons vragenlijstonderzoek het meest gebruikt worden door moslimjongeren, om zo een globale indruk te krijgen van wat voor soort informatie in welke verhouding wordt aangeboden via deze media.

In tabel 6.1 hieronder is per inhoudsanalyse aangegeven volgens welke criteria de onderzochte media zijn geselecteerd. Met de eerste inventariserende inhoudsanalyse is van alle te onderzoeken media een *profiel* vastgesteld. Het eerste criterium voor de selectie van media is hier dat een medium/programma aandacht moet schenken aan nieuws en actualiteit, omdat we verwachten dat moslimjongeren, als het gaat om radicalisering, vooral geraakt worden door dit type media-inhoud. Het tweede selectiecriterium is het bereik van het medium onder moslimjongeren, wat voor selectie substantieel moest zijn (groter dan 5%). Toepassing van deze criteria leverde een selectie op van 48 media, waaronder 30 televisieprogramma's, 7 dagbladen en 11 Nederlandse websites (nieuwssites en webfora). Het merendeel van de onderzochte media is Nederlandstalig. Alleen voor het televisienieuws zijn ook een aantal buitenlandse programma's onderzocht (16 Arabische, Turkse en Engelstalige programma's).

Tabel 6.1: Selectiecriteria voor de onderzochte media voor drie inhoudsanalyses

Criterion	Inhoudsanalyse 1 Codering profiel	Inhoudsanalyse 2 Automatische inhoudsanalyse	Inhoudsanalyse 3 Handmatige inhoudsanalyse
Type media-inhoud	Actualiteit/nieuws	Actualiteiten/nieuws/webfora	Actualiteiten/nieuws
Type medium	tv (14 binnenlandse en 16 buitenlandse programma's), kranten (7) en websites (11)	Krant (7), websites (6)	tv
Bereik van het medium	Minimaal 5% moslimjongeren	Minimaal 5%	Minimaal 5%
Taal	Nederlands/Arabisch/Turks/Engels	Nederlands	Nederlands
Geselecteerd aantal	48	13	14

In de *tweede inhoudsanalyse* wordt de focus van digitaal beschikbare media (zeven dagbladen en zes websites) preciezer in kaart gebracht en wordt ook nagegaan in hoeverre deze media zich richten op meer radicale actoren en meer extreme issues. Bij dit deel van het onderzoek staan het nieuws en het debat over immigratie en integratie centraal. In deze inhoudsanalyse is eerst in kaart gebracht hoe de focus van het nieuws in de loop van het laatste decennium is verschoven. In de tweede plaats is nagegaan hoe de focus verschilt per medium. Dit is onderzocht voor zeven dagbladen en zes websites. Al deze dertien media zijn voor een langere periode met een *automatische inhoudsanalyse* bekeken. Voorwaarde voor een automatische inhoudsanalyse is dat de teksten die geanalyseerd worden digitaal beschikbaar zijn. De automatische inhoudsanalyse is uitgevoerd aan de hand van zorgvuldig ontwikkelde lijsten met relevante zoektermen. Vanwege de bewerkelijkheid van dit proces zijn alleen Nederlandse media geselecteerd. Deze automatische inhoudsanalyse bestaat zoals gezegd uit twee onderdelen.

In het eerste onderdeel wordt nagegaan hoe de focus van het nieuws is verschoven over een periode van 11 jaar. Omdat niet alle media beschikbaar zijn over zo'n lange periode en om de hoeveelheid artikelen te beperken is de analyse beperkt tot één kwaliteitskrant (*NRC Handelsblad*). Dit is voldoende om de belangrijkste trends in beeld te brengen. Immers, nieuwsmedia volgen elkaar sterk; ze doen verslag van dezelfde grote gebeurtenissen, zoals de moord op Van Gogh of de conflicten rond Wilders. Met deze analyse kunnen de verschuivingen qua focus en ook qua aandacht voor extreme inhoud in de loop van de tijd in kaart worden gebracht.

In het tweede onderdeel wordt voor een periode van 15 maanden de inhoud van zeven kranten en zes websites onderling met elkaar vergeleken om te bepalen hoe sterk deze media onderling verschillen qua focus en extreme inhoud.

In de derde inhoudsanalyse wordt de inhoud van veertien Nederlandse nieuwsbulletins en actualiteitenprogramma's bekeken. Omdat de teksten van televisieprogramma's niet digitaal beschikbaar zijn, betrof dit een *handmatige inhoudsanalyse*. Hierbij is in detail gekeken naar de wijze waarop deze programma's gedurende zeven weken in het najaar van 2008 met name over problemen met Marokkaanse jongeren in achterstandsbuurtten berichtten.

Aan elk van de drie inhoudsanalyses is op de volgende pagina's een afzonderlijke paragraaf gewijd. Om een algemeen beeld te schetsen wordt nu eerst het profiel van de 48 meest gebruikte media geschetst.

6.2 Profiel van 48 relevante bronnen

Gehanteerde methode

Op basis van de eerste inhoudsanalyse wordt een profiel geschetst van de meest gebruikte kranten, tv-programma's en websites. Dit biedt een globale karakterisering van het format van elk medium. De onderzochte media besteden alle aandacht aan nieuws en actualiteit (dit was immers een criterium voor selectie). De mate waarin ze nieuws centraal stellen en hoe de aandacht verdeeld is over rubrieken zoals binnenland, buitenland, politiek en overig nieuws varieert per soort medium. Op basis van de gegevens over Marokkaanse en Turkse jongeren uit het survey-onderzoek onder scholieren en oudere jongeren, zijn de 48 media geselecteerd die het vaakst gebruikt worden door moslimjongeren tussen 13 en 26 jaar (zie hoofdstuk 4). De selectie bevat 30 televisieprogramma's, waarvan 14 Nederlandse, 7 Turkse, 4 Arabische en 5 Engelstalige. Verder zijn 7 Nederlandse dagbladen opgenomen. Tot slot zijn 11 Nederlandse websites geselecteerd, waarvan 8 fora en 3 nieuws- of informatiesites. Om het onderzoek in te perken is van elke krant en elk televisieprogramma de editie of aflevering van slechts één dag gecodeerd. Daarom moet onderstreept worden dat de gepresenteerde percentages niet meer dan een eerste indruk geven van het profiel van deze media. In bijlage 6.1 worden meer details verstrekt over de hier gehanteerde methode.

Profiel binnenlandse media

Allereerst is nagegaan aan welke onderwerpen de Nederlandstalige bronnen die moslimjongeren frequent gebruiken aandacht besteden. Deze focus is vastgesteld voor 32 tv-programma's, kranten en websites. Tabel 6.2 geeft de verdeling weer.

Tabel 6.2: Aandacht voor nieuwsrubrieken per soort Nederlands medium

	Binnen- land %	Buiten- land %	Econo- mie %	Sport %	Kunst %	Human interest %	Lifestyle %	Opinie %	Anders %	Totaal %
tv (n=14)	43	11	16	4	3	11	3	8	0	100
Krant (n=7)	20	14	16	15	2	1	24	4	5	100
Web (n=11)	13	6	7	9	3	0	6	15	41	100
Totaal (n=32)	25	10	13	9	3	4	11	9	15	100

Voor alle media samen (zie rij 'Totaal') geldt dat de nieuwsinhoud vooral gefocust is op binnenlandse aangelegenheden. De tv springt er op dit punt sterk uit (zie tabel B 6.2 in de bijlagen voor de verdeling per afzonderlijk tv-programma). De percentages in tabel 6.2 zijn niet erg hard. Dat geldt vooral voor televisie, omdat daar gemeten is op basis van slechts één aflevering van een programma en het format en de agenda per dag relatief sterk kunnen wisselen. De meting van het profiel van de dagbladen is meer betrouwbaar, omdat kranten per dag juist een min of meer vaste hoeveelheid ruimte reserveren voor de verschillende soorten nieuws in de vorm van vaste pagina's en katernen voor verschillende onderwerpen (bijv. binnenlands, buitenlands nieuws, economie, sport, enzovoorts).

Uit de analyse blijkt dat in de Nederlandstalige nieuwsprogramma's waar jonge moslims vooral op afstemmen, het zwaartepunt bij Nederlandse issues ligt. Economie scoort iets hoger dan buitenlandse onderwerpen, maar dit kan een vertekening zijn door de vele berichtgevingen ten tijde van de dataverzameling over de financiële crisis. Sport, lifestyle en opiniërende informatie spelen



ook enigszins een rol. Ook de categorie ‘anders’ krijgt veel aandacht, maar dit is duidelijk een gevolg van de gevarieerde inhoud van de websites. Hierop is o.a. veel dynamische *content* te vinden, verspreid over een veelheid van rubrieken. Bijvoorbeeld rubrieken op Marokkaanse en Turkse sites over islam, carrière, relaties, dating, verhalen en poëzie, of specifieke nieuwsrubrieken over Turkije en Marokko vallen hieronder. Het nieuws voert echter de boventoon op de geanalyseerde websites (35 procent; zie tabel B 6.5 in de bijlagen).

De sites hebben een sterke sociale, interactieve functie in de vorm van online discussiegroepen. Dit zijn webfora waar gebruikers met elkaar kunnen discussiëren over actualiteiten (19 procent forum) en de opiniërende component o.a. in de vorm van weblogs (16 procent) waarop bezoekers vaak ook kunnen reageren. De fora zijn bijzonder omvangrijk op de Marokkaanse sites zoals *Marokko.nl* (65 procent), *Maroc.nl* (40 procent) en *Yasmina.nl* (50 procent). Een soortgelijke Turkse site *Lokum.nl* heeft een veel bescheidener forum (25 procent). Op deze webfora kunnen gebruikers advies vragen aan leeftijdgenoten en andere moslims, maar ook hun mening ventileren over politiek en actualiteiten. Discussies over nieuws gaan vaak in op hoe de eigen etnische groep in de journalistieke media of het politieke debat wordt besproken.

Kranten zijn gelijkmatiger verdeeld qua rubrieken, omdat per dag van de week de paginaverdeling tamelijk vast ligt. Een krant zoals *NRC Handelsblad* wijdt bijvoorbeeld vrijwel altijd twee pagina's aan 'Binnenland' en twee aan 'Buitenland', plus de voorpagina waarop een mix aan prominente onderwerpen van die dag wordt gepresenteerd. *Lifestyle* en shownieuws krijgen veel ruimte in met name de dagbladen *Sp!ts* en *Metro*. In deze rubriek wordt ruimte besteed aan verhalen over beroemdheden, mode, design, films, games en ander entertainment. In *Sp!ts* ligt dat percentage rond de 30 procent en in *Metro* rond de 25 (zie tabel B 6.3 in de bijlagen voor het complete overzicht). De aandacht voor het 'harde' nieuws gaat bij deze kranten duidelijk ten koste van de focus op meer 'zacht' nieuws, wat relevant is omdat deze twee gratis kranten veel gelezen worden door moslimjongeren. De 'traditionele' kranten met een betaalde oplage – die aanzienlijk minder door jongeren worden gelezen – schenken alle substantieel minder aandacht aan entertainment, waarbij *De Telegraaf* en het *AD* een tussenpositie innemen.

Vervolgens is gecodeerd welk deel van het binnenlandse, buitenlandse en economische nieuws over politiek gaat. In onderstaande tabel 6.3 valt op dat de Nederlandse media elkaar niet veel ontlopen qua focus op politiek nieuws. De tv-programma's binnen de geselecteerde steekproef besteden de meeste aandacht aan politiek. De Nederlands dagbladen en websites, die de moslimjongeren raadplegen, besteden bijna evenveel ruimte aan dit onderwerp. Wel is het zo dat nabijheid belangrijk is voor de nieuwswaarde van politieke onderwerpen. Binnen de drie mediumsoorten gaat procentueel de meeste aandacht naar binnenlandse politiek. TV en websites scoren ongeveer even hoog op dit punt, kranten zijn iets meer gebalanceerd.

Tabel 6.3: Aandacht voor politiek nieuws per soort Nederlands medium

	Binnenlands	Buitenlands	Politiek totaal	Overig nieuws	Totaal
	%	%	%	%	%
tv (n=14)	21	15	36	64	100
Krant (n=7)	16	12	28	72	100
Web (n=11)	20	9	29	71	100
Totaal (n=32)	20	12	32	68	100



Profiel buitenlandse media

De buitenlandse media mogen in dit overzicht niet ontbreken. Moslimjongeren in Nederland volgen ook Turkse en Arabische media, vooral televisie. Engelstalige nieuwsprogramma's hebben dankzij het groeiende zenderaanbod op de kabel en satelliet ook een steeds groter bereik. In tabel 6.4 is voor 16 buitenlandse televisieprogramma's de verdeling van de aandacht over de verschillende nieuws categorieën vastgelegd. Deze buitenlandse media springen eruit in hun focus op buitenlandse onderwerpen (zie onderste rij), terwijl de aandacht voor binnenlandse thema's juist veel kleiner is in vergelijking met de eerder besproken Nederlandse programma's. Vreemd is dat niet, omdat veel van deze programma's en zenders in de naam al aangeven internationaal georiënteerd te zijn. Dat geldt voor bijna alle Engelstalige programma's (BBC World: World News Today, News America en van CNN: CNN Today, World News Europe, World News Asia), en voor alle Arabische programma's.

Van Al Jazeera zijn de volgende programma's onderzocht: Ma wara-a Al-khabar, Ma'a Haikal en Al-ittijaah al-Mu'akis. Van de zender MBC: Kalaam Nawa'em. Al Jazeera is gevestigd in Qatar, maar richt zich op de hele Arabische regio. Bij het coderen van deze Arabische zenders is al het nieuws over de gehele Arabische regio als binnenland beschouwd, maar zelfs dan blijkt dat nog driekwart van de aandacht naar andere landen gaat. Ook hier geldt dat de steekproef waarop deze cijfers zijn gebaseerd bijzonder klein is en de vertekeningen worden nog versterkt doordat veel van deze programma's per uitzending slechts op één onderwerp ingaan.

Er zijn zeven Turkse programma's onderzocht: Haber, Arena, Uyan Turkiye (alle drie van de zender Star TV), Haber (van de zender Kanal 7), Haber en Buyutec (van de zender TRT International) en Haber (van de zender Samanyolu Haber TV). Dit zijn allemaal zenders die sterk op het binnenlandse Turkse publiek zijn gericht en dat weerspiegelt zich in de focus op Turks binnenlands nieuws (60%).

Tabel 6.4: Aandacht voor nieuwsrubrieken in buitenlandse televisieprogramma's

	Binnen- land	Buiten- land	Econo- mie	Sport	Kunst	Human interest	Lifestyle	Opinie	Anders	Totaal
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Turkse tv (n=7)	60	19	9	2	1	3	6	1	0	100
Arabische tv (n=4)	0	75	0	0	0	0	0	2	0	100
Engelstalige tv (5)	22	39	7	0	1	0	27	0	4	100
Totaal (n=16)	27	44	5	1	1	1	11	1	1	100

Opvallend is dat deze buitenlandse tv-programma's zich meer richten op politiek dan de onderzochte Nederlandse programma's (84% versus 36%) en ook hier ligt de nadruk, met uitzondering van de Turkse nieuwsrubrieken, meer op buitenlandse politiek (zie tabel 6.5). In dit overzicht van veel gebruikte nieuwsmedia ontbreekt het Turkse dagblad Hürriyet. Dit is de enige buitenlandse krant (afgezien van de Engelstalige) die relatief veel door in Nederland wonende (Turkse) moslimjongeren gelezen wordt.

Tabel 6.5: Aandacht voor politiek nieuws in buitenlandse televisieprogramma's

	Binnenlands	Buitenlands	Politiek totaal	Overig nieuws	Totaal
	%	%	%	%	%
Turkse tv (n=7)	72	28	63	27	100
Arabische tv (n=4)	38	63	100	0	100
Engelstalige tv (n=5)	34	66	90	10	100
Totaal (n=16)	48	52	84	12	100

Voor het opstellen van dit profiel hebben we ook gegevens proberen te verzamelen over de aandacht van elk medium voor extreme inhoud en eventueel over de ideologische positie (signatuur) van elk medium. Er is echter nauwelijks empirisch onderzoek dat media vergelijkt op deze punten en zelfs systematische beoordelingen door deskundigen zijn nauwelijks voorhanden (de dagbladen vormen op dit punt een uitzondering). Om deze reden worden extreme inhoud en signatuur hier verder niet gerapporteerd. Op basis van onze automatische inhoudsanalyse, die in de volgende paragraaf wordt gerapporteerd, zal de onderzoeksvraag wel worden beantwoord voor de 13 dagbladen en websites die daar onder de loep worden genomen.

Samenvatting

Van 48 verschillende nieuwsbronnen, televisieprogramma's, dagbladen en websites, is de focus in kaart gebracht. Er is globaal nagegaan hoeveel aandacht zij schenken aan nieuws en politiek. Omdat per televisieprogramma slechts één aflevering is onderzocht, per krant één editie en elke (nieuws)website slechts op één moment in kaart is gebracht, biedt deze analyse slechts een eerste globale indruk van de inhoud van deze media en dienen de resultaten met de nodige voorzichtigheid te worden geïnterpreteerd. Verder biedt de analyse van één enkele aflevering van een programma of editie van een krant uiteraard geen houvast om uitspraken te doen over de extremiteit van een medium en er is nauwelijks onderzoek voor handen dat hier op in gaat. Derhalve zullen we op dit aspect niet verder ingaan (t.b.v. deelvraag 9).

Deze inhoudsanalyse biedt echter wel een eerste antwoord op de vraag waar de media, die moslimjongeren gebruiken, op focussen (deelvraag 8). Verhoudingsgewijs presenteren de geselecteerde televisieprogramma's en dagbladen veel nieuws. In het algemeen zijn nieuwsmedia, zoals de boulevard pers, voor een groot deel gevuld met entertainment, schandalen of sport ('zacht' nieuws). De Nederlandstalige en ook de buitenlandse nieuwsmedia die Nederlandse (moslim)jongeren gebruiken schenken echter vooral aandacht aan 'hard' nieuws.

Bij de websites die (moslim)jongeren raadplegen ligt de nadruk veel minder op nieuws en meer op interactie. Het gepresenteerde nieuws gaat vooral in op binnenlandse aangelegenheden, het buitenlandse nieuws krijgt hier minder aandacht. Dat betekent dat ook moslimjongeren vooral met binnenlands nieuws worden geconfronteerd in de door hen gekozen media. Niettemin besteden deze nieuwsbronnen ook substantieel aandacht aan buitenlands nieuws. Een kwart tot een derde van het binnenlandse, buitenlandse en economische nieuws is politiek van aard, wat impliceert dat kijkers die dit nieuws volgen uitgebreid geïnformeerd worden over het actuele politieke debat. Procentueel is de aandacht voor het harde nieuws (oftewel, aandacht voor de categorieën binnenland, buitenland en economie en de aandacht voor politiek) in de onderzochte televisieprogramma's groter dan in de

dagbladen. Daar staat tegenover dat de kranten uiteraard een veel grotere hoeveelheid informatie bieden per dag dan één aflevering van een televisieprogramma.

De onderzochte Arabische en Engelse media in dit onderzoek richten zich sterker dan de Nederlandstalige media op nieuws, met name op buitenlands nieuws. Dat ligt ook voor de hand omdat veel van deze televisieprogramma's zich richten op een internationaal publiek. De Turkse media, die net als de Nederlandse media voornamelijk een nationaal publiek bedienen, zijn vooral gericht op binnenlands nieuws.

6.3 Automatische inhoudsanalyse zeven dagbladen en zes websites

Gehanteerde methode

De inhoud van de media waarvan de tekst digitaal beschikbaar is - de dagbladen, webfora en allochtone nieuwssites - zijn aan een automatische inhoudsanalyse onderworpen. Hiermee kan tamelijk precies worden nagegaan aan welke onderwerpen, groepen, personen en instanties aandacht wordt geschonken in de berichtgeving in de kranten en op internetfora. Een automatische inhoudsanalyse is bijzonder geschikt om te bepalen op welke onderwerpen de berichtgeving is gefocust. Dankzij de computergeassisteerde zoektechniek kan worden geteld hoe vaak een reeks van *issues* (integratie, terrorisme, criminaliteit, etcetera) en *actoren* (politici, belangengroeperingen, enzovoorts) is genoemd in een groot aantal berichten. Hieronder wordt de methode kort beschreven. In bijlage 6.9 is meer informatie te vinden over de selectie van de media en de operationalisatie van focus en extreme inhoud.

Met deze automatische analyse is enerzijds voor één krant (*NRC Handelsblad*) en twee webfora een lange periode (tot 11 jaar) in kaart gebracht. Anderzijds zijn voor een kortere periode (15 maanden) zeven kranten en zes websites met elkaar vergeleken. Alle krantenartikelen die gerelateerd zijn aan immigratie en integratie in zeven verschillende Nederlandse dagbladen (*de Volkskrant*, *NRC Handelsblad*, *De Telegraaf*, *Algemeen Dagblad*, *Sp!ts*, *Metro* en *De Pers*) zijn opgehaald uit een digitaal archief (LexisNexis). De artikelen voor het onderzoek naar 11 jaar nieuws in het NRC en het onderzoek naar 15 maanden nieuws in zeven kranten werden geselecteerd aan de hand van dezelfde zoektermenlijst. De zoektermen hadden onder meer betrekking op de islam, terrorisme, allochtone groepen (asielzoekers, allochtonen, etc.), generaal pardon, cartoons en pluriforme samenleving. In principe zijn het allemaal onderwerpen waarvan verwacht mag worden dat deze gerelateerd zijn aan de beeldvorming over moslims, allochtonen en autochtonen (zie voor de complete lijst met zoektermen de bijlage bij hoofdstuk 6 op CD, bijlage B6.11).

Bij de analyse van de internetbronnen ligt de nadruk op de internetfora. Turkse allochtonen discussiëren relatief weinig op fora, zo blijkt uit dit onderzoek. Zelfs hun belangrijkste forum, *lokum.nl*, dat is geselecteerd voor dit deel van het onderzoek, is relatief klein en wordt relatief weinig door de Turkse moslimjongeren bezocht (zie hoofdstuk 4). Aan dit forum is een nieuwssite (*turksnieuws.nl*) verbonden, die ook meegenomen is in dit deel van het onderzoek.

Marokkaanse jongeren daarentegen discussiëren zeer veel met elkaar op het web (zie ook d'Haenens 2003; Valkenburg et al., 2001). In volgorde van belang zijn Marokko.nl, Maroc.nl en Maghreb.nl nader onderzocht. Ook de Marokkaanse fora kennen vaak een nieuwssite, maar technische en praktische problemen maken het lastig om deze afzonderlijk te onderzoeken. Tot slot is als voorbeeld van een islam-site *Al-Yaqeen.com* opgenomen. Deze site is verbonden aan de As-Soennah moskee in Den Haag en heeft een salafistische, relatief conservatieve oriëntatie op de islam. Yasmina.nl vormt een onderdeel van Marokko.nl, maar deze site bevat nauwelijks discussie over

politiek en is daarom niet meegenomen in dit deel van het onderzoek. Marokko.nl is vanaf de oprichting in 2001 sterk gegroeid, vaak ten koste van de andere webfora.

Afhankelijk van wanneer de site is begonnen en hoe lang de postings in het archief van de site worden bewaard is de begindatum voor de analyse bepaald. Vanwege het bewerkelijke karakter van het verzamelen van de postings, geldt dit ook enigszins voor de einddatum (zie voor details de bijlage bij hoofdstuk 6 op CD, i.h.b. tabel B6.10).

Vervolgens is een lange lijst met zoektermen aangelegd om de aandacht voor honderden actoren en issues te meten (zie bijlage B6.12 voor de clustering van deze zoektermen). Aansluitend is voor elk van de duizenden krantenartikelen en postings van de fora met behulp van software geteld hoe vaak elk cluster van zoektermen in de teksten van de verschillende media voorkomt. Daarna zijn deze resultaten geaggregeerd tot tabellen en figuren.

De vraag naar de focus van media wordt op twee verschillende manieren beantwoord. In de eerste plaats met een longitudinale analyse waarin de ontwikkeling van het debat in één dagblad en twee webfora over een groter aantal jaren wordt gevolgd. Doel van deze eerste trendanalyse is te laten zien hoe de inhoud van het debat zich ontwikkelde en hoe de focus van het nieuws verschuift in de loop van de tijd. Om de omvang van de dataset voor de dagbladen te beperken, is de analyse uitgevoerd op een steekproef van 20 procent van alle relevante artikelen uit één dagblad van 1990 tot en met 2008 ($N = 12.680$ krantenartikelen). Het *NRC Handelsblad* vormde de basis van deze analyses omdat deze kwaliteitskrant veel aandacht schenkt aan immigratie en integratie, over de gehele periode beschikbaar is in de database van LexisNexis, en een tamelijk afstandelijke en genuanceerde invalshoek kent. We gaan er van uit dat deze krant het tijdsbeeld goed weergeeft en in trends vergelijkbaar is met de overige dagbladen (immers, zij ontlopen elkaar niet veel zoals hierboven besproken). Daarnaast zijn voor deze trendanalyse steekproeven van de postings getrokken van de twee grootste Marokkaanse webfora. Voor Marokko.nl en Maroc.nl werden respectievelijk 97.250 en 70.439 postings verzameld vanaf januari 2002 en oktober 2002 tot en met november 2008.

Doel van de tweede automatische inhoudsanalyse is om een groot aantal media onderling te vergelijken. Dit deel van het onderzoek beperkt zich tot de periode van oktober 2007 tot en met 2008, omdat alleen voor deze periode ook de gratis kranten, die belangrijk zijn voor de moslimjongeren, beschikbaar zijn in LexisNexis. Uit zeven kranten en zes webfora werden over een periode van 15 maanden in totaal 7523 krantenartikelen en 216.205 postings geanalyseerd. In bijlage B6.10 wordt de steekproef meer in detail beschreven.

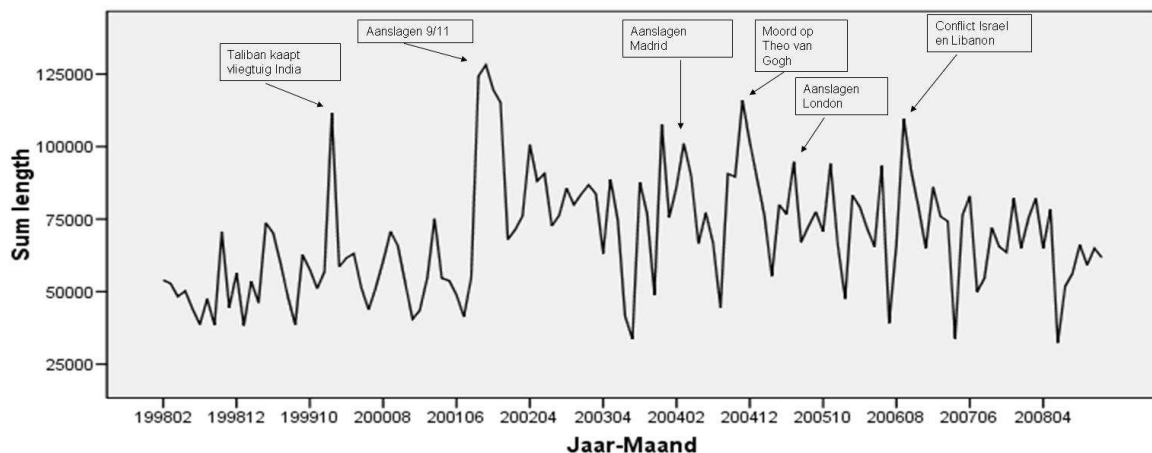
Ontwikkelingen volgens het nieuws tussen 1998 en 2008

De beschrijving van ruim een decennium nieuws maakt duidelijk hoe allochtonen en moslims worden afgebeeld in de media en hoe de focus van die berichtgeving is verschoven in de loop der tijd. De inhoud van die berichtgeving geeft ook een indicatie van de indruk die dit nieuws zou kunnen hebben achtergelaten bij zowel allochtone als autochtone Nederlanders. Beelden over een 'in-group' en 'out-group' zijn meestal niet het resultaat van een enkele gebeurtenis, maar juist van een stroom van berichtgeving over meerdere jaren waarin de betrokken groepen in een steeds wisselende context genoemd worden.

Het bestuderen van de positie van de islam en aanverwante issues in de krantenkolommen in de periode tussen 1998 en 2008 kan vanzelfsprekend niet om de impact van de terreuraanslagen heen. Figuur 6.1 toont de omvang van het nieuws per maand over immigratie en integratie. De omvang is uitgedrukt in het aantal woorden dat de verzamelde nieuwsartikelen uit het *NRC Handelsblad* per



maand tellen; het gaat dus om de totale lengte van de tekst. Voorafgaand aan de aanslagen op 11 september 2001 zijn de pieken niet zo hoog en scherp als erna. Bovendien worden niet alleen de pieken hoger, er is ook structureel meer nieuws over dit thema.



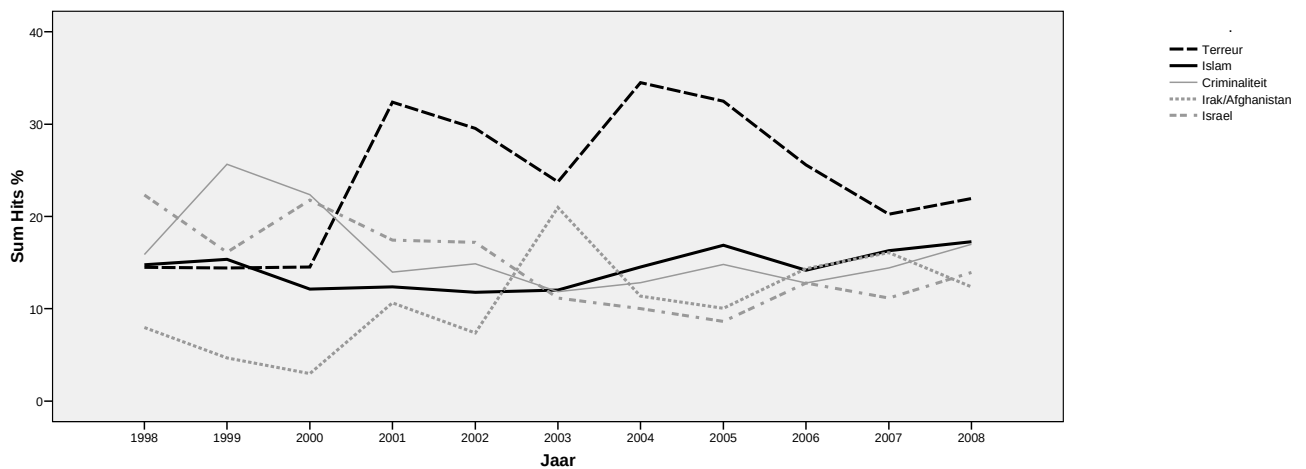
Figuur 6.1: Aandacht voor immigratie en integratie (in NRC Handelsblad, aantal woorden, n = 12.680 artikelen).

Voor 9/11 zijn er incidenten zoals de aanslagen op de Amerikaanse ambassades in Kenia en Tanzania of in mei 2001 de ophef rond imam Khalil el-Moumni, die stelt dat homoseksualiteit ‘een ziekte’ is. Na september 2001 staan de islam en de negatieve associatie met terrorisme hoog op de media-agenda en is er een omslag. Het gaat om scherpe aandachtspieken rond met name terreuraanslagen, zoals de bomaanslagen op de treinen in Madrid in maart 2004, de moord op Theo van Gogh in november 2004 en de zelfmoordaanslagen op bussen en metro in Londen in juli 2005. Ook de terugblikken in het nieuws een jaar na de aanslag op 9/11 veroorzaken een nieuwe piek. Verder genereert eind november 2004 de arrestatie van leden van de Hofstadgroep in het Haagse Laakkwartier en begin 2006 de Deense cartoon-rel veel aandacht. Terrorismen is het belangrijkste issue in deze onderzochte periode. Toch is het beslist niet het enige issue waar allochtonen en moslims mee in verband worden gebracht. Het lijkt er op dat de aandacht voor terrorisme ook de aandacht van journalisten voor immigratie en integratie in het algemeen vergroot.

Issues in het nieuws.

De omslag in het publieke debat blijkt uit figuur 6.2. In deze figuur is het verloop van de aandacht voor de vijf belangrijkste issues in het nieuws weergegeven. Per krantenartikel is met een computerprogramma nagegaan hoe vaak elk van de honderden geformuleerde zoektermen voorkwam in die tekst. Deze zoektermen zijn geclusterd in overkoepelende issues en de aandacht voor deze clusters is gepercenteerd, zodat de figuur aangeeft hoeveel procent van de aandacht dat jaar naar een bepaald onderwerp gaat (zie bijlage B6.12 voor een overzicht van alle 12 onderzochte issues, alsmede de zoektermen). Uiteraard is het niet mogelijk om alle aandacht exact in kaart te brengen. Het grote aantal gebruikte zoektermen (452 voor de 12 onderscheiden issues) biedt echter een goede

garantie dat de voornaamste trends in dit overzicht zichtbaar worden.



Figuur 6.2: Aandacht voor issues (in NRC Handelsblad, percentage hits, N = 12.680 artikelen)

Tussen 1998 en 2000 ligt de agenda van issues nog tamelijk vast; er verschuift niet veel in de rangorde van de onderwerpen. In die periode is er veel journalistieke aandacht voor criminaliteit en begint de tweede intifada van Palestijnen tegen Israël in 2000. In dat jaar is er ook veel nieuws over een nieuwe vreemdelingenwet die dan wordt ingevoerd (niet afgebeeld in de figuur). Vanaf 2001 verandert het beeld drastisch. Van alle aandacht voor issues gaat dan ruim 30 procent naar terrorisme. Daarnaast starten de Verenigde Staten in oktober 2001 en opnieuw in maart 2003 een offensief tegen Al Qaida, zoals de twee pieken in die lijn laten zien. Opvallend is dat na 2005, na de aanslag in Londen, de aandacht voor terrorisme flink afneemt.

Daar tegenover neemt de aandacht voor de islam vanaf 2004 vrij gestaag toe. Veel hiervan wordt verklaard door de structurele verharding van het politieke debat, die begon tijdens de verkiezingscampagne voor de Tweede Kamerverkiezingen van 2002, toen Pim Fortuyn zich positioneerde tegenover de islam. Zo noemde hij in een interview met *de Volkskrant* (d.d. 9 februari 2002) deze religie ‘een achterlijke cultuur’. In 2003 zijn het onder andere de opkomst van de Arabisch-Europese Liga (AEL) en leider JahJah die veel aandacht genereerden. Ook daarna houdt de aandacht voor de islam aan, vooral door de focus van het politieke debat. Verschillende Kamerleden richtten zich op de intolerante aspecten van de godsdienst, zoals bijvoorbeeld vrouwenonderdrukking. Ayaan Hirsi Ali maakte samen met Theo van Gogh over dit onderwerp de film *Submission*. Ook kaartte ze met een motie de problemen met islamitische scholen aan. Ze eiste een subsidiestop ten aanzien van ‘islamscholen’ die intolerant zijn ten opzichte van homo’s, vrouwen en andersdenkenden. Daarnaast vond zij dat er strengere eisen moeten worden gesteld aan nieuwe islamitische scholen. Ook Geert Wilders – in 2003 uit de VVD gestapt als gevolg van zijn afwijkende standpunt met betrekking tot een Turks EU-lidmaatschap – uitte zich in steeds hardere taal over de islam. Zo pleitte hij in de zomer van 2007 voor een verbod op de Koran, en eind 2007 en in de eerste vier maanden van 2008 trokken zijn plannen voor de film *Fitna* veel media-aandacht, net als eerdere ‘provocaties’ waarin Wilders de Koran het “islamitische Mein Kampf” noemde en de profeet Mohammed “een pedofiel”. De ophef over de film is zichtbaar in de stijging van de aandacht voor de islam. De rol van Israël en het Westen in de Arabische wereld is sterk omstreden onder

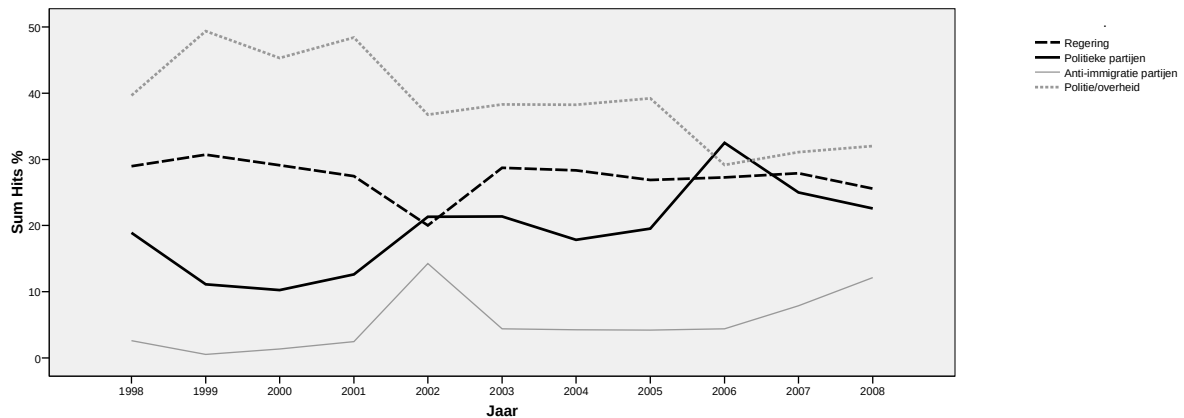
moslims. De aandacht in het nieuws voor Israël neemt tot en met 2005 sterk af, maar deze afname wordt ruimschoots gecompenseerd door het vele nieuws over de oorlog in Irak en in Afghanistan.

Samenvattend blijkt dat terrorisme direct na 9/11 boven aan de agenda komt te staan en vanaf dat moment ontstaat er daarover structureel meer nieuws. De aanslagen worden vanaf het begin in verband gebracht met de islam, hoewel de aandacht voor de islam pas stijgt na de moord op Van Gogh in 2004. ‘Priming’ veronderstelt dat de issues waar moslims en allochtonen mee in het nieuws komen door de lezer als criterium worden gebruikt om zich een oordeel te vormen over deze groep. Uitgaande van de hoeveelheid aandacht in het krantennieuws worden allochtonen en moslims vooral geassocieerd met het issue terrorisme. Belangrijk is echter dat tweederde tot driekwart van het nieuws over andere issues gaat. Dat andere nieuws gaat voor een groot deel over de conflicten in het Midden-Oosten, waarbij de focus geleidelijk verschuift van Israël naar Irak en Afghanistan. De volgende paragraaf gaat in op de vraag met welke actoren de allochtonen en moslims in verband worden gebracht. Ook de trends op dit punt tonen een geleidelijke verharding van het politieke debat.

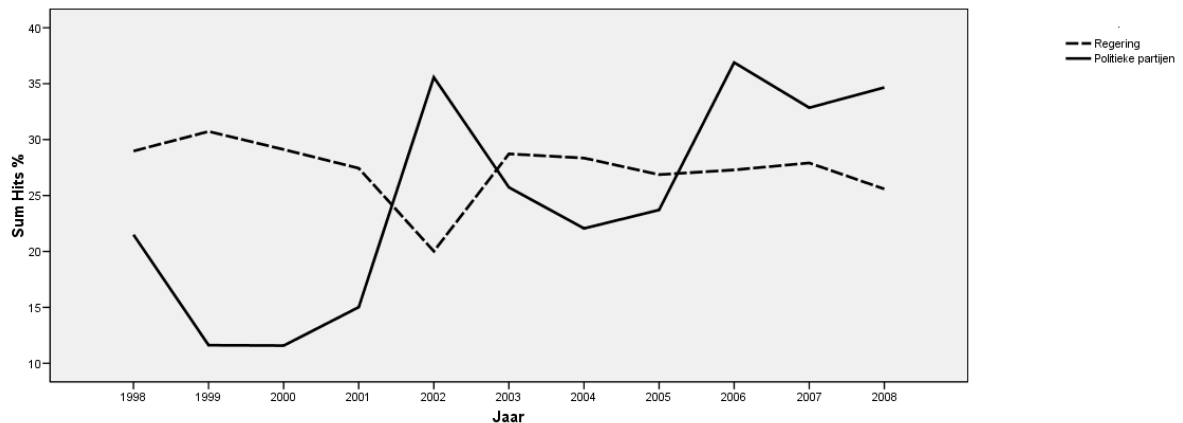
Actoren in het nieuws

Onderstaande figuur 6.3 geeft weer hoe de focus op verschillende actoren verschuift door de jaren heen. De aandacht voor deze actoren is op een soortgelijke manier gemeten als die voor de issues. De aandacht voor een actor is dus ook hier per jaar uitgedrukt als het percentage van de aandacht voor alle actoren (zie bijlage 6.12 voor een overzicht van alle onderscheiden actoren). In figuur 6.3 is goed te zien hoe het aandeel van de aandacht voor de regering (kabinet, bewindspersonen en ministeries) min of meer stabiel blijft en de aandacht voor de overheid (met name politie en justitie) juist sterk terugloopt. Dat is opvallend omdat de regering en de overheid met de jaren juist actiever zijn geworden op het terrein van immigratie en integratie. De aandacht voor politieke partijen en hun politici stijgt daarentegen. In figuur 6.4, waar de aandacht van alle partijen bij elkaar is opgeteld, blijkt dat nog duidelijker.

Vanaf ‘Fortuyn’ zijn de politieke partijen zich sterker gaan profileren op het gebied van integratie en immigratie en vanaf zijn verkiezingscampagne besteden media ook steeds meer aandacht aan de politieke strijd rond dit thema. Scherpe uitlatingen worden dan nauwelijks buiten het nieuws gehouden. Partijen hebben nu vooral een eigen rol en debatteren niet langer in de schaduw van het beleid van de regering en de overheid. Anders gezegd wordt het debat steeds sterker gepolitiseerd: het nieuws wordt meer en meer beïnvloed door politieke partijen en hun partijpolitieke tegenstellingen.



Figuur 6.3: Aandacht voor actoren (NRC Handelsblad, percentage hits, $n = 12.680$ artikelen).

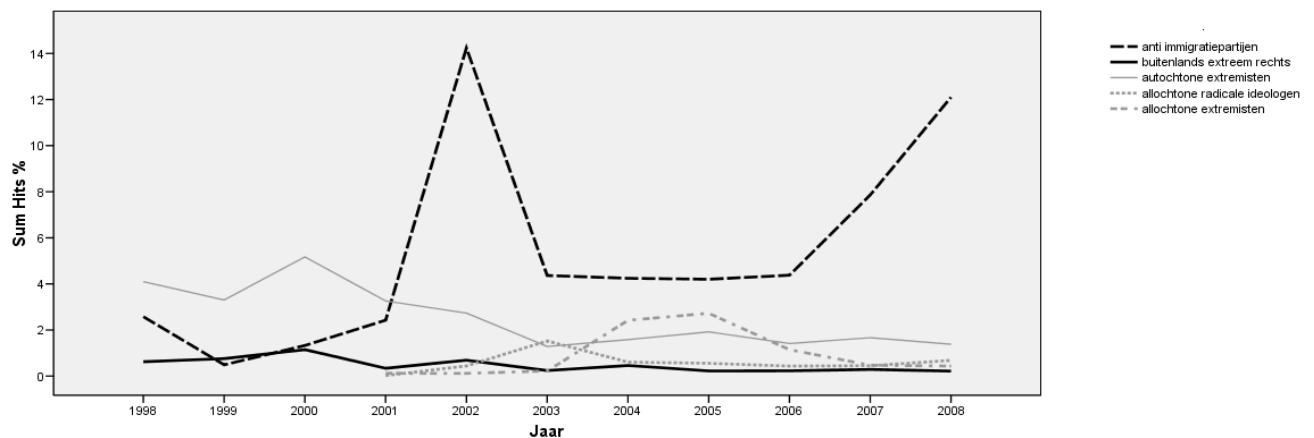


Figuur 6.4: Aandacht voor politieke partijen versus regering (NRC Handelsblad, percentage hits, $n = 12.680$ artikelen).

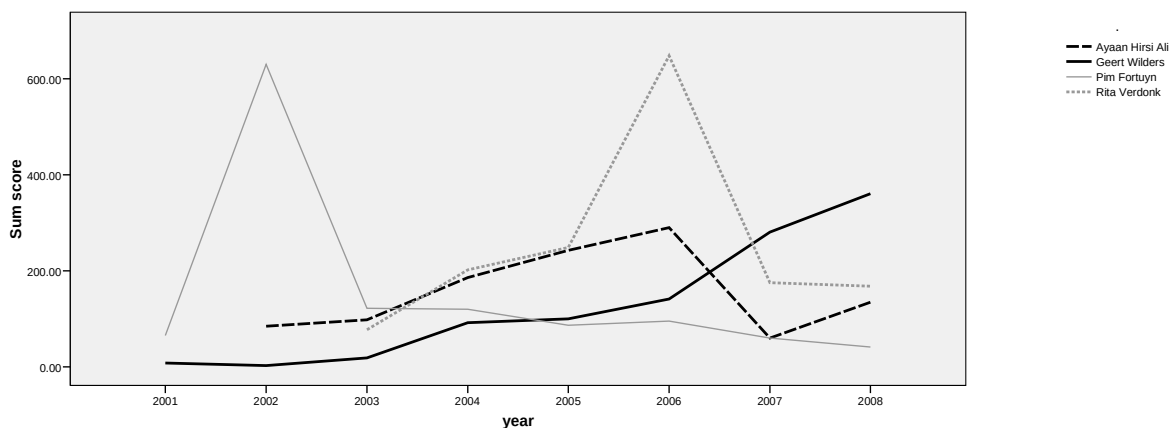
In de tijdreeksen is verder te zien hoe bij elk verkiezingsjaar (1998, 2002, 2003 en 2006) de aandacht voor de politieke partijen stijgt of zoals in 2003 hoog blijft. Dit is een typisch campagneverschijnsel dat zich ook voordoet bij tal van andere politieke issues (Kleinnijenhuis e.a. 2009). De verschuiving van de ‘machtsbalans’ blijkt verder uit de groeiende aandacht voor de anti-immigratie partijen. Eerst piekt de hoeveelheid hits voor deze partijen tijdens de verkiezingscampagne in 2002 als Fortuyn en zijn latere Lijst Pim Fortuyn (LPF) scherp afstand neemt van de ‘oude politiek’ en met name van het oude integratiebeleid.

Vanaf 2007 stijgt de aandacht weer voor politici met meer extreme standpunten. Geert Wilders krijgt na de Kamerverkiezingen in dat jaar veel aandacht. Veel aandacht gaat er in dat jaar ook naar Hirsi Ali, die na een aanvaring met Rita Verdonk Nederland verlaat. Rita Verdonk verliest de strijd met Mark Rutte om het leiderschap van de VVD en stapt eind 2007 uit de VVD om Trots op Nederland (TON) op te richten. In figuur 6.3 is de aandacht voor politieke partijen gesplitst voor de anti-immigratiepartijen en de overige partijen. In figuur 6.4 is die aandacht samengevoegd en afgezet tegen de aandacht voor de regering. Hier is goed te zien hoe de politieke partijen vanaf 2002 en

opnieuw vanaf 2006 belangrijker worden op de agenda, uiteindelijk zelfs belangrijker dan de regering (en de overheid).



Figuur 6.5: Aandacht voor radicalere actoren (NRC Handelsblad, percentage hits, n = 12.680 artikelen).



Figuur 6.6: Aandacht voor anti-immigratiepolitici (NRC Handelsblad, percentage hits, n = 12.680).

In figuur 6.5 is de rol van radicalere actoren af te lezen. Buitenlandse, extreemrechtse partijen en vooral rechts-extremistische activisten (neonazi's, Lonsdale-jongeren etc.) krijgen in de eerste jaren veel aandacht, maar raken vanaf 2003 op de achtergrond. Nederlandse moslimextremisten verschijnen vanaf 2001 in het nieuws, vooral na de moord op Van Gogh en de arrestatie van twee leden van de Hofstadgroep in het Laakkwartier in Den Haag. Na 2005 daalt de aandacht voor deze extremisten snel.

Fortuyn, Hirsi Ali, Verdonk en Wilders spelen een hoofdrol in het integratiedebat en daarom zijn zij in figuur 6.6 afgebeeld. Deze groep is ook interessant omdat ze een hoofdrol spelen in de postings op internetfora die veel door allochtone jongeren worden bezocht. In 2002 is het Pim Fortuyn die met eerst Leefbaar Nederland en vervolgens de LPF met uitgesproken standpunten de aandacht van alle media trekt. Vanaf 2004 zijn het, zoals eerder al gesteld, enkele prominente VVD-ers die de toon zetten en één voor één de fractie verlaten. Hirsi Ali is na Fortuyn een van de eersten, die kritiek op de

islam bijzonder scherp formuleert en daar veel aandacht mee trekt. Verdonk trekt als minister vanaf 2003 steeds meer aandacht in het nieuws vanwege het toenemende protest tegen het integratiebeleid. Mede door haar aanval op Hirsi Ali, die leidt tot het vertrek van Hirsi Ali naar de VS en veel kritiek losmaakt in het nieuws, verliest ze in 2006 de slag om het leiderschap van de VVD en in 2007 begint ze haar eigen partij TON. Geert Wilders begint in september 2004 zijn eigen fractie, richt later de Partij voor de Vrijheid (PVV) op en weet jaar na jaar meer aandacht naar zich toe te trekken. De piek in 2008 dankt hij vooral aan zijn film *Fitna*.

Ontwikkeling van het debat op twee Marokkaanse fora

Voor de online discussiefora *Marokko.nl* en *Maroc.nl* is de discussie in kaart gebracht vanaf 2002 tot en met november 2008. Voor deze analyse zijn alleen de rubrieken van beide fora geselecteerd waar over nieuws wordt gediscussieerd en vanwege de omvang is daar een steekproef uit getrokken van 10% van de topics voor *Maroc.nl* en 5% voor het grotere *Marokko.nl*.

In deze analyse gaat het er ons niet zozeer om of de participanten en bezoekers van deze twee fora representatief zijn voor alle moslimjongeren. Vooral Marokkaanse jongeren volgen deze websites (zie ook hoofdstuk 4). De vraag is met name waarover door hen gediscussieerd wordt en hoe de agenda van deze discussie verschuift in de loop der jaren. Voor een antwoord is op deze dataset precies dezelfde automatische inhoudsanalyse uitgevoerd als op de artikelen uit het *NRC Handelsblad*. De gevonden trends zijn daarom direct vergelijkbaar en geven aan of onderwerpen uit het Nederlandse nieuws over- of juist onderbelicht worden in deze online discussie. De resultaten van deze analyse maken ook duidelijk of de discussie is verbonden met die in de Nederlandse nieuwsmedia of daar los van staat.

Voor de fora geldt dat de aandacht vanaf 2002 zich eerst tamelijk gelijkmatig ontwikkelt. Vanaf de moord op Van Gogh, eind 2004, ontstaan veel scherpere pieken en valt de aandacht soms weer sterk terug. Uiteraard zijn dit voor een deel reacties op de terreuraanslagen, maar veel pieken hangen samen met reacties van gebruikers op kritische uitspraken van anti-immigratiepolitici zoals Verdonk, Hirsi Ali en Wilders. De eerste keer wordt dat duidelijk in oktober 2002 als de overstap van Hirsi Ali van de PvdA naar de VVD nauwlettend wordt gevolgd. Op de opkomst van de AEL van Jahjah en de aanslagen in Madrid wordt in het daarop volgende jaar 2003 niet zo heftig gereageerd. Dat verandert echter na twee gebeurtenissen eind 2004.

De vertoning van *Submission*, de kritische islamfilm van Hirsi Ali, eind augustus en vooral daarna de moord op Theo van Gogh begin november roepen veel reactie op. Nadien leiden de reacties op provocaties en aanslagen telkens weer tot scherpe pieken in de discussie. Een piek ontstaat bijvoorbeeld als bekend wordt dat de moordenaar van Theo van Gogh, Mohammed B., leider van de Hofstadgroep zou zijn. Begin 2006 zorgen de internationale ophef rond de Deense cartoons van de profeet en het vertrek van Hirsi Ali (na de kwestie over haar nationaliteit) voor een flinke toename van het aantal postings. De oproep van Wilders om de Koran te verbieden veroorzaakt een piek in de discussie in de zomer van 2007. De meeste aandacht trekt echter zijn film, *Fitna*, die veel woede en spot oproept. Wilders zelf wordt op *Marokko.nl* en *Maroc.nl* bijvoorbeeld met Israël geassocieerd en dood gewenst, anderen honen de film weg.

Wat de discussie over inhoudelijke onderwerpen betreft, staat de islam vanaf het begin duidelijk centraal op de fora en neemt de aandacht vooral na 2005 structureel toe. De discussie over terrorisme neemt toe na de moord op Van Gogh en leidt tot een piek het jaar erna. Opvallend is verder dat terrorisme na datzelfde jaar veel minder aandacht krijgt.

De grote aandacht voor Israël valt ook op, terwijl de oorlogen in Irak en Afghanistan op deze Marokkaanse fora veel minder aandacht krijgen. De Palestijnse opstand en het conflict tussen Hezbollah en Israël in de zomer van 2006 zorgen wel voor een heftig debat. Tot slot neemt de laatste twee jaar ook de discussie over criminaliteit toe, onder meer in reactie op nieuws waarin problemen met voornamelijk Marokkaanse jongeren centraal staat.

Het verkiezingsjaar 2006 markeert een omslag in het debat op de fora. De aandacht voor anti-immigratiepartijen zoals Trots op Nederland en de Partij voor de Vrijheid van Wilders neemt dan namelijk flink toe. Het grootste deel van deze stijging kan toegeschreven worden aan de PVV van Geert Wilders. Het aantal hits voor deze partij stijgt niet zoals de andere partijen met enkele procenten, maar met zo'n vijftien procent. Net als in het nieuws krijgt Wilders na 2006 veruit de meeste aandacht, terwijl discussies over Verdonk en Hirsi Ali aflopen. Er wordt bijvoorbeeld heftig gereageerd op de oproep van Wilders op 8 augustus 2007 om de Koran te verbieden, dat hij dan een 'fascistisch' boek noemt en "het islamitische Mein Kampf".

Samenvatting

Dit eerste deel van de *tweede, automatische inhoudsanalyse* biedt een tamelijk precies beeld over hoe in het *NRC Handelsblad* de afgelopen elf jaar het nieuws over immigratie en integratie is weergegeven, en hoe vanaf 2003 op twee toonaangevende Marokkaanse fora in de nieuwsrubrieken is gediscussieerd over dit onderwerp. Het *NRC Handelsblad* wordt weliswaar weinig gelezen door de doelgroep, maar Nederlandse nieuwsmedia volgen elkaar relatief sterk (zie ook volgende paragraaf). Omdat deze krant digitaal beschikbaar is over een lange periode was deze bron geschikt om het verloop van het debat in de tijd in kaart te brengen. De chronologie maakt duidelijk hoe sterk de focus van dit nieuws is veranderd gedurende de afgelopen 11 jaar. Deze toont een aaneenschakeling van aangrijpende gebeurtenissen, waar de islam in het algemeen en de etniciteit van Marokkaanse en Turkse allochtonen in het bijzonder regelmatig in het geding is.

Gedurende de onderzochte periode ging het nieuws vaak over criminaliteit van allochtonen. Extremisme had voor 2002 vooral betrekking op rechts-extremisme in het binnenland (aanvallen op allochtonen door skinheads, neonazi's, etc.) en de opkomst van buitenlandse anti-immigratiepolitici (zoals De Winter, Le Pen en Haider). Het gedrag en de claims van deze groepen en politici worden in vrijwel al het nieuws als verwerpelijk afgeschilderd.

Vanaf de aanslag op 11 september in 2001 komt terrorisme hoog op de agenda. Op zichzelf neemt de aandacht voor de islam dan niet toe, maar de toon verhardt wel. Na de moord op Van Gogh in 2004 neemt ook de aandacht voor de islam toe. Kort daarvoor vond de aanslag in Madrid plaats, die terrorisme tot een Europees issue maakte. Deze analyse laat duidelijk zien dat de moord op Van Gogh door een jonge Marokkaan (Mohammed B.) bijna evenveel aandacht losmaakt als indertijd de aanslagen op 9/11 en zo terrorisme opnieuw boven aan de Nederlandse politieke agenda zet. Vanaf 2006 neemt de aandacht voor moslimextremisme echter vrij snel weer af.

De aandacht voor anti-immigratiepartijen groeide explosief bij de doorbraak van de LPF, dat in 2002 vanuit het niets 26 zetels veroverde. De aandacht zakte echter weer weg na de val van het kabinet door het onderlinge geruzie in de LPF en de verkiezingsnederlaag in januari 2003 (LPF zakt naar 8 zetels). Vanaf 2004 groeit de steun voor anti-immigratiepartijen echter gestaag, en in 2007 breken Trots Op Nederland van Verdonk en de Partij voor de Vrijheid van Wilders sterk door. Opvallend is dat politieke partijen, en met name de anti-immigratiepartijen, de regering steeds meer verdringen in het debat.



De ontwikkeling van de discussie op de webfora Marokko.nl en Maroc.nl hangt op meerdere punten direct samen met dit nieuws. In de analyses is te zien hoe gereageerd is op de verschillende terreuraanslagen in het buitenland, maar vooral op de moord op Van Gogh. Ook de provocaties die zij zagen in de film *Submission*, de Deense cartoons en tot slot de film *Fitna* roepen veel discussie op. Verder is waarneembaar hoe de aandacht op de fora voor terrorisme en islam piekt bij de moord op Van Gogh en daarna afneemt. In de periode erna roepen Hirsi Ali en vooral de opkomst van Verdonk en Wilders opnieuw veel discussie op op deze fora.

De analyses laten zien hoe ingrijpend de focus van het nieuws (onderzoeksvraag 8) verandert in de onderzochte 11 jaar. De inhoudsanalyse maakt ook duidelijk dat de aandacht voor extremere onderwerpen (onderzoeksvraag 9) wisselt in de loop van de tijd. Na 9/11 is er een omslag van aandacht voor rechts-extremisme naar moslimextremisme (jihad). Door de terreuraanslagen en met name de moord op Van Gogh komt terrorisme hoog op de agenda en vanaf de doorbraak van Fortuyn spelen anti-immigratiepartijen een centrale rol in het nieuws. Deelnemers op Marokkaanse webfora reageren op deze omslagen in het nieuws en met name op de anti-immigratiepolitici wordt sterk gereageerd in hun online discussies.

Zeven kranten en zes allochtone websites onderling vergeleken

De voorgaande analyse laat zien hoe de focus van het nieuwsdebat in de loop van 11 jaar is verschoven en hoe deelnemers op twee Marokkaanse fora hier op reageerden. De volgende vraag is hoe de onderzochte media onderling van elkaar verschillen qua *focus* (deelvraag 8); schenken zij aandacht aan dezelfde actoren en issues of verschillen hun agenda's juist sterk van elkaar? Als kranten dezelfde nieuwscriteria zouden hanteren, dan zou de aandacht voor issues en actoren niet of nauwelijks van elkaar verschillen. De ervaring leert dat nieuwsmedia sterk op elkaar letten, maar tegelijkertijd eigen keuzes maken. Dat patroon zien we terug in het nieuws over integratie en immigratie. Uit onderzoek naar 'agenda setting' blijkt dat grotere aandacht van een medium voor een onderwerp ertoe leidt dat het publiek meer belang gaat hechten aan dit onderwerp (hoofdstuk 2). Meer nieuws in de krant over de kredietcrisis leidt er bijvoorbeeld toe dat de lezers deze crisis belangrijker gaan vinden.

Onderstaande tabellen geven de aandachtsverdeling weer voor zeven Nederlandse dagbladen en zes allochtone websites. Van de dagbladen zijn met name de 'free dailies' (*Sp!ts*, *Metro* en *De Pers*) geselecteerd, omdat deze veel gelezen worden door de doelgroep, wat ook geldt, zij het in mindere mate, voor *De Telegraaf* en het *Algemeen Dagblad*. Het *NRC Handelsblad* en de *Volkskrant* zijn toegevoegd om weer te geven hoe over immigratie en integratie in nieuwsmedia in het algemeen wordt bericht. De vergelijking tussen de dagbladen beperkt zich tot de periode oktober 2007 tot en met december 2008, omdat alleen dan alle media beschikbaar zijn in de digitale database van LexisNexis. In vergelijking met Turkse allochtonen discussiëren Marokkaanse allochtonen veel meer op het web. Om die reden zijn er drie Marokkaanse fora (Marokko.nl, Maroc.nl en Maghreb.nl) geselecteerd en één Turks forum (Lokum.nl). Verder is één Turkse nieuwssite geanalyseerd en één voorbeeld van een site met een meer fundamentalistische inhoud, namelijk het salafistische *Al-Yaqeen.com*. Voor de vergelijking van de websites wordt de inhoud gebruikt over de langst beschikbare periode. Eerst worden de kranten en websites elk onderling vergeleken en daarna worden de dagbladen en de websites tegen elkaar afgezet.

Aandacht voor issues

Immigratie en de positie van moslima's trekken weinig aandacht in de kranten in deze periode (zie tabel 6.6), omdat in de hier onderzochte periode van oktober 2007 tot en met december 2008 deze twee onderwerpen weinig discussie opriepen. Wel is er veel aandacht voor de islam wat samenhangt met de aandacht voor Geert Wilders' film *Fitna* tussen november 2007 en begin april 2008 (zie ook Scholten et al., 2008). De agenda van de media wisselt dus sterk per periode.

Terrorisme krijgt de meeste aandacht in de kranten, vooral in de gratis kranten en het *Algemeen Dagblad* en *De Telegraaf*. De kwaliteitskranten hebben hierover veel minder artikelen gepubliceerd in deze periode. De conflicten in overwegend islamitische landen zoals Irak en Afghanistan of het conflict tussen Israël en de Palestijnen nemen ook een redelijk deel van de totale aandacht in. *De Telegraaf* heeft weinig aandacht voor dit buitenlandse nieuws en ruimt juist veel plek in voor nieuws over criminaliteit. De gratis kranten gaan hier minder op in, maar besteden weer iets meer aandacht aan homoseksualiteit.

De discussies op de webfora wisselen onderling veel meer qua focus op onderwerpen (tabel 6.7). Bijna alle fora besteden echter veel aandacht aan de islam. Vooral *Maghreb.nl* springt eruit, maar dit is mede een gevolg van het feit dat bij *Marokko.nl* en *Maroc.nl* alleen de nieuwsrubrieken zijn onderzocht. In andere rubrieken, zoals bij discussies over relaties en over islam zelf, wordt de islam regelmatig genoemd, terwijl andere politieke issues daar uiteraard maar weinig aan de orde komen. *Al-Yaqeen.nl* scoort hoog op islam, omdat de site religie centraal stelt. Op deze website staan veel nieuwsberichten en adviezen met betrekking tot het geloof. De islam trekt op de Marokkaanse sites veel aandacht, beduidend meer dan op de Turkse sites. Verder is op de Marokkaanse sites, vooral op *Maroc.nl*, veel aandacht voor het conflict in Israël, terwijl de Turkse sites veel meer belangstelling hebben voor Afghanistan en vooral buurland Irak. Criminaliteit en de spreiding van immigranten krijgen wel wat aandacht, maar beduidend minder dan de overige issues. Homoseksualiteit komt vooral op *Marokko.nl* en *Maroc.nl* ter sprake.

Wanneer een vergelijking wordt getrokken tussen de kranten en de webfora, is duidelijk dat de aandacht in kranten meer gespreid is over de verschillende issues. Op de fora is de islam simpelweg het hoofdonderwerp. Op sites als *Marokko.nl*, *Maroc.nl* en *Lokum.nl* wordt hierover voor ongeveer de helft meer gediscussieerd dan in de kranten. Op andere websites ligt dit percentage nog hoger.

Tabel 6.6: Issues op de agenda van kranten tussen oktober 2007 en 2008 (hits kolompercentages).

	Volks-							Krant
	krant	NRC	Telegraaf	AD	<i>Spits!</i>	Metro	Pers	totaal
Terrorisme	19	21	24	27	28	26	24	24
Islam	18	17	20	16	19	18	21	18
Immigratie	4	3	5	2	2	4	4	3
Eisen aan nieuwkomers	7	6	7	6	7	8	6	7
Positie moslima	2	2	3	2	3	2	2	2
Criminaliteit	15	17	19	18	12	15	13	16
Irak/Afghanistan	12	14	7	10	13	10	13	11
Israël	16	13	8	13	7	11	9	11
Homoseksualiteit	2	2	2	1	4	5	5	3
Overige issues	5	6	5	5	4	2	5	5
Aantal hits totaal	6.783	7.390	2.437	3.122	1.868	1.764	2.176	25.540

Tabel 6.7: Issues op de agenda van webfora tussen oktober 2007 en 2008 (hits kolompercentages).

	Marokko.		Maghreb.		TurksNieu	AlYaqeen.	Web
	nl	Maroc.nl	nl	Lokum.nl	ws.nl	com	totaal
Terrorisme	11	13	12	14	16	3	12
Islam	37	29	44	31	23	89	42
Immigratie	1	1	2	2	1	0	1
Eisen aan nieuwkomers	4	6	6	8	10	0	6
Positie moslima	5	4	5	6	6	2	4
Criminaliteit	12	10	11	13	16	4	11
Irak/Afghanistan	5	6	4	14	14	0	7
Israël	16	23	10	2	4	1	9
Homoseksualiteit	5	4	2	3	1	0	3
Overige issues	4	5	4	8	10	1	5
Aantal hits totaal	55.405	68.150	33.914	4.912	2.221	6.124	170.725

Gedeeltelijk wordt dit veroorzaakt doordat het niet goed mogelijk was om het nieuwsdeel van de rest van het forum te scheiden. De islam komt hier ook aan de orde bij discussies over relaties en dergelijke. Een contrast vormt het issue terrorisme. Op de allochtone fora is veel minder belangstelling voor terrorisme dan in de dagbladen. De aandacht voor Irak, Afghanistan en Israël heeft ongeveer gelijke proporties. Maar, zoals eerder gezegd, de nadruk op de Turkse en Marokkaanse sites verschilt duidelijk.

Aandacht voor actoren

Het tweede aspect van het begrip focus is de aandacht voor actoren. Opnieuw worden de kranten en fora onderling vergeleken.

Tabel 6.8: Actoren op de agenda van kranten tussen oktober 2007 en 2008 (hits kolompercentages).

	Volks-		Tele-					Krant
	krant	NRC	graaf	AD	Sp!ts	Metro	Pers	totaal
Regering	23	26	29	26	23	20	20	24
Politieke partijen	23	22	20	17	25	14	24	21
Anti-immigratie partijen	17	12	20	22	21	25	27	20
Anti-immigratie/islam overigen	2	2	2	3	2	4	3	3
Radicale allochtonen	1	1	0	1	2	3	1	1
Gematigde allochtonen	2	1	1	1	1	2	1	1
Rechterlijke macht	4	6	4	5	4	8	5	5
Politie/overheid	25	26	23	24	22	21	19	23
Kerken	3	4	2	2	0	2	1	2
Aantal hits totaal	6.884	8.230	3.011	2.955	1.708	1.422	2.423	26.632

Tabel 6.9: Actoren op de agenda van webfora tussen oktober 2007 en 2008 (hits kolom-percentages).

	Marokko.		Maghreb		TurksNie	AlYaqee	Web
	nl	Maroc.nl	.nl	Lokum.nl	uws.nl	n.com	totaal
Regering	13	14	15	22	29	6	17
Politieke partijen	18	17	14	21	24	6	17
Anti-immigratie partijen	12	6	22	10	9	7	11
Anti-immigratie/islam overigen	9	9	7	4	2	3	6
Radicale allochtonen	6	8	3	1	0	54	12
Gematigde allochtonen	2	2	2	1	2	0	2
Rechterlijke macht	7	7	6	4	5	9	6
Politie/overheid	28	29	27	32	27	10	26
Kerken	5	8	3	4	3	6	5
Aantal hits totaal	20.532	27.563	15.780	3.176	1.766	359	69.175

Dagbladen.

De kranten stellen vier actoren centraal en geven die elk ongeveer evenveel aandacht (zie tabel 6.8). Van de aandacht gaat 65% naar politieke partijen (inclusief de anti-immigratiepartijen) en de regering. Het kabinet, de ministeries en de bewindspersonen komen in de meeste traditionele kranten net iets vaker aan bod, maar de gratis dagbladen *Spits!* en *De Pers* noemen vaker politieke partijen (inclusief de anti-immigratiepartijen). Voor anti-immigratiepartijen, die apart genoemd worden in de tabel, is veel aandacht in de kranten. Waarschijnlijk komt dit door de substantiële media-aandacht voor Wilders' film *Fitna*. De kwaliteitskranten, vooral *NRC Handelsblad*, zijn hier overigens een opvallende uitzondering. Het *Algemeen Dagblad* en met name de gratis dagbladen *Metro* en *De Pers* besteden aan deze partijen zelfs meer aandacht dan aan de overige partijen. Radicale allochtonen (extremisten en radicale imams e.d.) krijgen, net als gematigde allochtonen (o.a. lokale politici als Aboutaleb) en de kerken, weinig aandacht. Veel ruimte is er wel voor de overheid. Een deel ervan gaat over justitie, de AIVD en immigratiediensten en dergelijke, maar het leeuwendeel heeft betrekking op de politie. In vergelijking met de overige kranten besteden de free dailies hier iets minder aandacht aan.

Webfora

In de Marokkaanse online discussies (zie tabel 6.9) spitst het debat zich vooral toe op de overheid, minder op de regering en dan pas op de politieke partijen. Anti-immigratiepartijen krijgen relatief weinig aandacht op Marokkaanse fora, met uitzondering van *Maghrebonline.nl*. De Turkse websites *Lokum.nl* en *Turksnieuws.nl* bevatten aanzienlijk minder berichten over deze partijen en hier bestaat ook weinig belangstelling voor de (Marokkaanse) radicale allochtonen. Het salafistische *Al-Yaqeen.com* springt eruit met een bijzonder grote aandacht voor extreme actoren (54% voor met name salafistische ideologen).

Tabel 6.10: Aandacht in dagbladen voor partijen (hits kolompercentages).

	Volks- krant	NRC	Tele- graaf	AD	Sp!ts	Metro	Pers	Krant totaal
Overige anti-immigratiepartijen	1	2	0	2	0	0	1	1
TON	14	11	18	19	12	16	25	16
PVV	25	21	31	34	36	44	23	31
LPF	3	2	2	3	1	4	5	3
VVD	18	18	18	16	12	13	18	16
CDA	9	10	6	5	9	4	7	7
ChristenUnie	4	3	3	4	4	5	2	4
D66	2	2	1	2	3	3	2	2
PvdA	17	20	17	10	14	7	11	13
GroenLinks	3	2	1	1	2	2	2	2
SP	5	8	3	4	7	2	4	5
Aantal hits partijen	2.700	2.659	1.161	1.122	749	549	1.195	10.135

Partijen in dagbladen

Eerder zagen we dat het debat steeds sterker wordt gepolitiseerd (zie de figuren 6.3 en 6.4). De vraag is welke partijen daar vooral een rol in spelen. Tabel 6.10 presenteert voor de dagbladen de aandacht voor politieke partijen. Het is duidelijk dat in dit debat alle kranten een nadruk leggen op de rechtse partijen. Gemiddeld gaat bij deze zeven kranten 74% van de aandacht naar (centrum) rechtse partijen (CDA, VVD en de anti-immigratiepartijen), waarvan 51% naar de anti-immigratiepartijen (zoals TON, PVV, LPF en kleinere partijen zoals Leefbaar Nederland). Slechts 26% gaat naar de linkse partijen (D66, PvdA, GroenLinks, SP; de CU is vanwege haar standpunt met betrekking tot deze issues ook tot de linkse partijen gerekend).

NRC Handelsblad gaat hier het minst in mee (36% van de aandacht gaat naar anti-immigratiepartijen) en focust juist op de grote (regerings)partijen in het centrum. Het *AD* en *Metro* ruimen de meeste plek in voor anti-immigratiepartijen (respectievelijk 58% en 64%). Opvallend is dat *de Volkskrant* zich meer concentreert op de rechtse partijen dan het NRC. De verklaring hiervoor lijkt dat een medium niet alleen een voorkeur heeft voor ideologisch verwante actoren (linkse kranten leggen nadruk op linkse actoren), maar juist ook zijn pijlen richt op de grootste tegenstanders (linkse kranten richten zich daarbij op rechtse tegenstanders).

Partijen op webfora

Dezelfde analyse is uitgevoerd voor de websites (tabel 6.11). Vergeleken met de kranten zijn de websites iets minder gefocust op de rechtse partijen, hier gaat 65% van de aandacht uit naar rechtse partijen. De anti-immigratiepartijen trekken hier iets meer aandacht (38%) evenals de linkse partijen (34%). Maar ook op de Marokkaanse fora discussiëren allochtonen in de eerste plaats over politieke partijen waar ze het niet mee eens zijn. Dat geldt minder voor de Turkse nieuwssite en het Turkse forum. Hier heeft men bijvoorbeeld meer aandacht voor de PvdA dan voor de PVV. De meeste aandacht voor rechtse, conservatieve partijen is te vinden op *Maghreb.nl*, gevolgd door *Maroc.nl* en *Marokko.nl*. De PVV wordt het vaakst genoemd op *Maghreb.nl* (54%). De analyse voor *Al-Yaqeen.com* heeft geen betekenis gezien de verwaarloosbare aandacht voor politieke partijen op deze website en is om die reden niet opgenomen in de tabel.



Tabel 6.11: Aandacht op webfora voor partijen (hits kolompercentages)

	Marokko.				TurksNieuws.	Web
	nl	Maroc.nl	Maghreb.nl	Lokum.nl	nl	totaal
Overige anti-immigratiepartijen	1	3	1	5	2	2
TON	4	1	3	4	3	3
PVV	33	17	54	23	20	29
LPF	4	9	3	2	2	4
VVD	21	35	15	12	14	19
CDA	6	8	4	11	12	8
ChristenUnie	3	2	2	2	2	2
D66	1	3	1	5	4	3
PvdA	14	13	10	25	27	18
GroenLinks	1	2	1	1	1	1
SP	11	8	5	10	14	10
Aantal hits partijen	6.074	6.014	5.577	995	569	19.229

Concluderend betekent dat het volgende: als het om de aandacht voor alle actoren gaat, is de inhoud van de kranten meer toespitst op de politieke partijen en de regering (65%) dan op berichten op de Marokkaanse websites (41%). De websites leggen veel meer nadruk op allochtone en autochtone radicale actoren (samen 23%) dan de dagbladen (samen 4%). Als het om de aandacht voor politieke partijen gaat, blijkt dat rechtse partijen en met name de anti-immigratiepartijen sterk domineren in zowel het krantennieuws als op het web. De websites richten zich wat meer op de anti-immigratiepartijen, maar hebben tegelijk ook meer aandacht voor linkse partijen.

Samenhang tussen agenda's

In tabel 6.12 is de samenhang tussen de agenda's van alle onderzochte media in de vorm van correlaties tussen de agenda's weergegeven. De analyse is ook hier beperkt tot de periode waarin alle media beschikbaar zijn, namelijk van oktober 2007 tot en met november 2008. Om een indruk te krijgen van de samenhang tussen de agenda's zijn correlaties berekend tussen de kolommen voor elk van de tabellen 1 tot en met 4. Echter, om vast te stellen of *fluctuaties* in de agenda ook samenhangen, is telkens per maand een tabel berekend (voor elk van de 15 maanden één tabel). Vervolgens zijn deze 15 tabellen onder elkaar geplaatst en de correlaties tussen de kolommen berekend (op dit zogenaamde gepoolde bestand). Om te voorkomen dat issues en actoren die weinig aandacht krijgen (minder dan 5%) het beeld sterk beïnvloeden, zijn deze buiten de analyse gehouden. Van de websites zijn alleen de webfora meegenomen, omdat hier de inhoud per maand in het archief van de websites is te vinden (dat geldt niet voor het nieuws op deze sites). Geen samenhang wordt uitgedrukt met een waarde van de correlatie 0, hoe dichter bij de 1 hoe meer positieve samenhang er is, en richting -1 impliceert een negatieve samenhang.

Tabel 6.12: Samenhang totale agenda's kranten en fora uitgedrukt in correlaties.

	Volks- krant	NRC	Tele- graaf	AD	Sp!ts	Metro	Pers	Marokk o.nl	Maroc.n l	Maghre b.nl	Lokum. nl
Volkskrant	1.00										
NRC	0.73	1.00									
Telegraaf	0.66	0.64	1.00								
AD	0.60	0.60	0.64	1.00							
Sp!ts	0.61	0.59	0.47	0.58	1.00						
Metro	0.54	0.51	0.60	0.55	0.50	1.00					
Pers	0.66	0.59	0.61	0.55	0.58	0.57	1.00				
MarokkoNL	0.42	0.34	0.34	0.31	0.34	0.39	0.31	1.00			
MarocNL	0.36	0.23	0.11	0.05	0.18	0.20	0.12	0.46	1.00		
MaghrebNL	0.46	0.35	0.39	0.38	0.38	0.41	0.41	0.77	0.43	1.00	
LokumNL	0.29	0.35	0.26	0.29	0.31	0.25	0.20	0.38	0.51	0.46	1.00

Toelichting: Een correlatie drukt de kracht van een verband tussen twee variabelen uit op een schaal van -1 (perfect negatief verband) tot +1 (perfect positief verband). De inhoud van de Volkskrant hangt bijvoorbeeld het sterkst samen met die van het NRC (+0.73) en het zwakst met het Turkse forum Lokum.nl (+0.29).

De samenhang tussen de agenda's biedt een antwoord op de vraag naar de aard van de inhoud van de nieuwsmedia en hoe deze doorwerkt op (moslim)jongeren. De samenhang tussen de kranten onderling maakt in de eerste plaats duidelijk of deze nieuwsmedia met één stem spreken, of dat de nieuwsagenda's die moslimjongeren tegenkomen verschillen per geraadpleegde krant. Naarmate verschillende nieuwsmedia meer hetzelfde verhaal vertellen over een kwestie, zal de invloed van deze media waarschijnlijk groter zijn. Bijvoorbeeld, als de film *Fitna* in de helft van de media veel aandacht krijgt en in de andere helft niet, dan kan dit voor degenen die deze media gebruiken het belang van een dergelijk issue relativeren, omdat het de subjectiviteit van nieuwsselectie zichtbaar maakt. Tot slot maakt de samenhang tussen kranten en webfora duidelijk in hoeverre moslimjongeren reageren op dit nieuws of hoe het nieuws de discussie van allochtonen volgt, maar dat laatst komt in de regel minder voor. Uit de cijfers blijkt dat de kranten duidelijk elkaars agenda volgen. Dat geldt het sterkst voor de *Volkskrant* en het *NRC Handelsblad* en wat minder voor de 'free dailies'.

De Marokkaanse en Turkse online webfora hangen onderling minder samen qua onderwerpen dan de kranten onderling. De overlap tussen de agenda's is het grootst tussen *Marokko.nl* en het andere Marokkaanse forum *Maghreb.nl*. De agenda van het Turkse *Lokum.nl* hangt ook duidelijk samen met die van de Marokkaanse fora, wat impliceert dat deze groep Turkse allochtonen op een gelijksoortige manier reageren op de ontwikkelingen in het nieuws als de Marokkaanse webgebruikers.

De mate waarin de discussies op de fora correleren met het debat in de kranten geeft een indruk van hoe sterk de discussie onder (moslim)jongeren op het web is verbonden met het publieke debat in de nieuwsmedia, ofwel hoe sterk ze zijn geïntegreerd in het publieke debat. De agenda's van de dagbladen en de webfora hangen duidelijk met elkaar samen; het verband is bijna even sterk als tussen de fora onderling.

De aandacht voor onderwerpen en actoren op de Marokkaanse sites komt het meeste overeen met, opvallend genoeg de *Volkskrant*. Dat is vreemd, omdat de gratis kranten veel meer worden gelezen

door Marokkaanse en Turkse jongeren. Een verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat voor deze jongeren het televisienieuws veel belangrijker is en dat dit televisienieuws meer overlapt met het nieuws uit *de Volkskrant* dan met het nieuws uit de veel gelezen *Sp!ts* en *Metro*. *Maghreb.nl* en *Marokko.nl* tonen de meeste samenhang met de media-agenda. Voor het Turkse *Lokum.nl* is deze samenhang het kleinst.

Radicalere inhoud

Als laatste stap in deze analyse wordt onderzoeksvraag 9 beantwoord: Volgen Nederlandse moslimjongeren mediaberichten met een extremistische inhoud? Zo ja, via welke berichtgevingen gebeurt dit en wat is de inhoud van deze berichtgevingen? De ideologische positie van de media zal voor deze analyse worden uitgedrukt in de aandacht voor de meer radicale issues en actoren in verhouding tot de aandacht voor de overige issues en actoren. Onder radicalere actoren worden hier verstaan: rechtse extremisten, moslim-extremisten en anti-immigratiepolitici. Op een zelfde manier als in een aantal eerder gepresenteerde figuren en tabellen is hier berekend hoeveel procent van de aandacht voor alle actoren gaat naar deze radicalere groep. Van de issues wordt alleen terrorisme als extreem getypeerd en op dezelfde manier als voor de actoren is berekend hoeveel procent van de aandacht voor alle issues gaat naar terrorisme. Ook issues als eerwraak of vrouwenbesnijdenis kunnen als meer radicaal worden getypeerd, maar deze zijn hier buiten beschouwing gelaten omdat terrorisme het enige issue is waar de onderzochte media in de onderzochte periode substantieel aandacht aan besteden.

In tabel 6.13 is te zien dat *NRC Handelsblad* het minste aandacht schenkt aan radicalere actoren. Het zijn met name het *AD* en de gratis kranten *Sp!ts* en vooral *De Pers* en *Metro* die berichten over deze groep. Het merendeel van de aandacht gaat in de onderzochte periode, mede dankzij *Fitna*, uit naar de PVV. Het lang volgehouden redactiebeleid van het *NRC Handelsblad* om terughoudend te zijn in de aandacht voor *Fitna* komt hier duidelijk tot uiting. Wat betreft radicale issues, berichten *AD*, *Sp!ts* en *Metro* ook relatief vaker over terrorisme.

In vergelijking met de kranten wordt op de Marokkaanse fora meer aandacht aan de radicalere actoren besteed, maar veel minder aan terrorisme (tabel 6.14). *Maghreb.nl* schenkt 32% van de aandacht voor actoren aan de radicalere organisaties en personen, gevolgd door *Marokko.nl* met 27%.

Op de Turkse sites *Lokum.nl* en *Turksnieuws.nl* wordt beduidend minder aandacht geschonken aan radicalere actoren en issues, zelfs veel minder dan in de kranten. Terrorisme krijgt hier echter weer meer aandacht dan op de Marokkaanse sites. *Al-Yaqeen* staat van alle media het meest los van de politieke discussie en richt zich als enige sterk op de islamitische radicale allochtone ideologen.

Tabel 6.13: Aandacht voor extreme issues en actoren in de kranten tussen oktober 2007 en 2008 (percentage hits).

	Volks- krant	NRC	Tele- graaf	AD	Sp!ts	Metro	Pers	Krant totaal
LPF	1	1	1	1	0	1	3	1
PVV	10	7	12	13	16	17	11	12
TON	5	4	7	7	5	6	12	7
Anti-immigratie partijen	0	1	0	1	0	0	1	0
autochtone radicalere ideologen	1	1	1	1	1	1	1	1
buitenlands extreem rechts	0	0	1	0	0	0	0	0
autochtone extremisten	1	1	1	1	1	2	1	1
allochtone radicalere ideologen	0	1	0	0	0	1	0	0
allochtone extremisten	0	0	0	1	1	3	1	1
percentage radicalere actoren	19	15	23	26	25	32	31	24
percentage extreme issues (terrorisme)	19	21	24	27	28	26	24	24

Tabel 6.14: Overzicht extreme issues en actoren op de webfora tussen oktober 2007 en 2008 (percentage hits).

	Marokko. nl	Maroc.nl	Maghreb.nl	Lokum.nl	TurksNieuws.nl	AlYaqeen.c om	Web totaal
LPF	1	2	1	0	1	1	1
PVV	10	4	19	7	7	3	8
TON	1	0	1	1	1	1	1
Anti-immigratie partijen	0	1	0	2	1	2	1
autochtone radicalere ideologen	2	2	1	1	1	1	1
buitenlands extreem rechts	1	1	0	0	0	0	0
autochtone extremisten	7	7	5	4	1	1	4
allochtone radicalere ideologen	2	6	1	0	0	54	11
allochtone extremisten	3	2	2	0	0	0	1
percentage radicalere actoren	27	24	32	15	11	63	29
percentage extreme issues (terrorisme)	11	13	12	14	16	3	12

Samenvatting.

De tweede, automatische inhoudsanalyse vergelijkt de focus en aandacht voor extremere inhoud voor een serie dagbladen en websites. De agenda's van zeven kranten (*NRC Handelsblad, de Volkskrant, Algemeen Dagblad, Telegraaf, Pers, Metro* en *Sp!ts*) en zes websites (*Marokko.nl, Maroc.nl, Maghreb.nl, Lokum.nl, TurksNieuws.nl* en *AlYaqeen.com*) zijn onderling vergeleken voor een periode van 15 maanden (van eind 2007 tot en met 2008).



Hoewel er een aantal interessante verschillen zijn, hebben de zeven onderzochte dagbladen een vergelijkbare *focus*. Wat de actoren betreft wordt die agenda gedomineerd door de regering, de politieke partijen en de overheid. Qua inhoudelijke onderwerpen wordt er in volgorde van belang veel bericht over terrorisme, islam, criminaliteit en de conflicten in Irak, Afghanistan en Israël. Deze verdeling houdt uiteraard ook verband met de onderzochte periode (van oktober 2007 tot en met december 2008), waarin onder meer Wilders zijn film *Fitna* lanceert. Voor alle kranten geldt ten aanzien van het issue immigratie en integratie een voorkeur voor nieuws over rechts georiënteerde partijen. Dat geldt vooral voor de *Metro*, het *AD*, *De Pers* en *De Telegraaf*. De agenda's van de kranten hangen gedurende de onderzochte 15 maanden sterk met elkaar samen (m.a.w. vertonen grote overlap in de issues en actoren waarover zij per maand berichten).

De zes onderzochte websites waar vooral allochtone en moslimjongeren actief zijn, met name de Marokkaanse, besteden zeer veel aandacht aan de islam. Verder valt op dat Turkse sites zich sterk richten op de oorlog in hun buurland Irak en Marokkaanse allochtonen juist veel discussiëren over Israël. De agenda's van de onderzochte webfora hangen onderling minder sterk samen dan die van de kranten. Duidelijk is echter dat ook hun agenda's samenhangen, ondanks de verschillen in het profiel van elk forum.

De discussies op de webfora hangen eveneens samen met het nieuws in de kranten. De correlaties tussen fora en kranten zijn wat zwakker dan die tussen de fora onderling of die tussen de kranten onderling, maar duidelijk is dat de online discussie wordt beïnvloed door de nieuwsmedia. Deze samenhang suggereert dat moslimjongeren zich met name druk maken over zaken en personen die in het nieuws centraal worden gesteld. Hun verhoogde aandacht voor Wilders (m.n. *Fitna*), Verdonk en Hirsi Ali zijn daar duidelijke voorbeelden van. Het blijkt ook dat sommige punten op de agenda van kranten meer genegeerd worden op de fora, terwijl andere juist overbelicht worden. Onderbelicht wordt bijvoorbeeld terrorisme, terwijl de islam sterk wordt overbelicht in vergelijking met het krantennieuws. Ook roept het conflict rond Israël veel discussie op op Marokkaanse fora.

Naast de *focus* (onderzoeksvraag 8) bieden de agenda's ook inzicht in de aandacht voor *extremere inhoud* (onderzoeksvraag 9). De landelijk dagbladen (ofwel betaalde kranten) besteden relatief weinig aandacht aan extremere actoren (zoals de meer radicale ideologen/partijen en de extremisten) en extreme issues (terrorisme). Het *Algemeen Dagblad* en *De Telegraaf* scoren wat hoger op dit punt, maar vooral de 'free dailies' besteden veel van hun aandacht aan extreme inhoud (tot bijna 30%). De gratis kranten besteden relatief gezien de meeste aandacht aan extreme inhoud en aan rechtse (populistische) partijen, op korte afstand gevolgd door het *AD*. De betaalde kranten hebben een bredere focus als het om politieke partijen gaat, en *De Telegraaf* neemt hier een middenpositie in.

Het salafistische *Al-Yaqeen.com* besteedt als enige website veel aandacht aan extremere inhoud, namelijk aan salafistische ideologen. Afgaande op deze analyse besteden de overige webfora in vergelijking met de onderzochte dagbladen eerder minder dan meer aandacht aan extremere inhoud, vooral de geringere aandacht voor terrorisme valt op (zie de tabellen 6.13 en 6.14).

6.4 Handcodering veertien Nederlandse tv-programma's

Gehanteerde methode

Televisie mag niet ontbreken als het gaat om de rol van nieuwsmedia in de opinievorming van moslimjongeren. In de derde en laatste inhoudsanalyse wordt daarom bekeken hoe Nederlandse nieuwsprogramma's berichten over de islam en met name over de problemen met Marokkaanse jongeren in diverse wijken in de grote steden. Ten tijde van het onderzoek namen deze probleemjongeren een prominente plaats in op de agenda van deze tv-programma's. Dit bood een uitgelezen kans om na te gaan hoe over deze jongeren wordt bericht door te analyseren hoe en waarmee ze in het nieuws worden geassocieerd.

Tv-programma's moeten met de hand worden gecodeerd; dat is bewerkelijk en kostbaar. Daarom is ervoor gekozen om alleen die programma's met de hand te coderen die Nederlandstalig zijn en waarvan de teksten niet ook digitaal beschikbaar zijn. Een inperking tot Nederlandse televisieprogramma's is bovendien op zijn plaats omdat Nederlandse tv-programma's duidelijk het meest worden bekeken onder de doelgroepen (zie hoofdstuk 4). Het aantal programma's voor deze analyse is beperkt tot 14, waarbij van elk programma uit elk van de zeven weken één aflevering is geanalyseerd. Er zijn dus 14 keer 7 tv-programma's geanalyseerd, een totaal van 98, in de zeven weken tussen 2 oktober en 16 november 2008 (zie selectie van de programma's in bijlage B6.15). Vervolgens is vastgesteld voor elk item binnen de geselecteerde aflevering van het programma of het item relevant is voor dit onderzoek, dat wil zeggen of het gaat over onderwerpen zoals islam, allochtonen, immigratie, integratie, terrorisme, de oorlogen in Irak en Afghanistan, of conflicten tussen Israël en de Palestijnen of tussen het Westen en Iran (zie bijlage 6.22 voor de codeerinstructie met alle details).

De inhoud van de relevante items is vervolgens relationeel gecodeerd in de vorm van zogenaamde kernrelaties. Deze vorm van inhoudsanalyse is afgeleid van de NET-methode, wat staat voor Network Analysis of Evaluative Texts (zie Van Cuilenburg et al., 1986; De Ridder en Kleinnijenhuis, 2001). De gecodeerde kernrelaties bestaan uit positieve of negatieve affecties, acties of consequenties tussen actoren, issues, of actoren en issues. Een voorbeeld is de volgende uitspraak uit het *RTL Nieuws* van 2 oktober 2008: "*De Amsterdamse politie heeft vorige week vijf jonge Marokkanen opgepakt, die een filiaal van Albert Heijn hadden geterroriseerd.*" Hierin zitten meerdere negatieve relaties tussen actoren en één issue. Ten eerste de *politie* met een negatieve actie (oppakken) tegenover *Marokkanen*. Daarnaast *Marokkanen* bedreigen *burgers*. Bij een uniek object, zoals '*filiaal AH*', wordt het object genomen dat er het dichtst bij ligt. In dit item ging het feitelijk om bedreigingen richting personeel en daarom is het object '*filiaal*' gecodeerd als '*burgers*'. De derde betreft de relatie tussen *Marokkanen* en het issue *criminaliteit* (terroriseren). De issues en actoren die iets doen of zeggen zijn als *subject* van de kernrelatie gecodeerd, de issues en actoren die de handeling ondergaan of tegen wie iets wordt gezegd zijn gecodeerd als *object*. De relatie tussen *object* en *subject* heeft een *richting* (Marokkanen doen iets richting burgers), en ook een *lading* (er wordt bedreigd). Ook deze lading is per kernrelatie gecodeerd. Positieve relaties zijn gecodeerd met 1, enigszins positieve met 0.5, neutrale met een 0, enigszins negatieve met -0.5, en negatieve met -1. Resultaten van deze manier van coderen kunnen als netwerken van positieve en negatieve relaties tussen objecten worden weergegeven. Hieronder zal de kern van het debat dan ook in enkele pijlenfiguren worden gevisualiseerd.

Het moet wel worden opgemerkt dat deze analyses niet representatief zijn voor 'het' televisienieuws, omdat deze gebaseerd is op een beperkte selectie nieuwsprogramma's voor een



periode van slechts zeven weken. Desalniettemin geeft de analyse wel een indruk van hoe een onderwerp, zoals de problemen met bepaalde groepen Marokkaanse jongeren, inhoudelijk wordt opgepakt door journalisten. Deze analyse vormt ook een interessante aanvulling op de eerdere inhoudsanalyses omdat hier niet alleen de hoeveelheid aandacht wordt gemeten, maar ook de toon van het nieuws. Dat maakt duidelijk hoe negatief de publiciteit over allochtonen en moslims kan zijn en hoe een eenduidige framing van het nieuws de basis biedt voor dergelijke negatieve evaluaties.

De visuele staart van 'Gouda'

De staart van 'Gouda'. Met die woorden kan de aandacht op tv voor allochtonen en de islam worden getypeerd in de periode tussen begin oktober en half november 2008. Op dat moment is net de eerste verontwaardiging achter de rug over jonge Marokkanen die in Gouda bussen bekogelden en chauffeurs intimideerden. Deze lokale gebeurtenis laat de problemen met Marokkaanse jongeren op de politieke en media-agenda stijgen. Er ontstaat een behoefte om de problemen in beeld te brengen aan de hand van soortgelijke incidenten met Marokkaanse jeugd. Dat is te zien aan hoe het onderwerp zich verbreedt in de dagelijkse nieuwsprogramma's. Verslaggevers bezoeken wijken in andere steden en berichten over criminaliteit en andere problemen die worden veroorzaakt door jonge Marokkanen. Burgemeesters kondigen aan daadkrachtig op te treden tegen de probleemjongeren en hun ouders. Burgers klagen en er wordt een 'top' georganiseerd om de problemen op landelijk niveau met de verantwoordelijke bewindslieden te bespreken. Vanwege de overweldigende aandacht voor dit issue stellen we dit centraal in deze paragraaf over hoe moslims, islam en allochtonen in de tv-programma's naar voren worden gebracht.

Hoe centraal het thema immigratie en integratie binnen de onderzochte periode in het nieuws staat, blijkt uit de cijfers. De 560 items die in kaart zijn gebracht gingen voornamelijk over de kredietcrisis en de Amerikaanse presidentsverkiezingen. Slechts een smaldeel van 41 (iets meer dan 7 procent) ging over immigratie en integratie. Deze 41 items staan centraal in de rest van deze analyse. De verdeling van de aandacht binnen deze 41 items over issues en actoren is weergegeven in tabel 6.15 (zie voor de verdeling per medium de bijlagen tabel B6.16 en B6.17). Zo'n 38 procent van de aandacht in dit nieuws gaat naar het issue criminaliteit van allochtonen ofwel de problemen rond overwegend Marokkaanse jongeren.

De maatregelen tegen overlast (7 procent) kunnen bij de 38 procent worden opgeteld. Van alle gecodeerde relaties over criminaliteit van allochtonen komt een belangrijk gedeelte voor in de dagelijkse nieuws- en actualiteitenprogramma's zoals *Nova* (34 procent), *RTL Nieuws* (20 procent), *NOS Journaal* (14 procent), *Hart van Nederland* (14 procent) en *Netwerk* (11 procent).

Voor de overige issues geldt dat deze versnipperd aandacht krijgen. Na de overlast in Gouda krijgen islam, integratie en terrorisme de meeste aandacht. Bijvoorbeeld in nieuws over de veroordeling van de vermeende terrorist Samir A. en medeverdachten, maar ook een achtergronditem in het *NOS Journaal* over de toenemende radicalisering van jonge moslims op het platteland van India. De overige politieke issues gaan vooral over de bemoeienis door de Marokkaanse overheid; de koning zou spionnen en andere middelen inzetten om meer grip te krijgen op de Marokkaanse gemeenschap in Nederland.

Onder conflict in, en met, moslimlanden (6 procent) vallen meerdere subonderwerpen. Allereerst de militaire missie in Afghanistan die voornamelijk in *Buitenhof* wordt besproken in het kader van de effectiviteit van de gehanteerde militaire strategie. Daarnaast is er in een enkel item aandacht voor een Amerikaanse aanval op een grensdorp in Syrië, waarbij burgers zijn gedood.

Tabel 6.15: Aandacht voor issues en actoren.

<i>Issues</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
Criminaliteit onder allochtonen	31	38
islam	9	11
Integratie	8	10
Terrorisme	7	9
Overige politieke issues	7	9
Maatregelen tegen overlast	6	7
Conflict in/met moslimlanden	5	6
Emancipatie/verhouding man-vrouw	4	5
Extreme ideologie	2	2
Religie overig	1	1
Sociale zekerheid	1	1
Overig	1	1
Totaal	82	100

<i>Actoren</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
Overige actoren	67	19
Moslims	54	15
Regering	41	11
Allochtone probleemjongeren	39	11
Lokale politici/gemeentebestuurders	37	10
Politie/justitie	36	10
Allochtonen overig	35	10
Burgers	28	8
Overige landelijke politici en partijen	14	4
Belangenorganisaties	6	2
Andere gelovigen	2	1
Totaal	359	100

Het merendeel van de items over islam en allochtonen heeft een binnenlandse focus (75 procent). Dit lijkt op het ‘normale’ nieuwsbeeld. Nationale gebeurtenissen trekken altijd meer aandacht omdat ‘nabijheid’ voor een belangrijk deel de nieuws waarde van een item bepaalt. Niettemin kan een deel van de focus op binnenlands nieuws ook worden toegeschreven aan de belangstelling voor Marokkaanse probleemjongeren.

Samenhangend met dit issue springt eruit dat vooral actoren zoals de regering, gemeenten, allochtone probleemjongeren (overwegend Marokkanen), burgers en politie en justitie een kerngroep vormen van actoren in het nieuws (zie het actoren-deel onder in tabel 6.15). Zij spelen een belangrijke rol in de verhalen die vallen onder ‘de staart van Gouda’. Moslims komen vooral voor binnen de overige thema’s als terrorisme en islam. Deze issues krijgen echter niet zoveel aandacht als ‘criminaliteit en allochtonen’. Daarom wordt in de volgende paragrafen nader geanalyseerd hoe Marokkaanse jongeren en overige centrale actoren in dit nieuws voorkomen.

Het lokale, negatieve kader van het Marokkanendebat: relaties tussen actoren

Het ‘Marokkanendebat’ krijgt binnen de onderzochte periode relatief veel aandacht van journalistieke tv-programma’s, maar belangrijker is de vraag hóé het verhaal wordt verteld. Hoewel door de kleine steekproef nadrukkelijk niet kan worden gesteld dat het ene programma negatiever of mogelijk eenzijdiger bericht dan een ander, kan er tot op zekere hoogte wel een indicatief, inhoudelijk beeld worden geschetst van de weergave van de actualiteit in het televisienieuws.

Dankzij de gebruikte analysemethode waarbij de nieuwsinhoud is gecodeerd als positieve en negatieve relaties tussen actoren (bijvoorbeeld politici, gemeenten, politie, allochtonen) kan de inhoud van alle items worden gevisualiseerd in één beeld. Figuur 6.7 geeft alle kernrelaties weer tussen actoren die worden genoemd en aan het woord komen in de berichtgeving over de overlast op straat door met name Marokkaanse jongeren. Elke pijl in de figuur representeert drie elementen: 1) welke actoren (als subject) iets doen ten opzichte van óf zeggen over andere actoren (als object), 2) of dat positief (blauwe kleur) of negatief (rode kleur) is en 3) welke relaties vaak worden gelegd in het nieuws (de dikte van de pijl). Een dergelijk netwerk van relaties tussen actoren biedt handvaten om na te gaan hoe kijkers van houding veranderen in reactie op het nieuws. In dit geval laat het bijvoorbeeld zien welke actoren kritiek hebben op allochtone jongeren en op welke manier die kritiek wordt opgebouwd. Dit netwerk van relaties wordt in deze paragraaf stapsgewijs beschreven.

De dikte van de pijlen geeft weer hoe vaak actoren met elkaar in verband worden gebracht. Rond de allochtone probleemjongeren, die duidelijk centraal staan in het netwerk, bevindt zich namelijk een opvallend cluster van relaties. Gemeenten, burgers en politie worden het vaakst direct in verband gebracht met de jongeren. Opvallend is de ondergeschikte rol van landelijke politici in dit nieuws. Waar rechtse Tweede-Kamerleden doorgaans veel als journalistieke bron worden aangehaald bij dit soort onderwerpen – zij zijn als het ware eigenaar van het issue (zie Kleinnijenhuis et al., 2007) – komen fractiewoordvoerders in het debat over Marokkaanse probleemjongeren slechts zijdelings aan bod. Dit geldt ook voor de verantwoordelijke bewindslieden (‘regering’ in de figuur).

Een eerste conclusie is dat het issue Marokkaanse probleemjongeren in dit opzicht duidelijk wordt gedepolitiseerd in de onderzochte tv-programma’s. Dit komt niet alleen omdat het om lokale problemen gaat – Wilders stelt deze problemen vaak aan de orde – maar lijkt ook te komen doordat ‘Gouda’ in de weken ervoor al uitgebreid van politieke reacties is voorzien in Kamerdebatten over de kwestie. Journalisten kiezen in de gecodeerde nieuws- en achtergronditems na ‘Gouda’ vooral voor een consequent lokaal kader waarbinnen de informatie wordt gepresenteerd. Ze gaan met de camera de wijk in en inventariseren lokale gevoelens.

Hier sluit ook de tweede concluderende typering van het nieuws aan: de actoren hebben een bijna prototypische – dat wil zeggen: vaste – rol in het verhaal. Het zijn burgers die slachtoffer en aanklager zijn als ze voor de camera duidelijk omschrijven hoe één groep hun leefomgeving verpest en zij eisen actie tegen deze groep. De overheid treedt op: burgemeesters kondigen harde, repressieve maatregelen aan tegen de jongeren en de politie handhaaft. Overigens worden de Marokkaanse en voor een klein deel Turkse probleemjongeren wel vaak genoemd, maar komen ze amper zélf aan het woord. Hun rol is in dit opzicht passief. Ze worden vaak door anderen een etnische groep genoemd: iets minder dan 90 procent wordt uitdrukkelijk als Marokkaan gelabeld en minder dan 1 procent als Turks. Met name hoe ze andere burgers zouden intimideren komt aan bod in het nieuws (in figuur 6.7 de dikke pijl vanuit de jongeren naar burgers).

Een voorbeeld van dit typerende rollenpatroon is een item uit *Hart van Nederland* van 8 oktober 2008. Daarin vertellen geërgerde autochtone buurtbewoners in Hilversum voor de camera tegen

welke overlast ze dagelijks aanlopen. Amateuropnamen illustreren hun *soundbites*: Marokkaanse tieners, waarvan sommige volgens de *voice over* vaak niet veel ouder zijn dan elf of dertien jaar, slaan in een speeltuintje een kinderfietsje krom tegen de straatstenen en slenteren intimiderend door de wijk met capuchon over het hoofd getrokken. Ze zouden, aldus de buurtbewoners, met messen op zak lopen en passanten bedreigen. Meerdere items van verschillende programma's benaderen in de montage en selectie van bronnen het geschetste probleem op deze manier.

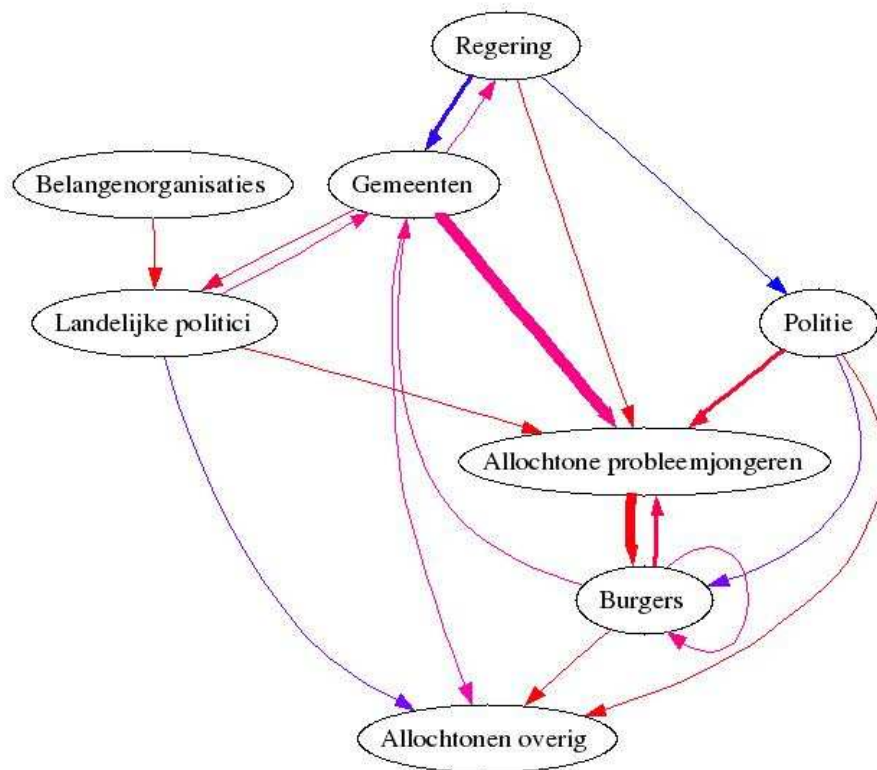
Die vaste rolverdeling voor de actoren spreekt ook uit de hoofdzakelijk negatieve richting van de kernrelaties, een derde concluderende typering van dit nieuws. Het gaat in veel gevallen over het 'intimideren' en daarna het 'aankpakken' van actoren. Veel items belichten de actie die overheidsactoren nemen tegen de jongeren of aan welke vorm van criminaliteit en overlast de groepen Marokkanen zich schuldig maken. Aan de hand van enkele voorbeelden uit bijvoorbeeld het *RTL Nieuws* van 2 oktober 2008 zullen de relaties uit Figuur 6.7 meer inhoudelijk worden geïllustreerd.

Aldus staan allochtone probleemjongeren centraal in de discussie, maar worden ze hoofdzakelijk door anderen met negatieve labels benoemd. De intro op het item uit het *RTL Nieuws* over 'een groep Marokkaanse jongens' die uit een Amsterdamse supermarkt heeft gestolen en later de medewerkers met de dood heeft bedreigd, verwoordt al veel negatieve relaties van en naar de allochtone jongeren in figuur 6.7. *"Eerst een brutale roofoverval op een supermarkt en daarna nog eens het personeel met de dood bedreigen"*, opent nieuwslezer Suzanne Bosman. Haar collega Rick Nieman vult direct aan: *"De Amsterdamse politie heeft vorige week vijf jonge Marokkanen opgepakt, die een filiaal van Albert Heijn hadden geterroriseerd."* Zinsneden als 'brutale', 'daarna nog eens' of het voltooid deelwoord 'geterroriseerd' accentueren de negatieve lading van de kernrelaties tussen de expliciet als Marokkanen aangeduide daders, de medewerkers/burgers en de politie (zie de rode pijlen tussen deze actoren). Vervolgens worden de reacties gemeld van de belangenvereniging die maatregelen van politici verlangt (rode pijl naar landelijke politici) en verbouwwoerde buurtbewoners (rode pijl van burgers naar de allochtone probleemjongeren). Bosman: *"De organisatie van supermarkten is geschokt en slaat alarm. De overheid moet de veiligheid van de medewerkers garanderen, vinden ze daar. [korte pauze] En de buurt, die baalt."* Deze verhaalelementen komen, conform journalistieke vormeisen, in de bijbehorende reportage uitgebreider terug. Na deze intro opent het item met de zin waarin de verslaggever melding maakt van een "plundering" door acht Marokkaanse jongeren. Een politiewoordvoerder vertelt meer in detail wat de jongens exact hebben gedaan en dat vijf van hen enkele dagen later zijn aangehouden. Daarop volgend is er ruimte voor reacties van enkele buurtbewoners. Een oudere, autochtone burger stoort zich aan het feit dat de jongens de sfeer in zijn woonomgeving verzieken. *"Je hebt prachtig mooie woningen hier. Alles wat je hartje begeert"*, stelt hij, *"maar ja, het kan verpest worden door een bepaald soort mensen."* De branchevereniging van supermarkten eist tot slot dat de overheid optreedt.

In andere programma's wordt ook deze verhaalstructuur aangewend, maar is er nadrukkelijker ook de rol van de handhavende gemeente. Verschillende nieuws- en achtergrondrubrieken gaan met een burgemeester op pad door de bewuste wijken. *Netwerk* volgt op 22 oktober 2008 Cees van der Knaap, burgemeester van Ede, door een wijk waar de meerderheid allochtoon is. De burgemeester kijkt in de openingsshots van het item neer op uitgebrande autowrakken als tastbaar resultaat van de overlast. Hij vraagt zich retorisch af of gemeenten niet meer bevoegdheden en ondersteuning van het Rijk moeten krijgen om de overlast "de kop in te drukken" (pijl van gemeente naar regering en de probleemjongeren).

Aansluitend geeft de verslaggever meer achtergronden onder illustrerende *shots* van het normaal gesproken rustieke, Veluwe Ede met draaiende molens en vele kerken. Daarna springt het beeld als contrast over naar de overwegend allochtone wijk Veldhuizen met zijn grijzige flats, schotels aan de balkons en van enige afstand gefilmd een groep allochtone jongeren die ‘hangt’ in het park. De commentaarstem meldt ondertussen dat de buurt al jaren “in de greep” leeft van “een groep probleem-Marokkanen die de bewoners terroriseert”. Na dit lokale beeld volgt een langer interview met Van der Knaap op de achterbank van zijn dienstauto onderweg naar Den Haag, waar overleg wordt gevoerd tussen burgemeesters en de verantwoordelijke ministers. Andere nieuws- en achtergrondprogramma’s schenken eveneens uitgebreider aandacht aan dit overleg tussen burgemeesters en ministers. Op deze ontmoeting spreken de verantwoordelijke ministers Ter Horst (Binnenlandse Zaken) en Hirsch Ballin (Justitie) hun steun uit voor de gemeenten met problemen, dat is ook duidelijk te zien aan de blauwe pijl in figuur 6.7 (van regering naar gemeenten). Ter Horst spreekt bijvoorbeeld nadrukkelijk over de gemeenten en hun aanpak van de problemen (dat vertaalt zich in de wat dikkere blauwe pijl van regering naar gemeenten en in mindere mate naar politie), maar benoemt – opvallend genoeg – de jongeren slechts in een enkele zin en bovendien niet expliciet als Marokkaan (de dunne, rode pijl van regering naar de allochtone probleemjongeren).

Wanneer figuur 6.7 nog eens in zijn geheel wordt bekeken, valt op dat drie typerende verhaalelementen terugkomen in de berichtgeving als alleen naar de relaties tussen de betrokken actoren wordt gekeken. Ten eerste het lokale perspectief: de landelijke politiek komt nauwelijks aan het woord komt in deze kwestie. Ten tweede de prototypische rol voor elke actor, waarbij de jongeren vooral door de verslaggevers en burgemeesters expliciet met etniciteit worden aangeduid. Ten derde bevat het nieuws hoofdzakelijk negatieve kernrelaties die vooral over het aanpakken van de jongeren of het intimideren van burgers gaan. Hoewel maatschappelijke problemen als regel verdeeldheid veroorzaken over oorzaken en oplossingen, ontbreekt die hier vrijwel geheel; er is weinig nuancering. Nadere netwerk analyses op deze data m.b.t. thema’s zoals terrorisme leveren soortgelijke karakteristieke nieuwsframes op. Daarbij ligt de nadruk op de gevolgen van de daden van islamitische terroristen voor burgers, de verrichtingen van opsporingsdiensten en de reacties van bewindsliden. Vanwege de kleine aantallen waarin dergelijke thema’s aan bod komen, zijn deze schema’s weggelaten. Visualisaties zoals in figuur 6.7 laten niet alleen zien met wie en met wat allochtonen in verband worden gebracht, maar laat ook het netwerk van positieve en negatieve relaties zien. Het resultaat bevestigt en legitimeert uiteindelijk het beeld dat allochtone jongeren problemen veroorzaken en dat iedereen kritiek op ze heeft.

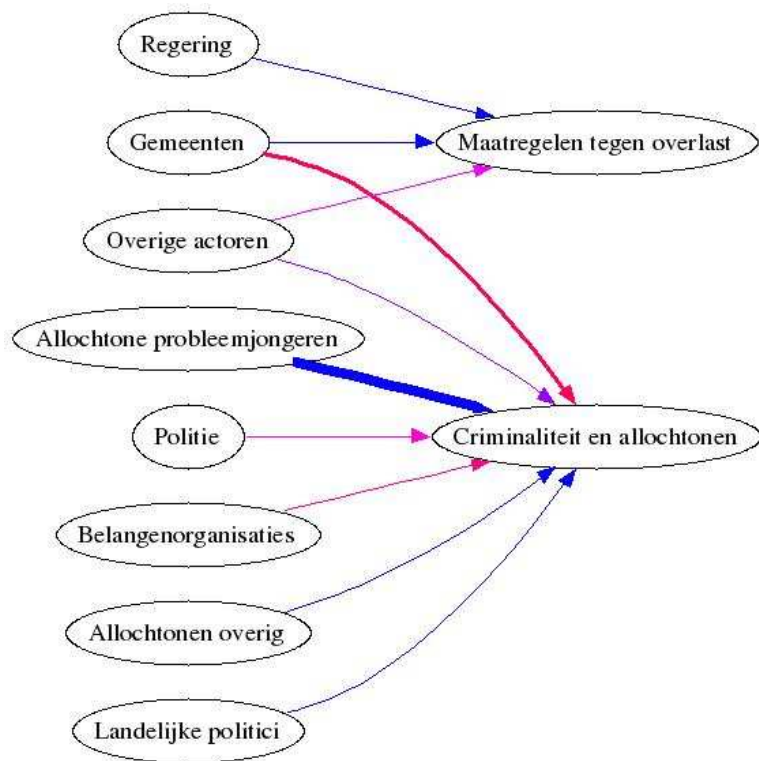


Figuur 6.7: Positieve (blauwe) en negatieve (rode) relaties tussen actoren (N = 50 gecodeerde kernrelaties).

Constateren en optreden: issuestandpunten van actoren

Naast de relaties tussen actoren is ook de houding van actoren ten opzichte van issues gecodeerd (zie figuur 6.8). Het gaat dan bijvoorbeeld om een burgemeester die aankondigt bepaalde maatregelen te treffen om de criminaliteit te beperken. Dit is gecodeerd als een positieve relatie tussen ‘gemeente’ en ‘maatregelen tegen overlast’ (een blauwe pijl), omdat de gemeentebestuurder vóór is. Methodologisch geformuleerd: de actor doet iets gunstigs ten opzichte van het genoemde issue of draagt eraan bij. Dit kan uiteraard ook in omgekeerde, negatieve zin (een rode pijl). Daarnaast gaat het niet alleen om expliciete standpunten van actoren zelf, het kan ook om associaties tussen bijvoorbeeld jongeren en criminaliteit gaan die door anderen worden genoemd. Figuur 6.8 bevat alle issuestandpunten in het ‘Marokkanendebat’ zoals dat wordt gepresenteerd in alle onderzochte tv-programma’s samengenomen. Het laat zien hoe de betrokken actoren reageren op de overlast en criminaliteit.

Binnen het overkoepelende thema staan de ‘maatregelen tegen overlast’ en ‘criminaliteit onder allochtonen’ centraal. De standpunten van actoren zijn helder; ook hier is een duidelijk afgebakende en contrasterende rolverdeling zichtbaar. Gemeenten en de verantwoordelijke ministers kondigen maatregelen tegen de overlast aan (blauwe pijl naar de maatregelen) en bovendien laten politie (en burgemeesters) duidelijk weten dat het afgelopen moet zijn met de criminaliteit en overlast in de buurten (dikke rode pijl naar issue criminaliteit). Daar tegenover staan de allochtone probleemjongeren. Zij dragen fors bij aan het thema criminaliteit en daar is de meeste aandacht voor. Deze relatie is als positief gecodeerd, omdat de jongeren zorgen voor meer criminaliteit (methodologisch vertaald: ze doen iets gunstigs ten opzichte van criminaliteit, waardoor die toeneemt). Het gaat duidelijk om een negatieve beeldvorming.



Figuur 6.8: Positieve en negatieve relaties tussen actoren en issues (N=32 gecodeerde kernrelaties).

Het vrij vastomlijnde kader waarbinnen het verhaal inhoudelijk wordt verteld, is goed te duiden langs twee lijnen. Eerst wordt er veelvuldig *geconstateerd*: allochtone jongeren maken zich schuldig aan kleine criminaliteit en er zijn sociale spanningen in de wijken. Deze constatering wordt gevolgd door *optreden*: politici kondigen maatregelen aan om de overlast in te dammen, gezinnen van de jongeren moeten worden geholpen (en als ze weigeren wordt er gekort op een eventuele uitkering of de voogdij ontnomen), jongens die ‘te redden zijn’ verdienen een kans en de harde kern binnen de hanggroepen kunnen rekenen op een strenge aanpak. Ook met betrekking tot de issuestandpunten zijn er duidelijke rollen, is een kenmerkend frame aanwezig en heerst gelijkgestemdheid tussen de programmamakers.

Extreme inhoud

De nadruk op extreme inhoud en radicalere actoren (t.b.v. onderzoeksvraag 9) zijn vervolgens in kaart gebracht voor de tv-programma's. In de onderzochte zeven weken stond het issue ‘overlast op straat’ centraal en de nadruk in dit nieuws lag op lokale actoren. De meting van extreme inhoud is echter uitsluitend gebaseerd op de aandacht voor terrorisme en de aandacht voor meer radicale politieke partijen. De analyse per televisieprogramma levert daarom nauwelijks bruikbare resultaten op (zie bijlage 6.20), maar op geaggregeerd niveau valt opnieuw het negativisme op. De aandacht voor allochtone probleemjongeren is zeer negatief. Deze jongeren worden vaak in negatieve toonzetting als Marokkaan gelabeld en met criminaliteit in verband gebracht.

Samenvatting

Omdat televisieprogramma's niet automatisch kunnen worden geanalyseerd, is deze *derde inhoudsanalyse handmatig* uitgevoerd voor een aantal Nederlandse televisieprogramma's die

moslimjongeren vaak volgen. Er zijn zeven weken nieuws geanalyseerd die de staart vormen van de nieuwsgolf over het geweld van Marokkaanse jongeren in Gouda. De codering van één aflevering per week van 14 programma's gedurende zeven weken illustreert hoe journalisten een bepaald frame kiezen om gebeurtenissen in te plaatsen. Deze selectie afleveringen is echter te klein om conclusies te trekken over nieuwsprogramma's in het algemeen en over eventuele verschillen tussen de onderzochte programma's. De analyses laten zien hoe het nieuws met grote eensgezindheid een simpele boodschap brengt, die erg negatief is voor allochtone jongeren. In deze periode werden de gebeurtenissen in het nieuws geframed als allochtone probleemjongeren die buurtbewoners 'terroriseren' en gemeenten die steun zoeken bij de landelijke overheid.

De analyse illustreert duidelijk hoe journalisten van verschillende media bij deze berichtgeving voor eenzelfde, vereenvoudigde probleemdefinitie kiezen, die de NOS (22 oktober) in eigen onderzoek presenteert onder de kop 'straatterreur'. Daarmee wordt bepaald welke actoren en issues relevant zijn en welke relaties er toe doen. Deze nieuwsgolf is ook een voorbeeld van de soms opvallend negatieve toon van het debat over moslimjongeren. Daarentegen komt het *Jeugdjournaal* in deze periode, als uitzondering, juist met een groot 'positief' item over het Suikerfeest.

Onderzoek naar nieuwseffecten laat zien hoe relaties tussen actoren en issues, zoals gepresenteerd in de 'netwerkplaatjes' hierboven, kunnen doorwerken op de oordeels- en meningsvorming van de kijker. Omdat er in het nieuws weinig verdeeldheid te zien is over de inhoud en interpretatie van de feiten, is het moeilijk voor autochtone kijkers (ook voor de goed geïnformeerde en hoger opgeleide consumenten van dit nieuws), om weerstand te bieden aan deze boodschappen. De strekking van de boodschap is simpel en negatief als het over allochtone jongeren gaat. Hoe zullen moslimjongeren op dit nieuws reageren? Er is veel nieuws over hun etnische groep en religie en deze berichtgeving wordt vrijwel geheel gedomineerd door het criminele en agressieve gedrag van een minderheid. Verwacht mag worden dat zij sterk betrokken zijn, zich in de hoek gezet voelen en dat ze zich actief verzetten tegen deze beeldvorming.

6.5 Samenvatting en conclusies

De eerste inhoudsanalyse in dit hoofdstuk biedt een eerste ruwe schets van het profiel van 48 door moslimjongeren veel gebruikte Nederlandse en buitenlandse nieuwsbronnen. Deze bronnen blijken royaal aandacht besteden aan ‘hard’ nieuws, dat wil zeggen aan berichten die niet gedomineerd worden door bijvoorbeeld sport en entertainment. In antwoord op onderzoeksvraag 8 (Wat is de focus van deze berichtgevingen?), kan gezegd worden dat de focus van de Nederlandse nieuwsmedia ligt op binnenlandse gebeurtenissen, in mindere mate op het buitenlandse nieuws en dat er ruim aandacht is voor politieke onderwerpen.

De tweede inhoudsanalyse brengt meer gedetailleerd de inhoud in kaart van zeven dagbladen en zes websites. Het nieuws in de dagbladen gaat voor een substantieel deel over moslims en allochtonen, over hun religie en hun etniciteit. Het gaat over de islam en over het gedrag van personen die de islam aanhangen, zoals de moslimjongeren in dit onderzoek. Er is dus veel aandacht voor hun identiteit, die met de tijd sterker gepolitiseerd wordt en een negatieve toonzetting heeft.

De derde inhoudsanalyse gaat in op de berichtgeving in televisieprogramma's en beslaat een periode van zeven weken waarin de overlast van Marokkaanse jongeren in Gouda centraal staat. Deze inhoudsanalyse illustreert hoe sterk nieuws zich kan concentreren op een specifieke framing van nieuwsfeiten. Daarbij valt de extreem negatieve toon van het debat over allochtonen en moslimjongeren op.

Op de webfora is te zien hoe met name Marokkaanse moslimjongeren reageren op deze stroom van eenduidige, simpele en negatieve berichten. De Marokkaanse jongeren, die in het nieuws keer op keer bij naam en in negatieve zin worden genoemd, reageren op het web ook veel sterker dan de jongeren van Turkse afkomst. In het volgende hoofdstuk gaan we na hoe de moslimjongeren zelf tegen deze media-inhoud aankijken en welke motieven zij hebben om bepaalde nieuwsmedia te volgen.

7. DIEPTE- EN FOCUSGROEP INTERVIEWS MET MOSLIMJONGEREN

Voor het beantwoorden van de onderzoeksvragen 10 en 11 naar de motivaties van de moslimjongeren voor hun specifieke mediagebruik en hun houding ten aanzien van bepaalde media, werd additionele data verzameld middels gesprekken met leden van de doelgroep. Hierbij werd gebruik gemaakt van individuele interviews en focusgroepen. Open interviews bieden de doelgroep de mogelijkheid om in eigen bewoordingen relevante processen te benoemen en om voorbeelden van eigen ervaringen toe te voegen. De leidende vragen voor dit deelonderzoek gaan over de motieven van moslimjongeren om bepaalde berichtgevingen in de nieuwsmedia te volgen, hoe zij tegen de media aankijken en wat zij vinden van de berichtgeving in diverse (nieuws)media.

7.1. Opzet en verantwoording

In totaal namen 41 jongeren (zowel scholieren als oudere jongeren) deel aan uitgebreide diepte-interviews en open focusgroep gesprekken. Wanneer interviews na afloop van uitgebreid survey-onderzoek plaatsvinden, zijn relatief kleine aantallen vaak voldoende om aanvullend verdiepend inzicht geven. De focusgroep gesprekken en de individuele diepte-interviews hadden hetzelfde doel en verliepen op vergelijkbare wijze, volgens een vooraf opgesteld schema.

Omdat in dit onderzoek met name het mediagebruik van moslimjongeren centraal staat, zijn de interviews speciaal op hen gericht (niet op de niet-moslimjongeren). Bij het selecteren van de respondenten is zoveel mogelijk gelet op een min of meer evenredige vertegenwoordiging van de doelgroep. Dit betekent dat zowel lager als hoger opgeleide jongeren, jongens en meisjes, verschillende leeftijden (16-26 jaar) en uit meerdere regio's van het land zijn vertegenwoordigd in deze steekproef moslimjongeren.

Het is bekend dat de bereidheid van moslimjongeren om deel te nemen aan een dergelijk onderzoek niet bijzonder groot is. Mede daarom konden niet te veel eisen worden gesteld aan de selectiecriteria en werd een redelijke geldelijke beloning in het vooruitzicht gesteld. Omdat het benaderen en interviewen van moslimjongeren een specialisme is, hebben we hierbij dankbaar gebruik gemaakt van de ruime expertise in de onderzoeksgroep van prof. dr. B. Klandermans en dr. J. van Stekelenburg aan de VU. De interviews werden gehouden in de periode november 2008 - januari 2009. In die periode vonden geen bijzondere gebeurtenissen plaats die tot een drastische verandering in de aard van de gesprekken en antwoorden zou hebben kunnen leiden.

7.1.1. Kenmerken deelnemers

Met 26 jongeren zijn gesprekken gevoerd in de vorm van een focusgroep. Dit waren kleine groepjes van 4 tot 6 personen (in 1 groepje waren 7 jongeren aanwezig). De gespreksduur varieerde van circa 1,5 uur tot 2,5 uur. Met één groep werd het gesprek zelfs op straat nog voortgezet met nog ruim een uur (maar dat is buiten de rapportage gehouden). Aanvullend is met 15 jongeren afzonderlijk een diepte-interview gehouden, dit persoonlijke één-op-één gesprek duurde ongeveer 1 uur. Over het algemeen verliepen de gesprekken zeer levendig en bleek de bereidheid tot een open gesprek groot. Meerdere geïnterviewden vroegen om een vervolggesprek en gaven hun betaling terug (we verzochten hen dan om het geld aan een goed doel te schenken).

De meesten van de in totaal 41 geïnterviewde jongeren geeft aan Moslim te zijn of de islam als geloofsovertuiging aan te hangen (33). Bovendien geeft het merendeel aan dat dit geloof voor



hem/haar heel erg belangrijk is.⁷⁰ Eén respondent heeft het antwoord op deze vraag onleesbaar doorgestreept (MBO, 19 jaar), één geeft aan agnost te zijn (HBO, 25 jr), één geeft aan katholiek te zijn (18 jr, VMBO), van twee respondenten is het antwoord onbekend (niets ingevuld) en drie respondenten geven aan geen geloofsovertuiging te hebben (15 en 16, VMBO, 18 jr MBO). De geïnterviewden variëren in leeftijd van 15 – 25 jaar en wonen in de (omstreken van) Amsterdam, Rotterdam, Den Haag, Utrecht, Haarlem, Hilversum, Naarden, Nijmegen en Zwolle. De meesten hebben een Marokkaanse of Turkse achtergrond, een enkeling Spaans, Bosnisch, Antiliaans, Moluks, Irakees en Iraans. Het opleidingsniveau van twee geïnterviewden is onbekend; van de overigen volgen 15 het VMBO, 13 het MBO, 1 de HAVO, geen VWO, 6 HBO, en 4 de universiteit.

7.1.2. Interviewschema

De interviews vonden plaats in een rustige kamer aan een grote tafel, soms op de VU, soms op een school of bij een organisatie. Met nadruk werd telkens vermeld dat het gesprek volstrekt anoniem was en dat we van niemand de naam hoefden te weten. Na afronding van het interview werden de respondenten betaald en bedankt voor hun medewerking.

Gezien de gevoeligheid van het onderwerp zijn we terughoudend geweest met audio-opnamen. In de meeste gevallen ging een assistent-onderzoeker mee met de interviewer om nauwkeurig te notuleren en na afloop de interviews uit te werken. Bij aanvang van het interview vulde elk van de deelnemers een korte vragenlijst in met persoonlijke gegevens en enkele inventariserende vragen over het mediagebruik. Benadrukt werd dat de gesprekken en de gegevens absoluut vertrouwelijk waren. De interviewer leidde het gesprek aan de hand van een topic-list. Deze topic-list en vragen voor de interviews volgden gedeeltelijk de vragen in het survey-onderzoek, maar waren vooral als aanvulling daarop bedoeld. De nadruk lag op het achterhalen van de motieven voor bepaalde keuzes in het mediagebruik en de beoordeling van bepaalde media-uitingen. Als hulpmiddel om het gesprek te concretiseren of te laten vloten indien nodig, gebruikten we twee concrete, actuele voorbeelden uit het nieuws mee: één over de commotie rondom de film *Fitna* van Wilders en één over de voorvallen in Gouda (zie ook hoofdstuk 6)

Na een korte introductie opende het gesprek met de vraag “Wat vind je van de Nederlandse nieuwsmedia?” Van daaruit werd achterhaald naar welke programma’s de deelnemers keken. Hierbij ging het over nieuwsbulletins, maar ook over achtergrondprogramma’s. Aanhakend op de antwoorden werd doorgevraagd naar de diverse mediatypen (naast tv, ook de krant, het Internet en buitenlandse nieuwsbronnen). Vaak kwamen de voorbeelden al spontaan op tafel, soms werden de voorbeelden *Fitna* en Gouda door de interviewer voorgelegd (w.o. krantenknipsels). Gaandeweg de interviews werd dieper ingezoomd op de motieven van de jongeren om bepaalde (bijv. buitenlandse) bronnen te raadplegen (bijv.: “Hoe bepaal je je keuze? Wanneer kies je de ene of juist de andere bron?). Ook werd doorgevraagd op hoe de jongeren de berichtgeving in de Nederlandse nieuwsmedia evalueren (ook in vergelijking met de buitenlandse) en wat ze vinden van de manier waarop de moslimgemeenschap en de islam in de media naar voren komt. De jongeren gaven uit zichzelf veel informatie, daar waar nodig werd doorgevraagd.

⁷⁰ Deze gegevens zijn op gebaseerd op de korte vragenlijstjes die voorafgaand aan het interview door de respondenten individueel werden ingevuld.

7.2. Motieven van moslimjongeren om bepaalde media te raadplegen

In overeenstemming met de resultaten van de surveys, blijkt ook uit de interviews dat de respondenten regelmatig naar verschillende nieuws en actualiteitenprogramma's kijken – veelal op tv maar ook veel via internet. Nederlandse nieuwssites als nu.nl en rtl.nl worden vaak geraadpleegd, net als lokale nieuwssites. Niet veel van de respondenten bezoekt wel eens het forum Marokko.nl. De meesten zijn van mening dat er hier niet serieus gediscussieerd wordt. Interesse in de Nederlandse dagbladen is wisselend, de meeste respondenten lezen vooral de gratis kranten (*Sp!ts*, *Metro*) en zijn hierover redelijk positief. Een enkeling leest *De Telegraaf* of *de Volkskrant* om zich goed te informeren. De hoger opgeleide respondenten volgen de actualiteit het meest. Ook naar buitenlandse zenders als CNN, BBC, Al Jazeera en Turkse zenders wordt gekeken.

Motieven

Ter beantwoording van onderzoeksvraag 10 (wat zijn de motivaties van de moslimjongeren voor hun specifieke mediagebruik?) kan gezegd worden dat de geïnterviewde (moslim)jongeren behoorlijk nieuwsgierig blijken te zijn: Ze willen weten wat er gebeurt in de wereld in het algemeen en in het bijzonder hoe de berichtgeving over hun gemeenschap is. Een eerste motief is in ieder geval dat er *grote behoefte is aan nieuws*. De meeste geïnterviewden geven uitdrukking aan die behoefte in uitspraken zoals:

"... ik kan niet de deur uit zonder dat ik het nieuws heb gezien. Of al is het maar eventjes snel Teletekst als ik snel de deur uit moet. Want ik moet weten wat er in de wereld gebeurt." (vrouw W, 25 jr, Marokkaans).

"Uiteindelijk is het volgen van nieuws ook een soort morele plicht. Voor mij is het alleen nooit genoeg." (man R, 23 jr, Universiteit).

"Al-Jazeera kijk ik vooral bij mijn ouders, ik spreek zelf niet genoeg Arabisch om alles te verstaan. Ik kijk wel op de internationale Al-Jazeera website. Al-Jazeera, BBC en CNN geven 24 uur per dag actualiteiten dus als je iets meer wil weten over iets kan dat daar beter. NOS is beperkter." (man, HA, 22 jr, universiteit)

"Ik kijk elke dag het nieuws, nu bijvoorbeeld over de economische crisis. ... Bij NOS leggen ze het beter uit, maar laten ze minder beelden zien. Qua tekst is NOS beter. ... Ik vind dat Al Jazeera de waarheid spreekt, je ziet ook alle erge dingen." (focusgroep 6; jongens 15-16 jr, vmbo).

Als tweede motief onderscheiden we de behoefte aan *specifieke* berichtgeving over de moslimgemeenschap doordat de meeste respondenten zich *verbonden voelen met de islam* en willen weten wat er in moslimlanden (Irak, Afghanistan, Palestina) gebeurt.

"Persoonlijk kijk ik wel als het over Moslims gaat. Ik wil weten wat ze over hem (Moh. B) zeggen, soms overdrijven ze. (3) (focusgroep 3; Turkse meiden)

"Je leest zoveel over Marokkanen, je wilt het gewoon weten. Je wilt op de hoogte blijven." (focusgroep 7; jongens, gemengd)

Om aan die specifieke nieuwsbehoefte tegemoet te komen, volgen de geïnterviewde jongeren zowel nieuws en actualiteiten op de Nederlandse zenders als nieuwsmedia en actualiteiten op buitenlandse zenders. Verschillende keren worden de verschillen tussen de Nederlandse zenders,

Engelse zenders, en Arabische zenders besproken. Een aantal respondenten vindt dat er in de Nederlandse nieuwsmedia te weinig aandacht wordt besteed aan de conflicten in het Midden Oosten. Al Jazeera is veel uitgebreider in de berichtgeving en laat ook veel slachtofferleed aan de kant van de Palestijnen zien. Dit versterkt bij een aantal jongeren de indruk dat de Palestijnen het grootste slachtoffer zijn van het conflict. Ze vinden dat het nieuws over het Midden Oosten en de islam op de buitenlandse zenders, m.n. bij Al Jazeera veel heftiger is (bijv. "Dode en gewonde mensen, en dan niet een beetje gewond, maar mensen die ledematen missen, en een groot gat in hun hoofd hebben. Gewonde en dode kinderen." Intv-S-8, man, 18 jr, HBO, Marokkaans). De respondenten geven tevens aan dat die heftiger beelden niet per se beter zijn, maar dat ze zo wel een breder en vollediger beeld krijgen van wat er speelt.

In het verlengde van het motief van verbondenheid met de islam en moslimlanden, is een belangrijk derde motief om nieuwsmedia te volgen te willen *weten wat er over 'ons' gezegd wordt*: "Het gaat over mijn eigen ik, mijn mensen, de mensen van wie ik hou." (intv-S-7, man, mbo, 23 jr, Marokkaans). Het gaat hierbij om de beeldvorming over hen en hun identiteit. De geïnterviewde moslimjongeren voelen zich aangesproken en beledigd als moslims geassocieerd worden met terrorisme. Ze hebben het gevoel zich hiervoor telkens te moeten verantwoorden. Met name na de aanslagen op 9/11 en in Nederland vooral na de moord op van Gogh:

"toen in 2003, toen alles net begon en alles begon te vallen en alle stukjes uit elkaar vielen, toen begon de media zich toch te richten op Irak. Voorheen wisten mensen amper wat er in Irak te beleven was. En als ze nu kijken, ik durf nu te garanderen dat elke Nederlander een negatief beeld over Irak heeft. ... Als ze dan nu mij zien, en als ze zien hoever ik ben gekomen en wat ik hier allemaal heb bereikt, dan botst dat met het beeld dat ze hebben gevormd [...]" (vrouw S, HBO, Irakees).

De jongeren vinden zonder uitzondering dat de media een negatieve rol spelen in de beeldvorming over moslims, de informatie in de (Nederlandse) media vinden ze negatief, slecht, verouderd, en eenzijdig. Ze vinden dat de media de angst voor moslims voedt en versterkt. Ze maken zich daar zorgen over omdat de Nederlanders 'niet beter weten' en deze informatie overnemen, waardoor "de mensen denken: het zijn altijd die Marokkanen" [...] "als een Marokkaan iets positiefs doet dan is-ie in de media geen Marokkaan" (focusgroep-1, allen Marokkaanse jongens, diverse opleidingen). Een groepje meiden drukt de vergelijking fraai uit met de volgende uitspraak:

"Als het een goede Marokkaanse voetballer is, dan is het een Nederlandse voetballer, en is het een slecht Marokkaantje, dan is het een Marokkaan! Dus als ze goed zijn dan zijn het Nederlanders, met een Nederlands paspoort, en als ze slecht zijn, zijn ze Marokkaans!" (H&A, meiden, hbo, Marokkaans).

Veel geïnterviewden voelen zich geraakt door het feit dat wanneer het over Marokkanen, allochtonen en moslims gaat in de media, zij *negatief* afgeschilderd worden. De meesten geven aan daar heel verdrietig en boos over te zijn geweest, sommigen zijn er ziek van geweest. Anderen heeft het juist gemotiveerd om een hoofddoek te dragen. Enkele opvallende uitspraken in dit verband zijn:

"... dat ik door twee Nederlandse jongens ben lastiggevalen, dat ik een kutmarokkaan ben en dat ik altijd steel. En toen droeg ik niet eens een hoofddoek hè [...]. Ik werk naast mijn studie bij een verpleeghuis, en daar heb je ook met ouderen te maken die dan vaak ook heel racistisch kunnen zijn. Maar dat is ook uit onwetendheid." (vrouw W, 25 jr., Marokkaans).

"Ik wil wel weten wat er aan de hand is, maar ik kijk niet meer alles, het is altijd negatief. Media geven het beeld dat alle Marokkanen hetzelfde zijn, dat is eenzijdig. Iedereen gaat er meteen op af, iedereen wil iets schrijven of filmen." (HV, vrouw, 24 jr, hbo).

"In de media is de associatie Marokkanen zijn slecht." [...] "Marokkanen worden snel geassocieerd met islam en Moslims, dat is erg jammer. Vooral Nova en Den Haag vandaag werkt dit in de hand."



(focusgroep-1).

Met name in de Nederlandse nieuwsmedia lijkt Wilders voor hen de representant geworden van ‘wat men over ons’, moslims denkt. Daardoor is er ook een behoefte om het nieuws over Wilders te volgen: “rond Geert Wilders op dit moment [...]. Ja, ik ben gewoon benieuwd tot hoe ver hij komt met zijn mening over de islam. Hij heeft wel een uitgesproken mening daarover.” (vrouw H, HBO, Turks). Tegelijkertijd voelen zij zich niet persoonlijk aangevallen door uitspraken van Wilders, al vinden ze wel dat hij op sommige gebieden te ver gaat. Ze nemen afstand van wat hij zegt en nemen hem niet serieus, mogelijk ook uit zelfbescherming. In sommige uitspraken van de geïnterviewde moslimjongeren komt hij als een soort nar van de Nederlandse samenleving naar voren:

“De partij van Wilders vind ik dan wel leuk om te volgen, maar dat is omdat ik hem niet serieus neem. Hij heeft het alleen maar over moslims, en dan negatief. Moslims het land uit, moslims mogen dit niet, moslims zus, moslims zo. Het gaat echt nergens over, en misschien vind ik het daardoor wel leuk om te volgen.” (Intv-S-8, man, 18 jr, HBO, Marokkaans)

Een vierde motief voor de brede nieuwsoriëntatie van de moslimjongeren is het *wantrouwen* naar de media. Zij vinden de berichtgeving in de *Nederlandse nieuwsmedia* *partijdig* is, met name als het gaat over het conflict tussen Israël en Palestina. De Nederlandse media laten zich volgens de jongeren niet negatief uit over Israël en scharen zich daarmee impliciet achter de Israëliërs. Maar ook de buitenlandse media wordt niet altijd vertrouwd. Over de Turkse media wordt bijvoorbeeld gezegd dat deze corrupt is (“mensen doen alles voor geld, de Turkse media is corrupt”, in focusgroep-3). In de gesprekken komt de opvatting naar voren dat de media altijd partijdig zijn, niet alleen naar de islam of moslimlanden. Over de Nederlandse media wordt gezegd dat de berichtgeving scheef verdeeld is met minieme aandacht voor ‘Nederlandse crimineeltjes’ en overvloedige aandacht voor ‘de allochtone crimineeltjes’ (intv. M, vrouw, Marokkaans). De jongeren menen dat goede, onpartijdige journalistiek een utopie is:

“Goede journalistiek is iets utopisch. Ik ben bang ... dat het niet bestaat. Al Jazeera is een typisch voorbeeld van gekleurde media. Pro-Palestina en pro-islam. Ik moet wel eerlijk bekennen dat ik daar dan ook veel liever naar kijk. [...] wel documentaires van de BBC. Die zijn vaak wel goed. CNN kijk ik bewust niet. Het is een tegenpool van Al Jazeera. Ik geloof ze niet. CNN is een omroep van de Amerikaanse overheid.” (intv-S-7, man, mbo, 23 jr, Marokkaans).

“Je kunt niet altijd alle kanten van een verhaal laten zien, dan duurt een item te lang, bovendien hebben mensen geen behoefte aan goed nieuws. Journalistiek is ook vermaak, entertainment. Ik vind de Nederlandse media in vergelijking met andere landen eigenlijk wel goed.” (R, man, 23 jr, Universiteit).

De waargenomen partijdigheid geldt ook voor de makers van het Nederlandse nieuws. Het valt de jongeren op dat de nieuwsredacties eenzijdig zijn samengesteld: “Er zijn in Nederland weinig redacties met kleur, er zitten helemaal geen allochtonen in.” (# 7 in focusgroep 1). Het zou hun vertrouwen in de media helpen als er meer allochtone nieuwslezers en interviewers te zien zouden zijn, en ook meer gekleurde mensen in management en directie, op hogere posities (intv-S-7, man, mbo, 23 jr, Marokkaans).

Het wantrouwen in de media en de waargenomen partijdigheid ervan, voedt een vijfde motief voor het mediagebruik van de moslimjongeren, namelijk de *behoefte aan ‘de waarheid’*. Om een completer en duidelijker beeld te krijgen van ‘de waarheid’ vinden de jongeren het niet genoeg om alleen de Nederlandse actualiteiten of Al te volgen. De meningen over de mate van objectiviteit van deze laatste zender zijn verdeeld. Omdat er minder evaluatieve termen worden gebruikt als het over moslims gaat, wordt Al objectiever gevonden, maar omdat Al focust op de beleving van moslims, wordt het door sommige als net zo subjectief als de Nederlandse berichtgeving gezien. Daarom wordt ook op grote schaal naar BBC of CNN gekeken. Deelnemers vinden dat op deze zenders over

het algemeen uitvoeriger en completer wordt stilgestaan bij belangrijke gebeurtenissen, waarmee de waarheidbehoefte meer gestild wordt. De waarheidbehoefte komt in vele uitspraken tot uiting zoals:

"Ik probeer zoveel mogelijk informatie te verzamelen over het onderwerp en dat kijk ik naar verschillende informatieverstrekkers. En daaruit haal je een waarheid, die voor jou het meest geloofwaardig is." (intv-S-5, man, 24 jr, hbo, Marokkaans)

"Ik zie heel iets anders op Arabische zenders en op CNN dan op het NOS journaal. Ja, daar (NOS) is het echt drie, vier seconde en dan gaan we weer over op het volgende nieuws. Ja, dat vind ik eigenlijk niet kunnen. [...] Nou, kijk, Arabische zenders die, Al bijvoorbeeld, die laten ook beelden van Israël zien. [...] dat klopt dan niet met wat wij hier in Nederland te zien krijgen. [...] dat gaat allemaal heel snel. Het is van, nou, daar ligt dan iemand te huilen en zoveel doden en huppekee, klaar! Nee, bij Al echt niet. De mensen wordt gevraagd van, hoe gaat het, en wat is er allemaal aan de hand. [...] "Nederland is niet zo actief als de Engelsen zijn. Engeland heeft zelfs de Engelse Al." (vrouw W, 25 jr, Marokkaans).

"De media zijn selectief in onderwerpen, ze kunnen ook niet alles uitzenden. Je moet zelf een afweging maken wat je als waarheid aanneemt, je moet de middenweg zoeken." (man R, 23 jr, Universiteit).

Een zesde motief voor het mediagebruik van moslimjongeren kan uitgedrukt worden als de *behoefte aan verbreding en verdieping*. Om kennis en inzicht aan te vullen en informatie uit andere media na te trekken, wordt ook veel gebruik gemaakt van websites. De informatie wordt dan vooral via Google gezocht. Ook hier verlaten de deelnemers zich niet op een enkele bron, maar raadplegen ze meerdere sites. De geïnterviewden vinden dat je op het internet heel wat leugens en overdreven zaken tegenkomt, niet alleen op Nederlandse sites, ook op Arabische sites (intv. S, vrouw, HBO, Irak). Zo wordt ook het forum Marokko.nl niet erg serieus genomen; ze vinden de discussies vaak dogmatisch, "ze wijken nooit van hun mening af en dan ontaardt elke discussie in een ruzie. Iedereen wil gewoon zijn zegje doen. Er zitten veel betweters op fora." (intv R, man, 23 jr, Universiteit). Ook vinden ze het niveau van de discussies over het algemeen laag "en vaak erg radicale meningen" (intv.-S-5, man, hbo, 24, Marokkaans).

Als het over geloofszaken gaat, vertrouwen weinig deelnemers op internet of televisie. Liever halen ze hun kennis over het geloof direct uit de Koran of stellen vragen aan mensen in hun omgeving. Dit kunnen ouders zijn, broers of zussen, vrienden of de imam.

"Ik vertrouw Google niet, net als wikipedia, het is gewoon door mensen geschreven. Ik vraag altijd 4 bronnen, ik vraag het ook aan mijn moeder en aan de imam. Op al-yaqeen.com staat alle informatie over de islam." (focusgroep 5).

Kortom, de belangrijkste beweegredenen voor de brede en intensieve nieuwsoriëntatie van de moslimjongeren die in de open interviews naar voren kwamen, kunnen worden samengevat in zes motieven. In antwoord op onderzoeksvraag 10, kan gesteld dat het mediagebruik van moslimjongeren zich kenmerkt door

- 1) De behoefte aan nieuws in het algemeen, door sommigen gezien als de morele plicht van een goede burger. De geïnterviewde (moslim)jongeren blijken behoorlijk nieuws-gierig te zijn. Ze willen weten wat er gebeurt in de wereld.
- 2) Een tweede motief is de behoefte aan specifiek nieuws over hun gemeenschap vanuit een sterk gevoelde verbondenheid met het nieuws over de islam, islamgerelateerde onderwerpen en moslimlanden (w.o. Irak, Afghanistan, Palestina). Het volgen van actualiteiten op de Nederlandse zenders wordt daarom afgewisseld met het volgen van actualiteiten op buitenlandse zenders.



- 3) In het verlengde van het vorige motief, is een belangrijk motief om nieuwsmedia te volgen die de beeldvorming over hen bepalen en relevant zijn voor hun gevoelde identiteit. Het reflecteert de behoefte om te weten wat er over hen, moslims wordt gezegd in de media. In dit verband wordt eveneens het nieuws over Wilders gevolgd. Moslimjongeren volgen de Nederlandse media om te weten wat er over hen gezegd wordt en ze volgen de buitenlandse media om erachter te komen wat (meer) waar is.
- 4) Een vierde motief voor de brede nieuwsoriëntatie van de moslimjongeren is het wantrouwen dat zij koesteren naar de media. Zij vinden dat de berichtgeving in de Nederlandse nieuwsmedia partijdig is, met name als het gaat over het conflict tussen Israël en Palestina.
- 5) De behoefte aan 'de waarheid' is een vijfde motief dat gevoed wordt door de vorige; door de waarneming van een partijdige, eenzijdige en selectieve berichtgeving in de diverse media zoeken de deelnemers naar extra informatie. Om een compleet beeld te krijgen van 'de waarheid' vinden de jongeren het niet genoeg om alleen de Nederlandse actualiteiten of alleen zenders als Al te volgen, maar volgen zij ook BBC of CNN.
- 6) Een zesde motief voor het mediagebruik van moslimjongeren kan uitgedrukt worden als de behoefte aan verbreding en verdieping, waarbij van alles op internet wordt opgezocht en nagetrokken. De behoefte aan verbreding en verdieping uit zich vooral in geloofskwesties.

Het gebrek aan vertrouwen in de media komt veelvuldig terug tijdens de gesprekken en wordt uitgebreider besproken in de volgende paragraaf.

7.3. Wat moslimjongeren van de berichtgeving in de media vinden

Onderzoeksvraag 11 luidde: Hoe kijken moslimjongeren tegen de media aan? Wat vinden zij van de berichtgeving in diverse media? De geïnterviewde moslimjongeren vinden dat de berichtgeving in de (Nederlandse) nieuwsmedia niet objectief genoeg is om zich daartoe te beperken. Echter, buitenlandse nieuwsmedia vinden ze evenmin objectief. Hoewel er ook verschillen zijn in de meningen over de Nederlandse nieuwsmedia, laat een deel van de geïnterviewden zich er over het algemeen tamelijk mild over uit. Anderen zijn kritischer en vinden dat de Nederlandse nieuwsmedia niet objectief zijn en dat zij erg *selectief* te werk gaan en vaak *sensatiebelust*. Als voorbeeld:

"De rellen in Amsterdam Slotervaart.... Je ziet dat hoe journalisten werken. Het gaat niet om wat er echt gebeurt, nee het waren jagers opzoek naar actie. [...] Die journalisten zagen ook dat het lange tijd rustig was, maar dat is niet interessant, maar wel de waarheid. Toen ik de beelden later terug zag vond ik het zo overdreven, onzin, leugens en een beeld dat helemaal niet klopte. Echt slecht, maar het verkoopt." (intv-S-5, man, 24 jr, hbo, Marokkaans)

Vertekende beeldvorming over de islam en moslims als groep

De geïnterviewde moslimjongeren begrijpen wel dat niet alles getoond kan worden, dat er geknipt moet in interviews bijvoorbeeld, en dat de media ook geld moeten verdienen en dat dat makkelijker gaat met sensationeel nieuws. Toch storen zij zich eraan dat dit op zo'n eenzijdige en partijdige wijze gebeurt, waarbij de media zich altijd negatief uitlaten over moslims, allochtonen, en moslimlanden. Zo zouden de Nederlandse media ook een verkeerd beeld van de islam geven:

"Als ik bijvoorbeeld iets over de islam hoor op het nieuws dan denk ik 'dat klopt helemaal niet' [...] in het Nederlandse nieuws, op de NOS ... De islam wordt altijd zo negatief in het nieuws gebracht dat er bijna geen verandering meer in komt. De islam wordt gekoppeld aan de allochtone jongeren, de



Marokkanen, de Turken (intv H, vrouw, HBO, Turks).

“De media haalt dat bij elkaar, slechte dingen en moslims.” (focusgroep 6, jongens, 15-16 jr., vmbo).

Ook de berichtgeving over het conflict in het Midden Oosten in de Nederlandse nieuwsmedia wordt als partijdig gezien, zoals hierboven al aan de orde kwam. Vanuit het moslim-zijn voelen de deelnemers zich met de Palestijnen verbonden. Door de manier waarop over het conflict tussen de Palestijnen en Israël in de media wordt bericht, hebben sommige jongeren het gevoel dat het conflict eigenlijk niet veel met het geloof te maken heeft: “over het conflict tussen Israël en Palestina.... dat het niet meer over het geloof gaat, maar dat het echt om geld gaat.” (vrouw W, 25 jr. Marokkaans).

De geïnterviewden vinden dat de media zich er veel meer rekenschap van moeten geven dat het om *enkelingen* gaat, soms ‘de harde kern’ genoemd, en dat de media niet iedereen over één kam moeten scheren. Zij vinden dat bij Nederlanders dat tussen bijvoorbeeld ‘criminelen’ en ‘gewone’ Nederlanders wel gemaakt wordt. Maar als een Marokkaan of een Moslim iets verkeerd heeft gedaan, gaat het meteen over ‘die Marokkanen’ of ‘die moslims’ als groep. Over het algemeen volgen de meeste respondenten het nieuws over Marokkaanse probleemjongeren. Anderen vermijden dit nieuws omdat ze er een gefrustreerd gevoel aan over houden. Ze vinden eigenlijk dat die kleine groep herrieschoppertjes het niet waard is om in de media te komen. Door de eenzijdige blik op enkelingen van de ‘verkeerde soort’, de relschoppertjes, de onaangepasten, bepalen de media het beeld dat er over de groep ontstaat en dat, volgens de geïnterviewden, onjuist is. Zo ontstaat er bij kijkers onbegrip en een verkeerd beeld en om dat een plaats te geven, volgens de jongeren, gaan mensen de moslims beschuldigen: “er is onbegrip voor Moslims, mensen willen dat ergens plaatsen [...] Het is makkelijker om te beschuldigen dan om te begrijpen. Die jonge jongen uit Slotervaart bevestigt het bestaande beeld.” (HA, 22 jr, universiteit).

De media zouden zich er volgens de jongeren meer bewust van moeten zijn dat er niet zoiets als |’een Marokkaanse gemeenschap’ bestaat. En ook moeten de media opletten dat ze niet alleen de ‘slechtsten’ van een groep laten zien. De ergernis van de geïnterviewde moslimjongeren over de enkelingen die door de media uitgelicht worden. Dat de deelnemers vinden dat deze enkelingen het verpesten voor anderen, klinkt door in tal van scherpe opmerkingen daarover. We geven enkele treffende weer:

“Niet óns hebben ze geïnterviewd maar weer zo’n een of andere malloot ... soms interviewen ze wel eens criminelen. Dan wordt er zo’n crimineeltje geïnterviewd, en dan denk ik, die nieuwslezer weet niet eens wat hij allemaal uitvoert in Utrecht. [...] meestal zijn het echt van die ettertjes die ze gaan interviewen.” (intv W, vrouw, 25 jr., Marokkaans).

“Media zijn altijd buiten en filmen dan de jongens die op straat hangen. [...] De media zoeken bewust de lager opgeleide mensen op [...] Ze praten niet met de jongens van de universiteit maar van de ‘universi-sstraat’ .” (#7 en #1 in focusgroep-1).

“Dat zie je ook altijd op tv, ze gaan altijd naar ROC’s of op straat, dat is wel eenzijdig. ... Media hebben echt een ROC-beeld van Marokkanen. [...] Er is een beeld ontstaan dat Moslims boos worden als het over de islam gaat, dat komt ook door de media. We gaan af op wat we zien en lezen. ” (intv R, 23 jr, Universiteit).

In hun kritiek klinkt door hoezeer de geïnterviewden ervan overtuigd zijn *dat de media hierin een heel grote, kwalijke rol spelen.*



"Ik snap heel veel mensen hier in Nederland die dan een vooroordeel hebben, dankzij de media ook hè. De media spelen daar een heel belangrijke rol in." (25 jr., vrouw W, Marokkaans)

"In (dorp X) zien ze weinig Marokkanen, of helemaal geen Marokkanen, dus als zij iets horen over een Marokkaan in het nieuws, ja, dan is dat hun beeld over de Marokkanen." (vrouw S, HBO, Irakees).

"mensen zijn wel echt sneller beïnvloedbaar door de media dan door andere dingen." (vrouw H, HBO, Turks).

Met name de politici, de volksvertegenwoordigers in de media hebben hier een voorbeeldrol vinden de geïnterviewde jongeren:

"Als er één wat zegt, dan wordt dat de norm. Het debat werkt stigmatiserend. Associaties worden versterkt door de media." (focusgroep-1).

De jongeren vinden dat het tijd wordt dat er ook aandacht komt voor de moslims en Marokkanen die het wel goed doen – daar zijn er volgens hen ook heel veel van: "Er zijn genoeg succesverhalen" (intv-S-7, man, mbo, 23 jr, Marokkaans). In veel interviews geven de respondenten aan dat ze het als prettig ervaren als er iets positiefs over Marokkanen wordt gezegd. Ze hebben behoefte aan meer positieve publiciteit rond Marokkanen.

"Als je met een bericht komt dat Marokkanen het goed doen, dan zorg je ervoor dat andere Marokkanen ook hun best gaan doen." (intv-S-7, man, mbo, 23 jr, Marokkaans)

"Je wilt een beter beeld van de maatschappij, je wilt dus ook positieve dingen horen. Er zijn veel projecten met jongeren waar het heel goed mee gaat." (HV, vrouw, 24 jr, hbo)

"We moeten allemaal onze televisie uit het raam gooien, en gewoon met elkaar aan tafel gaan zitten en elkaar bericht geven. En gewoon met elkaar in gesprek gaan." (vrouw W, 25 jr, Marokkaans).

De omslag

Een belangrijk derde punt dat de houding van de jongeren ten aanzien van de Nederlandse nieuwsmedia bepaalt en dat door de gesprekken opvalt, is de *omslag* in het nieuws. Zowel in het nieuws als in de Nederlandse samenleving wordt een omslag waargenomen t.a.v. de Marokkanen en moslims. Met name in focusgroep-1 werd hier vrij uitvoerig bij stilgestaan en werd het ontstaan van een 'wij- zij'-cultuur gesignaleerd door de opkomst van Geert Wilders. Daarbij zijn 'wij' de autochtone Nederlanders en 'zij' de niet-westerse allochtonen, vooral die met een islamitische achtergrond. Een andere respondent merkt op dat de gebeurtenissen van 9/11 tot een verandering in de toon van het debat over Moslims en/ of de islam in de media hebben geleid. De hardere toon in het debat wordt gerechtvaardigd door deze gebeurtenissen. In de media worden Marokkanen en moslims vaak met elkaar geassocieerd. Als voorbeeld van de hardere toon in het debat noemt een van de respondenten dat het gebruik van de term 'kutmarokkanen' voor 9/11 nog op veel weerstand stuitte, maar dat het nu heel normaal is om deze term te gebruiken: "Als Rob Oudkerk vroeger 'kutmarokkanen' riep vond iedereen dat erg, nu vinden mensen dat normaal." (focusgroep 1).

Iedereen in deze focusgroep is het erover eens dat de media deze verharding in de hand werken. Er wordt daarbij geen onderscheid gemaakt tussen verschillende media. Door de veelvuldige aandacht in de media voor de aanslagen van 9/11, werden de moslimjongeren daar vaak zelf op aangesproken op de aanslagen, zoals: "Na de aanslagen in 2001 moest ik in de klas ineens uitleggen waarom ze dat deden, die aanslagen en ik dacht: ik heb daar toch niets mee te maken?" (intv. HV, vrouw, 24 jr, hbo).



Deze negatieve toon werd nog versterkt na de moord op van Gogh. Hierboven werd de ergernis van de moslimjongeren over de negatieve toon in met name de Nederlandse media al besproken en hoe dat zijn weerslag heeft op hun identiteit. Wat betreft de omslag in het nieuws valt op dat er langzaamaan ook een omslag in de moslimjongeren lijkt plaats te vinden. Na een sterke gedrevenheid om het nieuws te volgen over hun groep, m.n. het nieuws over moslims en Marokkanen, lijkt een aantal zich daar langzamerhand van af te keren.

"Vroeger wel. Als het over Marokkanen of moslims ging moest ik het zien. Maar dat ben ik nu meer dan zat. Het gaat tegenwoordig alleen maar over moslims en Marokkanen. [...] de media laten zich leiden door angst. En die angst brengen ze over op het volk. [...] De berichtgeving over Marokkanen en moslims is zo negatief ... Het gaat toch altijd over moslims en vrouwenmishandeling, terrorisme, geweld, oorlog etc. ... Zo met de aanslagen in Amerika is het ongeveer begonnen en non-stop eigenlijk. We zijn nu acht jaar verder en nog niets nieuws. Zo afgezaagd." (intv-S-7, man, mbo, 23 jr, Marokkaans).

Opmerkelijk is hoe na jaren van boosheid en verdriet over de negatieve toon in de media, er nu *berusting of aanvaarding* uit veel interviews spreekt. Het lijkt of de meesten door een zeer zware tijd zijn gegaan sinds de aanslagen van 9/11 en vooral in Nederland na de moord op Van Gogh, maar dat zij daar gedurende de afgelopen jaren ook een plek voor hebben gevonden. Het relativiseringsvermogen en begrip voor andermans perspectief, dat van de Nederlandse niet-moslims, klinkt groot door in de interviews.

"Als iemand een slechte ervaring heeft met moslims en Wilders bevestigt dit ook steeds, waarom zouden ze dan niet op hem stemmen? Dat zouden moslims ook doen." (R, man, 23 jr, universiteit)

"De meeste mensen die nog nooit echt in contact zijn gekomen met Marokkanen, die moeten hun informatie wel uit de media halen. Waar anders?" (Intv-S-7, man, 23 jr, mbo, Marokkaans)

"En het is voor de media een hele zware taak om het nieuws zo objectief mogelijk te brengen in een multiculturele samenleving. Je kan niet iedereen tevreden stellen met wat je wilt zeggen." (vrouw S, HBO, Irakees).

Ter beantwoording van onderzoeksvraag 11, kunnen samenvattend drie thema's onderscheiden worden in de opvattingen over de media die de moslimjongeren er op na houden volgens de vele uitspraken over wat zij van de berichtgeving in de (Nederlandse) media vinden. Zij vinden

- 1) dat de media selectief te werk gaan en sensatiebelust zijn en daarmee een partijdige visie weergeven. Hieraan gerelateerd vinden de geïnterviewde moslimjongeren
- 2) dat er een vertekende beeldvorming plaatsvindt over de islam en moslims als groep doordat de media zich altijd negatief uitlaten over moslims, allochtonen, en moslimlanden. De media spelen zelf hierin een heel grote en kwalijke rol, vinden zij, onder andere omdat de media slechts enkelingen uit een bepaalde hoek tonen die als representatief voor de groep worden gezien door het publiek. De geïnterviewde moslimjongeren vinden verder dat met name de politici en vertegenwoordigers in de media een voorbeeldrol dienen te vervullen.
- 3) Het derde thema hebben we aangeduid met 'de omslag'. Nadat er een omslag in de berichtgeving was ten gevolge van de aanslagen op 9/11 en de moord op van Gogh, lijkt er momenteel een omslag plaats te vinden in de moslimjongeren zelf. Na een frustrerende periode van krampachtig het negatieve nieuws over hun groep te volgen, treedt er acceptatie en berusting op en groeit de behoefte aan positief nieuws. Opmerkelijk is het begrip voor de 'onwetende' Nederlanders die in hun visie beïnvloed worden door de eenzijdige, negatieve media.

7.4. Moslimjongeren over het Nederlander zijn

Tot slot laten we enkele uitspraken uit de open interviews de revue passeren over hoe Nederlands de moslimjongeren zich voelen. Strikt genomen waren de onderzoeksvragen voor de interviews daar niet op gericht. Eerder in dit rapport kwam de kwestie van de identiteit van moslimjongeren meermalen aan de orde – de mate waarin zij zich Nederlander voelen. Sommigen spreken in dit verband over een dubbele identiteit (zie hoofdstuk 2). Dat de identiteit van de in Nederland wonende moslimjongeren in ieder geval een dubbel gevoel oplevert, wordt in onderstaande uitspraken geïllustreerd:

“Ik voel me wel Nederlander, maar ik weet dat het niet zo is.” (#4 in focusgroep Den Haag, 4 moslimjongens, 16-17 jaar, VMBO-MBO).

“We voelen ons wel Nederlands, maar we zeggen: we zijn Turk.” (focusgroep-3; Turkse meiden).

“Ik voel mezelf een Nederlander.... want ik denk dat de Nederlandse samenleving ons heeft gevormd.” (vrouw W, 25 jr, Marokkaans)

“Soms praten we wel Nederlands, maar Turks is gezelliger, we praten het accent van ons dorp.” (focusgroep-3; Turkse meiden).

“Nederlanders zullen mij nooit als gelijkwaardige Nederlander zien, ze zullen me nooit gelijk behandelen.” (focusgroep 5).

De uitspraken geven aan dat de in Nederland geboren Turkse en Marokkaanse moslimjongeren hard op weg zijn zich een Nederlandse identiteit eigen te maken en zich Nederlander voelen. Het land van herkomst van de (voor)ouders lijkt daar een handje bij te helpen. Op verschillende manieren kwam in de gesprekken naar voren dat zij zich daar eigenlijk niet thuis voelen en ook daar voelen zij zich ‘bekeken als buitenstaander.’

“Als ik in Turkije ben, voel ik me wel een toerist.” (focusgroep-3; Turkse meiden).

“Als je ons in Marokko ziet dan denk je ‘wat een kaaskoppen’. We zijn gewoon echt letterlijk Nederlandse mensen die in Marokko op vakantie zijn.” (vrouw, W, 25 jr, Marokkaans)

“In Marokko voel ik me vakantieganger, geen Nederlander, maar je weet ook dat je dan geen echte Marokkaan bent. Ik voel me meer een Marokkaanse Hagenees.” (focusgroep 6, jongens, 15-16 jr, vmbo).

“Ik voel me hier thuis. In Marokko zien ze mij ook als een buitenlander. Als ik terugkom van vakantie ben ik altijd blij dat ik weer in Nederland ben.” (HV, vrouw, 24 jr, hbo)

Tot slot, een citaat dat het gevoel van vele moslimjongeren uit onze open interviews treffend verwoord en aangeeft dat het tijd wordt voor een ander geluid:

“Gewoon dat mensen een heel ander beeld gaan krijgen over wie nou de Marokkaanse gemeenschap is hier in Nederland en de moslims hier in Nederland, want dat moet je natuurlijk wel los van elkaar zien. Dat zou wel heel mooi zijn als we daar nog een keer de mogelijkheid voor zouden krijgen. ... Dat is wel een droom van mij.... De zendtijd voor Marokkanen.” (vrouw, W, 25 jr, Marokkaans)

7.5. Samenvatting en conclusies

In dit hoofdstuk werd verslag gedaan van de open interviews die met ruim 40 moslimjongeren zijn gehouden om meer inzicht te verkrijgen in hun motieven om bepaalde media al dan niet te raadplegen en de houding van de moslimjongeren ten aanzien van de media. In antwoord op onderzoeksvraag 10 kwamen zes motieven naar voren voor de brede en intensieve nieuwsoriëntatie van de moslimjongeren. 1) De behoefte aan nieuws in het algemeen, door sommigen gezien als de morele plicht van een goede burger. 2) De behoefte aan specifiek nieuws vanuit de sterk gevoelde verbondenheid bij het nieuws over de islam, islamgerelateerde onderwerpen en moslimlanden (w.o. Irak, Afghanistan, Palestina). 3) De behoefte om te weten wat er over hen, moslims wordt gezegd in de media, gerelateerd aan beeldvorming en identiteit. In dit verband wordt eveneens het nieuws over Wilders gevolgd. 4) Wantrouwen naar de media en dat zij vinden de berichtgeving in de Nederlandse nieuwsmedia partijdig is. 5). Behoefte aan 'de waarheid'. Om een completer beeld te krijgen van 'de waarheid' volgen de geïnterviewde moslimjongeren naast het Nederlandse nieuws en actualiteitenprogramma's ook buitenlandse zenders als Al, maar ook Engelstalige zenders als BBC of CNN. 6). Behoefte aan verbreding en verdieping, waarbij met tal van kwesties (w.o. rondom het geloof) op internet worden opgezocht en nagetrokken. Geloofskwesties worden bovendien meestal via geloofsvertrouwelings en de Koran nagetrokken.

Ter beantwoording van onderzoeksvraag 11, kunnen de opvattingen van de moslimjongeren over de (Nederlandse) media samengevat worden in drie thema's. Zij vinden 1) dat de (Nederlandse) media selectief te werk gaan en sensatiebelust zijn en daarmee een partijdige visie weergeven. Hieraan gerelateerd vinden de geïnterviewde moslimjongeren 2) dat er een vertekende beeldvorming plaatsvindt over de islam en moslims als groep. Zij vinden dat de media zich altijd negatief uitlaten over moslims, allochtonen, en moslimlanden. De media spelen hier volgens hen een heel grote en kwalijke rol in, onder andere omdat de media slechts enkelingen uit een bepaalde hoek tonen die als representatief voor de groep worden neergezet door de media en zo gezien worden door het publiek. De geïnterviewde moslimjongeren vinden verder dat met name de politici en vertegenwoordigers in de media een voorbeeldrol dienen te vervullen. Bovendien vinden zij 3) dat er een omslag heeft plaatsgevonden in de berichtgeving na de aanslagen van 9/11. Het derde thema hebben we dan ook aangeduid met 'de omslag'. Nadat er een omslag in de berichtgeving was ten gevolge van de aanslagen op 9/11 en de moord op van Gogh, lijkt er momenteel een omslag plaats te vinden in de moslimjongeren zelf. Na een frustrerende periode van krampachtig het negatieve nieuws over hun groep te volgen, treedt er acceptatie en berusting op en groeit de behoefte aan positief nieuws. Opmerkelijk is het begrip voor de 'onwetende' Nederlanders die in hun visie beïnvloed worden door de eenzijdige, negatieve media.

Tot slot illustreren een aantal uitspraken uit de interviews de gevoelde dubbele identiteit van de moslimjongeren in Nederland. De gevoelde of gewenste identiteit als Nederlander, de gevoelde buitenstaander in het land van herkomst van de (voor)ouders en de behoefte aan een ander geluid in de media. Met name, de groeiende wens om van dat negatieve stigma af te komen en eindelijk eens in een positief daglicht te worden geplaatst.

Hoofdstuk 8. CONCLUSIES EN NABESCHOUWING

Aanleiding voor de onderzoeken die in dit rapport zijn beschreven is de vraag in hoeverre de media een rol spelen in de politieke en maatschappelijke oordeelsvorming van jongeren, in het bijzonder moslimjongeren in Nederland. Antwoorden op deze vraag zijn op vier manieren onderzocht, namelijk literatuuronderzoek, een grootschalige survey onder scholieren (13 – 18 jaar) en onder oudere jongeren (18 – 26 jaar), inhoudanalyses van relevante mediabronnen en uitgebreide open interviews. Hieronder presenteren we de conclusies per deelonderzoek (par. 8.1). Daarna plaatsen we de resultaten meer in de maatschappelijke en theoretische context in een nabeschuwing (par. 8.2).

Vooraf moet worden opgemerkt dat de conclusies met enige voorzichtigheid dienen te worden geïnterpreteerd, omdat de representativiteit van de steekproeven niet kan worden gegarandeerd. Met name de representativiteit van de steekproef onder de oudere jongeren is problematisch (zie hoofdstuk 3). Ook moet worden opgemerkt dat geen conclusies over causaliteit kunnen worden getrokken, de gehanteerde methoden lenen zich daar niet voor. De onderlinge relaties vatten we op als wederkering, maar de onderzoeksvraag en ons theoretisch model maken dat we hier spreken vanuit het mediagebruik. Evenzo geeft de onderzoeksvraag in dat we ons specifiek richten op mediagebruik ten behoeve van het zoeken naar informatie over politiek, religie, of maatschappelijke kwesties. Dat zijn meestal de zogenoemde nieuwsmedia. Het onderzoek gaat dus in principe niet over vermaak, ontspanning en amusement gerichte media.

Tot slot dient de lezer zich te realiseren dat we omwille van de leesbaarheid spreken over ‘Marokkaanse (moslim)jongeren’ en ‘Turkse (moslim)jongeren’ waar we de in Nederland wonende jongeren met Marokkaanse of Turkse (voor)ouders bedoelen. Evenzo schrijven we ‘Marokkaanse websites’ en ‘Turkse websites’ als we bedoelen dat deze websites gericht zijn op respectievelijk (in Nederland wonende) jongeren met Marokkaanse of Turkse (voor)ouders.

8.1. Conclusies

Hieronder wordt achtereenvolgens ingegaan op de beschikbare rapportages en wetenschappelijke literatuur (par. 8.1.1), wordt het huidige mediagebruik van de moslimjongeren vergeleken met de niet-moslimjongeren (par. 8.1.2), wordt de samenhang tussen het mediagebruik en de attitudes ten aanzien van politiek en maatschappij geanalyseerd (par. 8.1.3), wordt de inhoud van de voor jongeren relevante media in kaart gebracht (par. 8.1.4) en zal tot slot worden ingegaan op de motieven van moslimjongeren voor hun specifieke mediagebruik (par. 8.1.5).

8.1.1. Conclusies over de beschikbare rapportages en wetenschappelijke literatuur

De eerste onderzoeksvraag luidde:

1. Wat is er vanuit eerdere rapportages bekend over het mediagebruik van jongeren, in het bijzonder moslimjongeren?

Deze vraag werd onderzocht in hoofdstuk 2, met de volgende conclusies:

- Televisie en internet zijn onder jongeren in Nederland het meest populair, maar ook de radio en kranten worden regelmatig door jongeren gebruikt. Het leeuwendeel van



hun mediaconsumptie lijkt betrekking te hebben op entertainmentprogramma's en dient ter vermaak.

- In beduidend mindere mate worden *nieuwsmedia* (media gericht op nieuws en achtergrondinformatie) geraadpleegd. Echter, met het oog op het doel van ons onderzoek hebben wij juist deze nieuwsmedia centraal gesteld in dit onderzoek.
- De meeste beschikbare eerdere rapportages bleken inmiddels verouderd of hadden betrekking op een veel bredere doelgroep dan de onze.
- Uit deze eerdere rapportages blijkt dat er wel het een en ander bekend is over het mediagebruik van allochtone jongeren, maar niet in het bijzonder over moslimjongeren.

De tweede onderzoeksvraag luidde:

2. Wat is er vanuit de wetenschappelijke literatuur bekend over de wijze waarop en de mate waarin het mediagebruik van jongeren, in het bijzonder moslimjongeren, hun politieke en maatschappelijke oordeelsvorming beïnvloedt?

Deze vraag werd eveneens beantwoord in hoofdstuk 2, met de volgende conclusies:

- Wetenschappelijk onderzoek laat zien dat het hier niet om simpele media-effecten gaat, maar dat effecten van het mediagebruik op oordeelsvorming en attitudes het resultaat zijn van een wisselwerking tussen (onder meer) kenmerken van ontvangers, kenmerken van de inhoud van media en kenmerken van de mediatypen.
- Het onderzoek naar de uiteindelijke invloed van *de* media is zeer complex door aanbod van verschillende mediatypen (w.o. televisie, internet, kranten) en het grote aantal specifieke bronnen en programma's binnen elk mediatype. We laten de entertainment media daarom grotendeels buiten beschouwing.
- Het internet is een steeds belangrijker wordend medium voor opinievorming, met name via webfora wisselen jongeren hun opvattingen over actuele kwesties uit.
- Uit de wetenschappelijke literatuur blijkt dat jongeren en adolescenten *in het algemeen* ontvankelijker of gevoeliger zijn voor beïnvloeding dan andere, oudere adolescenten of volwassenen, onder andere omdat juist deze groep nog erg zoekt naar de eigen identiteit. Voor de vorming van hun identiteit richten zij zich bijvoorbeeld op aantrekkelijke rolmodellen in de media.
- Bovendien lijken de lager opgeleiden en personen met een lagere sociaal-economische status (SES) bevattelijker voor invloeden van de media dan hoger opgeleiden en die met een hogere SES. Met name de allochtone jongeren, waaronder zich vaak de moslimjongeren bevinden, blijken vaak een lage opleiding te hebben, veel schooluitval en werkloosheid te kennen en in het algemeen tot de lagere inkomensgroepen te behoren. Op basis hiervan valt dus te verwachten dat zij bevattelijker voor invloeden van de media zijn dan de niet-moslimjongeren in ons onderzoek.
- Specifiek onder moslimjongeren is het mediagebruik en de mogelijke invloed daarvan nog niet empirisch onderzocht. Het beschikbare onderzoek laat zien dat bij het analyseren van attitudes van moslimjongeren rekening moet worden gehouden met hun etnische en religieuze identiteit, vermeende achterstelling, en onzekerheid.

8.1.2. Conclusies over het mediagebruik van jongeren

De gegevens voor het beantwoorden van de onderzoeksvragen met betrekking tot het specifieke mediagebruik van jongeren, in het bijzonder moslimjongeren, zijn verzameld middels een grootschalige survey. Dit leverde bruikbare papieren vragenlijsten op van bijna 1600 scholieren (13 – 18 jaar), evenredig verdeeld over opleidingsniveaus (vmbo – vwo) en verschillende regio's in Nederland. Daarnaast waren van bijna 800 oudere jongeren (18 – 26 jaar) online ingevulde vragenlijsten bruikbaar. Beide steekproeven omvatten ruim 10% moslimjongeren.

De onderzoeksvraag om het specifieke mediagebruik van moslimjongeren in kaart te brengen was:

3. Hoe ziet het mediagebruik (zowel qua mediatype als wat betreft specifieke programma's of bronnen binnen de mediatypen) van moslimjongeren in Nederland er op dit moment uit?

De conclusies zijn:

- Moslimjongeren in Nederland maken intensief gebruik van het brede aanbod aan nieuwsmedia, zowel wat betreft specifieke binnenlandse als buitenlandse televisieprogramma's, kranten en websites. Maar, niet alle moslimscholieren raadplegen buitenlandse nieuwsmedia: Over het geheel genomen kijkt ongeveer 60% van de moslimjongeren *niet* naar Turkse tv en 80% *niet* naar Arabische tv, een groot deel leest de Turkse krant *Hürriyet* (83%) *niet* en bezoekt *geen* Turkse of Marokkaanse websites (resp. 70% en 63%)⁷¹.
- Wanneer selectief alleen naar de Turkse dan wel de Marokkaanse moslimjongeren wordt gekeken, dan blijkt het merendeel van de moslimjongeren media uit het land van herkomst te raadplegen. Marokkaanse moslimjongeren maken meer gebruik van Marokkaanse internetsites (80%) dan dat Turkse moslimjongeren gebruik maken van Turkse internetsites (53%) (maar gezien de sites die aangegeven worden, betreft het niet uitsluitend nieuwsmedia). Daarentegen kijken Turkse moslimjongeren meer naar Turkse tv (86%) dan dat Marokkaanse moslims kijken naar Marokkaanse/ Arabische tv (47%). Overall gezien (wanneer ook het Turkse/ Marokkaanse tv-gebruik wordt meegenomen) is het percentage Marokkaanse (87%) en Turkse moslimjongeren (90%) dat van de 'eigen' media gebruik maakt vergelijkbaar.
- Opvallend is dat het volgen van deze buitenlandse media niet ten koste gaat van het gebruik van binnenlandse media.
- Van de moslimjongeren die wel eens Turkse websites bezoeken, gaat ruim 12% naar *Turksnieuws.nl*, circa 10% gaat naar *Turkijepagina.nl*, en bijna 10% bezoekt *Diyanet.gov.tr*. Het kleinste aantal moslimjongeren bezoekt *lokum.nl*. Bovendien gaven al deze moslimjongeren aan ook zelf op deze sites te schrijven.

⁷¹ Vooral onder de Turkse moslimjongeren werd ook de Turkse televisie bekeken en de Turkse krant *Hürriyet* gelezen. Dat geldt veel minder voor de Arabische tv onder de Marokkaanse moslimjongeren en evenmin voor een krant uit Marokko. De beheersing van de taal kan dit verklaren: Bij de Marokkaanse moslimscholieren wordt er thuis voor ruim 60% Berbers gesproken en ca. 40% Arabisch terwijl er ook voor 90% Nederlands wordt gesproken; bij de Marokkaanse oudere moslimjongeren is dit respectievelijk 50% en 60% Berbers en Arabisch en 90% Nederlands. Bij de Turkse moslimscholieren wordt er thuis voor 93% Turks gesproken en ruim 80% Nederlands en bij de Turkse oudere moslimjongeren is dit respectievelijk 100% en 98% Nederlands (zie hst. 3). Marokkaanse jongeren maken relatief gezien meer dan andere jongeren gebruik van internet en Turkse jongeren meer van tv.

- Van de moslimjongeren die wel eens Arabische of Marokkaanse websites bezoeken, gaan de meesten naar de website *Marokko.nl* (40%), en minder naar *Maghreb.nl* of *Maroc.nl* (elk ca 20%), gevolgd door *Yasmina.nl* en *Al-yaqeen.com* (15%). De website *Habous.gov.ma* wordt door minder dan 2% van de moslimjongeren geraadpleegd. Deze websites worden gemiddeld niet vaak bezocht. De oudere moslimjongeren raadplegen de website *Marokko.nl* wel met een zekere regelmaat en vaker dan elk van de andere websites voor deze doelgroep; zij schrijven zelf ook regelmatig op deze site.
- De moslimscholieren (< 18 jaar) richten zich vaker op binnenlandse televisie dan de oudere jongeren (18+), die vaker elk van de overige mediatypen raadplegen.⁷² Dit beeld is nog duidelijker bij jongeren met een laag opleidingsniveau (meer gebruik van met name de binnenlandse tv-programma's), terwijl meer jongeren met een hoger opleidingsniveau meer kranten lezen en vaker Engelstalige tv kijken dan lager opgeleiden (dit geldt voor zowel de moslim- als de niet-moslimjongeren). Dit hangt gedeeltelijk samen met leeftijd.

Onderzoeksvraag 4 luidde:

4. Zijn er verschillen tussen het mediagebruik van moslimjongeren (op hoofdpunten) en dat van niet-moslimjongeren? Zo ja, welke?

De conclusies over de verschillen in het mediagebruik tussen moslimjongeren en niet-moslimjongeren zijn:

- Uit ons onderzoek blijkt dat nagenoeg alle jongeren intensieve mediagebruikers zijn, ook de moslimjongeren. Echter, de moslimjongeren maken niet alleen van een breder aanbod van media gebruik (meer verschillende programma's, kranten en websites), maar er maken ook méér moslimjongeren gebruik van de specifieke tv-programma's, kranten en websites. Bovendien zijn de moslimjongeren doorgaans intensievere gebruikers van de diverse media dan de niet-moslimjongeren als het gaat om nieuwsmedia (ten behoeve van informatie over politiek, religie en de maatschappij).⁷³ Dit betekent dat moslimjongeren vaker aangeven dat zij deze media 'regelmatig' raadplegen i.p.v. 'een enkele keer'.⁷⁴
- Wanneer bekeken over alle mediatypen samengenomen (d.w.z. 33 specifieke mediabronnen), wordt door de moslimjongeren bijna 5% méér gebruik gemaakt van algemeen in Nederland beschikbare tv-programma's, websites en kranten (van een breder aanbod dus) dan door de niet-moslimjongeren. Gemiddeld genomen wordt ook bijna elke mediabron met een grotere regelmaat geraadpleegd door de moslimjongeren dan door de niet-moslimjongeren. Zo kijken de moslimjongeren gemiddeld vaker naar *NOVA*, *Rondom 10* en *Den Haag Vandaag* (als publieke binnenlandse tv-programma's) en naar

⁷² Omdat de kwaliteit van de steekproeven onder de scholieren (<18) en de oudere jongeren (18+) sterk van elkaar verschilt, worden de resultaten voor deze twee steekproeven hier telkens afzonderlijk gerapporteerd.

⁷³ Voor deze conclusie werden de gegevens van de scholieren en oudere jongeren samengevoegd (zie details in hst. 4). De verschillen werden gecontroleerd voor opleidingsniveau. Dus, ongeacht het opleidingsniveau zijn de conclusies geldig.

⁷⁴ Omdat het aantal jongeren dat gebruik maakt van een bepaald medium niets zegt over hoe vaak of in welke mate zij bepaalde mediabronnen raadplegen, werd ook nagegaan hoe vaak of hoe intens elk van de mediabronnen werd geraadpleegd. Dus, met de percentages werd slechts aangegeven OF een jongere überhaupt gebruik maakte van bepaalde media (dat zou dan bijvoorbeeld kunnen betekenen dat iemand slechts 2 keer per jaar de *Metro* leest). Met de gemiddelde intensiteit werd aangegeven hoe vaak een bepaalde mediabron werd geraadpleegd, bijvoorbeeld soms of regelmatig. Op verschillende manieren werd dus bekeken of de moslimjongeren verschilden van de niet-moslimjongeren in hun mediagebruik.

RTL Nieuws, *AT5 nieuws* en *Nieuwsweek* (als commerciële binnenlandse tv-programma's) dan de niet-moslimjongeren.

- Met name wat betreft het lezen van kranten valt op dat van de moslimjongeren bijna 15% meer dan niet-moslimjongeren van kranten gebruik maakt. De procentuele verschillen tussen moslimjongeren en niet-moslimjongeren lopen uiteen van 7% (voor *De Telegraaf*) tot 24% (voor *Spits!*). Elk van de hier onderzochte Nederlandstalige kranten werd door relatief méér moslimjongeren dan niet-moslimjongeren gelezen. Bijna 60% van de moslimjongeren leest de *Metro* en ook bijna 60% leest de *Spits!*. *De Volkskrant*, *Telegraaf* en *De Pers* worden elk door ruim 30% van de moslimjongeren gelezen.⁷⁵
- Verder blijkt dat bijna 8% meer moslimjongeren dan niet-moslimjongeren gebruik maakt van de Engelstalige tv-zenders. Per specifiek programma kijkt bijna 12% meer moslimjongeren (vergeleken met de niet-moslimjongeren) naar *CNN: CNN Today* en ruim 10% meer naar *BBC World: World News Today*. De mate waarin naar Engelstalige tv-programma's wordt gekeken was voor beide groepen echter vergelijkbaar, dus als de niet-moslimjongeren naar Engelstalige tv-programma's kijken doen ze dat met een vergelijkbare regelmaat als moslimjongeren.
- Ook van de Nederlandse websites wordt door 3% meer van de moslimjongeren gebruik gemaakt dan de niet-moslimjongeren. Met name bezoeken meer moslimjongeren *nu.nl* (42% vs. 31,5%) en *partypeeps2000.com* (30% vs. 14%), terwijl meer niet-moslimjongeren *geenstijl.nl* (17% vs. 10%) bezoeken. Ook hier zien we dat per afzonderlijke website, moslimjongeren gemiddeld met grotere regelmaat dan niet-moslimjongeren tal van Nederlandse websites raadplegen voor hun informatievoorziening.
- De niet-westerse allochtone jongeren vertonen overlap met de moslimjongeren in ons onderzoek (83% van de moslimjongeren is van Turkse of Marokkaanse komaf). Resultaten van aanvullende vergelijkende analyses wijzen uit dat de *niet-moslim allochtone jongeren* in onze steekproef in hun mediagebruik vergelijkbaar zijn met de autochtone niet-moslimjongeren. Bovenstaande conclusies over het mediagebruik gelden dus specifiek voor de *moslimjongeren*.

Vervolgens luidde onderzoeksvraag 5:

5. Welke waarde hechten de jongeren aan de geraadpleegde mediabronnen? D.w.z. hoe belangrijk en realistisch (als afspiegeling van de werkelijkheid) vinden zij de gepresenteerde informatie en hoe (emotioneel) betrokken voelen zij zich daarbij?

De conclusies zijn⁷⁶:

- Moslimjongeren vinden zowel binnenlandse als buitenlandse media belangrijk, de meeste programma's belangrijker dan dat de niet-moslimjongeren dat vinden. De regelmatig bekeken programma's worden over het algemeen ook belangrijk gevonden. Opmerkelijk is dat *Den Haag Vandaag* geen regelmatig bekeken programma is, maar wel belangrijk wordt gevonden.

⁷⁵ Geen van de overige kranten werd vaak genoeg genoemd om te kunnen analyseren.

⁷⁶ Deze onderzoeksvraag is op de meeste punten alleen beantwoord voor de *scholieren* omdat een groot deel van de vragen die hierop betrekking hebben niet bij de oudere jongeren gesteld konden worden (zie hst. 3).

- Hoewel de moslimscholieren intensiever gebruik maken van de binnenlandse tv-programma's, voelen de *niet*-moslimscholieren zich gemiddeld genomen meer betrokken bij deze programma's en vinden deze programma's ook realistischer dan moslimjongeren. De moslimscholieren geven aan zich wel meer betrokken te voelen bij een enkel specifiek programma als *Nieuwsweek* en *AT5 Nieuws* en kennen daar ook een hogere realiteitswaarde aan toe dan de niet-moslimscholieren.
- Daarentegen geven de moslimscholieren bij bijna elk tv-programma uit het land van herkomst (van de ouders) aan deze belangrijk te vinden, ondanks dat deze slechts door relatief kleine percentages moslimscholieren gebruikt worden (max. een kwart, zie bovenstaand). Verder vinden zij ook dat de Turkse en Marokkaanse tv-zenders, de Turkse krant *Hürriyet*, en Turkse en Marokkaanse websites een realistischer beeld van de werkelijkheid geven dan de binnenlandse, Nederlandse media. Ook voelen zij zich meer betrokken bij de media uit het land van herkomst (van de ouders). Het feit dat zij veel belang hechten aan buitenlandse tv-zenders staat het belang dat zij hechten aan binnenlandse tv-zenders kennelijk niet in de weg.
- Moslimjongeren geven vaker aan de *Sp!ts* en *Metro* belangrijk te vinden dan de niet-moslimjongeren. Bij de *Metro* ervaren de moslimjongeren bovendien een grotere betrokkenheid dan de niet-moslimjongeren.
- Doorgaans verschillen de moslimscholieren niet van niet-moslimscholieren in hoe belangrijk zij binnenlandse websites vinden. Echter, de moslimscholieren geven aan dat zij *Partypeeps2000.com* (door bijna een derde bezocht) belangrijker vinden dan de niet-moslimjongeren als informatiebron voor politiek, religie of de maatschappij. Bovendien kennen zij meer realiteitswaarde toe aan deze site en ervaren zij een grotere betrokkenheid dan de niet-moslimjongeren. Ook schrijven zij hier vaker zelf ook op dan de niet-moslimjongeren. Daarentegen wordt de website *overheid.nl* door amper 3% van de (moslim)jongeren (geen verschil) geraadpleegd.
- De Turkse en Marokkaanse moslimscholieren vinden dat respectievelijk de Turkse en Marokkaanse websites beter de realiteit weergeven dan de Nederlandse websites. Ook voelen Turkse en Marokkaanse moslimscholieren zich meer betrokken bij respectievelijk Turkse en Marokkaanse websites dan bij Nederlandse websites.

8.1.3. Conclusies over de samenhang tussen mediagebruik en attitudes

Een interessante vraag die volgt na de conclusie dat de (moslim)jongeren veel verschillende nieuwsmedia volgen en deze media vaak gebruiken, is in hoeverre dit mediagebruik samenhang vertoont met hun attitudes ten aanzien van politiek en maatschappij (onderzoeksvraag 6). Voorafgaand aan het beantwoorden van deze onderzoeksvraag presenteren we de conclusies over de mate waarin de moslimjongeren überhaupt verschillen van de niet-moslimjongeren in hun attitudes ten aanzien van geweld in het algemeen of specifiek t.a.v. de islam en enkele maatschappelijke aspecten zoals vertrouwen in en legitimiteit van de regering.

Attitudes ten aanzien van geweld

- Hoewel het merendeel van de jongeren het gebruik van geweld niet goed vindt (ook niet ideologisch ten behoeve van de islam), laten de moslimjongeren gemiddeld een iets minder negatieve attitude zien ten aanzien van het gebruiken



van geweld in het algemeen en ten behoeve van de islam. Ook kunnen de moslimjongeren vaker dan niet-moslimjongeren begrijpen dat iemand terrorist wordt en zijn zij het er *minder* vaak mee eens dat het fout is dat terroristen geweld gebruiken.

- Het gaat dan om relatief kleine groepen moslimscholieren en oudere moslimjongeren die het relatief meer eens zijn met specifieke uitspraken over het gebruik van (ideologisch) geweld dan niet-moslimjongeren (bijv. 2% meer moslimscholieren dan niet-moslimscholieren is het ermee eens dat je soms geweld moet gebruiken om je doel te bereiken; ca 9% meer moslimscholieren dan niet-moslimscholieren begrijpen dat iemand terrorist wordt; van de oudere jongeren is 4% het ermee eens dat het gebruik van geweld voor ideologische doelen van de islam goed is; zie voor details hoofdstuk 5).
- Het ligt voor de hand dat zulke sterkere attitudes onder een relatief kleine groep kan leiden tot extremisering en mogelijk (islam-gerelateerd) gewelddadig gedrag. Echter, zoals gezegd, de meerderheid van de moslimjongeren wijst geweld af.

Attitudes ten aanzien van de Nederlandse samenleving

- De meeste jongeren⁷⁷ in ons onderzoek zijn het er mee eens dat het goed is dat men in Nederland zelf het geloof kan kiezen (NB: welk geloof dan ook), maar meer van de moslimjongeren vindt dat dan niet-moslimjongeren. Ook meer moslimjongeren vinden dat de vrijheid van meningsuiting wordt gebruikt om te kwetsen en dat de islam negatief in het nieuws komt.
- De moslimscholieren hebben op de meeste punten een redelijk positieve attitude ten aanzien van de Nederlandse samenleving en de Nederlandse media. Zij verschillen nauwelijks van de niet-moslimjongeren in hun vertrouwen in de Nederlandse samenleving, in de Nederlandse gezondheidszorg, in de Nederlandse politie, en in de Nederlandse nieuwsmedia.
- Op enkele punten zijn zij echter juist minder positief. Zo vinden meer moslimjongeren dan niet-moslimjongeren dat de regering niks doet aan de problemen en dat alles in Nederland zou moeten veranderen. Maar, protesteren tegen de regering vinden de moslimscholieren vaker fout. Dus, terwijl de moslimscholieren vaker aangeven vertrouwen te hebben in de Nederlandse regering dan de niet-moslimscholieren, vinden zij ook vaker dan de niet-moslimscholieren dat er van alles moet veranderen in Nederland, maar zonder te protesteren.

Verschillen tussen de moslimjongeren en de niet-moslimjongeren in de procesvariabelen

- De moslimjongeren hebben een sterker gevoel van *relatieve deprivatie* of achtergesteld te worden dan de niet-moslimjongeren (w.o. het gevoel minder eerlijk behandeld te worden en minder kansen te hebben).
- De moslimscholieren hebben gemiddeld een *sterker zelfvertrouwen* dan de niet-moslimjongeren (Dit is in tegenstelling met de literatuur in hoofdstuk 2).
- Meer moslimscholieren dan niet-moslimscholieren geven aan onzekerheid te ervaren over de plek in het land en ervaren een gemis aan goede vrienden. Op basis van de

⁷⁷ Deze gegevens zijn niet beschikbaar voor de oudere jongeren.

literatuur (hoofdstuk 2) werd verondersteld dat moslimjongeren doorgaans meer negatieve gevoelens zouden ervaren dan niet-moslimjongeren. Dit bleek niet het geval. Drie negatieve emoties bleken zelfs sterker aanwezig bij de *niet*-moslimscholieren; meer *niet*-moslimscholieren dan moslimscholieren voelen zich machteloos, gefrustreerd en onzeker.

- De moslimscholieren ervaren een minder sterke Nederlandse identiteit dan de niet-moslimscholieren (d.w.z. niet-moslimscholieren zijn vaker trots op Nederland en hebben vaker het gevoel door en door Nederlands te zijn).

De onderzoeksvraag met betrekking tot de samenhang tussen mediagebruik en attitudes, luidde als volgt:

6. Welke media (tv-uitzendingen, internet sites en/of kranten) spelen een belangrijke rol in de politieke en maatschappelijke oordeelsvorming van moslimjongeren? M.a.w., tussen welk mediagebruik en welke attitudes kan een verband worden vastgesteld?

Voor negen typen media (publieke tv binnenland, commerciële tv binnenland, Engelstalige tv, websites binnenland, op de Marokkaanse doelgroep gerichte websites, op de Turkse doelgroep gerichte websites, Nederlandse kranten en de Turkse krant *Hürriyet*) en zes attitudes (m.b.t. het gebruik van geweld en aspecten van de Nederlandse samenleving) werd de samenhang geanalyseerd. Maar, omdat onderzoeksvraag 6 zich specifiek richt op moslimjongeren, presenteren we alleen de conclusies voor de moslimscholieren en de oudere moslimjongeren (de samenhangen werden afzonderlijk berekend *binnen* deze groepen). Voor alle gerapporteerde samenhangen geldt dat het niet om heel sterke relaties gaat. Echter, deze gevonden relaties zijn wel significant.⁷⁸

Mediagebruik en attitudes t.a.v. geweld en de samenleving:

- Het mediagebruik onder jongeren blijkt nauwelijks gerelateerd te zijn aan gewelddadige overtuigingen, niet onder de niet-moslimjongeren en niet onder de moslimjongeren.
- Er zijn enkele uitzonderingen. Het kijken naar Arabische tv en het raadplegen van Marokkaanse websites, alsook in sommige gevallen Turkse websites, gaat samen met een tolerantere attitude ten aanzien van geweld (geweld in het algemeen, geweld t.b.v. de islam) en met de opvatting dat de islam negatief in het nieuws komt. Het raadplegen van Nederlandse en Marokkaanse websites hangt negatief samen met vertrouwen in de Nederlandse samenleving en de attitude ten aanzien van de Nederlandse regering.
- Aan de andere kant gaat vooral het lezen van Nederlandse kranten evenals het kijken naar Turkse tv samen met een negatievere attitude ten aanzien van het gebruik van geweld. Het kijken naar Turkse tv hangt ook positief samen met vertrouwen in de Nederlandse samenleving.
- Voor de moslimscholieren geldt bovendien dat het kijken naar commerciële tv-zenders, het lezen van Nederlandse kranten en het raadplegen van Turkse websites samenhangt

⁷⁸ Bij de analyses is rekening gehouden met de rol van achtergrondkenmerken en die van de procesvariabelen. Dat wil zeggen, deze conclusies gelden ongeacht de overige kenmerken van de respondenten zoals geslacht, leeftijd, en opleidingsniveau - in de analyses is daarvoor gecontroleerd.

met een positievere attitude t.a.v. de (legitimiteit van de) Nederlandse regering. Daarentegen hangt het raadplegen van Nederlandse en Marokkaanse websites onder de moslimscholieren juist samen met een meer negatieve attitude t.a.v. de Nederlandse regering en de Nederlandse media.

8.1.4. Conclusies over de samenhang tussen de procesvariabelen en de attitudes

Verondersteld werd dat niet alleen het mediagebruik samenhangt met de attitudes maar ook met andere variabelen. Gemakshalve hebben we zulke ‘overige’ variabelen procesvariabelen genoemd. Onderzoeksvraag 7 luidde:

7. Welke overige relevante variabelen (modererende en mediërende) spelen bij de oordeelsvorming n.a.v. tv-uitzendingen, internetsites en/of kranten een belangrijke rol, d.w.z. in het eventuele verband tussen mediagebruik en oordeelsvorming?

We kunnen de volgende conclusies trekken:

- Individuele verschillen in gevoelens van relatieve deprivatie, negatieve gevoelens, de mate van zelfvertrouwen en de Nederlandse identiteitsvorming gaan op een aantal punten gepaard met de attitudevorming onder zowel de moslimjongeren als de niet-moslimjongeren.
- Onder de moslimjongeren gaan de sterkere gevoelens van relatieve deprivatie, een zwakkere Nederlandse identiteit en meer zelfvertrouwen samen met een toleranter attitude t.a.v. het gebruik van geweld (zowel in het algemeen als specifiek ten behoeve van de islam)
- Bovendien gaat onder de moslimjongeren een sterker gevoel van relatieve deprivatie, sterkere negatieve gevoelens alsook een sterkere Nederlandse identiteitsvorming samen met meer vertrouwen in de Nederlandse samenleving en de nieuwsmedia.

Conclusies over de samenhang tussen het mediagebruik en de procesvariabelen:

- Voor de moslimjongeren gaat het kijken naar binnenlandse commerciële tv-programma's en het lezen van Nederlandse kranten samen met *minder* relatieve deprivatie en *een stabielere* Nederlandse identiteit.
- Moslimjongeren die vaker naar Turkse tv-zenders kijken, hebben meer zelfvertrouwen.
- Het vaker raadplegen van Turkse websites gaat samen met minder negatieve gevoelens maar ook een minder stabiele Nederlandse identiteit. Het raadplegen van Marokkaanse websites gaat samen met meer relatieve deprivatie of zich achtergesteld voelen.
- Het bezoeken van Nederlandse websites gaat samen met minder zelfvertrouwen, terwijl het bezoeken van Turkse tv-zenders samengaat met meer zelfvertrouwen.

8.1.5. Conclusies over de inhoud van de media

Nu we een indruk hebben van het gebruik van de media door de jongeren en op welke punten er een samenhang is gevonden met hun attitudes, is het relevant ons af te vragen wat nu de inhoud van deze media is. Hiervoor werden twee onderzoeksvragen geformuleerd. De eerste is onderzoeksvraag 8 en luidt:



8. Wat is de focus van deze berichtgevingen?

Het volgende kan geconcludeerd worden:

- Uit inhoudsanalyses van 48 door moslimjongeren veel gebruikte Nederlandse en buitenlandse media blijkt dat deze media royaal aandacht besteden aan ‘hard’ nieuws. Dat wil zeggen dat deze media niet gedomineerd worden door bijvoorbeeld sport of entertainment. De focus van de Nederlandse nieuwsmedia ligt vooral op binnenlandse gebeurtenissen, maar de gebruikte binnenlandse en buitenlandse media besteden ook substantieel aandacht aan buitenlands nieuws.
- Uit een analyse van het nieuws uit zeven dagbladen uit de maanden oktober 2006 tot en met december 2008 blijkt dat een relatief groot deel van het nieuws gaat over de religie en etniciteit van de moslimjongeren. Het gaat over de islam en over het gedrag van hen die de islam aanhangen als geloof. Als het over allochtonen gaat worden vaak Turken, maar vooral Marokkanen genoemd. islamieten en allochtonen worden in dat nieuws op tal van manieren in verband gebracht met terrorisme, criminaliteit, oorlogsgeweld, en ideologisch extremisme. De verdeling van de aandacht over deze onderwerpen verschilt enigszins per medium, maar opvallend is dat de rangorde van de issues op deze agenda’s ongeveer gelijk is.
- De zeven kranten volgen elkaar duidelijk als het gaat om de verschuivingen in focus door de tijd. Per periode associëren de verschillende kranten het thema immigratie en integratie met globaal dezelfde issues en actoren. Om die reden lijkt het voor de agenda van moslimjongeren relatief weinig uit te maken welke Nederlandse nieuwsmedia zij volgen.
- De analyse van 11 jaar nieuws (van 1998 tot en met 2008 in het *NRC Handelsblad*) maakt duidelijk hoe sterk de focus is verschoven in de loop der tijd. Deze geschiedenis is belangrijk omdat de beelden die zowel autochtone als allochtone Nederlanders over zichzelf en elkaar hebben samengaat met de informatie die ze door de tijd heen over elkaar krijgen via de media; hun ervaring met deze groepen is voor velen grotendeels gebaseerd op het nieuws. Na 1999 daalt de aandacht voor criminaliteit en deze neemt weer licht toe in de laatste twee jaren van het onderzoek. Eerst ligt de nadruk op rechts-extremistisch geweld in Nederland en de opkomst van xenofobe politici zoals De Winter, Le Pen en Haider in het buitenland. In die tijd wordt er unaniem afwijzend gereageerd op dit rechts-extremisme. Met de aanslag op 11 september in 2001 slaat het debat om en verhard de toon. Terrorisme komt bovenaan de agenda te staan en wordt in verband gebracht met de islam.
- De moord op Van Gogh drie jaar later veroorzaakt een volgende nieuwsgolf, maar vanaf 2006 neemt de aandacht voor terrorisme vrij snel weer af.
- Opvallend is ook de toenemende politisering van het issue. Na 9/11 zet Fortuyn immigratie en integratie bovenaan de politieke agenda en trekt veel aandacht met zijn nieuwe partij. Na het inzakken van de LPF duurt het tot 2007 voordat Verdonk met TON en Wilders met de PVV doorbreken. De politisering van het nieuws over immigratie en integratie neemt toe in de loop der jaren. Hoewel de richting van dit nieuws niet expliciet is onderzocht, lijkt het duidelijk gezien de onderwerpen, gebeurtenissen en trends, dat een negatieve toon overheerst.

- Verder zijn een zestal webfora onderzocht die populair zijn onder vooral Marokkaanse moslimjongeren. Op al deze fora wordt zeer veel over de islam gediscussieerd, gevolgd door onderwerpen als terrorisme, conflicten in Irak, Afghanistan en Israël, en eisen die aan nieuwkomers in Nederland worden gesteld. Voor de agenda's van deze fora geldt dat ze ook duidelijk met elkaar samenhangen, maar minder sterk dan de kranten onderling. De agenda van elk forum hangt ongeveer even sterk samen met elk van de verschillende kranten. Een voorbeeld van die afstemming op de media-agenda vormt het feit dat politici die veel aandacht trekken in de kranten, zoals Fortuyn, Hirsi Ali, Verdonk en Wilders ook centraal staan in de internetdiscussies. Het verloop van de discussie op het web volgt het debat in de Nederlandse nieuwsmidia op de voet. In de inhoudsanalyse van deze fora vinden we geen aanwijzingen voor het idee dat deze online discussies primair gevoed zouden worden door buitenlandse (Arabische of islamitische) nieuwsmidia of extremistische websites.
- De analyse van een relatief klein aantal programma's uit het televisienieuws illustreert hoe sterk nieuws zich kan concentreren op een zeer specifieke framing van een specifieke selectie van nieuwsfeiten. Uit deze analyse blijkt eveneens de negatieve toon van de berichtgeving. Tot slot valt op dat de verschillende televisieprogramma's elkaar sterk volgen als het gaat om deze framing en negativiteit.

Moslimjongeren en mediaberichten met een meer extreme inhoud?

De tweede vraag die ingaat op de inhoud van de media is onderzoeksvraag 9 en luidt:

9. Volgen Nederlandse moslimjongeren mediaberichten met een meer extreme inhoud? Zo ja, via welke media gebeurt dit en wat is de inhoud van deze berichtgevingen?

Het volgende kan geconcludeerd worden:

- Er wordt wel gedacht dat moslimjongeren vooral gebruik maken van extreme bronnen, zoals Arabische nieuwszenders die terrorisme zouden legitimeren en websites die bijvoorbeeld extreme politieke varianten van de islam zouden uitdragen (zie hoofdstuk 2). De conclusies van de inhoudsanalyses hieronder beperken zich tot bronnen die door minstens vijf procent van de moslimjongeren worden gebruikt. De automatische inhoudsanalyse van de inhoud van deze bronnen laat zien dat alleen *Al-Yaqeen.com* zich sterk focust op extremere inhoud, namelijk op radicalere, salafistische ideologen.
- De aandacht voor radicalere actoren is op de rest van de websites (als de salafistische site niet wordt meegeteld) gemiddeld iets lager dan die in de kranten en de aandacht voor terrorisme is veel lager. Deze analyse gaat in op de verdeling van de aandacht met betrekking tot alles wat geschreven wordt op deze fora, omdat we er van uitgaan dat de onderzochte moslimjongeren in principe het hele forum gebruiken. Dit sluit niet uit dat onderdelen van deze websites een meer extreem karakter kunnen hebben en dat er ook radicale groepen actief kunnen zijn op deze sites. Zo discussieerden leden van de Hofstadgroep veel op *Marokko.nl*.
- Opvallend is dat het main stream nieuws juist wel veel aandacht schenkt aan extremere issues (24%) en actoren (24%). Nederlandse nieuwsmidia zijn met de tijd meer nadruk gaan leggen op extreme opvattingen, op terrorisme en de discussie lijkt te zijn verhard. Afgaande op deze gegevens lijkt het er op dat moslimjongeren in het nieuws evenveel of meer extremere inhoud ontvangen als in de discussie op hun webfora. De

aanhoudende stroom berichten over terrorisme, over anti-immigratie-politici en de verharding van het politieke debat lijkt die focus van het nieuws te verklaren.

- Sommige nieuwsmedia leggen meer nadruk op deze extremere actoren en issues, zoals de vergelijking van zeven kranten laat zien. De betaalde kranten besteden relatief weinig aandacht aan extreme actoren (zoals de meer radicale ideologen/partijen en de extremisten) en extreme issues (terrorisme). Het *Algemeen Dagblad* en de *Telegraaf* scoren wat hoger op dit punt, maar vooral de onder moslimjongeren populaire ‘free dailies’ zoals de *Metro* en *Sp!ts*, focussen sterker op extremere inhoud. Hierbij moet worden opgemerkt dat alle dagbladen substantieel aandacht besteden aan deze extremere thema’s, de overlap in de agenda’s lijkt wat dat betreft groter dan de onderlinge verschillen.
- De inhoudsanalyse van de Arabische en Turkse media is te klein van omvang om uitspraken te doen over hun aandacht voor extremere inhoud.

8.1.6. Conclusies over de motivaties en houding t.o.v. media

De onderzoeksvragen 10 en 11 gaan in op de motieven van moslimjongeren voor hun mediagebruik. Voor het beantwoorden van deze vragen werden uitgebreide open interviews met een ruim 40 moslimjongeren gehouden. Zij varieerden in leeftijd van 16-25 jaar, zowel jongens als meisjes en van verschillende opleidingsniveaus (van vmbo tot universiteit), verspreid over meerdere regio’s in Nederland. Op basis van hun antwoorden kunnen de volgende conclusies worden getrokken.

Onderzoeksvraag 10 luidde:

- 10.** Wat is de motivatie van moslimjongeren om bepaalde berichtgevingen te volgen? M.a.w. waarom volgen moslimjongeren voor hun informatie over politieke, religieuze en maatschappelijke kwesties bepaalde berichtgevingen in de (nieuws)media?

In antwoord op onderzoeksvraag 10 kwamen zes motieven naar voren voor de brede en intensieve nieuwsoriëntatie van de moslimjongeren:

- De behoefte aan nieuws in het algemeen, voor een deel als de morele plicht van een goede burger.
- Een tweede motief is de behoefte aan specifiek nieuws over de islam, islam-gerelateerde onderwerpen en moslimlanden (w.o. Irak, Afghanistan, Palestina) vanuit een sterk gevoel van verbondenheid. Nagenoeg alle geïnterviewde jongeren gaven aan dat het geloof, de islam en het moslim-zijn een belangrijke plaats in hun leven inneemt en dat zij willen weten wat er in de moslimgeoriënteerde landen gebeurt. Zij richten zich ook op buitenlandse media omdat zij vinden dat de islam steeds negatief in het nieuws komt en dat het geloofsconflict en de negatieve beeldvorming rond de islam vooral in Nederland en de Nederlandse media plaatsvinden.
- Een derde motief is de behoefte om te weten hoe de beeldvorming in de media is, wat er over hen, moslims wordt gezegd. Dit motief is gerelateerd aan de vorming van hun identiteit. Ook hebben ze de behoefte om ‘erbij te horen’; ze volgen de



binnenlandse media om mee te kunnen doen in het Nederlandse debat. In dit verband wordt eveneens het nieuws over Wilders gevolgd.

- Een vierde motief voor de brede nieuwsoriëntatie van de moslimjongeren is het wantrouwen naar de media. Zij vinden dat de berichtgeving in de Nederlandse nieuwsmedia partijdig is. De geïnterviewden zien over het algemeen grote verschillen tussen met name de binnenlandse en buitenlandse media. De journaals op de Nederlandse tv (ook het *NOS journaal*) worden vluchtig, sensatiegericht en oppervlakkig gevonden.
- In het verlengde van voorgaande is de behoefte aan ‘de waarheid’ een vijfde motief. Om een completer en ‘meer waar’ beeld te krijgen van ‘de waarheid’ vinden de jongeren het niet genoeg om alleen de Nederlandse actualiteiten of alleen zenders als *Al-Jazeera* te volgen. Door daarnaast ook naar buitenlandse zenders, vooral ook Engelstalige zenders (m.n. *CNN* en *BBC*; er is ook een Engelstalige *Al-Jazeera*) en Turkse zenders te kijken, proberen de moslimjongeren een completer beeld van het nieuws te krijgen.
- Een zesde motief voor het mediagebruik van moslimjongeren kan uitgedrukt worden als de behoefte aan verbreding en verdieping, waarbij van alles op internet wordt opgezocht en nagetrokken. Maar, ze vinden ook dat je op het internet geen goede informatie over de islam kunt vinden en de meesten vinden dat op het forum Marokko.nl niet serieus gediscussieerd wordt. Voor geloofskwesties richten zij zich liever op vertrouwelingen zoals de ouders en de imam.

Onderzoeksvraag 11 luidde:

11. Hoe kijken moslimjongeren tegen de media aan? Wat vinden zij van de berichtgeving in diverse (nieuws)media?

In antwoord hierop kunnen conclusies worden getrokken over drie thema's:

- De moslimjongeren vinden dat de (Nederlandse) media selectief te werk gaan en sensatiebelust zijn en daarmee een partijdige visie weergeven. De meeste geïnterviewde jongeren zijn zich er opvallend van bewust dat het nieuws in Nederland vooral door autochtone Nederlanders wordt gemaakt. Er zijn, volgens hen, dus ook culturele verschillen in het begrip van bepaalde conflicten en achtergronden.
- Hieraan gerelateerd vinden de geïnterviewde moslimjongeren dat er een vertekende beeldvorming plaatsvindt over de islam en moslims als groep. Zij vinden dat de Nederlandse media zich altijd negatief uitlaten over moslims, allochtonen, en moslimlanden. Zij vinden ook dat de media zelf hierin een heel grote en kwalijke rol spelen, onder andere omdat de media slechts enkelingen uit een bepaalde hoek tonen die als representatief voor de groep worden gezien door het publiek. De geïnterviewde moslimjongeren vinden verder dat de politici en vertegenwoordigers in de media een voorbeeldrol dienen te vervullen.
- Het derde thema waarin de houding van de moslimjongeren ten aanzien van de Nederlandse media tot uitdrukking komt, hebben we aangeduid met ‘de omslag’. Ten gevolge van de aanslagen op 9/11 en de moord op van Gogh zagen zij een duidelijke omslag in de berichtgeving in negatieve zin. Momenteel lijkt er juist een omslag plaats te vinden in de moslimjongeren zélf. Na een frustrerende periode van krampachtig het

negatieve nieuws over hun groep te volgen, treedt er acceptatie en berusting op, afstand van de media en groeit de behoefte aan positief nieuws. Opmerkelijk is het begrip voor de ‘onwetende’ Nederlanders die in hun visie negatief beïnvloed worden door de eenzijdige, negatieve media.

8.1.7. Onderlinge relaties tussen mediagebruik, media-inhoud en attitudes.

De laatste onderzoeksvraag waarin de verschillende onderdelen van het onderzoek samenkomen is:

- 12.** Is er een relatie tussen het mediagebruik van moslimjongeren, de focus en aandacht in de media voor bepaalde inhoud van de berichtgeving, de motivaties van moslimjongeren om bepaalde media(-berichten) te volgen en hun attitudes met het oog op politieke en maatschappelijke oordeelsvorming? Zo ja, welke?

Met deze laatste onderzoeksvraag gaan we in op de relaties tussen mediagebruik, media-inhoud, attitudes en motivaties, in het bijzonder die onder de moslimjongeren. De beantwoording van deze laatste, overkoepelende onderzoeksvraag kan bevestigend zijn:

- Er is een relatie tussen het (brede, frequente en intensieve) mediagebruik van moslimjongeren, de focus en (negatieve) aandacht in de (Nederlandse) media voor bepaalde, soms extreme, inhoud van de berichtgeving gericht op de islam en moslims, en de motivaties van moslimjongeren om bepaalde mediabronnen te raadplegen. Met name door veel verschillende mediabronnen te raadplegen, zowel binnenlands als buitenlands, streven moslimjongeren ernaar om een completer en ‘meer waar’ beeld van het nieuws te verkrijgen dan wanneer zij alleen binnenlandse media zouden volgen.
- Onder bepaalde omstandigheden vertoont het mediagebruik samenhang met bepaalde attitudes van moslimjongeren ten aanzien van politiek en maatschappij. Vooral de Arabische tv en Arabische websites blijken samen te gaan met minder negatieve attitudes ten aanzien van het gebruiken van geweld. Interessant is dat voor meerdere attitudes ten aanzien van politiek en maatschappij gebleken is dat Turkse tv (meer dan Turkse websites) een matigende rol kan spelen. Bovenal geldt echter dat het lezen van Nederlandse kranten (en soms ook de Turkse) een positieve samenhang laat zien met een heel scala aan politieke en maatschappelijke attitudes (w.o. sterker negatieve attitudes t.a.v. geweld en meer vertrouwen in de Nederlandse samenleving).
- Bovendien maken de analyses duidelijk dat met het bepalen van de samenhang tussen het mediagebruik en de attitudes, tevens rekening moet worden gehouden met bepaalde, relevante persoonsvariabelen. Hoe sterker het gevoel achtergesteld te worden, maar ook hoe zwakker de Nederlandse identiteit en hoe sterker het zelfvertrouwen, hoe toleranter t.a.v. het gebruik van geweld.
- De inhoudsanalyses en de interviews geven duidelijk aan dat juist de doorgaans negatieve inhoud van de media over moslims en de voor moslims relevante kwesties, een motief vormen voor moslimjongeren om voor bepaalde en meerdere nieuwsbronnen te kiezen. Deze nieuwsbronnen besteden ruime aandacht aan het politieke debat en aan binnenlands nieuws, waarin immigratie en integratie hoofdissues zijn. Het feit dat moslimjongeren en de islam een centrale rol spelen in het hedendaagse nieuws in

Nederland lijkt mede te verklaren waarom zij meer dan niet-moslimjongeren aandacht besteden aan nieuwsmedia.

- Met name na de moord op van Gogh is er in de Nederlandse media structureel meer aandacht voor immigratie en integratie, wordt terrorisme steeds meer in een kader van binnenlandse politiek geplaatst. Vanaf de opkomst van Pim Fortuyn wordt het debat meer gepolitiseerd, wordt er meer nadruk gelegd op anti-immigratie partijen en rechtse populistten, verruwt het debat en lijkt het negatiever te worden. Uit de interviews blijkt dat deze omslag in de berichtgeving duidelijk is waargenomen en gevoeld door de moslimjongeren. Vervolgens blijkt zowel uit de inhoudsanalyses als de interviews dat enkele van deze trends, zoals de focus op de islam en terrorisme inmiddels lijken af te nemen.
- De interviews maken duidelijk dat deze omslag in de berichtgeving hen niet alleen heeft gemotiveerd om zeer mediabewust te zijn, maar tevens om zelf níet zo te (willen) zijn als ‘die probleemjongeren in de media’, maar om juist een ‘góede’ moslim te zijn.

8.2. Nabeschuiving

In deze paragraaf plaatsen we de conclusies in een maatschappelijke en theoretische context en bespreken we de nadere betekenis ervan. Eerst echter bediscussiëren we enkele sterke en zwakke kanten van de gehanteerde methoden van onderzoek (par. 8.2.1). Vervolgens bespreken we de brede nieuwsoriëntatie van moslimjongeren (par. 8.2.2). Tot slot gaan we nader in op de rol van de media in attitudevorming en radicalisering (par. 8.2.3) en medialogica en polarisatie (8.2.4).

8.2.1. Evaluatie van de methoden van onderzoek

Hieronder gaan we kort in op de sterke en zwakke punten van de gehanteerde onderzoeksmethoden om de conclusies en de beantwoording van de onderzoeksvragen op de juiste waarde te kunnen schatten. Sterke punten van het onderzoek zijn de combinatie van methoden en de omvang van de datasets. Zwakke punten zijn de relatief geringe omvang en representativiteit wat betreft de onderzochte groepen moslimjongeren en de geringe representativiteit en betrouwbaarheid van een deel van de inhoudsanalyses.

De unieke combinatie van vier onderzoeksmethoden is een sterk punt van onderhavig onderzoek. Daarin combineerden we literatuuronderzoek met een grootschalig vragenlijstonderzoek, inhoudsanalyses en diepte-interviews. We weten daardoor niet alleen welke media moslimjongeren raadplegen voor hun informatie over politiek, religie of de maatschappij, maar ook wat hun attitudes daarover zijn, welke inhoud die media bevatten en op welke inhoud zij reageren, alsook wat hun achterliggende motieven zijn en wat zij van de inhoud van de media vinden. De combinatie van methoden biedt ook op verschillende punten een cross-validering van de resultaten, omdat de verschillende methoden tot vergelijkbare antwoorden leiden.

De *omvang van het survey-onderzoek* is eveneens een sterk punt. Er is een groot aantal jongeren opgenomen in de survey met veel aandacht voor een zorgvuldige steekproeftrekking onder de scholieren, maximaal verspreid over diverse regio's en opleidingen in Nederland, met een zeer goede respons. Het levert een goed beeld op van het mediagebruik en de attitudes van scholieren, zowel moslimscholieren als niet-moslimscholieren. Procentueel gezien nam een groot deel van de moslimjongeren deel aan dit onderzoek (meer dan verwacht had mogen

worden op basis van percentage moslims in de Nederlandse samenleving). Niettemin is juist de representativiteit van de onderzochte groep moslimscholieren onduidelijk vanwege de relatief kleine omvang en het gebrek aan referentiegegevens. Voordeel is wel dat door de groepswijze afname in schoolklassen van dit deel van het onderzoek zelfselectie vrijwel geen rol gespeeld kan hebben. Een sterk punt is verder de directe vergelijking met een grote groep niet-moslimjongeren.

De steekproef onder de oudere jongeren (18-26 jaar) is niet alleen relatief klein maar wordt bovendien sterk vertekend door zelfselectie, ondanks dat hiervoor een gerenommeerd onderzoeksbureau, dat veel onderzoek doet naar deze groep, was ingeschakeld. De gevoeligheid van het onderwerp en de complexiteit van de vraagstelling (waarvoor een lange vragenlijst nodig was) bleken hier nadelig. Representativiteit is een lastig probleem waar vrijwel al het onderzoek naar allochtonen mee worstelt en meer nog dit onderzoek naar moslimjongeren.

De methode die gehanteerd is om het inhoudelijk profiel van 48 bronnen te schetsen die voor de doelgroep relevant bleken, geeft een globale indruk van de verschillen tussen *soorten* media (televisienieuws, dagbladen en websites), maar is weinig of niet betrouwbaar als het gaat om de verschillen per afzonderlijk dagblad, website of televisieprogramma. De inhoudsanalyse van de digitaal beschikbare teksten van zeven dagbladen en zes relevante websites is juist wel betrouwbaar. Deze automatische inhoudsanalyses van zeer veel mediaberichten is uniek in dit soort onderzoek. De inhoud van de media kon, met behulp van specifieke software, letterlijk in honderdduizenden documenten worden onderzocht op de aanwezigheid van honderden zoektermen. Deze inhoudsanalyse laat tamelijk precies zien hoe het debat zich heeft ontwikkeld in het afgelopen decennium in één van de toonaangevende dagbladen (*NRC Handelsblad*) en hoe de inhoud van deze dagbladen en de websites verschillen en overeenkomen. Om ook het televisienieuws te betrekken in de analyse is een handmatige inhoudsanalyse van 14 Nederlandse tv-programma's uitgevoerd. Dit levert een gedetailleerd overzicht van een korte periode met nieuws relevant voor de doelgroep en vormt een case-study van hoe televisienieuws kan werken. De representativiteit van dit deelonderzoek is echter gering, gezien de korte periode en het relatief kleine aantal onderzochte afleveringen.

De *omvang en aard van de diepte-interviews* met moslimjongeren zijn voor een aanvullende interviewstudie relatief groot en maken het onderzoek compleet doordat hun antwoorden inzicht bieden in de achterliggende motieven en houding tegenover de Nederlandse en buitenlandse media. De resultaten sluiten goed aan bij de resultaten uit de overige deelonderzoeken en verdiepen het verkregen inzicht. Desondanks moet gezegd dat het ook hier niet mogelijk is om te spreken van een representatieve steekproef, ook al hebben we voor de interviews een zo goed mogelijke spreiding van respondenten gezocht onder de doelgroep moslimjongeren.

Gezien de consistentie van de antwoorden van de geïnterviewden met de overige resultaten alsmede de consistentie in antwoordpatronen in de diverse deelonderzoeken, menen we echter een goede basis te hebben voor onze conclusies. Over het mediamenu van specifiek moslimjongeren was nog niet veel bekend ten tijde van de uitvoering van ons onderzoek, en daarmee evenmin over de relatie tussen hun mediagebruik en hun politieke en maatschappelijke oordeelsvorming. Aan deze lacune in kennis komt dit rapport tegemoet.

8.2.2. De brede nieuwsoriëntatie van moslimjongeren



Een van de meest opvallende conclusies in dit onderzoeksrapport is dat het mediagebruik van de moslimjongeren groot is, beduidend groter, breder en intensiever dan dat van de niet-moslimjongeren. Wat vooral opvalt is dat meer moslimjongeren met een grotere regelmaat een krant lezen dan niet-moslimjongeren. Onze resultaten wijken op een aantal punten af van eerder onderzoek (zie hoofdstuk 2), waarvoor meerdere redenen aan te wijzen zijn. Ten eerste dient opgemerkt dat in ons onderzoek expliciet is gevraagd naar media die worden geraadpleegd om zich te informeren over nieuws, religie en maatschappelijke kwesties. Eerdere rapportages vroegen naar het mediagebruik in het algemeen, waaronder bijvoorbeeld ook de amusementsmedia vallen, terwijl wij daar geen vragen over hebben gesteld.

Een tweede reden waarom onze resultaten op punten afwijken van voorgaand onderzoek, is dat het in ons onderzoek expliciet om moslimjongeren gaat in vergelijking met niet-moslimjongeren. Hoewel de groep allochtone jongeren overlap vertoont met de groep moslimjongeren, is de groep moslimjongeren toch specifiek. Van de allochtone⁷⁹ oudere jongeren in ons onderzoek is 40% niet-moslim, terwijl van de allochtone scholieren in ons onderzoek zo'n 60% aangeeft niet moslim te zijn dan wel niet de islam als geloof aan te hangen. Bovendien zijn er ook niet-allochtone moslimjongeren. Echter, 60% allochtonen die niet moslim zijn, blijken uit niet-westerse en niet-islamitische landen te komen. Wanneer we alleen naar de Turkse en Marokkaanse allochtonen kijken, dan is 93% van de Marokkaanse jongeren en 79% van de Turkse jongeren moslim. Er is dus wel een behoorlijke mate van overlap tussen *niet-westerse allochtone* jongeren en de moslimjongeren. De overige *niet-moslim allochtone jongeren* in onze steekproef bleken in hun mediagebruik vergelijkbaar met de autochtone niet-moslimjongeren. Het bredere en intensievere gebruik van de media door moslimjongeren kan dus als kenmerkend voor de doelgroep *moslimjongeren* gezien worden.

Ten derde is de doelgroepdefinitie 'jongeren' in de diverse onderzoeken verschillend. In voorgaande rapportages werden vaak bredere groepen jongeren (soms wel tot 34 jaar) opgenomen.

Ten vierde zijn onze gegevens recenter. Daarbij kan gedacht worden aan de opkomst van de gratis kranten zoals *Metro* en *Sp!ts* die veelvuldig door de jongeren worden gelezen, met name ook door de moslimjongeren.

Ten vijfde waren de steekproeven in voorgaande rapportages doorgaans kleiner en selectiever; zelden werd een steekproef van een omvang en spreiding als de onze getrokken (zie hoofdstuk 3), zij het dat de steekproef moslimjongeren nog altijd relatief klein is (ook al kan niet meer dan 10% van het totaal verwacht worden). De scholieren vulden de vragenlijsten in de klas in, zodat een zeer hoge respons werd bereikt. Deze hoge respons impliceert dat de gevonden verschillen geen gevolg kunnen zijn van zelfselectie, waarbij de meer politiek geïnteresseerde moslimscholieren vaker meedoen aan het onderzoek dan andere moslimscholieren.

Ten zesde kan opgemerkt worden dat een mogelijke eerdere 'achterstand' in het mediagebruik, t.o.v. de niet-moslimjongeren, met rasse schreden ingehaald zou kunnen zijn door de jongste generatie moslimjongeren en dat zij nu hun niet-moslim leeftijdgenoten overtroeven.

⁷⁹ Allochtoon is hier bepaald op basis van geboorteland van de jongere zelf of de vader of de moeder als zijnde niet geboren in Nederland.

Tot slot kan de opvallend negatieve presentatie van allochtonen, moslims en de islam in het Nederlandse nieuws de sterke aandacht van de moslimjongeren voor dit nieuws verklaren.

Een heersend beeld onder relatieve 'buitenstaanders' lijkt te zijn dat moslimjongeren zich sterk richten op Arabische televisieprogramma's en extreme, buitenlandse bronnen op het internet met een anti-westerse inhoud. Ons onderzoek laat zien dat de overgrote meerderheid moet worden gezien als 'gewone' in Nederland wonende jongeren die in hun mediagebruik eerder meer dan minder gebruik maken van de Nederlandse nieuwsmedia. Uit het onderzoek blijkt dat slechts weinig moslimjongeren extreme websites bezoeken. Net als bij de niet-moslimjongeren zijn vooral relatief gematigde websites populair. Moslimjongeren gebruiken dus vooral veel gewone, 'main stream' media uit Nederland, die veel aandacht schenken aan (binnenlands) nieuws en veel aandacht besteden aan politiek. Hun gebruik van buitenlandse media staat dat niet in de weg maar komt daar boven op.

Moslimjongeren consumeren relatief veel nieuws en zijn daarin hevig geïnteresseerd; zij blijken sterk nieuws-gierig te zijn. De volgende vraag is wat zij tegenkomen in dat nieuws. De nieuwsbronnen die moslimjongeren volgen besteden ruime aandacht aan het politieke debat en aan (binnenlands) nieuws. Immigratie en integratie staan centraal in dat debat en dat nieuws. De analyse van ruim een decennium berichtgeving in het *NRC Handelsblad* laat zien hoe de focus van die berichtgeving na 9/11 verschuift en in het Nederlandse debat meer nog na de moord op van Gogh. Sindsdien is er structureel meer aandacht voor immigratie en integratie, wordt terrorisme steeds meer in een kader van binnenlandse politiek geplaatst en vanaf de opkomst van Pim Fortuyn wordt het debat meer gepolitiseerd en wordt de toon negatiever. Het nieuws focust sterk op extremistische en criminele allochtonen, die vaak gekoppeld worden aan terrorisme en de islam. De schets van de wijze waarop Marokkaanse jongeren worden gepresenteerd op tv, middels inhoudsanalyse, maakt duidelijk hoe sterk de 14 onderzochte tv-programma's op elkaar lijken qua agenda, qua frame en qua negativiteit ten aanzien van deze jongeren. Uit zowel de inhoudsanalyses als de diepte-interviews blijkt dat enkele van deze trends, zoals de focus op de islam en terrorisme, inmiddels lijken af te nemen.

Moslimjongeren consumeren relatief veel nieuws dat over hun etniciteit en hun religie gaat. Dat laatste vormt tevens een antwoord op de vraag wat hen motiveert om het nieuws via vele en bepaalde bronnen te volgen. Het feit dat moslimjongeren en de islam een centrale rol spelen in het nieuws, met name na 9/11 maar vooral na de moord op Van Gogh, lijkt zoals gezegd, mede te verklaren waarom zij meer dan niet-moslimjongeren aandacht besteden aan nieuwsmedia. Uit de diepte-interviews blijkt dat de voor hen negatieve omslag in de berichtgeving duidelijk is waargenomen en gevoeld. Dat het over hun identiteit gaat, lijkt er toe te leiden dat ze kritisch zijn ten aanzien van het nieuws en dat ze meer bronnen gebruiken om hun oordeel op te baseren. Dit motiveert hen ook om meer buitenlandse media volgen. Het gebruik van die buitenlandse media staat het volgen van Nederlandse media niet in de weg maar komt daar bij. Zij willen op die manier een completer beeld verkrijgen van wat er in de wereld om hen heen gebeurt, met name ook wat er in de moslimgeoriënteerde landen gebeurt. In dit licht moeten ook de uitspraken in de interviews geplaatst worden dat de moslimjongeren het nieuws over Wilders in de Nederlandse media volgen, namelijk om te weten wat er over hen gezegd wordt en om mee te doen aan het publieke debat in de Nederlandse maatschappij.

De open interviews maken ook duidelijk dat de omslag in de berichtgeving naar aanleiding van 9/11 en de moord op Van Gogh niet alleen een duidelijk motief vormen om het nieuws te volgen, maar dat het deze groep ook sterk bewust heeft gemaakt van de rol van de media. Ze



beseffen hoe dit nieuws inwerkt op de beeldvorming onder ‘naïeve’ Nederlanders over allochtonen en over hen, moslims. Onder de moslimjongeren lijkt inmiddels sprake van berusting en acceptatie, zelfs begrip voor de ‘onwetende’ niet-moslims die voor hun beeldvorming grotendeels afhankelijk zijn van de (binnenlandse) media. Hun begrip en kritische houding ten aanzien van hoe nieuws gemaakt wordt en wat voor invloed nieuws heeft op de samenleving, getuigt van een goed gevoel voor de werking van de media.

De grote activiteit van met name oudere Marokkaanse moslimjongeren op webfora maakt bovendien duidelijk dat deze groep sterk is geïntegreerd als het gaat om *deelname* aan het publieke debat. Onze algemene conclusie is dan ook dat moslimjongeren juist bovengemiddeld zijn geïntegreerd in het politieke proces in de Nederlandse samenleving als het gaat om het *volgen van nieuwsmedia en het deelnemen aan* het publieke debat over immigratie en integratie.

8.2.3. De rol van de media in attitudevorming en radicalisering

Op basis van het literatuuronderzoek werd een model voor media-beïnvloeding opgesteld (in hoofdstuk 2), dat als leidraad fungeerde voor ons onderzoek. Dit theoretisch model voor media-beïnvloeding omvat zowel persoonsgebonden factoren (bijv. leeftijd, sekse, opleiding, etnische achtergrond) als specifieke inhoud van media in termen van focus en eventuele extreme inhoud. Bovendien veronderstelden we dat de wijze waarop de informatie via de media verwerkt wordt, mede wordt beïnvloed door de persoonlijke factoren (onzekerheid bijvoorbeeld) en sociaal-psychologische processen (in dit rapport procesvariabelen genoemd). Het gaat in het model vooral om wederkerige relaties. De inhoud van nieuws beïnvloedt bijvoorbeeld de houding van jongeren, maar die houding beïnvloedt ook de keuze om bepaald nieuws te volgen.

Zoals gezegd kunnen op basis van één meting in de tijd wel verbanden worden gelegd, maar kan geen uitspraak worden gedaan over causaliteit. Bovendien is de inhoud van de media dermate divers dat het lastig is op grond van toch tamelijk globale metingen significante relaties vast te stellen. Al met al is het van belang voor de bepaling van de rol van het mediagebruik in de vorming van de politieke en maatschappelijke attitudes onder jongeren en moslimjongeren in het bijzonder, om niet alleen naar de invloed van een enkele specifieke bron op zichzelf te kijken, maar deze te bezien in samenhang met achtergrondvariabelen en procesvariabelen. Voorzover het mediagebruik samenhangt met bepaalde attitudes, suggereren onze resultaten een dynamische wisselwerking tussen specifieke mediabronnen, achtergrondvariabelen en procesvariabelen.

Het vragenlijstonderzoek maakt duidelijk dat het mediagebruik onder (moslim)jongeren in de meeste gevallen *niet* gepaard gaat met gewelddadige overtuigingen. De meeste jongeren, zowel moslim als niet-moslim, wijzen het gebruik van geweld zonder meer af, zowel geweld in het algemeen als specifiek voor ideologische doelen ten behoeve van de islam. Er zijn echter een paar belangrijke uitzonderingen.

Vooraf het raadplegen van Nederlandstalige Marokkaanse en Turkse websites en het volgen van Arabische tv hangt samen met een minder negatieve attitude ten aanzien van geweld in het algemeen en ten aanzien van geweld voor ideologische doelen van de islam, alsook met de opvatting dat de islam te negatief in het nieuws komt. Deze minder negatieve houding ten aanzien van geweld onder de moslimjongeren geldt voor enkele procenten meer moslimjongeren dan niet-moslimjongeren in onze steekproef (percentages variëren per vraag). Deze groepen zijn weliswaar relatief klein maar tegelijkertijd kunnen deze sterkere attitudes

meespelen in het ontstaan van (islam-gerelateerd) gewelddadig gedrag. Vanuit de overige analyses blijkt dat vooral de combinatie van man-zijn, een lagere opleiding, het gevoel achtergesteld te worden, en een zwakkere Nederlandse identiteit mede een rol spelen in de samenhang tussen het frequent raadplegen van Arabische en Turkse websites alsook het kijken naar Arabische tv en een radicalere opstelling onder de moslimjongeren. De relatie geldt eveneens andersom; zij met een radicaler gedachtegoed raadplegen frequenter Arabische en Turkse websites. Dat er in de Nederlandse media vooral in negatieve zin over jongeren van Turkse en vooral Marokkaanse komaf verslag wordt gedaan kan daar mede een rol in spelen. Het verdient daarom aanbeveling om nader onderzoek te doen naar de selectiviteit van Nederlandse berichtgeving en de relatief intensieve gebruikers van Arabische tv en van Marokkaanse en Turkse websites.

Daar tegenover staat dat vooral het *lezen van kranten* door de jongeren (zowel scholieren als oudere jongeren, zowel moslim als niet-moslim), en in enige mate het kijken naar bepaalde zenders van de Nederlandse publieke omroep, samengaat met een sterkere afwijzing van geweld en meer vertrouwen in de Nederlandse samenleving. Dit is opmerkelijk omdat de meest gelezen kranten onder deze jongeren de *Metro* en de *Sp!ts* zijn. Uit de inhoudsvergelijking van een zevental dagbladen bleek dat deze ‘free dailies’ juist de meeste aandacht besteden aan de meer radicale actoren en aan terrorisme. Ondanks de extremititeit van deze berichtgeving blijkt het lezen van deze gratis kranten positief samen te gaan met de attitudes van moslimjongeren. Zij staan negatiever tegenover geweld en hun attitudes ten aanzien van media, de Nederlandse samenleving en de overheid blijken zelfs minder kritisch dan die van de niet-moslimjongeren.

Wanneer deze bevindingen worden gezien in het licht van de bevindingen dat de moslimjongeren zich meer achtergesteld voelen dan de niet-moslimjongeren (d.w.z. een sterkere relatieve deprivatie) en een minder sterke Nederlandse identiteit ervaren, is het opmerkelijk dat het lezen van (gratis) kranten met toch een tamelijk negatieve focus op moslims, wel samen gaat met positievere attitudes. Immers, het gevoel achtergesteld te worden en een zwakke Nederlandse identiteitsvorming hangt samen met een positievere attitude ten aanzien van geweld en het vaker bezoeken van Marokkaanse websites onder moslimjongeren. De diepte-interviews illustreren echter hoe negatief nieuws mediagebruik argwaan kan opwekken maar ook een matigende invloed kan hebben: het motiveert sommigen om níet zo te zijn als ‘die probleemjongeren in de media’ maar om juist een ‘goede’ moslim te zijn.

8.2.4. *Medialogica en polarisatie*

Het goede nieuws is dat moslimjongeren het nieuws goed volgen, zelfs meer dan niet-moslimjongeren dat doen. Onderzoekers twisten over de vraag of media de burgers in een democratie passief of actief maken, respectievelijk benoemd met mediamalaise en mediamobilisatie. Oppervlakkig televisienieuws dat vooral ingaat op schandalen en het privé-leven van politici zou bijvoorbeeld leiden tot een vervreemding van het publiek en meer specifiek de kiezer in verkiezingstijd. Daarentegen zou krantennieuws dat uitgebreid ingaat op de inhoudelijke kant van politiek de kloof tussen burger en politiek verkleinen. Het resultaat van alle roering in Nederland lijkt voor de moslimjongeren te zijn dat mediamobilisatie het wint van mediamalaise. De gedachte is dat zulke mediamobilisatie goed is voor de democratie, o.a. omdat het moslimjongeren betreft bij de politiek en informeert over wat er in de samenleving gaande is.



De vraag is echter of deze mediamobilisatie kan omslaan in ongewenste polarisatie en radicalisering of daar in bepaalde mate aan bijdraagt. Dergelijke processen kunnen in verband gebracht worden met medialogica. Een illustratie daarvan biedt een tijdreeksanalyse (die wel de richting van verbanden indiceert) van de wisselwerking tussen de agenda's van een rechts forum (*nl.politiek*), een forum van allochtonen (*Marokko.nl*) en dagbladnieuws (Oegema et al., 2006). Deze analyse maakt een wisselwerking zichtbaar als die van een beweging en een tegenbeweging die elkaar onder invloed van het nieuws stimuleren (vergelijk Staggenborg & Meyer, 1996). In dit proces trekt het terroristische geweld en het criminele gedrag van een kleine minderheid van allochtonen en moslims veel aandacht in het nieuws en dat resulteert weer in meer nieuws over reacties van o.a. anti-immigratiepartijen, zoals ook in onze inhoudsanalyses naar voren kwam. Al dit nieuws voedt stereotypen en vooroordelen onder zowel allochtonen als autochtonen, die zich sterker tegen elkaar gaan afzetten. Sommigen sommigen radicaliseren en kunnen bijvoorbeeld geweld gebruiken, hetgeen vervolgens weer nieuws oplevert. Met name de open interviews en het beeld dat ontstaat door de gecombineerde resultaten van ons onderzoek wijzen eveneens op een dergelijke dynamiek.

In zo'n dynamiek lijkt het nieuws per periode de aangever te zijn van de actoren en issues waarover de twee groepen diametraal tegengestelde meningen hebben. Het nieuws besteedt veel aandacht aan allochtonen en moslims, hun etniciteit en religie. Daarbij wordt vooral gefocust, op wat er mis gaat, zoals op terrorisme, criminaliteit, en veel minder op wat er goed gaat, zoals bijvoorbeeld de integratie op het gebied van taal, opleiding en werk. In onze onderzoeksresultaten is een dergelijke negatieve spiraal duidelijk herkenbaar.

Het is een gegeven dat politieke partijen voor hun steun afhankelijk zijn van media-aandacht voor hun partij en hun issues. Zij steken een aanzienlijk deel van hun energie en middelen in politieke mobilisatie via het nieuws. De logische consequentie hiervan is dat sommige partijen hun aanhang trachtten te vergroten door via de media de aandacht voor anti-immigratie issues te vergroten en zich af te zetten tegen allochtone Nederlanders wijzend op criminaliteit, terrorisme, onveiligheid, werkloosheid, vrouwenonderdrukking, misbruik van sociale voorzieningen, etcetera. En zo ontstaat een spiraalwerking waarbij de 'eigenaren' van deze issues groeien bij aandacht voor hun standpunten en die groeiende achterban vervolgens legitimeert dat journalisten meer aandacht schenken aan deze issues (Vliegthart, 2007). In deze dynamiek blijken nieuws en burgers nauwelijks rekening te houden met de feitelijke ontwikkelingen, zoals de instroom van het aantal immigranten en asielzoekers en de opmars van moslimjongeren en allochtonen in het hoger onderwijs. De moslimjongeren in onze open interviews herkennen deze medialogica en hebben sterk de behoefte aan een positieve omslag.

Een vergelijking met onderzoek naar sociale bewegingen maakt duidelijk hoe een beweging en haar tegenbeweging elkaar in leven kunnen houden (Staggenborg & Meyer, 1996). Zo hanteert Al Qaida terroristische aanslagen expliciet als middel om de Arabische en Westerse wereld uit elkaar te drijven. Dat lijkt precies op wat hier gaande is in de berichtgeving over moslimjongeren in de Nederlandse nieuwsmedia. Door al deze aandacht voor de tegenbeweging en de kleine groep die het stereotype beeld van de islam en moslims in stand lijken te houden, wordt uit het oog verloren dat de meeste moslimjongeren in veel opzichten 'gewone jongeren in Nederland' blijken wat betreft hun mediagebruik, zij het breder en intensiever, en in een groot deel van hun attitudes en gevoelens. En ook de wijze waarop dit mediagebruik samenhangt met hun attitudes is in grote lijnen vergelijkbaar is met dat van de niet-moslimjongeren in Nederland. Misschien is dat wel de belangrijkste conclusie van dit



onderzoek – dat moslimjongeren in de meeste opzichten lijken op ‘gewone jongeren in Nederland’ en in hun mediagebruik deze zelfs overtreffen; ook zij voelen zich een kaaskop op vakantie in Marokko. Bovendien blijken zij evenveel vertrouwen te hebben in belangrijke aspecten van de Nederlandse samenleving zoals de gezondheidszorg en de politie.

Tegelijkertijd kunnen we er niet omheen dat diezelfde moslimjongeren goede redenen hebben om op enkele punten aan deze ‘gewone jongeren in Nederland’ voorbij te gaan, zoals in de breedte en intensiteit van het raadplegen van nieuwsmedia, en soms af te wijken, zoals in het vinden dat de regering meer zou moeten doen aan de problemen in Nederland – al zouden ze daarvoor niet gaan protesteren.

Referenties

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50(2), 179-211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall Inc.
- Anderson, C. A. (2004). An update on the effects of violent video games. *Journal of Adolescence*, 27, 113-122.
- Anderson, C. A., & Bushman, B. J. (2001). Effects of violent video games on aggressive behavior, aggressive cognition, aggressive affect, physiological arousal, and pro-social behavior: A meta-analytic review of the scientific literature. *Psychological Science*, 12, 353-359.
- Anderson, C. A., Gentile, D. A., & Buckley, K. E. (2007). *Violent video game effects on children and adolescents: Theory, research, and public policy*. Oxford: Oxford University Press.
- Amsterdam Stad in cijfers: Zie: <http://amsterdam.nl/stad-in-beeld/feiten-cijfers?ActItdt=98197>.
- Arnett, J. (1992). Reckless behavior in adolescence: A developmental perspective. *Developmental Review*, 3, 339-373.
- Balgobind, S., R. van Holst & G. Massaro (2007), *Gedrukte media in de multiculturele samenleving*. Onderzoek in opdracht van het Bedrijfsfonds voor de Pers.
- Bandura, A. (1965). Influence of models' reinforcement contingencies on the acquisition of imitative responses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1, 589-595.
- Bandura, A. (1971). *Social learning theory*. New York: General Learning Press.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, 52, 1-26.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory of mass communication. *Media Psychology*, 3, 265-298.
- Bandura, A. (2009). Social cognitive theory of mass communication. In J. Bryant & M. B. Oliver (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (2nd ed., pp. 94-124). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Barnhurst, K. G. (1997). *Media Democracy; How Young Citizens Experience the News in the United States & Spain*. Universiteit van Amsterdam, Amsterdam.
- Baron, R. & Kenny, D.A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Becker, J. (2003). De vaststelling van de kerkelijke gezindte in enquêtes; 40% of 60% buitenkerkelijken? [Electronic Version]. *Werkdocument 92 van het Sociaal en Cultureel Planbureau*.

- Benschop, A. (2006). Virtuele jihad en de cultuur van de grote bekken. In: Sadik Harchaoui (red.) *Hedendaags radicalisme. Verklaringen & aanpak*. Amsterdam: Het Spinhuis. pp. 140-179.
- Billiet, J., Swyngedouw, M., & Waage, H. (2004). Attitude Strength and Response Stability of a Quasi-Balanced Political Alienation Scale in a Panel Study. In W. E. Saris & M. Sniderman (Eds.), *Studies in Public Opinion; Attitudes, Nonattitudes, Measurement Error, and Change* (pp. 268-294). Princeton: Princeton University Press.
- Brabants Dagblad. (21 januari 2005). 'Begrip voor tasjesdief komt voort uit frustratie'.
- Brosius, H. (1993). The effects of emotional pictures in television news. *Communication Research*, 20, 105-124.
- Brouwer, L., & S. Wijma (2006). De zin en onzin van forumdiscussies op Marokkaanse websites. In J. de Haan & C. van 't Hof (Reds.), *Jaarboek ICT en samenleving 2006. De digitale generatie* (pp. 109-121). Amsterdam: Boom.
- Buckingham, D. (2000). *The Making of Citizens; Young People, News and Politics*. Londen: Routledge.
- Bushman, B. J. (2006). Effects of Warning and Information Labels on Attraction to Television Violence in Viewers of Different Ages. *Journal of Applied Social Psychology*, 36(9), 2073-2078.
- Bushman, B. J. (1998). Effects of Warning and Information Labels on Consumption of Full-Fat, Reduced-Fat, and No-Fat Products. *Journal of Applied Psychology*, 83(1), 97-101.
- Buijs, F. J., Demant, F., & Hamdy, A. (2006). *Strijders van eigen bodem; Radicale en democratische moslims in Nederland*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Busselle, R. W. (2001). Television exposure, perceived realism, and exemplar accessibility in the social judgment process. *Media Psychology*, 3, 43-67.
- Busselle, R. W., & Greenberg, B. S. (2000). The nature of television realism judgments: A re-evaluation of their conceptualization and measurement. *Mass Communication and Society*, 3, 249-268.
- Carabain, C. L. (2007). *Taking too much for granted? A study on the measurement of social attitudes*. Proefschrift Vrije Universiteit Amsterdam.
- CBS (2007). "Religie aan het begin van de 21e eeuw", hoofdstuk 4 (over het aantal islamieten in Nederland): www.cbs.nl.
- CBS Statline, zie [http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=70086NED&D1=0-5.15&D2=\(I-11\)-I&HD=080821-1515&HDR=T&STB=G1](http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=70086NED&D1=0-5.15&D2=(I-11)-I&HD=080821-1515&HDR=T&STB=G1).
- Constant, A., & Zimmermann, K. F. (2007). Measuring Ethnic Identity and its Impact on Economic Behaviour (Publication. Retrieved 13 maart, from Centre for Economic Policy Research: www.cepr.org/pubs/dps/DP6466.asp
- Costera Meijer, I. (2006). *De toekomst van het nieuws; Hoe kunnen journalisten en programma-makers tegemoetkomen aan de wensen en verlangens van tieners en twintigers op het gebied van onafhankelijke en pluriforme informatievoorziening?* Amsterdam: Otto Cramwinckel Uitgever.

- Dagevos, J., Euwals, R., Gijsberts, M. & H. Roodenburg (2007). *Türken in Deutschland und den Niederlanden. Die Arbeitsmarktposition im Vergleich*. Den Haag: CBS.
- Dahl, R. E., & Hariri, A. R. (2005). Lessons from G. Stanley Hall: Connecting new research in biological sciences to the study of adolescent development. *Journal of Research on Adolescence*, 15, 367-382.
- Duimel, M. & Haan, J. de (2007). Nieuwe links in het gezin: De digitale leefwereld van tieners en de rol van hun ouders. Den Haag: SCP (www.scp.nl).
- d'Haenens, L. (2003). ICT in Multicultural Society; The Netherlands: A Context for Sound Multiform Media Policy? . *International Communication Gazette*, 65(4-5), 401-421.
- Dillman, D.A. (2000). *Mail and Internet Surveys: The Tailored Design Method*, second ed. Wiley, New York.
- Eagly, A. H. & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Fort Worth, TX: Harcourt Brace Jovanovich.
- Elsevier (29 april 2007). *Lager sociaal milieu oorzaak werkloosheid allochtoon*.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Galtung, J., and Ruge, M. (1965). The structure of foreign news: the presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers, *Journal of International Peace Research*, 1, 64–91.
- Gerbner, G., & Gross, L. (1976a). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26, 172-199.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (2002). Growing up with television: The cultivation perspective. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (2nd ed., pp. 17-40). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Gijsberts, M. & Herweijer, (2007). "SCP Jaarrapport Integratie" (hoofdstuk 5), Den Haag: www.scp.nl.
- Gräf, B. (2008). IslamOnline.net: Independent, interactive, popular. *Arab Media & Society*, from www.arabmediasociety.com
- Huesmann, L. R., Moise-Titus J., Podolski, C. L., & Eron, L. D. (2003). Longitudinal relations between children's exposure to TV violence and their aggressive and violent behavior in young adulthood: 1977-1992. *Developmental Psychology*, 39, 201-221.
- Katz, Elihu (1973). The two-step flow of communication: an up-to-date report of an hypothesis. In Enis and Cox(eds.), *Marketing Classics*, p175-193.
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communication*. Glencoe, IL: Free Press.

- Kleinnijenhuis, J. (2003). Het publiek volgt media die de politiek volgen. In H.P.M. Adriaansens (Ed.), *Medialogica. Over het krachtenveld tussen burgers, media en politiek*. (pp. 151-212). The Hague (NL): RMO (advies 26).
- Kleinnijenhuis, J., van Hoof, A. M. J., Oegema, D., & de Ridder, J. A. (2007). A Test of Rivaling Approaches to Explain News Effects: News on issue positions of parties, real-world developments, support and criticism, and success and failure. *Journal of Communication*, 57(2), 366-384.
- Kleinnijenhuis, J., Oegema, D. & Takens, J.H. (2009). Personalisering van de politiek. In G. Voerman (Ed.), *Jaarboek 2007 DNPP*. Groningen: DNPP.
- Koeman, J.M., Peeters, A.L. & L.S.J. d'Haenens (2007). Monitor Diversity 2005 : diversity as a quality aspect of television in the Netherlands. *Communications*, V32(1), 97-121.
- Konijn, E. A. (2008). Affects and media exposure. In: Donsbach, W. (Ed.). *The International Encyclopedia of Communication*, Volume 1, pp. 123-129. Oxford: Wiley-Blackwell Publishers.
- Konijn, E. A. & Nije Bijvank, M. (2009). Doors To Another Me. Identity Construction Through Video Game Play. In: Ritterfeld, U., Cody, M., & Vorderer, P. (Eds.), *The Social Science of Serious Games: Theories and Applications*, pp. 177 - 201. New York: Routledge.
- Konijn, E. & Prins, J. (2008). *Verslag Veldwerk Mediagebruik Jongeren*. In: Konijn, E. A., Oegema, D., Krijt, M., Schneider, I.K., Prins, J., & De Vos, B. (in druk). Jong en Multimediaal: De complexe wisselwerking tussen media en jongeren, in het bijzonder Moslimjongeren (bijlage op CD). The Hague, NL: WODC press, Ministry of Justice.
- Konijn, E. A., Walma van der Molen, J. H., & Van Nes, S. (2009). Emotions bias perceptions of realism in audiovisual media. Why we may take fiction for real, *Discourse Processes*, 46, 309-340.
- Konijn, E. A., Nije Bijvank, M., & Bushman, B. J. (2007). I Wish I Were a Warrior: The Role of Wishful Identification in the Effects of Violent Video Games on Aggression in Adolescent Boys. *Developmental Psychology*, 43(4), 1038-1044.
- Koopmans, R. (1997). Dynamics of Repression and Mobilization: The German Extreme Right in The 1990s. *Mobilization* V2(2), 149-164.
- Lazarsfeld, P.F., Berelson, B. & Gaudet, H. (1944). *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York: Columbia University Press.
- Manning, P. (2001) *News and News Sources: A Critical Introduction*. London: Sage.
- McCombs, M.E., & Shaw, D.L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36 (Summer), 176-187.
- McCombs, M.E., and D.L. Shaw. (1993). The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas. *Journal of Communication*, 43(2), 58 – 67.
- McCombs, M. and Reynolds, A. (2002). News influence on our pictures of the world. In Bryant, J. and Zillmann, D. (Ed.), *Media Effects*, 2nd edn., Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ, 1-16.

- Mindich, D. T. Z. (2005). *Tuned out; Why Americans Under 40 Don't Follow the News*. New York: Oxford University Press.
- Ministerie van Justitie (2005), Nota 'Radicalisme en radicalisering', Den Haag, TK 2004-2005, 29754, nr. 26.
- Mira Media. (2001). Feiten & Cijfers: 'Mediagebruik van Allochtonen in Nederland' (Publication. Retrieved 3 maart 2008, from Mira Media: [kennisbank op www.miramedia.nl](http://kennisbank.op.www.miramedia.nl) en dan onderdeel 'feiten en cijfers' en 'kijk- en luistercijfers'
- Mira Media. (2005). Feiten & Cijfers; 'Belangrijk, maar saai'; Jongeren en Nieuws (Publication. Retrieved 3 maart 2008, from Mira Media: [kennisbank op www.miramedia.nl](http://kennisbank.op.www.miramedia.nl)
- Moffitt, T. E. (1993). Adolescence-limited and life-course persistent antisocial behavior: A developmental taxonomy. *Psychological Review*, 100, 674–701.
- Moffitt, T. E., Caspi, A., Dickson, N., Silva, P., & Stanton, W. (1996). Childhood-onset versus adolescent-onset antisocial conduct problems in males: Natural history from ages 3 to 18 years. *Development and Psychopathology*, 8, 399–424.
- Monitor Racisme & Extremisme, (2006), zie Van Donselaar, J. & Rodrigues, P.R. (2006).
- NPS jaarverslag (2004). w.o. verslag van de commissie A. Rinnooy-Kan:
<http://www.nps.nl/static/download/npsdoc/NPSJaarverslag2004.pdf>
- Oegema, D., & E. Das (2007). *Terrorism in the Media: Fear, Anger, and Risk Perception in the News and in Dutch and Arab On-line Discussions*. Paper presented at the conference of Etmaal voor de Communicatiewetenschap in 2007, February, 8-9, Antwerp.
- Oegema, D., Kleinnijenhuis, J., Anderson, K., & Van Hoof, A. M. J. (2008). Flaming and blaming: The influence of mass media content on interactions in online discussions. In E. A. Konijn, M. Tanis & S. Utz (Eds.), *Mediated Interpersonal Communication*. Mahwah: Erlbaum.
- Potter, W. J. & Tomasello, T. K. (2003). Building upon the experimental design in media violence research: The importance of including receiver interpretations. *Journal of Communication*, 53, 315-329.
- Prior, M. (2005). News vs. Entertainment: How Increasing Media Choice Widens Gaps in Political Knowledge and Turnout. *American Journal of Political Science*, 49(3), 577-592.
- Publieke Omroep (2002; 2004). Mediagebruik Etnische Publieksgroepen 2002. Hilversum: Publieke Omroep.
- Rosenberg (1965). Self-Esteem Scale in: Crandall, R. (1973). The measurement of self-esteem and related constructs (pp. 80-82). In J.P. Robinson & P.R. Shaver (Eds), *Measures of social psychological attitudes* (Revised edition). Ann Arbor: ISR.
- Ruigrok, N. & van Atteveldt, W. (2007), Global Angling with a Local Angle: How U.S., British, and Dutch Newspapers Frame Global and Local Terrorist Attacks, In: The Harvard International Journal of Press/Politics 12, pp. 68-90.
- Ruimtelijk Planbureau, zie www.ruimtelijkplanbureau.nl



VU software *Examine*, zie <https://examine.vu.nl/> ; ontwikkelaar dr. P. Roelofsma.

SCP (2007; Sociaal Cultureel Planbureau). Zie Duimel & de Haan (2007).

Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2001). *Communication Theories; Origins, Methods, and Uses in the Mass Media*. New York: Longman.

Schmeets, H., R. van der Bie (red.) (2008). *Het nationaal kiezersonderzoek 2006: Opzet, uitvoering en resultaten*. Den Haag: CBS.

Scholten, O., Ruigrok, N., Krijt, M., Schaper, J. & H. Paanakker (2008). *Fitna en de media. Een onderzoek naar aandacht en rolpatronen*. [http://www.nieuwsmonitor.net/Media en Fitna.pdf](http://www.nieuwsmonitor.net/Media_en_Fitna.pdf)

Shapiro, M. A., & Chock, T. M. (2003). Psychological processes in perceiving reality. *Media Psychology*, 5, 163-198.

Singhal, A., Cody, M. J., Rogers, E. M., & Sabido, M. (Eds.). (2004). *Entertainment-education and social change: History, research, and practice*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Slater, M. D. (1990). Processing Social Information in Messages - Social Group Familiarity, Fiction Versus Nonfiction, and Subsequent Beliefs. *Communication Research*, 17, 327-343.

Slootman, M., & Tillie, J. (2006). *Processen van radicalisering; Waarom sommige Amsterdamse moslims radicaal worden*. Amsterdam: Instituut voor Migratie- en Etnische Studies Universiteit van Amsterdam.

Sniderman, P. M., Brody, R. A., & Tetlock, P. E. (1991). *Reasoning and Choice. Explorations in Political Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.

Stimuleringsfonds voor de Pers. (2007). De mediaconsument van vandaag en morgen. In *De krant doorgelikt; Innovatie en transformatie in de dagbladpers; Rapporten Stimuleringsfonds voor de Pers* (Vol. R9). Apeldoorn-Antwerpen: Het Spinhuis.

Stiphout, R. (2007). Gespleten gemeenschap. *Elsevier*, 17 november 2007, 30-39.

Sussman, N. M. (2000). The Dynamic Nature of Cultural Identity Throughout Cultural Transitions: Why Home Is Not So Sweet. *Personality and Social Psychology Review* 4(4), 355-373.

TNS NIPO. (2005). Veel moslims beleven berichtgeving in media als negatief (Publication. Retrieved 14 maart, from TNS NIPO: www.tns-nipo.com/

Trouw. (19 januari 2005). Werd tasjesdief bewust klemgereden? , p. 3.

Trouw. (22 januari 2005). 'Ali was een burger, maar wordt behandeld als een hond', p. 3.

Valkenburg, P. M., Schouten, A. P., & Peter, J. (2006). Jongeren en hun identiteitsexperimenten op internet. In J. De Haan & C. Van 't Hof (Eds.), *Jaarboek ICT en samenleving 2006; De digitale generatie* (pp. 47-58). Amsterdam: Boom.

Van Cuilenburg, J. J., Kleinnijenhuis, J., & J.A. De Ridder (1986). Towards a graph theory of journalistic texts. *European Journal of Communication*, 1, 65-96.



- Van den Bos, K., & Lind, E. A. (2002). Uncertainty management by means of fairness judgments. In Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 34). San Diego, CA: Academic Press.
- Van den Bos, K., Loseman, A. & Doosje, B. (2009). Waarom jongeren radicaliseren en sympathie krijgen voor terrorisme: Onrechtvaardigheid, onzekerheid en bedreigde groepen. Utrecht: Universiteit Utrecht (WODC, Ministerie van Justitie, rapport nr. 1626).
- Van den Broek, A., & De Haan, J. (2006). Digitale contacten en integratie van allochtone jongeren. In J. De Haan & C. Van 't Hof (Eds.), *Jaarboek ICT en samenleving 2006; De digitale generatie* (pp. 83-106). Amsterdam: Boom.
- Van den Bergh, B. & Van den Bulck, J. (2000). Parental Media Guidance, Communication and Self-concept in Pre-adolescents. In B. Van den Bergh en J. Van den Bulck (Eds.), *Children and Media: Multidisciplinary Approaches* (pp. 151-173). Leuven/Brussel: Garant.
- Van der Zwaluw, J. (2007). *Mocro Flavour: religieuze identiteit op Maroc.nl*. Radboud Universiteit Nijmegen.
- Van Cuilenburg, J. (2006). Nieuwe mediamaakt vraagt om nieuw mediabeleid. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 34 (2), 177-188.
- Van Donselaar, J. & Rodrigues, P.R. (2006). Monitor Racisme & Extremisme, zevende rapportage. Universiteit Leiden: Afd. Bestuurskunde.
<http://www.annefrank.org/upload/downloads/monitor2006-7.pdf>
- Van Holst, R. (2006). Feiten & Cijfers; Mediagebruik van allochtonen in Nederland (Publication. Retrieved 3 maart 2008, from Mira Media: [kennisbank op www.miramedia.nl](http://www.miramedia.nl/kennisbank)
- Van Stekelenburg, J., & Klandermans, B. (2007). Individuals in Movements: A Social Psychology of Contention. In B. Klandermans & C. Roggeband (Eds.), *Handbook of Social Movements Across Disciplines*. New York: Springer US.
- Veldkamp Marktonderzoek (1999). Mediagebruik etnische publieksgroepen 1998. Tekstrapport. Amsterdam: Veldkamp.
- Vliegthart, R. (2007). Framing Immigration and Integration. Facts, Parliament, Media and Anti-Immigrant Party Support in the Netherlands. Amsterdam: Vrije Universiteit.
- Volkskrant. (18 januari 2005). Weer dode op straat in Amsterdam-Oost ; Bezorgdheid en woede na dood Marokkaanse vermoedelijke tasjesdief.
- Wanta, W. and Ghanem, S.I. (2000). Effects of agenda-setting. In Bryant, J. and Carveth, R. (Ed.), *Meta-Analyses of Media Effects*, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ.
- Zaller, J. R. (1992). *The Nature and Origins of Mass Opinion*. New York: Cambridge University Press.