

Leesvervangende samenvatting

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

SAMENVATTING
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
Faculteit Sociale Wetenschappen
Afdeling Communicatiewetenschap
Metropolitan Building, kr. Z.536
De Boelelaan 1081
1081 HV Amsterdam.

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



SAMENVATTING

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

De vraag die centraal staat in dit onderzoeksrapport is hoe het mediagebruik van jongeren in Nederland, in het bijzonder moslimjongeren, er uit ziet en in hoeverre die media een rol spelen in hun politieke en maatschappelijke meningsvorming. De vraag werd ingegeven door de maatschappelijke onrust en zorgen die gedurende de laatste jaren in Nederland, met name sinds de aanslagen op 9/11, een belangrijke plaats innemen in het maatschappelijk debat. Onderwerpen als (in)tolerantie, integratie, etnisch getinte conflicten, radicalisering en terrorisme zijn terugkerende thema's. Met name de media lijken daarbij veelvuldig in te gaan op de betrokkenheid van allochtone jongeren, in het bijzonder die met een islamitische achtergrond; allochtone jongeren worden in de media met hetzelfde gemak moslimjongeren genoemd. In dit rapport hebben we gepoogd de complexe wisselwerking in kaart te brengen tussen het mediagebruik (w.o. audiovisuele media, kranten en internet), kenmerken van de doelgroep, individuele verschillen in psychologische gesteldheid en bepaalde attitudes ten aanzien van politiek en maatschappij. De doelgroep van dit onderzoek bestond uit in Nederland wonende jongeren in de leeftijdsgroep 13 – 26 jaar, zowel moslim als niet-moslim, zowel scholieren (13 – 18 jaar) als schoolverlatende, werkende en werkloze jongeren (18 – 26 jaar; in dit rapport aangeduid met 'oudere jongeren').

De algemene probleemstelling van dit onderzoek werd in vijf soorten deelvragen opgesplitst om het mediagebruik van de jongeren systematisch in kaart te brengen en om eventuele verbanden met hun attitudes te inventariseren:

1. Onderzoeksvragen met betrekking tot beschikbare rapportages en wetenschappelijke literatuur (hoofdstuk 2).
2. Onderzoeksvragen met betrekking tot het huidige mediagebruik onder jongeren, waarbij moslimjongeren worden vergeleken met niet-moslimjongeren (hoofdstuk 3 en 4).
3. Onderzoeksvragen met betrekking tot de samenhang tussen mediagebruik en attitudes ten aanzien van politiek en maatschappij (hoofdstuk 5).
4. Onderzoeksvragen met betrekking tot de inhoud van de voor jongeren relevante media (hoofdstuk 6).
5. Onderzoeksvragen met betrekking tot de motivaties van jongeren voor hun mediagebruik en hun oordeel over de media (hoofdstuk 7).

Deze vragen werden beantwoord in verschillende studies waarbij meerdere methoden van onderzoek werden gehanteerd: 1) literatuuronderzoek, 2) een grootschalige survey onder scholieren en een online survey onder oudere jongeren (die niet via scholen te benaderen zijn);



3) uitgebreide mondelinge interviews; en 4) uitgebreide analyses van de inhoud van een groot aantal mediaproducten. Hieronder worden de verschillende deelonderzoeken samengevat.

Op basis van de *beschikbare rapportages en wetenschappelijke literatuur* kan geconcludeerd worden dat er wel het een en ander bekend is over het mediagebruik van jongeren alsook over allochtone jongeren, maar niet in het bijzonder over moslimjongeren. Van de verschillende typen media zijn televisie en internet het meest populair, maar ook de radio en kranten worden nog regelmatig door jongeren gebruikt. Het leeuwendeel van hun mediaconsumptie heeft betrekking op entertainment-programma's. Met het oog op de centrale vraagstelling, met name de vraag naar een eventuele relatie tussen het mediagebruik en politieke en maatschappelijke oordeelsvorming, kozen we er in dit onderzoek voor ons te richten op media gericht op nieuws en achtergrondinformatie en de entertainmentprogramma's buiten beschouwing te laten. Over het mediamenu van specifiek moslimjongeren was nog niet veel bekend ten tijde van de uitvoering van ons onderzoek en dus evenmin over de relatie tussen hun mediagebruik en hun politieke en maatschappelijke meningsvorming. Aan deze lacune in kennis komt dit rapport tegemoet.

Wetenschappelijk onderzoek laat zien dat vele verschillende factoren een rol spelen in de mogelijke invloed van media; het gaat niet om een simpel direct effect. Alleen al het aanbod van vele soorten media (w.o. televisie, games, internet, kranten) en vervolgens de veelheid aan specifieke bronnen en programma's binnen elk mediatype compliceren onderzoek naar de invloed van media. Met name voor jongeren vormt het internet een steeds belangrijker medium, via webfora wisselen zij hun opvattingen over actuele kwesties uit. Met het oog op de doelgroep blijkt uit de wetenschappelijke literatuur dat jongeren en adolescenten *in het algemeen* ontvankelijker of gevoeliger zijn voor beïnvloeding dan andere, oudere adolescenten of jong volwassenen, onder andere door het zoeken naar wie ze zijn. Voor de vorming van hun identiteit richten zij zich bijvoorbeeld op aantrekkelijke rolmodellen in de media. Specifiek voor de doelgroep moslimjongeren blijkt voorts uit de literatuur dat de etnische en religieuze achtergronden van belang zijn bij de vorming van hun identiteit en hun attitudes. Bovendien blijken 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. Uit verschillende rapportages komt naar voren dat met name veel Marokkaanse jongeren tot de groep met een lage SES behoren (bijv. lage opleiding, veel schooluitval, werkloosheid, lage inkomens). Onder de moslimjongeren bevinden zich voor een groot deel ook Marokkaanse jongeren.¹

Op basis van het literatuuronderzoek werd een model voor media-beïnvloeding opgesteld (zie hst. 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 in termen van de focus en eventuele extreme inhoud van media-bronnen. Bovendien veronderstelden we dat de wijze waarop de informatie via de media verwerkt wordt, meebepaalt hoe een eventuele invloed ervan zal zijn, zoals door de persoonlijke gesteldheid (onzekerheid bijvoorbeeld) of sociaal-psychologische processen (in dit rapport procesvariabelen genoemd). Het model moet worden opgevat als een wederkerig proces. Gegeven de aard van de gehanteerde onderzoeksmethoden kunnen geen uitspraken over causaliteit worden gedaan.

¹ Omwille van de leesbaarheid spreken we 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.



Het mediagebruik van jongeren, in het bijzonder moslimjongeren in Nederland

Met nadruk moet gesteld dat in het grootschalig survey-onderzoek dat wij uitvoerden onder scholieren (13-18 jaar) en ‘oudere jongeren’ (18 –26 jaar), de vragen over het mediagebruik expliciet gericht waren op het raadplegen van mediabronnen voor informatie over maatschappelijke kwesties, politiek of religie. In totaal werden bijna 1600 vragenlijsten op papier volledig ingevuld door scholieren (13 – 18 jaar), verdeeld over verschillende opleidingsniveaus (vmbo – vwo) en verschillende regio’s in Nederland (zowel stad als platteland, zowel Noord als Zuid, e.d.; zie hst. 3). Het opleidingsniveau van de moslimscholieren is over het algemeen beduidend lager dan dat van de niet-moslimscholieren. De steekproef werd zorgvuldig samengesteld, maar over de representativiteit van de onderzochte moslimscholieren is moeilijk iets te zeggen omdat er te weinig bekend is over de populatie. Voor de oudere jongeren (18 – 26 jaar) zijn online vragenlijsten uitgezet, waarvan een kleine 800 volledig werden ingevuld. Deze steekproef is duidelijk niet representatief voor de moslimjongeren in deze leeftijdsgroep (bijv. de moslimjongeren in deze steekproef zijn relatief hoog opgeleid; 33% MBO en 33% HBO). Beide steekproeven omvatten ruim 10% moslimjongeren, hetgeen meer is dan het aandeel moslims in de Nederlandse samenleving. Het merendeel van de deelnemende moslimjongeren is zelf in Nederland geboren. De ouders van de moslimscholieren waren meestal in Turkije of Marokko geboren, terwijl (een van) de ouders van de oudere jongeren meestal in Marokko werd geboren. Andere nationaliteiten komen beduidend minder voor.

Het is van belang op te merken dat in onze studie 40% van de allochtone jongeren in onze steekproeven (samengenomen) aangeeft moslim te zijn. De 60% allochtonen die *niet* moslim zijn, blijken vooral uit westerse en niet-islamitische landen te komen. 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. Onderstaande conclusies over het mediagebruik gelden dus specifiek voor de *moslimjongeren*.

De gegevens van de survey zijn op drie manier geanalyseerd: 1) voor een eerste, globale indruk van het mediagebruik werden de gegevens van de scholieren en oudere jongeren samengevoegd en werd in percentages uitgedrukt hoeveel van het totale aanbod aan media (zoals voorgelegd in de survey) gebruik werd gemaakt. 2) Een vergelijking tussen moslimjongeren en niet-moslimjongeren in hun mediagebruik per afzonderlijk programma in percentages (bijv. of een bepaalde krant X überhaupt wel eens gelezen wordt). 3) Een vergelijking in mediagebruik per afzonderlijk programma in de mate waarin een bepaalde mediabron wordt geraadpleegd (d.w.z., hoe regelmatig of de intensiteit ervan), afzonderlijk voor de scholieren en de oudere jongeren.

Vooraf zij opgemerkt dat meer jongeren met een laag opleidingsniveau gebruik maken van allerlei media, met name de binnenlandse tv-programma’s, commerciële en Turkse tv, terwijl meer jongeren met een hoger opleidingsniveau kranten lezen en Engelstalige tv raadplegen dan lager opgeleiden. Dit hangt gedeeltelijk samen met leeftijd, waar we een vergelijkbare trend zien. Het tv-kijkgedrag verschilt significant per opleidingsniveau, zodanig dat er bij een lager niveau meer tv wordt gekeken. Zo is ‘*De wereld draait door*’ vooral populair onder de hoger opgeleiden en ‘*AT-5-nieuws*’ onder de lager opgeleide respondenten. De moslimscholieren (< 18 jaar) richten zich vaker op de (binnenlandse) televisie en de oudere jongeren (18+) raadplegen vaker elk van de overige mediatypen. De moslimmeisjes kijken vaker naar het *Jeugdjournaal* en *AT5*, terwijl de moslimjongens vaker naar *Netwerk* kijken, terwijl verder bij de meeste verschillen in het mediagebruik tussen moslimjongeren en niet-moslimjongeren die we vonden, geslacht geen rol speelt. In dit licht dienen de resultaten



hieronder dan ook te worden beschouwd. Voor verschillen in opleidingsniveau is in de analyses gecontroleerd (d.w.z. gerapporteerde verschillen gelden ongeacht zulke verschillen).

In het algemeen geldt dat de moslimjongeren niet alleen van een breder aanbod van media gebruik maken, maar er maken ook méér moslimjongeren gebruik van specifieke tv-programma's, kranten en websites. In totaal, over alle mediabronnen bekeken, maken moslimjongeren bijna 5% meer dan niet-moslimjongeren gebruik van het aanbod van in Nederland beschikbare mediabronnen voor hun informatievoorziening over politiek, religie en de maatschappij. Met name wat betreft het lezen van kranten valt op dat moslimjongeren bijna 15% meer van het aanbod aan kranten lezen dan niet-moslimjongeren en bijna 8% meer van het aanbod aan Engelstalige tv-zenders. Bovendien zijn de moslimjongeren doorgaans intensievere gebruikers van de diverse mediabronnen dan de niet-moslimjongeren als het gaat om nieuwsmedia (dus ten behoeve van informatie over politiek, religie en de maatschappij). M.a.w., de moslimjongeren zeggen ook vaker dat zij deze media 'regelmatig' raadplegen in plaats van 'een enkele keer'.

Het gebruik van nieuwsmedia door moslimjongeren in Nederland kenmerkt zich dus door een intensief gebruik van het brede aanbod aan media, zowel wat betreft specifieke binnenlandse als buitenlandse televisieprogramma's, kranten en websites. Veel, maar niet alle, moslimjongeren raadplegen buitenlandse nieuwsmedia: Over het geheel genomen raadplegen meer Turkse dan Marokkaanse jongeren media uit het land van herkomst (waarbij de beheersing van de taal waarschijnlijk een belangrijke rol speelt). Wanneer specifiek naar de moslimjongeren van Turkse afkomst wordt gekeken, dan kijken bijna twee keer zoveel Turkse moslimjongeren naar Turkse tv (86%) dan dat Marokkaanse moslims kijken naar Marokkaanse/Arabische tv (47%). Marokkaanse moslimjongeren maken juist meer gebruik van Marokkaanse internetsites (80%) dan dat Turkse moslimjongeren gebruik maken van Turkse internetsites (53%) (maar gezien de sites die aangegeven worden, betreft dit niet uitsluitend nieuwsmedia). Opvallend is dat het volgen van deze buitenlandse media niet ten koste gaat van het gebruik van binnenlandse media. Op basis van de analyses verschijnt een beeld van jongeren die de islam als religie aanhangen dat zij voor hun informatievoorziening een veelheid aan mediabronnen raadplegen, meer dan de niet-moslimjongeren. Gemiddeld genomen wordt ook bijna elke mediabron met een grotere regelmaat geraadpleegd door de moslimjongeren dan door de niet-moslimjongeren. Er zijn dus niet alleen *meer* moslimjongeren die diverse nieuwsmedia raadplegen dan niet-moslimjongeren, maar ze maken ook *vaker* gebruik van deze media. Een *groter percentage* leest bijvoorbeeld een krant en deze lezers raadplegen dit medium ook *intensiever* (ze lezen de krant bijvoorbeeld 'regelmatig' in plaats van 'soms'; zie hst. 4).

Verschillen in attitudes tussen moslimjongeren en niet-moslimjongeren

Voorafgaand aan het analyseren van de verbanden tussen het mediagebruik en de attitudes van de jongeren werd bepaald in hoeverre de moslimjongeren überhaupt verschillen van de niet-moslimjongeren in hun opvattingen over geweld, de islam, en enkele maatschappelijke aspecten (zoals legitimiteit van de regering; zie voor details hoofdstuk 5).

Attitudes ten aanzien van geweld: Over het algemeen denken de meeste deelnemende jongeren (ook de moslimjongeren) tamelijk negatief over het gebruik van geweld in het algemeen en zijn de meesten het er evenmin mee eens om geweld te gebruiken ten behoeve van de islam. De moslimjongeren laten gemiddeld een iets minder negatieve attitude zien ten aanzien van het gebruiken van geweld in het algemeen alsook 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 aantallen moslimjongeren; de meerderheid van hen wijst geweld af.

Attitudes ten aanzien van de Nederlandse samenleving: De moslimscholieren hebben een redelijk positieve attitude ten aanzien van de Nederlandse samenleving (w.o. de Nederlandse gezondheidszorg en de Nederlandse politie) en daarin verschillen zij niet van de niet-moslimjongeren. Maar, meer moslimjongeren vinden dat de vrijheid van meningsuiting wordt gebruikt om te kwetsen en dat de islam negatief in het nieuws komt. Ook vinden de moslimjongeren vaker dat de regering niks aan de problemen doet en dat alles in Nederland zou moeten veranderen. Interessant genoeg vinden de moslimscholieren het fouter om te protesteren tegen de regering dan de niet-moslimscholieren. 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.

Met betrekking tot de *procesvariabelen* blijkt dat de moslimjongeren zich meer achtergesteld voelen dan de niet-moslimjongeren (relatieve deprivatie) en een minder sterke Nederlandse identiteit hebben, hetgeen in overeenstemming is met de literatuur (hst. 2). Onverwacht is echter dat de moslimjongeren meer zelfvertrouwen aangeven en minder negatieve emoties ervaren dan de niet-moslimjongeren.

Samenhang tussen mediagebruik en attitudes

Om de samenhang tussen mediagebruik en attitudes te analyseren, werden acht 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) aan elkaar gerelateerd. We vatten alleen de conclusies voor de moslimjongeren samen. Voor alle gerapporteerde samenhangen geldt dat het niet om heel sterke, maar wel significante relaties gaat. 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.

Mediagebruik en attitudes t.a.v. geweld en de samenleving: In het algemeen blijkt het mediagebruik nauwelijks gerelateerd te zijn aan attitudes betreffende geweld. Uitzonderingen gelden voor het kijken naar Arabische tv en het raadplegen van Marokkaanse websites, en soms ook Turkse websites, die kunnen samen gaan met een tolerantere attitude ten aanzien van geweld (geweld in het algemeen of geweld t.b.v. de islam) alsook met de opvatting dat de islam negatief in het nieuws komt. Daarentegen gaat vooral het lezen van Nederlandse kranten alsook het kijken naar Turkse tv samen met het negatiever staan tegenover het gebruik van geweld.

Mediagebruik, attitudes en individuele verschillen. Onder de moslimjongeren gaat hun sterkere gevoel van relatieve deprivatie (zich achtergesteld voelen), een zwakkere Nederlandse identiteit en meer zelfvertrouwen samen met een tolerantere attitude t.a.v. het gebruik van geweld (zowel in het algemeen als specifiek ten behoeve van de islam). Opmerkelijk genoeg gaat dit eveneens samen met meer vertrouwen in de Nederlandse samenleving en de media. Daarnaast gaat onder de moslimjongeren het kijken naar binnenlandse commerciële tv-programma's en het lezen van Nederlandse kranten samen met *minder* relatieve deprivatie en *een stabielere* Nederlandse identiteit, terwijl het bezoeken van Nederlandse websites samen gaat met *minder* zelfvertrouwen. Het vaker kijken naar Turkse tv-zenders gaat samen met het hebben van meer zelfvertrouwen. Maar, het raadplegen van Marokkaanse websites gaat samen met meer relatieve deprivatie.



Al met al is het van belang voor de bepaling van de relatie tussen de attitudes en het mediagebruik, en dus een mogelijke beïnvloeding door media, om niet alleen naar de invloed van een enkele specifieke bron op zichzelf te kijken, maar deze te bezien in samenhang met achtergrond-variabelen en procesvariabelen. Vooral de combinatie van man-zijn, een lagere opleiding, het gevoel achtergesteld te worden, meer zelfvertrouwen en het frequent raadplegen van Marokkaanse en Arabische websites lijkt onder moslimjongeren eerder samen te gaan met tolerantere attitudes ten aanzien van geweld, hetgeen gezien kan worden als een indicatie voor het ontwikkelen van radicaler gedachtegoed. Verder moet opgemerkt worden dat in veel opzichten de manier waarop het mediagebruik van moslimjongeren verband houdt met hun attitudes, dit in grote lijnen vergelijkbaar is met die onder de niet-moslimjongeren.

Analyses van de inhoud van de media

Om antwoord te geven op de vraag wat *de focus* is van de berichtgevingen in media die de jongeren raadplegen, werden drie verschillende inhoudsanalyses uitgevoerd. 1) een beknopte profielschets, 2) automatische inhoudsanalyses van digitaal beschikbare kranten en websites en 3) handmatige inhoudsanalyses van enkele tv-programma's (zie hst. 6).

Ad 1). Aan de hand van de analyse van 48 door jongeren veelgebruikte media werd geconcludeerd dat deze media vrij veel zogenaamd 'hard' nieuws bevatten, vooral de kranten en televisie. Dit nieuws wordt dus niet gedomineerd 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. Juist in de gratis kranten *Spits* en *Metro*, die vaak door moslimjongeren worden gelezen, speelt informatie over sport en 'lifestyle' een wat grotere rol. Bij de onderzochte webfora ligt de nadruk veel sterker op sociale thema's, op onderlinge interactie, maar ook op bijvoorbeeld de islam; op de meeste fora wordt veel gediscussieerd over politieke en maatschappelijke thema's uit het nieuws.

Ad 2). Van zeven digitaal beschikbare kranten en zes websites zijn enkele duizenden berichten onderzocht met behulp van automatische inhoudsanalyses aan de hand van honderden zoektermen.

Ten eerste is in kaart gebracht hoe in het *NRC Handelsblad* (als representatieve krant voor het binnenlands nieuws) de afgelopen elf jaar het nieuws over immigratie en integratie is weergegeven. Het *NRC Handelsblad* wordt weliswaar weinig gelezen door de doelgroep, maar deze krant is digitaal beschikbaar over een lange periode en besteedt veel aandacht aan dit thema. De analyse van 11 jaar nieuws (van 1998 tot en met 2008) laat zien hoe de focus is verschoven in de loop der tijd. Met de aanslag op 11 september in 2001 slaat het debat om en verhardt de toon. Terrorisme komt bovenaan de agenda te staan en wordt in verband gebracht met de islam. Na de moord op Van Gogh in 2004 neemt ook de aandacht voor de islam toe, maar vanaf 2006 neemt de aandacht voor terrorisme vrij snel weer af. Vanaf 2007 groeit de aandacht voor de anti-immigratiepartijen (w.o. de PVV van Wilders). Opvallend is dat de politieke partijen, en met name de anti-immigratiepartijen de regering steeds meer verdringen in het debat.

Ten tweede zijn met de automatische inhoudsanalyses zeven digitaal beschikbare kranten onderling vergeleken (van oktober 2006 tot en met december 2008). Islamiëten 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 de rangorde van de issues is ongeveer gelijk. 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.

Vervolgens zijn zes webfora vergeleken die populair zijn onder vooral Marokkaanse moslimjongeren. Op deze fora wordt vooral over de islam gediscussieerd, gevolgd door onderwerpen als terrorisme, conflicten in Irak, Afghanistan en Israël, en eisen die aan nieuwkomers worden gesteld. De agenda's van deze fora hangen duidelijk met elkaar samen, maar minder sterk dan de kranten onderling. De fora stemmen ook duidelijk af op de nieuwsmedia. Bijvoorbeeld, politici die veel aandacht trekken in de kranten, zoals Fortuyn, Hirsi Ali, Verdonk en Wilders, staan tegelijkertijd centraal in de internetdiscussies. Het verloop van de discussie op het web volgt het debat in de Nederlandse nieuwsmedia 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) nieuwsmedia of extremistische websites.

Ad 3). De inhoudsanalyse van een aantal televisieprogramma's was gericht op 14 programma's, per week één aflevering, met nieuws en achtergrondinformatie gedurende zeven weken volgend op de gebeurtenissen rondom de Marokkaanse jongeren in Gouda. De analyse laat zien hoezeer het nieuws een specifieke selectie van nieuwsfeiten in een specifiek kader ('frame') kan plaatsen: een lokale context waarin allochtone probleemjongeren buurtbewoners 'terroriseren' met een eenvoudige probleemdefinitie ('straatterror') en met een soms extreem negatieve toon van het debat. Ook de verschillende televisieprogramma's, net als de geanalyseerde kranten, volgen elkaar op dit punt duidelijk in focus en (negatieve) toon.

De vraag of de moslimjongeren mediaberichten volgen met *een meer extreme inhoud*, werd eveneens met behulp van automatische inhoudsanalyses beantwoord. Van de onderzochte websites blijkt alleen *Al-Yaqeen.com* duidelijk gericht op een extreme inhoud, namelijk op radicalere, salafistische ideologieën. De aandacht voor de meer radicale actoren op de overige websites is gemiddeld iets lager dan die in de kranten en de aandacht voor terrorisme is daar veel lager. De analyse kan echter niet uitsluiten dat op bepaalde onderdelen van deze websites wel een meer extreme inhoud kan staan of dat er ook radicale groepen actief kunnen zijn op bepaalde onderdelen van deze websites. Zo discussieerden leden van de Hofstadgroep veel op Marokko.nl.

Opvallend is dat juist het gangbare nieuws (als in kranten) veel aandacht schenkt aan extremere issues (24%) en radicalere actoren (24%). Nederlandse nieuwsmedia zijn met de tijd meer nadruk gaan leggen op extreme opvattingen, op terrorisme en voeren een hardere toon. Afgaande op deze gegevens lijkt het er op dat moslimjongeren in het nieuws evenveel (of meer) extremere inhoud ontvangen als in de discussies op hun webfora. De aanhoudende stroom berichten over terrorisme, over anti-immigratie-politici, de verharding van het politieke debat en de negatieve toon lijkt die focus in het nieuws te verklaren. De vergelijking laat verder zien dat de betaalde kranten relatief weinig aandacht aan extreme actoren en extreme issues (terrorisme) besteden. De onder moslimjongeren populaire 'free dailies' (zoals de *Metro*) blijken echter sterker gericht te zijn op een extremere inhoud. De inhoudsanalyse van de Arabische en Turkse media is te klein van omvang om uitspraken te kunnen doen over hun aandacht voor extremere inhoud.

Afsluitend kan worden opgemerkt dat moslimjongeren zich met name druk maken, op de webfora, over zaken en personen die in het nieuws centraal worden gesteld, zoals hun grote aandacht voor Wilders (*Fitna*), Verdonk en Hirsi Ali laten zien. Maar vooral ook gaat dit nieuws over hen, over hun religie en hun etniciteit, over de islam en over het gedrag van hun groepsgenoten. Op de webfora is te zien hoe moslimjongeren zich afzetten tegen deze nieuwsstroom door er consequent op te reageren. De Marokkaanse jongeren, die in het nieuws



keer op keer bij naam worden genoemd, reageren op het web veel sterker dan de Turkse jongeren.

Motivaties en houding t.o.v. media onder moslimjongeren

Om de onderzoeksvragen over de motivaties van moslimjongeren voor hun mediagebruik te beantwoorden en te achterhalen wat zij zelf van de berichtgeving in de media vinden, werden uitgebreide open interviews gehouden met ruim 40 moslimjongeren (zie hst. 7).

Uit de survey kwam reeds naar voren dat de moslimjongeren er in het algemeen een brede en intensieve nieuwsoriëntatie op na houden. Dit kan worden begrepen vanuit zes motivaties die in de interviews naar voren kwamen. 1) Een grote behoefte aan nieuws in het algemeen. 2) De behoefte aan specifiek nieuws over de islam, islam-gerelateerde onderwerpen en moslimlanden (w.o. Irak, Afghanistan, Palestina) vanuit een sterk gevoelde verbondenheid. 3) Omdat de moslimjongeren willen weten hoe de beeldvorming in Nederland is over hèn (wat er over moslims wordt gezegd) en het belang daarvan voor hun identiteit en de behoefte om ‘erbij te horen’, worden de binnenlandse media intensief gevolgd (w.o. ook het nieuws over Wilders). 4) Naast de binnenlandse media raadplegen zij ook buitenlandse media omdat de geïnterviewde moslimjongeren de media wantrouwen en die partijdig vinden. Met name in het Nederlandse nieuws vinden zij dat de islam telkens negatief naar voren komt. Ook vinden zij dat het geloofsconflict en de negatieve beeldvorming rond de islam vooral in Nederland en de Nederlandse media plaatsvindt. 5) De behoefte aan ‘de waarheid’ vormt een vijfde motivatie. Om een completer en ‘meer waar’ beeld te krijgen vinden de moslimjongeren het niet genoeg om alleen de Nederlandse actualiteiten of alleen zenders als *Al-Jazeera* te volgen. Daarom volgen ze eveneens Engelstalige zenders (m.n. *CNN* en *BBC*; er is overigens ook een Engelstalige *Al-Jazeera*). 6) Tot slot, leidt een behoefte aan verbreding en verdieping onder de geïnterviewde moslimjongeren ertoe om allerlei informatie op te zoeken, vaak op internet, maar voor betrouwbare informatie over de islam en geloofskwesties gaan ze naar hun ouders of de imam.

De resultaten van de interviews in antwoord op de vraag wat de moslimjongeren vinden van de berichtgeving in diverse (nieuws)media, kunnen worden samengevat in drie thema's. 1) De moslimjongeren vinden dat de (Nederlandse) media selectief te werk gaan, oppervlakkig en sensatiebelust zijn. Zij vinden dat de media een partijdige visie weergeven en dat het nieuws in Nederland vooral door autochtone Nederlanders wordt gemaakt (en daarom culturele verschillen in bepaalde conflicten en achtergronden niet begrijpen). 2) De geïnterviewde moslimjongeren vinden dat de Nederlandse media zich altijd negatief uitlaten over moslims, allochtonen, en moslimlanden en daarmee een vertekend beeld schetsen over de islam en moslims als groep. Zij vinden dat de media slechts enkelingen uit een bepaalde hoek tonen (juist die ‘straatjochies’) die als representatief voor de groep worden gezien door het algemene publiek. 3) De geïnterviewde moslimjongeren hebben duidelijk de omslag waargenomen in de berichtgeving na de aanslagen op 9/11 en de moord op van Gogh, in negatieve zin. Nadat zij veel frustratie en verdriet kenden in het volgen van het negatieve nieuws over hun groep, treedt er langzaam acceptatie en berusting op. Er vindt als het ware een omslag in henzelf plaats door afstand te nemen van de media. De geïnterviewde moslimjongeren tonen een opmerkelijk begrip voor de ‘onwetende’ Nederlanders die in hun visie negatief beïnvloed worden door de eenzijdige, negatieve berichtgeving in de Nederlandse media.

Onderlinge relaties tussen mediagebruik, media-inhoud en attitudes

In de beantwoording van de laatste onderzoeksvraag komen de verschillende onderdelen van het onderzoek samen (hoofdstuk 8). Daarmee bespreken we de onderlinge relaties tussen het mediagebruik, media-inhoud, attitudes en motivaties, in het bijzonder die onder de



moslimjongeren. We kunnen vaststellen dat er een relatie is 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 het raadplegen van veel verschillende mediabronnen, zowel binnenlands als buitenlands, streven moslimjongeren ernaar om een completer en ‘meer waar’ beeld van het nieuws te verkrijgen dan wanneer zij alleen binnenlandse of alleen buitenlandse media zouden volgen. Op sommige punten vertoont het mediagebruik samenhang met bepaalde attitudes van moslimjongeren ten aanzien van politiek en maatschappij. Bij het bepalen van de onderlinge relaties tussen het mediagebruik en de attitudes, dient tevens rekening te worden gehouden met bepaalde, relevante persoonsvariabelen. De inhoudsanalyses en de interviews geven aan dat juist de doorgaans negatieve inhoud van de media over moslims en de voor moslims relevante kwesties, de moslimjongeren motiveert om voor bepaalde en meerdere nieuwsbronnen te kiezen. De omslag in de berichtgeving na 9/11 heeft hen niet alleen gemotiveerd om zeer mediabewust te zijn, maar tevens om zelf niet zo te (willen) zijn als ‘die probleemjongeren in de media’ en om juist een ‘góede’ moslim te zijn.

Vervolgens gaan we beknopt in op de sterke en zwakke punten van de gehanteerde onderzoeksmethoden om de conclusies op de juiste waarde te schatten (hst. 8). Een van de sterke punten van het onderzoek is de combinatie van methoden en de omvang van de datasets. Door surveys en inhoudsanalyses te combineren met dieper gaande interviews weten we niet alleen welke media moslimjongeren gebruiken, maar ook *welke inhoud* die media bevatten, op welke inhoud zij reageren alsook wat hun achterliggende motieven zijn en *hoe* zij reageren op die inhoud. Ondanks de zorgvuldige steekproeftrekking onder de scholieren, is het absolute aantal onderzochte moslimjongeren nog altijd relatief klein (hoewel percentueel gezien een groot deel van de moslimjongeren deel nam aan dit onderzoek). Over de doelgroep moslimjongeren is echter te weinig bekend om een uitspraak over de representativiteit te kunnen doen. De inhoudsanalyses zijn relatief beperkt als het gaat om de profielschets, welke slechts een globale indruk geeft en beperkt betrouwbaar als het gaat om de verschillen tussen afzonderlijke dagbladen, websites en televisieprogramma’s. Daarentegen is de automatische inhoudsanalyse van de digitaal beschikbare dagbladen en websites juist wel betrouwbaar. Deze inhoudsanalyse laat tamelijk precies zien hoe het debat zich heeft ontwikkeld in het afgelopen decennium. De open interviews met de moslimjongeren zijn voor een aanvullende interviewstudie relatief diepgaand en groot in aantal. Hun antwoorden completeren het onderzoek doordat zij inzicht bieden in de achterliggende motieven en houding tegenover de Nederlandse en buitenlandse media. Gezien de consistentie van de antwoorden van de geïnterviewden met de overige resultaten alsmede de consistentie in antwoordpatronen in de diverse deelonderzoeken, menen we een goede basis te hebben voor onze conclusies.

In enkele afsluitende subparagrafen plaatsen we de conclusies tot slot in een maatschappelijke en theoretische context en bespreken we de nadere betekenis ervan. We bespreken hoe we de brede nieuwsoriëntatie van moslimjongeren kunnen plaatsen in het licht van eerdere rapportages alsook in het licht van de vergelijking moslimjongeren versus niet-moslimjongeren. Moslimjongeren consumeren relatief veel nieuws dat vaak over hun etniciteit en hun religie gaat en dat motiveert hen om het nieuws via vele en bepaalde bronnen te volgen. Bovendien wordt duidelijk dat deze groep wel degelijk is geïntegreerd als het gaat om het volgen van nieuwsmedia en deelname aan het publieke debat.

We gaan ook nader in op de rol van de media in attitudevorming en radicalisering, waarbij het model voor media-beïnvloeding (hst. 2) als leidraad fungeert. De vele variabelen in dit model, zowel persoonsgebonden factoren als leeftijd, opleiding, en etnische achtergrond, als de specifieke inhoud, de persoonlijke gesteldheid (zelfvertrouwen bijvoorbeeld) en sociaal-



psychologische processen (bijv. relatieve deprivatie) werken op elkaar in. Het gaat daarbij dus om wederkerige relaties. De inhoud van nieuws beïnvloedt bijvoorbeeld de houding van de jongeren, maar die houding beïnvloedt op zijn beurt de keuze om het nieuws te volgen. We bespreken dat op basis van één meting in de tijd wel verbanden kunnen worden gelegd, maar geen uitspraak kan 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. Tegen deze achtergrond houden we enkele van de gevonden relaties nader tegen het licht.

Tot slot beschouwen we de resultaten in het perspectief van de concepten medialogica en polarisatie. Het goede nieuws is immers dat de moslimjongeren het nieuws goed volgen, zelfs meer volgen dan de niet-moslimjongeren dat doen. De vraag is of, en vanaf welk punt deze zgn. mediamobilisatie kan omslaan in of bijdraagt aan ongewenste polarisatie of radicalisering. Dergelijke processen worden wel in verband gebracht met medialogica, waarbij een beweging en een tegenbeweging elkaar onder invloed van het nieuws stimuleren. Een kleine minderheid trekt veel aandacht in het nieuws (bijv. door terroristisch geweld en crimineel gedrag), waarop sterke reacties komen (bijv. van anti-immigratiepartijen), hetgeen weer resulteert in meer nieuws. Al dit nieuws voedt stereotypen en vooroordelen onder zowel allochtonen als autochtonen, die zich vervolgens sterker tegen elkaar gaan afzetten. Sommigen daarvan radicaliseren en gaan bijvoorbeeld geweld gebruiken, waarmee weer meer nieuws gecreëerd wordt. Onze gecombineerde onderzoeksresultaten wijzen op een dergelijke dynamiek wat betreft de moslimjongeren in Nederland. Het nieuws over hen richt zich vooral op wat er mis gaat (w.o. criminaliteit) en veel minder op wat er goed gaat (o.a. integratie op het gebied van taal en opleiding). Onze onderzoeksresultaten geven de negatieve spiraal aan die kenmerkend is voor de dynamiek van medialogica. De moslimjongeren in onze open interviews herkennen deze medialogica en vragen om een positieve omslag.

Amsterdam, juni 2010

