

Moslims in de media



Verandering in beeldvorming

Erasmus Universiteit Rotterdam
Faculteit der Historische en Kunstwetenschappen
Master Media en Journalistiek

Auteur:
René van der Kroon (196524)

Coach:
Dr. S.J. Trienekens

Tweede lezer:
Dr. B.C.M. Kester

1.1 Inleiding

Nederland is al lang niet meer het kleine, verzuilde polderlandje van weleer. Sinds rond 1960 de eerste stroom immigranten naar Nederland kwam is er in Nederland een veelheid aan minderheidsgroeperingen ontstaan, met allemaal hun eigen cultuur, geloof en rituelen. Hoewel Nederland bekend staat als tolerant en open, wordt er in de media toch regelmatig melding gemaakt van conflicten tussen de Nederlandse cultuur en die van een minderheidsgroepering.

Bij deze conflicten, die via de media bekendheid hebben gekregen, keren bepaalde beelden van minderheden binnen Nederland herhaaldelijk terug. Zo zijn Surinamers vaak lui, Turken onhygiënisch en zorgen Marokkaanse jongeren voor overlast. Dergelijke beelden ontstaan meestal niet uit eigen ervaringen, maar vaak uit van anderen overgenomen generalisaties. ‘Anderen’ zou hier ook vervangen kunnen worden door ‘de media’, aangezien vrijwel alle mensen voor hun mening over en beeldvorming van iets zich baseren op de media.

Dat dit voor mensen uit de verschillende minderheidsgroeperingen een ongewenste situatie is moge duidelijk zijn; een Surinamer zou graag dezelfde kans krijgen als een Nederlander bij het solliciteren naar een baan en een Marokkaanse jongen wil in het weekend graag meer van een discotheek zien dan slechts de buitenkant van de deur. In dit onderzoek zal getracht worden meer inzicht te verschaffen in de beeldvorming door de Nederlandse media. Wellicht kunnen de resultaten van het onderzoek bijdragen tot een meer genuanceerd beeld van verschillende minderheidsgroeperingen.

1.2 Doel van het onderzoek

Bovenstaand streven zal slechts succesvol kunnen zijn door een goed gefundeerd en afgebakend onderzoek te verrichten, waarin de juiste vragen worden gesteld én beantwoord. Ik zal me binnen dit onderzoek richten op de berichtgeving over moslims in de Nederlandse media, teneinde er achter te komen waar deze beeldvorming op gebaseerd is. Mijn centrale onderzoeksvraag luidt als volgt:

Hoe kan de beeldvorming over moslims in de Nederlandse media worden getypeerd en hoe is dit de laatste jaren veranderd?

Om mijn onderzoeksvraag daadwerkelijk te kunnen beantwoorden, zal deze in mijn onderzoek opgedeeld worden in deelvragen die concreet onderzocht kunnen worden. De gezamenlijke antwoorden op deze deelvragen moeten er uiteindelijk tot leiden dat er een passend antwoord gevonden wordt op bovenstaande onderzoeksvraag.

1.3 Relevantie

De media spelen een belangrijke rol bij het ontstaan van beelden over de verschillende minderheidsgroepen en beïnvloeden zo indirect ook de ontwikkelingen in de multi-etnische samenleving. De media maken confrontaties tussen de ‘nieuwe’ en de oorspronkelijke bewoners openbaar. Dat is echter geen neutrale activiteit. Journalisten geven de ‘werkelijkheid’ en de verschillende partijen daarin kleur door de keuzes van hun onderwerpen, de invalshoek van waaruit een gebeurtenis wordt beschreven en de stijl van berichtgeving. In die zin geven de media, als institutie, ook inhoud aan maatschappelijke beelden. De invloed van de media op processen en ideeën die spelen in de samenleving maakt hen er ook medeverantwoordelijk voor. In hun werkwijze moeten journalisten er daarom rekening mee houden dat sommige groepen kwetsbaarder zijn dan anderen.

De maatschappelijke ontwikkelingen gaan snel en de vraagstukken betreffende de rol van de media zijn inmiddels complexer dan ooit tevoren. In de afgelopen jaren is de publieke aandacht voor etniciteits-vraagstukken groot geweest, en dat zal zo blijven gezien de veranderde samenstelling van de Nederlandse bevolking. In de publieke sfeer uitte dit zich onder meer in het debat over Nederland als mono- dan wel multiculturele samenleving, de groeiende aandacht voor de relatie tussen etniciteit en geslacht, en de discussies over het al dan niet vermelden van etniciteit in relatie tot criminaliteit (‘Media en allochtonen’, rapport NVJ Bureau Media & Migranten). Deze maatschappelijke ontwikkelingen, maar ook de opkomst van audiovisuele media en internet, vragen om een uitgebreide behandeling van het thema beeldvorming, media en minderheden. Dit onderzoek tracht hiertoe een bijdrage te leveren.

Maatschappelijke relevantie

Om het proces van inpassing van immigranten in de Nederlandse samenleving soepeler te laten verlopen werd er door de overheid een minderhedenbeleid ontwikkeld. Dit richtte zich vooral op de participatie van minderheden op de arbeidsmarkt, in het onderwijs en bij huisvesting. Arbeidsmigranten, (voormalige) ‘rijksgenoten’, vluchtelingen en asielzoekers en illegalen hebben echter niet alleen de samenstelling van de bevolking veranderd en voor meer kleur in het straatbeeld gezorgd, ze brachten ook andere perspectieven en ervaringen mee. In zelforganisaties en inspraakorganen werkten ze aan hun emancipatie en confronteerden ze de Nederlandse samenleving met onbekende identiteiten, verankerd in culturen en tradities. Die bleken sociale en politieke gevolgen te hebben die verder gingen dan arbeidsmarkt en huisvesting. Diverse gemeenschappen moesten zich een positie verwerven in een samenleving die relatief monocultureel was; op haar beurt moest die samenleving ruimte maken voor ‘anderen’. Een dergelijk proces van multiculturalisering is niet pijnloos. Zowel bij ‘nieuwkomers’ als bij etnische-Nederlanders staan diepgewortelde waarden en

normen ter discussie en de media spelen daarbij een cruciale rol ('Media en allochtonen', rapport NVJ Bureau Media & Migranten).

Media bepalen onze kaders; ze geven aan wie we zijn, wat de normen zijn en welke waarden we aanhangen. Ze verschaffen ons de concepten die we nodig hebben om de wereld om ons heen te kunnen interpreteren en te begrijpen. Ze helpen ons te bepalen welke positie wij innemen in die wereld. Via teksten en beelden geven de media een beeld van de werkelijkheid. Er bestaat immers niet zoiets als *de* werkelijkheid. De wereld komt altijd gefilterd tot ons. Gefilterd door onze ideeën, ervaringen en visies. De een beschouwt een groep Marokkaanse jongeren die op straat hangt als een logisch gevolg van de multiculturalisering van de samenleving: jongeren hebben altijd op straat gehangen, vroeger waren het autochtone 'straatjochies' en nu zijn het toevallig Marokkaanse jongeren; voor de ander is die groep een bedreiging: verveling en een 'andere' afkomst zijn niet zelden de ingrediënten voor overlast en criminaliteit. Geen van beide visies hoeft volledig (on-)juist te zijn. Het ene beeld komt echter sneller in de media terecht dan het andere ('Media en allochtonen', rapport NVJ Bureau Media & Migranten). Middels dit onderzoek probeer ik te achterhalen hoe dit komt.

Wetenschappelijke relevantie

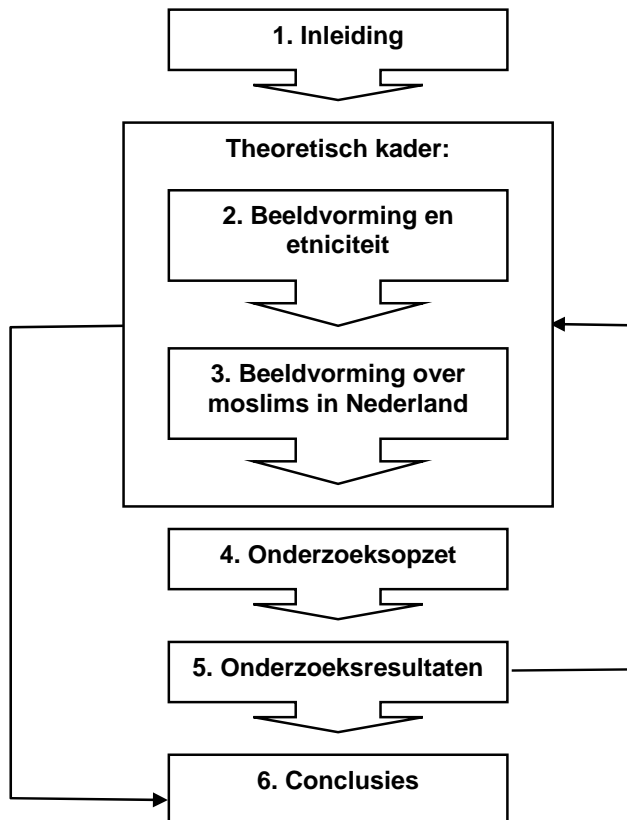
Tot de jaren tachtig was beeldvorming nauwelijks een issue onder journalisten in Nederland. En als het al eens aan de orde was, heeft het weinig sporen nagelaten in onderzoek of verslagen. Het vroegste commentaar op de berichtgeving is van de onderzoekers Emmerik-Levelt en Teulings (1967) Volgens deze auteurs staan in de media niet de problemen van de buitenlanders centraal, maar kiezen journalisten en programmamakers voor het perspectief van de Nederlanders. De media verwoorden *hun* problemen met de migranten.

Inmiddels is er wel een hoop onderzoek verricht op het gebied van etnische groepen in Nederland, hetzij door individuele onderzoekers, hetzij door organisaties als Forum (Instituut voor Multiculturele Ontwikkeling) of door het Migranten & Media bureau van de Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ). Eerder empirisch onderzoek op het gebied van beeldvorming over de specifieke groep van moslims in de Nederlandse media is mij echter tot op heden niet bekend. Dit maakt het huidige onderzoek uiterst relevant.

1.4 Hoofdstukindeling

De indeling van mijn master thesis zal er als volgt uit komen te zien:

Figuur 1.1 Indeling master thesis



1. Inleiding

In dit inleidende hoofdstuk zal de aanleiding voor mijn onderzoek behandeld worden (§ 1.1). De onderzoeksvraag wordt geformuleerd (§ 1.2) en de relevantie van het onderzoek (§ 1.3) zal toegelicht worden. Ten slotte zal de indeling van de master thesis beschreven worden (§ 1.4).

Het theoretisch kader van mijn onderzoek zal de voor mijn onderzoek relevante theorieën en onderzoeken bevatten.

2. Beeldvorming en etniciteit

Ik zal beginnen met een nadere verklaring van het begrip beeldvorming (§ 2.1). Hierna zullen theorieën en onderzoeken op het gebied van beeldvorming en etniciteit besproken worden (§ 2.2). Vervolgens zal aandacht worden besteed aan beeldvorming en etniciteit in de Nederlandse media (§ 2.3). Tot slot zullen de belangrijkste conclusies getrokken worden (§ 2.4).

3. Beeldvorming over moslims in Nederland

In dit hoofdstuk wordt het theoretisch kader verder gespecificeerd, naar de beeldvorming over moslims in Nederland (§ 3.1). De behandelde theorieën en onderzoeken zullen kort samengevat worden, waarna deelvragen geformuleerd worden die in een empirisch onderzoek onderzocht zullen worden (§ 3.2).

4. Onderzoeksopzet

In dit hoofdstuk zal uitvoerig beschreven worden hoe ik mijn onderzoek heb opgesteld en uitgevoerd. Allereerst zal ik de gehanteerde onderzoeksmethode (§ 4.1) verklaren. Vervolgens zal ik de gemaakte keuzes voor het onderzoeksmateriaal (§ 4.2), de onderzoeksperiode (§ 4.3) en het selectie criterium (§ 4.4) verantwoorden. Tot slot zal het definitieve onderzoeksinstrument gepresenteerd worden (§ 4.5).

5. Onderzoeksresultaten

In dit hoofdstuk zullen de resultaten van mijn empirische onderzoek gepresenteerd worden. Als eerste zal een overzicht van de onderzoeksdata gegeven worden (§ 5.1). Vervolgens zullen de onderzoeksgegevens van *De Telegraaf* (§ 5.2) en *NRC Handelsblad* (§ 5.3) aan zowel een kwantitatieve als een kwalitatieve analyse onderworpen worden. Hierna zullen de onderzoeksgegevens van beide dagbladen met elkaar vergeleken worden (§ 5.4). Aan het einde van het hoofdstuk zullen de belangrijkste conclusies van het onderzoek gepresenteerd worden (§ 5.5).

6. Conclusies

In dit laatste hoofdstuk zullen de resultaten van mijn empirische onderzoek teruggekoppeld worden naar het theoretische kader uit hoofdstuk 2 (§ 6.1). Zodoende zal een passend antwoord op de onderzoeksvraag van het huidige onderzoek gegeven worden (§ 6.2). Ten slotte zullen enkele aanbevelingen gedaan worden (§ 6.3).

In dit en het volgende hoofdstuk zal het theoretisch kader van het huidige onderzoek gepresenteerd worden. Dit theoretisch kader vormt enerzijds het fundament waarop het empirische onderzoek, dat in de navolgende hoofdstukken aan bod komt, gebaseerd is. Anderzijds dient het om de resultaten van dat empirische onderzoek te kunnen verklaren. Gezien het onderwerp van het huidige onderzoek, beeldvorming over moslims in de media, zal eerst aandacht worden besteed aan het begrip beeldvorming (§ 2.1), en de mogelijke gevolgen ervan (§ 2.1.1). Hierna zal een selectie van relevante inzichten gepresenteerd worden op het gebied van beeldvorming en etniciteit (§ 2.2). Vervolgens wordt gekeken naar hoe dit thema, beeldvorming en etniciteit, in Nederland tot uitdrukking is gekomen (§ 2.3). Tot slot zullen, met het oog op het uit te voeren empirisch onderzoek, de belangrijkste conclusies getrokken worden (§ 2.4).

2.1 Beeldvorming

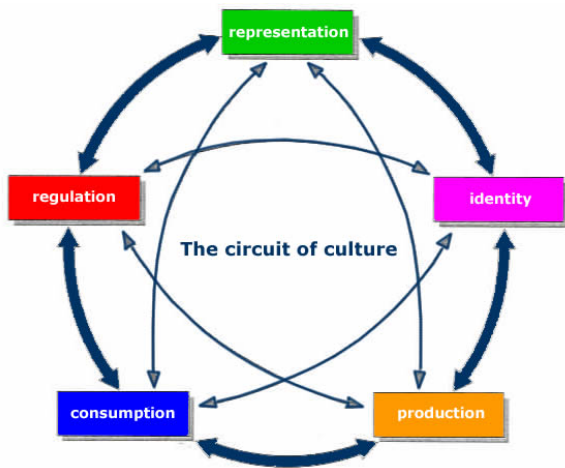
Volgens Stuart Hall (1997) vormt representatie (beeldvorming) een van de centrale praktijken die verantwoordelijk zijn voor het produceren van een cultuur. Cultuur heeft te maken met ‘gedeelde betekenissen’. Taal is het voornaamste medium waarmee wij dingen begrijpelijk maken, waarmee betekenis wordt geproduceerd en uitgewisseld. Betekenissen kunnen alleen gedeeld worden door onze gedeelde toegang tot taal. Dus taal staat centraal voor betekenissen en cultuur, zij wordt opgevat als de centrale bewaarplaats van culturele waarden en betekenissen.

Wat bekend is geworden als de ‘culturele wending’ in de sociale en met name in culturele studies, heeft getracht het belang van *betekenis* voor de definitie van cultuur te benadrukken. Cultuur, zo wordt gezegd, is niet zozeer een set van dingen – romans en schilderijen of tv programma’s en stripboeken – als wel een proces, een set van *praktijken*. Cultuur heeft voornamelijk betrekking op de productie en uitwisseling van betekenissen – het ‘geven en nemen van betekenis’ – tussen de leden van een samenleving of groep. Zeggen dat twee mensen tot dezelfde cultuur behoren is hetzelfde als zeggen dat zij de wereld grofweg op dezelfde wijze interpreteren en dat zij zichzelf, hun gevoelens en gedachten over de wereld kunnen uitdrukken, op manieren die door elkaar begrepen zullen worden. Dus cultuur is afhankelijk van haar participanten, die betekenisvol interpreteren wat er om hen heen gebeurt en ‘zin geven’ aan de wereld, op globaal dezelfde wijze (Hall, 1997).

‘Circuit van cultuur’

Wanneer wordt er nu betekenis geproduceerd? Ons ‘circuit van cultuur’ (zie figuur 2.1) suggereert dat betekenis geproduceerd wordt op verschillende plaatsen en gecirculeerd wordt door verschillende processen (het culturele circuit).

Figuur 2.1 Het 'circuit van cultuur'



Bron: Hall (1997: p.1)

De vraag naar het ontstaan van betekenis doet zich voor tijdens alle verschillende momenten of praktijken in ons culturele circuit – in de constructie van identiteit en het markeren van verschil, in productie en consumptie, alsook in de regulering van sociaal gedrag. Echter, in al deze gevallen is taal een van de voornaamste media waardoor betekenis wordt geproduceerd en gecirculeerd.

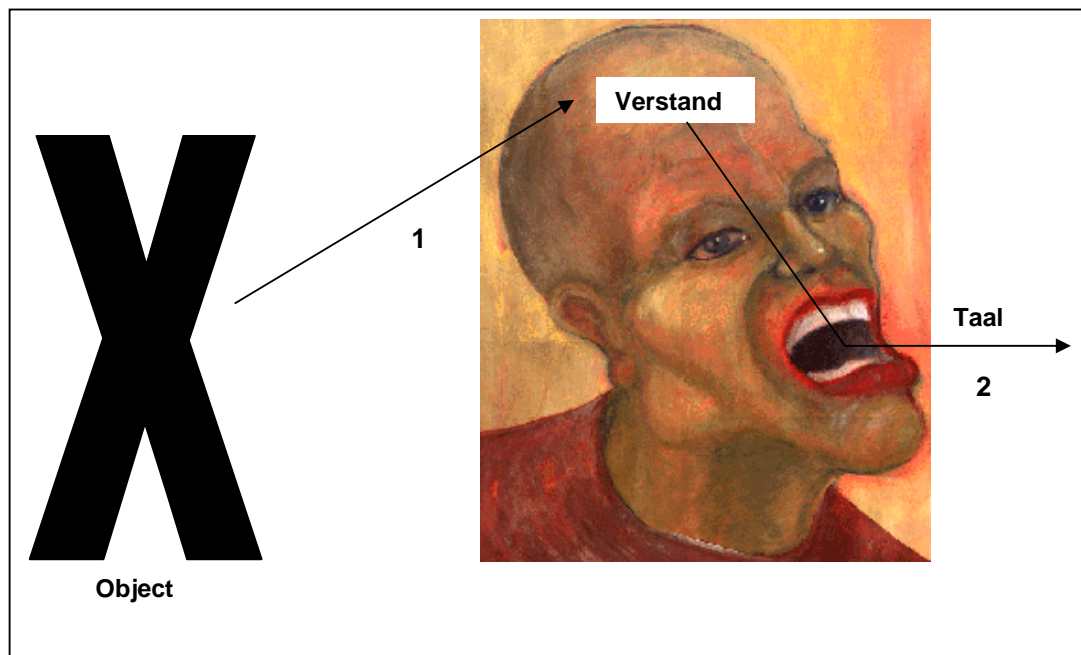
Hoe werkt nu een taal? Het eenvoudige antwoord luidt dat een taal werkt middels representatie. Een taal is een systeem van representatie. Wij geven dingen betekenis door de manier waarop wij ze representeren. Maar hoe verbindt nu het concept van representatie betekenis en taal met cultuur? Om deze vraag te beantwoorden dient er gekeken te worden naar hoe taal gebruikt wordt om de wereld te representeren. Hiervoor zijn grofweg drie verschillende theorieën in te onderscheiden: de reflectieve, de intentionele en de constructionistische benadering van representatie. De reflectieve benadering stelt dat taal simpelweg een betekenis weergeeft die reeds bestaat in de wereld van objecten, mensen en gebeurtenissen. De intentionele benadering gaat ervan uit dat taal slechts weergeeft wat de spreker of schrijver of schilder wil zeggen, zijn of haar persoonlijk bedoelde betekenis. De constructionistische benadering ten slotte stelt dat betekenis geconstrueerd wordt in en door taal. Hall (1997) gaat uit van deze laatste benadering, aangezien deze volgens hem de meest significante invloed heeft gehad op culturele studies.

Twee systemen van representatie

Representatie is dan dus de productie van betekenis middels taal. Specifieker; representatie is de productie van betekenis van de concepten in onze geest middels taal. Hierbij zijn twee processen, twee

systemen van representatie, aanwezig. Met behulp van onderstaande afbeelding zal ik trachten dit proces eenvoudig te beschrijven.

Figuur 2.2 Twee systemen van representatie



Gebaseerd op: Hall (1997: p.17-19)

Centraal in het proces van betekenis geven in cultuur staan twee systemen van representatie. Het eerste systeem (zie 1) stelt ons in staat betekenis te geven aan de wereld om ons heen door een set van overeenkomsten, of een keten van gelijkwaardigheden te construeren tussen dingen – mensen, objecten, gebeurtenissen, abstracte ideeën, etc. – en ons systeem van concepten, onze conceptuele mappen in onze geest. Het tweede systeem (zie 2) gaat uit van het construeren van een set van overeenkomsten tussen onze conceptuele map en een set van tekens, gearrangeerd of georganiseerd in verschillende talen die deze concepten representeren. De relatie tussen dingen, concepten en tekens staat aan de basis van de productie van betekenis middels taal. Het proces dat deze drie elementen aaneenschakelt noemen we representatie.

2.1.1 Vooroordelen als gevolg van beeldvorming

De discussie over vooroordelen heeft in de sociale wetenschappen en daarbuiten een lange geschiedenis. Het is algemeen aanvaard dat vooroordelen in alle sociale lagen een belangrijke rol spelen bij de perceptie van anderen. Mensen worden op basis van criteria als religie, etniciteit, ras, sekse en woonplaats in 'wij' en 'zij'-groepen of in 'ingroups' en 'outgroups' ingedeeld. Een dergelijk

categoriseringsproces heeft altijd bestaan en zal ook altijd blijven bestaan. De groepen of categorieën waarmee iemand zich verbonden voelt of tot welke hij door anderen wordt gerekend, wisselen echter naar gelang de situatie en naar gelang het belang dat op het spel staat. Problemen ontstaan wanneer men aan de andere groepen negatieve eigenschappen gaat toekennen en de individuele leden daarvan gaat bejegenen op basis van die eigenschappen. In dat geval spreekt men van vooroordelen. Een vooroordeel is met andere woorden een vooringenomen houding ten opzichte van andere groepen die niet op feiten is gebaseerd (Shadid, 1995).

Vooroordelen zijn contextueel bepaald en hebben een verschillend maatschappelijk gewicht. Een uitspraak als 'ambtenaren zijn lui' leidt niet of nauwelijks tot commotie. Echter wanneer het woord buitenlanders in plaats van ambtenaren wordt gebruikt, zullen de gemoederen hoog oplopen. Dit komt niet door het feit dat de eerste uitspraak op waarheid berust en de tweede niet, maar door de betekenis die de laatste uitspraak krijgt in een door tijd en plaats gedefinieerde context. Omdat er al geruime tijd een discussie gaande is over de plaats van allochtonen in de Nederlandse samenleving, heeft een generalisatie over hun functioneren grotere negatieve gevolgen, en daarom is deze ook maatschappelijk minder acceptabel (Shadid, 1995).

Het ontstaan van vooroordelen

Volgens Shadid (1995) kunnen vooroordelen op een aantal mogelijke manieren ontstaan. De vermeende negatieve eigenschappen met betrekking tot 'anderen' kunnen allereerst ontstaan via de generalisatie van directe of indirecte ervaring met leden van de andere groep. Het motto is hier 'als hij zo is, dan zullen zij allemaal ook zo zijn'. De theorie op dit terrein laat zien dat dit echter niet automatisch het geval hoeft te zijn en dat met name mensen met een autoritaire persoonlijkheid eerder geneigd zijn vooroordelen te ontwikkelen.

Voorts kunnen vooroordelen ontstaan wanneer een groep als een concurrent of als een bedreiging wordt ervaren. Deze zienswijze staat bekend als de concurrentietheorie. Rivaliserende groepen doen in het algemeen negatieve uitspraken over en weer. Dit is op zich niet zo problematisch. Wanneer door vooraanstaande personen in de samenleving echter ingespeeld wordt op deze gedachte van concurrentie of vijandschap worden de losse uitspraken gelegitimeerd en krijgen een sociale inbedding. Hier is de machtsfactor dus van belang; machtige personen zullen eerder de dominante visie bepalen.

Verder kunnen vooroordelen ontstaan door waarnemingsfouten en attributiefouten. Eerstgenoemde kunnen het gevolg zijn van foutieve informatie over een bepaalde groep of van een regelmatige benadrukking van ongewenst gedrag van haar leden. Het gevolg is dat er een schijnbare samenhang ontstaat tussen dat ongewenst gedrag en de centrale kenmerken van de groep in kwestie. Bij

attributiefouten gaat het om het feit dat mensen geneigd zijn het ongewenst gedrag van de eigen groep toe te schrijven aan de omstandigheden, terwijl dat van andere groepen gezocht wordt in tekortkomingen van de groep zelf. Omgekeerd geldt dit ook voor de positieve eigenschappen. Dit is bijvoorbeeld het geval wanneer de werkloosheid onder autochtonen wordt verklaard door te verwijzen naar de recessie in de economie en die bij allochtonen toe te schrijven aan hun onwilligheid werk te verrichten.

Ten slotte kunnen vooroordelen worden overgedragen door het socialisatieproces. Via dit proces worden de dominante waarden van de samenleving, waarin historische vooroordelen zijn opgenomen, geleerd. Een en ander vindt plaats via de opvoeding thuis en op school, en via de primaire en secundaire groepen waartoe iemand behoort. In dit verband wordt ook gesproken van de sociale invloeden op attitudevorming. Het gaat hier met name om de vorming van vooroordelen door beïnvloeding via belangrijke anderen in de sociale omgeving.

Functies van vooroordelen

Vooroordelen kunnen een aantal functies vervullen, aldus Shadid (1995). In het kader van intergroepsrelaties is het van belang aandacht te besteden aan de vraag waarom mensen de neiging hebben om anderen bevooroordeeld tegemoet te treden. De indeling van de sociale wereld in 'wij' en 'zij' is allereerst van belang voor de eigen identificatie van het individu. De mens is een sociaal wezen en heeft er behoefte aan om zijn sociaal territorium af te bakenen en op een of andere manier herkenbaar te maken. Dit geeft een gevoel van verbondenheid en geborgenheid.

Tevens geeft het negatief afschilderen van de 'zij' groep automatisch een positieve sociale identiteit, die door alle groepen wordt nagestreefd. Iedereen wenst dat de groep waartoe hij behoort gunstiger wordt beoordeeld in vergelijking met de andere groepen. Met andere woorden: als 'zij' lui zijn, dan zijn 'wij' ijverig; als 'zij' gierig zijn, dan zijn 'wij' vrijgevig.

Verder worden vooroordelen beschouwd als 'ego-defensieve attitudes' en worden ze gebruikt om een bepaald onrecht te legitimeren. Met andere woorden; mensen beschermen zichzelf tegen onaangename waarheden over zichzelf. De impliciete gedachte is hier dat onze groep niet zo slecht kan zijn om te discrimineren, maar dat de 'anderen' lui zijn en daarom op de arbeidsmarkt niet aan de bak komen. In de koloniale tijd werd de minderwaardigheid van de inheemse bevolking sterk benadrukt om de kolonisatie te rechtvaardigen. In de hedendaagse tijd worden vooroordelen jegens minderheden gebruikt om bepaalde beleidsombuigingen te belemmeren of het uitblijven van een bepaald beleid te rechtvaardigen, aldus Shadid (1995).

2.2 Beeldvorming en etniciteit

Onbekend maakt onbemind, aldus een Nederlands gezegde. De angst voor 'het vreemde', of om met Barthes (1972: p.10) te spreken 'the Other', is geen nieuw gegeven. In de jaren dertig ontstond er in Nederland bijvoorbeeld een behoorlijke paniek over de opkomst van dansgelegenheden. In een destijds geschreven regeringsrapport werd de bezorgdheid geuit over het onzedelijke karakter van deze dansgelegenheden en het feit dat het een overgenomen fenomeen was uit de Verenigde Staten (Van Luyn, 1935). Angst voor invloeden uit andere landen, zij het culturele, politieke of andere invloeden, is dus geen nieuw verschijnsel. Er kan wat dat betreft wel gezegd worden dat wat vertrouwd is, gezien wordt als veilig, wat vervolgens leidt tot een wantrouwen van alles waar men niet direct bekend mee is.

Dit wantrouwen kan omslaan in morele paniek ('moral panics', Tavener, 2000: p.71) door een bepaalde hevige gebeurtenis. Een goed recent voorbeeld hiervan in Nederland is de moord op Theo van Gogh. Tavener (2000) verwoordt morele paniek als een 'framework' dat betekenis en moreel belang toekent aan concrete gebeurtenissen en gedrag. De paniek ontstaat doordat de interactie van media, publieke opinie, politici en belangengroepen een spiraal effect veroorzaakt wat de voedingsbodem biedt voor morele paniek (Thompson, 1998).

Hieruit blijkt dus al dat de media een belangrijke rol vervullen. Dingen die 'nieuw', 'vreemd' of 'onbekend' zijn kunnen via de media onder de aandacht worden gebracht en zodoende bekendheid verkrijgen. Ook kunnen de media de publieke opinie beïnvloeden en maatschappelijke discussies veroorzaken en/of beïnvloeden. Vooral kunnen de media het beeld of (voor)oordeel over het 'nieuwe' helpen bepalen.

Tegenover 'the Other' staat 'het eigene' centraal. Morley (2001) heeft het over 'home' waarmee hij de 'plaats' bedoelt waar je je thuis voelt en waar je je identiteit aan ontleent, dit kan zijn op lokaal, nationaal of transnationaal niveau. Voor veel mensen geldt echter dat het land waar zij vandaan komen geassocieerd wordt met 'home'. Nederlanders zullen zich dus vooral thuis voelen in Nederland, terwijl dit voor allochtonen een stuk gecompliceerder ligt. Zij komen vaak uit landen met een andere cultuur, andere regels en een andere (dominante) religie. Door immigratie in westerse landen zullen zij een plaats moeten vinden waar zij zich thuis voelen, terwijl de invloed van de religie en cultuur van het thuisland aanwezig zal blijven – met name bij de eerste generatie immigranten, voor de tweede generatie met zijn vaak hybride identiteit zal het weer anders zijn.

Oriëntalisme en islam

Het begrip van 'the Other' sluit aan bij de theorie van het Oriëntalisme. Volgens Said (1978) heersen in het westen bepaalde vooroordelen en stereotype beelden over de landen en de mensen in de Oriënt.

Er wordt een beeld gecreëerd van de ander, dat niet op waarheid hoeft te berusten maar dat als waarheid wordt ervaren door de mensen in het westen. Baudrillard zegt hierover: “..there can't be identity without alterity; if there is no other, there is no self” (Baudrillard, geciteerd in Sassatelli, 2002: p.527). De eigen identiteit kan slechts bepaald worden door ‘the Other’ te definiëren. Said (1978) heeft het over een superioriteitsgevoel naar ‘the Other’ en het beschouwen van ‘the Other’ als bedreigend of als iets waar controle op uitgeoefend moet worden.

De algemene basis van oriëntalistisch denken is volgens Said (1997) een fantasierijk en drastisch gepolariseerde geografie die de wereld verdeelt in twee ongelijke delen. Het ene deel wordt de Occident genoemd, ook bekend als het Westen of ‘onze wereld’, het grotere, ‘andere’ deel wordt de Oriënt genoemd. Zulke verdelingen komen volgens Said altijd naar voren wanneer een samenleving of cultuur nadenkt over een andere, afwijkende versie, maar hij vindt het interessant dat hoewel de Oriënt eensluidend gezien wordt als een inferieur deel van de wereld, het altijd bedeed wordt met zowel een grotere afmeting als een groter potentieel voor macht (meestal destructief) dan het Westen. In zoverre de islam altijd gezien wordt als behorende tot de Oriënt, heeft zijn specifieke lot binnen de algemene structuur van het Oriëntalisme tot gevolg dat het in eerste plaats gezien wordt als een monolithisch iets, en dan een met een erg specifieke vijandigheid en angst. Er zijn natuurlijk veel religieuze, psychologische en politieke redenen hiervoor, maar al deze redenen zijn afgeleid van een gevoel dat voor zover het Westen betreft, de islam niet alleen een gevreesde concurrent vormt maar tevens een laatkomende uitdaging voor het Christendom (Said, 1997).

Volgens Said (1997) is er een consensus over de islam als een soort zondebok voor alles wat we niet leuk vinden van de wereld's nieuwe politieke, sociale en economische patronen. Voor rechts staat de islam voor barbaars, voor links voor middeleeuwse theocratie, voor het midden voor een soort van onsmakelijk exotisme. In alle kampen heerst echter overeenstemming dat hoewel er weinig kennis is over de islamitische wereld, er daar niet veel is dat goedkeuring verdient. Het islam-discours is zeer zeker gekleurd door de politieke, economische en intellectuele situatie waaruit het voortkomt. Said vindt het geen overdrijving te stellen dat het discours over de islam een interesse heeft in enig gezag of macht. In de huidige realiteit geldt: de waarheid over dergelijke zaken als ‘islam’ is gerelateerd aan degene die het produceert (Said, 1997).

Machtsverhoudingen in representaties

Deze machtsverhoudingen worden in meer algemene zin ook onderkend door Shohat en Stam (1994). Volgens hen worden bepaalde representaties metaforisch; binnen een hegemonisch discours wordt elke ondergeschikte rol gezien als een samenvatting van een uitgestrekte maar vermeend homogene gemeenschap. Representaties van dominante groepen daarentegen, worden niet als metaforisch gezien maar als ‘natuurlijk’ divers, voorbeelden van de niet te generaliseren variëteit van het leven zelf.

Sociaal gemachtigde groepen hoeven zich niet druk te maken om 'vervormingen en stereotypen', aangezien zelfs incidenteel negatieve beelden onderdeel zijn van een breed spectrum aan representaties. Een corrupte witte politicus wordt bijvoorbeeld niet gezien als een 'schande voor het ras'; financiële schandalen zorgen niet voor een negatieve weerspiegeling op de witte macht. Maar elk negatief beeld van een ondervertegenwoordigde groep wordt, binnen de verklaring van dominantie, hevig overladen met metaforische betekenissen als onderdeel van wat Michael Rogin (1992: p.42) noemt de 'surplus symbolische waarde' van onderdrukte mensen: de manier waarop zwarten, bijvoorbeeld, gehouden kunnen worden te staan voor iets naast hen zelf. Dat de Marokkaanse gemeenschap in Nederland, daags na de moord op Theo van Gogh, nadrukkelijk werd gevraagd zich te distantiëren van deze moord, dan wel deze streng te veroordelen, kan in hetzelfde licht gezien worden.

De gevoeligheid rond stereotypen en vervormingen komt voor een groot deel voort uit de machteloosheid van historisch marginale groepen om hun eigen representaties te controleren. Een goed begrip van mediarepresentatie vereist daarom een uitgebreide analyse van de instituties die (massa-)mediateksten genereren en distribueren. Wiens verhalen worden verteld? Door wie? Hoe worden deze geproduceerd en verspreid? Wat zijn de structurele mechanismen van de media industrie? Wie controleert productie, distributie, vertoning? (Shohat en Stam, 1994). Een aantal van deze vragen zal nader aan bod komen tijdens het empirische deel van het huidige onderzoek.

De invloed van de media

Het voert te ver om hier uitgebreid in te gaan op allerlei theorieën over de invloed van de (massa) media op het publiek. Verschillende wetenschappers hangen verschillende theorieën aan, waarbij aan het ene uiteinde de invloed van de media erg groot wordt verondersteld, en aan het andere uiteinde deze invloed als zeer gering wordt ingeschat door de veronderstelling van een actief publiek. Dit alles neemt niet weg dat mensen voor hun beeldvorming over gebeurtenissen in meer of mindere mate aangewezen zijn op de media, en dus hierdoor beïnvloed worden.

Zo stelt McQuail (1994) bijvoorbeeld dat de media een informele maar niet onbelangrijke bijdrage leveren aan het aanleren en vasthouden van bepaalde normen en waarden. De beelden die worden weergegeven in de media kunnen als referentiekader dienen voor het begrip 'normaal'. Volgens Gerbner (1994) en collega's worden mensen systematisch blootgesteld aan een selectief beeld van de maatschappij op bijna elk levensvlak. Dit beeld heeft de neiging om de ontwikkeling van hun opvattingen en waarden te beïnvloeden. Volgens Gerbner staat met name de televisie zo centraal in het dagelijks leven van mensen dat de persoonlijke beleving van de realiteit vervangen wordt door de realiteit zoals die wordt weergegeven op de televisie. Andere typen media hebben echter ook een belangrijke invloed.

De belangrijkste invloed van media betreft volgens Leurdijk (1999) echter niet de directe invloed op houdingen en opinies van mensen, maar eerder de indirecte; het beschikbaar maken van beelden en informatie aan de hand waarvan mensen zich een voorstelling maken van de hen omringende sociale werkelijkheid. Door selectie van onderwerpen en invalshoeken en door de duiding van gebeurtenissen maken media een bepaald repertoire aan kennis en opvattingen beschikbaar waaruit mediagebruikers kunnen putten om hun houding, opvattingen en gedrag ten aanzien van de sociale werkelijkheid te bepalen.

In het huidige onderzoek ga ik er daarom vanuit dat de media een zekere invloed hebben op de beeldvorming van het publiek.

2.3 Beeldvorming en etniciteit in de Nederlandse media

Nu er meer inzicht is verkregen in de relatie tussen beeldvorming en etniciteit in het algemeen, zal er een blik geworpen worden op de situatie in Nederlandse media. Sinds de komst van de eerste arbeidsmigranten naar Nederland, in de jaren '60, is er veel geschreven over etnische groeperingen in Nederland én hun invloed op de Nederlandse samenleving.

De hoeveelheid wetenschappelijk onderzoek naar de berichtgeving over minderheden in Nederland is echter relatief beperkt (Brants et al., 1998). Daarbij komt dat het merendeel van de onderzoekers de berichtgeving over etnische minderheden in het algemeen heeft geanalyseerd, slechts een enkel onderzoek had de berichtgeving over een specifieke bevolkingsgroep als onderwerp. Het vroegste Nederlandse onderzoek naar berichtgeving over minderheden in de pers staat in een bundel over buitenlandse arbeiders in Nederland, onder redactie van Wentholt (1967). De onderzoekers Emmerik-Levelt en Teulings schrijven hierin:

“De introductie van buitenlandse arbeiders in de Nederlandse samenleving is een verschijnsel dat zich, ondanks de beperkte omvang, in haar consequenties nadrukkelijk manifesteert. In dagbladpers en periodieken ziet men een neerslag hiervan: zowel wat omvang als wijze van berichtgeving betreft is het voor de argeloze lezer snel duidelijk dat hier iets bijzonders aan de hand moet zijn. Over buitenlandse arbeiders wordt *veel* geschreven en er wordt eerder met een soort *emotionele lading* over geschreven” (Emmerik-Levelt en Teulings, 1967: p.167).

Emmerik-Levelt en Teulings onderzochten welke thema's omtrent buitenlandse arbeiders voorkwamen in landelijke en regionale kranten en in bladen van werkgevers- en werknemersorganisaties in het jaar 1965. Wat hierbij opviel was dat de positie van buitenlandse arbeiders vooral besproken werd vanuit het perspectief van de problemen die hun aanwezigheid opleverde voor de Nederlandse samenleving.

Nadruk op problemen

Dit vindt aansluiting bij de conclusies uit het onderzoek van Teun van Dijk (1983). Begin jaren tachtig deed hij, door middel van discoursanalytische technieken, onderzoek naar de Nederlandse pers en de beeldvorming van etnische minderheden. Zijn belangrijkste conclusies waren dat er in het Nederlandse nieuws maar weinig aandacht is voor etnische minderheden, en dat er bovendien meestal sprake is van een negatieve beoordeling van etnische minderheden in de berichtgevingen. Ze worden meestal in verband gebracht met problemen in de samenleving, zoals overlast, misdaad en geweld. Tevens werd er in de berichtgeving veel gebruik gemaakt van stereotypen. Etnische minderheden werden vaak voorgesteld als ondergeschikten, artiesten, misdadigers of probleemgevallen. Bovendien werden zij vaak gekenmerkt als dom, primitief of grappig. Het accent in de berichten lag op (gewelddadige) incidenten en niet op de achtergronden van de positie van minderheden of op de eigen cultuur of het dagelijks leven van etnische minderheden. Dit in tegenstelling tot de berichtgeving over autochtonen, waarin dergelijke verhalen wel voorkwamen. Ten slotte werden de berichten die gaan over etnische minderheden meestal vanuit het perspectief van de autochtone Nederlandse meerderheid gebracht; 'wij' tegenover 'zij' (Van Dijk, 1983: p.121).

In het begin van de jaren '90 staat de multiculturele samenleving volop in de belangstelling in de Nederlandse media. Ondanks dat de aandacht sterk is toegenomen, is de manier waarop deze samenleving wordt afgebeeld nauwelijks veranderd. Leurdijk (1999) heeft in een studie onderzocht hoe actualiteiten- en discussieprogramma's problemen in de multiculturele samenleving in de periode 1991-1994 definiëren en verklaren. Daarbij vertrekt zij vanuit de veronderstelling dat de media niet alleen gebeurtenissen en ontwikkelingen reproduceren maar door selectie en presentatie van informatie en opinies ook bijdragen aan de definitie van deze maatschappelijke problemen en de daarmee samenhangende denkbare oplossingen.

De onderwerpen waaraan de programma's achtereenvolgens de meeste aandacht besteden, zijn vluchtelingen en immigratie, racisme en extreemrechts, en daarna volgt op enige afstand de problematiek in multiculturele oude stadswijken. De autochtonen die in de programma's aan het woord komen spreken voornamelijk in termen van onvrede over de verloedering en de allochtonen in de buurt. Hoewel er wel migranten aan het woord komen, is van een geïntegreerde berichtgeving waarin allochtonen vanuit dezelfde posities en over hetzelfde soort onderwerpen aan het woord komen als autochtonen, geen sprake. De verdeling van autochtonen en allochtonen over verschillende bronnen toont dat allochtonen vooral aan het woord komen als leek en nauwelijks vanuit een specifieke maatschappelijke positie of als deskundige. De makers van de programma's verklaren dit vanuit gangbare journalistieke afwegingen (Leurdijk, 1999).

Oosterbaan Martinius (2003) ziet een zelfde beeld in de schrijvende pers. Een werkgroep van de Nederlandse Vereniging van Journalisten stelde vast dat migranten vooral negatief of in relatie tot problemen in het nieuws komen. Volgens Oosterbaan Martinius grijpen statistici en sociologen altijd terug op categorieën als ras, klasse, geslacht, leeftijd en ideologie als zij een samenleving willen typeren. Gans (1979) ontdekte dat in het Amerikaanse nieuws van de jaren '60 journalisten vrijwel geen gebruik maakten van die categorieën of ze presenteerden als probleemloos gegeven. Gans onderzocht ook welke waarden bij de selectie van nieuws centraal staan. Hij komt met een lijst van journalistieke axioma's die ook hier en nu nog herkenbaar is volgens Oosterbaan Martinius. Etnocentrisme bijvoorbeeld – de neiging om de eigen samenleving als norm en uitgangspunt te zien. Idealiter heeft de journalistiek echter een vorm die Gans 'multiperspectivistisch' heeft genoemd: een manier van berichtgeving die de werkelijkheid vanuit verschillende gezichtshoeken benadert (Gans, geciteerd in Oosterbaan Martinius, 2003: p. 6).

Wat Leurdijk onderzocht voor actualiteiten- en discussieprogramma's, het in beeld brengen van de multiculturele samenleving in Nederland, is door Joost de Bruin (2002) onderzocht voor populair televisiedrama. Meest opvallende uitkomst van zijn onderzoek was dat er een onderscheid bestaat in de representatie tussen enerzijds etnische minderheden uit de voormalige Nederlandse koloniën en anderzijds etnische minderheden die als gastarbeiders naar Nederland zijn gekomen. De eersten worden vaker in de witte Nederlandse cultuur geplaatst, waarmee wordt gesuggereerd dat zij zich meer hebben aangepast. De arbeidsmigranten behouden hun etnische kenmerken, waardoor ze duidelijk 'anders' zijn dan witte Nederlanders. Relaties met autochtonen in de serie verlopen bijvoorbeeld moeizaam vanwege culturele verschillen of taalproblemen. Het personage wordt daarmee buiten de gemeenschap geplaatst. Dit geldt met name voor migranten uit landen rondom de Middellandse Zee (Marokkanen, Italianen) en Turkije, waardoor de suggestie wordt gewekt dat zij meer vasthouden aan hun eigen cultuur dan mensen uit de voormalige koloniën.

Multicultureel drama

De geschreven media beïnvloeden op verschillende manieren de opinie- en beeldvorming van de lezers: door de selectie van de onderwerpen, door redactioneel beleid, maar ook door de ruimte die ze bieden aan columnisten, publicisten en lezers om hun mening te geven op de opiniepagina's van de krant. Dat zulke ingezonden artikelen grote gevolgen kunnen hebben bewees een artikel van de hand van publicist Paul Scheffer. In januari 2000 schreef hij een essay in het NRC Handelsblad getiteld 'Het multiculturele drama'. Volgens Scheffer leidden beschikbare gegevens over de Nederlandse samenleving tot een ontzuisterende conclusie: werkloosheid, armoede, schooluitval en criminaliteit hopen zich op bij de etnische minderheden. Daarbij zijn de vooruitzichten over de gehele linie niet gunstig en zullen deze enorme aantallen achterblijvers en kanslozen de Nederlandse samenleving in toenemende mate belasten.

Ondanks de in 1994 door het kabinet geuite zorg over de voortdurende immigratie en de ingrijpende effecten daarvan voor het maatschappelijk draagvlak voor het regeringsbeleid, is er volgens Scheffer sindsdien in de politiek niets ondernomen om het huidige ‘multiculturele drama’ af te wenden. Te weinig aandacht is besteed aan mogelijkheden om immigranten vertrouwd te laten raken met de Nederlandse taal, geschiedenis en cultuur. Gezien het feit dat er anno 2005 nog steeds gedebatteerd wordt over het al dan niet verplicht stellen van een zogeheten inburgeringscursus voor immigranten, valt er voor dit argument van Scheffer wel iets te zeggen. Volgens Scheffer is de conclusie dan ook helder: integratie is nu eerder uitzondering dan regel, alleen al omdat het onderwijs uiteenvalt in witte en zwarte scholen en kinderen van jongs af aan in gescheiden werelden groot worden. Het huidige regeringsbeleid van ruime toelating en beperkte integratie vergroot de ongelijkheid en draagt bij tot een gevoel van vervreemding in de samenleving. Scheffer pleit daarom voor een parlementair onderzoek naar het immigratie- en integratiebeleid, aangezien in zijn ogen het multiculturele drama dat zich voltrekt de grootste bedreiging vormt voor de maatschappelijke vrede.

Multiculturalisme en de media

Een dergelijk onderzoek is er nooit gekomen, maar Scheffers essay veroorzaakte wel veel commotie in de politiek en – met name – de media. Het zogenaamde ‘multiculturele debat’ maakte vooral zoveel los in de media door de publiekelijke problematisering van multiculturalisering en de daaraan gekoppelde vaststelling van de aanwezigheid van meerdere culturen en etniciteiten in Nederland als een permanente (in plaats van de met ‘tijdelijkheid’ geassocieerde) status van bijvoorbeeld gastarbeiders en asielzoekers, aldus journalist en communicatiewetenschapper Mark Deuze (2002). Hij stelt dat de wijze waarop het multiculturele debat wordt gevoerd – verschillen benadrukken dan wel ontkennen, problemen signaleren of interpreteren, taboes doorbreken dan wel omzeilen – sterk resoneert in de media en journalistieke kringen.

De veranderde en nog steeds veranderende demografische verhoudingen hebben een effect op de journalistiek, daar waar het gaat om de berichtgeving over en de vertegenwoordiging van minderheden in de media. De wijze waarop etnische minderheden in het nieuws komen – de beeldvorming van deze groepen – is een belangrijk thema in de multiculturalisering van de Nederlandse maatschappij en zet het professionele zelfbeeld van de journalist als ‘neutrale buitenstaander’ onder druk. Volgens Deuze zijn bij de discussie over multiculturalisme en de media drie aspecten te onderscheiden: kennis, representatie en verantwoordelijkheid.

Het kennisniveau van journalisten over migrantenculturen is onder de aandacht gebracht door een aantal belangenorganisaties zoals de Stichting Omroep Allochtonen (STOA), Forum (instituut voor multiculturele ontwikkeling) en de Werkgroep Migranten en Media. Deze organisaties hebben in een

aantal publicaties en publieke debatten de vrees uitgesproken dat Nederlandse (autochtone) journalisten in het algemeen te weinig moeite lijken te doen om meer kennis op te doen van verschillende culturen en etnische groeperingen, waardoor zij er maar niet in lijken te slagen migranten op een niet-stereotyperende manier in het nieuws te brengen.

Representatie heeft vooral betrekking op beeldvorming over migranten, de 'kleurrijkheid' of etnische diversiteit van redacties, en het evenwichtig gebruik maken van bronnen. Dit hangt samen met de impliciete veronderstelling dat journalisten een bepaalde verantwoordelijkheid hebben, omdat ze een sleutelpositie hebben in de democratie. Zij worden geacht de maatschappij een spiegel voor te houden en haar instellingen te controleren. Uit onderzoek blijkt echter tamelijk consistent dat de media in het algemeen de zienswijze en stem van de dominante, blanke cultuur en de westerse machtsstructuur weergeven dan wel vertegenwoordigen, en dus niet voldoen aan de omschreven verantwoordelijkheden.

In termen van de sociale verantwoordelijkheid van journalisten moet volgens Deuze ook naar taalgebruik worden gekeken. Het concept van de 'primary definer' van Stuart Hall (1978) gaat ervan uit dat de media door de directe relatie die zij met 'elites' (vooral politiek en zakenleven) hebben, in staat zijn de sociale werkelijkheid van het publiek min of meer als eerste van definities te voorzien. Inhoudsanalyses van Nederlandse media suggereren dat etnische minderheden niet alleen in een negatieve context in het nieuws komen, maar ook veelal worden 'gedepersonaliseerd' vanuit een dominant 'wit' perspectief. Dat wil bijvoorbeeld zeggen dat het nieuws over autochtone en allochtone Nederlanders wordt verwoord in termen van 'wij' (als individu: de buurtbewoner) versus 'zij' (als groep: de Marokkaanse jongeren) (Deuze, 2002).

2.4 Conclusie

Dit hoofdstuk begon met een theoretische uiteenzetting over het begrip beeldvorming. Beeldvorming (representatie) is de productie van betekenis middels taal. Een gevolg van beeldvorming kan zijn het ontstaan van vooroordelen. Deze ontstaan door generalisatie, door het ervaren van een bedreiging of concurrentie van anderen, door waarnemings- en attributiefouten, of door een socialisatieproces. De functies van vooroordelen zijn de eigen identificatie van het individu, het creëren van een positieve sociale identiteit voor jezelf en het legitimeren van een bepaald onrecht.

Begrippen als 'the Other' en 'Oriëntalisme' tonen aan dat beeldvorming van grote invloed kan zijn op hoe mensen denken over 'anderen'. Waar vroeger de Oriënt onbekend en dus vreemd en wellicht bedreigend was, geldt dit tegenwoordig voor de islam (dat vaak gezien wordt als behorende tot de Oriënt). Wie tot de ondergeschikte groep van de islam behoort, moet continu verantwoording afleggen

aan de dominante groep in de samenleving. De media spelen hierbij een belangrijke rol, aangezien zij een voorstelling produceren van de sociale werkelijkheid die per definitie subjectief is.

Uit diverse onderzoeken blijkt dat er in de Nederlandse media vooral veel *over* etnische minderheden wordt geschreven, zelf komen deze minderheden nauwelijks aan het woord. De wijze waarop deze etnische minderheden getypeerd worden is voornamelijk negatief; de nadruk ligt op hun sociaal-economische achterstand en de problemen die zij hebben om te integreren of die zij veroorzaken in de samenleving. Vaak worden etnische minderheden op een stereotype wijze geportretteerd en is er sprake van een 'wij' (de individuele autochtoon) versus 'zij' (de etnische minderheid als groep) verhouding. De machtsfactor speelt hier ook weer een belangrijke rol: veel journalisten zijn blanke autochtonen en dit geldt ook voor het perspectief dat gehanteerd wordt in de berichtgeving over etnische minderheden.

In het volgende hoofdstuk zal aandacht worden besteed aan de beeldvorming over moslims in Nederland, om vervolgens tot scherp geformuleerde onderzoeksvragen te komen.

Hoofdstuk 3 Beeldvorming over moslims in Nederland

In dit hoofdstuk zal het theoretisch kader verder gespecificeerd worden naar de beeldvorming over moslims in Nederland (§ 3.1). Aan het einde van dit hoofdstuk zullen de belangrijkste punten samengevat worden, en zal de onderzoeksvraag nader gespecificeerd worden (§ 3.2).

3.1 Beeldvorming over moslims in Nederland

Berichtgeving en beeldvorming hebben te maken met selectie, redactiebeleid, de door de journalist gekozen invalshoek, maar natuurlijk ook met de feitelijke gebeurtenissen. De wisselwerking tussen de journalistieke keuzes en de feitelijke gebeurtenissen staat in dit hoofdstuk centraal. Hierbij wordt ingezoomd op een specifieke ‘groep’, die het hoofdonderwerp van deze thesis vormen: moslims in Nederland. Het is raar om van moslims een groep te maken, gezien het feit dat er naar schatting 1,2 miljard moslims (ongeveer 20% van de wereldbevolking) zijn verspreid over de gehele aardbol (Clark, 2004). Nog vreemder is het wat mij betreft om moslims als een etnische groep te zien, aangezien er onder de noemer ‘moslim’ een veelheid aan nationaliteiten, religieuze beleving en culturele normen en waarden schuilgaat. Waar ‘moslim’ staat voor een aanhanger van de islam, en dus (vooral) een religieuze term is, heeft ‘ethniciteit’ te maken met afkomst. Toch gebeurt dit dagelijks in de Nederlandse media; de identiteit van individuele personen wordt gereduceerd tot hun ethniciteit, die vervolgens weer gereduceerd wordt tot religie: ‘moslims’. In het licht van het huidige onderzoek acht ik het echter gerechtvaardigd om moslims als één groep te benoemen, omdat ik juist wil onderzoeken *waarom* dit, op deze manier, plaatsvindt in de Nederlandse media.

Zowel voor als na de Tweede Wereldoorlog vestigden zich groepen islamitische migranten in verschillende West-Europese landen zoals Frankrijk, Engeland en in latere jaren Nederland. Opvallend is dat de publieke debatten die dit verschijnsel opleverde aanvankelijk vooral in sociaal-economische termen werden gevoerd. Het is pas vanaf het begin van de jaren tachtig dat in de media en de publieke beeldvorming in het algemeen een onlosmakelijk verband werd gelegd met de religie. Dit gebeurde in de periode waarin de islam door middel van moskeeën, eigen media en islamitische scholen voor iedereen direct waarneembaar is geworden. Plaatselijke overheden werden voor het eerst geconfronteerd met islamitische inwoners die vast bleken te willen houden aan bepaalde gedragsregels van hun godsdienst. Maar al te vaak bleek dat men in kringen van gezondheidszorg, onderwijs en lokale politiek geen realistische kijk had op de rol die de godsdienst in het dagelijkse leven van moslims kan spelen (Shadid en Van Koningsveld, 1997; 1994; 1990).

Hoofddoekjeskwestie

Het eerste ‘incident’ dat zich in Nederland voordeed was de hoofddoekjeskwestie in Alphen aan de Rijn, in 1985. De zaak, die ook in de landelijke pers aandacht kreeg, kwam in het kort erop neer dat aan Marokkaanse meisjes op basisscholen in Alphen het dragen van een hoofddoekje werd verboden door het gemeentebestuur. Enige tijd later besliste minister van Onderwijs en Wetenschappen Deetman na overleg dat het verbieden aan leerlingen een hoofddoek te dragen niet paste in de huidige samenleving, en dat scholen zelf moesten oordelen over wat wel en niet mag. De ‘hoofddoekjesaffaire’ speelde zich echter niet alleen in Nederland af. In verschillende westerse landen werd door de affaire ten overvloede duidelijk dat de religieuze symbolen van (vooral moslim-) migranten tot conflictsituaties kunnen leiden. De intensiteit van de discussies varieerde echter van land tot land; in Frankrijk leidde de kwestie tot een nationale rel en heeft het inmiddels tot een algeheel verbod geleid, in Groot-Brittannië was het aantal conflicten in verband met het dragen van de hoofddoek beperkt (Goethals, 1996).

Rushdie-affaire

Een affaire van een heel andere orde leidde in diverse Europese landen, waaronder Nederland, tot ongekend grote aandacht voor de islam en moslims. De Rushdie-affaire in 1989 ontstond nadat de Iraanse leider Khomeiny opriep om Salman Rushdie te doden vanwege zijn boek *De duivelsverzen*, dat beledigend zou zijn voor de, in islamitische ogen heilige, koran. De affaire leidde tot debatten in de Tweede Kamer waarin de islam als potentieel gevaar voor de Nederlandse samenleving centraal kwam te staan (Shadid en Van Koningsveld, 1994). In een terugblik op de opwinding die in de Nederlandse media ontstond na het uitspreken van de fatwa door Khomeiny over Salman Rushdie schrijft Van Teeffelen (1989) dat de emoties het overduidelijk wonnen van het verstand.

De Rushdie-affaire beheerste wekenlang het nieuws in verschillende Europese landen. In Nederland concentreerde de discussie zich ook op de houding van de moslims hier, waarvan een (klein) deel tegen het boek betoogde en sommigen Khomeiny’s oproep ondersteunden. Eén beeld overheerste: de vijand is er weer! Wij, het beschaafde westen, worden bedreigd door het primitieve oosten (gelijk het Oriëntalisme van Said). In menig commentaar doemde een donker, middeleeuws en fanatiek rijk aan de grenzen van de beschaving op onder aanvoering van die prototypische gedaante van het kwaad: Khomeiny (Van Teeffelen, 1989).

Afbeeldingen van de demonstraties in Rotterdam en Den Haag op het Journaal deden een schok van verbijstering door het land gaan. In een scriptie over de media ten tijde van de Rushdie-affaire komt Minnema (1989) tot de conclusie dat er zelfs sprake was van ‘morele paniek’. Ook hier verrees een beeld van fanatieke primitiviteit: de islamitische meute die woest roept om moord – “schuimbekkend” zoals een aantal artikelen meldde – en de symbolische verbranding van boeken en (Rushdie-)poppen.

Onmiddellijk daarop ontspon zich een recht-en-orde debat, waarbij eenieder die iets met de islam te maken had verantwoording moest afleggen over het gedrag van de demonstranten. De Nederlandse autoriteiten verklaarden plechtig dat “onze moslims” zich aan de democratische regels hadden te houden. De pers deelde voor het merendeel deze paternalistische houding en poetste, in het licht van de bedreigingen van buitenaf en binnenuit, de ‘eigen westerse waarden’ flink op. Commentaren wedijverden met verheven verwijzingen naar democratie, beginselen, rechtsorde, principe van vrijheid van meningsuiting, grondslagen en Westerse Waarden (Van Teeffelen, 1989). Het volgende citaat van een columnist vormt hier het meest duidelijke voorbeeld van:

“Een cultuur die de verklaring van de rechten van de mens heeft voortgebracht, die haar tegenstanders recht op vergadering heeft gegeven, die de vrijheid van meningsuiting niet alleen heeft beperkt tot meningen die haar welgevallig zijn, en die haar tegenstanders dezelfde rechten toekent als haar meest enthousiaste volgelingen, zo’n cultuur is de meest wenselijke van alle samenlevingsvormen. De westerse democratische cultuur is, in vergelijking met alle andere politieke systemen, superieur” (Sanders, 29 maart 1989).

Een betere uiting van ethnocentrisme lijkt mij niet te vinden. In het algemeen is volgens Van Teeffelen (1989) te stellen dat, zowel ten aanzien van Iran en Khomeiny als ten aanzien van de positie van moslims in Nederland, de verontwaardiging de plaats innam van analyse. Aan de toch voor de hand liggende vragen vanuit een ander perspectief dan het ‘onze’ kwam men niet toe.

Deze, en andere internationale ontwikkelingen zoals de Islamitische Revolutie in Iran, de burgeroorlog in Libanon, de ontwikkelingen in Algerije en de Golfoorlog, leidden tot een exponentiële toename van de aandacht van de media voor het verschijnsel van de islam. Wat volgens Shadid en Van Koningsveld (1996) daarbij centraal kwam te staan was vooral de onverenigbaarheid van deze religie met de basiswaarden van de westerse cultuur. Het hedendaagse begrip moslim werd eveneens in verband gebracht met tal van negatieve betekenissen. De tijd waarin gesproken kan worden van "islamitische Europeanen", op één lijn met bijvoorbeeld katholieke of protestantse Europeanen, leek verder weg dan ooit. Onder invloed van de processen van afwijzing en stigmatisering die zich de afgelopen jaren in West-Europa hebben voltrokken, heeft het begrip "moslims" onder meer ook een etnische betekenis gekregen. "Moslims" gelden zonder meer als leden van een "etnische groep", als personen van buitenlandse herkomst met een zelfde godsdienst die ook op grond van uiterlijke kenmerken als zodanig kunnen worden onderscheiden. Deze collectieve etikettering van bijvoorbeeld Turkse en Marokkaanse groepen als moslims verdoezelt echter de belangrijke gradaties in religiositeit en de grote verschillen in de inhoud van de religieuze opvattingen die binnen deze groepen zelf bestaan (Shadid en Van Koningsveld, 1996).

Rath en Sunier (1993) komen tot een zelfde beeld: voor het gemak werden mensen met een totaal verschillende achtergrond op één hoop gegooid onder de noemer 'moslimcultuur'. Wie wilde begrijpen wat er in het hoofd van een Turk of Marokkaan omging, moest zich verdiepen in die moslimcultuur. Er verschenen publicaties op de markt waarin werd uitgelegd wat de specifieke kenmerken van die moslimcultuur zouden zijn en hoe we met moslims zouden moeten omgaan. Eventuele verschillen tussen bijvoorbeeld Turken en Marokkanen werden daarin vooral teruggevoerd op leerstellige verschillen binnen de islam.

Het moslimvraagstuk in de Nederlandse politiek

In een reeks van publicaties gaat Lutz (1991; 1993) in op de beeldvorming over moslims in Nederland. Haar theoretische inzichten ontleent zij in belangrijke mate aan Edward Said en zijn geruchtmakende boek *Orientalism* (1978). Volgens Lutz steekt dit aloude oriëntalisme de kop weer op in het debat over migranten "met een zogenaamde islamitische achtergrond". Zij analyseert onder andere het Minderhedendebat uit 1991/1992 en enkele wetenschappelijke geschriften en constateert dat tal van auteurs en sprekers cultuurverschillen gebruiken om de achterstandspositie van migranten te legitimeren. Met name vindt ze een streng onderscheid tussen 'Wij' en 'Zij', tussen de moderne mens en de traditionele mens. Speciale aandacht besteedt Lutz aan de ambivalente manier waarop 'vrouwen met een islamitische achtergrond' worden gerepresenteerd: was dat vroeger vooral als verleidelijke, sensuele vrouw die de strenge seksuele moraal tarte (*Oriëntalisme*), tegenwoordig is dat vooral als aseksuele zielepoet die dringend door de moderne westerse mens moet worden geholpen (Lutz, 1991; 1993).

Rath en Sunier (1993) concluderen dat zich door een samenloop van gebeurtenissen in de jaren '80 inderdaad een heel specifiek islamiserend discours heeft ontwikkeld. Het is dit discours dat niet alleen in het beleid teruggevonden kan worden, maar zeker ook in welzijns- en onderwijskringen en in talloze (wetenschappelijke) publicaties over de islam en zijn belijders. Daarin worden weliswaar elementen gevonden die terug te voeren zijn op een eeuwenoude controverse tussen islam en christendom - in zoverre hebben Lutz en Shadid en Van Koningsveld volgens Rath en Sunier dus gelijk - maar ook andere voorstellingen die op zichzelf weinig met die controverse van doen hebben, maar vaak ook weinig met de islam. Om het overheersende discours toch volledig terug te voeren op een oriëntalistische traditie of op een mythe van het islamitische gevaar, vinden Rath en Sunier (1993) derhalve reductionistisch.

De aandacht voor de islam in Nederland werd nader op de politieke agenda gezet door het boek *Moslim in de Polder* van VVD-politicus Frits Bolkestein (1997). Hierin schrijft Bolkestein, door middel van zeven interviews met vooraanstaande moslims van Nederlandse, Surinaamse, Turkse en Marokkaanse afkomst, over de (problemen in de) multiculturele samenleving en de plaats van moslims

hierin. Hoewel Bolkestein overduidelijk rechts georiënteerd is en in de gesprekken de nadruk legt op de problematiek rondom moslims in Nederland, laat hij bewust succesvol geïntegreerde moslims aan het woord ten teken dat dit wel mogelijk is. De conclusie van het boek is dan ook niet dat de islam (enkel) als een bedreiging gezien moet worden.

11 september 2001

Na 11 september 2001 was deze mening echter ver te zoeken in Nederland – en de rest van de westerse wereld. Door de aanslagen in New York en Washington, uitgevoerd door de al-Qaeda organisatie en ‘in naam van Allah’, werden moslims opnieuw en masse als de vijand gezien. Als reactie op de aanslagen hield president George W. Bush een speech, met een duidelijke boodschap aan de rest van de wereld: u kiest voor ons, of u kiest voor het terrorisme. Volgens de Nederlandse arabist Maurits Berger (2001) werd hierdoor de wereld in twee kampen gedwongen: de woede en onmacht over de misdaden veranderde in een ‘ons’ tegen ‘hen’, waarbij de ander werd geïdentificeerd op basis van etniciteit en geloof: de Arabische moslim.

De politieke reactie in Nederland was tweeledig. Aanvankelijk hadden geopolitieke overwegingen de overhand, in tweede instantie voegden zich daarbij nog de zorgen over de binnenlandse vrede in Nederland. In geen geval, daar was de Kamer het volstemmig over eens, zouden Nederlandse moslims door de aanslagen van de islamitische fundamentalisten in de VS met de vinger mogen worden nagewezen (Van den Boogaard, 2002). Dit gebeurde echter wel.

Nederland was in de eerste weken na de aanslagen in de ban van de ‘kleine terreur’ (Olgun, 2002). In vergelijking met andere Europese landen kende Nederland meer agressie jegens moslims, concludeerde het Europees Observatorium tegen Racisme en Vreemdelingenhaat (EUMC) in Wenen. Het EUMC baseerde zich op het aantal meldingen bij anti-discriminatie meldpunten en berichten in de media over aanslagen op bijvoorbeeld moskeeën en verbale agressie tegen moslims, in veertien EU-lidstaten, waaronder Nederland. Scheldpartijen, dreigbrieven, stenen door de ruiten van moskeeën – moslims in Nederland voelden zich niet meer veilig. Dit had niet alleen met de aanslagen in Amerika te maken, maar ook met de eerste reactie hierop in Nederland. Want terwijl alle ogen gericht waren op de rokende puinhopen in New York en Washington, waaide de oorlog op 11 september ’s avonds via Ede over naar Nederland. Dankzij CNN was de hele wereld getuige van een opmerkelijke actie van Marokkaanse jongeren, die tot grote ontsteltenis van buurtbewoners juichend rondjes reden door de straten van de stad. Zwaaiend met vlaggen schreeuwden ze anti-Amerikaanse leuzen, Bin Laden was hun held (Olgun, 2002).

Ook in andere landen zorgde 11 september voor spanningen tussen moslims en niet-moslims. In Groot-Brittannië braken diverse onlusten uit. Volgens Nobil (2004) leidde dit tot een hysterie over de

islam in Groot-Brittannië, wat het meest recente hoofdstuk vormde in een al ouder verhaal van racialisering. De speculaties in de media over de ‘problemen’ door de migratie en nederzetting van moslims in de Occident focusten zich enerzijds op de waargenomen dreiging voor de binnenlandse veiligheid, en anderzijds op de veronderstelde ontworteling van sociale cohesie als gevolg van de aanwezigheid van ‘andere’ culturen. Volgens Nobil zijn moslimimmigranten zeker niet de enige slachtoffers van deze speculaties, maar nemen zij wel een speciale plaats in tussen de groepen die worden beschouwd als niet afkomstig uit het Westen, maar die constant dreigen door te dringen en te vernietigen wat in het Westen ligt. Hun representatie als vreemdelingen zorgt voor een homogenisering van allerlei bevolkingsgroepen onder een algemene noemer: moslim. Hierdoor wordt de perceptie versterkt dat religie, in plaats van huidskleur (dat voorheen vaak als onderscheidend kenmerk werd gebruikt), de primaire factor voor ‘verschil’ is. De islam wordt zo een homogene, globale entiteit waarvan de inhoud gereduceerd kan worden tot de som van de acties van haar meest extreme manifestaties (Nobil, 2004).

Door ‘Ede’ werd ook de werkwijze van de Nederlandse pers ter discussie gesteld. Volgens burgemeester Opstelten van Rotterdam gaven de media voeding aan agressie tussen moslims en niet-moslims, en werden incidenten soms uitvergroot waardoor de indruk werd gewekt dat racisme en discriminatie aan de orde van de dag zijn in Nederland. Volgens het Tweede-Kamerlid Nebahat Albayrak (PvdA) hadden ook serieuze media en tv-programma’s als Buitenhof na de aanslagen slechts belangstelling voor extreme standpunten en moslims, en veroorzaakten zo een kloof in de multiculturele samenleving: “De baldadige vreugde van Marokkaanse jongeren werd meteen toegeschreven aan alle moslims in Nederland en op één hoop gegooid met de vreugdedansen van Palestijnen, terwijl de brandstichtingen werden afgedaan als baldadigheid. Het evenwicht was zoek” (Olgun, 2002: p.42).

Berger (2001) vindt het echter te makkelijk om de schuld enkel en alleen bij de media te leggen. Volgens hem is het erg makkelijk om de ‘angstlust’ toe te schrijven aan de media, maar kan deze alleen gevoed worden als men er ook hongerig naar is. De media mogen zichzelf nog zo de rol toekennen van onafhankelijke nieuwsverstrekkers, zij willen graag tegemoet komen aan hun publiek. Volgens Berger (2001) zijn journalisten ook gewoon mannen en vrouwen met vooroordelen, angsten en agenda’s.

De moord op Pim Fortuyn

Ten tijde van de aanslagen van 11 september was in Nederland de sterrijzende van Pim Fortuyn. Fortuyn was een rechtse politicus die vanuit de Rotterdamse gemeenteraad binnen zeer korte tijd de nationale politiek domineerde. Eén van zijn stokpaardjes was de afkeer van de islam. Fortuyn begon

middels columns in het tijdschrift Elsevier zijn kruistocht tegen de islam. Hierin schreef hij onder meer:

“De grootste bedreiging voor de wereldvrede komt van de islam, waarbij het onderscheid tussen liberale en fundamentalistische islam slechts betrekkelijk is. (...) Er is bijna geen conflict ter wereld waar de islam geen prominente rol speelt. Terreur en doodslag zijn de normale methoden om andersdenkenden tot inkeer te brengen. Wie zich het islamitisch geloof niet door de strot laat dwingen, wacht de onvermijdelijke doodslag” (Fortuyn, oktober 1994).

In een spraakmakend interview met *de Volkskrant* noemde Fortuyn de islam een ‘achterlijke cultuur’ en zei hij “als ik het juridisch rond zou kunnen krijgen, dan zou ik gewoon zeggen: er komt geen islamiet meer binnen!” (Fortuyn, geciteerd in Poorthuis en Wansink, 9 februari 2002). Door dergelijke uitspraken had Fortuyn niet alleen medestanders, en toen hij op 6 mei 2002 werd vermoord heerste er in Nederland even (de dader werd kort na de moord opgepakt) de angst dat een moslim verantwoordelijk was voor de moord.

Een dag na de moord werden deze gevoelens goed onder woorden gebracht door een correspondent van *de Volkskrant*:

“Iedereen leek er gisteravond voor terug te deinzen het uit te spreken, maar wat hopen we allemaal vurig dat de dader een gek blijkt te zijn die stamt uit een boerengeslacht dat al sedert de drooglegging in de Noordoostpolder woonde, een blonde, blauwogige man, die in het dagelijks leven pal staat voor God, Oranje en het Vaderland. Want als dat niet het geval is, als het om iemand gaat bij wie Fortuyns observaties over de islam en het immigratiebeleid om persoonlijke redenen in het verkeerde keelgat zijn geschoten, dan zijn de consequenties niet meer te begroten” (Zeeman, 7 mei 2002).

De moord op Theo van Gogh

Waar sommigen na de moord op Fortuyn enigszins opgelucht adem haalden toen bleek dat de dader geen moslim was, was dit na de moord op Theo van Gogh, op 2 november 2004, niet meer mogelijk. De dader Mohammed B. was wel een moslim, had wel een lange baard, droeg wel een djellaba, en vermoordde Theo van Gogh omdat deze de islam in zijn ogen diep beledigd had.

Theo van Gogh, columnist en filmregisseur, had zich meerdere malen laatdunkend uitgelaten over de islam en zijn aanhangers. Zo noemde hij moslims onder meer ‘geitenneukers’ en ‘pooiers van de profeet’. Ook maakte hij samen met politica Ayaan Hirsi Ali de film *Submission*, waarin zij stelden dat vrouwenmishandeling binnen de islam goedgekeurd werd op basis van de koran, het heilige boek van

de islam. In de film werden mishandelde vrouwen getoond met op hun naakte lichaam teksten uit de koran geprojecteerd, iets wat veel moslims als godslasterlijk hebben ervaren.

‘Nederland brandt!’ riepen sommige kranten de ochtend na de moord. De vice-premier liet zich in een interview ontglippen dat het land ‘in oorlog’ verkeerde. De bladen namen de term direct met vette koppen over. Kort na de moord werd er in Utrecht, IJsselstein, Groningen, Huizen, Breda, Rotterdam, Uden en Heerenveen brand gesticht bij islamitische gebedshuizen en scholen. Het antwoord kwam snel: aanslagen op kerken in Utrecht, Amersfoort, Boxmeer en Rotterdam. Toch lag de situatie volgens Mak (2004) in werkelijkheid anders. De meeste Nederlanders waren weliswaar diep geschokt door de moord, maar het was volgens hem vooral de politiek en journalistieke wereld die in vuur en vlam stond. Hier begon een handel in angst, sterker nog, er ontstond bijna een verslaving aan angst. Angst leek het centrale element in het Nederlandse wereldbeeld te worden; de ingewikkelde situatie waarin we ons bevonden, werd voortdurend teruggebracht tot slogans, paniek en halve waarheden (Mak, 2004).

Zo koos volgens Mak (2004) de publieke televisie, die in andere landen tijdens dergelijke crises vaak een stabiliserende rol vervult, in Nederland voor het tegenovergestelde. In de hevige concurrentiestrijd met de commerciële telde ieder punt van de kijkcijfers, wat betekende dat kijkers tot elke prijs moesten worden vastgehouden met emotie en adrenaline. Ook de taal veranderde volgens Mak (2004) na de moord op Van Gogh. Volgens hem ontstond er een bepaald jargon waar redelijke en aardige mensen door meegesleept werden. Nieuwe modetermen ontstonden die sterk negatief geladen waren. Ze dwongen tot versimpeling, tot generalisatie en discriminatie, tot het loslaten van iedere nuance. Als voorbeelden noemt Mak ‘rituele moord’ (alsof in de Koran een recept zou staan voor het afslachten van godsdienstige tegenstanders), het ‘benoemen van de problemen’, ‘doofpot’, ‘de dingen eindelijk hardop durven zeggen’, ‘demoniseren’ en de transformatie van het begrip ‘vluchteling’, volgens Mak in de jaren zeventig nog een eretitel, naar ‘asielzoeker’, een woord dat volgens hem meestal gebruikt werd in de zin van outcast, uitvreter, probleemgeval. Wie daarentegen het woord ‘tolerantie’ uitsprak, maakte zichzelf onmiddellijk tot doelwit: hij of zij was duidelijk een ‘multiculti’, of, ernstiger, ‘een landverrader’.

Volgens Mak (2004) werd het behoren tot een bepaalde religie – in dit geval de islam – als centrale oorzaak gezien van alle mogelijke vormen van maatschappelijk kwaad, variërend van terreur tot armoede, jeugdcriminaliteit en asociaal gedrag. Het is, schreef Ayaan Hirsi Ali als antwoord aan haar critici, voor alle wereldbewoners noodzakelijk en urgent om kritisch te kijken naar de islam, “omdat moslims betrokken zijn bij bijna alle hedendaagse oorlogen in de wereld” (Hirsi Ali, 30 oktober 2004). Nadat Theo van Gogh was vermoord, stond een halve dag op teletekst van de publieke televisie dat de

dader 'een islamitisch uiterlijk' had. Dit geloof was dus zo sterk dat het ook lichamen en gezichten bepaalde. Religie en ras begonnen zich met elkaar te vermengen (Mak, 2004).

In een artikel van Hajer en Maussen (2004) wordt de discussie na de moord op Van Gogh geanalyseerd als een proces van betekenisdoening. Volgens de auteurs werd de politieke betekenis van de moord bepaald in de uren, dagen en weken die volgden op de gebeurtenis. Betekenisgevende kaders of frames bepalen vervolgens wat het publiek waarneemt en hoe zij de situatie interpreteert. De auteurs zien drie belangrijke 'frames' in de discussie: een aanval op de vrijheid van meningsuiting, een oorlogsverklaring aan de terreur, en de mislukte integratie in Nederland. Uiteindelijk verzwakken al deze kaders de Nederlandse samenleving doordat ze leiden tot een verdergaande polarisatie, aldus de auteurs. De gehanteerde taal is bovendien mede verantwoordelijk voor een gevaarlijke geweldsspiraal.

3.2 Conclusie en onderzoeksvragen

Vanaf de jaren tachtig werden moslims een issue in de Nederlandse samenleving, en daarmee in de Nederlandse media. Waar daarvoor de nadruk lag op de sociaal-economische achterstand van deze minderheidsgroepering (zie hoofdstuk 2), werd vanaf de jaren tachtig de rol van de religie steeds belangrijker. Door de hoofddoekjeskwestie en de Rushdie-affaire nam de aandacht voor islam, moslims en hun gebruiken enorm toe. Hierbij werden moslims niet zozeer als aanhangers van een religie getypeerd, maar als een etnische groep, die duidelijk anders was dan de individuele, ontwikkelde westerse burger. In de politiek werd de islam ook steeds vaker een gespreksonderwerp; eerst op mondiale schaal door de aanslagen van 11 september 2001 in Amerika, later nog eens op nationaal niveau door de moord op Theo van Gogh. Hierdoor kreeg de islam het stempel 'gevaarlijk' opgedrukt, werden moslims nog sterker beschouwd als een groep gelijkgestemden, en ontstond er angst voor islam en moslims in de Nederlandse samenleving.

De hoop dat de moord op Theo van Gogh het laatste 'incident' is geweest in Nederland waarbij moslims en niet-moslims tegenover elkaar kwamen te staan, lijkt niet erg reëel gezien de dagelijkse berichten in de media over conflicten tussen beide groepen en tal van politieke discussies aangaande het asielbeleid, immigratie en integratie van allochtonen, het moslimvraagstuk en, meer in het algemeen, de Nederlandse multiculturele samenleving.

Er hebben zich de afgelopen jaren dus veel ingrijpende gebeurtenissen voorgedaan. Een weerslag hiervan in onderzoek naar berichtgeving en/of beeldvorming over etnische minderheden in het algemeen, laat staan naar een specifieke groep als moslims, is echter niet te vinden. Het huidige onderzoek is dus erg relevant en zal een bijdrage trachten te leveren aan het opvullen van deze leegte.

De berichtgeving over moslims in de Nederlandse media zal nader onderzocht worden in de navolgende hoofdstukken. Nu we weten wat het begrip beeldvorming inhoudt, kunnen we – op basis van de verkregen inzichten uit dit en het vorige hoofdstuk - de volgende vragen met behulp van empirisch materiaal trachten te beantwoorden, om uiteindelijk het eerste deel van de onderzoeksvraag van het huidige onderzoek van een passend antwoord te voorzien. In mijn onderzoek zal het woord ‘media’ concreet ingevuld worden door twee dagbladen met elkaar te vergelijken, zodat de typering van de beeldvorming over moslims in de Nederlandse media dus als volgt onderzocht zal worden:

- Welke beelden van moslims komen voor in de Nederlandse dagbladen?
- Is de beeldvorming over moslims in de Nederlandse dagbladen positief dan wel negatief?
- Welke thema's komen aan bod in de beeldvorming over moslims?
- Welke bronnen komen aan het woord in de berichtgeving over moslims?
- Zijn er overeenkomsten tussen verschillende dagbladen waarneembaar met betrekking tot de beeldvorming over moslims?
- Zijn er verschillen tussen verschillende dagbladen waarneembaar met betrekking tot de beeldvorming over moslims?
- Op welke manier wordt de beeldvorming over moslims in de Nederlandse dagbladen beïnvloed door maatschappelijke gebeurtenissen?

In de conclusie van mijn onderzoek kom ik terug op het tweede deel van de centrale onderzoeksvraag:

- Hoe is de beeldvorming over moslims in de Nederlandse media de laatste jaren veranderd (in het licht van bestaande theorieën op dit gebied)?

In het volgende hoofdstuk zal een onderzoeksinstrument gepresenteerd worden, tezamen met de verantwoording van bepaalde keuzes, om een gedegen onderzoek te verrichten naar hoe de beeldvorming is over moslims in de Nederlandse dagbladen, om deze vervolgens, met behulp van het hiervoor gecreëerde theoretische kader, te kunnen verklaren.

In dit hoofdstuk zal uitvoerig beschreven worden hoe ik mijn empirisch onderzoek heb opgesteld en uitgevoerd. Allereerst zal de onderzoeksmethode die ik gehanteerd heb, te weten inhoudsanalyse, toegelicht worden (§ 4.1). Vervolgens worden achtereenvolgens het onderzoeksmateriaal (§ 4.2), de onderzoeksperiode (§ 4.3) en het selectie criterium (§ 4.4) van het huidige onderzoek nader verklaard. Ik zal hierbij telkens aangeven waarom ik bepaalde keuzes heb gemaakt. Tot slot zal het definitieve onderzoeksinstrument, waarmee ik mijn onderzoeksmateriaal ga analyseren, worden gepresenteerd (§ 4.5).

4.1 Empirisch onderzoek: inhoudsanalyse

De probleemstelling van het huidige onderzoek luidt:

Hoe kan de beeldvorming over moslims in de Nederlandse media worden getypeerd en hoe is dit de laatste jaren veranderd?

In deze probleemstelling worden twee vragen van kwalitatieve aard gesteld, zodat beantwoording van deze vragen het verzamelen van kwalitatieve gegevens vereist. Om ervoor te zorgen dat kwalitatieve uitspraken straks niet uit de lucht komen vallen, zal als fundament eerst een kwantitatieve analyse van de verzamelde onderzoeksgegevens plaatsvinden. Teneinde de bovenstaande probleemstelling van een passend antwoord te voorzien zal ik derhalve een empirisch onderzoek verrichten dat deels kwantitatief, deels kwalitatief van aard is.

Een kwantitatief onderzoek is een onderzoek waarbij overwegend gebruik wordt gemaakt van gegevens van kwantitatieve aard en dat als doel heeft kwantiteiten zoals de hoeveelheid, de omvang, de frequentie of de mate van voorkomen van iets of iemand in kaart te brengen. Een kwalitatief onderzoek is een onderzoek waarbij overwegend gebruik wordt gemaakt van gegevens van kwalitatieve aard en dat als doel heeft onderzoeksproblemen in of van situaties, gebeurtenissen en personen te beschrijven en te interpreteren (Baarda et al., 1995). Kwalitatieve gegevens hebben dus betrekking op de aard, de waarde en de eigenschappen (dus de 'kwaliteiten') van het onderzochte verschijnsel. Het type onderzoeksmethode dat het meest geschikt is voor beantwoording van mijn probleemstelling, is de inhoudsanalyse.

Inhoudsanalyse

Inhoudsanalyse kan zeer breed opgevat worden: het wordt toegepast op materiaal ontleend aan media als kranten, tijdschriften, film, radio en tv, maar ook sprookjes, mythen en legenden, preken en

toespraken, brieven, boeken en memoires, archieven en brochures, gedichten, songteksten, schilderijen en kunstwerken. Inhoudsanalyse is daarmee een van de belangrijkste onderzoeksmethoden als het gaat om het onderzoeken van cultuurproducten (Wester, 1995). Inhoudsanalyse kan omschreven worden als een beredeneerde lezing van het onderzoeksmateriaal, waarbij 'lezen' op drie manieren geïnterpreteerd dient te worden. Ten eerste gaat het om het registreren van tekens, zoals dat duidelijk is bij het lezen van een boek. Daarnaast heeft lezen ook de betekenis van interpreteren, zoals dat bijvoorbeeld het geval is bij kaartlezen. Ten slotte kan lezen ook selecteren betekenen; een lezing is een interpretatie gebaseerd op een registratie van welgekozen kenmerken. Om welke kenmerken het gaat wordt in feite uitgemaakt door het perspectief dat de onderzoeker hanteert.

Belangrijk bij inhoudsanalyse is te realiseren dat de 'inhoud' niet met het onderzoeksmateriaal gegeven is. Ten eerste is het materiaal geproduceerd in een bepaalde sociale situatie en zal dan ook wat vorm en inhoud betreft betekenissen ontleen aan deze sociale context. Ten tweede wordt het materiaal gelezen vanuit een bepaalde vraagstelling, waardoor bepaalde aspecten van de inhoud van het materiaal belangrijk worden. Inhoudsanalyse kan dus opgevat worden als een principieel interpreterende werkwijze, gericht op de reconstructie van de symbolische betekenisstructuur van het materiaal (Wester, 1995).

Het doel van inhoudsanalyse in mediaonderzoek is voornamelijk geweest het bestuderen van hoe nieuws, drama, reclame en entertainment bepaalde sociale en culturele zaken, waarden en kenmerken weergeven (Hansen et al., 1998). Inhoudsanalyse is van oorsprong een kwantitatieve methode. Het doel van de methode was om het optreden van specifieke karakteristieken of dimensies van een tekst te identificeren en te tellen, om zodoende iets te kunnen zeggen over de boodschappen, beelden en weergaven van die teksten en hun bredere sociale betekenis. Hierbij was het wel belangrijk dat de data die geteld werd geplaatst werd in een theoretisch raamwerk dat de sociale betekenis van 'het getelde' duidelijk maakte. Het tellen vormde dus geen doel op zich, maar een middel om inhoudelijk relevante uitspraken te kunnen doen (Hansen et al., 1998). Inmiddels is er ook een kwalitatieve variant van inhoudsanalyse die zich (nog) meer richt op de inhoud van mediateksten. In het huidige onderzoek zal een combinatie van kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse plaatsvinden, waarbij de nadruk ligt op de (kwalitatieve) interpretatie van de geselecteerde mediateksten.

De categorieën aan de hand waarvan de inhoud van mediateksten geanalyseerd kunnen worden zijn gebaseerd op het doel en de opzet van het onderzoek. Er zijn echter een aantal categorieën die welhaast standaard zijn in elke inhoudsanalyse: identificatiecategorieën zoals 'medium' (krant of tv), 'datum' (dag, maand, jaar), 'plaats in het medium' (welke pagina in de krant), 'lengte' (aantal minuten van uitzending, aantal woorden in tekst), 'type item' (nieuwsbericht, interview). Daarnaast zijn er nog

een aantal categorieën die ook vaak voorkomen en afhankelijk van het type medium meer of minder belangrijk zijn (Hansen et al., 1998). Dit zijn:

- Bronnen

De analyse van wie zegt of doet wat tegen wie, en op welke manier, is belangrijk voor het begrijpen van media rollen in sociale representatie en machtsverhoudingen in een samenleving (Hansen et al., 1998). Ericson et al. (1991) gebruikten de volgende categorieën in hun onderzoek: het aantal bronnen, het type bronnen (bijvoorbeeld ministers, deskundigen), de context van de bron (bijvoorbeeld interview, persconferentie), en het type kennis van de bron (bijvoorbeeld ooggetuigeverslag, deskundige die geraadpleegd wordt).

- Thema's

Het classificeren van welke onderwerpen of thema's voorkomen in bepaalde media vormt de kern van de studies naar de inhoud van media. Thema's kunnen gecategoriseerd worden op basis van het theoretische raamwerk, en kunnen zonodig nog onderverdeeld worden in subcategorieën.

- Vocabulaire

In welke termen bepaalde onderwerpen besproken/beschreven worden in de media is tevens een belangrijke categorie bij inhoudsanalyse. Woorden in kranten geven namelijk niet slechts een definitie van een bepaalde situatie, maar geven tevens de sociale of politieke ideologie weer van de desbetreffende krant. "Ze definiëren dus niet alleen, ze evalueren tegelijkertijd" (Hansen et al., 1998: p.113).

- Waarde-oordelen

De toon van berichten kan ook een belangrijke categorie zijn. Is een bericht in haar toonzetting positief, negatief of neutraal? De moeilijkheid hierbij is dat dit vaak neerkomt op een subjectieve interpretatie van de onderzoeker. Tevens moet deze op de hoogte zijn van de algemene politieke 'kleur' of ideologie van een krant, omroep of organisatie (Hansen et al., 1998: p.115).

Inhoudsanalyse wordt voornamelijk toegepast in onderzoek van beschrijvende aard: welke thema's komen voor, in welke mate komen bepaalde thema's voor, hoe worden thema's aan de orde gesteld, is er een verandering te constateren in een bepaalde periode voor wat betreft dit soort zaken, zijn er verschillen tussen media wat betreft dit soort zaken (Wester, 1995). Dit is een van de redenen dat ik voor inhoudsanalyse heb gekozen als onderzoeksmethode in het huidige onderzoek, dat als onderwerp heeft het thema 'moslims in de media'. Daarnaast is de werkwijze van inhoudsanalyse snel, goedkoop en non-reactief (het onderzoeksmateriaal is 'spontaan' geproduceerd en niet speciaal voor een onderzoek, wat de kwaliteit ervan ten goede komt).

4.2 Kranten: *NRC Handelsblad* en *De Telegraaf*

Mijn onderzoeksmateriaal zal bestaan uit berichten uit twee kranten, te weten *NRC Handelsblad* en *De Telegraaf*. Bij de keuze voor kranten heeft een onderzoeker te maken met niet-homogene populaties. Kranten kunnen bijvoorbeeld verschillen naar politieke kleur, religieuze achtergrond, bedrijfsmatige achtergrond, ochtend- of avondblad, landelijk, regionaal of plaatselijk blad, et cetera. Op deze manier kan een aselechte steekproef sterk vertekend worden ten opzichte van de populatie, terwijl dat nu juist niet de bedoeling is; met de getrokken steekproef wil je relevante uitspraken doen over de gehele populatie (Baarda en De Goede, 2001). Naast de ontstaansgeschiedenis en de positionering van beide dagbladen, zal daarom ook de keuze voor juist deze specifieke kranten uitvoerig beargumenteerd worden.

NRC Handelsblad

NRC Handelsblad is voor het eerst verschenen op 1 oktober 1970. De avondkrant is ontstaan uit een fusie van twee oude, noodlijdende dagbladen: het *Algemeen Handelsblad* uit 1828 (oprichter J.W. van den Biesen) en de *Nieuwe Rotterdamse Courant* (oprichter Henricus Nijgh) uit 1844 (Rümke, 2000). Deze fusie had echter, met name redactioneel gezien, nogal wat voeten in de aarde.

In de jaren zestig van de vorige eeuw ging het slecht met 'de pers'. De televisie brak door, met in haar kielzog de televisiereclame. Landelijke adverteerders kozen massaal voor het nieuwe medium. Dag- en weekbladen verloren een groot deel van hun inkomsten. Uitgevers moesten flink bezuinigen. Er werden titels opgeheven en persconcentraties waren aan de orde van de dag. In 1964 besloten de uitgevers van de *Nieuwe Rotterdamse Courant* en het *Algemeen Handelsblad* de twee dagbladondernemingen samen te voegen tot de Nederlandse Dagbladunie NV (NDU). De gelijknamige kranten zouden echter zelfstandig kunnen blijven.

In 1969 waren de verliezen van zowel *NRC* als *Handelsblad* echter torenhoog opgelopen. De oplages waren verder gedaald, de advertentie-inkomsten waren verder teruggelopen, de lonen en papier- en drukkosten waren fors gestegen. Commercieel gezien was een fusie onvermijdelijk, maar redacteuren van de beide kranten boden weerstand. Hoewel de kranten inhoudelijk meer overeenkomsten dan verschillen vertoonden, was er sprake van een groot cultuurverschil tussen 'Amsterdam' en 'Rotterdam'. Zowel *NRC* als *Handelsblad* richtten zich van oudsher op een liberaal lezerspubliek en raadden hun lezers tegen verkiezingstijd aan op de VVD te stemmen. De Amsterdammers wilden echter vooral verslag doen van maatschappelijke en culturele ontwikkelingen, in de gistende 'provotijd' van eind jaren zestig. De Rotterdammers daarentegen waren vooral geïnteresseerd in (Haagse en internationale) politiek en economie. (Rümke, 2000).

Begin 1970 was er geen ontkomen meer aan een fusie. De hoofdredacties van *NRC* en *Handelsblad* ontwikkelden binnen enkele maanden een formule voor de nieuwe krant. De formule was geënt op voorbeelden uit het buitenland (*The Times*, *The Guardian*, de *Süddeutsche Zeitung*) en op ideeën die de redactie van het *Algemeen Handelsblad* al eerder had ontwikkeld maar niet had kunnen uitvoeren. De nieuwe krant moest een 'kwaliteitskrant' worden (van het Engelse quality paper), voor lezers met hoger en middelbaar onderwijs. De krant zou de primeur niet schuwen en niet terugdeinzen voor actieve journalistiek, die uiteraard snel en betrouwbaar moest zijn. Nieuws, analyse en opinie zouden strikt worden gescheiden. Voorts moest de krant een 'paper of record' worden: belangrijke redevoweringen en documenten zouden integraal worden overgenomen. De schrijfstijl zou levendig en bondig moeten zijn. Ook in vormgeving zou de nieuwe krant er anders moeten uitzien. De verschillende rubrieken, zoals binnenland, buitenland, opinie, kunst, sport en economie, zouden elk hun vaste pagina's krijgen - een noviteit in die dagen. De opmaak ging van zeven naar acht kolommen. De nieuwe krant kreeg de voor de hand liggende naam '*NRC Handelsblad*' (Rümke, 2000).

Het motto van de krant 'Lux et Libertas' (Licht - in de filosofische zin van Verlichting - en Vrijheid) kwam van het *Algemeen Handelsblad*. De beginselen van de nieuwe krant zijn vastgelegd in het eerste commentaar, verschenen op 1 oktober 1970. Deze beginselen gelden ruim dertig jaar later nog onverkort:

'De vrijheidsgedachte die wij voorstaan, verdraagt zich niet met geloof in enig dogma.' De krant onderhoudt geen bijzondere banden met politieke of maatschappelijke organisaties en staat in beginsel wantrouwend tegenover iedere collectiviteit, 'hetzij staat, partij of voetbalclub'. Ronduit wordt gesteld dat 'wij ons richten tot een publiek dat bereid is na te denken' (<http://www.nrc.nl/krant/artikel/1026104040724.html>).

De eerste jaren ging het niet goed met de nieuwe krant. De oplage daalde van 106.000 exemplaren in 1970 tot ruim 88.000 in 1974. Maar vanaf midden jaren zeventig schoot 'de tijdgeest' te hulp. De samenleving raakte 'ontzuild', emancipatie en individualisering zetten door. Steeds minder mensen kozen hun krant op grond van hun protestantse, katholieke of socialistische achtergrond. Het katholieke dagblad *De Tijd*, inmiddels gefuseerd met *De Maasbode*, werd opgeheven. Veel lezers bekeerden zich of tot *de Volkskrant* of tot *NRC Handelsblad*. In 1977 was de oplage van *NRC Handelsblad*, met ruim 100.000, terug op het niveau van 1970. Tien jaar later, in 1987, werd de grens van 200.000 abonnees gepasseerd. De oplage van *NRC Handelsblad* stabiliseert zich sinds eind jaren negentig omstreeks 270.000 exemplaren (Rümke, 2000).

NRC Handelsblad is eigendom van PCM Uitgevers NV, dat in 1995 de Nederlandse Dagblad Unie (NDU) heeft gekocht van Reed Elsevier. Door deze overname verkeert *NRC Handelsblad* met vrijwel

alle Nederlandse landelijke dagbladen (*De Telegraaf* uitgezonderd) in hetzelfde concern. *NRC Handelsblad* is sinds 1995, als eerste landelijk dagblad, ook actief op internet: <http://www.nrc.nl>.

De Telegraaf

De geschiedenis van *De Telegraaf* voert een stuk verder terug. Op 1 januari 1893 werd in Amsterdam *De Telegraaf* opgericht: een neutraal dagblad, bedoeld voor een ruime lezerskring. De oprichter en eigenaar was Henry Tindal, oud-officier bij de artillerie en vanaf 1888 de belangrijkste financier van de *Amsterdammer*. *De Telegraaf* was in eerste instantie bedoeld als complement op de *Amsterdammer*. De *Amsterdammer* was een avondblad, dus diende *De Telegraaf* een ochtendblad te zijn. De *Amsterdammer* was vóór alles een politiek blad, dus moest de nieuwe krant op politiek gebied neutraal zijn. De *Amsterdammer* richtte zich vooral op de bovenlaag van de bevolking, vandaar dat *De Telegraaf* bedoeld was voor een algemenere lezerskring (Scheffer, 1976).

Toen Tindal overleed in 1902 werd *De Telegraaf* overgenomen door Hak Holdert. Zijn ouders hadden een drukkerij en in 1894 richtte Hak zelf een drukkerij op, *Elsevier* genaamd. Holdert veranderde de formule van de krant niet. In de openingsakte stond: “Het dagblad *De Telegraaf* en *Het zondagsblad* (van *De Telegraaf*) zullen nimmer de beginselen van eenige staatkundige of kerkelijke richting mogen voorstaan en steeds te dien opzichte volkomen neutraal zijn” (Scheffer, 1976: p.21).

Volgens Scheffer werd *De Telegraaf* in de eerste jaren na de overname door Holdert dikker en levendiger zonder dat de indeling en de typografie veranderden. Ook van een sensationele aanpak was aanvankelijk nog geen sprake. Dit gebeurde volgens hem pas na 1910, toen Holdert de journalistieke formule van de krant wijzigde:

“Vergeleken met sommige buitenlandse bladen zijn Holderts bladen nog steeds tamelijk ingetogen, maar volgens Nederlandse maatstaven zijn ze nu erg sensationeel” (Scheffer, 1976: p.327).

Scheffer geeft verder niet aan op welke manier de krant sensationeler werd. In de loop van de 20^e eeuw werd *De Telegraaf* behalve (vermoedelijk) sensationeler ook steeds uitgesprokener op politiek gebied, hoewel van openlijke steun aan een politieke partij nog steeds geen sprake was (Spee, 1999). In een onderzoek naar de moordverslaggeving in *NRC Handelsblad*, *De Telegraaf* en *de Volkskrant* omschrijft Ruempol (1997) het karakter van *De Telegraaf* als van huis uit conservatief, maar de telegraaflezer wil en krijgt vaak sensationeel nieuws dat op een gemakkelijke manier geschreven is. Amusement is een belangrijk deel van de krant en in dat opzicht was deze krant ‘moderner’ dan andere kranten. Politiek gezien staat de krant sinds de jaren 70 rechts van het midden staat en is minder conservatief geworden (Ruempol, 1997).

Holdert was, naast eindverantwoordelijk voor de redactionele inhoud van de krant, ook verantwoordelijk voor het zakelijke deel. In een tijdsbestek van twintig jaar kocht hij diverse (concurrerende) dagbladen op, en met succes. In 1930 had de krant al meer dan 115.000 abonnees. Na in het begin van de jaren vijftig een moeizame tijd te hebben beleefd (waarschijnlijk door het 'foute' optreden in WO II), maakte *De Telegraaf* een spectaculaire groei door die haar tot het grootste dagblad van Nederland maakte. In oplage groeide de krant van 291.000 in 1960 naar 756.400 exemplaren in 1995 (Wijfjes, 2004).

De Telegraaf is onderdeel van de Telegraaf Media Groep, wat sinds 20 april 2005 de nieuwe naam is voor de Holdingmaatschappij De Telegraaf. De Telegraaf Media Groep is een beursgenoteerde, onafhankelijke Nederlandse mediagroep, primair actief op het gebied van dagbladen, tijdschriften en huis-aan-huisbladen, voornamelijk in Nederland. Daarnaast wordt informatie geëxploiteerd via internet, teletekst en de (mobiele) telefoon, al dan niet via een strategische deelneming. Ten slotte wordt er drukwerk voor derden verzorgd en heeft de onderneming onder meer een belang in Wegener N.V., SBS Broadcasting B.V. en B.V. Algemeen Nederlands Persbureau (ANP) (<http://tmg.nl/Index/>). Ook *De Telegraaf* is vertegenwoordigd op het internet: <http://www.telegraaf.nl>.

Verklaring van gemaakte keuzes

In het huidige onderzoek zullen gegevens uit bovenstaande twee kranten onderzocht worden. Waarom is gekozen voor slechts twee kranten, en waarom precies deze twee?

De keuze voor twee kranten is voornamelijk een praktische keuze geweest. Het onderzoeken van slechts één krant had het bereik van de daaruit volgende conclusies ernstig beperkt. Wat waar is voor een krant, hoeft namelijk niet waar te zijn voor een andere. Door twee kranten te onderzoeken kan er meer gewicht worden toegekend aan de conclusies van mijn onderzoek. Toeval en de specifieke kenmerken van een bepaald dagblad worden hiermee sterk verminderd. Het onderzoeken van meer dan twee kranten had dit waarschijnlijk nog sterker verminderd, en had de conclusies nog 'harder' kunnen maken, maar mijns inziens zou dit niet opwegen tegen de extra werkzaamheden die dit zou vereisen.

De keuze voor *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad* is een heel bewuste keuze geweest. Beide kranten pretenderen een (politiek) neutrale toon in hun berichtgeving te hanteren. Er is geen sprake van religieuze of ideologische motieven aanwezig bij beide kranten. Dergelijke motieven zouden de resultaten van mijn onderzoek, gezien het onderwerp moslims, kunnen vertroebelen. Daarbij heb ik gekozen voor twee kranten die qua doelgroep elkaars tegenpolen genoemd kunnen worden. *De Telegraaf* wordt door Bakker en Scholten (1999) getypeerd als een populaire krant, wat betekent dat de nadruk ligt op amusement in tegenstelling tot politieke/informatieve berichtgeving. De lezerskring

van *De Telegraaf* is een doorsnede van de bevolking. *NRC Handelsblad* staat daarentegen bekend als een kwaliteitskrant, waarbij de nadruk juist op politieke/informatieve berichtgeving ligt. De lezers van *NRC Handelsblad* staan bekend als mensen met een hoger inkomen en een hogere opleiding dan de gemiddelde Nederlander (Bakker en Scholten, 1999). Met deze keuze tracht ik dus, met slechts twee kranten, een representatieve weergave te verschaffen van de berichtgeving voor het overgrote deel van het Nederlandse volk.

4.3 Onderzoeksperiode

Aangezien het in het huidige onderzoek onmogelijk is om alle berichten omtrent het thema ‘moslims in de media’ te onderzoeken, zal er een steekproef getrokken dienen te worden uit deze populatie. Omdat mediaproducten veelal met een tijdgebonden frequentie verschijnen heeft de definiëring van de populatie van waarnemingseenheden vaak te maken met de afbakening van een tijdsperiode waarbinnen natuurlijke eenheden (bijvoorbeeld de uitgave van een krant) zijn opgetreden (Baarda en De Goede, 2001). In het huidige onderzoek is dit ook het geval.

De periode die ik zal onderzoeken is op te delen in drie deelperioden, te weten:

4 mei 2004 – 14 mei 2004

2 november 2004 – 12 november 2004

3 mei 2005 – 13 mei 2005

Verklaring van gemaakte keuzes

Bovenstaande perioden zijn vanzelfsprekend niet toevallig gekozen. De periode van 2 november tot en met 12 november 2004 betreft de elf dagen na de moord op Theo van Gogh (de dag van de moord en de tien daaropvolgende dagen). Aangezien de moordenaar van Van Gogh een moslim was, en zijn daad uit religieuze overtuigingen deed, is het erg aannemelijk dat er in de eerste elf dagen na de moord veel geschreven is dat betrekking heeft op moslims.

De andere twee perioden volgen uit de periode in november 2004. Het betreffen respectievelijk de elf dagen zes maanden vóór en zes maanden ná de moord op Theo van Gogh. Om de berichten uit de verschillende drie perioden met elkaar te kunnen vergelijken, heb ik ervoor gekozen om dezelfde begindag te kiezen als in de periode van 2 tot en met 12 november 2004: een dinsdag. Zodoende kunnen bepaalde karakteristieken van dagbladen (een dikkere krant op zaterdag met extra katernen, een relatief dunne maandagkrant) geen invloed uitoefenen op de analyse van mijn onderzoeksdata.

Een klein achtergrondonderzoek toonde aan dat het aantal gevonden items in de perioden van 4 tot en met 14 mei 2004 en 3 tot en met 13 mei 2005 een ‘normale’ waarde hadden, dat wil zeggen een

waarde die niet opvallend veel hoger of lager was dan in vergelijkbare perioden in andere maanden (zie **Bijlage A**). Ook is er gecontroleerd of er geen grote gebeurtenissen of mediahypes waren in deze perioden, zodat de data vertekend zouden worden. Hiervan was geen sprake.

Met deze keuze kan ik dus achterhalen of er in de elf dagen na de moord op Van Gogh een toename is geweest in het aantal berichten (en hoe groot die toename dan was) ten opzichte van een half jaar eerder, en of er zes maanden na de moord minder of meer berichten over moslims in de krant staan dan een jaar ervoor. Behalve deze kwantitatieve vergelijking zal ik voornamelijk kijken naar de inhoud van de berichten, de kwalitatieve gegevens dus. Zodoende kan ik achterhalen hoe de manier van berichtgeving over moslims is zes maanden voor, vlak na, en zes maanden na de moord op Theo van Gogh, en in welke mate de typering van moslims in de dagbladen veranderd is.

De keuze voor drie deelperioden van elf dagen is een praktische keuze geweest. Elf dagen lijkt me voldoende om genoeg gegevens te verzamelen waarmee iets over een bepaalde periode gezegd kan worden. Meer dagen leidt tot meer werk, terwijl de meerwaarde aan informatie onzeker is. Zo blijkt uit een onderzoek van Stempel (1952, zoals vermeld in Krippendorff, 1980: p.69) dat media-onderzoek met een steekproef van twaalf of meer edities geen meerwaarde meer oplevert voor het doen van uitspraken over de populatie. Door het karakter van mediaproducten die bepaalde patroonmatigheden in de edities doen terugkeren, kan vaak volstaan worden met het onderzoeken van een gedeelte van de totale populatie (Wester, 1995).

4.4 Selectiecriteria: moslim

De berichten in de onderzochte kranten dienen geselecteerd te worden op basis van een overeenkomstig kenmerk. Zij moeten een gemeenschappelijke factor bezitten die ervoor zorgt dat deze berichten meegenomen worden in het onderzoek (en andere berichten niet), een factor op basis waarvan ze met elkaar vergeleken kunnen worden. Voor mijn onderzoek heb ik gekozen voor het criterium 'moslim'. Moslims zijn diegenen die zich bekennen tot de religie van de islam.

Verklaring van gemaakte keuzes

De keuze voor het zoekwoord 'moslim' is een bewuste keuze geweest. Het onderwerp van het huidige onderzoek betreft 'moslims in de media'. Om hier iets over te kunnen zeggen leek het mij een logische keuze dit onderwerp zo letterlijk mogelijk op te vatten; ik ga dus informatie zoeken (en vervolgens analyseren) over moslims (door middel van het zoekwoord 'moslim') in de media (te weten berichten uit een bepaalde periode in *NRC Handelsblad* en *De Telegraaf*). Hierbij wordt het gehele artikel geanalyseerd, en niet (slechts) de titel of de lead van het betreffende artikel.

Een andere zoekterm zou ook mogelijk zijn geweest in het licht van het huidige onderzoek. De term 'islamiet' bijvoorbeeld betekent in feite hetzelfde als 'moslim'. Gezien het feit dat deze term nauwelijks gebruikt wordt in de Nederlandse media leek mij dit geen goede optie. 'Islam' had ook gekund, aangezien dit het geloof is dat moslims belijden. Ik wil echter de nadruk leggen op personen en niet op een ongreepbaar iets als een geloof. Daarbij komt dat de term 'moslim' automatisch verwijst naar dit geloof en de daarbij horende gebruiken, waardoor de islam eigenlijk al ingekapseld zit in de term 'moslim'.

Daarnaast hoop ik met deze zoekterm aan te kunnen tonen dat het woord moslim vaak ten onrechte gebruikt wordt. Zoals in hoofdstuk 2 al bleek worden (groepen) mensen met verschillende nationaliteiten, culturele achtergrond en religieuze beleving dikwijls in een hokje gestopt met daarop het label 'moslim'. Met het huidige onderzoek hoop ik aan te kunnen tonen dat dit lang niet altijd terecht is.

4.5 Onderzoeksinstrument

Nu de keuzes voor het huidige onderzoek bekend en verklaard zijn, kan het onderzoeksinstrument van mijn onderzoek gepresenteerd worden. Dit onderzoeksinstrument wordt bij inhoudsanalyse een waarnemingsschema genoemd, en bestaat uit een verzameling indicatoren aan de hand waarvan teksten worden geanalyseerd. De door mij gehanteerde indicatoren zijn gebaseerd op bovenvermelde onderzoeken van Hansen et al. (1998), Ericson et al. (1991) en Wester (1995).

Op basis van deze indicatoren, en de theoretische inzichten uit hoofdstuk 2 en 3, heb ik een waarnemingsinstrument gecreëerd. Dit waarnemingsinstrument is te vinden in **Bijlage B**. Hieronder zullen de gebruikte indicatoren in het waarnemingsschema nader toegelicht worden.

Naam dagblad

In welk dagblad staat het betreffende artikel? Dus in *De Telegraaf* of *NRC Handelsblad*.

Type bericht

Wat voor type bericht is het betreffende artikel? Bijvoorbeeld: nieuwsbericht, interview, reportage.

Datum bericht

Van welke datum is het betreffende artikel?

Rubriek

In welke rubriek staat het betreffende artikel? Bijvoorbeeld: voorpagina, economie, binnenland.

Aantal woorden

Hoeveel woorden bevat het betreffende artikel?

Bron

Wie is (zijn) er aan het woord in het betreffende artikel? Dus de naam van de bron(nen).

Type bron

Wat voor type bron is er aan het woord? Bijvoorbeeld: deskundige, ooggetuige.

Kennis bron

Wat voor soort kennis levert de bron? Bijvoorbeeld: onderzoek, mening, verklaring.

Aantal bronnen

Hoeveel verschillende bronnen komen aan het woord in het betreffende artikel?

De afkomst van de bron (nationaliteit, autochtoon of allochtoon) is niet meegenomen in de analyse. Dit is om praktische redenen besloten; om van elke bron te achterhalen wat zijn/haar nationaliteit is en of hij/zij onder de definitie van autochtoon dan wel allochtoon valt, is vrijwel onmogelijk. Het afgaan op namen geeft namelijk een vertekend beeld, gezien veel migranten uit de ex-koloniale gebieden vaak een Nederlands klinkende achternaam hebben. Bovendien is de vraag in hoeverre dit relevante informatie oplevert nog niet beantwoord. Want al wil ik niet beweren dat het niet uitmaakt of een bron van Marokkaanse origine of van Nederlandse origine is, de journalisten die de items produceren worden geacht te streven naar een objectieve manier van verslaggeving en bovendien werken zij binnen het redactionele beleid van hun krant.

Thema

Welk thema of welke thema's komen in het artikel aan bod? Op basis van het theoretische raamwerk in hoofdstuk 2 en 3 worden de volgende thema's onderscheiden:

- *'the Other'*: specifieke verwijzing naar 'de Ander' als minderwaardig, bedreigend, iets waar controle op uitgeoefend moet worden.
- *Oriëntalisme*: specifieke verwijzing naar Oriënt versus Occident; donker, achtergesteld, inferieur, vijandig versus verlicht, modern, superieur, vredelievend.
- *Problemen door etnische minderheden*: verwijzing naar etnische minderheden als ondergeschikten, dom, primitief, anders, verantwoordelijk voor armoede, werkloosheid, problemen in de samenleving.
- *Machtsverhoudingen*: verwijzing naar ethnocentrisme, 'wij' versus 'zij', perspectief bij de dominante, westerse cultuur. Dit houdt verband met het thema '*Oriëntalisme*'; het verschil tussen de twee is dat het bij '*Oriëntalisme*' gaat om een specifieke verwijzing naar deze theorie/denkebeelden en bij '*Machtsverhoudingen*' om algemene verwijzingen naar verschillen tussen de eigen (westerse) cultuur en een andere.
- *Islam*: verwijzing naar de islam (dus specifiek het geloof) als een monolithische, barbaarse godsdienst, met een bijbehorende achterlijke cultuur, en een (potentiële) dreiging van fanatisme, fundamentalisme en zelfs terrorisme.

- *Muslims als etnische groep*: verwijzing naar moslims als één groep, één gemeenschap met één gezamenlijke cultuur, religieuze symbolen (hoofddoek, djellaba), positie van de vrouw.
- *Overig*: overig voorkomende thema's die hiervoor niet behandeld zijn.

Toon bericht

Is de toon van het bericht positief, negatief of neutraal ten opzichte van moslims?

Het toekennen van het label 'positief', 'negatief' of 'neutraal' berust op een waarde-oordeel. Op basis van de hiervoor behandelde theorieën en onderzoeken is mijn empirische onderzoek zo gefundeerd dat ik het gerechtvaardigd acht als onderzoeker deze relatief subjectieve beoordeling uit te voeren. In de praktijk betekent dit dat een bericht, waarin moslims gekoppeld worden aan negatieve zaken (bijvoorbeeld criminaliteit/terrorisme, vrouwenonderdrukking, het mislukken van de multiculturele samenleving) als negatief beoordeeld worden omdat ze een individuele moslims in een negatief daglicht (kunnen) stellen. Andersom worden berichten waarin moslims gekoppeld worden aan positieve zaken (bijvoorbeeld het organiseren van een vredesmars, afstand nemen van geweld of positief bijdragen aan de multiculturele samenleving) beoordeeld als positief. Berichten waarin moslims niet (duidelijk) aan negatieve of positieve zaken gekoppeld worden, krijgen het label 'neutraal'.

Met dit waarnemingschema zullen de berichten met daarin het woord 'moslim' uit *NRC Handelsblad* en *De Telegraaf*, uit de perioden 4 tot en met 14 mei 2004, 2 tot en met 12 november 2004, en 3 tot en met 13 mei 2005, geanalyseerd worden. De resultaten van deze analyse zullen in het hiernavolgende hoofdstuk gepresenteerd worden.

Hoofdstuk 5 Onderzoeksresultaten

In dit hoofdstuk zullen de resultaten van het verrichte onderzoek worden gepresenteerd. Allereerst zal een algemene blik op de onderzoeksdata geworpen worden (§ 5.1). Deze onderzoeksgegevens zullen vervolgens eerst per krant geanalyseerd worden (§ 5.2 en § 5.3). Dit gebeurt zowel kwantitatief als kwalitatief, waarbij ook de vergelijking van gegevens uit de verschillende onderzoeksperioden aan bod komt. Vervolgens zullen de onderzoeksgegevens van beide kranten met elkaar vergeleken worden (§ 5.4). Tot slot zullen de belangrijkste conclusies worden gepresenteerd (§ 5.5). Aan het einde van dit hoofdstuk zal dus het eerste deel van de onderzoeksvraag - *Hoe kan de beeldvorming over moslims in de Nederlandse media worden getypeerd?* - beantwoord zijn.

5.1 Onderzoeksdata

In totaal zijn 237 berichten onderzocht, als volgt verdeeld over de drie perioden:

Tabel 5.1 Verdeling van de onderzoeksgegevens

Periode	Aantal Items <i>De Telegraaf</i>	Aantal items <i>NRC Handelsblad</i>	Aantal items totaal
Dinsdag 4 mei tot en met vrijdag 14 mei 2004	7	34	41
Dinsdag 2 nov tot en met vrijdag 12 nov 2004	43	125	168
Dinsdag 3 mei tot en met vrijdag 13 mei 2005	9	19	28
Totaal	59	178	237

Zoals eerder vermeld bestaat de periode van 2 tot en met 12 november uit de eerste elf dagen na de moord op Theo van Gogh. De overige perioden zijn gekozen uitgaande van deze periode; het betreffen dezelfde periode zes maanden voor én zes maanden na de moord op Theo van Gogh.

In de periode 2 tot en met 12 november 2004 had het aantal berichten met daarin het woord ‘moslim’ een uitzonderlijk hoge waarde. Dit is het gevolg van de moord op Theo van Gogh op 2 november 2004 door een moslim, een gebeurtenis die een mediahype veroorzaakte.

Een mediahype is een mediabrede, snel piekende nieuwsgolf die één gebeurtenis als startpunt heeft en die voor het grootste deel het gevolg is van zichzelf versterkende processen bij de nieuwsproductie. De snelle escalatie van de berichtenstroom bij een mediahype is dus eerder een gevolg van de nieuwsmakende dan van de verslaggevende activiteiten van de media, en tevens eerder een gevolg van het loswoelen van maatschappelijke reacties door de massale media-aandacht, dan van het registreren van maatschappelijke ontwikkelingen die ook zouden plaatsvinden zonder nieuwsgolf (Vasterman, 2004).

5.2 Analyse onderzoeksgegevens *De Telegraaf*

In deze paragraaf zullen de onderzoeksgegevens van *De Telegraaf* geanalyseerd worden. Allereerst vindt een kwantitatieve analyse plaats (§ 5.2.1). Hierna zal een vergelijking tussen de gegevens uit de drie verschillende onderzoeksperioden plaatsvinden (§ 5.2.2). Ten slotte zal een kwalitatieve analyse van de onderzoeksgegevens uitgevoerd worden (§ 5.2.3).

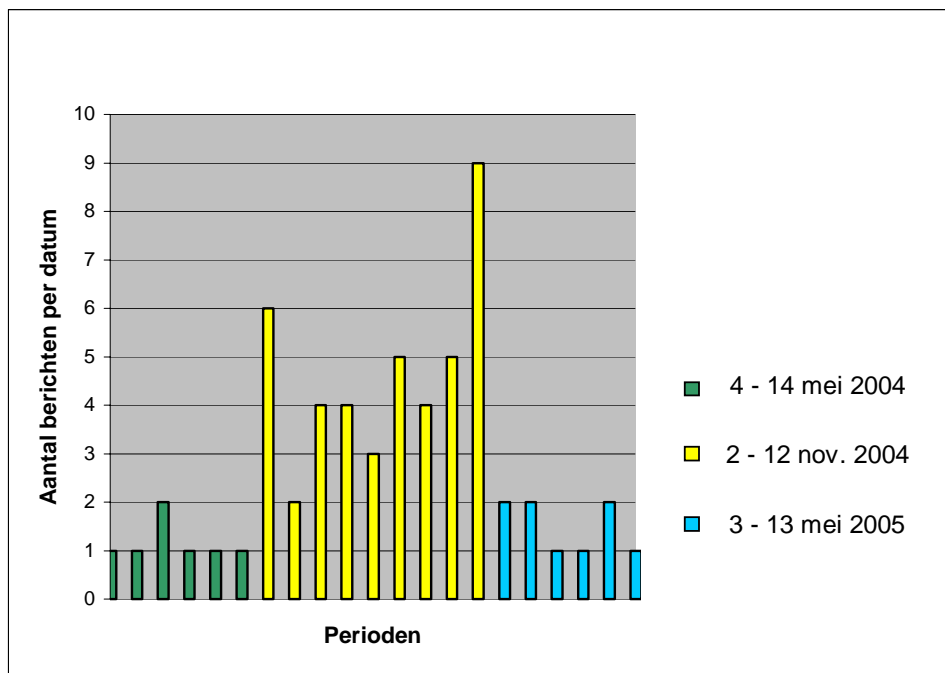
5.2.1 Kwantitatieve analyse

In deze analyse zullen achtereenvolgens de verdeling van het aantal berichten, de verdeling van het type bericht, de bronnen en de berichtgeving over moslims in *De Telegraaf* kwantitatief geanalyseerd worden.

Frequentieverdeling

Een frequentieverdeling laat zien hoe vaak een bepaald fenomeen is opgetreden. In onderstaande grafiek gaat het om het fenomeen 'berichten met moslim'.

Figuur 5.1 Aantal berichten 'moslim' in *De Telegraaf*



De grafiek laat zien dat, in mei 2004 en mei 2005, niet iedere dag een bericht over moslims in *De Telegraaf* stond (minder balkjes in de figuur dan dagen in de periode), er meestal maar 1 bericht per dag over moslims in de krant stond, en heel af en toe 2 berichten per dag. In november 2004 is deze situatie volledig anders, wat al een indicatie geeft van de ontstane mediahype na de moord op Theo

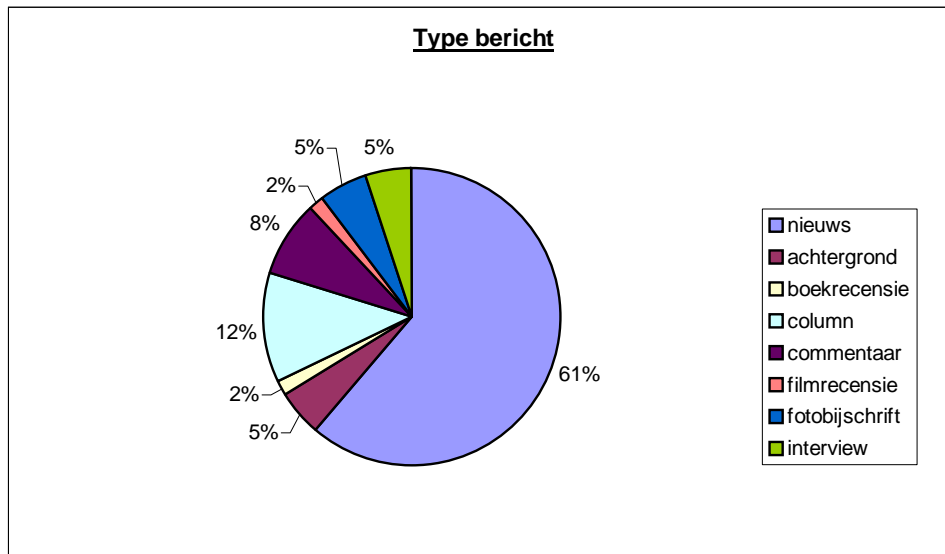
van Gogh: meerdere berichten over moslims per dag (tot en met 9 per dag) en vrijwel iedere dag berichten over moslims.

In de periode van 4 tot en met 14 mei 2004 stonden er in totaal 7 berichten met daarin het woord 'moslim' in *De Telegraaf*. In de periode van 2 tot en met 12 november 2004 waren dit er 43, en in de periode van 3 tot en met 13 mei 2005 waren het er 9.

Type bericht

De type berichten die geanalyseerd zijn geven een indicatie van wat voor soort berichten er over moslims zijn verschenen. Om dit straks te kunnen vergelijken met de gegevens in *NRC Handelsblad* is niet voor de absolute aantallen maar de procentuele verdeling gekozen.

Figuur 5.2 Type bericht in *De Telegraaf*



Verreweg het grootste deel van de onderzochte berichten bestond uit nieuwsberichten. Dit zijn meestal relatief korte berichten waarin nieuwe nieuwsfeiten gepresenteerd worden. Op afstand volgen de column en het commentaar als op één en twee na grootste categorie. In deze categorieën gaat het niet om nieuwsfeiten of journalistiek onderzoek, maar wordt de mening van iemand of zelfs de redactie van de krant zelf geventileerd.

Bronnen

Over de bronnen in de geanalyseerde berichten kan het volgende vermeld worden.

In 50 van de 59 berichten (85%) was het bericht de verantwoordelijkheid van een journalist. Daarnaast kwam 7 keer een columnist voor en werd 2 keer rechtstreeks tekst ontleend aan een persdienst. Verder

kwamen voornamelijk ministers, Tweede Kamerleden of andere politici, deskundigen en geïnterviewde personen aan het woord.

Wat de kennis van bronnen betreft; 78% van de onderzochte berichten was gebaseerd op onderzoek. In 22% van de gevallen berustte deze op een mening van de bron. Dit waren overwegend reacties (op bomaanslagen, de moord op Theo van Gogh, na ministerraad, na uitkomsten van een onderzoek) en voorstellen tot het doen van onderzoek.

Over het aantal bronnen per bericht geeft onderstaande tabel meer inzicht.

Tabel 5.2 Aantal bronnen per bericht in *De Telegraaf*

Aantal bronnen					
0 bronnen	1 bron	2 bronnen	3 bronnen	4 bronnen	> 4 bronnen
39	12	4	0	4	0

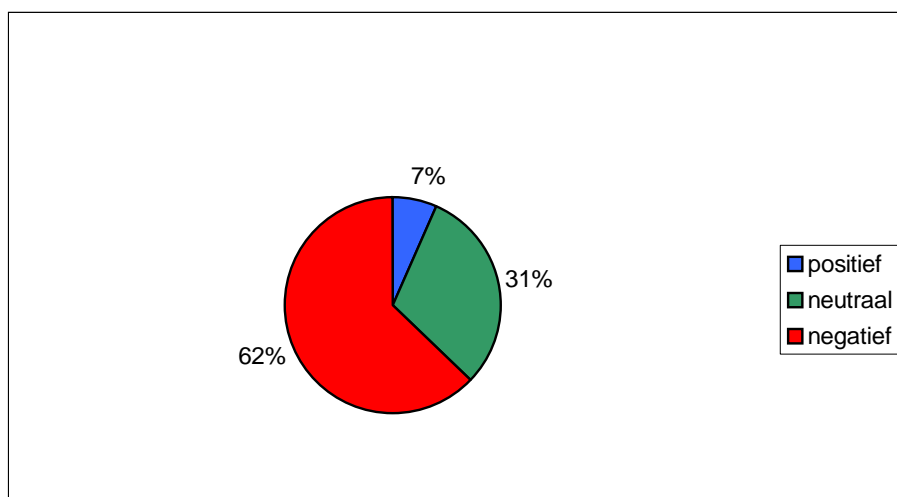
Voornamelijk waren er dus berichten te vinden die niet gebaseerd zijn op informatie van bronnen. De berichten met 1 bron betroffen interviews of iemand die om een reactie gevraagd wordt. In de berichten met 2 en 4 bronnen ging het om reacties van meerdere personen op een bepaalde gebeurtenis.

De journalistieke gewoonte van 'hoor en wederhoor' is onderzocht in de analyse, maar dit leverde geen relevante informatie op. Zoals hierboven al bleek betreft het merendeel van de onderzochte berichten nieuwsberichten. Deze zijn gebaseerd op feiten, waardoor hoor en wederhoor niet van toepassing was. In interviews of het vragen om reacties gaat het om persoonlijke meningen waardoor hoor en wederhoor ook niet aan de orde was.

Berichtgeving over moslims: positief, negatief, neutraal

In de berichtgeving over moslims is gekeken naar of een bepaald nieuwsbericht als positief, negatief, dan wel neutraal ten opzichte van moslims opgevat moet worden.

Figuur 5.3 Berichtgeving over moslims in *De Telegraaf*



Zoals uit bovenstaande figuur blijkt is de berichtgeving over moslims behoorlijk negatief te noemen. Slechts enkele berichten waren positief ten opzichte van moslims. Dit wordt hieronder nader toegelicht.

5.2.2 Vergelijking van onderzoeksperioden

Nu de onderzoeksgegevens van *De Telegraaf* kwantitatief geanalyseerd zijn, zal er gekeken worden naar de verschillen in onderzoeksgegevens uit de drie verschillende onderzoeksperioden.

In alle drie onderzochte perioden komen moslims vooral negatief in beeld. Onderstaande tabel laat dit duidelijk zien.

Tabel 5.3 Vergelijking onderzoeksperioden in *De Telegraaf*

	Aantal berichten	Beeldvorming moslims: neg/neu/pos in %	Berichten gebaseerd op: onderzoek/mening in %	Gemiddeld aantal woorden per bericht
4-14 mei 2004	7	57/43/0	86/14	513
2-12 nov 2004	43	67/24/9	76/24	427
3-13 mei 2005	9	45/55/0	78/22	385

In de perioden 6 maanden voor én na de moord op Van Gogh zijn er geen positieve berichten over moslims gevonden. De verhouding tussen negatieve en neutrale berichten is enigszins in evenwicht. In de eerste elf dagen na de moord op Van Gogh staan er overduidelijk meer negatieve berichten over moslims in *De Telegraaf*, minder neutrale, en enkele positieve. In deze periode zijn de berichten ook vaker gebaseerd op meningen.

Het gemiddeld aantal woorden per bericht kan een indicatie geven van hoeveel aandacht is besteed aan moslims in de krant in de onderzochte perioden. Het blijkt dat het aantal woorden per bericht met daarin het woord ‘moslim’ is gedaald vanaf de eerste periode, 4 tot en met 14 mei 2004.

In de kwalitatieve analyse die nu aan bod komt, zal nader ingegaan worden op de inhoud van de berichtgeving over moslims.

5.2.3 Kwalitatieve analyse

Behalve een getalsmatige analyse van de onderzoeksgegevens is het in het huidige onderzoek erg interessant om te kijken naar de inhoud van de onderzochte berichten. Daarom zullen de onderzoeksgegevens nu aan een kwalitatieve analyse onderworpen worden.

Voor een volledig begrip van deze analyse is het belangrijk dat er consensus bestaat over een aantal kernbegrippen die herhaaldelijk naar voren kwamen in de berichtgeving over moslims. Deze begrippen waren ‘extremisme’, ‘radicalisme’, ‘fundamentalisme’ en ‘terrorisme’/‘terreur’. De definities van deze begrippen zijn te vinden in de verklarende woordenlijst achterin.

Thema’s

De analyse van de gehanteerde thema’s in de berichtgeving over moslims kan meer informatie verschaffen over de manier waarop over moslims geschreven wordt. Onderstaande frequentietabel geeft een overzicht van de onderzochte thema’s in de berichtgeving over moslims in *De Telegraaf*.

Tabel 5.4 Onderzochte thema’s in de verschillende onderzoeksperioden in *De telegraaf*

Thema's	4-14 mei '04	2-12 nov '04	3-13 mei '05	Totaal
<i>the Other</i>	0	0	0	0
<i>Oriëntalisme</i>	0	0	0	0
<i>problemen door etnische minderheden</i>	0	1	0	1
<i>machtsverhoudingen</i>	1	4	0	5
<i>islam</i>	4	35	3	42
<i>moslims als etnische groep</i>	0	9	0	9
<i>overig</i>	0	0	0	0

Van de onderzochte thema’s komen de thema’s ‘*The Other*’ en ‘*Oriëntalisme*’ geen enkele keer voor. Dit is op zich niet zo verwonderlijk aangezien het hier om wetenschappelijke benaderingen gaat die bovendien al enige jaren oud zijn. Dergelijke thema’s zullen dan ook niet snel in een krantenbericht te vinden zijn, zeker niet in een krant als *De Telegraaf* die gericht is op ‘de man in de straat’. Het thema

'Problemen door etnische minderheden' komt eenmaal voor; hierbij gaat het om de sociaal-economische achterstand van islamitische minderheden. Dit is op zich al opvallend aangezien men normaal gesproken spreekt over etnische minderheden, waarbij de nadruk dus ligt op de etniciteit. Nu legt men de nadruk op het geloof, alsof dat verband houdt met de sociaal-economische achterstand van mensen. Het thema van *'Machtsverhoudingen'* komt een paar keer voor (in 8% van de onderzochte berichten); de tegenstelling 'wij-zij' wordt voornamelijk gebruikt (3 keer), en eenmaal wordt dit nader gespecificeerd: "Groot is de vrees voor verscherping van de tegenstelling tussen moslims en niet-moslims in Nederland."

Het thema *'Islam'* komt verreweg het meeste voor in de onderzochte berichten in *De Telegraaf* (in 71% van de onderzochte berichten). Aan de ene kant is dit niet verwonderlijk aangezien een 'moslim' iemand is die het geloof van de islam aanhangt. Aan de andere kant duidt het op het reduceren van de complexe identiteit van deze groep tot hun geloof (zoals het woord 'moslim' zelf ook al doet). Bovendien is de manier waarop over de islam, en over moslims, geschreven wordt opvallend. Met name termen als 'moslimextremisme', 'radicale islam', '(moslim)terrorisme', 'fundamentalisme' en 'radicalisering' komen veelvuldig voor. Daarnaast wordt bericht over moskeeën en de imams die daar preken, in zinsneden als 'moskeeën die haarden van terreurzaaiend radicalisme zijn', 'in moskee wordt haat gepredikt' en 'opruimende imams in moskeeën'. Dit verklaart grotendeels de negatieve berichtgeving zoals die hierboven werd geïllustreerd. De enige positieve berichten over moslims (4 stuks in totaal, allen in de periode na de moord op Van Gogh) gaan over moslims in Nederland die de moord afkeuren en veroordelen.

Het thema *'Moslims als etnische groep'* komt alleen aan bod in de periode 2 tot en met 12 november 2004 (in 15% van het totaal aantal onderzochte berichten). De door Van Gogh gebezigde termen 'geitenneukers' en 'pooiers van de profeet' komen voor, evenals al dan niet culturele uitingen van moslims zoals uithuwelijking, het slaan van vrouwen, het oproepen van haat tegen homo's en het beschikken over satellietshotels voor de ontvangst van Arabische tv-zenders. Ook de uiterlijke kenmerken van 'de moslim' komen aan bod; over Mohammed B. wordt gemeld dat hij zich steeds 'traditioneler' ging kleden en een baard liet groeien, en in een bericht wordt gemeld dat Theo van Gogh, bij wijze van grap, zich 'verkleed als moslim' liet fotograferen. Ook hier is sprake van een vermenging van etniciteit en religie.

Opvallendheden

In een aantal berichten in *De Telegraaf*, allen uit de periode van 2 tot en met 12 november (de periode na de moord op Van Gogh), staan opvallende zinsneden die het verdienen om onder de aandacht gebracht te worden.

Uit een commentaar van de redactie van *De Telegraaf* op 3 november 2004 komt de volgende zin:

“Intussen moet verder wel hard worden gewerkt aan de bestrijding van moslimterrorisme en -fundamentalisme waarvoor in ons land geen plaats is.”

Hiermee wordt de indruk gewekt dat moslimfundamentalisme op hetzelfde niveau beschouwd moet worden als moslimterrorisme. Zoals uit de definities van deze termen in de woordenlijst blijkt, is dat opvallend; fundamentalisme heeft namelijk betrekking op een strenge godsdienstige richting, terwijl terrorisme het ontwrichten van een samenleving door daden van terreur, met een politiek oogmerk betekent. Er is hier dus sprake van ‘betekenisgeving’: de redacteur geeft een aangepaste invulling aan het begrip fundamentalisme.

In een nieuwsbericht van dezelfde datum van een niet nader genoemde redacteur, staat de volgende passage:

“Burgers zeggen keihard op hun ziel getrapt te zijn door de gruwelijke details van de godsdienstige afslachting, zoals de afgesneden keel van de cineast en de twee slagersmessen in zijn lichaam.”

Daarbij spreekt op 12 november 2004 een onbekende verslaggever van *De Telegraaf* over een ‘religieuze moord’. De termen ‘godsdienstige afslachting’ en ‘religieuze moord’ doen vermoeden dat de moord op Theo van Gogh, en dan vooral de manier waarop deze moord werd uitgevoerd, onderdeel is van (de rituelen van) een bepaald geloof. In dit geval zou het om de islam gaan, aangezien de dader van de moord zichzelf als moslim beschouwt.

In *De Telegraaf* van 6 november 2004 vraagt een politiek redacteur vice-premier Gerrit Zalm om zijn reactie op de moord. In het bericht staat:

“Tegelijkertijd riep Zalm alle goedwillende moslims (‘de overgrote meerderheid’) op islamitisch fundamentalisme samen met het kabinet te veroordelen en te bestrijden. Zalm benadrukte wel dat hoe ‘daadkrachtig we ook zijn’ nooit de garantie kan worden gegeven dat fundamentalistische moslims niet opnieuw toeslaan.”

Al maakt Zalm onderscheid tussen goedwillende en kwaadwillende moslims, alleen door moslims als groep te beschouwen kan hij hen vragen afstand te nemen van de daad van Mohammed B. Bovendien wordt ook door Zalm ‘fundamentalisme’ als het ware gelijk gesteld aan ‘terrorisme’, aangezien hij oproept tot het veroordelen en bestrijden van islamitisch fundamentalisme en spreekt over het toeslaan van fundamentalistische moslims.

Drie dagen later (9 november 2004) gebeurt hetzelfde, nu van de hand van een (helaas onbekende) columnist:

“... een harde bestrijding van moslimfundamentalisme.”

“... een reeks van maatregelen te verenigen om extremisme en fundamentalisme beter te bestrijden.”

Op 11 november 2004 ten slotte bericht de parlementaire redactie van *De Telegraaf* over een brief die de ministers Donner (Justitie) en Remkes (Binnenlandse Zaken) naar de Tweede Kamer hebben gestuurd, naar aanleiding van de moord op Theo van Gogh. Als een van de strenge maatregelen die de ministers willen gaan uitvoeren wordt genoemd:

“Fundamentalisten met een dubbel paspoort verliezen de Nederlandse nationaliteit en worden het land uitgezet.”

Dit zou dus betekenen dat een aanhanger van de islam op basis van hoe sterk hij gelooft de kans loopt zijn Nederlandse nationaliteit te verliezen en Nederland te worden uitgezet.

Uit het feit dat al deze opvallende en voor moslims negatieve zinsneden afkomstig zijn uit de periode net na de moord op Theo van Gogh, kan afgeleid worden dat in *De Telegraaf* de mediahype na de moord duidelijk tot uitdrukking komt, en misschien wel mede gecreëerd wordt.

5.3 Analyse onderzoeksgegevens NRC Handelsblad

In deze paragraaf zullen de onderzoeksgegevens van *NRC Handelsblad* geanalyseerd worden. Allereerst vindt een kwantitatieve analyse plaats (§ 5.3.1). Hierna zal een vergelijking tussen de gegevens uit de drie verschillende onderzoeksperioden plaatsvinden (§ 5.3.2). Ten slotte zal een kwalitatieve analyse van de onderzoeksgegevens uitgevoerd worden (§ 5.3.3).

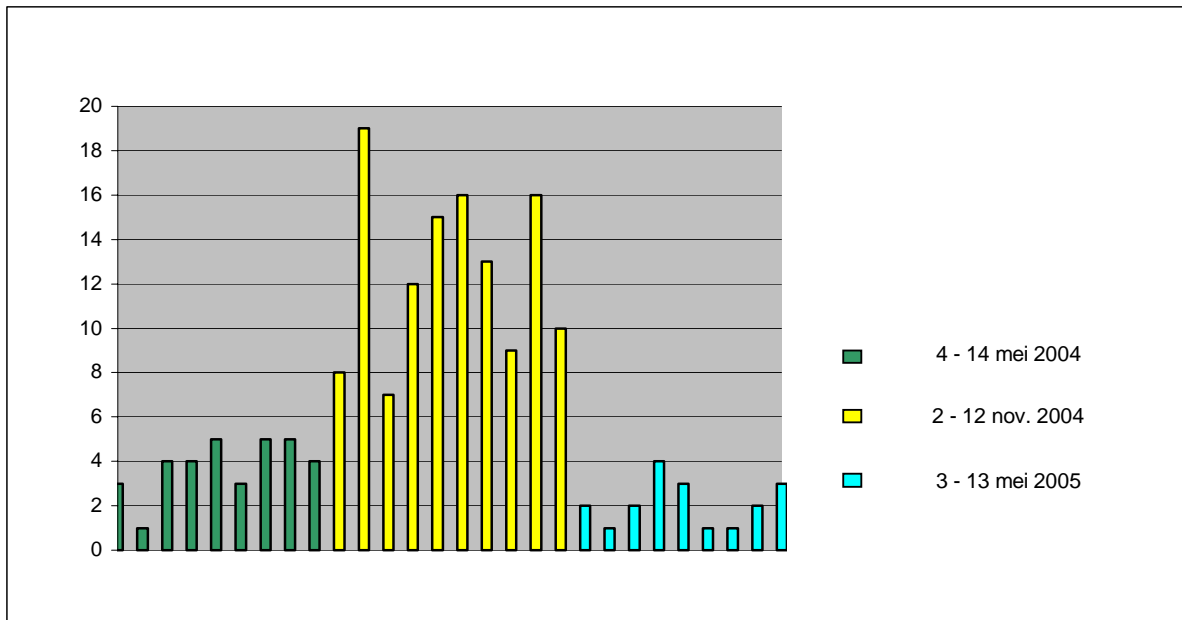
5.3.1 Kwantitatieve analyse

In deze analyse zullen achtereenvolgens de verdeling van het aantal berichten, de verdeling van het type bericht, de bronnen en de berichtgeving over moslims in *NRC Handelsblad* kwantitatief geanalyseerd worden.

Frequentieverdeling

Onderstaande grafiek geeft het aantal berichten met daarin het woord ‘moslim’ in *NRC Handelsblad* weer in de drie verschillende onderzoeksperioden.

Figuur 5.4 Aantal berichten 'moslim' in *NRC Handelsblad*



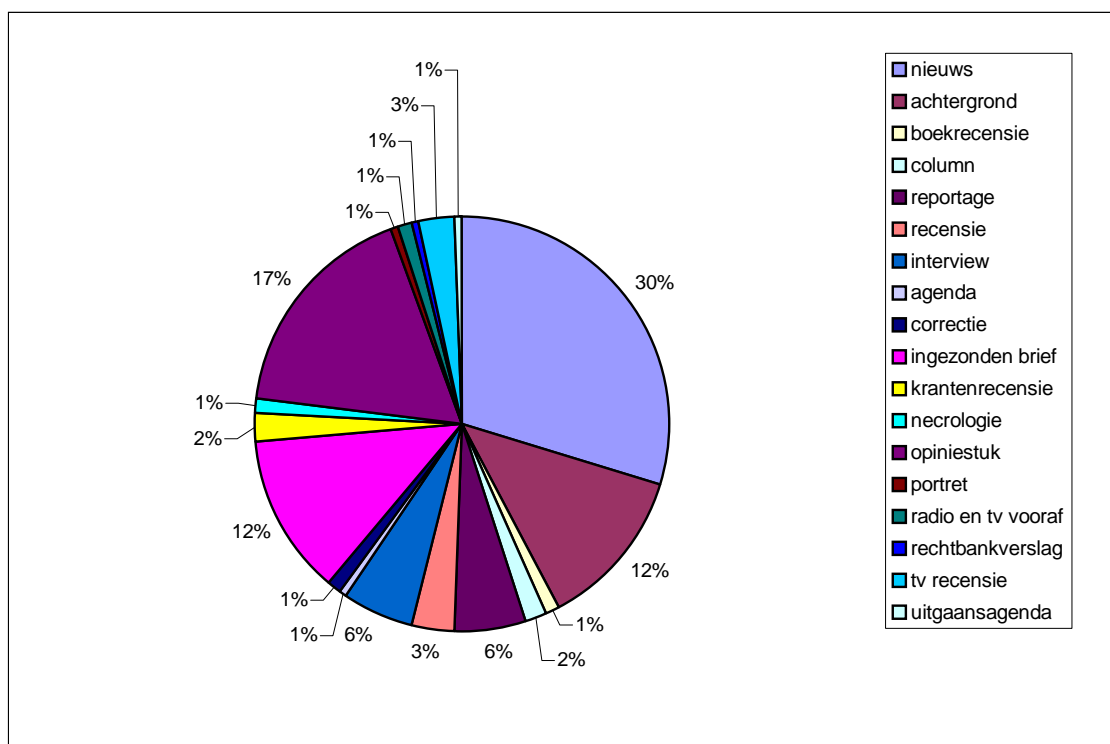
In deze grafiek komt de mediahype rond de moord op Theo van Gogh duidelijk naar voren. In mei 2004 staan er gemiddeld 4 berichten over moslims per dag in *NRC Handelsblad*. In de eerste elf dagen na de moord neemt dit aantal exponentieel toe. Opvallend is de grote afname in deze berichtgeving als we kijken naar de periode in mei 2005. Gemiddeld staan er 2 berichten over moslims per dag in de krant, een aantal dat zelfs lager ligt dan in de vergelijkbare periode in mei 2004.

In de periode van 4 tot en met 14 mei 2004 stonden er in totaal 34 berichten met daarin het woord 'moslim' in *NRC Handelsblad*. In de periode van 2 tot en met 12 november 2004 waren dit er 125, en in de periode van 3 tot en met 13 mei 2005 waren het er 19.

Type bericht

Hieronder wordt de procentuele verdeling van de type berichten over moslims in *NRC Handelsblad* weergegeven.

Figuur 5.5 Type bericht in *NRC Handelsblad*



Het grootste gedeelte van de onderzochte berichten betreffen nieuwsberichten. Opiniestukken en ingezonden brieven nemen hierna de grootste plaats in, wat opvallend is gezien de aard van deze berichten. Opiniestukken worden soms geschreven door redacteuren van de krant, maar meestal door ‘buitenstaanders’: columnisten, schrijvers, politici en bepaalde deskundigen. Ingezonden brieven worden vanzelfsprekend geschreven door de lezers van de krant. Hieruit blijkt dus de ‘openheid’ van *NRC Handelsblad*: men ruimt plaats in voor meningen van personen buiten de redactie en biedt de mogelijkheid tot het voeren van een discussie. Achtergrondartikelen, reportages en interviews vervullen tevens een behoorlijke rol in de berichtgeving over moslims in *NRC Handelsblad*.

Bronnen

Over de bronnen in de geanalyseerde berichten kan het volgende vermeld worden.

In 117 van de 178 berichten (66%) was het bericht de verantwoordelijkheid van een journalist.. Opvallend is daarnaast de grote rol van de lezers; in 21 van de 178 berichten (12%) waren zij de bron van het bericht. Daarnaast kwam 7 keer een columnist voor en werd 10 keer rechtstreeks tekst ontleend aan een persdienst. Verder kwamen voornamelijk publicisten, politici, deskundigen en geïnterviewde personen aan het woord.

Wat de kennis van bronnen betreft; 58% van de onderzochte berichten was gebaseerd op onderzoek. In 42% van de gevallen berustte deze op een mening van de bron. Dit waren overwegend meningen die geuit werden in interviews met redacteuren van *NRC Handelsblad*.

In het aantal bronnen per bericht geeft onderstaande tabel meer inzicht.

Tabel 5.5 Aantal bronnen per bericht in *NRC Handelsblad*

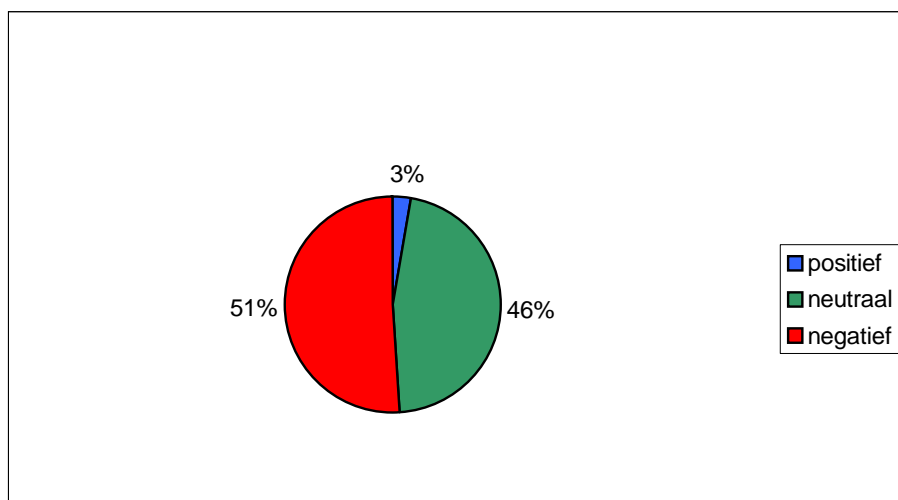
Aantal bronnen					
0 bronnen	1 bron	2 bronnen	3 bronnen	4 bronnen	> 4 bronnen
151	25	0	0	0	2

Voornameijk waren er dus berichten te vinden die niet gebaseerd zijn op informatie van bronnen. De berichten met 1 bron betroffen voornamelijk interviews of achtergrondartikelen. In de berichten met meer dan 4 bronnen ging het om reacties van meerdere personen op een bepaalde gebeurtenis. Ook bij *NRC Handelsblad* leverde de analyse van ‘hoor en wederhoor’ geen relevante informatie op.

Berichtgeving over moslims: positief, negatief, neutraal

De wijze waarop over moslims werd geschreven in *NRC Handelsblad* is beoordeeld als positief, neutraal, of negatief.

Figuur 5.6 Berichtgeving over moslims in *NRC Handelsblad*



Zoals uit bovenstaande figuur blijkt is de berichtgeving over moslims overwegend negatief te noemen. Opvallend is echter ook het grote aantal neutrale berichten. Slechts een paar berichten waren positief ten opzichte van moslims.

5.3.2 Vergelijking van onderzoeksperioden

Nu de onderzoeksgegevens van *NRC Handelsblad* kwantitatief geanalyseerd zijn, zal er gekeken worden naar de verschillen in onderzoeksgegevens uit de drie verschillende onderzoeksperioden.

In de onderzochte perioden in mei en november 2004 komen moslims vooral negatief in beeld. In de onderzochte periode in mei 2005 lijkt er een verschuiving te zijn geweest naar een meer neutraal/positieve berichtgeving over moslims. Onderstaande tabel geeft dit weer.

Tabel 5.6 Vergelijking onderzoeksperioden in *NRC Handelsblad*

	Aantal berichten	Beeldvorming moslims: neg/neu/pos in %	Berichten gebaseerd op: onderzoek/mening in %	Gemiddeld aantal woorden per bericht
4-14 mei 2004	34	50/47/3	50/50	778
2-12 nov 2004	125	56/42/2	59/41	824
3-13 mei 2005	19	21/68/11	68/32	794

In mei 2004 is de helft van de berichten over moslims negatief, de andere helft is vrijwel geheel neutraal van toon. De verdeling tussen berichten gebaseerd op onderzoek of mening is geheel in evenwicht. In november 2004 wordt de berichtgeving over moslims negatiever, terwijl er meer berichten gebaseerd zijn op onderzoek en minder op meningen. In mei 2005 is het percentage negatieve berichten nog wel groter dan het percentage positieve, maar het verschil tussen beide is sterk afgenomen en het grootste deel van de berichtgeving over moslims is neutraal van toon. Tweederde deel van de berichten is nu gebaseerd op onderzoek, en nog maar eenderde op meningen.

Het gemiddeld aantal woorden per bericht met daarin het woord 'moslim' is in de periode in november 2004 gestegen ten opzichte van de periode in mei 2004. In de periode in mei 2005 is het aantal woorden weer gedaald.

Het lijkt erop dat er in *NRC Handelsblad* een ontwikkeling gaande is naar een meer genuanceerde berichtgeving over moslims, getuige de sterke toename van het aantal 'neutrale' berichten en de toename in berichten gebaseerd op journalistiek onderzoek.

In de kwalitatieve analyse die nu aan bod komt, zal nader ingegaan worden op de inhoud van de berichtgeving over moslims.

5.3.3 Kwalitatieve analyse

Nu de kwantitatieve analyse en de vergelijking van gegevens uit verschillende onderzoeksperioden behandeld zijn, zal aandacht besteed worden aan de inhoud van de onderzochte berichten middels een kwalitatieve analyse.

De hiervoor (bij de kwalitatieve analyse van de onderzoeksgegevens uit *De Telegraaf*) vermelde kernbegrippen kwamen ook in *NRC Handelsblad* veelvuldig voor. Ter herinnering verwijs ik daarom naar de verklarende woordenlijst voor de definities van deze begrippen.

Thema's

Onderstaande frequentietabel geeft een overzicht van de onderzochte thema's in de berichtgeving over moslims in *NRC Handelsblad*.

Tabel 5.7 Onderzochte thema's in de verschillende onderzoeksperioden in
NRC Handelsblad

Thema's	4-14 mei '04	2-12 nov '04	3-13 mei '05	Totaal
<i>the Other</i>	0	1	0	1
<i>Oriëntalisme</i>	0	1	1	2
<i>problemen door etnische minderheden</i>	0	3	0	3
<i>machtsverhoudingen</i>	2	20	0	22
<i>islam</i>	21	103	10	134
<i>moslims als etnische groep</i>	6	39	6	51
<i>overig</i>	0	0	0	0

Van de onderzochte thema's komt het thema '*The Other*' een keer voor, in een recensie van een boek over religieus terrorisme ('het projecteren van al je angsten en onvolkomenheden op de Ander'). Het thema '*Oriëntalisme*' komt tweemaal voor; een keer in een (vertaald) opiniestuk van een Turkse schrijfster, waarin zij spreekt over 'ongebreidelde vrouwelijkheid en seksualiteit', 'een vrouw als verachtelijk symbool van lust, hedonisme', en 'het vrouwelijk kwaad', en een keer in een ingezonden brief van een lezer die de moord op Theo van Gogh veroordeelt.

Het thema '*Problemen door etnische minderheden*' komt in totaal drie keer voor, waarvan twee keer in een bericht van een journalist (een opiniestuk en een nieuwsbericht) en eenmaal in een column. Het gaat hierbij om 'buitenlanders die systematisch als zondebok worden aangewezen', 'Marokkanen die collectief de schuld van de moord krijgen' en de inmiddels bekende uitspraak 'kut-Marokkanen'.

Opvallend is hierbij dat in twee van de drie gevallen het gaat om het ontcrachten van het idee dat etnische minderheden alleen maar problemen opleveren; al is het thema misschien negatief, er wordt wel een positieve invulling aan gegeven.

Het thema '*Machtsverhoudingen*' komt regelmatig voor (in 13% van de onderzochte berichten) in de berichtgeving, waarbij grofweg de volgende driedeling gemaakt kan worden: 'de verhouding van het Westen tot de Islam', het 'wij-zij denken' en 'de verhouding tussen moslims en niet-moslims'.

Het thema '*Islam*' komt in driekwart van alle onderzochte berichten voor. Het lijkt erop dat de term 'moslim' aan willekeurig elk ander woord gekoppeld kan worden. Zo wordt er onder meer gesproken over moslimvluchtelingen, vrije moslims, goede -, betere – en ware moslims, moslim-inwoners en moslimburen, moslimjongeren, gemiddelde moslims, hoger opgeleide moslims, moslimdissidenten en mede-moslims. Maar ondanks deze mooie benamingen blijft de toon van de berichten, zoals gezegd, overwegend negatief; de nadruk ligt op moslimextremisme, fundamentalisme, radicalisme en terrorisme. Verder komen radicale imams en moskeeën regelmatig voorbij.

Het thema '*Moslims als etnische groep*' komt ook veelvuldig (in 29% van de onderzochte berichten) voor in de berichtgeving over moslims. Met name de onderdrukking van moslimvrouwen, de hoofddoek en andere traditioneel islamitische kledij, en de term 'geitenneukers' (oorspronkelijk afkomstig van Theo van Gogh) komen vaak voor. Daarnaast spreekt men regelmatig over 'de' moslimgemeenschap en 'de' moslimcultuur.

Opvallendheden

Een aantal berichten in *NRC Handelsblad* verdienen op basis van hun inhoud wat meer aandacht.

Vlak na de moord (*NRC Handelsblad* van 3 november 2004) laat de Franse islamkenner Olivier Roy geen twijfel bestaan over het motief van de moord:

“Dit is geen etnisch conflict. Radicale jonge moslims zien zichzelf niet in de eerste plaats als Marokkaan of Turk, maar als moslim. Allochtone jongeren zijn afgesneden van hun traditionele cultuur en meten zich hier met hulp van de islam een nieuwe identiteit aan.”

Dit sluit aan bij de opmerkingen in hoofdstuk 3 (begin van § 3.1) over identiteit en etniciteit.

In een achtergrondartikel van 6 november 2004 worden diverse moslims en deskundigen op het gebied van de islam om een reactie op de moord op Theo van Gogh gevraagd. Het artikel opent met de zin van een *NRC Handelsblad* redacteur: *“Na de politieke moord op Pim Fortuyn in 2002 beleefde*

Nederland deze week de religieuze moord op Theo van Gogh.” De term ‘religieuze moord’ wordt in een achtergrondartikel van 12 november 2004 opnieuw gebruikt door NRC redacteurs. Dit doet vermoeden dat de moord op Theo van Gogh onderdeel uitmaakt van een bepaald geloof, in dit geval de islam. Opvallend hierbij is dat Van Gogh geen aanhanger was van een bepaalde religie, en de term ‘religieuze moord’ dus alleen vanwege het geloof van de dader (islam) en zijn motief (belediging van de islam) gehanteerd wordt.

In het hierboven genoemde achtergrondartikel van 6 november 2004 omschrijft Maurits Berger, onderzoeker Islam en Midden-Oosten aan het Nederlands Instituut voor Internationale Betrekkingen Clingendael, het gevoel in de Nederlandse samenleving daags na de moord als volgt:

“Weet u wat mij frappeert? De opluchting bij veel Nederlanders dat de dader een moslim is. Na de aanslag op Fortuyn en de kogelbrieven hebben we eindelijk onze moslimdader te pakken. De spanning die al maanden onderhuids voelbaar was, wordt nu blootgelegd.”

Dit sluit aan bij wat *De Volkskrant* correspondent Michaël Zeeman schreef daags na de moord op Pim Fortuyn (*De Volkskrant* van 7 mei 2002, zie hoofdstuk 2). Waar iedereen destijds opgelucht ademhaalde toen bleek dat de moordenaar van Fortuyn geen moslim was met als motief de belediging van de islam, was dit bij de moord op Van Gogh wel het geval. Volgens Berger leidde dit echter niet tot schrik maar juist (en dus wederom) tot een gevoel van opluchting.

In *NRC Handelsblad* wordt eens in de twee weken door Piet Hagen, oud-hoofredacteur van ‘*De journalist*’, de berichtgeving in de krant aan een kritische blik onderworpen. In zijn opiniestuk van 14 mei 2004 schrijft Hagen over de verhouding tussen het Westen en de islam, en dan vooral over de berichtgeving hieromtrent. In zijn ogen staat de islam de laatste tijd zo in de belangstelling vanwege het wereldwijde moslimextremisme. Dit was volgens hem ook de reden dat de hoofdredactie van *NRC Handelsblad* het thema ‘moslims’ begin 2003 hoog op de journalistieke agenda gezet heeft. Sindsdien is de berichtgeving over moslims toegenomen, of het nu om binnenlandse aangelegenheden ging of over conflicten in bijvoorbeeld Indonesië of Israël. Maar er wordt niet alleen meer *over* moslims geschreven, volgens Hagen komen moslims ook steeds vaker zelf aan het woord – iets wat hij van harte toejuicht. Hij roept dan ook op tot een verdere uitdaging van immigranten – moslim of niet – om aan het huidige, levendige debat deel te nemen. Zoals gezegd is de afkomst van bronnen niet geanalyseerd in het huidige onderzoek, maar afgaande op de inhoud van de berichten kan in algemeenheid gezegd worden dat in de periode na de moord op Van Gogh er duidelijk meer moslims aan het woord komen dan zes maanden daarvoor. Iemand als Ayaan Hirsi Ali, een politica met een uitgesproken mening, heeft hier een behoorlijke invloed op; zelf komt ze regelmatig aan het woord, wat ertoe leidt dat aan moslims gevraagd wordt te reageren op (uitspraken van) Hirsi Ali.

Op 12 november 2004, vlak na de moord op Theo van Gogh, volgt opnieuw een interessant opiniestuk van Piet Hagen over de berichtgeving over moslims. Volgens hem bestond er aanvankelijk overeenstemming over hoe te reageren op de moord, maar verdween dit al snel door toedoen van de media. Kranten maakten melding van de polarisatie die plaatsvond, maar Hagen vraagt zich af in hoeverre die kranten zelf een rol speelden in die polarisatie. “*De meeste media waren zich bewust van het gevaar van wij-zij denken en interviewden opvallend veel Nederlandse moslims, veel meer dan vroeger gebruikelijk was,*” aldus Hagen. Hij waarschuwt ervoor dat juist op dit moment het belangrijk is om stereotypen over de gevaarlijke islam en het verlichte westen te vermijden. Tot slot pleit hij (wederom) voor het open en levendig houden van het debat, ondanks de moord.

5.4 Vergelijking tussen *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad*

Nu de gegevens uit beide kranten afzonderlijk zijn geanalyseerd, kunnen de resultaten van deze analyses met elkaar vergeleken worden. Dit zal ook eerst kwantitatief en daarna kwalitatief plaatsvinden.

5.4.1 Kwantitatieve vergelijking

Wat als eerste opvalt als gekeken wordt naar het aantal berichten met daarin het woord ‘moslim’ in beide kranten, is dat in *NRC Handelsblad* er een stuk meer berichten gevonden zijn dan in *De Telegraaf*. Dit geldt voor alle drie onderzochte perioden. Blijkbaar is de berichtgeving over moslims voor *NRC Handelsblad* belangrijker dan voor *De Telegraaf*.

In de berichtgeving in beide kranten komt de mediahype na de moord op Theo van Gogh duidelijk tot uitdrukking. In de eerste elf dagen na de moord neemt het aantal berichten met daarin het woord ‘moslim’ exponentieel toe. Zes maanden later is dit effect volledig verdwenen, waarbij opvalt dat in *NRC Handelsblad* het aantal berichten over moslims zeer sterk is gedaald, naar een aantal dat zelfs een stuk lager ligt dan twaalf maanden eerder.

Type bericht

In beide kranten nemen de nieuwsberichten het grootste gedeelte van de onderzochte berichten voor hun rekening. Hierna volgen in zowel *De Telegraaf* als *NRC Handelsblad* berichten die niet op nieuwsfeiten maar op meningen zijn gebaseerd. In *De Telegraaf* gaat het dan om columns en commentaar, in *NRC Handelsblad* om opiniestukken en ingezonden brieven. Waar in *De Telegraaf* de mening van columnisten en de eigen redactie dus geventileerd wordt, gaat het in *NRC Handelsblad* om de meningen van deskundigen en lezers. Dit past enigszins binnen het profiel van beide kranten, zoals geschetst in paragraaf 4.2. De lezerskring van *De Telegraaf* is een doorsnede van de Nederlandse bevolking, die nieuws en amusement wil ontvangen van de krant. *NRC Handelsblad* richt zich, zoals

zij zelf aangeeft, 'tot een publiek dat bereid is na te denken'. De lezers van *NRC Handelsblad* staan bekend als mensen met een hogere opleiding dan de gemiddelde Nederlander. Zij zullen daardoor hun gedachten en meningen ook willen uiten, en krijgen daar de gelegenheid toe van *NRC Handelsblad*.

Bronnen

In *De Telegraaf* is het overgrote deel van de onderzochte berichten (85%) de verantwoordelijkheid van een journalist. Voor *NRC Handelsblad* geldt dat ook, zij het in mindere mate (66%). Opvallend is de grote rol van de lezers in *NRC Handelsblad* (12%). In beide kranten komen verder regelmatig columnisten, politici, deskundigen en geïnterviewden aan het woord.

De kennis waarop artikelen gebaseerd zijn verschilt enigszins tussen *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad*. In *De Telegraaf* is deze kennis voornamelijk op onderzoek gebaseerd (78%), en in veel kleinere mate op een mening (22%). In *NRC Handelsblad* is de verhouding tussen onderzoek (58%) en mening (42%) een stuk minder scheef. Meningeën zijn in *NRC Handelsblad* dus erg belangrijk, wat ook tot uitdrukking komt in het grote aantal geïnterviewden.

In beide kranten staan dus voornamelijk berichten zonder bron. De berichten met 1 bron betreffen voornamelijk interviews. In de berichten met meer dan 1 bron gaat het om reacties van meerdere personen op een bepaalde gebeurtenis.

Aantal woorden

Het gemiddeld aantal woorden per bericht is in *De Telegraaf* vanaf de eerste periode alleen maar gedaald. In *NRC Handelsblad* steeg het gemiddelde aantal woorden per bericht in de periode net na de moord op Van Gogh, om zes maanden later weer te dalen naar een niveau dat vrijwel gelijk was als zes maanden voor de moord.

Berichtgeving over moslims

In beide kranten is de berichtgeving over moslims negatief te noemen. De berichtgeving over moslims ontwikkelt zich echter wel verschillend in beide dagbladen.

In *De Telegraaf* komen de perioden in mei 2004 en mei 2005 enigszins overeen met elkaar; veel negatieve berichten over moslims, ook veel neutrale, maar geen enkel positief bericht. De berichten zijn duidelijk meer op onderzoek gebaseerd dan op meningen. In de periode in november 2004, de periode na de moord op Theo van Gogh, is een ander beeld zichtbaar: het aantal negatieve berichten is toegenomen, het aantal neutrale berichten is afgenomen, en er staan een aantal positieve berichten over moslims in *De Telegraaf*. De berichten zijn nog steeds voornamelijk gebaseerd op onderzoek, maar er is wel meer plaats voor meningen dan in de andere perioden.

In *NRC Handelsblad* is het aantal negatieve berichten over moslims in november 2004 toegenomen ten opzichte van dezelfde periode in mei 2004. In mei 2005 is het aantal negatieve berichten over moslims echter sterk gedaald, er staan voornamelijk neutrale berichten over moslims in de krant en een toenemend aantal positieve berichten. Over de drie perioden bezien is het aantal berichten gebaseerd op onderzoek steeds verder gestegen, en het aantal berichten gebaseerd op meningen steeds verder gedaald.

Hieruit zou geconcludeerd kunnen worden dat *De Telegraaf* zich in november 2004 enigszins heeft laten leiden door de mediahype rond de moord op Van Gogh, getuige het feit dat de onderzoeksgegevens uit deze periode duidelijk afwijken van die in de andere twee onderzochte perioden.

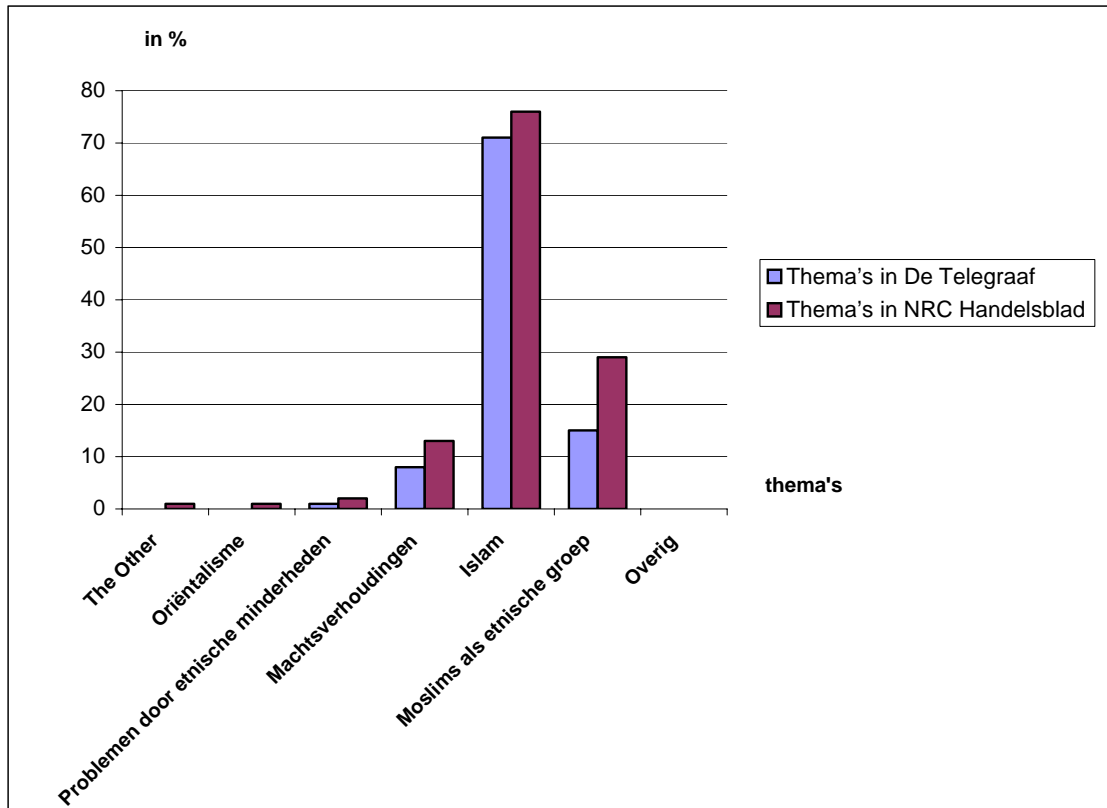
In *NRC Handelsblad* lijkt er daarentegen een ontwikkeling gaande naar een meer genuanceerde berichtgeving over moslims, getuige de sterke toename van het aantal 'neutrale' berichten en de toename in berichten gebaseerd op journalistiek onderzoek bezien over de drie onderzoeksperioden.

In de kwalitatieve vergelijking die nu volgt, zal dieper op dit laatste aspect, de berichtgeving over moslims in beide kranten, worden ingegaan.

5.4.2 Kwalitatieve vergelijking

De vergelijking van de gehanteerde thema's in de berichtgeving over moslims in *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad* verschaft informatie over hoe in beide kranten over moslims geschreven wordt. Onderstaande figuur laat zien dat er weinig verschil zit in de frequentie van gebruikte thema's in *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad*.

Figuur 5.7 Procentuele verdeling van thema's in *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad*



Qua inhoud van de thema's zijn er wel enkele verschillen waar te nemen.

De thema's van 'The Other' en 'Oriëntalisme' komen in *De Telegraaf* niet voor, maar komen in *NRC Handelsblad* respectievelijk een en twee keer voor. Hieruit blijkt het verschil tussen beide dagbladen; deze, enigszins gedateerde wetenschappelijke benaderingen passen niet in een krant gericht op de gewone man maar wel in een krant gericht op de intellectuele bovenlaag van de maatschappij.

Het thema van 'Machtsverhoudingen' wordt in *De Telegraaf* vormgegeven door de uitdrukking 'wij-zij'. Hoewel iedere lezer zal begrijpen wat hiermee bedoeld wordt, wordt dit slechts eenmaal gespecificeerd als 'niet-moslims en moslims'. In *NRC Handelsblad* komt dit thema gevarieerder aan bod; zowel het 'wij-zij' denken als de verhouding tussen 'moslims en niet-moslims' als de verhouding van 'het Westen tot de islam' komen voor.

Het 'Islam'-thema komt in beide kranten vrijwel even vaak voor in de berichtgeving over moslims. In beide kranten ook op een negatieve toon; er wordt voortdurend gesproken over 'moslimextremisme',

‘fundamentalisme’, ‘radicalisme’ en ‘terrorisme’. Ook de radicale imams en moskeeën komen in beide dagbladen aan bod. Het *NRC Handelsblad* lijkt in haar beschrijving van moslims wel meer variatie aan te brengen.

Het thema van ‘*Moslims als etnische groep*’ komt duidelijk vaker voor in *NRC Handelsblad* dan in *De Telegraaf*. Inhoudelijk wordt in beide kranten de nadruk gelegd op veronderstelde aspecten van het moslim zijn, zoals vrouwenonderdrukking, en het uiterlijk van moslims, zoals hoofddoekjes, een baard en traditioneel islamitische kledij. In *NRC Handelsblad* wordt, in tegenstelling tot in *De Telegraaf*, regelmatig gesproken over ‘de’ moslimgemeenschap en ‘de’ moslimcultuur.

5.5 Conclusies

Op basis van de voorgaande analyses kunnen de volgende conclusies getrokken worden. Hiermee worden de eerste zeven deelvragen uit hoofdstuk 3, en dus het eerste deel van de centrale onderzoeksvraag ‘*Hoe kan de beeldvorming over moslims in de Nederlandse media worden getypeerd?*’, beantwoord.

- Het *NRC Handelsblad* besteedt meer aandacht aan de berichtgeving over moslims dan *De Telegraaf*.
- In beide kranten komt de mediahype na de moord op Theo van Gogh duidelijk tot uitdrukking gezien de grote toename in het aantal berichten over moslims in de eerste elf dagen na de moord.
- De berichtgeving over moslims wordt voor het grootste gedeelte weergegeven in nieuwsberichten. Journalistieke items waarin meningen naar voren komen nemen daarnaast een belangrijke plaats in, met name in *NRC Handelsblad*.
- De berichtgeving over moslims is in beide kranten overwegend negatief. *De Telegraaf* lijkt na de moord op Van Gogh mee te gaan in de ontstane mediahype, terwijl *NRC Handelsblad* zich momenteel lijkt te richten op een meer neutrale manier van berichtgeving over moslims.
- Moslims worden overwegend neergezet als zeer fanatieke gelovigen, waarbij door radicalisering het geloof kan leiden tot daden van terreur, al dan niet daartoe aangezet door radicale imams in moskeeën. Verder hebben ‘zij’ een duidelijk andere cultuur dan ‘wij’, die in westerse ogen op vreemde wijze geuit wordt.
- Inhoudelijk verschillen beide dagbladen niet veel in hun berichtgeving over moslims. *NRC Handelsblad* lijkt wel meer variatie aan te brengen in de wijze waarop over moslims gesproken wordt.
- Het thema ‘*Islam*’ komt verreweg het meeste voor in de berichtgeving over moslims, gevolgd door de thema’s ‘*Moslims als etnische groep*’ en ‘*Machtsverhoudingen*’. De thema’s ‘*The Other*’, ‘*Oriëntalisme*’ en ‘*Problemen door etnische minderheden*’ spelen geen rol van betekenis in de berichtgeving over moslims.

In het volgende en tevens laatste hoofdstuk, zullen deze conclusies nader bekeken worden in het licht van het theoretisch raamwerk uit hoofdstuk 2 en 3. Zodoende zal het laatste deel van de onderzoeksvraag beantwoord kunnen worden: *'Hoe is de beeldvorming over moslims in de Nederlandse media de laatste jaren veranderd?'*

In dit laatste hoofdstuk zal een antwoord gegeven worden op de centrale onderzoeksvraag. De typering van de beeldvorming over moslims in de Nederlandse media zal, aan de hand van de verkregen onderzoeksresultaten, nogmaals kort beschreven worden (§ 6.1), om vervolgens voor zover mogelijk verklaard te worden met behulp van het theoretisch kader uit de hoofdstukken 2 en 3 (§ 6.2). Daarna zal de verandering in beeldvorming zoals die de laatste jaren heeft plaatsgevonden beschreven worden (§ 6.3). Ten slotte zullen enkele aanbevelingen gedaan worden (§ 6.4).

6.1 Beeldvorming over moslims in de Nederlandse media

De centrale onderzoeksvraag luidde als volgt:

Hoe kan de beeldvorming over moslims in de Nederlandse media worden getypeerd en hoe is dit de laatste jaren veranderd?

De beeldvorming over moslims in de Nederlandse media kan als volgt getypeerd worden.

De beeldvorming over moslims in de Nederlandse dagbladen is overwegend negatief. De nadruk ligt op het fanatisme in de religieuze beleving van moslims, wat als bedreigend wordt gezien want dit zou kunnen leiden tot terrorisme. De woorden / daden van een persoon worden vaak op alle moslims geprojecteerd, en de nadruk in de berichtgeving ligt op het anders zijn van moslims, van hun geloof, hun cultuur en hun gewoonten. Berichtgeving over moslims wordt beschreven vanuit thema's als 'Islam', 'Machtsverhoudingen' en 'Moslims als een etnische groep'.

6.2 Het verklaren van beeldvorming

De hierboven getypeerde beeldvorming over moslims in de Nederlandse media kan deels verklaard worden met behulp van het theoretisch kader uit de hoofdstukken 2 en 3.

Het thema 'Islam' komt verreweg het meeste voor in de berichtgeving over moslims, zo bleek uit het vorige hoofdstuk. Binnen dit thema werden moslims overwegend neergezet als zeer fanatieke gelovigen, waarbij door radicalisering het geloof kan leiden tot daden van terreur. In het theoretisch kader werd al vermeld dat Said (1997) een dergelijke manier van beschrijving van de islam vaker aantreft. De islam wordt volgens hem in eerste plaats gezien als een monolithisch iets, met een specifieke vijandigheid en angst. Volgens hem bestaat er een consensus over de islam als een soort zondebok voor alles wat men in de westerse wereld niet leuk vindt van de wereld's nieuwe politieke, sociale en economische patronen. Deze denkbeelden lijken enigszins ondersteund te worden door de

resultaten van het huidige onderzoek. Moslims, de aanhangers van het islamgeloof, worden overwegend negatief geportretteerd. Daarbij wordt veelvuldig gesproken over extremisme en radicalisering, over fundamentalisme als iets slechts en bedreigend, en zelfs over moslimterrorisme. De impact van de aanslagen van 11 september 2001 moet echter niet vergeten worden. Na de aanslagen is er een ongekende aandacht ontstaan voor islam en moslims in de gehele westerse wereld. De aanslagen vonden plaats enkele jaren nadat Said sprak over de islam als universele zondebok; hoewel de beeldvorming in het huidige onderzoek dus wel overeenkomt met wat Said heeft gezegd, kan zij daar niet volledig door verklaard worden.

Said (1997), en met hem Shohat en Stam (1994), sprak daarnaast over machtsverhoudingen. Volgens Said geldt dat de waarheid over zaken als 'islam' gerelateerd is aan degene die het produceert. Shohat en Stam meldden in deze dat representaties van personen uit ondergeschikte groepen in een samenleving vaak gezien worden als een samenvatting van een vermeend homogene gemeenschap. Oftewel; elk negatief beeld van iemand uit een ondervertegenwoordigde groep wordt geprojecteerd op die gehele groep. Dit sluit aan bij wat Shadid (1995) zegt over het ontstaan van vooroordelen; 'als hij zo is, dan zullen zij allemaal ook zo zijn'. Het thema '*Machtsverhoudingen*' kwam ook regelmatig naar voren in de onderzoeksresultaten. Het perspectief lag, zowel bij *De Telegraaf* als bij *NRC Handelsblad*, bij de westerse wereld, en van daaruit werd de verhouding tussen de Nederlandse bevolking en moslims weergegeven in termen als 'wij-zij', 'niet-moslims en moslims', en de verhouding van 'het Westen tot de islam'. Vergeleken met de conclusies van onderzoeken van Van Dijk (1983: berichten die gaan over etnische minderheden worden meestal vanuit het perspectief van de autochtone Nederlandse meerderheid gebracht; 'wij' tegenover 'zij') en Deuze (2002: etnische minderheden komen niet alleen in een negatieve context in het nieuws, maar worden ook veelal 'gedepersonaliseerd' vanuit een dominant 'wit' perspectief, wat bijvoorbeeld wil zeggen dat het nieuws over autochtone en allochtone Nederlanders wordt verwoord in termen van 'wij' (als individu: de buurtbewoner) versus 'zij' (als groep: de Marokkaanse jongeren)), lijkt er weinig veranderd te zijn. Dat de gehele Marokkaanse gemeenschap in Nederland, daags na de moord op Theo van Gogh, nadrukkelijk werd gevraagd zich te distantiëren van deze moord gepleegd door een enkele Marokkaan, vormt hier een goed voorbeeld van.

Dit sluit aan bij het thema '*Moslims als etnische groep*', dat ook regelmatig voorkomt in de onderzochte berichtgeving over moslims. Representaties van dominante groepen, in onze samenleving dus de westerse meerderheid, worden gezien als 'natuurlijk' divers, voorbeelden van de niet te generaliseren variëteit van het leven zelf (Shohat en Stam, 1994). Moslims daarentegen, hoewel er wereldwijd ongeveer 1,2 miljard van zijn met een veelheid aan nationaliteiten, culturele achtergrond en religieuze beleving, worden dikwijls over een kam geschoren in de media. Uit de onderzoeksresultaten bleek dat regelmatig wordt gesproken over 'de' moslim(s), 'de' moslim-

gemeenschap en 'de' moslimcultuur. Daarbij komt dat 'zij', 'de' moslims, vaak als anders, afwijkend worden beschreven. De nadruk ligt op veronderstelde aspecten van het moslim zijn, zoals vrouwenonderdrukking en het uiterlijk van moslims, zoals hoofddoekjes, een baard en traditioneel islamitische kledij. Dit kan verklaard worden met wat Oosterbaan Martinius (2003) ook al was opgevallen in de berichtgeving over migranten: ethnocentrisme, de neiging om de eigen samenleving als norm en uitgangspunt te zien.

Dit is niet verwonderlijk aangezien het overgrote deel van de redacties van *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad* (en zeer waarschijnlijk ook van andere kranten en media in het algemeen) bestaat uit autochtone journalisten. Hoewel de afkomst van journalisten en bronnen in het huidige onderzoek niet nader bestudeerd is, leert een blik op de namen van journalisten dat er weinig autochtonen werkzaam zijn, en zeer waarschijnlijk nog minder moslims. Aangezien het overgrote deel van de onderzochte berichten afkomstig zijn van een journalist, beïnvloedt dit de berichtgeving sterk. Zoals ik in hoofdstuk 4 al ten aanzien van de afkomst van bronnen stelde, zou dit niet uit moeten maken aangezien journalisten geacht worden te streven naar een objectieve manier van verslaggeving en bovendien werken binnen het redactionele beleid van hun krant. In de praktijk lijkt de afkomst van journalist en redactie toch een rol te spelen. Zoals Deuze (2002) al concludeerde is het in het algemeen slecht gesteld met de 'kleurrijkheid' of etnische diversiteit van redacties, wat de beeldvorming over migranten niet ten goede komt. De vrees die belangenorganisaties als Stichting Omroep Allochtonen (STOA), Forum (instituut voor multiculturele ontwikkeling) en de Werkgroep Migranten en Media hebben uitgesproken, dat Nederlandse (autochtone) journalisten in het algemeen te weinig moeite lijken te doen om meer kennis op te doen van verschillende culturen en etnische groeperingen, waardoor zij er maar niet in lijken te slagen migranten op een niet-stereotyperende manier in het nieuws te brengen, lijkt dus gegrond te zijn.

Hier kan tegenin gebracht worden dat, in tegenstelling tot wat Leurdijk (1999) concludeerde, er momenteel wel meer minderheden, in dit geval moslims, aan het woord komen en niet meer alleen als leek. Leurdijk concludeerde in haar onderzoek dat de verdeling van autochtonen en allochtonen over verschillende bronnen aantoonde dat allochtonen vooral aan het woord komen als leek en nauwelijks vanuit een specifieke maatschappelijke positie of als deskundige. Tegenwoordig, zo blijkt uit de onderzoeksdata, komen moslims regelmatig aan het woord, met name in columns, opiniestukken en interviews.

Behalve met behulp van theorie, kan de beeldvorming over moslims ook verklaard worden met behulp van maatschappelijke gebeurtenissen in de praktijk. Zoals gezegd moet de wereldwijde impact van de aanslagen van 11 september 2001 niet onderschat worden. Hoewel er in het huidige onderzoek verder weinig aandacht aan besteed is, mag duidelijk zijn dat de (westerse) wereld na 11 september 2001 niet

meer 'hetzelfde was', er werd in ieder geval door opiniebepalende actoren als politici en de media anders aangekeken tegen islam en moslims. Op nationaal niveau hebben het artikel '*Het multiculturele drama*' van Paul Scheffer, en met name de moord op Pim Fortuyn hun invloed gehad op de manier van berichtgeving over moslims. De moord op Theo van Gogh was een volgende gebeurtenis, die de beeldvorming over moslims nadelig beïnvloed heeft. Dit komt heel duidelijk naar voren in de afwijkende onderzoeksgegevens in de periode net na de moord op Van Gogh. *NRC Handelsblad*, maar met name *De Telegraaf*, gaat mee in / is mede verantwoordelijk voor de ontstane mediahype. Op de lange termijn is de invloed van een dergelijke gebeurtenis echter verdwenen; waar in *De Telegraaf* de onderzoeksgegevens weinig verschillen van een jaar eerder, lijkt er in *NRC Handelsblad* zelfs een kentering te zijn naar een meer neutrale en op onderzoek gebaseerde berichtgeving over moslims. Wie weet zet deze trend zich voort en zullen andere kranten (of media in het algemeen) overgaan naar een meer genuanceerde berichtgeving over moslims in Nederland.

6.3 Verandering in beeldvorming

Resumerend kan de verandering in beeldvorming over moslims in de Nederlandse media als volgt beschreven worden.

In de beeldvorming over moslims, en eigenlijk alle minderheidsgroeperingen in Nederland, lag vanaf de jaren '80 de nadruk op hun sociaal-economische achterstand en de problemen die zij veroorzaakten in de samenleving (overlast, criminaliteit). Er werd vooral 'over' hen gesproken in plaats van 'door' hen, door het gebruik van stereotypen werd hun 'anderszijn' benadrukt en veelvuldig werd de verhouding tussen 'wij' (de individuele, westerse burger) en 'zij' (de allochtone groep) gebruikt.

De beeldvorming over moslims van de laatste jaren komt in zoverre hiermee overeen dat nog steeds voornamelijk de stem van de autochtone, westerse journalist of bron aan het woord is over moslims. Moslims zelf komen relatief weinig aan het woord; nauwelijks als journalist, af en toe in interviews. Dit laatste lijkt echter wel toe te nemen, net als columns en opiniestukken van de hand van moslims, die ook steeds vaker een vooraanstaande positie innemen in de Nederlandse maatschappij (politici, schrijvers, onderzoekers).

De verhouding van 'wij-zij' komt momenteel nog steeds voor, zij het in meer gevarieerde gedaantes. Het lijkt erop dat mensen de behoefte hebben om, ter bescherming van de eigen identiteit, de wereld te verdelen in zogenaamde 'ingroups' en 'outgroups'.

Waar voorheen de nadruk lag op de sociaal-economische positie van moslims, ligt deze momenteel op het gevaar dat islam en moslims in zich dragen, de voortdurende dreiging van terrorisme en de daarmee gepaard gaande angst daarvoor. Het islamgeloof en de daarbij horende gebruiken worden

heel duidelijk als anders, minderwaardig en mogelijk bedreigend gezien. Dit kan enigszins verklaard worden door ethocentrisme, dat lijkt te heersen in Nederland / de Nederlandse media.

Maatschappelijke gebeurtenissen hebben heel duidelijk een impact op beeldvorming; de moord op Theo van Gogh leidde tot een mediahype die in dit onderzoek duidelijk tot uiting kwam. De invloed van dergelijke gebeurtenissen hoeft echter niet blijvend te zijn zoals duidelijk werd, al zal dat voor de wereldwijde impact van de aanslagen van 11 september 2001 waarschijnlijk anders liggen.

6.4 Aanbevelingen

Op basis van de conclusies van het huidige onderzoek kunnen de volgende aanbevelingen gedaan worden:

* *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad*, maar waarschijnlijk geldt dit voor alle dagbladen en overige media in Nederland, doen er goed aan om – er vanuitgaande dat zij streven naar een zo objectief mogelijke verslaggeving – een evenwichtiger berichtgeving over moslims te brengen. Dit betekent in de praktijk dat zij op de redactie over meer kennis moeten beschikken over moslims, al dan niet door het aannemen van journalisten die moslim zijn, of door journalisten meer kennis te laten vergaren over moslims. Daarnaast zullen zij meer moslims aan het woord moeten laten, en zal de redactie meer aan duiding moeten doen richting hun lezers. Dit zal hun beeldvorming over moslims, die deels gebaseerd is op informatie uit de media, objectiever maken.

* De Nederlandse media, maar ook de Nederlandse politiek, zouden genuanceerder moeten zijn in hun taalgebruik ten aanzien van moslims. Momenteel wordt vaak gesproken over ‘de’ moslims, waardoor individuen met totaal verschillende achtergronden worden samengevoegd tot een groep – en dan meestal een groep vreemdelingen. Meer aandacht voor de persoonlijke achtergrond van mensen zou dit proces kunnen doorbreken, zou het abstracte kunnen concretiseren, waardoor zowel individuele moslims als individuele niet-moslims dichter tot elkaar zouden kunnen komen.

* Het huidige onderzoek laat zien dat bepaalde wetenschappelijke theorieën weliswaar nog steeds van waarde zijn, maar dat zij niet toereikend zijn om, door de veranderingen die zich de laatste jaren hebben voorgedaan, zowel op mondiaal als nationaal niveau, de huidige beeldvorming over moslims te kunnen verklaren. Gezien de beperkingen in tijd en financiële middelen van het huidige onderzoek, lijkt het mij voor wetenschappers op het gebied van mediastudies een uitdaging om nieuwe verklaringsmodellen en/of theorieën te zoeken waarmee de beeldvorming aan het begin van de 21^e eeuw beter verklaard kan worden.

* Daar komt bij dat het huidige onderzoek zich richt op de situatie in Nederland, en duidelijk afgebakend is qua onderzoeksperiode en onderzoeksgegevens. Een uitgebreider onderzoek, met meerdere tijdsperiodes en/of meerdere vormen van media, maar vooral met een internationale oriëntatie, zou nog meer waardevolle informatie op kunnen leveren. Zodoende zou de impact van allerlei nationale 'incidenten' bestudeerd kunnen worden, maar tevens de grensoverschrijdende impact van de aanslagen van 11 september 2001.

Het moge duidelijk zijn dat de toename van moslims in de westerse wereld genoeg mogelijkheden tot onderzoek biedt op het gebied van media. Wellicht kunnen dergelijke onderzoeken een bijdrage leveren aan een betere manier van samenleven, niet van groepen moslims en niet-moslims, maar gewoon van individuen.