

PDF hosted at the Radboud Repository of the Radboud University Nijmegen

The following full text is a publisher's version.

For additional information about this publication click this link.

<http://hdl.handle.net/2066/55969>

Please be advised that this information was generated on 2019-09-17 and may be subject to change.

Tv-kijken, stereotypering, attitudevorming en discriminatie van Duitsers¹

In deze veldexperimentele studie wordt onderzocht of televisiekijken in Nederland bijdraagt aan negatieve stereotypen en houdingen ten aanzien van Duitsers en daardoor bijdraagt aan discriminatie.

Inleiding

In september 2004 verschenen de resultaten van een groots opgezet onderzoek naar het imago van Duitsland in het buitenland. In het kader van dit onderzoek was in 11 landen aan ten minste 500 personen gevraagd hoe sympathiek zij Duitsers vonden. Uit het onderzoek kwam naar voren dat in Nederland 49% van de ondervraagden Duitsers sympathiek tot zeer sympathiek vond. Slechts 7% van de ondervraagden bleek Duitsers onsympathiek tot zeer onsympathiek te vinden. In geen van de andere onderzochte landen werd er zo positief over Duitsers gedacht (TNS Emnid, 2004).

In het licht van eerdere empirische en theoretische onderzoeken was dit onderzoeksresultaat onverwacht te noemen. Elf jaar eerder had Instituut Clingendael ook een onderzoek naar het imago van Duitsers in Nederland gedaan onder 1807 jongeren en met totaal andere uitkomsten. Volgens dat onderzoek stond slechts 15% van de ondervraagde jongeren positief tegenover Duitsers, en 56% negatief. Duitsers werden gezien als het minst sympathieke volk binnen de EU. Als men nieuwe burens zou krijgen, zou men het minst graag Duitsers als burens willen hebben. En zou men binnen de EU moeten verhuizen, dan zou volgens de ondervraagde scholieren Duitsland wel een erg slechte keus zijn. Alleen wonen in Ierland – met zijn burgeroorlog tussen katholieken en protestanten – was nóg erger (Jansen, 1993).

Een vergelijkbaar somber beeld van de Nederlandse houding ten aanzien van Duitsers vindt men bij Renckstorf en Lange (1990). Zich baserend op de resultaten van een landelijk representatief onderzoek uit 1989 concludeerden zij: 'Deutsche werden von den Befragten Niederländern (...) nicht grundsätzlich anders, sondern eben nur (...) negativer gesehen als die Niederländer' (p. 53). Ook andere onderzoeken, gepubliceerd in de eerste helft van de jaren 1990, gaven aan dat Nederlanders overwegend negatief stonden ten aanzien van Duitsers (Dekker, Aspeslagh & Du Bois-Reymond, 1997; Dekker, Aspeslagh & Winkel, 1998; Winkel, 1997).

De auteurs zijn verbonden aan de Radboud Universiteit Nijmegen. De tweede auteur is werkzaam bij Het Onderwijsblad. Correspondentie aan de eerste auteur: postbus 9104, 6500 HE Nijmegen. E-mail: h.westerik@socsci.ru.nl.

Van Oudenhoven (2000a) wijst er echter op dat uit onderzoeken na 1993 een steeds positiever beeld naar voren komt. Bevestigingen daarvan zijn ook te vinden in het NiCoR-onderzoek (Konig, Jacobs, Hendriks Vettehen, Renckstorf & Beentjes, 2005) en het al genoemde TNS Emnid-onderzoek (2004). Er lijkt dus een positievere houding ten aanzien van Duitsland en Duitsers te ontstaan.

Ook in de pers lijkt de laatste tien, vijftien jaar steeds positiever over Duitsland en Duitsers te worden bericht. Uit de recente gegevens over hoe in een tweetal Nederlandse dagbladen over Duitsland wordt bericht (gedocumenteerd in Renckstorf, Wester, Pleijter, Hoebink, Pöhls & Van Megen, in druk) blijkt dat in de periode 1990-1999 sprake was van een afname van negatief nieuws uit Duitsland. In berichten over Duitsland ging het steeds minder vaak over justitiële zaken (bijv. misdadaad, vernielingen, rellen en rechtszaken) en ook steeds minder over militaire aangelegenheden (bijv. dienstplicht, wapenhandel en spionage). Daarentegen ging het in berichten over Duitsland in toenemende mate over cultuur, onderwijs en wetenschap. Kortom: er lijkt een trend te bespeuren in pers en samenleving naar een positievere houding ten aanzien van Duitsland en Duitsers. Dit is goed nieuws voor de tienduizenden Duitsers die in Nederland wonen, en de honderdduizenden Duitsers die regelmatig met Nederlanders omgaan (Westerik, 2004). In deze studie willen wij op de oorzaken en consequenties van deze mogelijke trend ingaan. Daarbij staan twee vragen centraal:

- In hoeverre heeft mediagebruik, hier toegespitst op televisiekijken, een rol gespeeld bij recente veranderingen in vooroordeel?
- Betekenen de recente veranderingen dat Duitsers niet meer worden gediscrimineerd in Nederland?

Theorie

Concepten

Voordat we bovenstaande vragen beantwoorden aan de hand van bestaande sociaalwetenschappelijke en communicatiewetenschappelijke literatuur, willen we eerst een aantal centrale concepten verduidelijken: *stereotype*, *attitude*, *discriminatie* en *vooordeel*. Onder *stereotype* verstaan we de kennis, ideeën en verwachtingen die iemand heeft over gemeenschappelijke kenmerken van een bepaalde categorie mensen (vgl. Hamilton & Troliier, 1986). Belangrijk is hierbij aan te tekenen dat stereotypen soms positief zijn (bijv. 'Aziaten zijn intelligent'), soms neutraal ('Ieren hebben rood haar') en soms negatief ('Nederlanders hebben geen fatsoen'). Ook kunnen ze tot op zekere hoogte kloppen of apert onjuist zijn. Maar waar het om gaat, is dat ze een bepaald gemeenschappelijk kenmerk toeschrijven aan een bepaalde categorie mensen (Konig, 1997).

De stereotypen die iemand heeft van een bepaalde categorie mensen ('Nederlanders zijn onfatsoenlijk, ongemanierd en lui ...') kunnen in principe losstaan van de *attitude* van die persoon tegenover die groep ('... maar het blijven toch je landgenoten, hè'). Het concept *stereotype* valt dus niet samen met het concept *attitude*. *Attitude* definiëren we hier als een geneigdheid die zich uit in het evalueren van iets of iemand in gunstige dan wel ongunstige zin (vgl. Eagly & Chaiken, 1993). Dat neemt echter niet weg dat die geneigdheid volgens Fishbein en Ajzens (1975) *theory of reaso-*

ned action gebaseerd is op alles wat men over iets of iemand denkt te weten, waaronder stereotypen.

Weer een ander concept is *discriminatie*, dat wil zeggen de daadwerkelijk ongunstige bejegening van personen vanwege hun behoren tot een bepaalde groep of sociale categorie. Ons laatste centrale concept, *vooroordeel*, gebruiken we als een jokerterm voor stereotype, intergroepattitude, en discriminatie.

Algemene sociaalwetenschappelijke verklaringen

Ontstaan en instandhouding van vooroordeel kan met behulp van verschillende theorieën worden verklaard. Sommige van deze theorieën benaderen vooroordeel als een macrofenomeen. Forbes (2004) verklaart vooroordeel uit het belang van groepen om leden te binden aan de eigen groep en assimilatie in andere groepen te voorkomen. Ook Maddens, Billiet en Beerten (2000) hebben een macrotheorie geformuleerd. Zij stellen dat vooroordeel moet worden verklaard uit de zelfdefinitie van een samenleving. Als binnen een samenleving het idee heerst dat de eigen samenleving positieve relaties onderhoudt met de 'buitenwereld' (andere samenlevingen, *out-groups*) dan zouden daardoor de leden van die samenleving ook minder bevooroordeeld raken. Andere theorieën daarentegen, zien vooroordeel vooral als iets dat uit individuen voortkomt. Volgens Zajonc (1968) bijvoorbeeld, leidt bekendheid met een stimulus onwillekeurig tot een positievere houding tegenover die stimulus. Volgens deze opvatting leidt meer contact met andere groepen mensen dus vanzelf tot minder vooroordeel ten aanzien van die groepen. Dat is ook de kern van de klassieke contacthypothese van Allport (1954), zij het dat Allport wel een aantal voorwaarden noemt waaraan moet zijn voldaan wil contact inderdaad leiden tot minder vooroordeel.

Communicatiewetenschappelijke verklaringen

Ook binnen de communicatiewetenschap is gezocht naar verklaringen voor het ontstaan en voortbestaan van vooroordeel. Recentelijk heeft dit geresulteerd in een toepassing van Allports contacthypothese op de media: de parasociale contacthypothese (Schiappa, Gregg & Hewes, 2005). De centrale gedachte hierin is dat wanneer (a) kijkers een televisiepersoonlijkheid beschouwen als een bekende, en wanneer (b) die persoonlijkheid behoort tot een bepaalde minderheid, dat daardoor dan (c) het vooroordeel ten aanzien van de minderheidsgroep zal afnemen. Schiappa e.a. verwachten dus vooral positieve effecten van televisiekijken, en dan vooral van parasociale interactie met bepaalde sympathieke televisiepersoonlijkheden.

Een beperking van de theorie van Schiappa e.a. is dat ervan uit wordt gegaan dat de televisie een positief beeld schept van minderheden en tot inleven in die groepen aanzet. Uit tal van communicatiewetenschappelijke onderzoeken naar *portrayal* van minderheden in de media (Dines & Humez, 1995; Entman, 1990, 1992; First, 1998; Lind, 1996; Oliver, 1994; Parisi, 1998; Romer, Jamieson & De Coteau, 1998) komt echter juist veelal naar voren dat de media minderheden juist negatief en stereotiep neerzetten. Bij een dergelijke negatieve stereotiep *portrayal* ligt het niet direct voor de hand te veronderstellen dat er positieve parasociale interactie zal

gaan plaatsvinden van het publiek met de geportretteerde persoon of groep. De parasociale contacthypothese lijkt daarom niet geschikt als uitgangspunt bij het bestuderen van de consequenties van de meest voorkomende vormen van mediagebruik.² Voor dit laatste lijkt de cultivatietheorie veel meer voor de hand te liggen.

De cultivatietheorie³ is een van de meest gebruikte theoretische benaderingen binnen de communicatiewetenschap (Bryant & Miron, 2004). Van deze cultivatietheorie bestaat een oudere variant die benadrukt dat iemands wereldbeeld wordt beïnvloed door het veel kijken naar de televisie, maar ook een nieuwere sociaal-cognitieve variant die nadenkt over hoe die invloed tot stand komt (Bilandzic & Rössler, 2004). Deze laatste benadering, die veel inzichten uit de cognitieve psychologie gebruikt, is ontwikkeld door onder meer Shapiro en Lang (1991), Potter (1993) en Shrum (1995). Ze benadrukt dat individuen mediagebruik net als andere vormen van ervaring inzetten om zich een beeld te vormen van de werkelijkheid. In veel gevallen doen ze dat door op basis van eigen, alledaagse ervaringen te generaliseren. In veel andere gevallen hebben ze echter geen directe ervaring om op terug te vallen, en in dat soort situaties zouden ze hun oordeel over de werkelijkheid vaak op mediagebruik baseren (Fujioka, 1999).

Bij de beschrijving van hoe individuen hun oordeel over de werkelijkheid baseren op mediagebruik, maakt de sociaal-cognitieve cultivatietheorie vaak een onderscheid tussen twee vormen van oordeelsvorming (Hawkins & Pingree, 1982; Potter, 1993; Shrum, 1995): *beeldvorming* en *attitudevorming*, die elk een eigen karakter hebben en op verschillende manieren tot stand komen. Bij *beeldvorming* gaat het vooral om het inschatten van de prevalentie van bepaalde feiten (bijv. 'het percentage allochtonen dat werkloos is'). Ook stereotypering als het associëren van een bepaalde groep met een bepaald kenmerk kan hieronder worden gerekend.⁴ Televisiekijken zou op het leggen van zulke associaties een positief effect hebben; niet door bewuste overtuiging, maar doordat het telkens weer bepaalde associaties oprakelt en deze associaties daardoor in het bewustzijn toegankelijk houdt. Die toegenomen toegankelijkheid is niet een bewuste keuze, maar het gevolg van processen die zich automatisch en in de bewustzijnsperiferie voltrekken (Shapiro, 1991).⁵ En omdat het minder moeite kost een toegankelijke associatie op te roepen dan zelf actief na te denken, zullen mensen vaak onkritisch bestaande associaties toelaten. Dit zou dan verklaren waarom uit onderzoek systematisch naar voren komt dat mensen die veel televisiekijken (en voor wie de stereotypen dus vaak worden opgerakeld) vaak wat stereotieper denken dan mensen die weinig televisiekijken.⁶

Naast het hierboven beschreven proces van beeldvorming onder invloed van de media (vaak aangeduid als 'eerste-ordecultivatie'⁷) kan een tweede proces, dat van *attitudevorming* worden onderscheiden (vaak aangeduid als 'tweede-ordecultivatie'). Attitudevorming is niet zoals beeldvorming een veelal automatisch proces, en ook veel minder een proces dat zich voltrekt in de bewustzijnsperiferie. De gangbare opvatting op dit punt (Petty & Cacioppo, 1986) is namelijk dat er ook een centrale route naar attitudevorming bestaat. Dit houdt in dat de handelende individu zichzelf actief en welbewust een mening vormt, bijvoorbeeld door zelf argumenten te verzamelen en te wegen alvorens tot een beslissing te komen. De consequentie van een dergelijke actievere rol van de actor is dat de invloed van de media in dit soort situaties zeer beperkt kan zijn;

de media kunnen argumenten aandragen die opinievorming faciliteren, maar de uiteindelijke afweging blijft bij de gebruiker (Shrum, 2004; Renckstorf & Wester, 2001; Bonfadelli, 1981). Vanwege deze grotere rol van de actor is het voor de hand liggend dat mediagebruik een geringere invloed heeft op attitudevorming. En in het verlengde daarvan is het ook begrijpelijk dat onderzoek naar het bestaan van deze 'tweede-ordecultivatief-effecten' weinig eenduidige resultaten heeft opgeleverd (Hawkins & Pingree, 1982).

Hypothesen

Op basis van de hierboven besproken theorieën kan een aantal hypothesen worden geformuleerd over de mogelijke invloed van mediagebruik op vooroordeel ten aanzien van Duitsers. Hierbij gaan we ervan uit dat de media leden van een out-group (dus ook Duitsers) in vergelijking met de in-group veelal negatief en stereotiep zullen neerzetten. Dit soort 'in-groupfavoritisme' is de algemene tendens die uit het eerder besproken portraalonderzoek naar voren komt. Recente ontwikkelingen kunnen geleid hebben tot een genuanceerder beeld, maar dat Duitsers tot een out-group gerekend kunnen worden, staat buiten kijf. Dus kunnen we ook aannemen dat ze een verhoogd risico lopen door de media negatief en stereotiep te worden neergezet. De consequentie daarvan is dat mensen die veel televisiekijken, vaak met negatieve stereotypen van Duitsers geconfronteerd worden, en bij gebrek aan corrigerende alledaagse ervaringen vaak geneigd zullen zijn die stereotypen automatisch over te nemen. Vandaar onze eerste hypothese:

H1 Naarmate men meer televisie kijkt, heeft men een stereotieper beeld van Duitsers.

Iets problematischer is het om te veronderstellen dat televisiekijken effect heeft op attitudevorming. Zoals eerder gezegd, lijkt attitudevorming een vaak wat bewuster proces te zijn, waarbij mensen bewust argumenten kunnen zoeken, ordenen en wegen. Het effect van televisiekijken op attitudevorming ligt dus minder voor de hand. Bovendien is het ook nog denkbaar dat mensen uit de media vooral argumenten ten faveure van Duitsland en Duitsers hebben opgepikt. Daarom formuleren we hier slechts een ongerichte hypothese:

H2 Televisiekijken heeft een effect op de attitude tegenover Duitsers.

Uiteraard kunnen we ook niet voorbijgaan aan de te verwachten samenhang tussen stereotypering en attitudevorming. Volgens de eerder genoemde theory of reasoned action van Fishbein en Ajzen (1975) en volgens Potter (1993) kunnen we het volgende veronderstellen:

H3 Naarmate men Duitsers negatiever stereotypeert, heeft men een negatievere houding tegenover Duitsers.

Ten slotte willen we ook de maatschappelijk consequenties van bovengenoemde processen in onze analyse betrekken, waarbij we vooral willen ingaan op de vraag of deze processen ook leiden tot daadwerkelijke discriminatie van Duitsers. In zijn algemeenheid ligt het voor de hand om te ver-

onderstellen dat een negatief vooroordeel ten aanzien van Duitsers zich ook zal vertalen in negatief gedrag tegenover Duitsers. Hierbij moet wel worden aangetekend dat de samenhang tussen een negatieve attitude tegenover Duitsers en een specifieke gedraging zoals het achterstellen van een Duitser in een concrete situatie, vaak gering is (vgl. Fishbein en Ajzen, 1975; Schmidt, 1992; Ajzen, 1991; Eckes & Six, 1994; Manstead, 1996). Dit geldt in versterkte mate voor de samenhang tussen negatieve stereotypering en discriminatoir gedrag (Van Oudenhoven, 2000b; Van Oudenhoven, Askevis-Leherpeux, Hannover, Jaarsma & Dardenne, 2002). Volgens sommigen is stereotypering weinig meer dan onschuldige folklore (Brouwer, 1968; Brouwer & Binnendijk, 1995). Corenblum en Stephan (2001) houden echter vol dat *negatieve* stereotypen wel degelijk tot een negatieve bejegening van out-groups kunnen leiden. Kortom: wat de eventuele gevolgen zijn van negatieve stereotypering en attitudevorming ten aanzien van Duitsers voor de daadwerkelijke bejegening van Duitsers in het alledaagse leven, is niet bij voorbaat te zeggen. Voorlopig gaan we uit van een worstcase-scenario. Volgens dit scenario worden Duitsers in Nederland nog steeds gediscrimineerd, en bestaat daarbij een directe link tussen de bejegening die hen ten deel valt en de stereotypen en attitudes die in de Nederlandse samenleving leven. In hypothesevorm:

H4 Naarmate men Duitsers negatiever *stereotypeert*, bejegt men Duitsers minder welwillend.

H5 Naarmate men een negatievere *attitude* ten aanzien van Duitsers heeft, bejegt men Duitsers minder welwillend.

Methoden

Dataverzameling

De gegevens uit dit onderzoek zijn afkomstig uit drie gerelateerde enquêtes. De eerste, deels mondelinge, deels schriftelijke enquête vond plaats in het eerste kwartaal van 2000 onder 825 Nederlanders van 18 jaar en ouder (Konig e.a., 2005). Hier refereren we in het vervolg aan als 'de voormeting'. Uit deze voormeting werd een aantal personen geselecteerd voor een vervolgonderzoek. Deze vervolgsteeekproef bestond uit personen van wie (a) het telefoonnummer na drie jaar nog te traceren was via publiek toegankelijke gidsen en (b) die behoorden tot ofwel het terciel met de meest *negatieve* stereotypen over Duitsers, ofwel tot het terciel met de meest *positieve* stereotypen over Duitsers. Deze personen werden vervolgens *at random* toegewezen aan ofwel een Nederlandse ofwel een Duitse enquêtrice (met een hoorbaar Duits accent). Deze enquêtrices werkten vervolgens met deze contacten een screeningsinterview af, waarin aan de hand van een vaststaand protocol werd gevraagd of het contact bereid was tot een vervolgonderzoek. Deze screeningsinterviews werden afgenomen in mei en juni 2003. Hier refereren we in het vervolg naar als 'de screener'.

Nadat de geënquêteerden zich hadden uitgesproken over hun bereidheid tot een vervolginterview divergeerden de interviewscripts. Bij de Nederlandse enquêtrice kon het interview waarin de inhoudelijke vragen

werden gesteld meteen plaatsvinden, terwijl de Duitse enquêtrice alleen de bereidheid tot een vervolgggesprek noteerde en daarna voor de geënquêteerde en de Nederlandse enquêtrice een afspraak voor een vervolgininterview maakte. Alleen de Nederlandse enquêtrice ondervroeg de respondenten dus inhoudelijk, dit om te voorkomen dat respondenten sociaal wenselijke antwoorden zouden geven op de vragen over hun beeld van en houding tegenover Duitsers. Alle interviews werden afgenomen in mei en juni 2003. Aan deze interviews refereren we in het vervolg als 'de nameting'.

Variabelen

Bereidheid tot vervolgininterview – Deze variabele werd geoperationaliseerd als een dummyvariabele (0 = nee, 1 = ja). In de eerste analyses is dit de te verklaren variabele. De belangrijkste verklarende variabele in deze analyses is *nationaliteit enquêtrice* (1 = Duitse; 2 = Nederlandse).

Stereotypering van Duitsers – Dit is een van de centrale variabelen bij de toetsing van hypothesen 3 en 5. Deze variabele werd gemeten met behulp van een achttal items over welke karaktertrekken Duitsers zouden hebben: 'Duitsers zijn in het algemeen luidruchtig/arrogant/overheersend/agressief/gezellig/gemakkelijk in de omgang/vriendelijk/hebben gevoel voor humor.' Deze variabele is twee keer gemeten: zowel bij de voormeting als bij de nameting. Bij de voormeting werden deze items met een vijfpuntschaal gemeten, variërend van -2 = 'helemaal niet mee eens' tot +2 = 'helemaal mee eens'. Bij de nameting ontbraken de extreemste antwoordcategorieën, zodat er een driepuntsschaal ontstond, variërend van -1 = 'niet mee eens' tot +1 = 'mee eens'. In beide onderzoeken werden de antwoordcategorieën 'niet mee eens maar ook niet mee oneens', 'weet niet' en 'geen antwoord' als een middenwaarde (= 0) gescoord. Antwoorden op negatief geformuleerde items werden omgekeerd gescoord, waardoor positieve scores dus verwijzen naar positieve stereotypen van Duitsers.

Attitude tegenover Duitsers – Deze variabele is een van de centrale variabelen bij de toetsing van hypothesen 2 en 4. Deze variabele werd gemeten door respondenten te vragen hoe sympathiek zij een aantal Europese volken (waaronder Duitsers) vonden. Antwoorden konden variëren van -2 = 'zeer onsympathiek' tot +2 = 'zeer sympathiek'. 'Niet sympathiek en niet onsympathiek', 'weet niet' en 'geen antwoord' werden als een middenwaarde (= 0) gescoord. De meetinstrumenten bij de voor- en nameting waren identiek.

Televisiekijken – Deze variabele werd gemeten als de totale gemiddelde tijd die een persoon gedurende één week besteedt aan het kijken naar televisie. Dit werd gemeten door te vragen naar (a) het aantal werkdagen per week dat men doorgaans televisiekijkt, en naar het aantal minuten dat men gemiddeld besteedt aan televisiekijken op (b) de werkdagen dat men kijkt, op (c) zaterdag en op (d) zondag. Deze variabele werd zowel bij de voor- als bij de nameting gemeten, op identieke wijze.

Naast bovengenoemde vragen werden ook controlevariabelen meegenomen, gebaseerd op vragen die bij de voormeting in 2000 waren afgenomen. Bij onze theoretische discussie werd al aangegeven dat directe erva-

ring – hier face-to-facecontacten en communicatie met de out-group – van belang zijn voor het begrijpen van cultivatie-effecten en de totstandkoming van vooroordeel. Om die reden hebben we twee controlevariabelen meegenomen die deze factoren indiceren. Voor de variabele *contact met Duitsers* werd gebruikgemaakt van items die aangaven hoe vaak per jaar respondenten contact hadden met ‘Duitse familie en vrienden’, ‘toevallige contacten met Duitsers’, ‘Duitse collega’s’, of met ‘Duitse klanten’. Als respondenten aangaven wel eens met een van deze groepen contact te hebben, werd hun de score 1 (= ‘wel eens’ of ‘vaker’) op de variabele *contact met Duitsers* toegekend. In alle overige gevallen werd hun op deze variabele de score 0 (= ‘nooit’, ‘onbekend’, ‘geen antwoord’) toegekend. Daarnaast werd een variabele *kennis van de Duitse taal* meegenomen. Deze is gedefinieerd als de somscore van een tweetal items: In hoeverre kunt u de Duitse taal verstaan? In hoeverre kunt u de Duitse taal spreken? Antwoorden op beide vragen konden variëren van ‘helemaal niet’ (= 1) tot ‘goed’ (= 5). Ten slotte werd een aantal demografische variabelen meegenomen die in onderzoek naar mediagebruik of vooroordeel regelmatig blijken te correleren met de mate van mediagebruik en de mate waarin men bevooroordeeld is: *seks* (1 = man; 2 = vrouw); *leeftijd*; hoogste voltooide *opleiding* en *geboorteland* (1 = Nederland; 2 = elders).

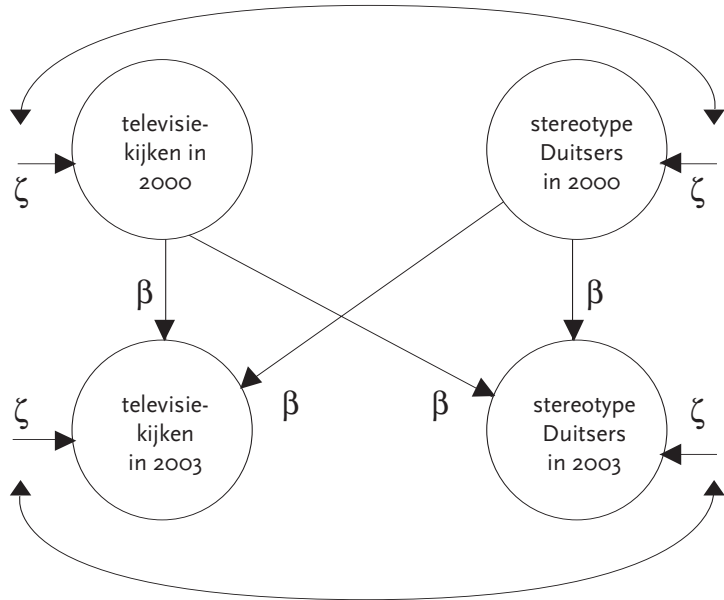
Design en analyse

Problematisch aan veel communicatiewetenschappelijk onderzoek is dat conclusies over effecten worden getrokken op basis van cross-sectionele data. Dat hoeft geen probleem te zijn, wanneer vooraf duidelijk is wat oorzaak of aanleiding en wat gevolg of consequentie is, maar dat is bij onderzoek naar mediagebruik veelal onduidelijk (Renckstorf & Wester, 2001). Om problemen op dit gebied te voorkomen, hebben we daarom gebruikgemaakt van longitudinale data voor de toetsing van hypothese 1 tot en met 3, en een experimentele opzet voor de toetsing van hypothese 4 en 5.

Cross lagged correlatieanalyse – Hypothesen 1 tot en met 3 worden getoetst met behulp van cross lagged correlatieanalyse. Hierbij wordt gebruikgemaakt van lineair-structurele modellen (LISREL). In al deze analyses vigeren voorgemeten *kennis van de Duitse taal*, *seks*, *leeftijd*, *opleiding*, *geboorteland* en *contact met Duitsers* als exogene variabelen. Onderlinge samenhangen tussen deze exogene variabelen en hun effecten op endogene variabelen wordt geen enkele restrictie opgelegd. Bij de toetsing van hypothese 1 worden naast de bovengenoemde exogene variabelen ook vier endogene variabelen opgenomen. Dit zijn *televisiekijken in 2000*; *televisiekijken in 2003*; *stereotypering van Duitsers in 2000*; *stereotypering van Duitsers in 2003*. Er zijn dus vier endogene variabelen, onder te verdelen in twee paren van simultaan gemeten variabelen. De covariantie tussen simultaan gemeten endogene variabelen wordt als correlatie tussen meetfouten gemodelleerd. De meetfout van *televisiekijken in 2000* mag vrij correleren met die van *stereotypering van Duitsers in 2000* en de meetfout van *televisiekijken in 2003* mag vrij correleren met die van *stereotypering van Duitsers in 2003*. In de uiteindelijke toetsende analyses wordt er verder van uitgegaan dat variabelen gemeten in 2000 wel een effect kunnen hebben op die gemeten in 2003, maar nooit omgekeerd.

Figuur 1

Model ter verklaring van de relatie tussen televisiekijken en stereotypering van Duitsers; verzadigd model

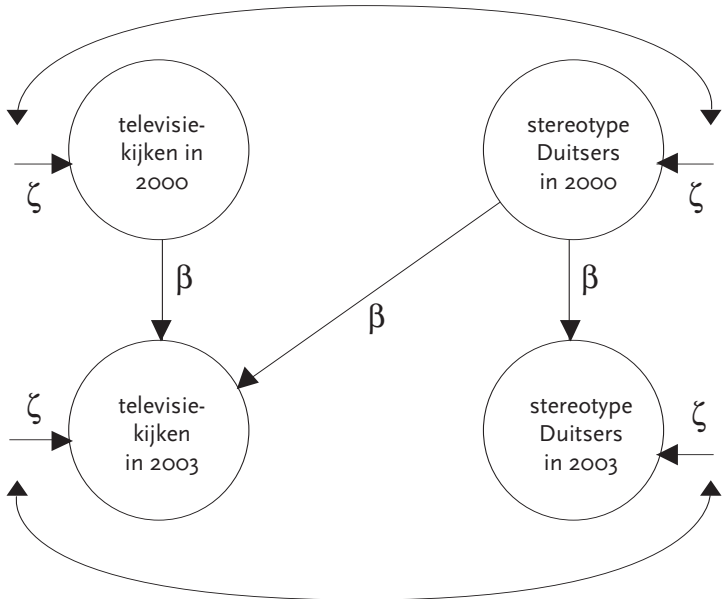


Bij de uiteindelijke toetsing van hypothese 1 wordt gebruikgemaakt van een stapsgewijze procedure. Vertrekpunt hierbij is een verzadigd model waarin geen andere restricties aan data worden opgelegd dan de hierboven genoemde. Dit resulteert in een model met nul vrijheidsgraden, dat we in het vervolg aanduiden als het ‘verzadigde model’. De causale relaties in dit model worden weergegeven in figuur 1.

Vervolgens worden twee alternatieve modellen geschat waarin een van de kruiselingse effecten uit figuur 1 wordt gefixeerd op nul.

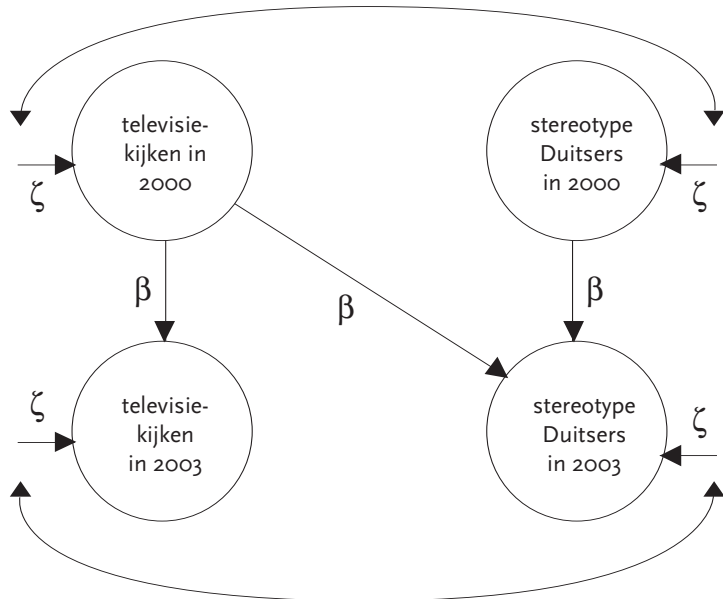
Figuur 2

Model ter verklaring van de relatie tussen televisiekijken en stereotypering van Duitsers: mirrormodel



In figuur 2 ziet men dat de pijl van *televisiekijken in 2000* naar *stereotypering van Duitsers in 2003* ontbreekt. De relatie is gefixeerd, wat betekent dat *televisiekijken in 2000* volgens dit model geen effect heeft op *stereotypering van Duitsers in 2003*. Het andere kruiselingse effect is niet gefixeerd. *Stereotypering van Duitsers in 2000* kan dus wel een effect hebben op *televisiekijken in 2003*. Met andere woorden: dit model veronderstelt dat televisiekijken niet van invloed is op hoe stereotypering van Duitsers zich ontwikkelt, maar wel dat stereotypering van invloed is op hoe het kijken naar televisie zich ontwikkelt. Met een vrije verwijzing naar een bekende communicatiewetenschappelijke discussie (Stappers, Reijnders & Möller, 1990) noemen wij dit model het ‘mirrormodel’: volgens dit model weerspiegelt televisiekijken bestaande stereotypingen.

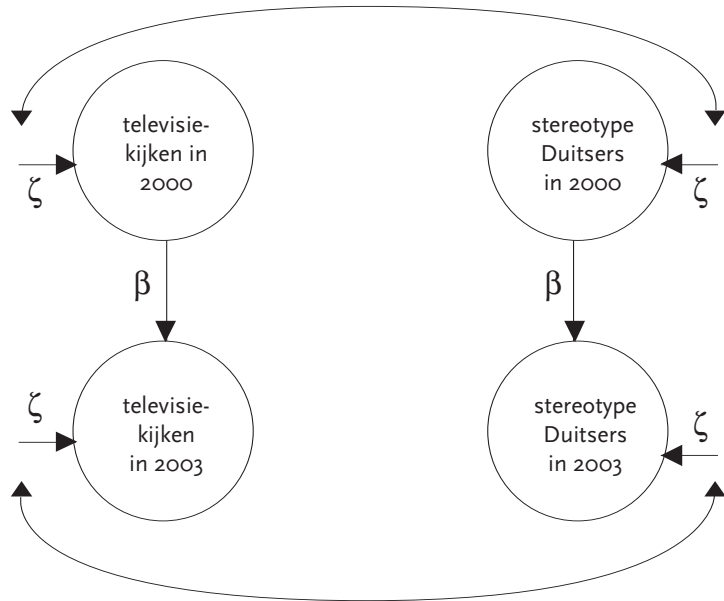
Figuur 3
 Model ter verklaring
 van de relatie tussen
 televisiekijken en stereo-
 typering van Duitsers:
 mouldermodel



Figuur 3 geeft de omgekeerde situatie aan. Daarin is het effect van *stereotypering van Duitsers in 2000* op *televisiekijken in 2003* gefixeerd. Dit komt overeen met een situatie waarin televisiekijken wel invloed heeft op stereotypering van Duitsers, maar omgekeerd is stereotypering niet van invloed op televisiekijken. Dit model noemen we, weer met verwijzing naar de eerder genoemde discussie, een ‘mouldermodel’. Volgens dit model bepaalt (‘stem-pelt’) televisiekijken het hebben van een stereotiepe kijk op Duitsers. De laatste stap in de toetsing van hypothese 1 is dat beide kruiselingse effecten gefixeerd worden (zie figuur 4). Na het uitvoeren van deze stappen kan worden geconcludeerd of hypothese 1 wordt ondersteund. Hypothese 1 achten we ondersteund wanneer ofwel het verzadigde model, ofwel het mouldermodel overeind blijft bij een empirische toetsing. Van een overeind blijven van het verzadigde model is sprake wanneer reductie van dit model tot een mirror- of mouldermodel leidt tot een significante verslechtering van de *model fit* (in termen van chi-kwadraat). Van een overeind blijven van het mouldermodel is sprake wanneer reductie van dit model tot een onafhankelijkheidsmodel (figuur 4) leidt tot een significante verslechtering van de fit.

Figuur 4

Model ter verklaring van de relatie tussen televisiekijken en stereotypering van Duitsers: onafhankelijkheidsmodel



De toetsingsprocedures die werden gevolgd voor hypothese 2 en 3 zijn analoog aan die voor hypothese 1. Expliciete omschrijving hiervan is overbodig, omdat door substitutie van de term 'stereotypering' met 'attitude' de toetsingsprocedure voor hypothese 2 kan worden gereconstrueerd. Door substitutie van 'stereotype' met 'attitude', en van 'televisiekijken' met 'stereotype' verandert de toetsing van hypothese 1 in toetsing van hypothese 3.

Experimenteel onderzoek

Hypothese 4 en 5 worden getoetst met experimenteel onderzoek. Dit experiment houdt in dat uit de voorgemeten steekproef (beschreven onder 'dataverzameling') beoogde respondenten *at random* worden toegewezen aan een Duitse enquêtrice met een hoorbaar Duits accent, ofwel aan een Nederlandse enquêtrice die accentloos Nederlands spreekt. Deze enquêtrices werken een identiek interviewscript af, dat afsluit met de vraag of men bereid is mee te werken aan een vervolgonderzoek. Er worden net zolang respondenten benaderd totdat er 80 volledige vervolginterviews zijn afgenomen: 40 bij 'pro-Duitsen' (personen die bij de voormeting wat betreft stereotypen van Duitsers behoorden tot het minst negatieve terciel) en 40 bij 'anti-Duitsen' (personen die bij de voormeting wat betreft stereotypen van Duitsers behoorden tot het meest negatieve terciel). Ook wordt ervoor gezorgd dat de personen met wie een volledig interview wordt afgewerkt, voor de helft door een Nederlandse en voor de helft door een Duitse enquêtrice zijn gescreend.

Bij het statistisch toetsen van hypothese 5 (over het effect van stereotypering op discriminatie) wordt gebruikgemaakt van logistische regressie. Daarbij wordt eerst een zogenaamd 'hoofdeffectenmodel' geschat, waarin *bereidheid tot vervolginterview* werd voorspeld op basis van een intercept en de variabelen *nationaliteit enquêtrice* en *stereotypering van Duitsers in 2000*.

Vervolgens werd een 'interactiemodel' geschat door aan het 'hoofdeffectenmodel' de interactieterm *nationaliteit enquêtrice X stereotypering van Duitsers* toe te voegen. Alleen indien (a) de voorspelling van *bereidheid tot vervolginterview* van het 'interactiemodel' significant beter was dan de voorspelling van het 'hoofdeffectenmodel' (in termen van -2 log likelihood, éézijdige toetsing, op .05-niveau) en (b) indien de interactieterm de juiste richting had (hier een negatief effect) wordt hypothese 5 als ondersteund beschouwd. Voor de toetsing van hypothese 6, over het effect van attitude op discriminatie, werd een toetsingsprocedure gevolgd die analoog was aan die voor hypothese 5; men leze in de beschrijving van de laatstgenoemde toetsingsprocedure slechts *attitude tegenover Duitsers voor stereotypering van Duitsers*.

Steekproefkarakteristieken

Voor de nameting werden alleen personen benaderd van wie het telefoonadres via publiek toegankelijke databestanden kon worden getraceerd. Omdat het denkbaar was dat hierdoor selectieve non-respons zou zijn ontstaan, hebben wij getoetst (tweezijdig, op .05-niveau) of de benaderde personen van de niet-benaderde personen afweken wat betreft sekse, geboorteland, leeftijd, opleiding, kennis van de Duitse taal, minuten tv per dag, attitude tegenover Duitsers, stereotypering van Duitsers en contact met Duitsers zoals gemeten in 2000. Dit bleek niet het geval te zijn. Er is dus geen aantoonbaar selectieve uitval opgetreden doordat alleen personen werden benaderd die via publiek toegankelijke bestanden traceerbaar waren. Met het oog op het uit te voeren veldexperiment was het verder van belang dat er op voorgemeten variabelen geen significante verschillen bestonden tussen de deelsteekproef van personen benaderd door een Nederlandse enquêtrice en de deelsteekproef van personen benaderd door een Duitse enquêtrice. Toetsing van de verschillen tussen personen benaderd door een Duitse enquêtrice en personen benaderd door een Nederlandse enquêtrice op de eer-

Tabel 1

Vergelijking op voorgemeten variabelen van personen die wel en niet bereid of in staat waren tot een vervolginterview in 2003

	bereid of in staat tot vervolginterview					
	nee		ja		sig. ^a	
	m	s.d.	m	s.d.		
seks (1 = man, 2 = vrouw)	1.4	.49	1.5	.50	.359	
geboorteland (1= Nederland, 2 = elders)	1.1	.28	1.0	.16	.198	
leeftijd	39.9	16.71	45.7	12.72	.041	
opleiding	5.5	2.07	5.5	2.11	.902	
kennis Duitse taal	7.2	2.32	7.7	2.20	.170	
contacten met Duitsers (0 = nee, 1 = ja)	.62	.49	.67	.47	.692	
minuten Nederlandse tv per dag in 2000	149.5	74.83	121.5	62.94	.026	
attitude tegenover Duitsers in 2000	3.2	.91	3.4	.89	.112	
stereotypering van Duitsers in 2000	2.9	.60	3.0	.56	.276	
<i>N</i>	48		79			

a Significantie van verschillen in sekse en geboorteland op basis van Fisher exacttoets.

Overige significanties op basis van *t*-toets. Alle significanties op basis van tweezijdige toetsing.

der genoemde variabelen bracht geen significant onderscheid aan het licht. Van de 127 getraceerde en bereikte personen waren er 85 bereid tot een vervolgininterview. Na het uitspreken van die aanvankelijke bereidheid haakten er echter nog eens zes af bij het maken van een vervolfgafspraak. Uiteindelijk werden er uit 127 contacten 79 interviews gerealiseerd. Om na te gaan of er hier sprake was van selectieve uitval zijn de verschillen tussen zij die uiteindelijk meewerkten, en zij die dat niet deden, geanalyseerd. Het resultaat van deze analyse staat weergegeven in tabel 1. Uit tabel 1 is duidelijk dat er enige selectieve uitval heeft plaatsgevonden. Vooral jongere mensen gaven in 2003 vaak aan niets te voelen voor een vervolgininterview. Ook mensen met een bovengemiddelde tijd besteed aan televisiekijken weigerden vaak een vervolgininterview. Voor het overige werden er geen significante verschillen gevonden tussen degenen die niet en degenen die wel meewerkten aan een vervolgininterview.

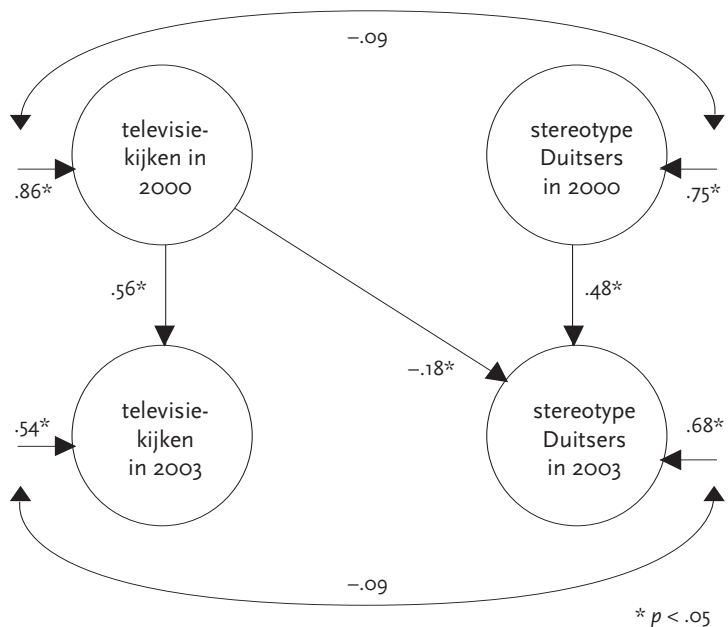
Resultaten

Effecten van televisiekijken

Volgens hypothese 1 wordt negatieve stereotypering van Duitsers in de hand gewerkt door veel televisiekijken. Zoals eerder opgemerkt is dit getoetst door met lineaire-structurele analyse (a) *stereotypering van Duitsers in 2003* en *televisiekijken in 2003* te voorspellen op basis van de eerdere metingen van dezelfde variabelen uit 2000, en (b) deze voorspelling stapsgewijs te vereenvoudigen door eliminatie van niet-significante effectparameters. Dit resulteert in een model waarvan de belangrijkste uitkomsten zijn weergegeven in figuur 5.

Figuur 5

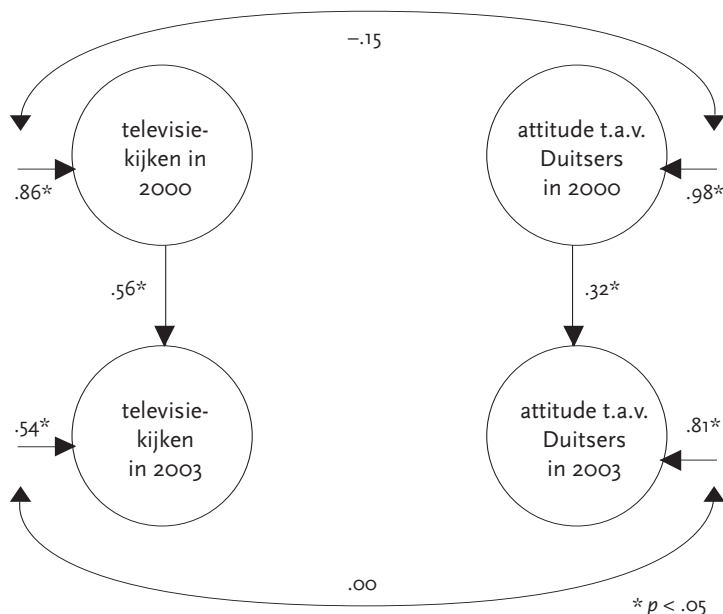
Televisiekijken en stereotypering van Duitsers: eindmodel (N = 79; $\chi^2 = 1.63$; $df = 1$; $p = .20$; $GFI = .995$; $RMSEA = .105$)



Het eindmodel voor hypothese 1 is dus een moudermodel, waarbij televisiekijken van invloed is op stereotypering van Duitsers (hoe meer er televisie gekeken wordt, hoe meer er sprake is van negatieve stereotypering van Duitsers), maar waarbij er geen sprake is van beïnvloeding in omgekeerde richting. Hypothese 1 wordt eenduidig ondersteund, en past daarmee in een rij van vele onderzoeken die eerste-ordecultivatatie-effecten hebben kunnen aantonen. De meerwaarde van ons onderzoek is echter dat we het heel specifiek voor Duitsers hebben kunnen aantonen en dat we het aan de hand van longitudinale data konden aantonen: veel kijken naar televisie leidt in Nederland op den duur tot het hebben van een stereotiepere kijk op Duitsers.

Figuur 6

Televisiekijken en attitude tegenover Duitsers: eindmodel ($N = 79$; $\chi^2 = 2.14$; $df = 2$; $p = .33$; $GFI = .995$; $RMSEA = .028$)

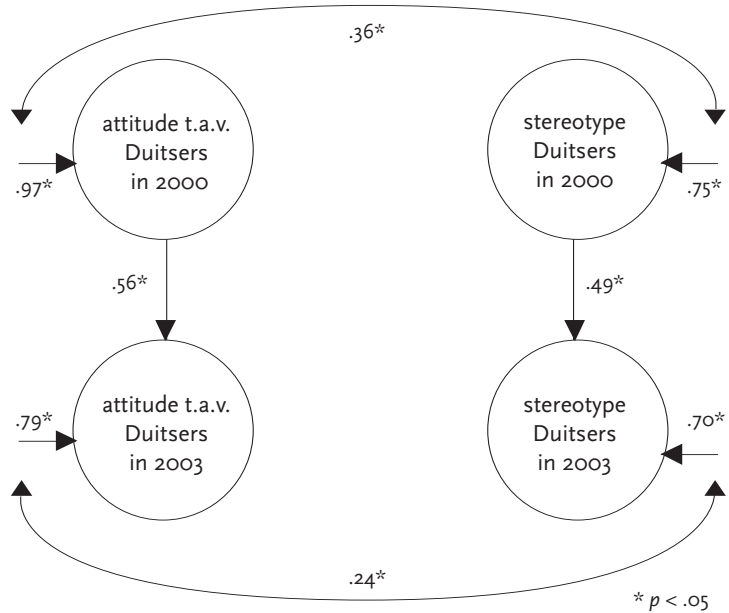


Hypothese 2 wordt daarentegen niet ondersteund. In figuur 6 zien we het uiteindelijke geschatte model voor het verband tussen televisiekijken en attitude ten aanzien van Duitsers. In dit model is er sprake van significante effecten van televisiekijken in 2000 op televisiekijken in 2003, en van attitude in 2000 op attitude in 2003, maar zijn de kruiselingse effecten niet significant. Hypothese 2 wordt dus volledig verworpen. Televisiekijken leidt dus niet aantoonbaar tot het hebben van een negatieve attitude ten aanzien van Duitsers. Eens te meer worden we hier geconfronteerd met een onderzoeksresultaat dat vragen oproept over het bestaan van tweede-ordecultivatatie-effecten.

Ook voor de gedachte dat stereotypering van Duitsers zou leiden tot negatieve attitudes ten aanzien van Duitsers, vinden we geen aanwijzing (figuur 7). Stereotypering in 2000 is van invloed op stereotypering in 2003, en de attitude in 2000 is van invloed op de attitude in 2003. Maar er zijn geen kruiselingse effecten van stereotypering op attitude of omgekeerd. Wel is er – te oordelen naar de aanzienlijke correlatie tussen hun meetfouten (.36 en .24)

Figuur 7

Stereotypering van Duitsers en attitude tegenover Duitsers: eindmodel (N = 79; $\chi^2 = 2.40$; $df = 2$; $p = .30$; $GFI = .994$; $RMSEA = .053$)



– sprake van samenhang tussen attitude en stereotypering wanneer deze simultaan gemeten worden. Maar dat kan niet als een invloed over de tijd heen worden geïnterpreteerd. Hypothese 3 wordt dus volledig verworpen.

Ten slotte willen we ingaan op eventuele maatschappelijke consequenties van het bovenstaande: kan worden verondersteld dat negatieve stereotypering of negatieve attitudes leiden tot *discriminatie*? In hypothese 4 werd als verwachting geformuleerd dat negatieve stereotypering zou leiden tot een discriminatie van Duitsers. Deze hypothese hebben we getoetst door een Nederlandse en een Duitse enquêtrice Nederlanders van wie uit eerder onderzoek bekend was wat hun vooroordelen waren, te laten vragen mee te doen aan een onderzoek. Vervolgens hebben we gekeken of personen met sterk negatieve attitudes ten aanzien van Duitsers ook relatief vaak weigerden mee te doen aan een onderzoek als hun dat door een Duitse enquêtrice werd gevraagd. Uit onze analyses komt naar voren dat dit niet het geval is (zie tabel 2).

Tabel 2

Bereidheid tot medewerking aan een vervolgonderzoek, voorspeld op basis van nationaliteit enquêtrice, stereotypering van Duitsers en de interactie nationaliteit x stereotypering (N = 127)

	b	s.e.	change in -2 log likelihood ^a	df	sig.of of change ^b	Exp(B)
nationaliteit enquêtrice	1.83	.525	15.7	1	.000	6.22
stereotypering Duitsers	.84	1.185	.5	1	.240	2.31
nationaliteit x stereotypering	-.40	.987	.2	1	.343	.67
intercept	-1.60	.651	6.0	1	.007	.20

a Wald-statistic voor intercept

b eenzijdige toetsing

In Tabel 2 is te zien dat de nationaliteit van de enquêtrice kennelijk van invloed is op de bereidheid mee te werken aan een vervolgonderzoek. De Nederlandse enquêtrice werd met veel minder weigeringen geconfronteerd dan de Duitse. Van de 44 personen die door onze Nederlandse enquêtrice werden benaderd, weigerde maar 11,4%. Van de 83 personen die door onze Duitse enquêtrice werden benaderd, weigerde daarentegen 44,6%. Een hoogst significant verschil, echter geen bewijs voor discriminatie op basis van stereotype. Daarvan zou alleen sprake zijn als *bereidheid tot vervolgonderzoek* alleen maar laag zou zijn onder die personen die èn stereotiep over Duitsers denken èn die bovendien worden benaderd door een Duitse enquêteur. Deze groep wordt in tabel 2 geïndiceerd door de interactieterm *nationaliteit x stereotypering*, en men kan zien dat deze term geen significant effect heeft op de bereidheid tot medewerking aan een vervolgonderzoek ($\chi^2 = 0.2$; $df = 1$, $p = .67$). Hypothese 4 dient dus te worden verworpen, stereotypering heeft dus geen effect op discriminatie.

Uit tabel 3, waarin het gaat om de effecten van attitude tegenover Duitsers op de bereidheid om mee te werken aan een vervolgonquête, komt echter een heel ander beeld. De interactie *nationaliteit x attitude* is hier wel significant, en bovendien hebben de gevonden effecten de verwachte richting. Als iemand wordt benaderd door een Duitse enquêtrice, en die persoon vindt Duitsers onsympathiek, dan zal die persoon veel minder vaak meewerken aan een vervolgonderzoek. (Voor personen die benaderd worden door een Nederlandse enquêtrice geldt dit niet. Bij hen leidt meer sympathie voor Duitsers niet tot een verhoogde kans op het geven van een positieve respons.) Dit betekent dat hypothese 5 volledig ondersteund wordt. Een Duitse enquêtrice wordt minder positief bejegend dan een Nederlandse, en dat kan verklaard worden vanuit de negatieve attitudes tegenover Duitsers zoals die leven bij een deel van de bevolking.

Tabel 3

Bereidheid tot medewerking aan een vervolgonderzoek, voorspeld op basis van nationaliteit enquêtrice, attitude tegenover Duitsers, en de interactie nationaliteit x attitude (N = 121)

	b	s.e.	change in -2 log likelihood ^a	df	sig.of of change ^b	Exp(B)
nationaliteit enquêtrice	2.31	.713	17.7	1	.000	10.12
attitude tegenover Duitsers	1.66	.814	4.6	1	.016	5.26
nationaliteit x attitude	-1.17	.673	3.5	1	.031	.31
intercept	-2.24	.831	7.3	1	.003	.11

a Wald-statistic voor intercept

b eenzijdige toetsing

Om dit resultaat vlees en bloed te geven, vermelden we in tabel 4 wat voor de mensen die door een Duitse enquêtrice worden benaderd, de responspercentages naar attitude zijn. Attitude is dus duidelijk van invloed op de bereidheid mee te werken aan een vervolgonderzoek als een Duitse enquêtrice daarom vraagt.

Discussie

Ons onderzoek levert duidelijke aanwijzing op dat ook in een periode waarin er sprake is van een relatief ontspannen relatie tussen Nederland en

Tabel 4

Bereidheid tot medewerking aan een vervolgonderzoek, attitude tegenover Duitsers (Duitse enquêtrice)

attitude in 2000	% bereid in 2003	n
Duitsers zijn zeer onsympathiek	0%	2
Duitsers zijn onsympathiek	42,9%	14
Duitsers zijn sympathiek noch onsympathiek	59,1%	22
Duitsers zijn sympathiek	57,9%	38
Duitsers zijn zeer sympathiek	100,0%	3

Duitsland, Duitsers in Nederland gediscrimineerd worden. Onze Duitse enquêtrice werd minder positief bejegend dan de Nederlandse, ondanks het feit dat ze goed verstaanbaar Nederlands sprak en ondanks het feit dat ze precies hetzelfde interviewscript volgde als de Nederlandse enquêtrice. Hoe beperkt onze onderzoeksopzet ook was – er werd slechts gebruikgemaakt van één Nederlandse en één Duitse enquêtrice – ze werd in hoge mate gevalideerd door onze onderzoeksuitkomsten. Had iedereen, ongeacht zijn achtergrond, de Duitse enquêtrice gediscrimineerd, dan had men nog kunnen beweren dat de Duitse enquêtrice gewoon slechter was. Maar nu zij vooral negatief werd bejegend door mensen die eerder hadden aangegeven Duitsers onsympathiek te vinden, ligt maar één verklaring voor de hand. Het is de attitude ten aanzien van Duitsers die de discriminatie in de hand werkt.

De omvang van de discriminatie heeft ons verbaasd. Immers, de Nederlandse vooroordelen over Duitsers zouden slechts een folkloristisch gebruik zijn (Brouwer, 1968; Brouwer & Binnendijk, 1995) of een soort verlate verzetsdaad tegen het ethnocentrisme van de nationaalsocialisten (Von der Dunk, 1994). Van folkloristische gebruiken verwacht men over het algemeen dat ze ‘harmlos’ zijn en verlate verzetsdaden tegen buitenlands ethnocentrisme leken ons, zeker na 11 september 2001 en alle etnische spanningen die daarop volgden, een achterhaalde zaak te zijn. Maar onze data geven aan dat we ons daarin vergist hebben: Nederlanders blijken nog steeds over aanzienlijke anti-Duitse gevoelens te beschikken en zich daardoor te laten leiden. Ten gevolge daarvan moest onze Duitse enquêtrice bijna twee keer zoveel mensen bellen om een gelijk aantal respondenten bereid te vinden tot een enquête als onze Nederlandse enquêtrice.

Uiteraard is er ook wel een en ander af te dingen op ons onderzoek. In veel onderzoek naar vooroordeel worden variabelen als ‘vertrouwen in andere mensen’ en ‘waargenomen mate van reëel conflict’ meegenomen om vooroordeel te verklaren. Mede door beperkingen die aan de omvang van de vragenlijst gesteld werden – de oorspronkelijke enquête was een omnibusenquête waarin het onderzoek naar mediagebruik en vooroordeel naast andere onderwerpen aan de orde moest komen – is dat niet gebeurd. Hadden we deze variabelen meegenomen, dan hadden we mogelijk wat meer vooroordeel kunnen verklaren dan nu. Echter, voor de beantwoording van onze probleemstelling – waarin het vooral gaat om de consequenties van mediagebruik – lijkt ons het niet meenemen van deze variabelen geen probleem. We hebben namelijk geen dwingende reden om aan te nemen dat ‘vertrouwen in andere mensen’ en ‘waargenomen mate van reëel conflict’ causaal antecedent zijn ten aanzien van mediagebruik. We hebben derhalve ook geen reden aan te nemen dat de geschatte effecten van media-

gebruik in feite zijn te interpreteren als een schijnverband, veroorzaakt door 'vertrouwen in andere mensen' of 'waargenomen mate van reëel conflict'. Een beperking van ons onderzoek is verder dat we alleen maar de effecten van generieke blootstelling aan televisie hebben onderzocht. Hieruit kwam naar voren dat televisiekijken in het algemeen lijkt te leiden tot een wat negatief-stereotiepe kijk op Duitsers, en verder niets. Dit is een geruststellende constatering, maar daarbij moet wel worden aangetekend dat we gebruikmaakten van vrij kleine steekproeven ($N = 79$, $N = 123$). Dat wil zeggen dat de kans op een type-2-fout (het ten onrechte aannemen van de nulhypothese) niet te verwaarlozen is.

Verder willen we waarschuwen voor generalisaties als zou nu bewezen zijn dat mediagebruik nauwelijks van invloed is op vooroordeel ten aanzien van Duitsers. Die conclusie zou onjuist zijn, omdat we maar één aspect van mediagebruik (nl. generieke blootstelling aan televisie) hebben onderzocht. Maar het kan best zijn dat als we zouden kijken naar de consequenties van het kijken naar *specifieke genres*, we wel positieve of negatieve effecten zouden hebben gevonden. Het is bijvoorbeeld denkbaar dat het kijken naar Duitse detectives wat onbekendheid met Duitsers wegneemt en zo positieve gevoelens naar Duitsers kan faciliteren. Of dat de euforie rond het Duitse voetbal op het EK van 2006 een welwillendheid ten aanzien van Duitsers heeft gecreëerd in voetbalkijkend Nederland. Ook is het denkbaar dat het kijken naar films en rapportages over de Tweede Wereldoorlog juist negatieve consequenties heeft voor het Nederlandse beeld van Duitsland. Wij hebben uitsluitend gekeken naar de effecten van generieke blootstelling op vooroordeel, en daarbij – nu ook aan de hand van longitudinale data – gevonden dat dit een stereotiep beeld van Duitsers in de hand werkt. Deze bevinding draagt in onze optiek bij aan de versteviging van de positie van de sociaal-cognitieve cultivatietheorie. Toch is op dit terrein nog een veelheid aan vragen te onderzoeken, vragen die in een tijdperk van toenemende internationalisering niet snel hun belang zullen verliezen.

Noten

- 1 De hier gepresenteerde studie vormt onderdeel van het project 'Nederlanders ten opzichte van Duitsland en Duitsers' dat in 1996 werd geïnitieerd door prof. dr. K. Renckstorf, prof. dr. L.B. van Snippenburg en prof. dr. F. Dittmann-Kohli voor het Nijmeegse interfacultaire onderzoeksprogramma 'Kultur- und Kulturraumforschung'. Drs. Anita van den Broeke, van 1996 tot 2000 als aio verbonden aan de vakgroep Communicatiewetenschap, was belast met de uitvoering van dit onderzoek. Door haar is ook het voorstel gedaan voor het in dit onderzoek uitgevoerde experiment. De auteurs willen naast Anita van den Broeke ook Nina König bedanken voor haar bijdrage aan de totstandkoming van dit onderzoek.
- 2 Mediagebruik wordt in deze studie gebruikt als verzamelterm voor televisiekijken, radio luisteren, krant lezen, en andere vormen van zelfblootstelling aan een publiek toegankelijke informatiebron.
- 3 Andere recente voorbeelden van toepassing van het cultivatieperspectief op het thema 'minderheden en vooroordeel' zijn: Fujioka (1999), Vergeer (2000) en Sotirovic (2001). Sotirovic (2001) onderzocht het effect van televisiekijken op de manier waarop Amerikanen tegen uitkeringen ('welfare') en uitkeringsstrekkers aankijken, alsmede de gevolgen die dat beeld zou hebben voor de houding ten aanzien van het uitkeringsbeleid. Fujioka (1999) onderzocht eveneens voor de vs de gevolgen van televisiekijken op hou-

- dingen ten aanzien van zwarten, en vond dat met name bij groepen die weinig contact hadden met zwarten, de televisie bijdroeg aan de vorming van stereotypen met betrekking tot deze groep. Vergeer (2000), ten slotte, heeft vanuit een cultivatieperspectief onderzocht of televisiekijken en het lezen van dagbladen van invloed zijn op de mate waarin autochtone Nederlanders zich bedreigd voelen door hun allochtone landgenoten.
- 4 In de sociologie van Schutz en Luckmann (1973, 1989) wordt dit aangeduid met de term 'typificatie'; in de cognitieve psychologie onder andere met termen als 'prototype-extractie' en 'schema-abstractie' (Shapiro & Lang, 1991).
 - 5 Dit wil overigens niet zeggen dat dergelijke stereotypen niet bijgestuurd kunnen worden of anderszins 'onschadelijk' gemaakt kunnen worden, zie hiervoor (Devine, 1989; Logan, 1989; Macrae & Bodenhausen, 2001; Shapiro & Lang, 1991).
 - 6 In veel onderzoeken is langdurig televisiekijken een significante voorspeller is van televisiespecifieke cultivatieoordelen. Worden bijvoorbeeld homoseksuelen op televisie vaak als kunstminnend neergezet, dan zullen veelkijkers wat vaker dan anderen het percentage homoseksuele museumdirecteuren overschatten. Hierbij gaat het doorgaans om een zwak statistisch effect, dat echter niet verdwijnt wanneer er voor derde variabelen wordt gecontroleerd (Shrum, 1995; 2004). De verklaring voor dit effect is mogelijk gelegen in het feit dat televisiekijken selectief bepaalde beelden in het geheugen bereikbaar maakt en houdt (Shapiro & Lang, 1991; Shrum, 2004).
 - 7 Wij hanteren hier een definitie die iets ruimer is dan die van Shrum (2004). Deze beschouwt alleen oordelen waarbij naar percentages of aantallen gevraagd wordt als eerste-orde-oordelen, en naar alle andere beliefs en attitudes als oordelen van de tweede orde. In hetzelfde artikel stelt Shrum echter ook dat eerste-orde-oordelen voor een belangrijk deel bestaan uit 'exemplars' die uit het langetermijngeheugen worden opgediept. En aangezien onderzoek naar het gebruik van exemplars stereotypen beschouwt als een soort exemplar (namelijk een dat betrekking heeft op mensen, zie Macrae, Bodenhausen, Milne, Castelli, Schloerscheidt & Greco, 1998) is er inhoudelijk gezien veel dat ervoor pleit om stereotypen te interpreteren als eerste-orde-oordelen. Fujioka (1999) en Sotirovic (2001), die zich expliciet met stereotypering en cultivatie hebben beziggehouden, behandelen stereotypen ook als zodanig; ze schetsen de samenhang tussen mediagebruik en stereotypering als ging het om een relatie tussen mediagebruik en eerste-ordecultivatie-oordelen.

Literatuur

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Allport, G.W. (1954). *The nature of prejudice*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Bilandzic, H. & Rössler, P. (2004). Life according to television. Implications of genre-specific cultivation effects: The gratification/cultivation model. *Communications: The European Journal of Communication Research*, 29, 295-326.
- Bonfadelli, H. (1981). *Die Sozialisationsperspektive in der Massenkommunikationsforschung: neue Ansätze, Methoden und Resultate zur Stellung der Massenmedien im Leben der Kinder und Jugendlichen*. Berlin: Spiess.
- Brouwer, M. (1968). *Stereotypen als folklore*. Vinkeveen: Fringilla.
- Brouwer, M. & Binnendijk, N. (1995). *Do Dutch youngsters really hate the Germans?* Paper. Den Haag: WAPOR.
- Bryant, J. & Miron, D. (2004) Theory and research in mass communication. *Journal of Communication*, 54, 662-704.
- Corenblum, B. & Stephan, W.G. (2001). White fears and native apprehensions: An integrated threat theory approach to intergroup attitudes. *Canadian Journal of Behavioral Science*, 33, 251-268.

- Dekker, H.**, Aspeslagh, R. & Du Bois-Reymond, M. (1997). *Duitsland in beeld. Gemengde gevoelens blootgelegd*. Lisse: Swets & Zeitlinger.
- Dekker, H.**, Aspeslagh, R. & Winkel, B. (1998). *Burenverdriet. Attituden ten aanzien van de lidstaten van de Europese Unie*. Den Haag: Clingendael.
- Devine, P.G.** (1989). Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 5-18.
- Dines, G.** & Humez, J.M. (Eds.). (1995). *Gender, race and class in media: A text-reader*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dunk, H.W. von der** (1994). *Twee burenen, twee culturen: Opstellen over Nederland en Duitsland*. Amsterdam: Prometheus.
- Eagly, A.H.** & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Londen: Harcourt Brace Jovanovich.
- Eckes, T.** & Six, B. (1994). Fakten und Fiktionen in der Einstellungs-Verhaltens-Forschung: Eine Meta-Analyse. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 25, 253-271.
- Entman, R.M.** (1990). Modern racism and the images of blacks in local television news. *Critical Studies in Mass Communication*, 7, nr. 4, 332-345.
- Entman, R.M.** (1992). Blacks in the news: Television, modern racism and cultural change. *Journalism Quarterly*, 69, nr. 2, 341-361.
- First, A.** (1998). Who is the enemy. *Gazette*, 60, nr. 3, 239-251.
- Fishbein, M.** & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Forbes, H.D.** (2004). Ethnic conflict and the contact hypothesis. In Y.T. Lee, C. McCauley, F. Moghadam & S. Worchel (Eds.), *The psychology of ethnic and cultural conflict* (pp. 69-81). Westport, CN: Praeger Press.
- Fujioka, Y.** (1999). Television portrayals and African-American stereotypes: Examination of television effects when direct contact is lacking. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 76, 52-73.
- Hamilton, D.L.** & Trolhier, T.K. (1986). Stereotypes and stereotyping: An overview of the cognitive approach. In J.F. Dovidio & S.L. Gaertner (Eds.), *Prejudice, discrimination and racism* (pp 63-127). Londen: Academic Press.
- Hawkins, R.P.** & Pingree, S. (1982). Television's influence on constructions of social reality. In D. Pearl, L. Bouthilet & J. Lazar (Eds.), *Television and behavior: Ten years of scientific progress and implications for the eighties, Vol. 2* (pp. 224-247). Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- Jansen, L.B.** (1993). *Bekend en onbemand. Het beeld van Duitsland en Duitsers onder jongeren van vijftien tot negentien jaar*. Den Haag: Clingendael.
- Konig, R.P.** (1997). *Christelijke religie en antisemitisme in Nederland 1990: Een sociaal-wetenschappelijk onderzoek*. Kampen: Kok.
- Konig, R.**, Jacobs, E., Hendriks Vettehen, P., Renckstorf, K. & Beentjes, H. (2005). *Media use in the Netherlands 2000: Documentation of a national survey*. Steimetz Archive Codebook P1655. Den Haag: DANS – Data Archiving and Networked Services.
- Lind, R.A.** (1996). Diverse interpretations: The 'relevance' of race in the construction of meaning in, and the evaluation of, a television news story. *Howard Journal of Communications*, 7, nr. 1, 53-74.
- Logan, G.D.** (1989). Automaticity and cognitive control. In J.S. Uleman & J.A. Bargh (Eds.), *Unintended thought* (pp. 52-74). New York: Guilford.
- Macrae, C.N.**, Bodenhausen, G.V., Milne, A.B., Castelli, L., Schloerscheidt, A.M. & Greco, S. (1998). On activating exemplars. *Journal of Experimental Social Psychology*, 34, 330-354.
- Macrae, C.N.** & Bodenhausen, G.V. (2001). Social cognition: Categorical person perception. *British Journal of Psychology*, 92, 239-255.
- Maddens, B.**, Billiet, J. & Beerten, R. (2000). National identity and the attitude towards

- foreigners in multi-national states: the case of Belgium. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 26, 45-60.
- Manstead, A.S.R.** (1996). *Attitudes and behaviour*. In G.R. Semin & K. Fiedler. (Eds.), *Applied social psychology* (pp. 3-29). Londen: Sage.
- Oliver, M.B.** (1994). Portrayals of crime, race, and aggression in 'reality-based' police shows: A content analysis. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 38, nr. 2, 179-192.
- Oudenhoven, J.P. van** (2000a). Nederlanders over Duitsers: enkele empirische gegevens. In J.C.P.M. Vis & G. Moldenhauer (Red.), *Nederland en Duitsland: elkaar kennen en begrijpen*. Assen: Van Gorcum.
- Oudenhoven, J.P. van** (2000b). Ontstaan en functie van vooroordelen en stereotypen. In J.C.P.M. Vis & G. Moldenhauer (Red.), *Nederland en Duitsland: elkaar kennen en begrijpen*. Assen: Van Gorcum.
- Oudenhoven, J.P. van**, Askevis-Leherpeux, F., Hannover, B., Jaarsma, R. & Dardenne B. (2002). Asymmetrical international attitudes. *European Journal of Social Psychology*, 32, 275-289.
- Parisi, P.** (1998). The New York Times looks at one block in Harlem: Narratives of race in journalism. *Critical Studies in Mass Communication*, 15, nr. 3, 236-254.
- Petty, R.E. & Cacioppo, J.T.** (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. In L. Berkovitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology*. Vol. 19 (pp. 123-205). New York: Academic Press.
- Potter, W.J.** (1993). Cultivation theory and research: A conceptual critique. *Human Communication Research*, 19, 564-601.
- Renckstorf, K. & Lange, O.** (1990). *Niederländer über Duetsche. Eine empirische Studie zur Exploration des Bildes der Niederländer von Duetschen*. Nijmegen: Stichting Centrum voor Duitslandstudies.
- Renckstorf, K. & Wester, F.** (2001). The 'media use as social action' approach: Theory, methodology, and research evidence so far. *Communications: The European Journal of Communication Research*, 26, 389-420.
- Renckstorf, K.**, Wester, F., Pleijter, A., Hoebink, H., Pöhls, U. & Megen, J. van (in druk). *Kommentare und Berichte von der andere Seite der Grenze. Eine empirische Studie zur Berichterstattung der tagesaktuellen Printmedien im deutsch-niederländischen Grenzraum, 1946-1999*.
- Romer, D.**, Jamieson, K.H. & De Coteau, N.J. (1998). The treatment of persons of color in local television news: Ethnic blame discourse or realistic group conflict?. *Communication Research*, 25, nr. 3, 286-305.
- Schiappa, E.**, Gregg, P.B. & Hewes, D.E. (2005). The parasocial contact hypothesis. *Communication Monographs*, 72, 92-115
- Schmidt, H.** (1992). Vorurteile und discriminerendes Verhalten: Eine Meta-analyse. *Gruppendynamik*, 23, 389-414.
- Schutz, A. & Luckmann, T.** (1973). *The structures of the life world*, Vol. 1. Evanston: North Western University Press.
- Schutz, A. & Luckmann, T.** (1989). *The structures of the life world*, Vol 2). Evanston: North Western University Press.
- Shapiro, M.A.** (1991). Memory and decision processes in the construction of social reality. *Communication Research*, 18, 3-24.
- Shapiro, M. & Lang, A.** (1991). Making television reality: Unconscious processes in the construction of social reality. *Communication Research*, 18, 685-705.
- Shrum, L.J.** (1995). Assessing the social influence of television: A social cognition perspective on cultivation effects. *Communication Research*, 22, 402-429.
- Shrum, L.J.** (2004). The cognitive processes underlying cultivation effects are a function of whether the judgments are on-line or memory-based. *Communications*, 29, 327-344.

- Sotirovic, M.** (2001). Media Use and Perceptions of Welfare. *Journal of Communication*, 51, 750-774.
- Stappers, J.G.,** Reijnders, N. & Möller, W. (1990). *De werking van de massamedia. Een overzicht van inzichten.* Amsterdam: Arbeiderspers.
- TNS Emnid** (2004). *Image von Deutschland – Fußballweltmeisterschaft 2006: Ergebnisse einer Repräsentativbefragung in den Ländern Brasilien, Dänemark, Frankreich, Großbritannien, Italien, Mexiko, Niederlande, Polen, Russland, Südafrika und USA.* Bielefeld: TNS Emnid.
- Vergeer, M.** (2000). *Een gekleurde blik op de wereld. Een studie naar de relatie tussen blootstelling aan media en opvattingen over etnische minderheden.* Amsterdam: Thela thesis.
- Westerik, H.** (2004). The stereotypical portrayal of Germans and its effect on a Dutch audience. Patterns in television news use. In K. Renckstorf, D. McQuail, J.E. Rosenbaum & G. Schaap (Eds.), *Action theory and communication research: Recent developments in Europe* (pp. 253-277). Berlijn: Mouton de Gruyter.
- Winkel, B.** (1997). *Das Leiden des jungen Deutschlands. Houdingen van Nederlandse schoolgaande jongeren ten aanzien van landen in Europa en hun verklaring.* Doctoraalscriptie Vakgroep Politieke Wetenschappen. Leiden: Rijksuniversiteit Leiden.
- Zajonc, R.** (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9, 1-29.

Abstract

Henk Westerik, Lisette Douma, and Ruben Konig

Watching television, stereotyping, attitude formation and discrimination of Germans

This study investigates the influence of television viewing on the formation and persistence of negative stereotypes of, negative attitudes towards, and discrimination of Germans in Dutch society. Results of a field experiment held in June 2003 ($N = 123$) reveal that discriminatory

behaviour towards Germans is still widespread in the Netherlands. Such behaviour was particularly common among persons who had expressed negative attitude towards Germans in January 2000. Analysis of cross lagged correlations on a sub sample ($N = 79$) reveals that television viewing in January 2000 had no significant impact on negative attitudes towards Germans in June 2003, but it did have an effect on stereotyping of Germans in June 2003.

Keywords

intergroup relations, stereotypes, attitudes, prejudice, discrimination, television, German, Germans, Dutch