

**Moslims in de media:
de mythe van de registrerende journalistiek***



W. Shadid

Nationale en internationale gebeurtenissen waarbij personen met islamitische achtergrond betrokken waren, hebben ook in de Nederlandse samenleving interetnische spanningen teweeggebracht. Onderzoek van het Amerikaans PEW Research Center toonde in 2005 aan dat Nederlanders het meest negatief staan tegenover moslims en de islam in vergelijking met Noord-Amerika, een aantal Europese landen, India en China. Het aantal behaalde Tweede-Kamerzetels van (extreem)rechtse partijen met een anti-islamprogramma en hun verwachte zetelwinst in de opiniepeilingen wijzen eveneens in de richting van een groeiend anti-islamitisch discours.

De gespannen verhouding met moslims staat ook centraal in de *Integratienota* van het huidige kabinet (ministerie van VROM 2007: 12). De oorzaak wordt gezocht in toenemende zichtbaarheid van de islam, criminaliteit en radicalisering van enkele islamitische jongeren. Het rapport van de Europese Commissie tegen Racisme en Intolerantie (ECRI 2008: 6 en 38) over Nederland benadert de situatie echter vanuit een ander perspectief. De Commissie stelt dat moslims in Nederland onderworpen zijn aan stereotyperend, stigmatiserend en soms ronduit racistisch politiek taalgebruik, vooringenomen mediaberichtgeving en buitenproportionele aandacht voor veiligheids- en ander beleid. Een vergelijkbaar beeld met betrekking tot allochtonen wordt ontvouwd in rapporten van dezelfde commissie over andere landen van de Europese Unie, zoals België, Duitsland en Frankrijk, en komt eveneens naar voren in wetenschappelijk onderzoek.

Het rapport van de ECRI is niet het enige document dat een causale relatie legt tussen de slechte positie van moslims in Nederland en de wijze waarop in de media over hen wordt gerapporteerd. Herhaaldelijk toont onderzoek aan dat de wijze waarop de media in Europa en Amerika rapporteren over allochtonen, moslims in het bijzonder, niet adequaat is en derhalve direct of indirect een rol speelt bij de verspreiding van negatieve beeldvorming over hen (zie Shadid 2005). Sommigen verdedigen de stelling dat de media zelfs bijdragen aan racisme, maar dan wel in de zin van het *modern racisme discours*. Hiervan is sprake wanneer een bepaalde groep niet op grond van ras als zodanig, maar op grond van cultuur of religie als inferieur wordt beschouwd. Volgens Campbell (1995: 57-58) is er al sprake *alledaags racisme* bij het ontbreken van allochtone journalis-

ten in mediabedrijven en Van Dijk (2000: 33) spreekt van *nieuw racisme* wanneer allochtonen als ‘anders’ worden beschouwd.

Racisme en aanverwante begrippen zijn overigens niet absoluut, maar context- en tijdgebonden. Daarvan getuigt het verschil in de maatschappelijke en juridische reacties op uitlatingen van Wilders van de Partij voor de Vrijheid (PVV) enerzijds en Janmaat van de Centrum Democraten (CD) in 1996 en Glimmerveen van de Nederlandse Volks Unie (NVU) in 2003 anderzijds.

Wat de mening van de groepen zelf aangaat, laat TNS NIPO zien dat 63 procent van de moslims de berichtgeving over henzelf in de Nederlandse media als negatief ervaart (persbericht TNS NIPO: 27 augustus 2005; zie ook d'Haenens, Beentjens and Bink 2000). Voor Vlaanderen geldt een soortgelijk beeld. Devroe (2004:12-14) heeft aangetoond dat Turkse en Marokkaanse Belgen teleurgesteld zijn omdat hun etnische groepen zelden voorkomen in fictie, praatprogramma's, reality tv en andere entertainment-programma's. Worden ze wel gepresenteerd, dan gebeurt dat op stereotyperende en negatieve wijze waardoor ze zich uitgesloten en niet serieus genomen voelen.

Hoewel de via de media verspreide beeldvorming van de islam en moslims overwegend negatief is, is het totale beeld overigens complex en verre van eenduidig. Frequentie van media-aandacht en de lading daarvan variëren naar gelang het type medium (krant, tv, radio, en film), de verspreidingsradius van het medium (nationaal versus regionaal) en de context (publicatietijdstip en thema). Daarnaast doen zich binnen elk mediumtype afzonderlijk verschillen voor, die mede afhangen van de vraag of het bericht de binnenlandse of buitenlandse islam betreft. Het is met andere woorden niet één type medium dat voortdurend negatief bericht over de islam en derhalve aansprakelijk kan worden gesteld voor de geconstateerde stigmatisering. Alle kranten en alle actualiteitsrubrieken rapporteren als het om de islam of moslims gaat *af en toe* minder zorgvuldig en maken zich *nu en dan* schuldig aan sensatie en stigmatisering. Journalisten en mediaproductanten in de westerse wereld reageren uiterst verontwaardigd op dergelijke bevindingen en aantijgingen en stellen dat ze in hun berichtgeving alleen feiten en opvattingen weergeven die in de samenleving bestaan. Maar beschikken de media over zoveel macht dat zij dergelijk effecten bij het publiek kunnen bewerkstelligen?

1. Media-effecten: een theoretische reflectie

Een breed spectrum aan theorieën is reeds voorhanden ter verklaring van de effecten van de media op het publiek en vice versa. (zie onder andere Laughey 2007 en De Boer en Brennecke 2003). In deze bijdrage zal

alleen aandacht worden geschonken aan de *agendasettingtheorie* met 'framing' en 'priming' als onderdelen en aan enkele relevante empirische onderzoeksbevindingen op dat terrein. De Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (2007: 145) is van mening dat de media ontegenzeggelijk een steeds belangrijker rol zijn gaan spelen. 'Ten eerste functioneren ze als vindplaats van normen en weerspiegelen ze bepaalde normen uit de samenleving. Ten tweede is het een plek waar afwegingen worden gemaakt over wat wel en niet wordt getoond, en waar dus bepaalde posities, standpunten en personen meer aandacht krijgen dan andere. De media reguleren in dat opzicht in belangrijke mate het publieke debat, en daarmee de arena waarin normen besproken en vastgesteld worden.'

De invloed van de media is in het onderzoek van Vliegenhart (2007: 382) naar de relatie tussen media-aandacht en steun voor anti-immigratiepartijen in Nederland aangetoond. Hij laat zien dat er sprake is van een opwaartse spiraal: meer aandacht leidt tot stijging van de aanhang van deze partijen in de opiniepeilingen, die op zijn beurt weer tot meer aandacht leidt. Zo dragen ze sterk bij aan hun electorale succes.

Het effect van de media op het publiek is overigens niet onvoorwaardelijk, maar hangt in verregaande mate af van tal van factoren, waaronder de consistentie van de aangeboden informatie en persoonlijke kenmerken van mediagebruikers (vgl. De Vreese en Boomgaarden, 2006^a: 430; 2006^b: 22). De media dienen als gevolg van hun macht zorgvuldigheid te betrachten bij het presenteren van informatie. De maatschappelijke-verantwoordelijkheidstheorie legt de morele verplichting op de schouders van de sector: media moeten naar 'waarheid' zoeken, zonder vooroordelen rapporteren en de berichtgeving op een verantwoorde manier conceptualiseren. Ook zouden de media debatten moeten stimuleren en een vrij podium moeten zijn voor alle meningen in de samenleving. De maatschappelijke verantwoordelijkheid vereist dat de media aan zelfregulering doen. Wanneer dat niet in voldoende mate gebeurt en het publieke belang in gevaar dreigt te komen, zou de samenleving onder bepaalde omstandigheden moeten kunnen ingrijpen (zie McQuail 2005: 169vv).

Agendasetting: framing en priming

De agendasettingstheorie is ontstaan als reactie op de vergelijking van de media met een injectienaald die het publiek als het ware vol met ideeën kan spuiten. De theorie gaat ervan uit dat de agenda's van de media en het publiek elkaar wederzijds beïnvloeden. Wat de media centraal stellen, hangt vooral af van wat het publiek belangrijk vindt (de publieke agenda) en dat wordt op zijn beurt aangereikt door de media-agenda. Aandacht

voor de islam is weliswaar door enkele politici aangekaart, maar het is de intensieve aandacht van de pers die geleid heeft tot een verhoogde publieke belangstelling die op zijn beurt tot gevolg heeft gehad dat politici het thema een centrale plaats in hun programma's zijn gaan geven.

Met *priming* verschaffen de media kernthema's waarmee mediagebruikers verantwoordelijke personen zullen evalueren. Wanneer politici in de media gedurende een bepaalde periode de nadruk leggen op bijvoorbeeld het gevaar van terrorisme, immigratie of criminaliteit, gebruikt het publiek die thema's als maatstaf bij zijn beoordeling. Het effect van priming is overigens niet absoluut, maar hangt onder andere af van de mate van politieke kennis, blootstelling aan de media en het vertrouwen in de nieuwsbron (vgl. De Vreese en Boomgaarden 2006^a: 422). De lading van de gegeven informatie wordt voornamelijk door 'framing' overgebracht en is van minder belang bij priming.

Framing is de wijze waarop mediaproducten, zoals berichten, tv- en radioprogramma's worden gepresenteerd en de lading die eraan wordt gegeven. Framen betekent volgens Entman (gecit. McQuail 2005: 378) het selecteren en accentueren van sommige aspecten van een gebeurtenis om die beter zichtbaar te maken in een communicatietekst. Frames worden gebruikt om problemen te definiëren, oorzaken aan te geven, morele evaluatie en oplossingen te verschaffen. Ze vervullen vooral voor de journalist, de mediaorganisatie en ook de mediagebruiker een ordenende functie. Framen heeft invloed op de wijze waarop de gebruikers het nieuws interpreteren en er waarde aan toekennen (zie Scheufele en Tewksbury 2007).

Toegesplitst op de praktijk van het onderhavige onderwerp betekenen krantenkoppen als 'Klassieke denkers achter de polderterrorist' en 'Turkse jongeren radicaliseren' dat mediagebruikers terrorisme en radicalisering als belangrijke aspecten gaan zien bij hun oordeelsvorming over het behandelde onderwerp. Door de gekozen bewoordingen draagt de opiniemaker zijn negatieve oordeel over op de mediagebruiker. Meninge kunnen ook met behulp van andere *framing devices* zoals foto's, metaforen en beschrijvingen, worden overgedragen. Van Gorp (2006: 250) brengt echter een onderscheid aan tussen framing *door* en framing *via* de media. In het eerste geval komt de journalist tot een bepaald frame bij het (re)presenteren van een gebeurtenis, terwijl framing *via* de media kadere betreft die verwerkt zijn in de boodschap van anderen, bijvoorbeeld politici. De keuze om een uitspraak wel of niet weer te geven, de gebruikte framing devices, de plaats van de uitspraak in het bericht en de exacte formulering daarvan zijn met andere woorden meer het resultaat van journalistieke beslissingen dan de vele aanhalingstekens in de krant doen vermoeden.

De framebenadering is in onderzoek naar de media en islam geregeld toegepast (vgl. Bos 2002 en d'Haenens en Bink 2006: 352). Bij de formulering van frames in deze bijdrage heb ik gebruik gemaakt van de deductieve benadering zoals uiteengezet door Semetko en Valkenburg (2000: 94): op basis van een veronderstelde inhoud van frames wordt gekeken of die inhoud door empirisch onderzoek kan worden bevestigd. In dat verband kunnen we het etnocentrismeframe, het stigmatiseringsframe, het lekenframe en het culturele-generaliseringsframe onderscheiden.

2. Mediaframes over de islam in de praktijk

De stelling in dit artikel is dat (re)presentatie van de islam en moslims in de media plaatsvindt via een aantal specifieke en goeddeels negatieve frames. Verwijzend naar de resultaten van onderzoek van de WRR (2007: 146) de gang van zaken als volgt samen: 'De meeste gesprekken die gevoerd worden op tv worden bevolkt door dezelfde mensen, waarbij bovendien een echt gesprek vaak niet van de grond komt. Wij/zij-tegenstellingen domineren. Dit geldt evenzeer voor de landelijke kranten. Autochtone columnisten en redactieleden voeren vaak sterk de boventoon. Zo namen zij 72 procent van de opiniërende artikelen voor hun rekening over onderwerpen die met de multiculturele samenleving, en specifiek moslims en de islam, te maken hadden. Allochtonen zijn weinig aan het woord, terwijl ze voortdurend onderwerp van gesprek zijn. Er wordt over hen gepraat – ze praten zelf niet mee.'

Hoewel het empirisch onderzoek, zoals hierboven opgemerkt, een gevarieerd beeld laat zien, zal in deze bijdrage worden nagegaan of in recente onderzoeksresultaten bewijzen gevonden kunnen worden voor de hierboven genoemde frames. Wegens beperkte ruimte zal voor additionele bewijsvoering hier en daar slechts worden verwezen naar relevante literatuur.

(1) HET ETNOCENTRISMEFRAME

Met behulp hiervan worden mediagebruikers vertrouwd gemaakt met een 'wij-zij'-tegenstelling en met 'onze' versus 'hun' cultuur, waarbij de eerstgenoemde beter respectievelijk hoger wordt gewaardeerd. Die aanpak komt volgens Van Dijk (2000 en 2000^a) veel voor in de westerse media, voornamelijk veroorzaakt door de elite die de toegang tot het nieuws reguleert.

Een wij-zij-tegenstelling was ook duidelijk herkenbaar in de berichtgeving direct na de aanslagen van 11 september 2001. Het was opvallend

dat *de Volkskrant* veel Amerikaanse analisten aan het woord liet en een toespraak van president Bush op de opiniepagina afdruckte (Fennema 2001: 2 en 4-5). Met die presentatie portretteerde het dagblad de islam als de vijand van het Westen en sloot daarmee aan bij het heersende politieke discours. President Bush sprak in dit verband van 'the crusades' en trok een vergelijking met de aanval op Pearl Harbor; en voormalig premier Kok typeerde de aanslag als een aanslag van *de islam* op *de gehele westerse wereld*.

Een kenmerk van het ethocentrismeframe is ook dat het verwaarloost dat de groepen in kwestie tot de 'wij'-groep behoren. De pers spreekt in Nederland voortdurend van Marokkanen en Turken en zelfs van Turkse Tweede-Kamerleden. De studie van Devroe (2007: 125 en 150) naar de voorstelling van minderheden in het nieuws in België liet ook zien dat er bijna nooit, in de kranten noch in de journaals, werd verwezen naar de mogelijk Belgische nationaliteit van betrokken allochtonen. Er werd duidelijk veel vaker verwezen naar en nadruk gelegd op hun etnische herkomst.

Dat de media weinig rapporteren over discriminatie en racisme is eveneens een indicatie voor een ethocentrismeframe. De studie van Devroe (2007: 152) toonde aan dat er in het Vlaamse nieuws beduidend minder aandacht was voor racisme en discriminatie (5,8 en 2,8 procent respectievelijk in kranten en journaals), wat niet overeenkwam met wat doorgaans werd vastgesteld in internationaal onderzoek.

(2) HET STIGMATISERINGSFRAME

Hoofdkenmerk van dit frame is dat allochtonen en moslims worden gepresenteerd als probleemgroepen: ze worden meer dan strikt noodzakelijk in verband gebracht met criminaliteit, misdaad, misbruik van sociale voorzieningen, terrorisme, werkloosheid en drugs.

Het onderzoek van Ter Wal et al. (2004: 944) naar (re)presentatie van etnische mindereden in diverse kranten van de vijftien lidstaten van de Europese Unie toonde aan dat meer dan eenderde van de krantenartikelen betrekking had op negatieve onderwerpen zoals criminaliteit, geweld en extremisme. Als andere controversiële onderwerpen zoals segregatie, illegaliteit en asiel erbij werden betrokken, steeg het tot 54 procent van alle berichten met een 'etnische' dimensie en zelfs tot 72 procent in de tabloidbladen. In het 'kijkerspanel nieuws en actualiteiten' was het beeld niet anders. Sterk en Fun Liu (2004: 8) vonden dat 37 van de 46 items negatieve associaties bevatten over Marokkanen en/of moslims: associaties met onveiligheid, criminaliteit, religieus-fundamentalisme en achterstand in het algemeen.

Het anti-islamitische discours in de politiek wordt volgens de ECRI (2008: 39-40) door de media overgedragen. 'Typerend voor dit discours was het spreken over moslims in termen van invasies die het land overspoelen en derhalve een majeure bedreiging van de nationale veiligheid en identiteit vertegenwoordigen. In dit verband is beleid voorgesteld om de grenzen voor moslims te sluiten. De Islam is tevens omschreven als een in essentie gewelddadige godsdienst, waarvan moslims vele aspecten zouden moeten opgeven om zich aan het leven in Nederland aan te passen.' De Commissie stelde ten slotte dat deze situatie is versterkt door excessieve generaliseringen en door berichtgeving in de media, waarbij moslims en terrorisme met elkaar in verband werden gebracht.

Studies van Staes (1996: 99 en 105-106) naar de berichtgeving over allochtonen in de Vlaamse pers en van d'Haenens en Saeys (1996) naar het televisiejournaal in Vlaanderen toonden een vergelijkbaar beeld aan. Ongeveer eenderde van de artikelen die geschreven werden in het kader van de routineberichtgeving, behandelde een onderwerp dat met criminaliteit te maken heeft. Vermelding van nationaliteit, meestal de Marokkaanse, of geboorteland kwam eveneens in meer dan de helft van het totale aantal artikelen voor. Een vergelijkbare sombere conclusie trok Devroe (2007: 104 en 116) aan de hand van de negentien artikelen over minderheden die in haar onderzoeksperiode op de voorpagina van Belgische kranten stonden. Die artikelen gingen goeddeels over criminaliteit waarvan de helft met een foto werd geïllustreerd en in tweederde van de berichten werd de etnische afkomst van de dader vermeld. Hetzelfde liet het onderzoek van Leurdijk (1999: 202) zien. Zij bestreed daarbij de opvatting dat er in de jaren negentig een taboe rustte op dat onderwerp en dat journalisten toch zelfcensuur zouden hebben toegepast. Haar inhoudsanalyse toonde aan dat criminaliteit, werkloosheid en de problematiek van de oude stadswijken in de bestudeerde rtv-programma's breed werden uitgemeten.

(3) HET LEKENFRAME

Hoofdkenmerk hiervan is dat allochtonen en moslims relatief weinig kans krijgen om hun mening te ventileren en dat ze vooral als leken en niet als deskundigen worden gepresenteerd. Phalet en Ter Wal (2004: 14) constateerden in hun onderzoek dat de discussie over de islam en de multiculturele samenleving op de opiniëpagina's van *de Volkskrant* in hoge mate werd gevoerd door autochtone opiniemakers en briefschrijvers. Etnische minderheden kwamen in de door Leurdijk (2004: 6) geanalyseerde artikelen van regionale kranten eveneens nauwelijks voor in gezaghebbende posities, maar voornamelijk als 'gewone mensen'. (Zie ook Leurdijk 1999: 153 voor wat betreft televisiejournalistiek). Devroe (2007: 118) leverde enkele cijfers voor de situatie in België. Van de geïnterviewde

autochtonen in verband met misdaadberichtgeving in kranten bleek 87 procent als deskundige te zijn benaderd, terwijl dat slechts voor circa 37 procent van de allochtonen gold.

Het niet onderkennen van de allochtone identiteit bij specifieke optredens is eveneens een kenmerk van het lekenframe. De Bruin (2003: 92 en 98) analyseerde de rollen van allochtone acteurs in Nederlandse televisiedrama's en kwam tot de verrassende conclusie dat etniciteit van allochtonen in de onderzochte series 'leeg' wordt gelaten. Allochtone personages werden enigszins gelijkgesteld aan 'witte' personages. Hoewel eerstgenoemden zich als 'witte' Nederlanders gedroegen, werden ze toch gepresenteerd als minder goed opgenomen in de familiekring en minder behorend tot de gemeenschap dan de meeste 'witte' personages. Ook in het 'kijkerspaneel televisiedrama 2004' (zie Sterk en Balgobind 2005: 17-24) bleek dat bij 28 van de 30 allochtone personages de kijker alleen door de huidkleur van de acteurs werd geïnformeerd over hun etnische achtergrond.

Het aandeel van allochtonen in tv-programma's werd ook ontvouwd in de diversiteitsmonitor. In NPO (2008^a: 26-7) kwam het aandeel van blanke en niet-blanke personages in de programma's op respectievelijk 81.5 en 11.3 procent. Slechts in een relatief klein aantal gevallen werden gekleurde personen echter in functies als interviewer, verslaggever, deskundige, woordvoerder of redenaar aangetroffen. De cijfers in de monitormetingen zijn nog enigszins geflatteerd. Etnische diversiteit werd namelijk gemeten aan de hand van uiterlijke kenmerken zoals huidkleur, haarsoort, haarkleur, oogvorm, kleding, een 'buitenlandse naam', enzovoorts. Hele blokken tv-uitzendingen werden onderzocht en dus waren ook buitenlandse films, sportwedstrijden en talkshows in de analyse betrokken. Als gevolg hiervan werd bijvoorbeeld Kofi Annan die een toespraak hield over een internationale kwestie als man, zwart en zwarte deskundige gerekend (zie ook Lardon en Doens 2004 en Koeman et al. 2005).

(4) HET CULTURELE-GENERALISERINGSFRAME

Met behulp van dit frame worden Marokkaanse en Turkse Nederlanders gepresenteerd als één homogene groep en als moslims bij wie de religieuze identiteit alle andere sociale identiteiten overwoekert. De uniciteit van het individu wordt daarmee ernstig tekort gedaan.

Volgens Fennema (2001: 23) werden vertegenwoordigers van de moslimgemeenschap door de media vaak opgevoerd als vertegenwoordigers van *de* moslims in Nederland, iets wat zij per definitie niet kunnen zijn, omdat de islam geen hiërarchisch georganiseerde geloofsgemeenschap is en Nederlandse moslims sterk verdeeld zijn langs etnische scheidslijnen.

In de Belgische pers werden Turkse en Marokkaanse Belgen voorgesteld als één homogene groep. Wanneer de artikelen over enkele personen gingen, werden zij geregeld als leden van groepen gepresenteerd en niet als zelfstandige individuen. Als ze in de pers direct aan bod kwamen, ging dat meestal over of omwille van hun allochtoon zijn (Staes 1996: 100 en 106; Devroe 2007: 128).

Gebrek aan culturele of religieuze differentiatie in de berichtgeving wordt ook in ander onderzoek bevestigd. In het 'kijkerspanel nieuws en actualiteiten' merkten Sterk en Fun Liu (2004: 8) op dat diversiteit binnen etnische minderheidsgroepen vrijwel nooit zichtbaar werd in de bestudeerde items. Autochtonen werden daarentegen wel gevarieerd afgebeeld. Dat gebrek aan variatie verkleint volgens hen de kans 'dat kijkers personen uit etnische en religieuze minderheidsgroepen gaan zien als individuen in plaats van dragers van groepskenmerken'.

Een ander belangrijk punt is dat met dit frame religie overmatig wordt benadrukt en het negatieve gedrag van de groepsleden primair wordt verklaard vanuit hun religieuze achtergrond, de zogenaamde *cultuurfixatie*. Sociaal-economische factoren worden als verklaringsgronden systematisch verwaarloosd. In de verslaggeving over allochtone groepen en vooral islamitische minderheden in Nederland ging volgens Phalet en Ter Wal (2004: 17 en 20-21) een kwart van de gedane uitspraken over religieuze kwesties. In de periode 1998-2002 was deze tendens zelfs toegenomen. Vergelijkbare processen zijn eveneens waarneembaar in andere Europese landen, zoals Engeland en Frankrijk, waar de culturele kwalificaties van moslims een sterk sociaaldarwinistische ondertoon hebben. De culturele gebruiken worden voortdurend vergeleken met gebruiken van West-Europese landen van enkele eeuwen geleden (zie voor recente literatuur over Nederland: Sterk, 2000 en Van der Valk 2002; zie voor België Devroe 2007; zie voor andere westerse landen Ter Wal et al. 2004; Cottle 2000; Shadid 2005).

Een laatste kenmerk van dit frame is de oversimplificatie van de religie. Slechts twee soorten islam worden onderscheiden: de 'normale' en de 'radicale' of de 'fundamentalistische' die soms met het salafisme in verband wordt gebracht. Dat binnen de islam een richtingendiversiteit bestaat die even groot is als en wellicht nog groter dan die binnen het christendom, wordt in de berichtgeving verwaarloosd.

3. Framing- en primingmotieven

De oorzaken van de hierboven genoemde onzorgvuldige nieuwsweergave zijn onder te brengen in drie categorieën: de opiniemakers, de mediaorga

nisatie en de dominante nieuwsbronnen.

Bij de *opiniemakers* gaat het vooral om vooroordelen en ideologisch gekleurde visies en de professionele en sociale achtergrond van journalisten. Journalisten worden vooral gerekruteerd uit de autochtone middenklasse en krijgen een opleiding die daarmee in overeenstemming is. De persoonlijke vooroordelen die zij evenals iedereen hebben, leiden ertoe dat ze berichtgeving zodanig doorgeven dat ze in overeenstemming is met hun bevooroordeelde opvattingen en met de normen en waarden van de groep waarvan zij deel uitmaken. Omdat de gesignaleerde negatieve uitlatingen van nieuwsbronnen, of waargenomen gebeurtenissen, overeenkomen met de eigen vooroordelen wordt de noodzaak van een 'second opinion' en 'hoor en wederhoor' minder snel onderkend en mogelijk zelfs onderdrukt.

De categorie *mediaorganisatie als bedrijf* betreft allereerst de marktgerichtheid van nieuwsorganisaties. Als commerciële instellingen moeten zij zien te overleven in een competitieve markt door middel van het trekken van een zo groot mogelijk publiek: veel abonnees, hoge kijk- en luistercijfers en druk bezochte zalen. Daarbij zijn de *nieuwswaarde* en het *sociaal gewicht* van berichten en thema's van essentieel belang. Nieuwswaarde hangt onder meer af van de mate waarin de inhoud van een thema afwijkt van wat algemeen gebruikelijk is in de samenleving. Het sociaal gewicht betreft de mate waarin mediagebruikers menen dat een bericht hen persoonlijk aangaat. Om een bericht een hogere nieuwswaarde en sociaal gewicht te geven, accentueren media het afwijkende gedrag van allochtonen en stellen ze het in de presentatie voor alsof dat gedrag gevolgen zou hebben voor iedereen. Vanuit dit commerciële gegeven richten mediabedrijven zich op dominante groepen in de samenleving en op sensationele onderwerpen, zoals misdaad en culturele curiositeiten van allochtonen.

De etnische samenstelling van de staven van nieuwsorganisaties is bij deze categorie van motieven verder van wezenlijk belang. Allochtone journalisten, in het bijzonder die met een islamitische achtergrond, zijn zoals eerder opgemerkt in de Nederlandse en Belgische mediabedrijven duidelijk ondervertegenwoordigd. Slechts twee procent van de 14.000 werkzame journalisten in Nederland is van niet-westerse achtergrond. De redacties van de regionale kranten zijn volgens Leurdijk (2004: 4) 'vrijwel geheel wit' en volgens Devroe (2007: 106) bedraagt het percentage allochtone journalisten in het journalistenbestand van Vlaanderen 0,9, wat beduidend lager is dan in andere Europese landen. Datzelfde geldt voor Groot-Brittannië, met uitzondering van de BBC. Die omroeporganisatie bereikte al in 2003 haar streven om tien procent van de medewerkers uit de migrantenpopulatie te betrekken en heeft vervolgens het percentage verhoogd tot 12,5 voor 2007 (zie Klute en Valdetara 2006: 22).

Mediabedrijven schrijven het gebrek aan etnische diversiteit vooral toe aan de aanbodzijde. Niet-westerse journalisten zouden op de arbeidsmarkt niet beschikbaar zijn, in het bijzonder omdat het beroep van journalist bij hen een lage sociale status zou hebben. Later in deze bijdrage wordt ingegaan op de reeds ondernomen activiteiten om dat tekort op te heffen en op de vraag of de inzet van meer allochtone journalisten vanzelfsprekend tot minder negatieve mediaframes zou kunnen leiden.

Illustratief voor de categorie *dominante nieuwsbronnen* is de gerichtheid van de media op invloedrijke en spraakmakende politieke of economische belangengroepen (overheid en politici) voor het betrekken van berichten. In dat geval nemen journalisten de frames van die belangengroepen over en fungeren ze slechts als spiegel die de frames naar media-gebruikers reflecteert (vgl. Scheufele 1999, 116). Het sterkste voorbeeld hiervan is het gegeven dat de door de Wilders gebruikte frames, zoals de stigmatisering van de islam als fascistisch, terroristisch en achterlijk, door journalisten werd geïncorporeerd en zonder commentaar doorgegeven. Minder spraakmakende nieuwsbronnen, bijvoorbeeld leden van de zwijsende meerderheid, worden daardoor over het algemeen verwaarloosd.

4. Media diversiteit: een visie voor de toekomst

Diversiteitsbeleid dient in eerste instantie niet bedoeld te zijn voor het verhogen van het aantal allochtone mediagebruikers of voor het produceren van meer programma's voor Turkse en Marokkaanse Nederlanders. Mediadiversiteit kan worden omschreven als een structurele aanpak waarbij mediaorganisaties bij het tot stand brengen van mediaproducten en bij het samenstellen van hun personeelsbestanden rekening houden met de etnische en culturele verscheidenheid in de samenleving. Een divers samengestelde redactie wordt geacht beter in staat te zijn om de maatschappelijke werkelijkheid vanuit verschillende invalshoeken te belichten, minder blinde vlekken op het netvlies te hebben en vooroordelen niet voor vanzelfsprekend aan te nemen (ministerie OC&W 2008: 65).

Hoewel er in de literatuur geen consensus bestaat over de conceptuele afbakening van mediadiversiteit, zijn de normatieve vereisten van McQuial (2005: 199) in dit verband bruikbaar. Mediadiversiteit vereist volgens hem dat de media: (1) in hun structuur en inhoud rekening houden met de sociale, economische en culturele verscheidenheid in de samenleving; (2) gelijke kansen bieden aan sociale en culturele minderheden om hun stem te laten horen; (3) een forum zijn voor de verschillende belangen en standpunten in de maatschappij en (4) een spectrum aan

programma-inhouden bieden dat tegemoet komt aan de belangstelling van alle mediagebruikers.

Mediaversiteit in Nederland

Speciale programma's voor allochtonen waren al vanaf de jaren tachtig een feit. Ze waren bedoeld voor voorlichting, het overbrengen van algemene en specifieke beleidsmaatregelen en het behoud en beleving van de eigen cultuur. Enkele jaren later is dat type beleid vervangen door interculturalisatieprogrammering, nu diversiteitbeleid genoemd.

Aandacht voor allochtonen moet volgens de meest recente nota's van de publieke omroep en de overheid op basis van inclusiviteit plaatsvinden, dat wil zeggen binnen de bestaande en niet via aparte programma's (Publieke Omroep 2005-2009 en 2006-2010). In dat kader zijn diverse specifieke organisatie zoals Migranten & Media van de Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ), Bureau Beeldvorming & Diversiteit van de Publieke Omroep en Mixed Media opgeheven. Stichting Mira Media is de enige organisatie die gesteund door het ministerie van Onderwijs zich nog op inhoudelijk niveau met mediaversiteit en -interculturalisatie bezig houdt.

Over het resultaat van de inspanningen van de afgelopen 25 jaar is Bink (2006^d) niet enthousiast. Zij is van mening dat anno 2006 de omroepwereld wat betreft personele bezetting noch qua programma-aanbod beantwoordt aan de realiteit van de moderne multiculturele samenleving. Er is in de Nederlandse media weliswaar meer kleur te zien dan twintig jaar geleden, maar het schort vaak nog aan een evenwichtige weergave van de cultureel diverse Nederlandse samenleving. Ook is het personeelsbestand binnen de mediasector (en vooral de schrijvende pers) hier nog geen goede afspiegeling van de samenleving (zie Bink 2006 en Mira Media 2007^a).

Het Nederlandse diversiteitsbeleid is in de Concessiewet vastgelegd. Daar staat onder andere in dat aandacht voor de uiteenlopende ervaringen en perspectieven binnen de multiculturele samenleving een voorwaarde is voor verscheidenheid en kwaliteit in de programmering. Dat brengt met zich mee dat ongeveer 20 procent van de zendtijd aan multiculturele programma's besteed moet worden, dat de uit te zenden thema's relevant moeten zijn voor alle groepen in de samenleving en ze hen op een evenwichtige wijze dienen te representeren. De voorzitter van de Publieke Omroep presenteerde in september 2007 de programmering voor het nieuwe seizoen en gaf in een interview aan niet tevreden te zijn over het bereikte resultaat op dat terrein. Hij meldde dat in het komende seizoen de aandacht vooral gericht moet zijn op pluriformiteit en diversiteit van de programma's.

De Raad van Bestuur van de Publieke Omroep heeft diversiteit tot één van haar speerpunten gemaakt. In dat kader wordt zoveel mogelijk gestreefd naar het vastleggen van concrete en meetbare afspraken. 'Zo worden in de voor 2008 af te sluiten individuele prestatieovereenkomsten (IPO's) met de omroepen op titelniveau afspraken opgenomen over de mate waarin en de wijze waarop het betreffende programma een bijdrage levert aan het diversiteitsbeleid' (NPO 2008^b).

De plannen van de omroep ter zake zijn door de Raad voor Cultuur onder de loep genomen. In zijn advies aan de minister over 'De meerjarigbegroting 2008-2012 van de Nederlandse Publieke Omroep' was de Raad voor Cultuur (2007: 5) tevreden over de uitbreiding van de aandacht voor (culturele) diversiteit. Hij was verder van mening dat etnische groepen nog te veel worden benaderd als onderdeel van de minderhedenproblematiek. De Raad adviseerde vervolgens niet alleen de nadruk te leggen op de problematische aspecten van de multiculturele maatschappij en op de aparte behandeling van nieuwe Nederlanders, maar dat zoveel mogelijk gekozen moet worden voor een integrale en inclusieve behandeling van het vraagstuk.

Componenten van diversiteitsbeleid

Een probleem dat zich voordoet bij het welslagen van een diversiteitsbeleid is, zoals hierboven gesteld, het gebrek aan consensus over de afbakening van de contouren van dat beleid. Enkele concrete punten voor een afbakening zijn te vinden in het rapport van de European Commission (2006). Een geschikt diversiteitsbeleid van de media dient mijns inziens vier hoofdcomponenten te omvatten: de programma-inhoud, de verslaglegging en presentatie, de bedrijfsstructuur en de professionele bagage van de medewerkers.

De component *Programma-inhoud* heeft onder andere te maken met de pluriformiteit van de mediaproducten: programma's, nieuws, films en reportages. Uit het rapport Publieke Omroep (2006) blijkt dat iedere omroeporganisatie een eigen definitie hanteert van wat een multicultureel programma moet zijn en hoe diversiteit daarbinnen gestalte zou moeten krijgen. De meest omvattende definitie is die van de NPS. Een multicultureel programma is een programma waarin stelselmatig personen met uiteenlopende culturele of etnische achtergronden centraal staan, een programma waarin onderwerpen voorkomen die verband houden met het multiculturele karakter van de samenleving of een programma dat gericht is op een etnische of culturele minderheid (zie voor een uitgebreide lijst van zulke programma's NPO 2008^a).

Er is verschil van mening over de praktische invulling van diversiteit. Sommige plannen getuigen van een overweldigend simplisme. Zo wil

bijvoorbeeld de NCRV, zoals uit de krant is gebleken, de invulling realiseren via het voornemen om tien procent van de deelnemers aan het programma *Praatjesmakers* allochtoon te laten zijn. Verder moeten bij praatprogramma's meer allochtone gasten aanschuiven en *De rijdende rechter* moet minimaal twee zaken behandelen die door of tegen allochtonen zijn aangespannen. De TROS is van mening dat zij nauwelijks inspanning in die richting hoeft te ondernemen, omdat multiculturaliteit automatisch verweven zou zijn in haar programma's. Programma's als *Radar* en *Vermist* zouden toch iedereen bereiken. En *in* een programma als *Zapkids* gaat *men* immers langs schoolklassen waar automatisch kinderen van allerlei culturen aanwezig zijn.

Ten slotte is het serieus nemen van de mening van allochtone media-gebruikers over het mediaaanbod ook een centraal aspect. Hoewel het mediagebruik van allochtonen vaak apart is onderzocht (zie Huysmans en De Haan 2008; Balgobind et al. 2007; Van Holst 2006; d'Haenens et al. 2004) waren deze groepen tot voor kort niet vertegenwoordigd in het continue kijkonderzoek. Pas sinds september 2007 zijn voor het eerst ook Surinaamse en Antilliaanse Nederlanders erin opgenomen. Onder Turkse en Marokkaanse Nederlanders is het tot nu toe niet gelukt. De verklaringen variëren van onwil bij de bestaande omroepen die geen direct belang hebben bij verschuivingen in de kijktijdaandelen (lagere kijktijdaandelen voor de Nederlandse zenders hebben invloed op de advertentie-inkomsten) tot onderzoeksbureaus die niet in willen staan voor de kwaliteit van het onderzoek (ministerie OC&W 2008: 24). Wat de verklaring ook moge zijn, de beschikbaarheid van gegevens over het kijk- en luistergedrag van de gehele bevolking, inclusief allochtone groepen, en hun tevredenheid over de mediaproducten dient als basis te fungeren voor een adequate meting van de kwaliteit van mediadiversiteit.

De component *verslaglegging en presentatie* heeft te maken met de betere naleving van bestaande journalistieke codes die onder andere zijn geformuleerd door het toenmalige Bureau Migrant en Media van de Nederlandse Vereniging van Journalisten. Dat bureau formuleerde jaren geleden een aantal aanbevelingen waarvan onder andere het niet vermelden van de etnische of religieuze afkomst tenzij dat noodzakelijk is voor het begrijpen van het bericht. Bij negatieve berichten zouden journalisten in beginsel een 'second opinion' moeten presenteren en het principe van 'hoor en wederhoor' frequenter moeten toepassen. Vergelijkingen met soortgelijke autochtone sociaal-economische groepen en de expliciete vermelding van de verscheidenheid binnen de allochtone groepen zijn bovendien onontbeerlijk voor een evenwichtige presentatie. De Algemene Vereniging van Beroepsjournalisten in België (AVBB) heeft begin jaren negentig eveneens vergelijkbare aanbevelingen geformuleerd. Onder punt 4.2 wordt journalisten geadviseerd lezersbrieven systematisch vooraf voor

te leggen aan een redactielid dat met het onderwerp vertrouwd is. Punt 5 van hetzelfde reglement beveelt aan extreemrechts en racisme in te kaderen.

De component *bedrijfsstructuur* heeft betrekking op de etnische samenstelling van de mediastaf, waaronder journalisten en redacties. Het verhogen van het aantal allochtone journalisten in de media dient een integraal onderdeel te zijn van een structurele strategie van Human Resources Management van iedere mediaorganisatie. Er zijn op dit terrein enkele initiatieven gaande om in de huidige situatie verandering te bewerkstelligen. Het creëren van werkervaringsplaatsen bij enkele omroeporganisaties en bij zenders die vooral bedoeld zijn om allochtonen te bereiken zoals Multiculturele Televisie Nederland (MTNL) en FunX, gericht op jongeren, zijn hiervan goede voorbeelden (ministerie van VROM 2007).

In zijn advies aan de minister was de Raad voor Cultuur (2007: 6) tevreden over de plannen van de Nederlandse Publieke Omroep (NPO) om de veelkleurigheid van het personeelsbestand te vergoten. De Raad vroeg zich echter wel af hoe de NPO culturele minderheidsgroepen denkt te interesseren, en of er, gelet op de problemen bij het aantrekken van personeelsleden uit deze groepen, samenwerkingsverbanden met bijvoorbeeld de beroepsopleidingen zijn georganiseerd.

Leidt het aantrekken van meer allochtone journalisten automatisch tot verbetering van de presentatie? Wellicht niet in de bijdragen van de individuele allochtone journalist. Allochtone journalisten zijn immers ook producten van de samenleving en van de gevolgde journalistieke opleiding. Ze hebben te maken met het dilemma van de *burden of representation* (vgl. Hall gecit. in Devroe 2007). Ze zijn genoodzaakt te kiezen tussen enerzijds het schetsen van een beter beeld van allochtonen via een grotere nuancering, wat de groepen in kwestie van hen verwachten, of zich conformeren aan de praktijk van sensationele berichtgeving en voornamelijk thema's behandelen die toegespitst zijn op hun eigen cultuur, wat het mediabedrijf van hen verwacht. De praktijk laat zien dat journalisten in meerderheid kiezen voor of gemanoeuvreed worden in de laatste optie, en niet alleen wegens hun deskundigheid op dat terrein.

Hun evenredige vertegenwoordiging heeft echter veel andere voordelen voor de organisatie en de groepen in kwestie. Denk aan het faciliteren van toegang voor hun collega's tot de allochtone gemeenschappen, het inzetten van hun insiders-perspectief en het adequater interpreteren van gebeurtenissen die binnen de doelgroepen plaatsvinden.

Zoals eerder opgemerkt, wordt de ondervertegenwoordiging van allochtone journalisten door de sector aan de aanbodzijde gezocht. Om dat

tekort op te heffen, hebben enkele journalistieke opleidingen van 1988 tot 1994 zelfs een quotaregeling toegepast: vijf procent van de studentenplaatsen werd gereserveerd voor niet-westerse allochtonen. Uiteindelijk heeft deze regeling weinig effect gesorteerd. In het jaar 2006/2007 stonden in totaal 3510 studenten ingeschreven voor een studie Journalistiek en Verslaggeving van wie er 200 (5,7 procent) werden gekenmerkt als niet-westerse allochtoon. Van de 580 afgestudeerde journalisten in 2005/2006 hadden er slechts 20 (3,4 procent) een niet-westerse achtergrond. Om het aantal allochtone studenten een afspiegeling te laten zijn van de etnische samenstelling van de bevolking, zou het allochtone aandeel nu circa tien procent moeten zijn. Aangezien de opleidingen niet op etnische of religieuze achtergrond registeren, zijn alle berekeningen terzake gebaseerd op schattingen (zie Coronel, 2004; Mira Media, 2007^{a+b}: 6 en 11).

Het onderzoek naar allochtone journalisten op de nationale en lokale mediaredacties van geschreven en audiovisuele media laat zien dat er hoge drempels bestaan die de instroom van allochtone journalisten belemmeren. Naast de financiële lasten worden andere drempels genoemd zoals vooroordelen, verschillen van mening over hun meerwaarde op de redacties, de hogere eisen die aan hen worden gesteld en het ontbreken van zogenaamde kweekvijvers. Om de instroom van allochtone journalisten te verhogen is de stichting Mixed Media in 2000 opgericht (zie Ramdjan 2002). Daarnaast spelen andere factoren een belangrijke rol, zoals het heersende vooroordeel dat allochtone journalisten alleen deskundig zouden zijn op het terrein van multiculturele onderwerpen en kwesties die te maken hebben met hun cultuur en achtergrond. Verder wordt hun objectiviteit of neutraliteit ten aanzien van multiculturele onderwerpen vaak betwijfeld. Een andere belemmering betreft het feit dat de werving van nieuwe medewerkers vooral binnen de organisatie geschiedt. In het geval van externe werving worden de allochtone kandidaten vergeleken met medewerkers die al in dienst zijn (vgl. ministerie OC&W 2008: 65; Bink 2006).

Het verhogen van het aantal journalisten is niet het enige essentiële aspect van de organisatiestructuur. Het bevorderen van toegang van allochtone deskundigen tot de media om een verscheidenheid aan opvattingen en bijgevolg een genuanceerdere verslaggeving mogelijk te maken is eveneens fundamenteel. De Stichting Mira Media heeft voor dat doel de database 'perslink' samengesteld ten behoeve van journalisten en programmamakers. Het probleem is echter dat iedere mediaorganisatie over een eigen databestand beschikt van vertrouwde, grotendeels autochtone deskundigen, van wie de standpunten reeds bekend zijn. Gecombineerd met de tijdsdruk waaronder gewerkt moet worden, zoeken redacteurs hun toevlucht toch in het oude en vertrouwde autochtone netwerk.

De component *professionele bagage* betreft het zodanig aanpassen

van de journalistieke opleiding dat aankomende journalisten in staat zijn om ook in een multiculturele context adequaat te opereren. De huidige journalistieke opleidingen in Nederland besteden vooralsnog weinig aandacht aan het overdragen van kennis over de diverse culturen in het land en doen weinig aan het opzetten van trainingen in multiculturele kwesties en contexten. Volgens sommige deskundigen zijn de verwijten van maatschappelijke organisaties en de politiek aan het adres van de media dan ook begrijpelijk. Hoewel de opleidingen dat type onderwijs tot een structureel onderdeel van het curriculum hebben gemaakt, blijkt de uitvoering in de praktijk afhankelijk van een enkele enthousiaste docent of kritische student. Langzaamaan komt er verandering in deze situatie (Deuze 2004: 32). Sinds enkele jaren is met name het vak interculturele journalistiek aan enkele hogescholen geïntroduceerd. De introductie van dat vak en de instelling van lectoraten op dat terrein aan twee hogescholen zijn veelbelovende stappen in de goede richting (vgl. Evers 2007: 32; Evers en Serkei 2007). De opleiding journalistiek zou daarnaast meer dan tot nog toe aandacht moeten besteden aan het aanleren van interculturele competenties, (door in de opleiding onder andere te focussen op de componenten van interculturele competentie: de motivatie, kennis en vaardigheden van studenten voor het omgaan met leden van andere culturen (zie Shadid 2000; 2007). Een einddoel van interculturele competenties is het uitrusten van journalisten met een 'derde' perspectief om allochtone mediabronnen en interculturele thema's adequaat te kunnen interpreteren: niet alleen de eigen cultuur of die van de andere groep als uitgangspunt nemen bij verslaggeving, maar juist een perspectief dat 'open minded' is, empathisch en vrij van ethnocentrisme.

Mediaversiteit dient via interne en externe monitoring bewaakt te worden. Daarvoor kan onder andere gebruik worden gemaakt van de componenten die hierboven zijn besproken. Zoals uit het voorgaande is gebleken, is de Nederlandse Publieke Omroep op de goede weg. De commerciële omroepen en de gedrukte pers hebben vooralsnog weinig van zich laten horen.

Literatuur

- Balgobind, S., R. van Holst, G. Massaro (2007), *Gedrukte media in de multiculturele samenleving. Onderzoek in opdracht van het Bedrijfsfonds voor de Pers*, Z.pl., p.69.
- Bink, S. 'Media en minderheden in Nederland' (2006), in: J.E. Overdijk-Francis, J.S.M. Boot, H.M.A.G. Smeets, en J.A.C. Verheyden (red.), *Handboek Minderheden*, Houten: Sdu Uitgevers, p. 1-57.

- Bink, S. (2006^a), *Bijna 25 jaar media- en minderhedenbeleid. Van exclusiviteit naar inclusiviteit*, Utrecht: Mira Media.
- Boer, C. de en S.I. Brennecke (2003), *Media en publiek. Theorieën over media-impact*, Amsterdam: Boom.
- Bos, P., van den (2002), 'Dagbladen en de islam na 11 september', in: *Zebra Magazine*, nov. 2002.
- Brewer, P.R., J. Graf and L. Willnat, (2003), 'Priming or Framing: Media Influence on Attitudes toward Foreign Countries', in: *The International Journal of Communication Studies*, vol. 65, no.6: p.493-508.
- Bruin, J. de (2003), 'Het multiculturele gezicht van populair Nederlands televisiedrama', in: T. Boerman, P. Pisters en J. Segal (red.), *Beeldritsen: Visuele cultuur en etnische diversiteit in Nederland*, Amsterdam: De Balie, p. 89-102.
- Bruin, J. T. de (2005), *Multicultureel drama? Populair Nederlands televisiedrama, jeugd en etniciteit*, Amsterdam: Otto Cramwinckel Uitgever.
- Campbell, C.P. (1995), *Race, Myth and the News*. London: Sage.
- Coronel, M. (2004), *Van Janmaat tot Jahjah. Twintig jaar Migrant en Media*. Amsterdam: Stichting de Balie.
- Cottle, S. (2000), 'Media research and ethnic minorities: mapping the field', in: S. Cottle (d.), *Ethnic Minorities and the Media: Changing Cultural Boundaries*, Buckingham: Open University Press, p. 1-29.
- d'Haenens, L. en Saeys, F. (red.) (1996), *Media en multiculturalisme in Vlaanderen*, Gent: Academia Press.
- d'Haenens, L., H. Beentjes, en S. Bink (2000), 'Mediabeleving van allochtonen in Nederland', in: Bedrijfsfonds voor de Pers (red.), *Pluriforme informatie in een pluriforme samenleving*. Den Haag: Bedrijfsfonds voor de Pers, p.45-112.
- d'Haenens, L., C. van Summeren, F. Saeys en J. Koeman (2004), *Integratie of identiteit? Mediamenu's van Turkse en Marokkaanse jongeren*, Amsterdam: Boom.
- d'Haenens, L. en S. Bink (2006), 'Islam in de Nederlandse media: Focus op het Algemeen Dagblad', in: *Tijdschrift voor Communicatiewetenschappen*, vol.34, no.4: p.351-367.
- Deuze, M. (2004), *Wat is journalistiek?* Amsterdam: Het Spinhuis.
- Devroe, I. (2004), "'This is not who we are'": *Ethnic minority audiences and their perceptions of the media*, Paper presented at the Conference Dialogue 'Communication and Cultural Diversity', Barcelona, 24-27 May, p.25.
- Devroe, I. (2007), *Gekleurd nieuws? De voorstelling van etnische minderheden in het nieuws in Vlaanderen. Context, methodologische aspecten en onderzoeksresultaten*, Gent: Universiteit Gent, Vakgroep Communicatiewetenschappen, p.201.

- Dijk, T. van (2000), 'New(s) racism. A discourse analytical approach', in: S. Cottle (ed.), *Ethnic minorities and the media*, Buckingham: Open University Press, p.33-50.
- Dijk, T. van (2000^a), 'Media, racism and monitoring', in: *Media development*, 47, nr. 2, p. 7-10.
- European Commission (2006), *Racism, Xenophobia and the Media. Towards respect and understanding of all religions and cultures. An EU seminar in the framework of the Euro-Mediterranean Partnership Vienna, 22-23 May 2006*, Vienna: European Monitoring Centre on Racism and Xenophobia (EUMC).
- Europese Commissie tegen Racisme en Intolerantie (ECRI) (2008), *Derde rapport over Nederland*. Strasbourg, ECRI.
- Evers, H. (2007), *Over interculturaliteit en kwaliteit van de journalistiek*. Tilburg: Fontys Hogescholen, p.42.
- Evers, H. en C. Serkei (red.) (2007), *Naar een interculturele journalistiek. Beschouwingen over media en multiculturele samenleving*, Amsterdam: Aksant.
- Fennema, M. (2001), *Persstemmingen na 11 september*, Amsterdam: Instituut voor Migratie en Etnische Studies (IMES) , p. 25.
- Gorp, B. van (2006), 'Een constructivistische kijk op het concept framing', in: *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, jrg. 34, no.3, p.246-256.
- Holst, R., van (2006), *Feiten & Cijfers. Mediagebruik van allochtonen in Nederland*, Utrecht: Mira Media.
- Huysmans, F en J. de Haan (2008), 'Dagbladen, televisie en internet', in: A. van den Broek en S. Keuzekamp (red.), *Het dagelijks leven van allochtone stedelingen*, Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau, , p. 125-148.
- Klute, E. and M. Valdetara (2006), *Reader Working Groups. European Conference on Migration and Integration – Europe's big challenge. What role do the media play?*, Essen, Germany: 23/24 November 2006.
- Koeman, J., A. Peeters en L. d'Haenens (2005), 'Monitor Diversiteit 2005: Diversiteit als kwaliteitsaspect van de Nederlandse televisie', in: *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, jrg. 35, no.2, p. 103 - 122.
- Lardon, S. en E. Doens (2004), *Kleurbekennen. Monitor diversiteit 2004. De zichtbaarheid van mensen van andere origine op de Vlaamse televisie*, Z.P.I.: VLT.
- Laughey, D. (2007), *Key Themes in Media Theory*, London: McGraw-Hill House.
- Leurdijk, A. (1999), *Televisiejournalistiek over de multiculturele samenleving*, Amsterdam: Het Spinhuis.
- Leurdijk, A. (2004), 'Mogelijkheden om de krant cultureel diverser te maken worden onvoldoende benut', in: E. de Vries (red.), *Journalistiek in de multiculturele samenleving*, Utrecht: NVJ-projectbureau Migranten & Media .

- McQuail, D. (2005), *Media Performance. Mass Communication and the Public Interest*, London: Sage, Fifth Edition.
- Ministerie Onderwijs Cultuur en Wetenschap (OC&W) (2008), *Van marge naar mainstream. Essay over mediabeleid en culturele diversiteit 1999-2008*, Den Haag: Ministerie van Onderwijs Cultuur en Wetenschappen.
- Ministerie van VROM (2007), *Integratienota. Zorg dat je erbij hoort*, Den Haag: Ministerie van VROM/WWI.
- Mira Media (2007^a), *Jaarrapportage media en minderheden 2006*, Utrecht: Mira Media.
- Mira Media (2007^b), *Journalistieke opleiding aanwas voor diversiteit op de redacties? Feiten en cijfers*, Utrecht: Mira Media.
- Nederlandse Publieke Omroep (NPO) (2008^a), *Monitor Diversiteit op de Nederlandse Televisie. Volwassenen 2005 en Kinderprogrammering 2006*, z. pl. .
- Nederlandse Publieke Omroep (NPO) (2008^b), *Media en financieel beleid. Multiculturele rapportage 2006*, z. pl.
- Phalet, K. en Ter Wal, J. (red.) (2004), *Moslim in Nederland. Deelstudie: 'De publieke discussie over de islam in Nederland: Een analyse van artikelen in de Volkskrant 1998-2002'*, Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Preiss, R.W. et al. (eds.) (2007), *Mass media effects research: advances through meta-analysis*, N.J: Erlbaum.
- Publieke Omroep (2005), *Meerjarenbegroting Publieke Omroep 2005-2009 en 2006-2010*, z.pl.
- Publieke Omroep (2006), *Multiculturele Programmering 2004*, Hilversum.
- Publieke omroep (2006^a), *Kleuren TV. Diversiteit op televisie*, Hilversum.
- Raad voor Cultuur (2007), *Meerjarenbegroting 2008-2012 Nederlandse Publieke Omroep*, Den Haag: Advieskenmerk, 04245/1.
- Ramdjan, F. (2002), *Hoge drempels. Nederlandse redacties en allochtone journalisten*, Amsterdam: Stichting Mixed Media.
- Scheufele, D.A. (1999), 'Framing as a theory of media effects', in: *Journal of communication*, vol. 49, no. 1: p.102-122.
- Scheufele, D.A. and Tewksbury, D. (2007), 'Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models', in: *Journal of Communication*, vol. 57, no.1 : p. 9-20.
- Semetko, H.A. and P.M. Valkenburg (2000), 'Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News', *Journal of Communication*, vol. 50, no.2: p.93-109.

- Shadid, W. (2000), 'Interculturele communicatieve competentie', in: *Psychologie en Maatschappij*, jrg. 24, no.1: p. 5-14.
- Shadid, W. (2005), 'Berichtgeving over moslims en de islam in de westerse media: Beeldvorming, oorzaken en alternatieve strategieën', in: *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, jrg. 33, nr. 4: p.330-346.
- Shadid, W. (2007), *Grondslagen van interculturele communicatie. Studieveld en werkterrein*, Amsterdam: Kluwer.
- Staes, L. (1996), 'Berichtgeving over allochtonen en aanverwante thema's in de Vlaamse pers', in L. d'Haenens en F. Saeys (red.), *Media & multiculturalisme in Vlaanderen*, Gent: Academia Press, p.90-106.
- Sterk, G. (2000), 'In beeld', in: G. Sterk (red.), *Media en allochtonen: journalistiek in de multiculturele samenleving*, Den Haag: SDU Uitgevers.
- Sterk, G. en S. Fun Liu (2004), *Rapport Kijkerspanel Nieuws en Actualiteiten 2003*, Utrecht: Mira Media.
- Sterk, G. en S. Balgobind, S. (2005), *Kijkerspanel Nederlands televisiedrama 2004*, Utrecht: Mira Media.
- Valk, I. van der (2002), 'The Netherlands', in: J. ter Wal (ed.), *Racism and Cultural diversity in the Mass Media. An overview of research and examples of good practice in the EU Member States, 1995-2000*, Vienna: European Monitoring Centre on Racism and Xenophobia, p.287-310.
- Vliegenhart, R. (2007), 'Immigratie en integratie. Relaties tussen maatschappelijke ontwikkelingen, parlement, media en steun voor anti-immigratiepartijen in Nederland', *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, jrg. 34, no.4: p.369-384.
- Vreese, C.H. de and H.G. Boomgaarden (2006^a), 'Media Effects on Public Opinion about the Enlargement of the European Union', in: *Journal of Common Market Studies*, vol. 44, nr.2:p. 419-36.
- Vreese, C.H. de and H.G. Boomgaarden (2006^b), 'Media Message Flows and Interpersonal Communication. The Conditional Nature of Effects on Public Opinion', in: *Communication Research*, vol.33, no.1: p.19-37.
- Wal, J. ter, L. d'Haenens and J. Koeman (2004), '(Re)presentation of ethnicity in EU and Dutch domestic news: a quantitative analysis', *Media, Culture & Society*, vol.27, no.6 (2004): p.937-950.
- Watson, J. (2003), *Media Communication. An Introduction to Theory and Process*, Palgrave: Macmillan.
- Weaver, D.H. (2007), 'Thoughts on Agenda Setting, Framing and Priming', *Journal of Communication*, no.57: p. 142-147.
- Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR) (2007), *Identificatie met Nederland*, Amsterdam: Amsterdam University Press.

** Gepubliceerd in: Vellenga, S, S. Harchaoui, H. Elmadkouri & B. Sijes (red.): *Mist in de polder. Zicht op ontwikkelingen omtrent de islam in Nederland*. Aksant, Amsterdam, 2009, pp. 173-193.