

Mental maps

Een kwantitatief onderzoek naar stereotype beelden en de ruimtelijke perceptie van afstanden van Oost- en Zuid-Europese steden



Anton van den Burg
Begeleider: Leo J. Paul

Masterthesis Geo-communicatie
Faculteit Geowetenschappen
Universiteit Utrecht

Mental maps

Een kwantitatief onderzoek naar stereotype beelden en de ruimtelijke perceptie van afstanden van Oost- en Zuid-Europese steden

Anton van den Burg
Studentnummer: 3478882
Begeleider: Leo J. Paul

Masterthesis Geo-communicatie
Faculteit Geowetenschappen

Universiteit Utrecht,
Juni 2015

Voorwoord

Nootdorp, juni 2015

Voor u ligt de thesis die ik heb geschreven voor het voltooien van de masteropleiding Geo-communicatie aan de faculteit Geowetenschappen aan de Universiteit Utrecht. Deze thesis is het resultaat van maanden intensief hard werken en graag zou ik een aantal mensen willen bedanken. Zonder hen zou deze thesis, eveneens het proces naar dit eindresultaat toe, niet zijn geweest zoals het nu is.

Ik wil allereerst de eerstejaarsstudenten van de Universiteit Utrecht bedanken voor hun medewerking. Zonder de medewerking van de eerstejaarsstudenten zou het niet mogelijk zijn geweest om de gebruikte gegevens in deze thesis te verzamelen.

Ook wil ik mijn begeleider Leo Paul en zijn collega Egbert van der Zee bedanken voor alle gesprekken, waarin ik feedback, tips, suggesties heb gekregen en op nieuwe ideeën ben gebracht.

Daarnaast wil ik alle familie, vrienden en studiegenoten bedanken, die van enkele waarden zijn geweest voor het schrijven van de thesis. In het bijzonder wil ik Hanneke Russchen en Niels Zwolle bedanken voor hen positieve feedback en het uitwisselen van nieuwe ideeën en gedachten. Mede dankzij hen heb ik een stap vooruit gemaakt in mijn ontwikkeling van het onderzoeken en het schrijven van deze thesis.

Veel leesplezier,

Anton van den Burg

Summary

In the 70's and 80's of the last century, studies among Utrecht's first-year students of the study Human Geography and Planning proved that in their perceptions Europe has a different shape than it has in reality. An assignment among students demonstrated that the road distances to Eastern European cities were overestimated. Besides the distance by road to Southern European cities were underestimated. The results gave a representation of the perception of distances of first-year students and their view – the mental map – of Europe. This assignment is carried out frequently since the 70's and all over again Eastern Europe was too far estimated in the perception of the first-year students, while Southern Europe was too nearby estimated. For many years, Eastern Europe was located behind the Iron Curtain at a 'safe' distance from the Netherlands, but that outdated in 2015. From the fall of the Berlin Wall and the disintegration of the Soviet Union up to now, the assignments showed constant results. Therefore the main question of this research is:

What is the perception of distances in Europe of Utrecht first-year students Human Geography and Planning and other studies, and how can this be explained from their knowledge and images and contacts with Eastern and Southern Europe?

The research focuses on first-year students from the University of Utrecht and the perception of distances in relation to a selection of European cities. This is part of their mental map of Europe, of which has been tried to identify the factors what influenced this mental map. In particular, it is studied to which extent geography students distinguish from other Utrecht first-year students. In addition, the stereotypical images by first-year students about Eastern and Southern Europe are investigated. For this research. There is made use of a quantitative study, which have been examined by first-year students of Utrecht. From the study Human Geography and Planning, 133 respondents took part in this research and another 129 respondents from various other bachelor studies participated.

The results of this study have proved that Eastern European cities were too far estimated by first-year students, while North-West and South European cities were estimated too nearby. The distances to the Eastern and Southern European cities were again - just as in previous studies – respectively underestimated and overrated. The spatial perception of distances – or mental map – of first-year geography students have been improved slightly over the years. Among all students, compared to geography students, non-geography students estimated the Eastern European cities structural further away and the North-Western and Southern European cities too nearby. Besides, geography students more often appear to have a better perception of distances than non-geography students.

There are various reasons for the under- and overestimation of Eastern and Southern European cities and the differences in the perception of spatial distances from the mental map of first-year students. The results have proved that residents of family members, friends and/or relatives in Eastern and Southern Europe, imaging, (news)media, education, and own experience have a significant effect on the spatial perception of distances.

In addition, based on three different methods in this research, it appears there are still stereotypes against Eastern and Southern Europe among first-year students. The three methods are all different. In the first method the perception of corruption and the education

level in several European countries is examined. It appears that the results related to Eastern European countries are less or be more negative than the results related to Southern European countries. In the second and third method the personal opinion was asked: in the second method the respondents were asked to match a seven features in various Eastern and Southern European countries. The results from this method indicated that negative features are predominantly allocated to the Eastern European countries, while the Southern European countries attributed with positive features. The third method left space for a free choice of words with regard to several countries. This resulted in a "word cloud" that showed which words / thoughts were top of mind with regard to the investigated countries.

This research has showed that Eastern Europe is still far away from us. The results indicate that Eastern Europe has become "closer" to us – and therefore more realistic estimated, but in the most cases still deviates from the actual location / distance. Hence, there remains room for improvement in imaging with respect to Eastern Europe. It also demonstrates that Southern Europe still has a positive image and is still closer to our home in relation to Eastern Europe. In short, Eastern Europe is still far from home, but it is getting closer.

Inhoudsopgave

| | |
|---|------------|
| Voorwoord | iii |
| Summary | iv |
| 1. Inleiding | 1 |
| 1.1 Aanleiding | 1 |
| 1.2 Probleemstelling: doel- en vraagstelling | 2 |
| 1.3 Wetenschappelijke relevantie | 3 |
| 1.4 Maatschappelijke relevantie | 3 |
| 1.5 Leeswijzer | 3 |
| 2. Theoretisch kader | 4 |
| 2.1 Inleiding | 4 |
| 2.2 Beeldvorming en stereotype beelden | 4 |
| 2.2.1 Beeldvorming | 4 |
| 2.2.2 Stereotype beelden | 5 |
| 2.3 Producenten van beeldvorming | 5 |
| 2.3.1 (Nieuws)media | 6 |
| 2.3.2 Aardrijkskundeonderwijs | 8 |
| 2.3.3 Toerisme | 10 |
| 2.3.4 Contacten en <i>social media</i> | 11 |
| 2.4 <i>Mental map</i> | 12 |
| 2.5 De positie van Oost- en West-Europa en de 'significant other' | 14 |
| 2.5.1 De interne 'noord-zuid' en 'west-oost' geleding van Europa | 14 |
| 2.5.2 De 'other' | 15 |
| 2.5.3 Oost-Europa | 16 |
| 2.5.4 Zuid-Europa | 17 |
| 2.6 Conceptueel model | 17 |
| 2.7 Conclusie | 20 |
| 3. Methodologie | 21 |
| 3.1 Onderzoeksvragen en hypotheses | 21 |
| 3.2 Onderzoeksmethode | 25 |
| 3.3 Onderzoekseenheden en locatie | 25 |
| 3.3.1 Onderzoekseenheden en doelpopulatie | 25 |
| 3.3.2 Onderzoekslocatie | 26 |
| 3.4 Dataverzameling | 26 |
| 3.5 Operationalisering | 29 |
| 4. Resultaten | 35 |
| 4.1 Respons | 35 |
| 4.2 Kenmerken van de steekproef en representativiteitanalyse | 35 |
| 4.3 <i>Mental map</i> | 36 |
| 4.3.1 Perceptie van afstanden eerstejaarsstudenten | 36 |
| 4.3.2 Perceptie van afstanden geografen en niet-geografen | 37 |
| 4.3.3 Perceptie van afstanden door de jaren heen | 38 |

| | | |
|-------------|--|-----------|
| 4.4 | Stereotype beelden | 39 |
| 4.4.1 | Topografische beeldvorming en kennis | 40 |
| 4.4.2 | Bruto Binnenlands Product | 43 |
| 4.4.3 | Corruptiebarometer | 45 |
| 4.4.4 | Onderwijs | 46 |
| 4.4.5 | Kenmerken landen | 48 |
| 4.4.6 | 'Top of mind' stereotype beelden | 52 |
| 4.5 | Woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen | 55 |
| 4.6 | Beeldvorming | 57 |
| 4.7 | (Nieuws)media | 60 |
| 4.8 | Onderwijs | 61 |
| 4.9 | Eigen ervaringen | 63 |
| 5. | Conclusie en discussie | 66 |
| 5.1 | Beantwoording van de onderzoeksvragen en centrale hoofdvraag | 66 |
| 5.2 | Aanbevelingen en reflectie op het onderzoek | 70 |
| | Literatuurlijst | 72 |
| | Bijlage | 76 |
| Appendix A: | Alfa-, bèta- en gammastudenten | 77 |
| Appendix B: | Vragenlijst | 78 |
| Appendix C: | Codeboek | 83 |
| Appendix D: | Nieuwe variabele beeldvorming | 88 |
| Appendix E: | Overzicht van interpretatieantwoorden 'kenmerken' | 101 |
| Appendix F: | Antwoordmodel kennisvragen | 102 |
| Appendix G: | Nieuwe variabele geografische kennis | 103 |
| Appendix H: | Rangschikken Oost- en Zuid-Europese steden en rapportcijfers <i>mental map</i> | 110 |
| Appendix I: | Nieuwe variabele topografische kennis | 125 |
| Appendix J: | Kenmerken van de steekproefpopulatie | 129 |
| Appendix K: | Werkelijke en gepercipieerde rangorde steden geografie- en niet- Geografiestudenten | 130 |
| Appendix L: | Werkelijke en gepercipieerde rangorde steden 1977-1981, 1994-1995 en 2012-2013 | 131 |
| Appendix M: | Topografische beeldvorming | 132 |
| Appendix N: | Topografische kennis | 134 |
| Appendix O: | Bruto Binnenlands Product | 137 |
| Appendix P: | Corruptiebarometer | 140 |
| Appendix Q: | Schoolopleiding | 143 |
| Appendix R: | Kenmerken landen | 146 |
| Appendix S: | Woorden Hongarije | 155 |
| Appendix T: | Woorden Italië | 156 |
| Appendix U: | Woorden Rusland | 157 |
| Appendix V: | Woorden Spanje | 158 |
| Appendix W: | Woorden Tsjechië | 159 |
| Appendix X: | Hypothese 1 | 160 |
| Appendix Y: | Hypothese 2 | 163 |
| Appendix Z: | Hypothese 3 | 169 |

| | |
|--------------------------------|-----|
| Appendix AA: Hypothese 4 | 171 |
| Appendix AB: Hypothese 5 | 173 |
| Appendix AC: Hypothese 6 | 174 |
| Appendix AD: Hypothese 7 | 177 |

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

Oost-Europa wist decennialang het nieuws in West-Europa te domineren met negatieve berichtgeving over de dreiging uit communistische Oostbloklanden. De Koude Oorlog en het IJzeren Gordijn zorgden voor een scherpe scheidingslijn tussen het kapitalistische Westen en het communistische Oosten. De val van de Berlijnse Muur op 9 november 1989 en later het uiteenvallen van de Sovjet-Unie op 23 december 1991 betekende ook voor de voormalige satellietstaten het einde van het overheersende communistische tijdperk. De val van de Muur en het uiteenvallen van de Sovjet-Unie, staan symbool voor het einde van de deling van Europa (Paul & De Pater, 2010). De weg naar een Europese eenwording van vrijheid, democratie en een vrijmarkteconomie leek sindsdien volledig open te liggen. Hervormingen in de vrijmarkteconomie werden langzaamaan doorgevoerd en hiermee leek de democratie in de meeste Oostbloklanden te zegevieren. In 2004 traden er acht voormalige Oostbloklanden toe tot de Europese Unie, te weten: Estland, Letland, Litouwen, Polen, Slowakije, Tsjechië, Hongarije en Slovenië. Later werden Bulgarije en Roemenie in 2007 en Kroatië in 2013 hieraan toegevoegd.

Tegenwoordig bestaat er nog altijd een duidelijke tweedeling tussen Oost- en West-Europa. De tweedeling is voornamelijk terug te vinden in de beeldvorming van West-Europeanen. Volgens Paul & De Pater (2010) associëren West-Europeanen 'Oost-Europa' nog steeds met nationaliteitsconflicten, armoede, discriminatie van Roma, monotone flatwijken, corruptie en criminaliteit. Het kan als enigszins opmerkelijk worden beschouwd dat veel West-Europeanen een negatief beeld hebben over Oost-Europa, terwijl er sinds 1989 en 1991 veel in Oost-Europa is veranderd. Beeldvorming blijkt uit de wetenschappelijke literatuur een moeilijk te veranderen proces te zijn (Kotler et al., 1993, p. 141; Scarles, 2004, p. 48; Levinova, 2010, p. 1340). Wellicht speelt het uiteenvallen van Joegoslavië een rol bij de negatieve beeldvorming van mensen, vanwege de bloederige oorlogen en etnische zuiveringen tussen verschillende religieuze bevolkingsgroepen in de jaren 90. Daarnaast helpt het uitbreken van de recente crisis in de Oekraïne – omtrent de Russische invasie op de Krim; het neerhalen van een passagiersvliegtuig van Malaysia Airlines (MH17); en het gewapende conflict in Oost-Oekraïne tussen de pro-Russische separatisten en het Oekraïense leger – ook niet bij het veranderen van het beeld van Oost-Europa. In tegendeel, Nederlandse kranten spraken vorig jaar zelfs over het herleven van de Koude Oorlog. De associatie met de Koude Oorlog kan een mogelijke aanleiding zijn en weerslag hebben op het beeld dat West-Europeanen hebben over de rest van Oost-Europa.

In de jaren 70 en 80 bleek onder Utrechtse eerstejaarsstudenten van de studie Sociale Geografie en Planologie (SGPL) dat zij een afstandsperceptie hadden welke afweek van de werkelijkheid. Een opdracht onder studenten wees uit, dat de afstanden over de weg tot Oost-Europese steden werden overschat. De afstanden over de weg tot Zuid-Europese steden werden daarentegen onderschat. De resultaten gaven een beeld over de perceptie van afstanden van eerstejaarsstudenten en hun beeld – de *mental map* – van Europa. De opdracht is sinds de jaren 70 herhaaldelijk uitgevoerd en telkens bleek dat Oost-Europa in de perceptie van de eerstejaarsstudenten veel te ver weg werd geschat, terwijl Zuid-Europa in de beleving te dichtbij werd geschat. Een echte wetenschappelijke verklaring kon niet gegeven worden, omdat de persoonskenmerken van de respondenten niet werden onderzocht. Vermoedelijk kennen studenten de Zuid-Europese landen uit eigen ervaringen

van vakanties. Oost-Europa werd in de jaren 80 bovendien achter het IJzeren Gordijn geplaatst op een veilige afstand van Nederland, maar is in 2015 inmiddels achterhaald. De jaren na de val van de Berlijnse Muur en het uiteenvallen van de Sovjet-Unie liet een constant beeld zien. Sinds 2014 is er echter een lichte verbetering waarneembaar (Eysberg, 1985; De Pater, 1997; De Pater et al., 2014).

Zoals gezegd, er is eerder onderzoek gedaan naar de perceptie van afstanden in Europa. Echter, aanvullend onderzoek is niet eerder verricht. Vragen als “Bepalen woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen; beeldvorming; (nieuws)media; onderwijs; en eigen persoonlijke ervaringen de perceptie van afstanden van eerstejaarsstudenten?” zijn niet eerder beantwoord. Het is echter wel aannemelijk dat er verbanden aanwezig zijn, omdat beelden en verhalen invloed hebben op het menselijke cognitieve brein (Kitchin, 1994, p. 1; Van der Vaart, 1998, p. 194; Holloway & Hubbard, 2001, p. 51). Zodoende zullen in dit onderzoek de factoren die van invloed zijn op de perceptie van afstanden onderzocht worden.

Eerstejaarsstudenten van de studie SGPL hebben naar verwachting meer interesses en kennis over geografische ruimtelijke thema's dan eerstejaarsstudenten van andere studies. Om die reden is het interessant om ook eerstejaarsstudenten van andere studies te onderzoeken en te kijken naar hun perceptie van afstanden. Mogelijk kan hierin verschil zitten vanwege het minder vaak reizen, het ontbreken van geografische kennis of desinteresse in ruimtelijke geografische thema's.

1.2 Probleemstelling: doel- en vraagstelling

Het doel van dit onderzoek is om te achterhalen op welke manier de persoonskenmerken de perceptie van afstanden in Europa van Utrechtse eerstejaarsstudenten SGPL en andere studies beïnvloeden. Het onderzoek is breder getrokken door niet alleen SGPL studenten te onderzoeken – zoals in eerdere opdrachten – maar ook studenten van andere studies te onderzoeken. Daarnaast zal de afstandsperceptie van dit onderzoek worden vergeleken met de uitkomsten uit eerdere opdrachten. Tevens zal worden onderzocht hoe de perceptie van studenten verklaard kan worden vanuit hun kennis en beelden van en contacten met Oost- en Zuid-Europa. Zodoende luidt de hoofdonderzoeksvraag:

Wat is de perceptie van afstanden in Europa van Utrechtse eerstejaarsstudenten SGPL en andere studies, en in hoeverre kan deze verklaard worden vanuit hun kennis en beelden van en contacten met Oost- en Zuid-Europa?

Bovenstaande hoofdvraag zal beantwoord worden met behulp van de volgende deelvragen:

- 1. Hoe ziet de perceptie van afstanden van eerstejaarsstudenten van Europa eruit en is de perceptie van afstanden onder eerstejaarsstudenten Sociale Geografie en Planologie door de jaren heen veranderd?*
- 2. Wat zijn de stereotype beelden van eerstejaarsstudenten van Oost- en Zuid-Europa?*
- 3. In hoeverre speelt het hebben van woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa een rol bij de perceptie van afstanden?*
- 4. In hoeverre speelt beeldvorming een rol bij de perceptie van afstanden?*
- 5. In hoeverre speelt (nieuws)media een rol bij de perceptie van afstanden?*
- 6. In hoeverre speelt het onderwijs een rol bij de perceptie van afstanden?*
- 7. In hoeverre spelen eigen ervaringen van vakanties een rol bij de perceptie van afstanden?*

1.3 Wetenschappelijke relevantie

In deze thesis wordt de ruimtelijke perceptie van afstanden in Europa, de *mental maps* (Lynch, 1960; Cox, 1972; Tuan, 1975; Eysberg, 1985; Gould & White, 1986; De Pater, 1997; Smiley, 2013; De Pater et al., 2014) en het beeld van Oost- en Zuid-Europa (Bakic-Hayden & Hayden, 1992; Geografie Educatief, 1997; Bideleux & Jeffries, 2007; De Pater, 2009; Van Heuckelom, 2009; Meñaca et al., 2011; Bosman, 2014) onderzocht, met speciale aandacht voor de factoren die mogelijk van invloed zijn op de ruimtelijke perceptie van afstanden. Onderzoek naar de *mental maps* is summier en de factoren die van invloed zijn op de perceptie van afstanden ontbreekt in de huidige literatuur. Al wel bekend is dat eerstejaarsstudenten Sociale Geografie de afstanden tot Oost-Europese steden overschatten en de afstanden tot Zuid-Europese steden onderschatten. Meer onderzoek naar de factoren die van invloed zijn op de perceptie van afstanden is dus relevant. Het huidige onderzoek is zodoende vernieuwend en geeft nieuwe inzichten en kennis. De resultaten verkleinen het gat in de literatuur betreffende eerstejaarsstudenten en de factoren die de perceptie van afstanden mogelijk beïnvloeden en zodoende is het onderzoek wetenschappelijk relevant. Bovendien is het voor de wetenschap in de psychologie interessant welke factoren de cognitieve brein beïnvloeden (Ladd, 1999; Steinberg, 2001; Naber, 2004, p. 8).

1.4 Maatschappelijke relevantie

Naast de wetenschappelijke relevantie draagt het ook maatschappelijk bij. De resultaten van het onderzoek geven docenten en het bedrijfsleven inzicht en kennis over het beeld van hoogopgeleiden Nederlandse studenten. Het beeld over Oost-Europa en de ruimtelijke perceptie ten aanzien van Oost- en Zuid-Europese steden geven aan op welke manier hoogopgeleiden Nederlandse studenten naar andere steden en landen kijken.

Docenten in het voortgezet onderwijs kunnen, aan de hand van dit onderzoek, leerlingen ondersteunen bij de vorming van een objectief en volledig 'geografisch (wereld)beeld' en waar nodig is dit beeld bij schaven naar de werkelijkheid (Jongbloed, Mulder & Poppen, 2010, p. 1).

Het bedrijfsleven, zoals de reisbranche en marketingbureaus, kan haar producten nog beter aan de consument aanbieden en marketingbureaus kunnen hun marketingstrategieën nog beter afstemmen op hun doelgroepen. Door jongeren vertrouwd en bewust te maken van de mogelijkheden van Oost-Europese steden en landen kan een geheel nieuw segment worden aangeboord als potentiële (nieuwe) vakantiebestemming (NBTC, 2008).

1.5 Leeswijzer

De thesis is opgebouwd uit verschillende hoofdstukken en zal in hoofdstuk twee beginnen met de theoretische achtergronden van dit onderzoek. Er is onder andere aandacht voor beeldvorming en stereotype beelden, de producenten van beeldvorming, de *mental map* en de positionering van Oost- en West-Europa en de 'significant other'. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een conceptueel model van dit onderzoek. In het derde hoofdstuk komt de methodologie van dit onderzoek aan bod, waarin de onderzoeksvragen en hypotheses worden geoperationaliseerd. Daarnaast worden de onderzoeksmethode, -eenheden, -locatie, dataverzameling en complexe begrippen van dit onderzoek besproken. In het vierde hoofdstuk worden de resultaten van dit onderzoek weergegeven. In het laatste hoofdstuk, hoofdstuk 5, zullen de deelvragen en de hoofdvraag beantwoordt worden en wordt er afgesloten met een discussie. In de discussie worden aanbevelingen ten aanzien van dit onderzoek gedaan en komt er een reflectie op dit onderzoek.

2. Theoretisch kader

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden er een aantal verschillende theorieën uiteengezet om uiteindelijk een conceptueel model voor dit onderzoek te kunnen opstellen. In de tweede paragraaf (2.2) wordt stil gestaan bij het begrip beeldvorming en stereotype beelden. In de derde paragraaf (2.3) worden de verschillende producenten van beeldvorming besproken, te weten: (nieuws)media, aardrijkskundeonderwijs, toerisme, en contacten en *social media*. De vierde paragraaf (2.4) behandelt de *mental map*. In de vijfde paragraaf (2.5) wordt de positie van Oost- en West-Europa en de 'significant other' besproken. In de zesde paragraaf (2.6) volgt het conceptueel model die is voortgekomen uit de verschillende theorieën. Uiteindelijk wordt het hoofdstuk afgesloten met de zevende paragraaf (2.7) waarin de synthese van de thesis wordt besproken.

2.2 Beeldvorming en stereotype beelden

In deze paragraaf zal er allereerst worden ingegaan op het begrip beeldvorming en wat er precies onder beeldvorming wordt verstaan. Vervolgens wordt er ingegaan op het begrip stereotype beelden en wordt er duidelijk gemaakt dat beide begrippen van elkaar verschillen.

2.2.1 Beeldvorming

Beeldvorming bestaat er in geschreven of gesproken teksten en beelden, maar ook in de associaties, ideeën, gedachten en overtuigingen van mensen (Smelik et al., 1999, p. 7). In de wetenschappelijke literatuur is beeldvorming over gebieden vanaf de jaren 60 onder de aandacht gekomen in de behaviorale geografie. De behaviorale geografie die bekend stond om haar tijd- en ruimteanalyses ging steeds vaker verbanden leggen met onder andere beeldvorming. Het creëren en het tot stand komen van beelden, heeft invloed gehad op het ruimtelijke gedrag van mensen (De Pater et al., 2002, pp. 128-129).

Het is niet eenvoudig om het begrip 'beeldvorming' te definiëren. In verschillende wetenschappelijke literatuur wordt beeldvorming veelvuldig gebruikt zonder dat er een duidelijke omschrijving van het begrip wordt gegeven. In het Van Dale woordenboek (2013) wordt beeldvorming omschreven als: '*de geleidelijk ontstaande opvatting over iets – het ontstaan van bepaalde voorstellingen met betrekking tot personen, zaken, feiten, en dergelijke*'. Beeldvorming is een proces, waarin iets ontstaat ofwel een voorstelling. Een 'voorstelling' wordt in de context van beeldvorming in de Van Dale omschreven als: '*dat wat voor de geest staat, bewustzijnsinhoud, begrip, denkbeeld*'. Beeldvorming kan vanuit dit oogpunt beschouwd worden als een mentaal proces, waarin iemand iets voor de geest staat (Smelik et al., 1999, p. 5).

Michael Forrester (2000) omschrijft in zijn boek 'Psychology of the image' beeldvorming als volgt: '*beeldvorming is een mentale representatie van iets (bijvoorbeeld een zichtbaar object), niet een directe waarneming, maar door het geheugen of verbeelding; een mentaal beeld of indruk; en een concept of vertegenwoordiging gemaakt in de geest van het publiek van een bepaalde persoon, instelling of product – publieksimago*' (Forrester, 2000, p. 3). Forrester maakt in zijn definitie duidelijk dat beeldvorming een proces is en gevormd worden door mentale representatie, zoals een fantasie of een herinnering. Van der Vaart (1998) onderscheidt in het beeldvormingsproces twee soorten beeldvorming, namelijk de mentale en de materiële beeldvorming. Volgens hem is beeldvorming een proces, waarbij een

wisselwerking plaatsvindt tussen de mentale beelden die mensen in hun hoofd hebben en de materiële beelden van de werkelijkheid in de ruimtelijke omgeving. Met andere woorden, het gaat bij mentale beeldvorming of cognitieve representaties om '*...de aard en ontwikkeling van mentale beelden van mensen over allerlei verschijnselen*' (Van der Vaart, 1998, p. 194). Bij materiële beeldvorming of materiële representaties '*...kan men beeldvorming opvatten als een proces waarbij materiële beelden, op papier, televisie, internet of anderszins, worden gecreëerd met de bedoeling om kennis, attitudes en mogelijk ook gedrag van een doelgroep ten aanzien van een bepaald product of fenomeen te beïnvloeden*' (Van der Vaart, 1998, p. 194).

Beeldvormingsprocessen worden beïnvloed door representaties van hoe mensen iets zien of iets tegemoet treden (Smelik et al., 1999, p. 5; Van Gorp et al., 2005, p. 2). Er zijn in het beeldvormingsproces drie niveaus te onderscheiden, namelijk: materialiteit, effect en beïnvloeding. Het eerste niveau is de materialiteit en betreft de concrete beelden en teksten die daadwerkelijk worden waargenomen ofwel de materiële beeldvorming. Het tweede niveau zijn de feitelijk waargenomen beelden die worden omgezet in mentale beelden, ook wel bekend als het effect. Het derde niveau is de beïnvloeding. Door een beleving wordt het mentale beeld veranderd, waardoor dit resulteert in nieuwe materiële beeldvorming. Het beeldvormingsproces kan hierdoor telkens opnieuw beginnen (Smelik et al., 1999, p. 6).

Daarnaast kan beeldvorming volgens Kotler et al. (1993) omschreven worden als een totaal van meningen, associaties, ideeën en impressies die personen van een gebied hebben. Beeldvorming verschilt van persoon tot persoon en personen hebben vele verschillende beelden van een gebied (Kotler et al., 1993, p. 141).

2.2.2 Stereotype beelden

Beeldvorming moet overigens niet met stereotype beelden verward worden. Het woord 'stereotype' kent haar oorsprong vanuit de grafische wereld van de boekdrukkunst. Stereotype betekent in de grafische wereld 'afgietsel', hetgeen een vervaardiging is van gegoten drukvormen (Smelik et al., 1999, p. 24). Volgens Van Dale betekent stereotype: 'karakterisering' en 'generalisering van al of niet reële waarnemingen van een volk of individu'. De oorspronkelijke betekenis van het woord 'stereotype' is tot de 17^{de} eeuw terug te voeren op de geografische betekenis van het begrip 'stereotype', namelijk een mentaal beeld dat in een vaste vorm bestaat. Het stereotype beeld is door middel van generalisering tot stand gekomen, hetgeen een vorm aan een idee of beeld geeft. De vorm van het beeld is echter vast en onveranderlijk (Smelik et al., 1999, pp. 24-25). Smelik et al. (1999, p. 28) zijn van mening dat stereotypen op een gegeven moment schadelijk kunnen worden indien er een waardeoordeel aan vast zit. Een stereotype ofwel een karakterisering zijn terugkomende en vaak onbewuste evaluaties en worden voor een belangrijk deel gevormd door het toekennen van (zowel positieve als negatieve) bepaalde kenmerken of eigenschappen aan groepen. De kenmerken of eigenschappen zijn niet gebaseerd op empirisch bewijs en laten zich in het mentale denkbeeld van mensen niet tot zeer moeilijk veranderen (Kotler et al., 1993, p. 141; Scarles, 2004, p. 48; Levinova, 2010, p. 1340). Stereotype beelden kennen een hoge mate van in- en uitsluiting, omdat je iemand insluit binnen een norm en uitsluit buiten de norm (Smelik et al., 1999, p. 11).

2.3 Producenten van beeldvorming

Mensen ontleen hun denkbeelden voor een groot deel aan wat ze zien, horen en lezen. Beeldvorming wordt dan ook gevormd door eigen ervaringen of door informatie, kennis, nieuws en beelden die mensen over een regio of land ontvangen. Adams (2009)

onderscheidt drie manieren waarop kennis en informatie kan worden opgedaan, namelijk: vanuit eigen ervaringen (*direct experience*), vanuit de tweede hand (*mediated experience*) of een combinatie van beide. Een *direct experience* is een praktische activiteit of fysieke beleving, zoals een bezoek aan een land of regio, en speelt zich in de nabijheid van de ontvanger af. De *direct experience* wordt niet via een medium waargenomen en kan om die reden ook niet herhaald worden (Adam, 2009, pp. 146-147). Een *mediated experience* is een medium waarbij kennis en informatie worden overgebracht aan een individu. Het individu staat open om nieuwe indrukken uit een andere tijd en ruimte te ervaren. Tevens is het individu in staat om zelf informatie en kennis te selecteren en deze te verbinden met *direct experience* om een beeld van een regio of land te construeren. Het grootste gedeelte van *mediated experience* gaat via de massamedia communicatie, zoals: het nieuws in kranten, tijdschriften, televisieprogramma's en films (Elliott & Wattanasuwan, 1998, p. 135; Adams, 2009, pp. 146-147).

De productiekant van geografische kennis en informatie kent een grote diversiteit aan verschillende producenten. Harvey (2005) noemt overheden, supranationale instituties, niet-gouvernementele organisaties (NGO's), toerisme, onderwijs, media en de entertainmentindustrie als de belangrijkste producenten van geografische kennis. Geografische kennis is nodig om te kunnen omgaan met uitdagingen en problemen omtrent sociale, ecologische, economische, politieke en culturele thema's in de samenleving (Harvey, 2005, p. 216-217). Daarnaast maakt geografische kennis het mogelijk om ruimtelijke aspecten, ontwikkelingen, (on)gelijkheden en verschillen in en tussen volkeren en landschappen te verklaren. Het begrijpen en het in perspectief kunnen plaatsen van deze geografische thema's maakt het tevens mogelijk om ook naar het lokale, nationale en mondiaal schaalniveau te kijken (Jarosz, 1992, p. 113; Harvey, 2005, p. 217). In deze paragraaf worden de vier producenten van beeldvorming besproken die relevant zijn voor dit onderzoek, te weten: (nieuws)media, aardrijkskundeonderwijs, toerisme, en contacten en *social media*.

2.3.1 (Nieuws)media

De massamedia spelen een belangrijke rol bij beeldvormingsprocessen, omdat de meerderheid van informatie en kennis over landen en regio's via *mediated experience* worden aangeboden. Uit diverse wetenschappelijke artikelen is af te leiden dat de massamedia als een zeer invloedrijk medium wordt beschouwd en tevens een cruciale rol speelt in het creëren van beelden (Elliott & Wattanasuwan, 1998, p. 135; Harvey, 2005, p. 216-217; Adams, 2009, pp. 146-147). Door beperkte geografische kennis en ervaringen baseren mensen hun beeld over verafgelegen gebieden op basis van geografische representaties uit de media. Berichtgevingen over verafgelegen gebieden worden vaak als objectief beschouwd, omdat mensen minder waarden hechten aan nieuws uit verafgelegen gebieden dan in de directe eigen omgeving (Avraham, 2004). De 'objectieve' en 'neutrale' manier van verslaggeving geeft mensen veelal het gevoel dat de media op de hoogte is van alles, waardoor de media een bepaald soort macht met zich meedragen (Meijers, 2006, p. 9). Volgens Wieten (2002) zijn media '*...professionele organisaties die zijn ingesteld op het organiseren, verwerken en bewerken van een in beginsel oneindige hoeveelheid gebeurtenissen tot overzienbare nieuwsfeiten en samenhangende verhalen over de werkelijkheid*'. Het nieuws dat mede door keuzes en bewerkingen tot stand komt is volgens Wieten vertekend nieuws (Wieten, 2002, p. 12).

Op welke manier mensen het nieuws tot zich nemen verschilt per doelgroep. Jongeren zijn meer te beïnvloeden door de media dan volwassenen. Dit heeft te maken met de levenservaring in 'real-life' situaties. Jongeren beschikken over minder kennis en ervaring en zijn hierdoor minder progressief. Nieuws en informatie afkomstig uit de media worden door jongeren dan ook eerder als de waarheid en de realiteit beschouwd, omdat jongeren over minder algemene vaardigheden beschikken om nieuws en informatie ook daadwerkelijk kritisch te kunnen beoordelen. Tieners staan bovendien onder grote groepsdruk, waardoor muziekclips, televisieseries en films als zeer invloedrijk worden gezien. Het is niet dat de media alleen vanwege haar nieuws en informatie als invloedrijk wordt beschouwd, maar ook vanwege het creëren van gedrag en attitude. In de perceptie van jongeren worden de maatstaven van de media als culturele normen en waarden beschouwd (Strasburger, 2004).

Er bestaat een misvatting over beeldvorming. Beeldvorming zou de werkelijkheid weerspiegelen, maar dit is echter niet het geval. Beeldvorming geeft alleen de werkelijkheid vorm. De misvatting is gebaseerd op de presentatievormen van de media, waarbij de indruk wordt gewekt dat zij nieuws, informatie en kennis op een afstandelijke, belangeloze en geloofwaardige manier presenteren. Dit is echter niet het geval; de media geven een beeld dat eerder omschreven kan worden als verhalen over de werkelijkheid in plaats van een reflectie van de werkelijkheid. Dit betekent niet dat de beelden in strijd zijn met de werkelijkheid, maar dit komt doordat de media binnen onze cultuur functioneren (Wieten, 2002, p. 10). Het is volgens Van Gorp et al. (2005) van belang om te realiseren dat er niet gesproken kan worden over juiste, goede, verkeerde of slechte beelden. Ook beelden die niet kloppen met de werkelijkheid zijn niet onjuist, omdat 'de werkelijkheid' niet bestaat en slechts een persoonlijk interpretatie is. Wel kan er gesproken worden over de selectiviteit van beelden (Scarles, 2004, p. 51; Van Gorp et al., 2005, p. 3).

Daarnaast is de misvatting gebaseerd op de ontwikkeling van film- en fotografische beelden, waardoor beelden in films, boeken, magazines, televisie en computer als de werkelijkheid worden beschouwd. Uiteraard kennen film- en fotografische beelden een hoge mate van realisme, maar beelden blijven echter van subjectieve aard. Film- en fotografische beelden komen namelijk door technologie en de keuzes van degene die de beelden maakt tot stand. Tussen de werkelijkheid en de foto bevindt zich een persoon en een camera. Een beeld kan vanuit verschillende perspectieven, visies en doelen gemaakt worden, waarbij een heel arsenaal aan technologische middelen als belichting nog niet eens aan de orde is gekomen. Beeldmateriaal wekt de illusie dat het 'echt' is en wat er op het beeld staat de werkelijkheid is. Ook wel het zogenaamde 'werkelijkheidseffect' genoemd. Door bewust om te gaan met de rijke materialiteit van beelden, maakt dit het eenvoudiger om de illusie van het werkelijkheidseffect te doorzien. Elk element van een beeld houdt een keuze in en elke keuze impliceert de mogelijkheid tot manipulatie (Smelik et al., 1999, p. 25).

Overigens zijn er wetenschappers (Fiske, 1989; Van Ginneken, 2002; Schreiner & Go, 2011) die aangeven dat de perceptie van mensen niet alleen gestuurd worden door het beeld dat we zien, maar ook door onze reactie op het onderwerp. Het beeld wordt gekoppeld aan onze eigen cultuur of samenleving en wordt op die manier op eigen wijze geïnterpreteerd. Het beeld van de ontvanger wordt bepaald door de context en situatie waarin de lezer zich bevindt. De betekenis wordt zodoende niet bepaald door de schrijver of maker van het beeld, maar het is aan de lezer of kijker om te beoordelen wat wel of niet waar is. Schreiner & Go (2011, p. 135) stellen dan ook dat de media uiteindelijk niet bepalen wat mensen denken, maar wel waarover ze denken.

2.3.2 Aardrijkskundeonderwijs

Scholen in het voortgezet onderwijs zijn verplicht om aandacht te besteden aan burgerschapsvorming, vanwege de onvoldoende kennis en betrekkelijk geringe betrokkenheid van jongeren met politieke en maatschappelijke onderwerpen. Schoolvakken als aardrijkskunde, geschiedenis en maatschappijleer kunnen bijdragen aan een betere oriëntatie van jongeren op zowel mondiaal, nationaal en lokaal schaalniveau. In Nederland heeft het onderwijs een centrale taak gekregen om de kennis over wereldburgerschap bij te brengen. Bovendien bieden schoolvakken als aardrijkskunde, geschiedenis en maatschappijleer de mogelijkheid om kennis bij leerlingen te verhogen. Dergelijke schoolvakken kunnen dan ook worden opgevat als een kennisbasis die nodig is bij burgerschapsvorming (Béneker et al., 2009, p. 10-11).

Het hedendaagse Nederlandse aardrijkskundeonderwijs moet bijdragen aan de ontwikkeling van geografische vorming (*mediated experience*) onder jongeren. Het schoolvak aardrijkskunde heeft als taak om jongeren meer te laten oriënteren op de wereld waarin zij opgroeien. Daarnaast moeten de sociaalgeografische en fysisch-geografische componenten meer met elkaar in evenwicht worden gebracht, om ook onderwerpen vanuit een meer regionale invalshoek te bekijken in plaats van alleen maar de thematische invalshoek (Commissie Aardrijkskunde Tweede Fase, 2003, p. 15-16). In de huidige onderwijsboeken is nog steeds sprake van een eendimensionale beeldvorming (Béneker & Van der Vaart, 2000; Hamann, 2005; Palings, 2012). Vaak wordt er in aardrijkskundeboeken een aantal landen of regio's gekozen om één specifieke thema of aspect te behandelen. Ook worden landen gekozen om als exemplarische voorbeeld voor een geheel werelddeel te dienen. De kaarten, foto's en teksten die gebruikt worden bij de vraagstukken of thema's bepalen voor een belangrijk deel wat leerlingen over de wereld leren. Op die manier wordt de beeldvorming van jongeren beïnvloed door de methoden die gebruikt wordt in het aardrijkskundeonderwijs (Hopkin, 2001; Palings, 2012, p. 54). Leerboeken worden volgens Palings (2012) dan ook gekenmerkt door grove generalisatie en simplificatie van de werkelijkheid. Landen op het Afrikaanse continent worden gebruikt om crisissen, rampen en conflicten te illustreren, waarbij beeldmateriaal een versterkt beeld heeft op de beeldvorming van jongeren.

Daarnaast bestaat er nog altijd veel onduidelijkheid waarover de aardrijkskundelessen precies moeten gaan. De kerndoelen die de rijksoverheid heeft opgesteld zijn erg globaal van aard, waardoor er geen duidelijkheid bestaat over de vraag wat belangrijk is en wat niet. In het aardrijkskundeonderwijs kan dit ertoe leiden dat er over onderwerpen als armoede en ongelijkheid in de wereld precies hetzelfde wordt verteld als enkele jaren geleden (Béneker et al., 2009, pp. 9-10). Volgens Hopkin (2001) doen jongeren op deze manier wel aan geografische vorming alleen wat ze leren is te eenzijdig. Jongeren vormen op deze manier echter een wereldbeeld die niet goed overeenkomt met het beeld van de 'echte' wereld en om die reden weerspiegelen aardrijkskundeboeken niet goed hoe de wereld precies in elkaar zit (Hopkin, 2001, p. 49). Zo bestaat er bijvoorbeeld onder jongeren een beeld van Oost-Europese landen, dat geassocieerd wordt met armoedig, grijs en achteruitgang. Terwijl dit beeld allang genuanceerd moet worden vanwege de constante veranderingen en ontwikkelingen die wereldwijd plaatsvinden en dus ook in de Oost-Europese landen. De meeste Oost-Europese landen behoren tegenwoordig al zelfs tot de Europese Unie. Deze constante veranderingen moeten in het aardrijkskundeonderwijs verteld worden, om het spanningsveld tussen het aardrijkskundeonderwijs en de geografische vorming bij jongeren weg te nemen, willen jongeren geen stereotype beelden creëren over andere landen en regio's (Béneker & Van der Vaart, 2000; Palings, 2012).

Uit een onderzoek naar aardrijkskundeboeken (Geo, Wereldwijs, BuiteNLand en De nieuwe Terra) in het voorgezet onderwijs, blijkt dat Europa of de EU veelal als een zelfstandig hoofdstuk wordt behandeld. Er is hoofdzakelijk aandacht voor de economische verschillen tussen Oost- en West-Europa. Waar voorheen een politieke tegenstelling gold ten tijde van de Koude Oorlog, geldt er tegenwoordig een economische tegenstelling. De tegenstellingen worden veroorzaakt door de welvaartsverschillen, waarbij twee migratiestromen een belangrijke rol spelen. De eerste migratiestroom is het vestigen van West-Europese bedrijven in Oost-Europese landen en de tweede is de arbeidsmigratiestromen van Oost-naar West-Europa (Palings, 2012, p. 59). Palings (2012) geeft tevens aan dat West-Europa bijna altijd positief wordt gepositioneerd tegenover een negatief Oost-Europa. De volgende twee zinnen zijn afkomstig uit twee verschillende aardrijkskundeboeken, te weten: BuiteNLand en De nieuwe Terra, en geven volgens Palings aan hoe de beeldvorming over Oost-Europa in aardrijkskundeschoolboeken wordt gevormd en beïnvloed.

'Deze nieuwe EU-burgers pakken hun kans om naar Nederland te komen om te werken. Geef ze eens ongelijk, in Nederland verdienen ze in één maand een jaarsalaris vergeleken met thuis.' (Van den Berg, 2009, BuiteNLand deel 2 h/v: 55; Paling, 2012, pp. 59-60).

'...dan zie je dat in West-Europa en Noord-Europa de bevolkingskenmerken gunstig zijn. Het BNP per inwoner is er gemiddeld hoog. De situatie in Zuid-Europa is minder goed en in Oost-Europa zijn deze bevolkingskenmerken ronduit slecht. Geen wonder dat veel mensen uit Oost-Europa hun geluk zoeken in West- of Noord-Europa.' (Kunnen et al., 2010, De nieuwe Terra deel 2 h/v: 108; Palings, 2012, pp. 59-60).

Ondanks dat het aardrijkskundeonderwijs veel aandacht besteedt aan burgerschapsvorming en aan geografische vorming bij jongeren doet, blijkt uit een wereldwijd onderzoek – onder jongeren tussen de achttien en vierentwintig jaar – dat het over het algemeen slecht gesteld is met de geografische kennis. Vragen over bevolking, klimaat, economie, volksgezondheid, politiek, wereldgodsdiensten en veiligheid werden matig beantwoord. Slechts dertien procent van de Amerikaanse jongeren weet, ondanks de oorlog, waar Irak ligt en elf procent van diezelfde jongeren kan niet eens de Verenigde Staten op een wereldkaart aanwijzen. Eén op de drie jonge Duitsers en meer dan twee op de drie jonge Britten weet niet waar Nederland ligt, terwijl de Duitsers en Britten 'buren' van Nederland zijn. Ook in Nederland werd het onderzoek gehouden en bleek de geografische kennis onder jongeren matig te zijn (Mamadouh, 2003, pp. 23-25).

Ook uit recentere onderzoek blijken jongeren nog altijd over onvoldoende geografische kennis te beschikken. Volgens het onderzoek van Van der Schee en Béneker (2012, p. 111) blijken jongeren in een topografietoets steden van Nederland op een verkeerde plaats te zetten. Vijf van de tien steden worden verkeerd geplaatst, waaruit Van der Schee en Béneker concluderen dat de kennis van topografie van Nederland onvoldoende is. Daarnaast tonen Van der Schee en Béneker aan dat ook op het gebied van geografische thema's de kennis onvoldoende is. Zo blijken jongeren in het lager gelegen deel van Nederland de kans op een overstroming laag in te schatten en zien zij niet de noodzaak in om zich voor te bereiden op een mogelijke overstroming. Leerlingen blijken weinig kennis over en inzicht in overstromingsgevaar te hebben en vertrouwen volgens Van der Schee en Béneker op de overheid die hier goed voor zorgt (2012, p. 51). Er lijkt sprake te zijn van wereldwijd 'geo-analfabetisme' onder jongeren, zo worden mensen genoemd met weinig kennis over geografische omstandigheden en topografische indeling van de wereld (Mamadouh, 2003, pp. 23-25). Volgens Mamadouh (2003) scoorden jongeren die reizen in

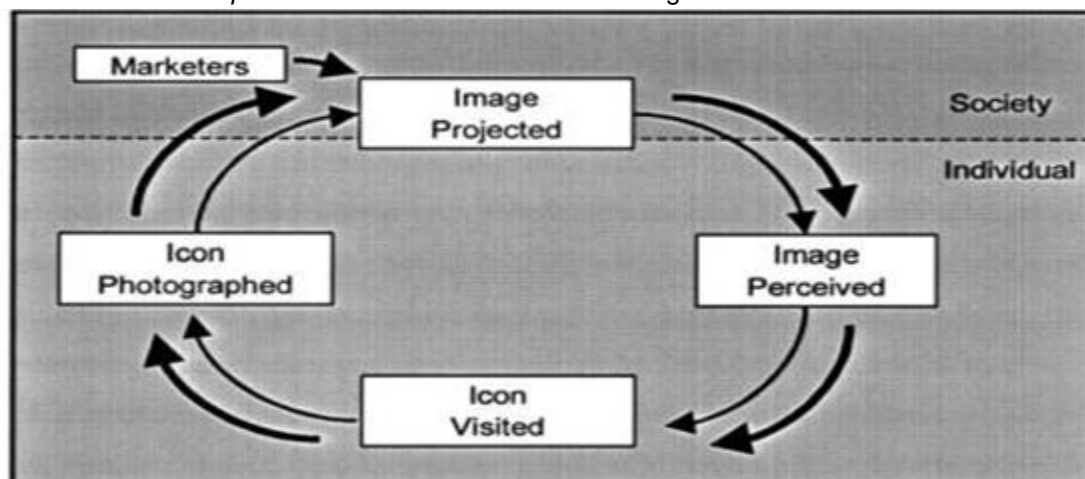
het buitenland, vreemde talen spreken en het nieuws volgen via verschillende media (tv, krant, radio, internet) beter dan jongeren die dit niet deden. Daarnaast bleek het volgen van een geografie cursus te helpen, maar niet bijster veel (Mamadouh, 2003, p. 24).

2.3.3 Toerisme

Beeldvorming en selectiviteit hebben veel met elkaar gemeen. Vooral in de toeristische sector worden beelden meestal gefragmenteerd weergegeven en uit de werkelijke context gehaald. Toeristen nemen de werkelijkheid van een vakantiebestemming nooit volledig over, omdat de gemaakte foto's slechts de mooie objecten construeren. Tevens bezoeken toeristen alleen de plaatsen die als bezienswaardig bestempeld worden. Een close-upfoto van een pittoresk kerkje kan nog zo mooi op de foto staan afgebeeld, maar kan in werkelijkheid in een afschuwelijke *setting* zijn gefotografeerd. Een toerist heeft alleen oog voor het pittoreske kerkje, maar laat de omgeving eromheen verder buiten beschouwing. De elektriciteitsmasten, vuilnisbelt en slechte infrastructuur worden bijvoorbeeld niet op de foto weergegeven, waardoor de foto sterk gefragmenteerd is vanuit de werkelijke context. Van der Vaart (1998, p. 17) spreekt dan ook van een 'Kodak-cultuur', waarin elk object uit de werkelijke context wordt gehaald.

Ook de visuele beelden in brochures, advertenties, reisboeken en -gidsen zijn sterk gefragmenteerd en staan los van de werkelijkheid en laten alleen de mooie locaties van de bestemming zien om dit aan toeristen te promoten. Visuele beelden zijn volgens Scarles (2004, p. 45) van groot belang, omdat een visueel beeld vaak het eerste contact is tussen de toerist en de bestemming. De eerste indruk is altijd belangrijk om uiteindelijk toeristen naar een bestemming te kunnen trekken. Onder bestemming worden landen, regio's en plaatsen verstaan (Scarles, 2004, p. 45). Volgens Van der Vaart (1998) spelen ook symbolen een belangrijke rol om toeristen naar een bestemming te trekken. De Eiffeltoren is volgens hem een voorbeeld van een belangrijke 'marker' voor de stad Parijs om toeristen naar de stad te trekken (Van der Vaart, 1998, p. 71). Ook MacCannell (1976) deelt de mening van Van der Vaart over de rol van reisgidsen en de 'markers' die daarin staan vermeldt. De markers in de reisgidsen worden door vele toeristen als leidraad genomen. De plekken die toeristen bezoeken staan genoemd in de reisgids en op die manier kunnen plekken uitgroeien tot toeristische trekpleisters (Jenkins, 2003, p. 307). Het waarnemen van visuele beelden vanuit de massamedia en het bezoek van de bestemmingen maken onderdeel uit van de *Circle of Representation* (figuur 2.1).

Figuur 2.1: *Circle of Representation* van vakantiebestemmingen.



Bron: Jenkins, 2003, p. 308.

In figuur 2.1 is het model van de *Circle of Representation* van vakantiebestemmingen weergegeven. Het model begint bovenaan met de visuele beelden die door de massamedia worden geconstrueerd. De beelden worden via brochures, advertenties, reisboeken en -gidsen waargenomen (*mediated experience*). Eenmaal op de vakantiebestemming worden de plekken en bezienswaardigheden bezocht (*direct experience*) die zijn opgedaan vanuit de massamedia. De plekken en bezienswaardigheden worden met behulp van een fotocamera vastgelegd. De foto's dienen als bewijs aan het thuisfront dat zij ook daadwerkelijk daar geweest zijn. De foto's beïnvloeden vervolgens weer andere mensen om ook deze bestemmingen te bezoeken, waardoor de *Circle of Representation* opnieuw kan beginnen (Jenkins, 2003, p. 308).

Daarnaast wordt de *Circle of Representation* ook (deels) onderbroken door persoonlijke ervaringen van de toeristen zelf. Toeristen bezoeken echter wel de typische toeristische bezienswaardigheden en attracties. Een klein deel van de toeristen wijkt daarnaast af van de standaard en vaste looproutes van de grote toeristische stromen. Zij kiezen er dan voor om in de achterliggende straten van de bezienswaardigheid de omgeving te verkennen en op die manier ook een 'eigen' en niet standaard ervaring op te doen (*direct experience*). Het afwijken van de standaard looproutes geven toeristen nieuwe indrukken en beelden, hetgeen een positieve dan wel negatieve weerslag kan hebben op de beeldvorming.

Een ander manier waarop toeristen naar een bestemming kijken en aan beeldvorming doen is het concept van John Urry (1990) de *tourist gaze*. De *tourist gaze* is een 'blikrichting', een beeld dat door de media is geconstrueerd met behulp van brochures, foto's, reisboeken en -gidsen (*mediated experience*). De toerist wil de bestemming benaderen met een vooropgezet idee, interesse en nieuwsgierigheid; en ziet dit beeld verkregen vanuit de massamedia graag bevestigd worden. De toeristen zijn gefocust op de beelden die zij hebben over de bestemming en negeren andere waarnemingen die niet in het beeld van hun bestemming passen. Er worden souvenirs gekocht en foto's gemaakt als bewijs van hun authentieke ervaring (*direct experience*). De beelden zijn dus selectief van aard en berusten op de beelden die toeristen willen zien (Urry, 1990).

2.3.4 Contacten en social media

Beeldvorming wordt bepaald door de woon- en leefomgeving waarin iemand opgroeit. De woon- en leefomgeving bepalen in een vroeg stadium van iemands leven de psychosociale ontwikkeling, de cognitieve en emotionele vaardigheden, de communicatieve eigenschappen en inter-persoonlijke competenties (Ladd, 1999; Steinberg, 2001; Naber, 2004, p. 8). De woon- en leefomgeving en de sociale contacten met familie, vrienden en buurtgenoten beïnvloeden het persoonlijke gedrag en de gedachten, ideeën en visies van een persoon. De normen en waarden die jongeren vanuit huis meekrijgen vormen in beginsel de basis waarin jongeren hun sociale contacten uitbreiden. Jongeren selecteren hun sociale contacten en vriendschappen door gemeenschappelijke activiteiten en interesses als school, geloof, verenigingen en sportclubs (Naber, 2004, p. 21). Wanneer jongeren zich steeds meer in bepaalde sociale kringen bevinden, nemen zij steeds vaker hetzelfde gedrag aan en worden kennis, ideeën en visies steeds vaker gedeeld. Sociale contacten en kringen (*mediated experience*) beïnvloeden op die manier de persoonlijke beeldvorming over bijvoorbeeld geografische thema's. In wetenschappelijke publicaties wordt er ook geschreven over het ontbreken van sociale contacten of beperkte sociale contacten (Gijsberts & Dagevos, 2004). Door geen of beperkte sociale contacten treedt eerder negatieve beeldvorming op dan wanneer een persoon meerdere sociale contacten heeft. Dit verschijnsel is te verklaren door het ontbreken en uitwisselen van kennis, informatie, gedachten, ideeën en/of visies, waardoor negatieve zaken uit het nieuws eerder voor waarheid worden aangenomen.

In de afgelopen jaren zijn *social media* uitgegroeid tot één van de belangrijkste vormen van media in de wereld. *Social media* – als Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Twitter, waarbenjij.nu en Youtube – verbinden miljoenen mensen over de hele wereld met elkaar, door grote geografische afstanden te overbruggen (Blom, 2009, p. 22; Levinson, 2009, p. 14). Volgens Frissen et al. (2008) is *social media* ‘een verzamelnaam voor allerlei sociale netwerken of online communicatievormen- en technieken, waarbij het delen van informatie door gebruikers en de samenleving tussen gebruikers centraal staat’ (*mediated experience*). *Social media* kenmerkt zich dus door het delen van persoonlijke ervaringen, ideeën, informatie en kennis met andere en is tevens een handig medium om contacten met andere te onderhouden. Een ander kenmerk van *social media* is de bereikbaarheid en mobiliteit van mensen om via de *smartphone* berichten en informatie van ‘nu’ en vanaf ‘hier’ (*direct experience*) de wereld in te sturen. Het delen van berichten en informatie aan vrienden en/of *followers* kan een doorslaggevende rol spelen bij belangrijke gebeurtenissen. De informatie en kennis komen dan niet van de traditionele media, maar van de getuigen zelf (Levinson, 2009, p. 11). Indien een land of stad bijvoorbeeld vaker zichtbaar op *social media* is, kan dit – afhankelijk van de reden en gebeurtenis – een positieve als een negatieve invloed hebben.

Tevens maakt *social media* het mogelijk om groepen te vormen. Op die manier kunnen mensen in contact komen met andere personen met dezelfde interesses om bijvoorbeeld vriendschappen of kennis te delen (Levinson, 2009, p. 121). Ook in de toeristische sector is *social media* doorgedrongen. Voor toeristen is *social media* een handige uitkomst geworden om snel informatie, kennis en ervaringen over een bestemming op te doen (*mediated experience*) en met andere te delen (*direct experience*). Iedereen heeft op *social media* de mogelijkheid om meningen over uiteenlopende onderwerpen in te zien. Ook zit er een nadeel aan *social media*, omdat de informatie, kennis en ervaringen niet op echtheid hoeven te berusten. Hierdoor kunnen mensen schade aanbrengen aan een bedrijf of een persoon. Bovendien is de informatie, kennis en ervaringen die op *social media* worden gedeeld selectief van aard. Ieder mens construeert een eigen beeld van de werkelijkheid en geen enkel beeld is dus objectief.

Uit deze paragraaf kan geconcludeerd worden dat producenten van beeldvorming met name invloed hebben op de informatie en kennisvoorziening van individuen. Het overdragen van dergelijk informatie en kennis (*mediated experience*) gaat gepaard met (on)bewust(e) positieve of negatieve beeldvorming, omdat de informatie en kennis die dergelijke producenten van beeldvorming uitbrengen in de praktijk en in de wetenschappelijke literatuur niet als objectief beschouwd worden. Daarnaast blijken eigen ervaringen (*direct experience*) door praktische activiteiten of fysieke belevingen vooral tijdens bezoeken aan het buitenland tot beeldvorming te leiden. Of het daadwerkelijk hebben van kennis ook invloed heeft op de perceptie van afstanden ofwel de *mental map* zal in de volgende paragraaf nader worden bekeken.

2.4 Mental map

De *mental map* of in het Nederlands ook wel bekend als de mentale kaart, geeft de persoonlijke perceptie van een persoon weer ten aanzien van zijn of haar geografische omgeving. Het is een manier waarop de ruimtelijke omgeving gestructureerd wordt. Een *mental map* is geen geografische kaart, maar is een representatie van het cognitieve beeld dat in de gedachten van een persoon zit (Kitchin, 1994, p. 3; Holloway & Hubbard, 2001, p. 51). Het proces van *mental maps* is sterk afhankelijk van zowel de perceptie ofwel het waarnemen (verwerven, registreren, interpreteren, selecteren en ordenen) als het cognitieve (kennis, kenvermogen of de inhoud daarvan zoals ideeën en overtuigingen) van een individu

(Kitchin, 1994, p. 1). De geografische werkelijkheid is er één die niet overeen komt met de *mental maps* van verschillende individuen, omdat ieder individu een eigen beeld vormt van de werkelijkheid. Elk individu beweegt zich op basis van zijn of haar eigen *mental map* anders door de ruimte, hetgeen gebaseerd is op de positieve en negatieve beelden die een individu over een omgeving heeft verkregen en verwerkt (Mondschein, Blumenberg & Taylor, 2005, pp. 1-3). Eigen ervaringen als het gebruik van eigen routes, associaties, belevingen en waarderingen van de omgeving zijn opgeslagen in de *mental map* van ieder individu. Dit proces staat ook bekend als de *spaces of representation*. De *mental map* is een kaart die zich inwendig in een persoon bevindt en kan tot uitdrukking komen in verhalen, teksten, tekeningen en oordelen van een persoon. Nieuwe indrukken en informatie worden gekoppeld aan bestaande beelden om vergeleken en opgeslagen te worden in de *mental map* van een persoon. De opbouw van een *mental map* is afhankelijk van hetgeen een individu wil zien en ervaren. Het menselijke brein maakt een eigen versie van de realiteit door te categoriseren, te generaliseren, te selecteren en het vereenvoudigen van de indrukken en informatie (Beck & Wood, 1976, p. 200). Wanneer een persoon geen persoonlijke ervaringen heeft met de werkelijke omgeving van een plaats, regio of land; dan worden de *mental maps* gevormd door de geografische kennis (*mediated experience*) en beeldvorming waarover een persoon beschikt (Adam, 2009, pp. 146-147). De massamedia heeft onder andere een grote invloed op de *mental maps* van mensen. De hoeveelheid tijd die media aan landen en regio's besteden, maar ook de reistijd naar deze gebieden – de perceptie van afstanden – beïnvloeden de *mental map* van een persoon (Avraham, 2004).

Mental maps worden in de wetenschappelijke literatuur al snel geassocieerd met de architect en planner Kevin Lynch. Lynch (1960) onderzocht het beeld van de inwoners van Boston, Jersey City en Los Angeles over hun eigen stad. Het onderzoek toonde aan dat er een verschil is tussen de *mental map* van de inwoners en de werkelijke stad (Gould & White, 1986, pp. 11-12; Smiley, 2013, p. 220). Andere wetenschappers hebben voortgebouwd op de bevindingen van Lynch. Volgens Tuan (1975, p. 206) zijn *mental maps* cartografische voorstellingen en geven zij aan in hoeverre mensen onderling van elkaar verschillen in het beoordelen van plaatsen. Kulhavy & Stock (1996) beweren dat *mental maps* beïnvloed worden door de ruimtelijke informatie waarover personen al reeds bezitten en Madaleno (2010) beschouwt plaatsen op de *mental map* als zinvolle en belangrijke plaatsen van een individu. *Mental maps* kunnen beschouwd worden als persoonlijke en individuele producten die beïnvloed worden door een aantal factoren, waaronder: culturele, economische, politieke en sociale componenten (Smiley, 2013, p. 220). Die componenten zijn in dit onderzoek gespecificeerd naar variabelen – als woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Europa; beeldvorming; onderwijs; (nieuws)media; en eigen ervaringen – die invloed hebben op een onderdeel van de *mental map*, namelijk de ruimtelijke perceptie van afstanden.

Ook Kevin Cox (1972) hield zich bezig met de *mental map*, maar richtte zich in zijn leerboek *Man, Location and Behavior* meer op de ruimtelijke perceptie van afstanden. In zijn boek rapporteerde Cox over een onderzoek, waarbij studenten aan de Ohio State University een twintigtal steden moesten intekenen op een vel papier. Op het vel papier stonden alleen Columbus (vestigingsplaats van de universiteit) en de nabije stad Cincinnati aangegeven (p. 103). Uit het onderzoek van Cox bleek, dat studenten steden die in de feitelijke geografische ruimte dichtbij lagen, relatief ver weg plaatsen in de mentale ruimte. Omgekeerd werden steden die ver verwijderd lagen op de mentale kaart relatief dichtbij ingetekend (De Pater et al., 2014, p. 13). Het boek van Kevin Cox (1972) gold als inspiratiebron om de oefening ook onder eerstejaarsstudenten Sociale Geografie en Planologie op de Universiteit Utrecht te

doen. De opdracht werd iets veranderd door twaalf Europese steden te gebruiken en deze vervolgens te rangschikken naar afstanden over de weg tot Amsterdam (De Pater et al., 2014, pp. 12-13). De focus van de oefening van Cox en de Universiteit Utrecht lag voornamelijk op de ruimtelijke perceptie van afstanden (Eysberg, 1985, p. 114). Volgens Tuan (1975) moet de *mental map* en de ruimtelijke perceptie van afstanden niet met elkaar verward worden. Er is namelijk een nuance tussen beide begrippen. De ruimtelijke perceptie van afstanden is 'slechts' een onderdeel van de *mental map*. Beide begrippen moeten dus niet als het zelfde worden beschouwd, omdat de *mental map* meer is dan alleen de ruimtelijke perceptie van afstanden (p. 205-206).

Tevens dienen de *mental maps* een vijftal functies in geografische kennis en gedrag van mensen, aldus Tuan (1975). Ten eerste maken *mental maps* het mogelijk om aan andere mensen een route uit te leggen en aanwijzingen te geven. Daarnaast maken *mental maps* het mogelijk om een route in het hoofd alvast te repeteren, alvorens men daadwerkelijk de weg opgaat. Ten derde dienen *mental maps* als geheugensteun om locaties, gebeurtenissen en mensen te kunnen onthouden. Het is een manier van rangschikken om gebeurtenissen die we willen onthouden ook daadwerkelijk te kunnen onthouden. Ten vierde worden *mental maps* gebruikt om kennis te kunnen structureren en deze op te slaan in het geheugen. Evenals dat geografische kennis helpt Tot slot, zijn *mental maps* denkbeeldige werelden. Mensen worden verleid om naar aantrekkelijke plaatsen toe te trekken om zodoende uit hun dagelijkse en veilige omgeving te komen. Het is een denkbeeldige wereld die mede helpt om migratiepatronen van mensen te doen verklaren (Tuan, 1975, pp. 210-211). Overigens hoeven denkbeeldige werelden of *mental maps* niet altijd over aantrekkelijke plaatsen te gaan. Het kan ook juist een beeld zijn van minder aantrekkelijke plaatsen om de eigen regio te positioneren tegenover een andere regio. In de volgende paragraaf zal er worden ingegaan op de positionering van Oost- en West-Europa en het begrip *othering*.

2.5 De positie van Oost- en West-Europa en de 'significant other'

In het alledaagse leven wordt de term 'Europa' zonder al te veel misverstanden gebruikt. Maar wie tracht 'Europa' nader te definiëren en af te grenzen zal al snel op moeilijke kwesties uitkomen. Europa is meer dan alleen een geografisch gebied. Het is een politiek en economisch samenwerkingsverband van verschillende staten met daarin een verscheidenheid aan landschappen, steden, culturen, identiteiten en religies (De Pater et al., 2004, p. 1). De buitengrenzen van Europa zijn in het noorden, het westen en het zuiden weinig omstreden vanwege de eenduidige lange kustlijn die zich uitstrekt van de Noordelijke IJszee en de Barentszee via de Atlantische Oceaan naar de Middellandse Zee. De buitengrens in het oosten van Europa is minder eenduidig en laat zich niet eenvoudig definiëren. Over het algemeen wordt de fysisch geografische grens aangehouden voor de oostelijke buitengrens van Europa. Deze grens loopt via de Bosporus, de Zwarte Zee, de Kaukasus, de Kaspische Zee naar de Oeral. Deze grens wordt echter als omstreden beschouwd, omdat de natuurlijke grens geen rekening houdt met politieke, economische, culturele en religieuze aspecten (De Pater et al., 2004, p. 2).

2.5.1 De interne 'noord-zuid' en 'west-oost' geleding van Europa

Een tijdlang was de interne geleding van Europa die van het noorden en het zuiden. De tegenstellingen tussen 'noord-zuid' kende haar hoogtepunt in de Renaissance, toen de Italiaanse stadstaten in het Romaanse zuiden opbloeden en zich volledig afzetten tegen het 'onbeschaafde en barbaarse' Germaanse noorden. In landen als Polen en Rusland die toentertijd aanvankelijk tot Noord-Europa werden gerekend, vond er langzaam een

heroriëntering plaats, waarbij de Slavische landen van het noorden naar het oosten van Europa verhuisden. De symbolische oude 'noord-zuid as' werd vervangen voor de nieuwe 'west-oost as'. Wetenschappers zijn het op de dag van vandaag nog steeds niet eens wanneer precies de overgang tussen 'noord-zuid' en 'west-oost' plaatsvond (De Pater, 2009, p. 7; Van Heuckelom, 2009, pp. 132-133). Wel gaan wetenschappers er vanuit dat de scheidingslijn en dus de tweedeling tussen Oost- en West-Europa al in de achttiende eeuw op gang was gekomen met het concept van 'beschaving' in de Europese Verlichtingdiscours. De Amerikaanse historicus Larry Wolff stelt dat Oost-Europa een intellectuele uitvinding is van de Duitse en Franse verlichting. In de tweede helft van de achttiende eeuw bestond er een drang van zelfpositionering en zelfpromotie. De intellectuelen projecteerden een beeld van culturele en economische achterstand op het oostelijke deel van Europa en projecteerden daartegenover een beeld van beschaving en een ontwikkeld West-Europa. Dit beeld werd later in het Westen ten tijde van de Koude Oorlog breeduit geëxporteerd (Van Heuckelom, 2009, pp. 132-133). De symbolische kloof tussen Oost- en West-Europa werd ten tijde van de Koude Oorlog gevormd door het IJzeren Gordijn. De Oostbloklanden kenden onder de invloedssfeer van de Sovjet-Unie een totalitaire staatsvorm en waren met elkaar verbonden via het Warschaupact (militair) en de Comecon (economisch) (Hudabiunigg, 2004, p. 371; Jongbloed et al., 2010, p. 2). Joegoslavië maakte geen deel uit van het Warschaupact, maar werd vanwege het socialistische regime als een communistisch land gezien. Dat was de reden dat Joegoslavië als vijand van het Westen werd beschouwd. Alles wat achter het IJzeren Gordijn gelegen lag inclusief het voormalig Joegoslavië werd tot 1989 als Oost-Europa beschouwd.

In de huidige tijd is de scheidinglijn en daarmee de interne geleiding tussen Oost- en West-Europa op juridisch, economisch en politiekvlak vervaagd, mede door de toetreding van de meeste voormalige Oostbloklanden tot de Europese Unie. Binnen de Europese Unie geldt er sinds 1993 een verdrag waar vrij verkeer van goederen, diensten, personen en geld is toegestaan (De Pater et al., 2004, p. 8). Op het gebied van religie kan er tussen het westerse en het oosters-orthodoxe christendom nog altijd een binnengrens getrokken worden. Overigens ligt deze religiegrens oostelijker dan de scheidingslijn van het voormalige IJzeren Gordijn ten tijde van de Koude Oorlog (De Pater et al., 2004, pp. 4-5).

2.5.2 De 'other'

In het dagelijks leven vormen mensen (on)bewust denkbeelden, meningen en houdingen tegenover groepen die als de *other* ofwel als de 'ander' in de samenleving worden beschouwd. De 'ander' is nodig om jezelf te kunnen distantieren en om je eigen positie in de samenleving te kunnen bepalen. Vaak wordt de 'ander' negatief neergezet en als anders of vreemd geclassificeerd. De 'ander' wordt vaak op basis van ras, geslacht, geografische ligging, etniciteit, afkomst, omgeving, ideologie, sociale positie of klasse bepaald (Freeman, 2010, p. 2106). Het zijn ook groepen, die vaak (maar lang niet allemaal) aan de rand van de samenleving staan, zoals: armen, daklozen, (ex-)gedetineerden, gehandicapten, homoseksuelen, immigranten en verslaafden. Deze groepen worden als de 'ander' bestempeld vanwege het verstoren van de morele en sociale orde in de samenleving (Devereux, 2007, p. 186). Dit hiërarchisch en stereotype denken moet de eigen positie in de samenleving versterken en als goed worden neergezet. Het 'andere' wordt als het vreemde gezien en als een bedreiging van de eigen cultuur beschouwd (Freeman, 2010, p. 2106).

Daarnaast bestaat de 'ander' ook buiten de samenleving, namelijk in de vorm van een identiteit. Een identiteit wordt gevormd door een vergelijking te maken met 'de ander', ook wel aangeduid als het 'wij' en 'zij' gevoel. Het vormen van een identiteit is niet alleen

subjectief, maar ook relationeel van aard. Aan het vormen van een identiteit liggen sociale interacties ten grondslag. Het proces waarbij een identiteit wordt gevormd ontwikkelt zich door interactie tussen enerzijds de individuen en anderzijds de anderen (Hague & Jenkins, 2005, p.5). Het onderscheiden in 'wij' en 'zij' vindt op diverse schaalniveaus plaats. Op lokaal niveau kan iemand zich afzetten tegen iemand binnen zijn gemeente; op regionaal niveau kan een Rotterdammer zich afzetten tegen een Hagenees; op provinciaal niveau kan een Brabander zich afzetten tegen een Limburger; op nationaal niveau kan een Nederlander zich afzetten tegen een Duitser; op Europese niveau kan een West-Europeaan zich afzetten tegen een Oost-Europeaan en op wereldniveau kan een Europeaan zich afzetten tegen een Afrikaan.

In het verloop van deze subparagraaf zal er verder worden ingegaan op het Europese schaalniveau van *othering*, omdat de focus van dit onderzoek gebaseerd is op Oost- en West-Europa. Het Westen beschouwde de voormalige communistische landen eeuwenlang als de 'ander'. Volgens Said (1978), en andere wetenschappelijke publicaties en reisverslagen, worden de voormalige communistische landen als de 'nabije' Oriënt ofwel als de Occident omschreven (Jarosz, 1992; Hudabiunnigg, 2004; Light & Young, 2009; Van Heuckelom, 2009). Volgens De Pater et al. (2004) begon voor menige West-Europeaan in de Balkan al de 'Oriënt' (p. 5). Het oriëntalisme is een visie op het Oosten met als doel om de 'ander' te domineren. Om een ander te kunnen domineren is een visie over die ander van belang. Het oriëntalisme verwijst dus naar de dominante westerse opvatting van de Occident, waarin de cultuur en samenleving van West-Europa te boek staat als 'geciviliseerd', 'modern', 'progressief', 'rationeel', 'dynamisch', 'vooruitstrevend' en 'mannelijk', tegenover een 'ongeciviliseerd', 'barbaars', 'primitief', 'achteruitgang', 'achterlijke', 'mystieke', 'statische', 'stagneerde' en 'vrouwelijke' samenleving van Oost-Europa (Vossestein, 2006, pp. 7-13; Light & Young, 2009, pp. 283-284; Downey, 2010, p. 2102). In de koloniale tijd werd het oriëntalisme door het Westen als een reden, uitleg en rechtvaardiging gebruikt, om het Oosten in zowel cultureel als politiek opzicht te onderdrukken. Ook in de huidige tijd is er sprake van een soort van oriëntalisme, waarbij een stigmatisering plaatsvindt van samenlevingen die niet een 'Westerse stijl' van democratie hanteren.

Het oriëntalisme heeft dus wel degelijk binnen Europa plaatsgevonden, waarbij er sprake is geweest van *othering*. De 'ander' (Oost-Europa) werd gecontrasteerd tegen het 'eigen' (West-Europa) en omgekeerd gold dat het 'eigen' gecreëerd werd door zichzelf tegen de 'ander' af te zetten. De voormalige communistische landen golden voor Europa als de culturele en religieuze 'ander'. De scheidingslijn tussen Oost- en West-Europa begon in de tijd toen de Balkanlanden bezet werden door het Ottomaanse Rijk. Na de Tweede Wereldoorlog werd de scheidingslijn versterkt door een ideologische en politieke scheidingslijn tussen het democratische kapitalistische Westen en het totalitaire communistische Oosten. Tevens gold de Balkan als van oudsher als ontmoetingplaats waar verschillende Rijken (Oost- en West-Romeinse Rijk, Ottomaanse Rijk en Habsburgse Rijk), geschriften (Cyrillisch en Latijns), religies (katholiek, protestants, orthodox, islam en Jodendom) en ideologieën (communisme en kapitalisme) elkaar tegenkwamen (Bakic-Hayden & Hayden, 1992, p. 4).

2.5.3 Oost-Europa

De term Balkan is volgens Bideleux & Jeffries (2007) en Van Heuckelom (2009) een beladen woord. Het woord heeft verschillende betekenissen en kent verschillende stereotype beelden die verbonden zijn met deze term. Ook internationaal is de term Balkan, maar ook Balkanisme en Balkaniseren, het onderwerp van debat (Van Heuckelom, 2009, p. 134). De

geografische benamingen voor Balkan, Balkanisme en Balkaniseren worden door de inwoners van de Balkanlanden met negatieve associatie en stereotype beelden geassocieerd. Het woord 'balkaniseren' is vooral een kleinerend en een negatief woord en wordt al snel in relatie gebracht met: de politieke, economische en sociale fragmentatie; diep gewortelde broedermoorden en conflicten tussen gemeenschappen; politieke destabilisatie; intolerante houdingen; corruptie; onderdrukkende verticale machtsverhoudingen en machtstructuren; een zwak ontwikkelde rechtstaat; onvolgroeide ontwikkeling van burgerlijke, juridische en verenigingsbanden en relaties; wijdverbreide gevoelens van slachtofferschap, wraakzucht en fatalisme (Bideleux & Jeffries, 2007, p. 1).

Bideleux & Jeffries (2007) schrijven deze generalisatie en stereotypering toe aan de politieke onrust en conflicten op de Balkan. De Westerse visie op het barbaarse gedrag is gebaseerd op eeuwenoude wreedheden en verboddeling in de regio en de etnische zuiveringen en genocide die plaatsvonden tijdens de Balkanoorlog in de jaren 90 van de 20^{ste} eeuw. Het uiteenvallen van Joegoslavië en later Servië zorgde voor negatieve berichtgeving over de regio. Mensen met beperkte geografische kennis baseren regionale beelden op geografische representaties uit de media. De beeldvorming en stereotype beelden die hieruit kunnen ontstaan zijn vervolgens erg moeilijk te veranderen (Boisen, Terlouw, Van Gorp, 2011, p. 140). Ook de huidige ontwikkelingen en spanningen in de Oekraïne zorgen voor nieuwe negatieve beeldvorming over de regio. De annexatie van de Krim door Rusland werd in de media vergeleken met een terugkeer van de Koude Oorlog uit de jaren 80 van de 20^{ste} eeuw (NOS, 2014). Maar ook het neerhalen van het passagiersvliegtuig van Malaysia Airlines (MH17), waarbij 298 mensen om het leven kwamen zorgt voor veel ongeloof, woede en afschuw richting die regio, hetgeen de beeldvorming over de regio alleen maar negatief heeft versterkt.

2.5.4 Zuid-Europa

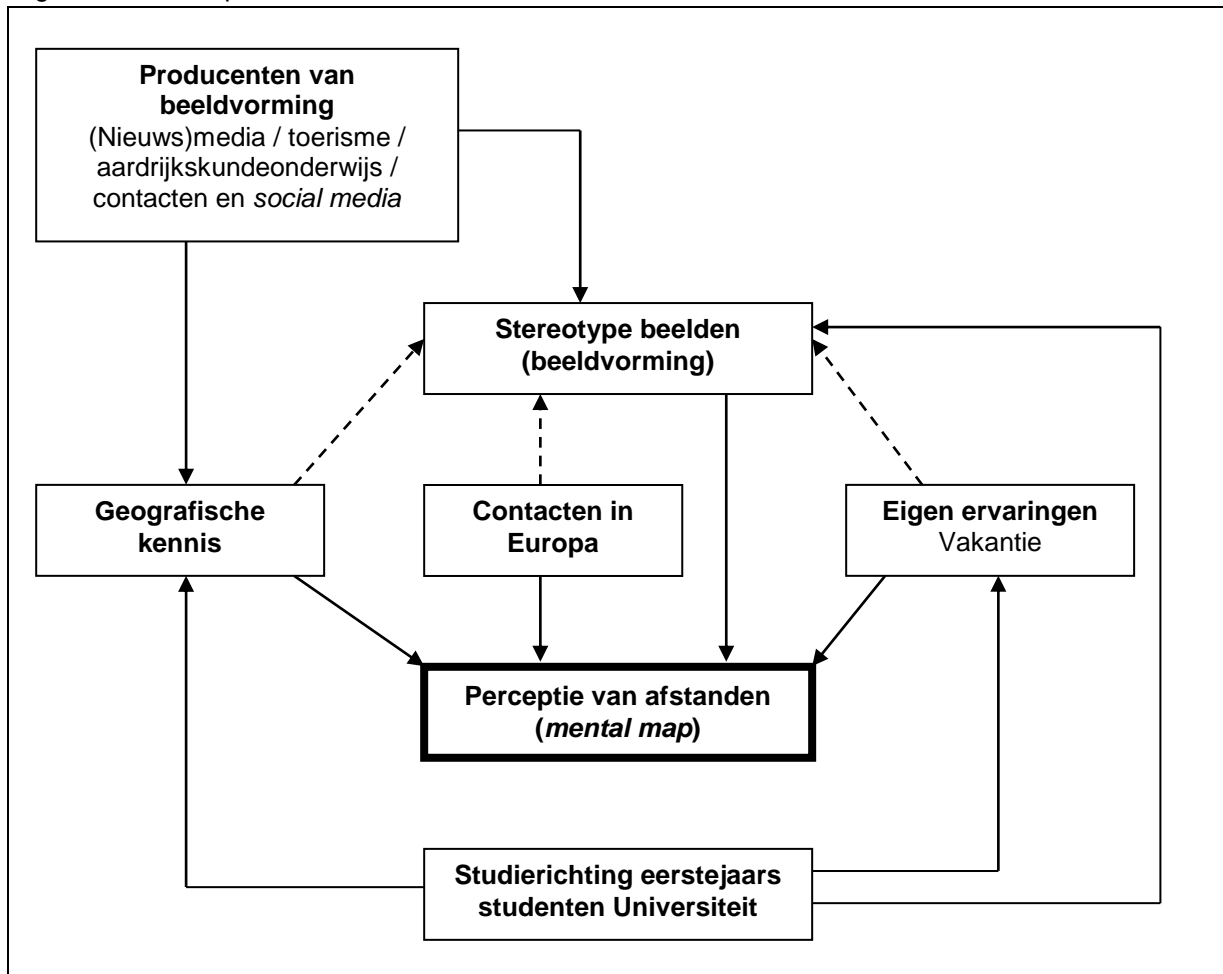
Beeldvorming over Zuid-Europa kan vanuit verschillende perspectieven worden bekeken. In de context van Oost- versus West-Europa wordt Zuid-Europa – sinds de 18^{de} eeuw – tot West-Europa gerekend. Hoewel de tegenstelling 'noord-zuid' niet meer bestaat, hebben Noordwest-Europeanen nog altijd bepaalde beelden over Zuid-Europa. Het zijn de traditionele cliché stereotype beelden als zon, zee en strand en zijn voornamelijk gebaseerd op persoonlijke ervaringen tijdens vakanties. Daarnaast kenmerkt Zuid-Europa zich door culturele bezienswaardigheden, geschiedenis, Katholicisme, Latijns, Midderraans, Middellandse Zee en vakantie (Geografie Educatief, 1997, pp. 20-21). In de wetenschappelijke literatuur worden voornamelijk cultuur, familie(tradities), gezin, het katholieke geloof en Latijn als de belangrijkste componenten genoemd (De Pater, 2009, p. 231; Meñaca et al., 2011, p. 388; Bosman, 2014, p. 16).

Daarnaast heerst er tegenwoordig ook een negatief beeld over Zuid-Europa, hetgeen voornamelijk is ontstaan sinds het begin van de eurocrisis. Diverse Zuid-Europese landen – als Cyprus, Griekenland, Italië, Portugal en Spanje – hadden een enorm begrotingstekort en staatsschuld, waardoor deze landen dreigden hun financiële verplichtingen niet meer te kunnen voldoen (Holman, 2012, p. 198; Europa-nu, 2015). Het politieke beleid en de demonstraties in de Zuid-Europese landen domineerden het nieuws, hetgeen tot negatieve reacties en beeldvorming in de Noordwest-Europese landen hebben geleid.

2.6 Conceptueel model

Uit de bovenstaande literatuur is een conceptueel model opgesteld. Het conceptueel model is op een schematische wijze weergegeven en geeft de onderlinge relaties weer (figuur 2.2).

Figuur 2.2: Conceptueel model.



Uit figuur 2.2 blijkt dat er enerzijds een directe relatie is tussen de producenten van beeldvorming en geografische kennis en anderzijds een directe relatie is tussen de producenten van beeldvorming en de stereotype beelden. De geografische kennis en de stereotype beelden die verkregen zijn door middel van de producenten van beeldvorming beïnvloeden de ruimtelijke perceptie van afstanden ofwel de *mental map* van een persoon. Zo beïnvloeden producenten van beeldvorming dus indirect de ruimtelijke perceptie van afstanden van een persoon. Binnen deze twee relaties zullen de volgende hypothesen aan de hand van de verschillende producenten van beeldvorming worden getoetst.

o Contacten en social media:

Hypothese 1a: *Studenten met woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa kunnen afstanden beter inschatten dan studenten zonder woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa.*

Hypothese 1b: *Geografiestudenten met woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa kunnen afstanden beter inschatten dan geografiestudenten zonder woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa.*

Hypothese 1c: *Niet-geografiestudenten met woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa kunnen afstanden beter inschatten dan niet-geografiestudenten zonder woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa.*

- Nieuws(media):
Hypothese 3a: *Studenten die (minimaal) vijf dagen per week het nieuws volgen kunnen afstanden beter inschatten dan studenten die minder dan vijf dagen per week het nieuws volgen.*
Hypothese 3b: *Geografiestudenten die (minimaal) vijf dagen per week het nieuws volgen kunnen afstanden beter inschatten dan geografiestudenten die minder dan vijf dagen per week het nieuws volgen.*
Hypothese 3c: *Niet-geografiestudenten die (minimaal) vijf dagen per week het nieuws volgen kunnen afstanden beter inschatten dan niet-geografiestudenten die minder dan vijf dagen per week het nieuws volgen.*

- Aardrijkskundeonderwijs:
Hypothese 4a: *Studenten met aardrijkskunde in het profiel kunnen afstanden beter inschatten dan studenten zonder aardrijkskunde in het profiel.*
Hypothese 4b: *Geografiestudenten met aardrijkskunde in het profiel kunnen afstanden beter inschatten dan geografiestudenten zonder aardrijkskunde in het profiel.*
Hypothese 4c: *Niet-geografiestudenten met aardrijkskunde in het profiel kunnen afstanden beter inschatten dan niet-geografiestudenten zonder aardrijkskunde in het profiel.*

- Toerisme:
Hypothese 6a: *Studenten die in Oost-Europa zijn geweest kunnen afstanden beter inschatten dan studenten die niet in Oost-Europa zijn geweest.*
Hypothese 6b: *Geografiestudenten die in Oost-Europa zijn geweest kunnen afstanden beter inschatten dan geografiestudenten die niet in Oost-Europa zijn geweest.*
Hypothese 6c: *Niet-geografiestudenten die in Oost-Europa zijn geweest kunnen afstanden beter inschatten dan niet-geografiestudenten die niet in Oost-Europa zijn geweest.*

Naast de indirecte relatie van de producent van beeldvorming (contacten en *social media*) en de ruimtelijke perceptie van afstanden bestaat er ook een directe relatie tussen de contacten in Europa en de ruimtelijke perceptie van afstanden. Dit is met de hypothesen 1a, 1b en 1c onderzocht.

Ook bestaat er een directe relatie tussen stereotype beelden en de ruimtelijke perceptie van afstanden. Stereotype beelden worden door verschillende producenten van beeldvorming gevormd. Echter, de precieze mate van invloed per producent is niet goed te onderzoeken. Om die reden wordt ook de relatie tussen de persoonlijke beeldvorming in algemene zin (negatief dan wel positief) van de respondent en de ruimtelijke perceptie van afstanden onderzocht. Binnen deze relatie zullen de volgende hypothesen getoetst worden:

Hypothese 2a: *Studenten met een positieve houding ten opzichte van Oost-Europa kunnen afstanden beter inschatten dan studenten met een negatieve houding ten opzichte van Oost-Europa.*

Hypothese 2b: *Geografiestudenten met een positieve houding ten opzichte van Oost-Europa kunnen afstanden beter inschatten dan geografiestudenten met een negatieve houding ten opzichte van Oost-Europa.*

Hypothese 2c: *Niet-geografiestudenten met een positieve houding ten opzichte van Oost-Europa kunnen afstanden beter inschatten dan niet-geografiestudenten met een negatieve houding ten opzichte van Oost-Europa.*

Een andere relatie die in dit onderzoek wordt onderzocht is de directe relatie tussen de studierichting van eerstejaarsstudenten van de Universiteit Utrecht en de invloed op de stereotype beelden, geografische kennis en eigen ervaringen van eerstejaarsstudenten. De relatie studierichting en stereotype beelden zal onderzocht worden aan de hand van beschrijvende statistiek en maakt onderdeel uit van deelvraag twee. Geografische kennis en eigen ervaringen worden wederom getoetst aan de hand van de volgende twee hypothesen en beïnvloeden indirect de ruimtelijke perceptie van afstanden.

Hypothese 5: *Geografiestudenten met aardrijkskunde in het profiel beschikken over meer geografische kennis dan niet-geografiestudenten met aardrijkskunde in het profiel.*

Hypothese 7: *Geografiestudenten gaan vaker naar het buitenland dan niet-geografiestudenten.*

Daarnaast staan er in het conceptueel model ook directe relaties, welke zijn aangegeven met een stippellijn, die niet zijn onderzocht. Uit de literatuurstudie is gebleken dat er directe relaties bestaan tussen geografische kennis, contacten in Europa en eigen ervaringen en stereotype beelden. In dit onderzoek staat de ruimtelijke perceptie van afstanden centraal. Daarom zijn de met een stippellijn aangegeven directe relaties niet onderzocht.

2.7 Conclusie

In dit hoofdstuk is geprobeerd om de verschillende wetenschappelijke inzichten en theorieën te bespreken, om meer duidelijkheid te verschaffen omtrent beeldvorming, stereotype beelden, producenten van beeldvorming, de *mental map* en de positionering van Oost- en West-Europa en de 'significant other'.

Om inzicht te krijgen welke factoren beeldvorming beïnvloeden, werd er allereerst onderzocht wie de producenten van beeldvorming (*mediated experience*) zijn. Hieruit werd duidelijk dat (nieuws)media als een zeer invloedrijk medium beschouwd kan worden en tevens een cruciale rol speelt in het creëren van beelden. Ook het aardrijkskundeonderwijs blijkt een belangrijke producent van beeldvorming te zijn. Hoewel beeldvorming in aardrijkskundeboeken te vaak als exemplarische voorbeelden voor een land dienen. Bovendien worden de leerboeken te veel gekenmerkt door grove generalisatie en simplificatie van de werkelijkheid. In de toeristische sector worden beelden meestal te veel gefragmenteerd weergegeven en uit de werkelijke context gehaald. Tenslotte, blijken ook eigen ervaringen (*direct experience*) door praktische activiteiten of fysieke belevingen vooral tijdens bezoeken aan het buitenland tot beeldvorming te leiden.

Vervolgens werd duidelijk dat *mental maps* beïnvloed worden door de ruimtelijke informatie en kennis waarover personen al reeds beschikken en werden een vijftal functies besproken die geografische kennis en gedrag van mensen dienen.

Daarnaast werd de positionering van Oost- en West-Europa besproken om tot een eenduidige definitie van Oost- en Zuid-Europa te komen. Dit bleek echter niet op een objectieve en eenduidige manier te definiëren, omdat Europa een politiek en economisch samenwerkingsverband is van verschillende staten met daarin een verscheidenheid aan landschappen, steden, culturen, identiteiten en religies. Om toch een onderscheid tussen Oost- en Zuid-Europa te kunnen maken, wordt de grens ten tijde van de Koude Oorlog gehanteerd vanwege de scherpe scheidingslijn van het IJzeren Gordijn. Op deze wijze kunnen Oost- en Zuid-Europa ook daadwerkelijk van elkaar onderscheiden worden, hetgeen in het volgende hoofdstuk verder geoperationaliseerd zal worden.

3. Methodologie

In dit hoofdstuk worden de concepten en theorieën uit de bestaande literatuur – die eerder in het vorige hoofdstuk ter sprake zijn gekomen – vertaald naar de huidige studie en gekoppeld aan de vragenlijst. Om duidelijkheid en inzicht te verschaffen in de uitvoering en de gemaakte keuzes in dit onderzoek, worden allereerst de onderzoeksvragen en hypothesen nader toegelicht. Vervolgens worden de onderzoeksmethode, -eenheden en -locatie besproken, om daarna de wijze waarop de dataverzameling tot stand is gekomen verder toe te lichten. Uiteindelijk zal er in de laatste paragraaf worden afgesloten met de onderzoeksvariabelen en het operationaliseren van de vragenlijst naar meetbare begrippen.

3.1 Onderzoeksvragen en hypothesen

In dit onderzoek zal worden geprobeerd om de hoofdvraag – zoals eerder in de inleiding is aangegeven – te beantwoorden. De hoofdvraag in dit onderzoek luidt:

Wat is de perceptie van afstanden in Europa van Utrechtse eerstejaarsstudenten SGPL en andere studies, en in hoeverre kan deze verklaard worden vanuit hun kennis en beelden van en contacten met Oost- en Zuid-Europa?

Om de hoofdvraag ook daadwerkelijk te kunnen beantwoorden, is de hoofdvraag onderverdeeld in zeven deelvragen. De deelvragen zullen aan de hand van de opgestelde hypothesen en door middel van (beschrijvende) statistiek onderzocht worden. De hypothesen zijn veronderstellingen en verwachtingen die gebaseerd zijn op de literatuurverkenningen uit het vorige hoofdstuk. In het vervolg van deze paragraaf zullen de deelvragen en hypothesen nader worden besproken en geoperationaliseerd.

1. Hoe ziet de perceptie van afstanden van eerstejaarsstudenten van Europa eruit en is de perceptie van afstanden onder eerstejaarsstudenten Sociale Geografie en Planologie door de jaren heen veranderd?

Om de factoren te kunnen onderzoeken die mogelijk van invloed zijn op de perceptie van afstanden en de *mental map*, is het van belang om allereerst inzicht te krijgen in de perceptie van afstanden van eerstejaarsstudenten en hoe de perceptie van afstanden er precies uitziet. Het inzichtelijk maken van de perceptie van afstanden maakt het tevens mogelijk om een vergelijking te maken tussen geografiestudenten in dit onderzoek en geografiestudenten uit eerdere onderzoeken. De deelvraag zal door middel van beschrijvende statistiek beantwoord worden.

2. Wat zijn de stereotype beelden van eerstejaarsstudenten van Oost- en Zuid-Europa?

Om de perceptie van afstanden in Europa te onderzoeken, is het van belang om na te gaan welk beeld er momenteel over Oost- en Zuid-Europa bij eerstejaarsstudenten bestaat. Beeldvorming en in het bijzonder stereotype beelden blijken uit wetenschappelijke literatuur invloed te hebben op de *mental maps* van personen. In het vorige hoofdstuk werd eerder al duidelijk, dat er stereotype beelden in de wetenschappelijke literatuur over Oost- en Zuid-Europa bestaan. Om die reden wordt er in deze deelvraag stilgestaan bij de stereotype beelden van eerstejaarsstudenten. De vraag zal wederom aan de hand van beschrijvende statistiek beantwoord worden.

3. *In hoeverre speelt het hebben van woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa een rol bij de perceptie van afstanden?*

Nederlanders onderhouden steeds vaker contacten met andere Europeanen. Door globalisering en verbeterde communicatiemiddelen is het onderhouden van contacten met familieleden, vrienden en/of kennissen elders in Europa steeds eenvoudiger geworden. Niet alleen persoonlijke contacten beïnvloeden de beeldvorming van mensen, maar ook het gebruik van *social media* als Facebook, Instagram en Twitter spelen een rol bij beeldvorming. De derde deelvraag beoogd een mogelijke verklaring te geven voor het verband tussen de woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Europa en de perceptie van afstanden.

Hypothese 1a: *Studenten met woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa kunnen afstanden beter inschatten dan studenten zonder woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa.*

Hypothese 1b: *Geografiestudenten met woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa kunnen afstanden beter inschatten dan geografiestudenten zonder woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa.*

Hypothese 1c: *Niet-geografiestudenten met woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa kunnen afstanden beter inschatten dan niet-geografiestudenten zonder woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa.*

De verwachting is, dat studenten met woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Europa een betere perceptie van afstanden hebben dan studenten zonder woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen. Het woonachtig hebben van familieleden, vrienden en/of kennissen – door middel van directe persoonlijke contacten dan wel het volgen van personen op *social media* (Facebook, Instagram, Twitter, etcetera) – beïnvloed het beeld over Oost- en Zuid-Europa positief dan wel negatief. Het positieve dan wel negatieve beeld is dan verkregen door middel van woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen, hetgeen tot een betere *mental map* zou moeten leiden.

4. *In hoeverre speelt beeldvorming een rol bij de perceptie van afstanden?*

In de tweede deelvraag werd eerder al duidelijk welke stereotype beelden er onder eerstejaarsstudenten bestaan. In deze deelvraag ligt meer de nadruk op de mate waarin positieve dan wel negatieve beeldvorming invloed heeft op de ruimtelijke perceptie van afstanden in Europa. In deze vierde deelvraag wordt dus beoogd een mogelijke verklaring te geven voor het verband tussen de positieve dan wel negatieve beeldvorming en de perceptie van afstanden.

Hypothese 2a: *Studenten met een positieve houding ten opzichte van Oost-Europa kunnen afstanden beter inschatten dan studenten met een negatieve houding ten opzichte van Oost-Europa.*

Hypothese 2b: *Geografiestudenten met een positieve houding ten opzichte van Oost-Europa kunnen afstanden beter inschatten dan geografiestudenten met een negatieve houding ten opzichte van Oost-Europa.*

Hypothese 2c: *Niet-geografiestudenten met een positieve houding ten opzichte van Oost-Europa kunnen afstanden beter inschatten dan niet-geografiestudenten met een negatieve houding ten opzichte van Oost-Europa.*

De verwachting is, dat studenten met een positieve houding ten opzichte van Oost-Europa een betere perceptie van afstanden hebben dan studenten met een negatieve houding ten opzichte van Oost-Europa. Personen die een negatieve associatie hebben met steden en/of landen schatten de steden en/of landen ook verder van de eigen leefomgeving af, dan wanneer personen een positieve associatie hebben met een stad of land. Een positieve associatie met een stad of land zou tot een betere perceptie van afstanden moeten leiden dan wanneer iemand een negatieve associatie met een stad of land heeft.

5. *In hoeverre speelt (nieuws)media een rol bij de perceptie van afstanden?*

(Nieuws)media blijkt uit de literatuur een invloedrijk en belangrijk medium te zijn, hetgeen een cruciale rol speelt bij het beïnvloeden en creëren van beelden. Daarnaast beïnvloedt het nieuws ook het mentale beeld over andere landen, maar is men in staat door de regelmaat van het volgen van het nieuws de realiteit onder ogen te zien en te aanschouwen, hetgeen de ruimtelijke perceptie van afstanden beïnvloedt. In deze vijfde deelvraag wordt beoogd een mogelijke verklaring te geven voor het verband tussen (nieuws)media en de perceptie van afstanden.

Hypothese 3a: *Studenten die (minimaal) vijf dagen per week het nieuws volgen kunnen afstanden beter inschatten dan studenten die minder dan vijf dagen per week het nieuws volgen.*

Hypothese 3b: *Geografiestudenten die (minimaal) vijf dagen per week het nieuws volgen kunnen afstanden beter inschatten dan geografiestudenten die minder dan vijf dagen per week het nieuws volgen.*

Hypothese 3c: *Niet-geografiestudenten die (minimaal) vijf dagen per week het nieuws volgen kunnen afstanden beter inschatten dan niet-geografiestudenten die minder dan vijf dagen per week het nieuws volgen.*

De verwachting is, dat studenten die (minimaal) vijf dagen per week het nieuws volgen een betere perceptie van afstanden hebben dan studenten die minder dan vijf dagen per week het nieuws volgen. Het vergaren van meer informatie en kennis beïnvloeden het denkproces en de kijk op de wereld om zodoende verbanden te kunnen zien en te leggen, hetgeen tot een betere perceptie van afstanden zou moeten leiden.

6. In hoeverre speelt het onderwijs een rol bij de perceptie van afstanden?

Het aardrijkskundeonderwijs moet bijdragen aan de ontwikkeling van geografische vorming onder jongeren en heeft daarnaast de taak om jongeren meer te laten oriënteren op de wereld waarin zij opgroeien. Het aantal jaar aardrijkskunde op de middelbare school is bepalend voor de opgedane geografische inzichten en kennis van een individu. De zesde deelvraag beoogt een mogelijke verklaring te geven voor het verband tussen het onderwijs en de perceptie van afstanden.

Hypothese 4a: *Studenten met aardrijkskunde in het profiel kunnen afstanden beter inschatten dan studenten zonder aardrijkskunde in het profiel.*

Hypothese 4b: *Geografiestudenten met aardrijkskunde in het profiel kunnen afstanden beter inschatten dan geografiestudenten zonder aardrijkskunde in het profiel.*

Hypothese 4c: *Niet-geografiestudenten met aardrijkskunde in het profiel kunnen afstanden beter inschatten dan niet-geografiestudenten zonder aardrijkskunde in het profiel.*

De verwachting is, dat studenten die aardrijkskunde in het profiel hebben gehad een betere perceptie van afstanden hebben dan studenten zonder aardrijkskunde in het profiel. Het aantal jaar aardrijkskunde op de middelbare school leidt tot meer geografische kennis en zou tot een betere perceptie van afstanden moeten leiden.

Hypothese 5: *Geografiestudenten met aardrijkskunde in het profiel beschikken over meer geografische kennis dan niet-geografiestudenten met aardrijkskunde in het profiel.*

De verwachting is, dat geografiestudenten met aardrijkskunde in het profiel over meer geografische kennis beschikken dan niet-geografiestudenten met aardrijkskunde in het profiel, omdat geografiestudenten vanuit hun vakdiscipline meer interesse hebben in geografische onderwerpen. Vanuit de vakdiscipline en 'speciale' interesse in geografische onderwerpen is het aannemelijk dat geografiestudenten over meer geografische kennis beschikken dan niet-geografiestudenten.

7. In hoeverre spelen eigen ervaringen een rol bij de perceptie van afstanden?

Persoonlijke ervaringen leiden tot een beter inleving- en inschattingsvermogen om afstanden in perspectief te plaatsen. De zevende deelvraag beoogt een mogelijke verklaring te geven voor het verband tussen persoonlijke ervaringen en de perceptie van afstanden.

Hypothese 6a: *Studenten die in Oost-Europa zijn geweest kunnen afstanden beter inschatten dan studenten die niet in Oost-Europa zijn geweest.*

Hypothese 6b: *Geografiestudenten die in Oost-Europa zijn geweest kunnen afstanden beter inschatten dan geografiestudenten die niet in Oost-Europa zijn geweest.*

Hypothese 6c: *Niet-geografiestudenten die in Oost-Europa zijn geweest kunnen afstanden beter inschatten dan niet-geografiestudenten die niet in Oost-Europa zijn geweest.*

De verwachting is, dat studenten die in Oost-Europa zijn geweest een betere perceptie van afstand hebben dan studenten die niet in Oost-Europa zijn geweest. Persoonlijke ervaringen leiden veelal tot een beter inschattingsvermogen. Het ontbreken van een dergelijke ervaring maakt het voor een persoon echter moeilijker om een reële voorstelling van de werkelijkheid te maken.

Hypothese 7: *Geografiestudenten gaan vaker naar het buitenland dan niet-geografiestudenten.*

De verwachting is, dat geografiestudenten vaker naar het buitenland gaan dan niet-geografiestudenten. Geografiestudenten zijn vanuit hun vakdiscipline meer geïnteresseerd in geografische onderwerpen, waardoor geografiestudenten anders dan niet-geografiestudenten de wereld willen ontdekken.

3.2 Onderzoeksmethode

Om de centrale hoofdvraag en de bijbehorende deelvragen te kunnen beantwoorden is er in dit onderzoek gebruik gemaakt van een kwantitatieve methode. Ook in eerdere onderzoeken naar beeldvorming en perceptie van afstanden (Eysberg, 1985; De Pater, 1997; De Pater et al., 2014) is gebruik gemaakt van een kwantitatieve methode. Om beeldvorming en de perceptie van afstanden van eerstejaarsstudenten te achterhalen is het wenselijk om een grote hoeveelheid respondenten te ondervragen. Daarbij is het consistent verwerven van de data en het minimaliseren van mogelijke ruis in een kwantitatief onderzoek gewaarborgd (Boeije, 2009, pp. 53-54). Daarnaast kan in een kwantitatief onderzoek de data verwerkt worden in SPSS. Met behulp van SPSS kunnen bijvoorbeeld verschillen tussen groepen worden opgespoord en verbanden worden onderzocht. Dit maakt het mede mogelijk om de onderzoekshypotheses in dit onderzoek te beantwoorden. Om uiteindelijke statistische toetsing daadwerkelijk mogelijk te maken, is vooraf een minimumaantal correct ingevulde vragenlijsten van 200 als streefaantal gesteld. In dit onderzoek is voor statistische toetsing gebruik gemaakt van een chi-kwadraattoets om de samenhang tussen twee categoriale variabelen in een kruistabel – ofwel een statistisch significant verband – te onderzoeken. De kruistabellen in dit onderzoek zijn driedimensionaal weergegeven, om op die manier de effecten van geografie- en niet-geografiestudenten te kunnen onderzoeken.

3.3 Onderzoekseenheden en locatie

In deze paragraaf worden de onderzoekseenheden en -locatie omschreven, om duidelijkheid te krijgen waar dit onderzoek betrekking op heeft.

3.3.1 Onderzoekseenheden en doelpopulatie

De onderzoekseenheden ofwel de operationele populatie in dit onderzoek betreft Utrechtse eerstejaars bachelorstudenten die aan de Universiteit van Utrecht studeren. Om meer onderscheid in de onderzoekseenheden aan te brengen is een definiëring van de doelpopulatie noodzakelijk (Boeije, 2009, p. 139). De doelpopulatie in dit onderzoek betreft Utrechtse eerstejaars bachelorstudenten die in dit onderzoek onderverdeeld worden in twee groepen. De eerste groep studenten zijn eerstejaars studenten van de studie Sociale Geografie en Planologie. De tweede groep bestaat uit eerstejaars studenten die een andere bachelorstudie aan de Universiteit Utrecht volgen.

In dit onderzoek is doelbewust voor Utrechtse eerstejaars bachelorstudenten gekozen, omdat in eerdere onderzoeken (Eysberg, 1985; De Pater, 1997; De Pater et al., 2014) naar ruimtelijke percepties van afstanden over de weg van Amsterdam naar andere Europese

steden een vergelijkbare doelgroep is onderzocht. De doelgroep in voorgaande onderzoeken betrof toen alleen Utrechtse eerstejaars bachelorstudenten van de studie Sociale Geografie en Planologie, waarbij toen de relatie met de persoonskenmerken niet onderzocht zijn. In dit onderzoek worden echter de persoonskenmerken en ook andere eerstejaarsstudenten van andere bachelorstudies betrokken en onderzocht. Om de resultaten van dit onderzoek in breder perspectief te kunnen plaatsen en deze te vergelijken met de resultaten van eerdere onderzoeken, over de periode 1977-1981 (Eysberg, 1985), 1994-1995 (De Pater, 1997) en 2013 (De Pater et al., 2014), is het van belang om de doelgroep van Sociale Geografie en Planologie studenten wederom te onderzoeken (Boeije, 2009, p. 128).

3.3.2 Onderzoekslocatie

De onderzoekseenheden zijn, zoals in de voorgaande subparagraaf omschreven, Utrechtse eerstejaars bachelorstudenten. Utrechtse eerstejaarsstudenten zijn met enige regelmaat terug te vinden op het universiteitsterrein De Uithof en de Utrechtse binnenstad om daar onderwijs te volgen. Door de aanwezigheid van de onderzoekseenheden en doelpopulatie is er bewust voor gekozen om De Uithof als onderzoekslocatie te selecteren en niet de Utrechtse binnenstad. Het universiteitsterrein De Uithof heeft als onderzoekslocatie als voordeel – anders dan de Utrechtse binnenstad – dat er clustervorming van eerstejaarsstudenten is. Naast de verplichte contacturen als hoor- en werkcolleges zoeken eerstejaarsstudenten elkaar ook eerder op. Eerstejaarsstudenten zijn namelijk meer dan tweede-, derde- en vierdejaarsstudenten op elkaar aangewezen. Daarnaast heeft het universiteitsterrein De Uithof als bijkomend voordeel dat er voldoende ruimte is voor het geven van colleges¹, hetgeen anders is voor de Utrechtse binnenstad vanwege het ontbreken van grote collegezalen. Dit maakt De Uithof, mede vanwege de beperkte onderzoeksmogelijkheden qua geld en tijd, een goede uitvalbasis om verschillende eerstejaarsstudenten in één beperkte tijdsspanne te ondervragen (Bryman, 2012, p. 233). Daarnaast voldoet De Uithof ook aan het criterium om als een betrouwbaar onderzoekslocatie te worden beschouwd, vanwege de aanwezige doelpopulatie van alfa-, bèta- en gammastudenten die op het universiteitsterrein rondlopen.

3.4 Dataverzameling

Om te achterhalen op welke wijze de data is verkregen wordt er in deze paragraaf ingegaan op de dataverzameling van de vragenlijsten. In dit onderzoek is gebruik gemaakt van een primair onderzoek, waarbij gegevens ofwel de data op eigenwijze zijn verkregen (Boeije, 2009, p. 58). Om de data onder eerstejaarsstudenten te verkrijgen en deze groep in grote getale te kunnen benaderen leek het op voorhand de meest logische optie om allereerst toestemming te vragen bij de verschillende faculteiten en/of studies om de studenten een vragenlijst voor te mogen leggen. Bij de studie Sociale Geografie en Planologie werd toestemming verleend om bij twee eerstejaarscursussen – te weten: de verplichte cursus Actuele Ruimtelijke Vraagstukken; en Ruimte, Conflict en Identiteit – te enquêteren. Voor de groep Sociale Geografie en Planologie studenten is gebruik gemaakt van een clustersteekproef, waarbij aan alle eerstejaarsstudenten gevraagd is om een vragenlijst in te vullen. De uiteindelijke valide respons onder Sociale Geografie en Planologie studenten was

¹ Op het universiteitsterrein van De Uithof worden hoor- en werkcolleges gegeven aan studenten die een studie volgen op het universiteitsterrein De Uithof als aan studenten die in de binnenstad van Utrecht een studie volgen.

n=133² (tabel 3.1). De clustersteekproef onder Sociale Geografie en Planologie studenten wordt als representatief beschouwd, omdat alle mogelijke eenheden in de clustersteekproef zijn gevraagd om deel te nemen aan dit onderzoek. De verdeling van het aantal Sociale Geografie en Planologie studenten naar geslacht in dit onderzoek is 74 mannen en 59 vrouwen, hetgeen neerkomt op 55,6 procent mannen en 44,4 procent vrouwen. De lichte oververtegenwoordiging van het mannelijk geslacht komt ook overeen met de verdeling mannen en vrouwen bij deze studie.

Daarnaast zijn er ook andere bachelorstudies gevraagd om deel te nemen aan dit onderzoek. Daaruit bleek al snel dat de bereidheid om deel te nemen aan dit onderzoek minder groot was. Uiteindelijk waren er drie cursussen – te weten, Chemie van de Cel; Macro-economie; en Klimaat en Maatschappij – bereid om aan dit onderzoek mee te werken (tabel 3.1). De valide respons onder deze drie cursussen was n=37. Dit aantal respondenten van n=37 was te klein om tegenover de groep geografiestudenten af te zetten. Om de respons onder de eerstejaars niet-geografiestudenten te vergroten is er besloten om op het universiteitsterrein De Uithof te enquêteren. Studenten zijn op drie verschillende locaties op De Uithof aangesproken om deel te nemen aan de vragenlijst. Hierbij werden de respondenten op willekeurige wijze aangesproken ofwel op een aselechte wijze uit de populatie getrokken. Iedere vijfde voorbijganger werd aangesproken en gevraagd of hij of zij een eerstejaarsstudent was. Indien de respondent aangaf een eerstejaarsstudent te zijn werd hij of zij gevraagd om deel te nemen aan dit onderzoek. Wanneer de voorbijganger aangaf geen eerstejaarsstudent te zijn werd de eerstvolgende voorbijganger wederom dezelfde vraag gesteld. Op het moment dat iemand zijn of haar medewerking wilde verlenen, werd het proces wederom herhaald. Er is uiteindelijk op vier verschillende dagen (met uitzondering van de vrijdag) enquêterend. Het afnemen van de vragenlijsten vond op verschillende tijdstippen plaats om op die manier een zo correct mogelijke steekproef van de werkelijkheid te kunnen nabootsen.

Tabel 3.1: Verdeling van de respondenten naar cursussen en valide respons.

| Cursussen | SGPL studenten | | Niet- SGPL studenten | | Totaal aantal studenten | |
|----------------------------------|----------------|-------|----------------------|-------|-------------------------|-------|
| | Abs. | % | Abs. | % | Abs. | % |
| Actuele Ruimtelijke Vraagstukken | 104 | 78,2 | 0 | 0,0 | 104 | 39,7 |
| Ruimte, Conflict en Identiteit | 29 | 21,8 | 0 | 0,0 | 29 | 11,1 |
| Universiteitsterrein De Uithof | 0 | 0,0 | 92 | 71,3 | 92 | 35,1 |
| Chemie van de Cel | 0 | 0,0 | 21 | 16,3 | 21 | 8,0 |
| Macro-economie | 0 | 0,0 | 11 | 8,5 | 11 | 4,2 |
| Klimaat en Maatschappij | 0 | 0,0 | 5 | 3,9 | 5 | 1,9 |
| Totaal | 133 | 100,0 | 129 | 100,0 | 262 | 100,0 |

Daarnaast was het van belang om bij het aselekt werven van de respondenten de verdeling van de persoonskenmerken van de verschillende hoofdstromen (alfa-, bèta- en gammastudies) in acht te nemen. Hoewel de onderzoeker geen invloed kon uitoefenen op de persoonskenmerk alfa-, bèta- en gammastudie, was het toch belangrijk om een representatieve steekproef uit de doelpopulatie te trekken. Een representatieve steekproef

² In het studiejaar 2013-2014 begonnen 185 studenten aan de studie Sociale Geografie en Planologie aan de Universiteit van Utrecht. De totale doorstroming naar het tweede leerjaar voor het studiejaar 2013-2014 was 84 procent, hetgeen neerkomt op 155 studenten. De valide respons in de clustersteekproef is n=133. Uit de gehele clustersteekproef heeft uiteindelijk 85,8 procent van de respondenten aan dit onderzoek deelgenomen (Universiteit Utrecht, 2014a).

maakt het mogelijk om uiteindelijk statistische toetsing te mogen uitvoeren. De representativiteitanalyse voor onder andere de persoonskenmerk alfa-, bèta- en gammastudies zal in het volgende hoofdstuk aan bod komen. In deze paragraaf zal echter wel verder worden ingegaan op de verdeling van de verschillende hoofdstromen binnen de Universiteit Utrecht en in dit onderzoek. In het studiejaar 2013-2014 waren er in totaal 6.711³ eerstejaars bachelorstudenten op de Universiteit Utrecht (Studiekeuze123, 2014). In dit zelfde studiejaar werden er in totaal 45 bachelorstudies op de Universiteit Utrecht aangeboden, verspreid over drie hoofdstromen alfa-, bèta- en gammawetenschappen. Om tot exacte cijfers van iedere hoofdstroom te komen, is er een onderverdeling van iedere hoofdstroom (alfa, bèta- en gammastudie) gemaakt (tabel 3.2; appendix A).

Tabel 3.2: Verdeling van eerstejaarsstudenten naar hoofdstroom alfa-, bèta- en gammastudies.

| Hoofdstroom studies | Eerstejaarsstudenten Universiteit Utrecht | | Eerstejaarsstudenten niet- SGPL | |
|---------------------|--|-------|------------------------------------|-------|
| | Abs. | % | Abs. | % |
| Alfa | 1140 | 17,5 | 21 | 16,3 |
| Bèta | 2231 | 34,2 | 50 | 38,8 |
| Gamma | 3155* | 48,3 | 58 | 45,0 |
| Totaal | 6526* | 100,0 | 129 | 100,0 |

* Exclusief geografiestudenten vanwege het onderscheid in twee doelpopulaties.

Bron: Studiekeuze123.nl, 2014.

Om data te verzamelen en de hypothesen te kunnen toetsen is er voor dit onderzoek als onderzoeksmiddel voor een vragenlijst gekozen. Het afnemen van de vragenlijsten had als voordeel, dat er over een groot mogelijk aantal studenten – tijdens één van de hoorcolleges (tabel 3.1) – gegevens verzameld konden worden. Hoe groter de steekproef uit de doelpopulatie van het onderzoek is, hoe nauwkeuriger de uiteindelijke uitkomsten van het onderzoek zijn. Bovendien zijn de respondenten bij het invullen van schriftelijke vragenlijsten consequenter in het beantwoorden van de vragen, dan bij mondelinge vragenlijsten. Schriftelijke vragenlijsten bieden de respondenten de mogelijkheid om de vragen opnieuw te lezen en de vragen op zijn of haar gemak in te vullen (Boeije, 2010, p. 221). Vooral het consequent invullen van de vragenlijsten en de mogelijkheid om de vragen opnieuw te kunnen lezen was in dit onderzoek van essentiële waarden. De eerste vraag in de vragenlijst ging namelijk over de ruimtelijke perceptie van afstanden tot Oost- en Zuid-Europese steden. Hierbij moesten de twaalf Europese steden nauwkeurig worden gerangschikt van ‘dichtste bij Amsterdam’ tot ‘verste weg van Amsterdam’ om de data later te kunnen gebruiken om statistische toetsing te kunnen uitvoeren. Daarnaast hadden de studenten de mogelijkheid om de steden opnieuw te kunnen lezen, hetgeen de betrouwbaarheid van de beantwoorde vragen verhoogd. Het nadeel van schriftelijke vragenlijsten is echter, dat de mate van kwaliteit en de hoogte van de respons moeilijk te beïnvloeden is. Dit bleek echter ook in de praktijk zo te zijn. De bereidheid – na toestemming van de docent – om na het hoorcollege deel te nemen aan de vragenlijst bleek vaak erg laag te zijn. Om de hoogte van de respons te beïnvloeden werd bij iedere student het belang van dit onderzoek uitgelegd om aan dit onderzoek mee te werken. Om de kwaliteit van de respons hoog te houden, werd er uitgelegd dat de vragenlijst volledig anoniem is en werd de mogelijkheid geboden ‘indien men een vraag niet goed begreep’ de vraag aan de onderzoeker te stellen (Boeije, 2010, p. 220-222).

³ Dit aantal studenten is exclusief de studie Humanistiek, vanwege het ontbreken van dergelijke cijfers over deze studie.

De vragenlijst bestond uiteindelijk uit 23 vragen die onderverdeeld waren in twee onderdelen (appendix B). Het eerste gedeelte van de vragenlijst – de vragen 5 tot en met 14 en 16 – ging voornamelijk over beeldvorming- en kennisvragen die als quizvragen aan de respondenten gesteld werden. Het doel van de quizvragen was voornamelijk om de studenten te enthousiastmeren om de vragen te beantwoorden. De beeldvormingvragen waren voornamelijk nodig om het stereotype beeld over Oost- en Zuid-Europa te achterhalen. Daarnaast waren de beeldvorming- en kennisvragen nodig om uiteindelijk nieuwe variabelen aan te kunnen maken. De nieuwe variabelen – zoals uitgewerkt in het codeboek (appendix C) – waren nodig om mogelijke verbanden tussen enerzijds de perceptie van afstanden en anderzijds de verschillende factoren als beeldvorming en onderwijs te kunnen onderzoeken. Daarnaast werden er een aantal persoonlijke vragen gesteld die onder andere betrekking hadden op de hoofdvakantie in 2013. Ook werden de studenten gevraagd ‘in welke Europese landen zij sinds hun 12^{de} levensjaar zijn geweest’. Met deze laatste vraag kan onder andere worden achterhaald of de respondenten ervaringen hebben met de landen in Oost- en Zuid-Europa. In het tweede gedeelte van de vragenlijst werden er voornamelijk algemene vragen gesteld, die betrekking hadden op de respondenten zelf. De data omtrent de persoonsgegevens zijn in een dergelijk onderzoek als dit van groot belang om statistische toetsing over een groep ofwel een doelpopulatie te kunnen doen. De respondenten werden naar de standaard vragen als leeftijd en geslacht gevraagd, maar ook naar hun huidige te volgen studie op de Universiteit Utrecht, het aantal jaar aardrijkskunde op de middelbare school en het aantal dagen nieuws dat de respondenten per week volgen.

3.5 Operationalisering

Om na te gaan of woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa; beeldvorming; (nieuws)media; onderwijs; en ervaringen van invloed zijn op de ruimtelijke perceptie van afstanden in Europa, worden in deze paragraaf een aantal begrippen geoperationaliseerd naar meetbare begrippen. De begrippen komen voor in de onderzoeksvragen en hypotheses van dit onderzoek en vragen om nader te worden geoperationaliseerd.

Aardrijkskunde in het profiel

Studenten die Economie en Maatschappij (E&M) als profiel op de middelbare school hebben gevolgd, hebben aardrijkskunde standaard als vak in het profiel gehad. Studenten die 5 á 6 jaar aardrijkskunde hebben gevolgd maar niet het profiel E&M hebben gevolgd zijn ook tot deze categorie gerekend, omdat aardrijkskunde ook als een keuzevak in het vrije deel wordt gegeven.

Beeldvorming

Het begrip beeldvorming kan in dit onderzoek het beste worden gedefinieerd als een totaal van meningen, associaties, ideeën en impressies die personen van een bepaald gebied of plek hebben. Beeldvorming kan van persoon tot persoon verschillen en er kunnen ook verschillende beelden over een gebied bestaan (Kotler et al., 1993, p. 141). In dit onderzoek wordt beeldvorming gebruikt om een mogelijk verband tussen beeldvorming en de perceptie van afstanden te onderzoeken. In de vragenlijst zijn verschillende kenmerken – als cultureel bezienswaardig, democratisch, economisch vooruitstrevend, moderne samenleving, primitief, vakantieland en veilig – opgenomen. De respondenten mochten aan de hand van een Likertschaal hun mening geven van ‘geheel mee eens’ tot ‘geheel oneens’. Uiteindelijk zijn de kenmerken voor de landen Hongarije en Rusland gebruikt – vanwege de gestelde

hypothese die alleen betrekking hebben op Oost-Europa – en zijn de data van deze landen omgevormd tot één nieuwe variabele (appendix D). Overigens zijn de kenmerken van Portugal en Spanje ook gebruikt en omgevormd tot één nieuwe variabele, alleen dan voor de gestelde hypothesen die betrekking hebben op Zuid-Europa. De nieuwe variabelen maken het mogelijk om de positieve dan wel negatieve beeldvorming over Oost- en Zuid-Europa te onderzoeken.

De antwoorden op de kenmerken⁴ zijn omgezet naar een puntensysteem⁵ (tabel 3.3; appendix D). De punten die de respondenten bij iedere beantwoorde vraag hebben gegeven worden vervolgens opgeteld en omgezet naar de beeldvorming van de respondent, te weten: zeer negatief, negatief, neutraal, positief of zeer positief (tabel 3.4). In paragraaf 3.1 van dit hoofdstuk werd eerder al duidelijk, dat in hypothese 2a, b en c de relatie tussen de afstand perceptie en beeldvorming over Oost-Europa getoetst zal worden.

Tabel 3.3: Overzicht van antwoordmogelijkheden vragenlijst versus puntensysteem.

| Antwoordmogelijkheid vragenlijst | Puntensysteem |
|----------------------------------|---------------|
| Geheel oneens | -2 |
| Oneens | -1 |
| Niet mee eens / niet oneens | 0 |
| Mee eens | +1 |
| Geheel mee eens | +2 |

Tabel 3.4: Aantal behaalde punten volgens puntensysteem omgezet naar beeldvorming respondent.

| Behaalde punten volgens puntensysteem | Beeldvorming respondent |
|---------------------------------------|-------------------------|
| -28 t/m -15 | Zeer negatief |
| -14 t/m -1 | Negatief |
| 0 | Neutraal |
| 1 t/m 14 | Positief |
| 15 t/m 28 | Zeer positief |

Ervaringen

In dit onderzoek wordt met ervaringen de persoonlijke ervaringen van de respondenten bedoeld. In de vragenlijst zijn de respondenten gevraagd naar de bezochte Europese landen sinds hun 12^{de} levensjaar. Er is specifiek voor het 12^{de} levensjaar gekozen, omdat dit de gemiddelde leeftijd van jongeren is dat zij naar de middelbare school gaan. Over het algemeen kunnen de meeste mensen zich vanaf hun 12^{de} levensjaar zich nog een hoop herinneren en is het tevens een leeftijd waarin bewustwording en waardering een belangrijkere rol gaan spelen dan de tijd op de basisschool. Persoonlijke ervaringen beïnvloeden enerzijds de beeldvorming van een persoon over een land en anderzijds de perceptie van afstanden.

Geografische kennis

Het begrip kennis kan in dit onderzoek gedefinieerd worden als de geografische kundigheid, bekendheid of verstand, waarover een respondent beschikt. Om de geografische kundigheid van de respondenten te achterhalen, zijn er in de vragenlijst een aantal competentievragen

⁴ Voor de kenmerken cultureel bezienswaardig, democratisch, economisch vooruitstrevend, moderne samenleving, vakantieland en veilig wordt 'geheel mee eens' als een positieve opvatting beschouwd en 'geheel oneens' als een negatieve opvatting beschouwd. Voor het kenmerk primitief geldt precies het tegenovergestelde, waarbij 'geheel oneens' als een positieve opvatting wordt beschouwd en 'geheel mee eens' als een negatieve opvatting wordt beschouwd (appendix E).

⁵ Om beeldvorming bij eerstejaarsstudenten te achterhalen is er doelbewust gekozen voor een puntensysteem, hetgeen is aangegeven in tabel 3.3. Een dergelijk puntensysteem kan als nadeel hebben dat een categorie als 'neutraal' te arbitrair wordt beschouwd, omdat deze categorie te veel eenheden zou kunnen bevatten. Echter, bevat deze categorie 'slechts' 10 respondenten (N=262), waardoor de categorie 'neutraal' als betrouwbaar kan worden beschouwd.

opgenomen. Zo worden de respondenten bijvoorbeeld gevraagd: ‘Tot welke godsdienst rekenen de meeste mensen zich in de volgende landen’, maar ook worden er vragen gesteld die uitsluitend met juist of onjuist dienen te worden beantwoord (appendix F). De uitkomsten op de gestelde vragen worden uiteindelijk gebruikt om een nieuwe variabele aan te maken, namelijk geografische kennis (appendix G). Voor iedere vraag die correct beantwoord is, wordt 1 punt aan de respondent toegekend. Het aantal punten bepaald uiteindelijk de geografisch kennis van de student (tabel 3.5).

Tabel 3.5: Geografische kennis versus puntensysteem.

| Geografische kennis | Punten voor correct beantwoorde vragen |
|---------------------|--|
| Slecht | 0 – 5 |
| Goed | 6 – 12 |

***Mental map* en perceptie van afstanden**

Een *mental map* ofwel de mentale kaart geeft de persoonlijke perceptie van een persoon weer ten aanzien van zijn of haar geografische omgeving. Het is een manier waarop de ruimtelijke omgeving gestructureerd wordt. Een *mental map* is geen geografische kaart, maar is een representatie van het cognitieve beeld dat in de gedachten van een persoon zit (Kitchin, 1994, p. 3; Holloway & Hubbard, 2001, p. 51). De perceptie van afstanden is dan ook niets meer dan een beleving of een visie op afstanden, hetgeen een onderdeel is van de *mental map* van een persoon. Om achter de perceptie van afstanden van studenten te komen zijn de studenten gevraagd om twaalf Europese steden te rangschikken van ‘dichtste bij Amsterdam’ tot ‘verste weg van Amsterdam’, waarbij afstanden over de weg gemeten zijn. Ook zijn de studenten gevraagd om een schatting van het aantal kilometers over de weg te geven van Amsterdam naar de twaalf Europese steden.

Om voor iedere respondent te kunnen bepalen of hij of zij een voldoende of onvoldoende scoort voor de ruimtelijke perceptie van afstanden is er een puntensysteem bedacht. Door een puntensysteem te hanteren kan er een nieuwe variabele worden aangemaakt. De nieuwe variabele geeft aan of de perceptie van afstanden voldoende of onvoldoende is. Voor iedere goed gerangschikte stad worden 5 punten toegekend (tabel 3.6). Voor iedere stad die fout is gerangschikt, maar één plaats afwijkt van het juiste antwoord worden 3 punten toegekend. Voor iedere stad die fout is gerangschikt, maar twee plaatsen afwijkt van het juiste antwoord wordt 1 punt toegekend. Voor alle antwoorden die fout zijn ingevuld en meer dan twee plaatsen afwijken van het juiste antwoord worden verder geen punten toegekend. In totaal zijn er uiteindelijk maximaal 60 punten door iedere respondent te behalen (appendix H).

Tabel 3.6: Puntensysteem voor het rangschikken van Europese steden.

| | Punten |
|--|--------|
| Stad goed gerangschikt | 5 |
| Stad fout gerangschikt, maar wijkt met één plaats af | 3 |
| Stad fout gerangschikt, maar wijkt met twee plaatsen af | 1 |
| Stad fout gerangschikt, maar wijkt met meer dan twee plaatsen af | 0 |

Om meer onderscheid in de juistheid van de perceptie van afstanden van de respondenten aan te brengen – dan alleen voldoende of onvoldoende te benoemen – is er in dit onderzoek bewust voor gekozen om een waarde aan de juistheid van de perceptie van afstanden te koppelen. In dit onderzoek wordt de perceptie van afstanden van de respondenten gekoppeld aan een rapportcijfer (appendix H). Door een rapportcijfer te koppelen aan de perceptie van afstanden van de respondenten kan er een beter onderscheid worden

gemaakt in de juistheid van de *mental map*. Uiteraard gaat het in dit onderzoek niet om de behaalde cijfers van de respondenten, maar fungeren de rapportcijfers als een hulpmiddel om beter onderscheid te maken in de mate waarin de perceptie van afstanden voldoende of onvoldoende is. Het rapportcijfer is gebaseerd op een schaalverdeling van 1 tot 10 (tabel 3.7). Aan de hand van de schaalverdeling is een puntensysteem gekoppeld, waarin de respondent afhankelijk van de rangschikken per stad 0, 1, 3 of 5 punten kan verdienen, hetgeen eerder ter sprake is gekomen. Indien een respondent een goede perceptie van afstanden heeft, kan dit meerdere betekenissen hebben variërend van een voldoende (rapportcijfer 6) tot uitstekend (rapportcijfer 10). Om een voldoende te behalen zijn minimaal 31 punten vereist. Iedere klasse van een rapportcijfer kent een bandbreedte van 6 punten.

Tabel 3.7: Rapportcijfers versus puntensysteem voor juistheid van de *mental map*.

| Cijfer | Omschrijving | Punten |
|--------|------------------|---------|
| 10 | Uitstekend | 55 – 60 |
| 9 | Zeer goed | 49 – 54 |
| 8 | Goed | 43 – 48 |
| 7 | Ruim voldoende | 37 – 42 |
| 6 | Voldoende | 31 – 36 |
| 5 | Zwak | 25 – 30 |
| 4 | Onvoldoende | 19 – 24 |
| 3 | Ruim onvoldoende | 13 – 18 |
| 2 | Slecht | 7 – 12 |
| 1 | Zeer slecht | 0 – 6 |

Daarnaast is er in dit onderzoek ook gekeken naar de ruimtelijke perceptie van afstanden van Oost- en Zuid-Europese steden, alleen dan van ieder afzonderlijk. Het puntensysteem – zoals eerder is aangegeven in tabel 3.6 – is ook voor de Oost- en Zuid-Europese steden gehanteerd. Echter, er geldt een ander puntentotaal om een voldoende te behalen voor de afstandperceptie tot Oost- en Zuid-Europese steden. Het verschil in puntentotaal om een voldoende te scoren wordt veroorzaakt door het verschil in aantal steden dat bij Oost-Europa (4 steden; tabel 3.8) en Zuid-Europa (8 steden; tabel 3.9) behoren (appendix H).

Tabel 3.8: Puntensysteem voor het rangschikken van Oost-Europese steden.

| | Punten |
|-------------|---------|
| Onvoldoende | 0 – 10 |
| Voldoende | 11 – 20 |

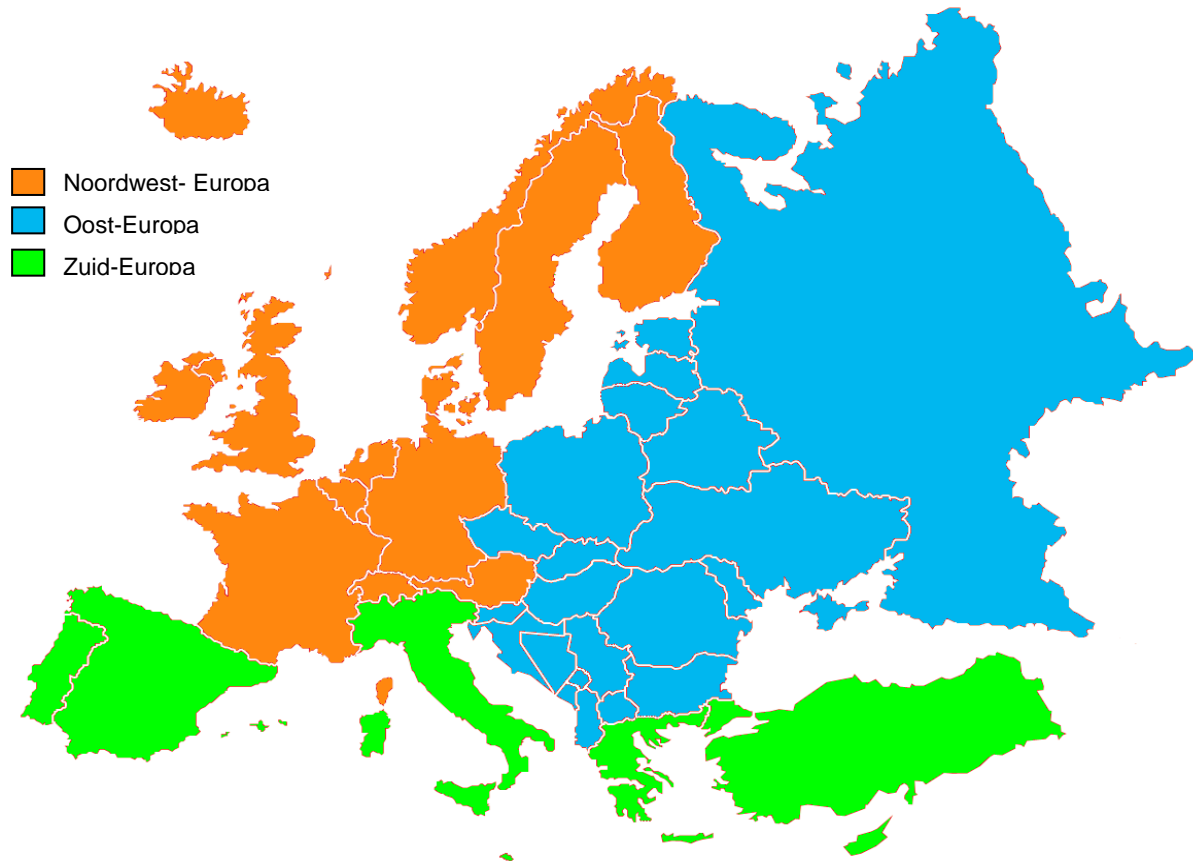
Tabel 3.9: Puntensysteem voor het rangschikken van Zuid-Europese steden.

| | Punten |
|-------------|---------|
| Onvoldoende | 0 – 20 |
| Voldoende | 21 – 40 |

Oost- en Zuid-Europa

Oost- en Zuid-Europa hebben een centrale rol in dit onderzoek, vanwege het rangschikken van de Europese steden en het achterhalen van de stereotype beelden over Oost- en Zuid-Europa. In dit onderzoek worden alle landen die tot 1989 achter het IJzeren Gordijn gelegen lagen inclusief het voormalig Joegoslavië tot Oost-Europa gerekend (figuur 3.1). Tot Zuid-Europa worden Cyprus, Griekenland, Italië, Malta, Portugal, Spanje en Turkije gerekend. Turkije kan echter als een discussiepunt worden beschouwd – geografisch gezien ligt de meerderheid van het land in Azië – maar wordt in dit onderzoek als Europa beschouwd, omdat Istanbul in de lijst met Europese steden is opgenomen om te rangschikken.

Figuur 3.1: Verdeling van Europa naar Noordwest-, Oost- en Zuid-Europa.



Producten van beeldvorming

Onder producenten van beeldvorming worden in dit onderzoek (nieuws)media en onderwijs verstaan. Zowel (nieuws)media als onderwijs zijn belangrijke mediums van beeldvorming.

Stereotype beelden

Het begrip stereotype kan in dit onderzoek gedefinieerd worden als 'karakterisering' en 'generalisering van al of niet reële waarnemingen van een land, volk of individu'. In dit onderzoek wordt er naar stereotype beelden gekeken om te achterhalen welk beeld er momenteel onder eerstejaarsstudenten heerst.

Studie

In dit onderzoek worden twee groepen op basis van studie onderscheiden, te weten: Sociale Geografie en Planologie en andere bacheloropleidingen aan de Universiteit Utrecht. Om meer onderscheid aan te brengen in de groep andere bacheloropleidingen, wordt er in dit onderzoek een verdeling gemaakt naar wetenschappelijke disciplines. Binnen de wetenschap bestaan er drie verschillende disciplines, namelijk de alfa-, bèta- en gammawetenschappen. Hoewel de scheidslijn per vakgebied niet altijd eenduidig is, is er een grove karakterisering van de alfa-, bèta- en gammawetenschappen gemaakt in termen van hun studieobject (Universiteit Utrecht, 2014b).

- De alfawetenschappen bestuderen de producten van menselijke handelen. (Voorbeelden zijn geschiedenis, taalkunde en letterkunde).
- De bètawetenschappen bestuderen de niet-menselijke natuur. (Voorbeelden zijn natuurkunde, wiskunde en biologie).

- De gammawetenschappen bestuderen het menselijk handelen. (Voorbeelden zijn psychologie, sociologie en economie).

Topografische kennis

Om de topografische kennis van de respondenten te achterhalen, zijn er in de vragenlijst een aantal competentievragen opgenomen. Zo worden de respondenten een drietal vragen gesteld die uitsluitend met juist of onjuist dienen te worden beantwoord, namelijk: 'Zijn Tsjechië en Hongarije buurlanden van elkaar?', 'Ligt Servië aan zee?' en 'Zijn Albanië, Macedonië en Roemenië buurlanden van Griekenland?' (appendix F). De uitkomsten op de gestelde vragen worden uiteindelijk gebruikt om een nieuwe variabele aan te maken, namelijk topografische kennis (appendix I). Voor iedere vraag die correct beantwoord is, worden 3 punten aan de respondent toegekend. Het aantal punten bepaald uiteindelijk de topografische kennis van de student (tabel 3.10).

Tabel 3.10: Topografische kennis versus puntensysteem.

| Topografische kennis | Punten voor correct beantwoorde vragen |
|----------------------|--|
| Slecht | 0 – 3 |
| Goed | 6 – 9 |

Woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Europa

Om de woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Europa te achterhalen is er aan de respondenten gevraagd of zij een familielid, vriend en/of kennis in Europa hebben wonen. Indien de respondenten aangeven dat zij een familielid, vriend en/of kennis in Europa hebben wonen, wordt er ook specifiek naar de herkomst van het desbetreffende land gevraagd. Op die manier kan de onderzoeker het onderscheid maken of de respondent familieleden, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa heeft wonen.

4. Resultaten

In dit hoofdstuk zijn de onderzoeksresultaten van het onderzoek te lezen. De onderzoeksresultaten met de bijbehorende data, figuren en tabellen zijn afkomstig uit eigen empirisch onderzoek – tenzij anders is aangegeven – en zullen met behulp van de deelvragen gepresenteerd worden. Allereerst zal er in dit hoofdstuk nader worden ingegaan op de respons op de vragenlijsten en de kenmerken van de steekproefpopulatie om inzichtelijk te maken dat de steekproef in dit onderzoek representatief is geweest. Vervolgens worden de deelvragen achtereenvolgend de *mental map*; stereotype beelden; het woonachtig hebben van familie, vrienden en/of kennissen in Europa; beeldvorming; (nieuws)media; onderwijs; en eigen ervaringen besproken. Indien er in dit onderzoek over een significant verband gesproken wordt, heeft dit betrekking op statistische toetsing⁶.

4.1 Respons

In dit onderzoek, zoals in het vorige hoofdstuk al reeds werd omschreven, is voor de dataverzameling gebruik gemaakt van een vragenlijst. In totaal zijn er $n=320$ vragenlijsten uitgedeeld, waarvan $n=58$ vragenlijsten ongeldig zijn verklaard. Het ongeldig verklaren van de vragenlijsten had onder meer twee oorzaken. Ten eerste was een aantal vragenlijsten onvolledig ingevuld, hetgeen de vragenlijsten niet meer bruikbaar maakte voor dit onderzoek. Daarnaast voldeden er een aantal vragenlijsten niet aan de gestelde eisen. Respondenten mochten namelijk uitsluitend alleen eerstejaarsstudenten zijn. De onderzoeksresultaten zijn uiteindelijk verkregen aan de hand van $N=262$ geldige vragenlijsten die zijn afgenomen onder eerstejaarsstudenten van de Universiteit Utrecht.

4.2 Kenmerken van de steekproef en representativiteitanalyse

Om meer inzicht in de steekproefpopulatie te krijgen, zullen er een aantal kenmerken van de steekproefpopulatie worden uitgelicht. De verdeling van het aantal respondenten naar geslacht in dit onderzoek is 117 mannen en 145 vrouwen, hetgeen neerkomt op 44,7 procent mannen en 55,3 procent vrouwen (appendix J). De verdeling naar geslacht kan als representatief voor de gehele populatie worden beschouwd, omdat de verhouding mannelijke en vrouwelijke studenten in Utrecht ongeveer 40 / 60 procent is (DUB, 2013). De gemiddelde leeftijd van de respondenten is 19 jaar en 9 maanden. Onder de respondenten bestaat een diverse spreiding in de leeftijdsindeling. De jongste respondent van deze steekproef is 17 jaar oud, terwijl de oudste respondent 30 jaar oud is (appendix J). Cijfers over de gemiddelde leeftijd van Utrechtse eerstejaarsstudenten zijn niet beschikbaar en om die reden is er naar de gemiddelde leeftijd van eerstejaarsstudenten in heel Nederland gekeken. Hieruit blijkt de gemiddelde leeftijd van een Nederlandse eerstejaarsstudent in 2011 (meest recent beschikbare cijfer) in het hoger onderwijs HBO/WO 19 jaar en 7 maanden is (CBS, 2011, p. 219).

De verdeling van de respondenten naar studieachtergrond kan in dit onderzoek als representatief worden beschouwd, omdat de verhouding alfa- (16,3 procent), bèta- (38,8 procent) en gammastudenten (45,0 procent) nagenoeg overeenkomt met het Utrechtse gemiddelde van 17,5 / 34,2 / 48,3 procent (appendix J). Bovendien wijst de Chi-kwadraat goodness-of-fit toets met een betrouwbaarheid van 95 procent uit, dat er geen significant verschil bestaat tussen de waargenomen verdeling van de respondenten in dit onderzoek en

⁶ Statistische toetsing geeft een significant verband weer met een betrouwbaarheid van 95 procent (significantieniveau van $< 0,050$).

de verwachte verdeling op basis van de gegevens van de Universiteit Utrecht⁷. De getrokken steekproef is dus eveneens voor de variabele studie representatief voor de populatie.

4.3 Mental map

In deze paragraaf zullen de uitkomsten van de vragenlijst op de eerste deelvraag gepresenteerd worden, namelijk: *‘Hoe ziet de perceptie van afstanden van eerstejaarsstudenten van Europa eruit en is de perceptie van afstanden onder eerstejaarsstudenten Sociale Geografie en Planologie door de jaren heen veranderd?’*

4.3.1 Perceptie van afstanden eerstejaarsstudenten

Om de perceptie van afstanden van eerstejaarsstudenten te kunnen onderzoeken is de respondenten allereerst gevraagd om twaalf Europese steden te rangschikken van ‘dichtste bij’ tot ‘verste weg’ ten opzichte van Amsterdam. Hierbij ging het om de afstanden gemeten over de weg. Uit de onderzoeksresultaten bleek een meerderheid van de respondenten Parijs (76 procent) en Berlijn (69 procent) correct te hebben gerangschikt (tabel 4.1). Ook Istanbul (48 procent) bleek door bijna de helft van de respondenten correct te worden gerangschikt. Steden als Athene (8 procent), Moskou (11 procent), Lissabon (15 procent) en Kiev (17 procent) bleken voor een meerderheid van de respondenten een stuk moeilijker te zijn in te schatten.

Tabel 4.1: Werkelijke en gepercipieerde rangorde (in procenten) voor twaalf steden, volgens eerstejaarsstudenten (N=262) in 2014.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
|------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| 1 Parijs (475 km) | 76 | 23 | 1 | | | | | | | | | |
| 2 Berlijn (685 km) | 24 | 69 | 6 | 2 | | | | | | | | |
| 3 Praag (956 km) | | 4 | 39 | 30 | 11 | 10 | 6 | | | | | |
| 4 Wenen (1.177 km) | | 5 | 39 | 35 | 8 | 8 | 3 | 2 | | | | |
| 5 Boedapest (1.442 km) | | | 2 | 4 | 20 | 15 | 15 | 24 | 11 | 8 | 2 | |
| 6 Barcelona (1.588 km) | | | 9 | 15 | 29 | 25 | 15 | 6 | 1 | | | |
| 7 Rome (1.766 km) | | | 5 | 13 | 21 | 25 | 24 | 6 | 4 | 2 | 1 | |
| 8 Kiev (2.070 km) | | | | | 2 | 4 | 4 | 17 | 27 | 23 | 19 | 4 |
| 9 Lissabon (2.267 km) | | | | 3 | 9 | 9 | 26 | 25 | 15 | 10 | 3 | |
| 10 Moskou (2.541 km) | | | | | | | 1 | 2 | 4 | 11 | 15 | 67 |
| 11 Istanbul (2.771 km) | | | | | | | 1 | 6 | 8 | 18 | 48 | 20 |
| 12 Athene (3.070 km) | | | | | 1 | 4 | 4 | 13 | 31 | 27 | 13 | 8 |

Boedapest en Rome kennen de grootste spreiding qua aantal onjuiste rangschikkingen met ieder acht afwijkingen. De kleinste spreiding komt op conto van Parijs met twee onjuiste afwijkingen. Kijkend naar het onjuist rangschikken van de steden dan blijken Oost-Europese steden door een meerderheid van de eerstejaarsstudenten te ver worden ingeschat, namelijk Moskou (82 procent), Boedapest (75 procent), Kiev (73 procent) en Praag (57 procent) (tabel 4.2). Noordwest- en Zuid-Europese steden worden door eerstejaarsstudenten weer dichterbij huis ingeschat, namelijk Athene (93 procent), Lissabon (72 procent), Rome (64 procent), Barcelona (54 procent), Wenen (44 procent), Istanbul (33 procent) en Berlijn (24 procent). Uit de gegevens van tabel 4.2 kan worden opgemaakt, dat Noordwest- en Zuid-Europese steden procentueel gezien – op basis van ‘te dichtbij’ en ‘te ver’ rangschikken van de steden

⁷ Steekproefgegevens zijn gelijk aan de populatie. H₀ = de frequentieverdeling van de variabele en is gelijk aan de theoretische verdeling. De nulhypothese wordt niet verworpen (asympt. Sig. 0,535 > 0,050) (appendix J).

qua afstanden – worden onderschat. Oost-Europese steden blijken daarentegen – qua rangschikken van de steden op basis van ‘te dichtbij’ en ‘te ver’ – te worden overgeschat.

Tabel 4.2: Procentuele verschillen tussen geografen en niet-geografen in ‘te dichtbij’ en ‘te ver’ rangschikken van de twaalf Europese steden (N=262) in 2014.

| | Alle eerstejaarsstudenten | | SGPL studenten | | Overige studenten | |
|-----------|---------------------------|----------|----------------|----------|-------------------|----------|
| | % te dichtbij | % te ver | % te dichtbij | % te ver | % te dichtbij | % te ver |
| Parijs | | 24 | | 18 | | 29 |
| Berlijn | 24 | 8 | 18 | 9 | 30 | 7 |
| Praag | 4 | 57 | 5 | 46 | 4 | 69 |
| Wenen | 44 | 21 | 33 | 26 | 55 | 18 |
| Boedapest | 6 | 75 | 8 | 65 | 4 | 84 |
| Barcelona | 53 | 22 | 50 | 27 | 57 | 18 |
| Rome | 64 | 13 | 67 | 13 | 61 | 12 |
| Kiev | 10 | 73 | 12 | 72 | 8 | 73 |
| Lissabon | 72 | 13 | 62 | 16 | 81 | 11 |
| Moskou | 7 | 82 | 7 | 77 | 9 | 86 |
| Istanbul | 33 | 20 | 28 | 26 | 38 | 15 |
| Athene | 92 | | 92 | | 92 | |

4.3.2 Perceptie van afstanden geografen en niet-geografen

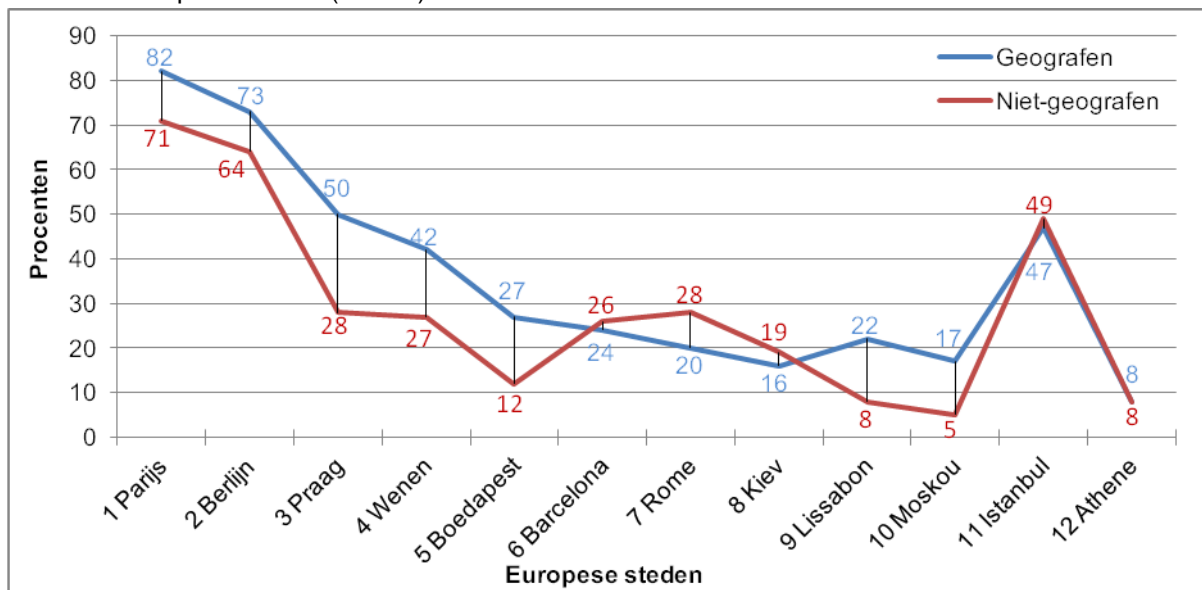
Indien er gekeken wordt naar de onderlinge verschillen tussen geografen en niet-geografen dan blijken niet-geografen Oost-Europese steden structureel verder weg in te schatten dan geografen. Het verschil tussen beiden groepen is voornamelijk groot te noemen voor de steden Praag (23 procentpunt) en Boedapest (19 procentpunt). Noordwest- en Zuid-Europese steden worden structureel (met uitzondering van Rome) door niet-geografen dichterbij huis ingeschat. Steden als Wenen (22 procentpunt), Lissabon (19 procentpunt) en Berlijn (12 procentpunt) worden door niet-geografen dichterbij Amsterdam ingeschat dan geografen dit doen (tabel 4.2).

Daarnaast blijken geografiestudenten steden vaker correct in te schatten dan niet-geografiestudenten. Uit de onderzoeksgegevens van de enquête blijken geografiestudenten de steden Berlijn, Boedapest, Lissabon, Moskou, Parijs, Praag en Wenen vaker correct te hebben ingeschat dan niet-geografiestudenten. Niet-geografiestudenten blijken daarentegen de steden Barcelona, Istanbul, Kiev en Rome vaker correct te hebben ingeschat dan geografiestudenten. Athene werd door zowel geografie- als niet-geografiestudenten even vaak correct ingeschat. Uit de resultaten van figuur 4.1 (appendix K) kan geconstateerd worden, dat geografiestudenten – die zevenmaal een stad vaker correct hebben ingeschat – de steden ook procentueel vaker hoger inschatten dan niet-geografiestudenten. Andersom zijn de procentuele verschillen vele malen kleiner wanneer niet-geografiestudenten steden vaker correct weten te hebben ingevuld dan geografiestudenten.

Om het verschil in perceptie van afstanden tussen geografie- en niet-geografiestudenten nog inzichtelijk te maken, is er in dit onderzoek voor gekozen om punten toe te kennen – zoals omschreven is in paragraaf 3.4 van het vorige hoofdstuk – voor iedere stad die correct is gerangschikt. Op die manier is er meer onderscheid aan te brengen in mate waarin de perceptie van afstanden als correct of incorrect kan worden beschouwd. Om het onderscheid duidelijk en inzichtelijk te maken, is er in dit onderzoek voor gekozen om de *mental map* van eerstejaarsstudenten te spiegelen aan het schoolsysteem van rapportcijfers. Rapportcijfers

van 0 tot en met 10 geven voor iedereen in Nederland een duidelijk indicatie in hoeverre een *mental map* als correct of incorrect kan worden beschouwd.

Figuur 4.1: Procentuele verschillen tussen geografen en niet-geografen in correct rangschikken van de twaalf Europese steden (N=262) in 2014.



Uit tabel 4.3 kan worden opgemaakt dat 56,6 procent van de niet-geografen en 34,7 procent van de geografen een onvoldoende score met betrekking tot de perceptie van afstanden. Niet-geografen hebben dus vaker dan geografen (21,9 procent) een onvoldoende. Geografiestudenten scoren met 65,3 procent en niet-geografiestudenten met 43,4 procent een voldoende. Daarnaast scoren procentueel gezien de niet-geografen per ieder onvoldoende cijfer hoger dan de geografen. Geografen scoren procentueel gezien per ieder voldoende cijfer hoger dan de niet-geografen. Geconcludeerd kan worden uit de onderzoeksgegevens van tabel 4.3 dat geografen een betere perceptie van afstanden hebben dan niet-geografen.

Tabel 4.3: Procentuele verschillen tussen geografen en niet-geografen voor de *mental map* in rapportcijfers (N=262) in 2014.

| | Geografen | | Niet-Geografen | | Totaal studenten | |
|------------------|------------|--------------|----------------|--------------|------------------|--------------|
| | Abs. | % | Abs. | % | Abs. | % |
| 3 Ruim voldoende | 3 | 2,3 | 10 | 7,8 | 13 | 5,0 |
| 4 Onvoldoende | 13 | 9,8 | 24 | 18,6 | 37 | 14,1 |
| 5 Zwak | 30 | 22,6 | 39 | 30,2 | 69 | 26,3 |
| 6 Voldoende | 33 | 24,8 | 24 | 18,6 | 57 | 21,8 |
| 7 Ruim voldoende | 28 | 21,1 | 19 | 14,7 | 47 | 17,9 |
| 8 Goed | 16 | 12,0 | 12 | 9,3 | 28 | 10,7 |
| 9 Zeer goed | 8 | 6,0 | 1 | 0,8 | 9 | 3,4 |
| 10 Uitstekend | 2 | 1,5 | 0 | 0,0 | 2 | 0,8 |
| Totaal | 133 | 100,0 | 129 | 100,0 | 262 | 100,0 |

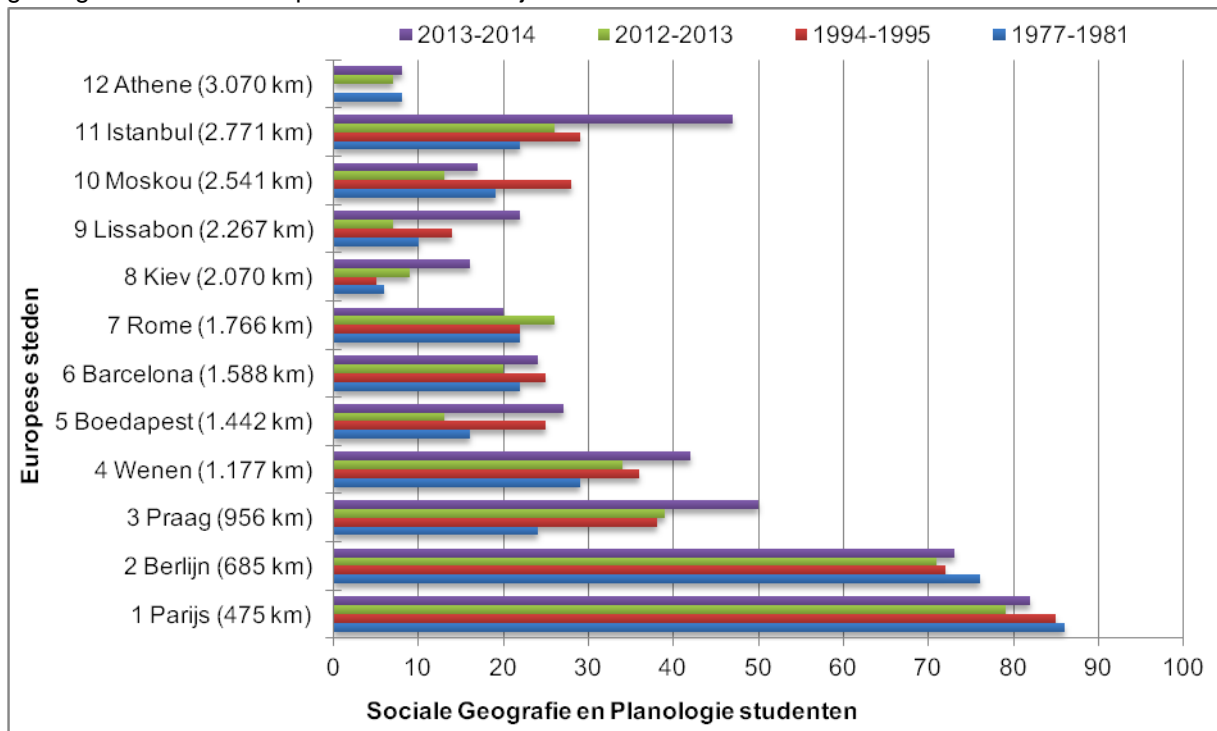
4.3.3 Perceptie van afstanden door de jaren heen

In eerdere onderzoeken van Eysberg (1985), De Pater (1997) en De Pater et al. (2014) zijn eerstejaarsstudenten van de studie Sociale Geografie en Planologie onderzocht met betrekking tot hun perceptie van afstanden. Sinds de eerste metingen uit 1978-1981 is er veel in Europa veranderd, hetgeen invloed kan hebben gehad op de perceptie van afstanden

binnen Europa. In dit onderzoek worden onder andere de drie eerdere onderzoeken vergeleken met de uitkomsten van dit onderzoek, om op die manier de mogelijke verschillen en/of veranderingen in de perceptie van afstanden van eerstejaarsstudenten te achterhalen.

In figuur 4.2 blijken Sociale Geografie en Planologie studenten uit dit onderzoek de plaatsen Praag, Wenen, Boedapest, Kiev, Lissabon en Istanbul vaker correct te hebben gerangschikt dan studenten in eerdere onderzoeken (appendix L). Dit impliceert dat de perceptie van afstanden van studenten in 2014 beter is dan van studenten in voorgaande onderzoeken. Vooral de steden Praag en Istanbul blijken beduidend beter te worden gerangschikt ten opzichte van eerdere onderzoeken. Voor beide steden geldt dat zij in de afgelopen jaren aan populariteit hebben gewonnen ondermeer in het segment van de citytrips reizigers. Daarnaast zijn de steden Parijs en Berlijn sinds de eerste meting in 1977 steeds minder vaak correct gerangschikt, terwijl beide steden nog altijd populaire steden zijn onder jongeren.

Figuur 4.2: Verdeling van Sociale Geografie en Planologie eerstejaarsstudenten naar correct gerangschikte steden in procenten door de jaren heen.



4.4 Stereotype beelden

In deze paragraaf worden de uitkomsten van de vragenlijst op de tweede deelvraag gepresenteerd, namelijk: *‘Wat zijn de stereotype beelden van eerstejaarsstudenten van Oost- en Zuid-Europa?’*

Om stereotype beelden bij eerstejaarsstudenten te kunnen achterhalen zal er in deze paragraaf begonnen worden met een subparagraaf waarin meer duidelijkheid wordt gegeven over welke landen volgens eerstejaarsstudenten tot Europa worden gerekend op basis van gemeenschappelijke geschiedenis en cultuur. Ook zal er worden ingegaan op de geografische kennis van studenten. Om de stereotype beelden daadwerkelijk te kunnen onderzoeken zijn er drie verschillende methoden gebruikt. In de eerste methode worden de antwoorden op de gestelde vragen gerelateerd aan bestaande cijfers – die afkomstig zijn van onder andere Eurostat (2010 & 2013), OECD (2014) en Transparency International (2013) –

waardoor onderzocht kan worden of het beeld van de student afwijkt van de werkelijkheid. Vragen als het gemiddelde Bruto Binnenlands Product (BBP) per inwoner, de gemiddelde corruptiescore per land en het schoolopleidingsniveau per land, zijn gesteld bij de eerste methode om stereotype beelden bij eerstejaarsstudenten te achterhalen. In de tweede methode is er specifiek naar de mening van de respondenten gevraagd en mochten de respondenten aan de hand van een 5-puntslikertschaal (geheel mee eens tot en met geheel oneens) hun mening geven over een aantal kenmerken die betrekking hebben op een vijftal landen. De kenmerken waarover de respondenten hun mening mochten geven gingen over de volgende zeven kenmerken, namelijk: cultureel bezienswaardig, democratie, economisch vooruitstrevend, moderne samenleving, primitief, vakantieland en veiligheid. In de derde methode is er specifiek naar de *top of mind* van de respondenten gevraagd en mochten de respondenten voor een vijftal landen drie verschillende woorden noemen die als eerste in de gedachten van de respondenten opkwamen. Alle drie de methoden verschillen dus inhoudelijk van elkaar, waarbij in de eerste methode het beeld van de respondent gekoppeld is aan bestaande cijfers. Het beeld zou een correct dan wel incorrect beeld van de werkelijkheid geven. Er kan bij de tweede en derde methode in tegenstelling tot de eerste methode, niet gezegd worden of het beeld van de respondent correct of incorrect is, omdat het bij de tweede en derde methode om persoonlijke perceptie gaat.

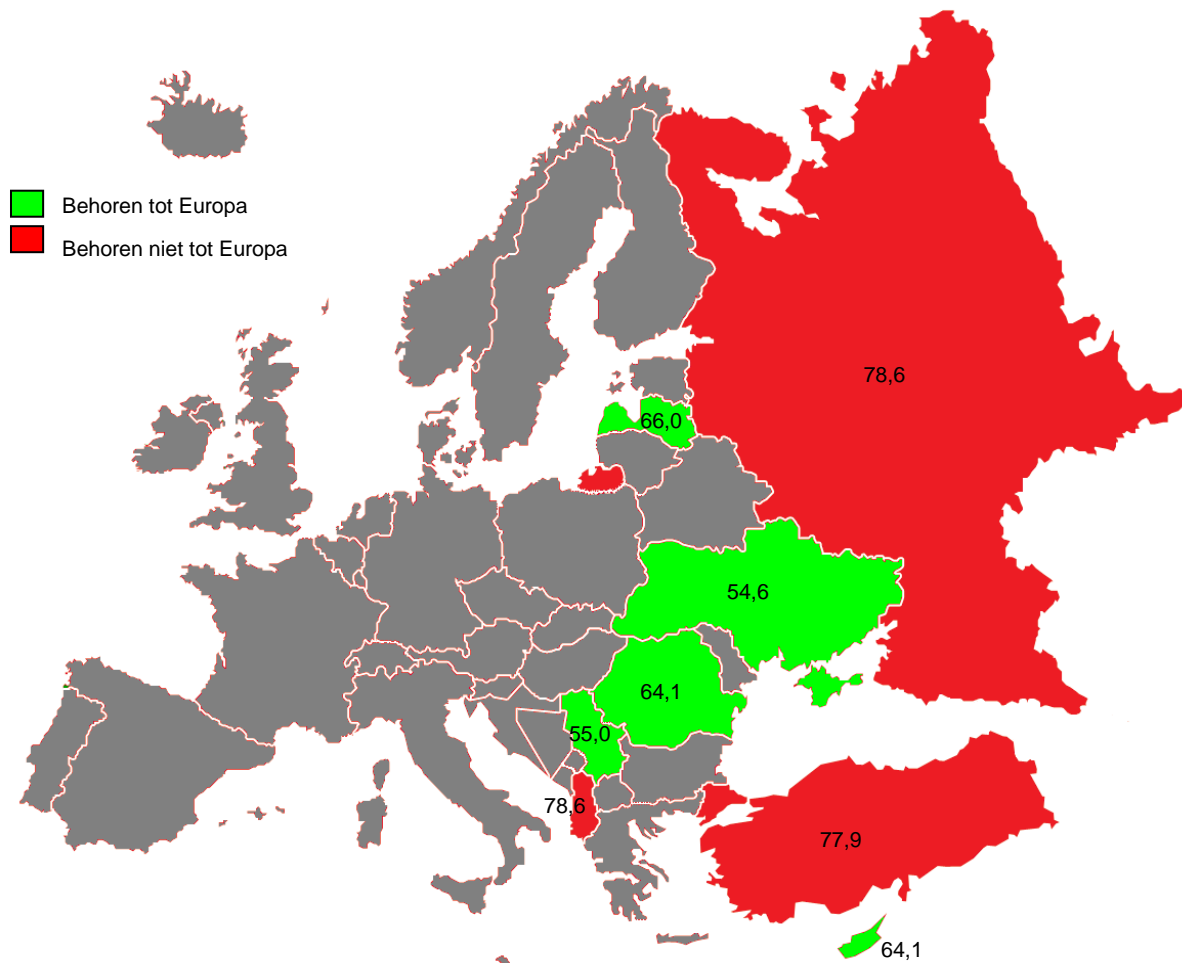
4.4.1 Topografische beeldvorming en kennis

Om de stereotype beelden bij eerstejaarsstudenten te achterhalen is het interessant om allereerst inzicht te krijgen in hoeverre bepaalde landen volgens eerstejaarsstudenten tot Europa worden gerekend op basis van gemeenschappelijke geschiedenis en cultuur. In figuur 4.3 is af te leiden dat eerstejaarsstudenten landen als Cyprus, Letland, Oekraïne, Roemenië en Servië op basis van gemeenschappelijke geschiedenis en cultuur tot Europa rekenen (appendix M). Daarentegen worden Albanië, Rusland en Turkije door de meerderheid van alle respondenten niet tot Europa gerekend. De onderzoeksresultaten tonen aan dat – twee van de drie Balkanlanden – Roemenie (64,1 procent) en Servië (55,0 procent) als een Europees land worden beschouwd, terwijl Albanië door ‘slechts’ 35,9 procent van alle respondenten als een Europees land wordt beschouwd.

Oekraïne wordt door een meerderheid (54,6 procent) van de respondenten als een Europees land beschouwd, terwijl Rusland (78,6 procent) niet als een Europees land wordt gezien. Beide landen kennen een duidelijke gemeenschappelijke geschiedenis en cultuur samen, die reeds in de 10^e eeuw was begonnen en tot aan de val van de Sovjet-Unie in 1991 heeft geduurd.

Een ander land dat door de respondenten (64,1 procent) als Europees land wordt beschouwd is Cyprus. Cyprus kent een lange geschiedenis, waarbij het deel uitmaakte van onder andere Egypte, Griekenland, Turkije en Groot-Brittannië. Vandaag de dag wordt er nog altijd onderscheid gemaakt in een Grieks- en Turks-Cypriotisch gedeelte. Hoewel Cyprus geografisch gezien – evenals Turkije – tot het Aziatisch continent behoort, wordt Cyprus vanuit politieke en culturele redenen tot Europa gerekend. Turkije wordt door 22,1 procent als Europees land beschouwd. Slechts een klein gebied van Turkije – het gebied ten westen van de Bosporus bij Istanbul – behoort tot het Europese continent. Ondanks het kleine gebied wordt Turkije vanwege haar geschiedenis en met name haar religieuze cultuur (de Islam) door de meeste mensen niet tot Europa gerekend.

Figuur 4.3: Meningen eerstejaarsstudenten (in procenten) naar landen die behoren tot Europa vanwege gemeenschappelijke geschiedenis en cultuur (N=262).



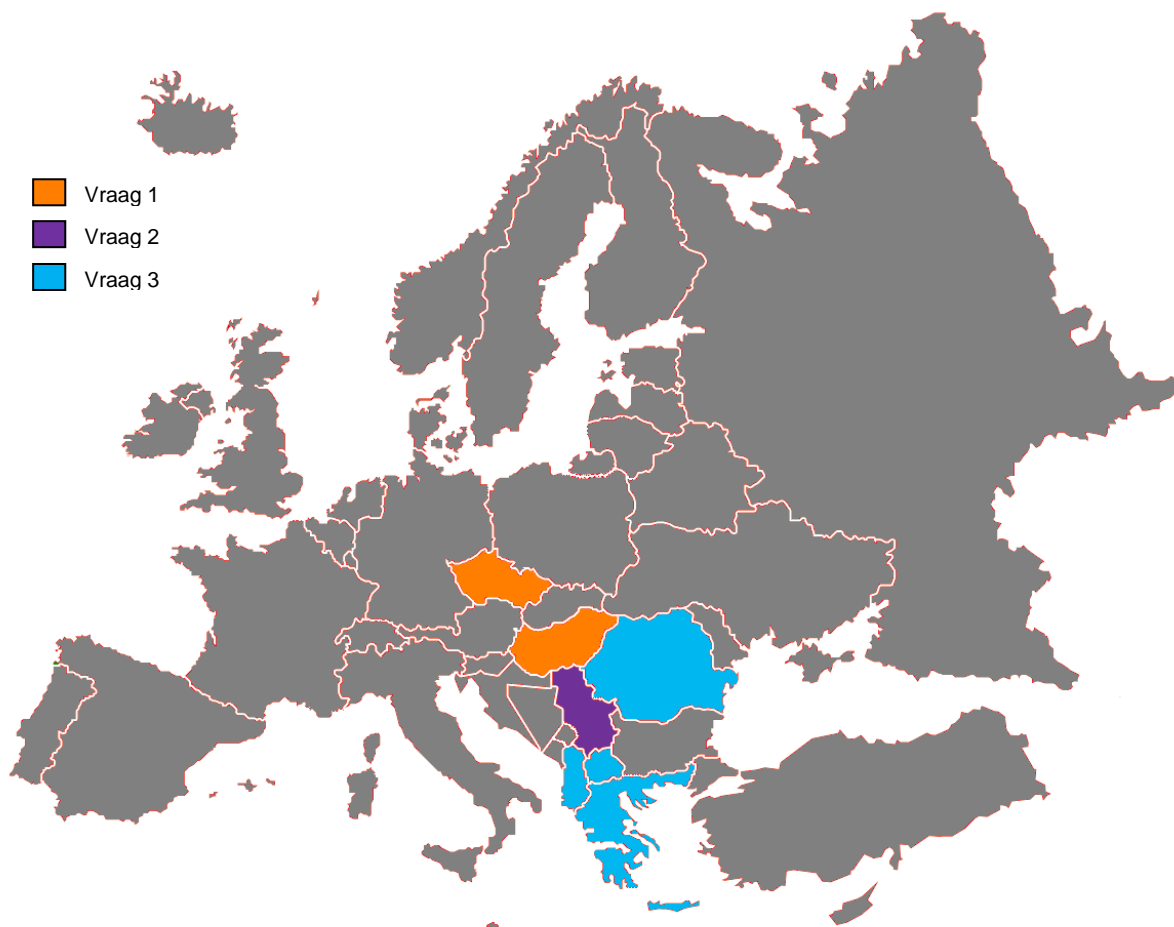
Kijkend naar de onderlinge verschillen dan blijken niet-geografiestudenten alle acht de landen (Albanië, Cyprus, Letland, Oekraïne, Roemenië, Rusland, Servië en Turkije) procentueel gezien vaker tot Europa te rekenen dan geografiestudenten (tabel 4.4; appendix M). Ondanks dat de procentuele verschillen niet erg groot zijn tussen beide groepen studenten, vallen wel twee landen direct op. Cyprus (15,7 procentpunt) en Turkije (14,5 procentpunt) worden door niet-geografiestudenten als meer 'Europees' beschouwd dan geografiestudenten. Een mogelijke verklaring kan zijn dat geografiestudenten vanuit geografisch oogpunt vaker dan niet-geografiestudenten kijken naar de geografische ligging van beide landen. Geografisch beschouwd horen beide landen tot het Aziatisch continent en kunnen zij vanuit deze optiek niet tot Europa behoren. Anderzijds kunnen niet-geografiestudenten mogelijk meer vanuit politieke en culturele overwegingen de landen meer tot Europa rekenen.

Tabel 4.4: Landen die volgens eerstejaarsstudenten wel of niet tot Europa behoren vanwege gemeenschappelijke geschiedenis en cultuur (N=262) in 2014.

| | Alle eerstejaarsstudenten | | | | SGPL studenten | | | | Overige studenten | | | |
|----------|---|------|------|-------|----------------|------|------|-------|-------------------|------|------|-------|
| | Behoren tot Europa vanwege gemeenschappelijke geschiedenis en cultuur | | | | | | | | | | | |
| | Abs. | % Ja | Abs. | % Nee | Abs. | % Ja | Abs. | % Nee | Abs. | % Ja | Abs. | % Nee |
| Albanië | 94 | 35,9 | 168 | 64,1 | 42 | 31,6 | 91 | 68,4 | 52 | 40,3 | 77 | 59,7 |
| Cyprus | 168 | 64,1 | 94 | 35,9 | 75 | 56,4 | 58 | 43,6 | 93 | 72,1 | 36 | 27,9 |
| Letland | 173 | 66,0 | 89 | 34,0 | 86 | 64,7 | 47 | 35,3 | 87 | 67,4 | 42 | 32,6 |
| Oekraïne | 143 | 54,6 | 119 | 45,4 | 71 | 53,4 | 62 | 46,6 | 72 | 55,8 | 57 | 44,2 |
| Roemenie | 168 | 64,1 | 94 | 35,9 | 81 | 60,9 | 52 | 39,1 | 87 | 67,4 | 42 | 32,6 |
| Rusland | 56 | 21,4 | 206 | 78,6 | 25 | 18,8 | 108 | 81,2 | 31 | 24,0 | 98 | 76,0 |
| Servië | 144 | 55,0 | 118 | 45,0 | 68 | 51,1 | 65 | 48,9 | 76 | 58,9 | 53 | 41,1 |
| Turkije | 58 | 22,1 | 204 | 77,9 | 20 | 15,0 | 113 | 85,0 | 38 | 29,5 | 91 | 70,5 |

Daarnaast zijn er in de vragenlijst drie vragen gesteld die inzicht geven in de topografische kennis bij eerstejaarsstudenten. De vragen konden alleen met juist of onjuist beantwoord worden. De eerste vraag 'Zijn Tsjechië en Hongarije buurlanden van elkaar?' werd door 71,8 procent van de respondenten foutief ingevuld met 'juist'. Tsjechië en Hongarije zijn namelijk geen buurlanden van elkaar (figuur 4.4; appendix N). De niet-geografen hadden de eerste vraag vaker dan de geografen correct ingevuld met respectievelijk 18,7 en 17,8 procent.

Figuur 4.4: Onderzochte landen om de topografische kennis bij eerstejaarsstudenten te kunnen onderzoeken (vragen 1, 2 en 3).



De tweede vraag 'Ligt Servië aan zee?' werd door 58 procent van de respondenten correct ingevuld met 'onjuist'. Servië heeft sinds het afscheiden van Montenegro in 2006 geen open verbinding meer met zee (figuur 4.4). De niet-geografen hadden de tweede vraag vaker dan de geografen correct ingevuld met respectievelijk 62,0 en 54,1 procent. De derde vraag 'Zijn Albanië, Macedonië en Roemenië buurlanden van Griekenland' werd door 58,4 procent van de respondenten foutief ingevuld met 'juist'. Albanië en Macedonië zijn buurlanden van Griekenland, alleen Roemenië is geen buurland van Griekenland (figuur 4.4). De niet-geografen hadden de derde vraag vaker dan de geografen correct ingevuld met respectievelijk 46,5 en 36,8 procent. Opvallend uit de onderzoeksresultaten is, dat geografiestudenten over een betere perceptie van afstanden beschikken dan niet-geografiestudenten (paragraaf 4.3.2), maar niet-geografiestudenten beschikken over meer topografische kennis dan geografiestudenten. Om na te gaan of geografische kennis ook van invloed is op de ruimtelijke perceptie van afstanden is er gekeken of er een significant verband bestaat tussen beide variabelen. Uit statistische toetsing is echter gebleken, dat er geen verband bestaat tussen geografische kennis en de ruimtelijke perceptie van afstanden ($\alpha=0,988$)⁸ (appendix N). Dit verband is ook voor geografie- en niet-geografiestudenten onderzocht. Uit statistische toetsing blijkt dat ook hier geen significant verband bestaat tussen geografische kennis en de ruimtelijke perceptie van afstanden ($\alpha=0,172$)⁹ en ($\alpha=0,231$)¹⁰. De verklaring van het feit dat er geen significant verband bestaat tussen topografische kennis en ruimtelijke perceptie van afstanden is, dat topografische kennis niets zegt over de afstand perceptie van een persoon. Wanneer een persoon geen afstand perceptie ofwel afstandsgevoel heeft, is het niet eenvoudig om plaatsen ook op de juiste afstanden in te schatten.

4.4.2 Bruto Binnenlands Product

Het Bruto Binnenlands Product (BBP) per inwoner was een eerste graadmeter waarbij de eerstejaarsstudenten gevraagd werden naar hun stereotype beeld. De respondenten konden voor een zevental landen aangeven in hoeverre zij dachten dat het BBP afweek van het Europees gemiddelde van 23.100 euro.

Een meerderheid van de respondenten gaf voor zes van de zeven landen aan, dat het BBP per inwoner lager dan wel veel lager ligt dan het Europees gemiddelde van 23.100 euro (figuur 4.5; appendix O). Alleen Italië kwam volgens 47,7 procent van alle respondenten overeen met het Europees gemiddelde. Griekenland werd door een absolute meerderheid van 93,2 procent van alle eerstejaarsstudenten als laagst scorende land qua BBP per inwoner ingeschat. De hoge uitkomst van Griekenland onder eerstejaarsstudenten kan enigszins als opvallend worden beschouwd, maar de uitkomst komt daarentegen niet geheel uit de lucht vallen. Griekenland hoeft *overall* gezien dan alleen Italië en Spanje boven zich te dulden in de ranglijst met landen van gemiddelde BBP per inwoner (tabel 4.5). De verklaring voor de lage score van Griekenland qua BBP moet voornamelijk gezocht worden in de negatieve berichtgeving omtrent de slechte financiële situatie waarin Griekenland zich sinds het uitbreken van de eurocrisis eind 2009 verkeerd. Griekenland kon alleen met behulp van EU-steun overeind blijven, waardoor de Griekse staat gered werd van een faillissement.

⁸ Geen statistisch significant verband tussen topografische kennis en de ruimtelijke perceptie van afstanden van studenten. Chi-kwadraat toets: $0,988 > 0,050$ (appendix N).

⁹ Geen statistisch significant verband tussen topografische kennis en de ruimtelijke perceptie van afstanden van geografiestudenten. Chi-kwadraat toets: $0,172 > 0,050$ (appendix N).

¹⁰ Geen statistisch significant verband tussen topografische kennis en de ruimtelijke perceptie van afstanden van niet-geografiestudenten. Chi-kwadraat toets: $0,231 > 0,050$ (appendix N).

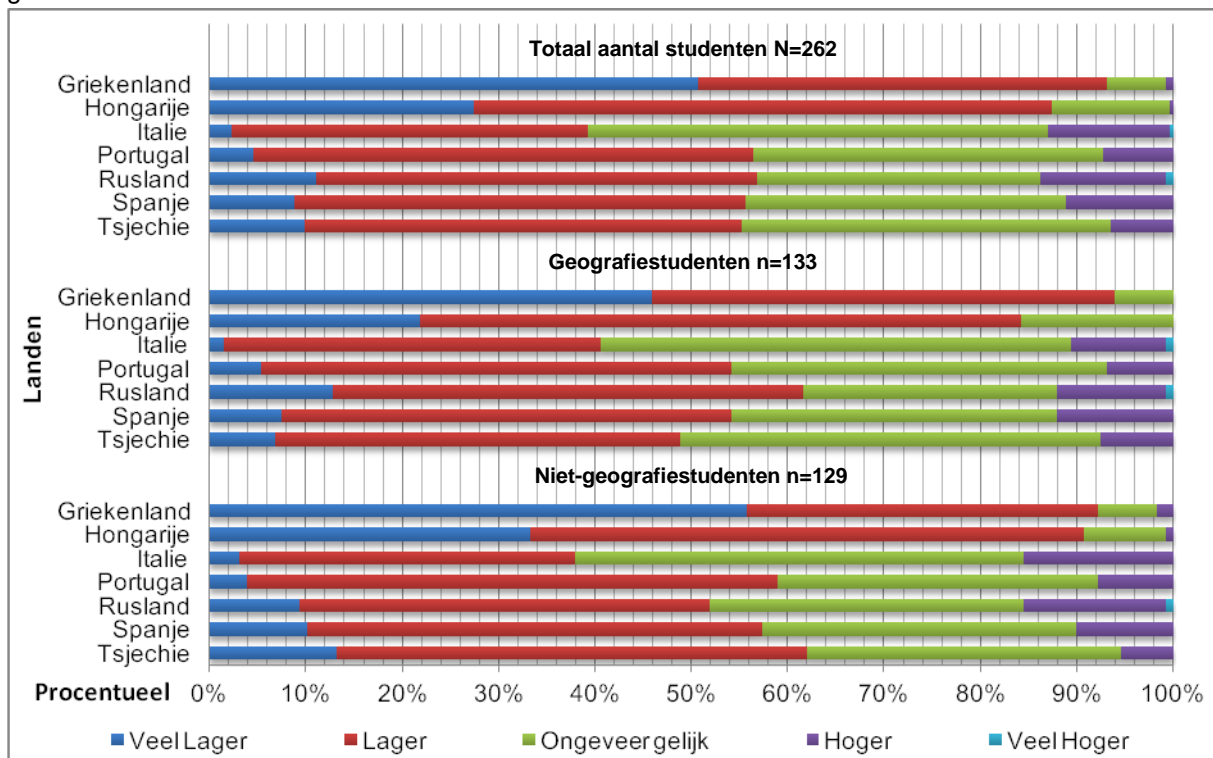
Tabel 4.5: Het Bruto Binnenlands Product per inwoner per land.

| Land | BBP in euro's |
|---------------|---------------|
| EU-gemiddelde | 23.100 |
| Italië | 22.400 |
| Spanje | 20.100 |
| Griekenland | 15.100 |
| Portugal | 14.300 |
| Tsjechië | 11.300 |
| Hongarije | 9.000 |
| Rusland | 8.600 |

Bron: Eurostat, 2013.

Uit de onderzoeksgegevens blijkt verder dat 13,8 procent van alle studenten het BBP van Rusland zelfs hoger dan wel veel hoger inschatten dan het Europees gemiddelde van 23.100 euro (figuur 4.5). Uit de BBP ranglijst van tabel 4.5 blijkt het tegendeel waar te zijn, want van alle zeven landen kent Rusland het laagste BBP per inwoner met 8.600 euro. Rusland mag dan bekend staan om haar miljardairs en vele aardolie- en gasvelden, maar een groot deel van de bevolking van 142,47 miljoen mensen merkt echter niets van al deze rijkdommen (CIA, 2014).

Figuur 4.5: Bruto Binnenlands Product (BBP) naar land (in procenten) ten opzichte van het Europees gemiddelde van 23.100 euro.



Kijkend naar de onderlinge verschillen tussen de studenten, dan blijken geografiestudenten (61,7 procent) het BBP van Rusland (veel) lager en dus beter in te schatten dan niet-geografiestudenten (51,9 procent). Niet-geografiestudenten schatten met meer dan 11,5 procent het BBP van Hongarije juist weer veel lager in dan geografiestudenten. Ook Tsjechië scoort onder de niet-geografen beduidend minder positief. De niet-geografen schatten het BBP van Tsjechië namelijk met 13,1 procent (veel) lager in dan de geografen. Er kan dus niet eenduidig worden opgemaakt welke groep studenten nu vaker een realistischer beeld

van de werkelijkheid hebben, omdat beide groepen per land anders scoren. Een eenduidige verklaring kan hiervoor niet worden gegeven. Geografiestudenten geven wel vaker dan niet-geografiestudenten een hogere score aan het BBP van de voormalige Oostbloklanden. Een mogelijke verklaring kan het verschil in geografische kennis en -informatie zijn, vanwege de speciale interesses die geografiestudenten in geografische onderwerpen hebben.

4.4.3 Corruptiebarometer

De corruptiebarometer was een tweede graadmeter waarbij stereotype beelden van eerstejaarsstudenten onderzocht werden. Studenten konden voor een zevental landen aangeven in hoeverre zij dachten dat de corruptiescore afweek van het Europees gemiddelde.

Een meerderheid van de studenten heeft aangegeven dat zij denken dat de corruptie in Portugal (58,8 procent), Spanje (57,3 procent) en Tsjechië (45,8 procent) ongeveer gelijk is aan het Europees gemiddelde (figuur 4.6; appendix P). Uit cijfers van de corruptiebarometer van Transparency International (2013) blijkt Spanje inderdaad rond het Europees gemiddelde uit te komen (tabel 4.6). Portugal en Tsjechië staan in de corruptiebarometer een stuk lager op de indexlijst dan het Europees gemiddelde, terwijl studenten beide landen hoger op de lijst hadden ingeschat. Portugal wordt door alle studenten met 20,2 procent (veel) lager – dus minder corrupt – ingeschat. Voor Tsjechië gold zelfs een percentage van 26 procent (veel) lager – dus nog minder corrupt. Ook Spanje wordt met 19 procent (veel) lager en daarmee minder corrupt beschouwd. Echter, er is bij Spanje – anders dan Portugal en Tsjechië – een onderling verschil tussen de twee verschillende groepen studenten waar te nemen. Niet-geografiestudenten schatten Spanje met 9,8 procent minder corrupt in dan geografiestudenten.

Tabel 4.6: Corruptiebarometer score per land.

| Plaats | Land | Score ¹¹ |
|--------|---------------------------------------|---------------------|
| * | Indicatie EU-gemiddelde ¹² | 63,3 |
| 33 | Italië | 62 |
| 40 | Spanje | 60 |
| 47 | Griekenland | 54 |
| 57 | Portugal | 48 |
| 69 | Tsjechië | 43 |
| 80 | Hongarije | 40 |
| 127 | Rusland | 28 |

Bron: Transparency International, 2013.

* EU-gemiddelde is niet officieel in de corruptiebarometer lijst opgenomen.

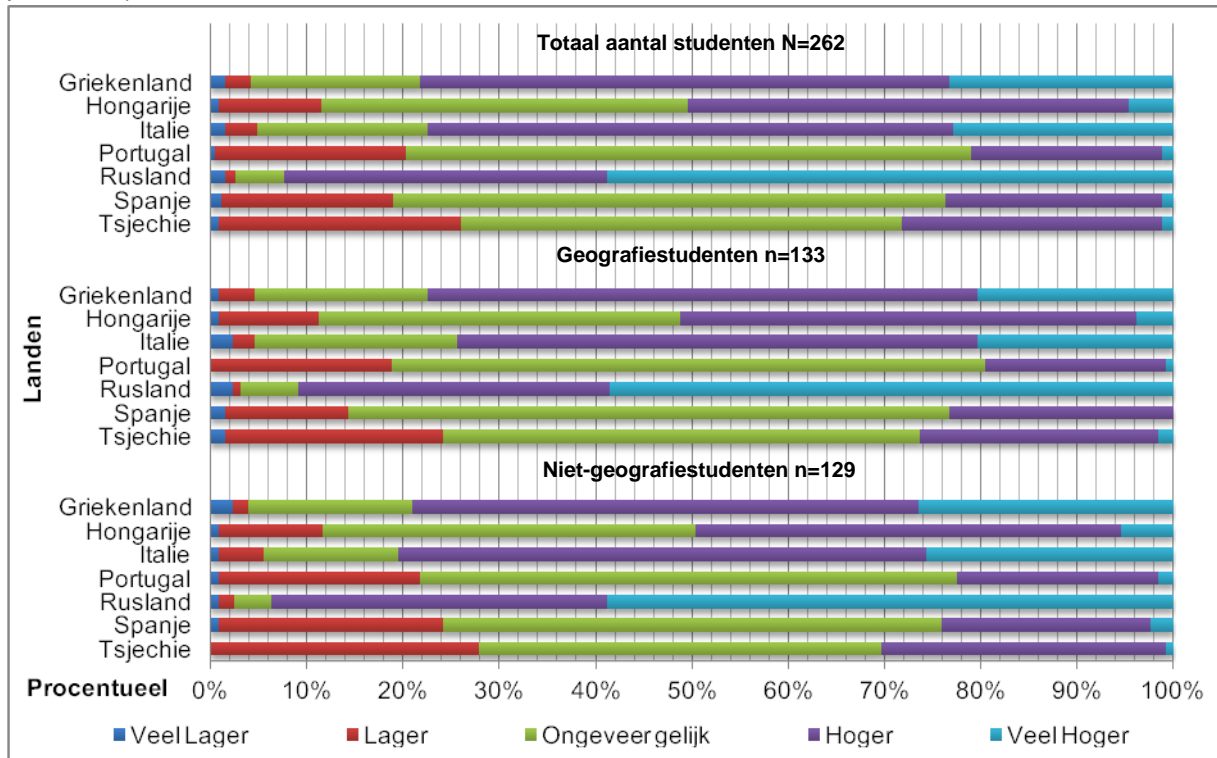
Opvallend zijn de relatief hoge corruptiescores die de respondenten aan Italië hebben toegekend, terwijl Italië nauwelijks van het Europees gemiddelde afwijkt. De respondenten hebben met 77,5 procent aangegeven dat de corruptie in Italië hoger ligt dan het Europees

¹¹ De corruptiebarometer score van Transparency International is gebaseerd op een indexscorelijst die loopt van 0 t/m 100. Een score van 100 betekent dat een land nauwelijks tot niet corrupt is en naar mate de score afloopt naar 0 kunnen de landen als steeds meer corrupt worden beschouwd.

¹² Het EU-gemiddelde is berekend door alle indexscores van alle 28 EU-lidstaten bij elkaar op te tellen en deze vervolgens te delen door de 28 lidstaten. Het EU-gemiddelde in de corruptiebarometer dient in dit onderzoek alleen als indicatie, waarbij dezelfde wegingsfactor per land in acht is genomen. Met mogelijke wegingsfactoren binnen de indexscorelijst van Transparency International is echter geen rekening gehouden.

gemiddelde. Een verklaring voor de hoge inschatting van corruptie in Italië zijn toe te schrijven aan de imago-problemen ofwel de stereotype beelden waarmee Italië heeft te kampen. Italië wordt vaak geassocieerd als het land van de maffia. In het zuiden van Italië zijn nog altijd maffiabendes actief. Hoewel de politie in de afgelopen jaren veel succes heeft geboekt om de maffiabendes op te rollen is dit in het zuiden van Italië nog altijd een probleem.

Figuur 4.6: Verdeling van stereotype beelden eerstejaarsstudenten naar corruptie per land (in procenten).

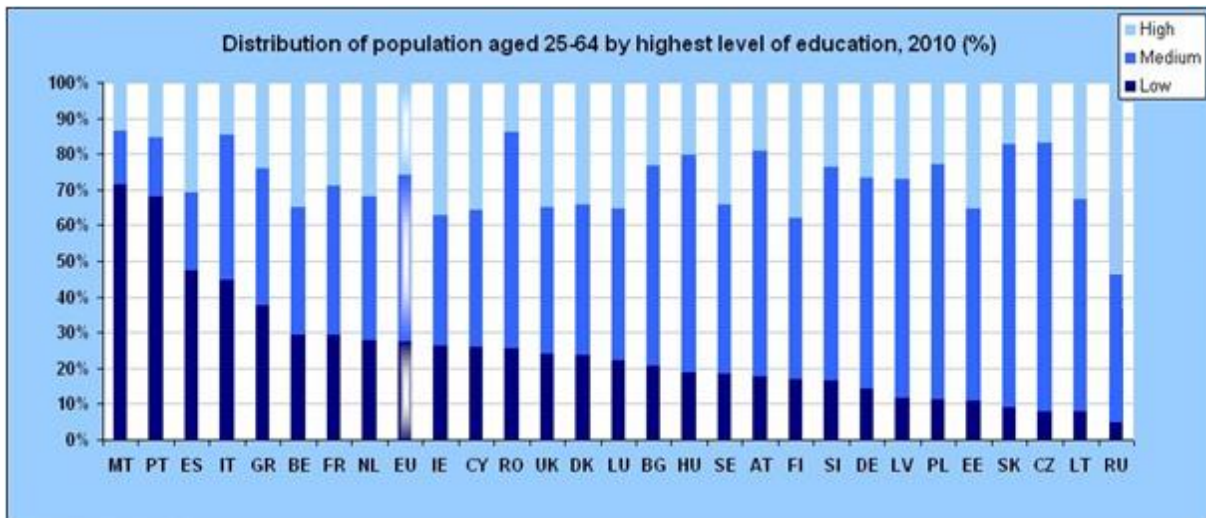


Rusland wordt door alle studenten – evenals in de corruptiebarometer – als meest corrupte land beschouwd met 92,4 procent. Ook Griekenland wordt met 78,3 procent als een corrupt land beschouwd, terwijl Griekenland in de corruptiebarometer hoger is gepositioneerd dan landen als Portugal en Tsjechië. Eerder in deze paragraaf werd al reeds duidelijk dat Portugal en Tsjechië juist als minst corrupte landen werden beschouwd door alle studenten in dit onderzoek. De verklaring voor de lage positionering van Griekenland door de studenten heeft er mogelijk te maken met de negatieve berichtgevingen omtrent belastingontduikingen, fraudezaken en de slechte financiële positie van Griekenland in de afgelopen jaren.

4.4.4 Onderwijs

Het schoolopleidingsniveau is de laatste graadmeter in dit onderzoek waarmee stereotype beeldvorming aan de hand van concrete cijfers onderzocht is. De respondenten werden gevraagd om voor zeven landen aan te geven in hoeverre zij dachten dat het schoolopleidingsniveau afwijkt van het Europees gemiddelde van 72 procent, waarbij uitgegaan wordt van een afgeronde middelbare (minimaal mbo/havo) schoolopleiding. In figuur 4.7 zijn de schoolopleidingsniveaus van de 27 EU-lidstaten in 2010 en Rusland 2011 weergegeven. De schoolopleidingsniveaus zijn opgedeeld in drie categorieën, te weten: *low* is basisschool en VMBO; *medium* is MBO, HAVO en VWO; en *high* is HBO en WO.

Figuur 4.7: Schoolopleidingsniveau (in procenten) naar beroepsbevolking 25 – 64 jaar van de 27 EU-lidstaten in 2010 en Rusland in 2011.



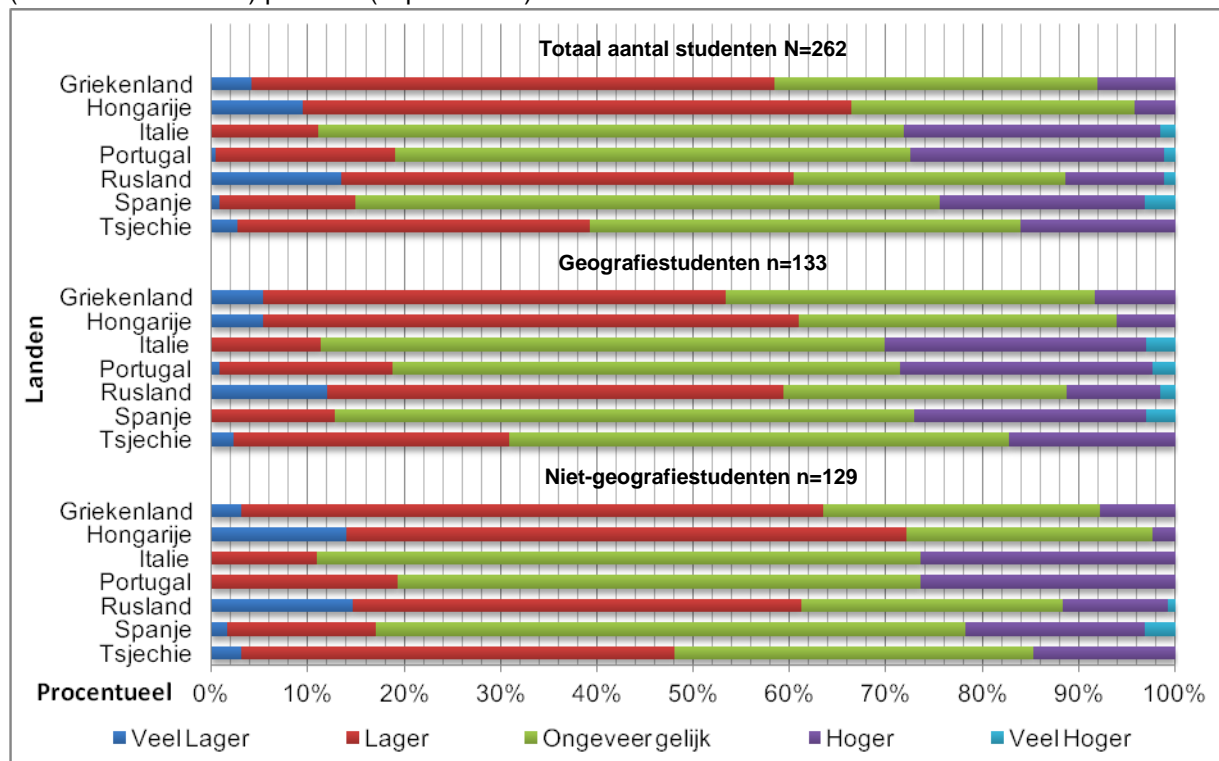
Bron: Eurostat, 2010 & OECD, 2014 (figuur bewerkt voor de cijfers voor Rusland uit 2011).

Uit de onderzoeksresultaten van de vragenlijst blijken eerstejaarsstudenten voornamelijk de Oost-Europese landen als Hongarije, Rusland en Tsjechië qua schoolopleidingsniveau (veel) lager in te schatten (figuur 4.8; appendix Q). Uit figuur 4.7 blijken deze landen zelfs beter dan het Europees gemiddelde van 72 procent te scoren met respectievelijk Hongarije 82 procent, Rusland 95 procent en Tsjechië 92 procent.

Rusland kan als een opvallende uitkomst worden beschouwd in vergelijking met de cijfers afkomstig van OECD 2013. De studenten schatten met 60,4 procent het schoolopleidingsniveau in Rusland (veel) lager in dan het Europees gemiddelde van 72 procent, terwijl in Rusland 95 procent van de beroepsbevolking minimaal over een mbo/havo schoolopleiding beschikt. Rusland heeft daarmee een hoger geschoolde beroepsbevolking dan enkel ander Europees land in de Europese Unie. Een verklaring voor de verkeerde inschatting van hogeschoolopleidingsniveau van Hongarije, Rusland en Tsjechië ten opzichte van het Europees gemiddelde zou vooral gezocht worden in het zelfbeeld en het superioriteitsgevoel van voornamelijk de Westerlingen ten opzichte van de Oosterlingen. In hoofdstuk twee werd eerder al gesproken over het oriëntalisme, hetgeen een visie op het Oosten is met als doel om de 'ander' te domineren. West-Europa als een 'geciviliseerd', 'modern', 'progressief', 'rationeel', 'dynamisch', 'voortuitstrevend' en 'mannelijk' samenleving, tegenover een 'ongeciviliseerd', 'barbaars', 'primitief', 'achteruitgang', 'achterlijke', 'mystieke', 'statische', 'stagneerde' en 'vrouwelijke' samenleving van Oost-Europa. Uit de onderzoeksresultaten blijken studenten de voormalige Oostbloklanden nog altijd als achterblijvend te beschouwen en minder goed opgeleid te vinden.

Ook het schoolopleidingsniveau in Griekenland wordt door 58,4 procent van de studenten als (veel) lager bestempeld, hetgeen ook overeenkomt met de cijfers van Eurostat 2010 (figuur 4.7). Italië (88,9 procent), Portugal (80,8 procent) en Spanje (85,2 procent) worden ongeveer gelijk dan wel (veel) hoger dan het Europees gemiddelde ingeschat. Maar uit de cijfers van Eurostat 2010, blijken Italië, Portugal en Spanje lager – met meer dan 15 procent – dan het Europees gemiddelde van minimaal mbo/havo schoolopleiding te scoren.

Figuur 4.8: Verdeling van stereotype beelden eerstejaarsstudenten naar middelbare schoolopleiding (minimaal mbo/havo) per land (in procenten).



Kijkend naar de onderlinge verschillen tussen de studenten, dan blijken niet-geografiestudenten procentueel gezien op ieder vlak negatiever te zijn dan geografiestudenten. Geografiestudenten schatten minder vaak het schoolopleidingsniveau (veel) lager in; vaker ongeveer gelijk; en vaker (veel) hoger in.

4.4.5 Kenmerken landen

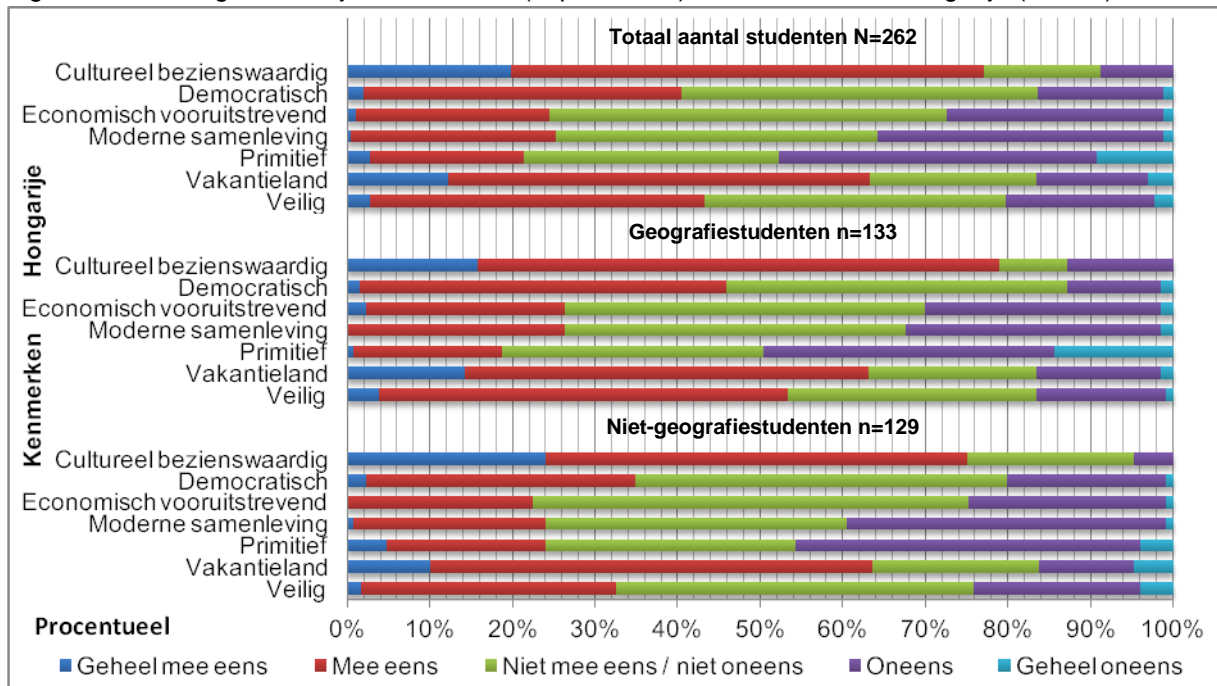
In deze subparagraaf worden de stereotype beelden van eerstejaarsstudenten weergegeven die gebaseerd zijn op de persoonlijke meningen van de respondenten. De stereotype beelden in deze subparagraaf zijn onderzocht aan de hand van een zevental kenmerken voor de landen Hongarije, Portugal, Rusland en Spanje.

Hongarije

Uit de onderzoeksresultaten van Hongarije blijkt een meerderheid (77,1 procent) van alle respondenten Hongarije als een cultureel bezienswaardig land te beschouwen. Ook wordt Hongarije door 63,3 procent van alle eerstejaarsstudenten als een echt vakantie-land beschouwd tegenover 16,5 procent tegenstanders (figuur 4.9; appendix R). Daarnaast is een nipte minderheid (47,7 procent) van alle respondenten het (geheel) oneens dat Hongarije een primitief land is, tegenover 21,4 procent die Hongarije wel als een primitief land beschouwen.

Voor een aantal kenmerken hebben een groot aantal respondenten aangegeven het 'niet mee eens / niet oneens' te zijn, hetgeen impliceert dat de respondenten geen mening hadden of zich geen tot nauwelijks een voorstelling konden maken van een specifiek kenmerk van Hongarije. Niet-geografen bleken vaker dan geografen geen uitgesproken mening te hebben op de kenmerken van Hongarije als cultureel bezienswaardigheid, democratie, economisch vooruitstrevend en veiligheid. Daarnaast beschouwen geografen Hongarije met 20,8 procent als een veiliger land dan niet-geografen. Geografen achtten Hongarije ook als een meer democratischer land (11 procent) dan niet-geografen.

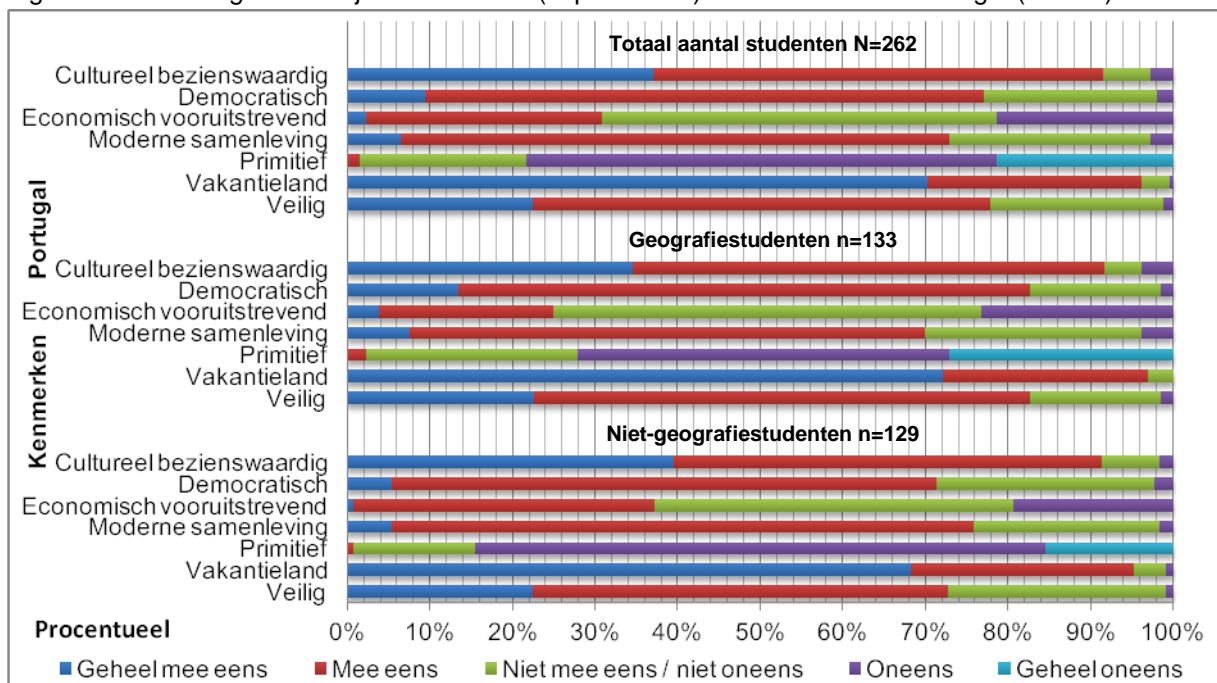
Figuur 4.9: Meningen eerstejaarsstudenten (in procenten) naar kenmerken Hongarije (N=262).



Portugal

Een absolute meerderheid van alle eerstejaarsstudenten vindt Portugal met 96,2 procent een echt vakantieland. Daarnaast beschouwen de respondenten Portugal ook als een cultureel bezienswaardig land (91,6 procent), als een niet primitief land (78,3 procent), als een veilig land (77,8 procent), als een democratisch land (77,1 procent) en als een land met een moderne samenleving (72,9 procent) (figuur 4.10; appendix R). Onderling blijken geografiestudenten Portugal democratischer en veiliger te vinden dan niet-geografiestudenten. Daarentegen vinden niet-geografiestudenten Portugal weer meer economisch vooruitstrevend en minder primitief dan geografiestudenten.

Figuur 4.10: Meningen eerstejaarsstudenten (in procenten) naar kenmerken Portugal (N=262).

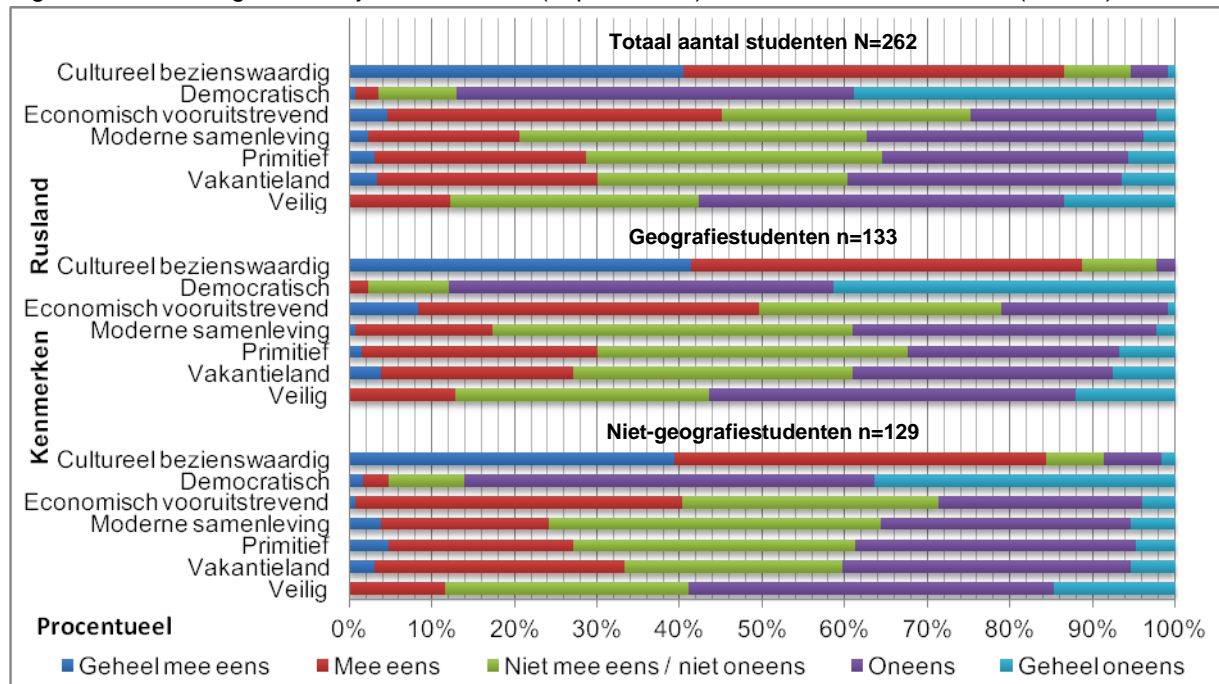


Rusland

Uit de onderzoeksresultaten blijkt een meerderheid (87 procent) van alle eerstejaarsstudenten Rusland als een ondemocratisch land te beschouwen. Ook wordt Rusland door 57,7 procent van alle eerstejaarsstudenten als een onveilig land beschouwd, tegenover 12,2 procent die Rusland wel als een veilig land beschouwen (figuur 4.11; appendix R). Daarentegen is een meerderheid (86,7 procent) van alle respondenten het (geheel) eens met de stelling dat Rusland een cultureel bezienswaardig land is.

De onderlinge verschillen tussen geografie- en niet-geografiestudenten zijn niet erg groot te noemen. Het meest opvallende verschil tussen beide groepen is dat geografiestudenten 9,4 procent positiever gestemd zijn over de economische vooruitstrevendheid van Rusland en niet-geografiestudenten zijn daarnaast 7,6 procent meer negatiever over de economische vooruitstrevendheid van Rusland. Niet-geografen beschouwen Rusland met 6,2 procent meer dan geografiestudenten als een vakantieland. Ook waren de niet-geografen met 2,9 procent minder vaak (geheel) eens dat Rusland een primitief land is en zijn de niet-geografen met 6,4 procent het vaker (geheel) oneens dat Rusland als een primitief land wordt bestempeld.

Figuur 4.11: Meninge eerstejaarsstudenten (in procenten) naar kenmerken Rusland (N=262).

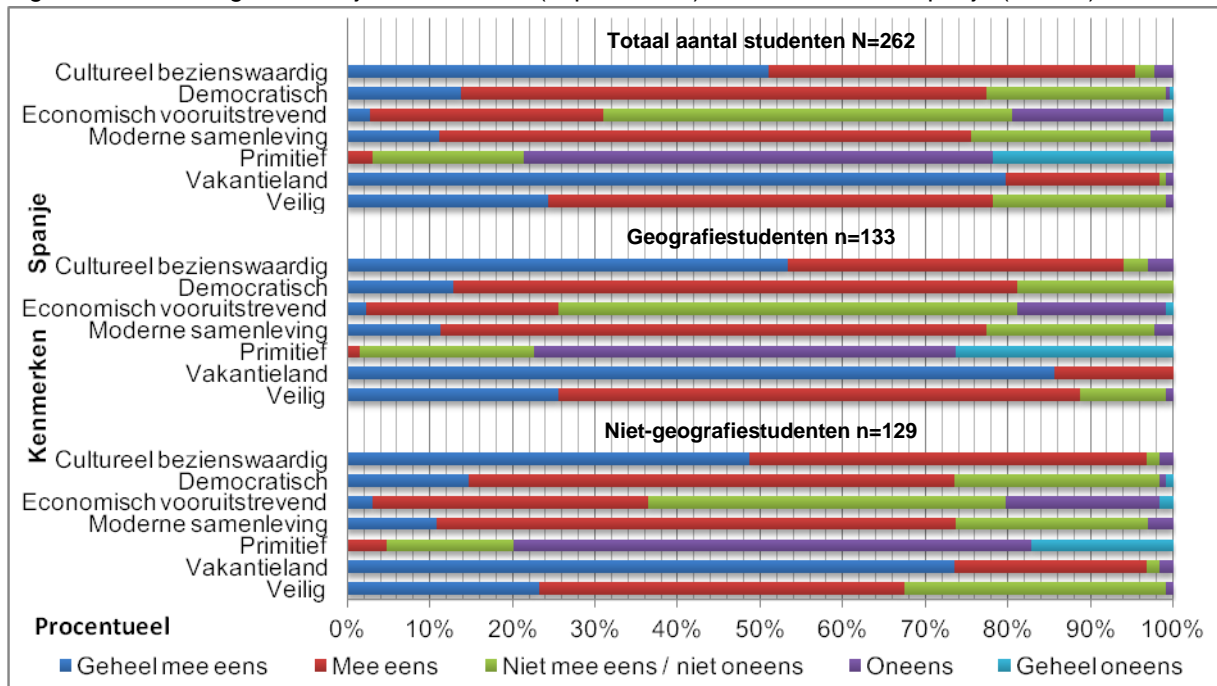


Spanje

Kijkend naar de onderzoeksresultaten van Spanje dan valt direct op dat 98,5 procent van alle eerstejaarsstudenten Spanje als een echt vakantieland beschouwd. Daarnaast wordt Spanje door ten minste driekwart van alle respondenten als een cultureel bezienswaardig land (95,4 procent), als een veilig land (78,2 procent), als een niet primitief land (78,7 procent), als een democratisch land (77,4 procent) en als een land met een moderne samenleving (75,6 procent) beschouwd (figuur 4.12; appendix R).

In dit onderzoek blijken geografiestudenten unaniem te hebben aangegeven Spanje een echt vakantieland te vinden. Daarnaast blijken geografiestudenten Spanje ook veiliger (met meer dan 21,3 procent) en democratischer (met meer dan 7,6 procent) te vinden dan niet-geografiestudenten. Daarentegen vinden niet-geografiestudenten Spanje weer meer economisch vooruitstrevend dan geografiestudenten.

Figuur 4.12: Meningen eerstejaarsstudenten (in procenten) naar kenmerken Spanje (N=262).



Landen en kenmerken ten opzichte van elkaar

Momenteel zijn de stereotype beelden per land bekend, maar daarnaast is het ook interessant om na te gaan hoe de landen onderling zich verhouden tot de zeven kenmerken en of er grote verschillen zijn waar te nemen.

Een ruime meerderheid van alle eerstejaarsstudenten beschouwen Hongarije, Portugal, Rusland en Spanje als cultureel bezienswaardige landen. Hoewel er onderling verschillen zijn waar te nemen – Spanje (95,4 procent), Portugal (91,6 procent), Rusland (86,7 procent) en Hongarije (77,1 procent) – is driekwart van de respondenten positief gestemd over de culturele bezienswaardigheden in alle vier de landen.

Op democratisch gebied zijn er grote verschillen tussen de vier landen waar te nemen. Spanje en Portugal worden door een ruime meerderheid als democratische landen beschouwd met respectievelijk 77,4 en 77,1 procent. Hongarije en Rusland scoren met 40,4 en 3,5 procent aanzienlijk lager dan landen als Spanje en Portugal. Het enige verschil tussen Hongarije en Rusland is dat bij Hongarije een relatief grote groep eerstejaarsstudenten (43,1 procent) hebben aangegeven geen beeld te hebben over de democratie in Hongarije. Daarom is de vraag relatief gezien veel met 'niet mee eens / niet oneens' beantwoordt. Over de democratie in Rusland waren de respondenten duidelijk, namelijk 87 procent van alle respondenten hebben aangegeven Rusland een ondemocratisch land te vinden. De verklaring waarom Rusland als een ondemocratisch land wordt gezien door een absolute meerderheid van alle eerstejaarsstudenten, is te verklaren vanwege de negatieve berichtgeving en het beleid dat de overheid in Rusland hanteert omtrent de vrijheid van meningsuiting en de anti-homowet.

Als meest economisch vooruitstrevend wordt Rusland met 45,1 procent het meest genoemd, gevolgd door Portugal en Spanje met beide 30,9 procent en Hongarije 24,4 procent. Opvallend is dat voor Hongarije (48,1 procent), Portugal (47,7 procent) en Spanje (49,6 procent) relatief vaak is gekozen voor 'niet mee eens / niet oneens', hetgeen impliceert dat de respondent geen tot nauwelijks een beeld heeft of deze landen economisch vooruitstrevend zijn. Een mogelijke verklaring waarom de respondenten Rusland als meest

economisch vooruitstrevend vinden, is de ontwikkeling van Rusland na het communistisch tijdperk. Rusland is gaan moderniseren en investeren in haar eigen land om de wereld te laten zien dat Rusland terug is als grootmacht op het wereldtoneel, hetgeen breed werd uitgedragen tijdens – de openings- en sluitingsceremonie van – de Olympische Spelen in Sotsji 2014.

Spanje wordt door alle eerstejaarsstudenten met 75,6 procent als een moderne samenleving bestempeld, gevolgd door Portugal (72,9 procent), Hongarije (25,2 procent) en Rusland (20,6 procent). Het meest negatief zijn de eerstejaarsstudenten over de samenleving van Rusland (37,4 procent). Dit is te verklaren door het negatieve imago ofwel het stereotype beeld waarmee Rusland – en dan met name vanwege haar verleden uit de tijd van de Sovjet-Unie – nog altijd te maken heeft. Het Sovjettijdperk staat bekend in het Westen als de ‘ander’ ook wel het oriëntalisme genoemd, waarbij een beeld heerst van achteruitgang, stagnatie en een ongeciviliseerde, barbaarse en primitieve samenleving.

Daarnaast worden Rusland en Hongarije met respectievelijk 28,7 en 21,4 procent als meest primitieve landen beschouwd. Dit beeld over beide landen heeft wederom te maken met het oriëntalisme waar eerder al op in is gegaan. Spanje en Portugal worden als niet primitieve landen beschouwd, hetgeen verklaard kan worden vanuit de persoonlijke ervaringen die de respondenten hebben opgedaan (paragraaf 4.9).

Spanje en Portugal zijn volgens alle eerstejaarsstudenten vakantielanden bij uitstek met respectievelijk 98,5 en 96,2 procent. Ook Hongarije wordt door een meerderheid van de respondenten met 63,3 procent als een echt vakantieland bestempeld.

Over Rusland zijn de meningen als vakantieland meer verdeeld positief (30,1 procent), negatief (39,7 procent) en neutraal (30,2 procent). De verdeeldheid over Rusland als vakantieland kan verklaard worden vanuit de onderzoeksresultaten van dit onderzoek. Eerstejaarsstudenten waren positief gestemd over de culturele bezienswaardigheden in Rusland, hetgeen Rusland op dit vlak een vakantieland maakt. Daarnaast waren de studenten negatief gestemd over de democratie, moderne samenleving, veiligheid en werd Rusland in sommige gevallen als primitief beschouwd, hetgeen vanuit dit oogpunt Rusland geen ‘ideaal’ vakantieland maakt. Ten slotte, was er een grote groep respondenten die moeite hadden om een beeld te schetsen van Rusland, vanwege het ontbreken van persoonlijke ervaringen met dit land.

De respondenten hebben aangegeven landen als Spanje (78,2 procent) en Portugal (77,8 procent) het meest veiligste te vinden. Hongarije wordt door 43,2 procent van alle respondenten als een veilig land gezien. Rusland wordt daarentegen door 12,2 procent als een veilig land bestempeld en door 57,7 procent als een onveilig land. Dit relatief hoge percentage voor Rusland als een onveilig land hangt af van verschillende factoren. Democratie, moderne samenleving en primitiviteit zijn factoren die invloed kunnen hebben op iemands gemoedstand. Aangezien alle drie de kenmerken (democratie, moderne samenleving en primitiviteit) vrijwel als negatief werden beschouwd, is het te verklaren dat de respondenten Rusland als een onveilig land beschouwen.

4.4.6 ‘Top of mind’ stereotype beelden

In deze subparagraaf worden de stereotype beelden van eerstejaarsstudenten weergegeven naar de *top of mind* ofwel de eerste gedachten die in de respondenten opkwamen. De *top of mind* is aan de hand van een vijftal landen – te weten: Hongarije, Italië, Rusland, Spanje en Tsjechië – onderzocht. De resultaten van de *top of mind* zijn voor ieder land afzonderlijk in een woordenwolk weergegeven. De grootte van ieder woord geeft aan hoe vaak een woord door respondenten is genoemd. Hoe groter het woord dus is, hoe vaker het woord is genoemd door verschillende eerstejaars. Woorden kunnen over het algemeen tweeledig

Tsjechië

In de *top of mind* voor Tsjechië blijken er zowel positieve als negatieve stereotype beelden onder eerstejaarsstudenten te bestaan (figuur 4.17; appendix W). Tsjechië kan met woorden als Praag, bier, skiën en vakantiebestemming etcetera op positieve stereotype beelden bouwen. Woorden als arm, Oostblok, ex-Sovjet, grijs en saai zijn woorden die als negatieve stereotype beelden kunnen worden beschouwd.

Figuur 4.17: *Top of mind* eerstejaarsstudenten Tsjechië (n=205).

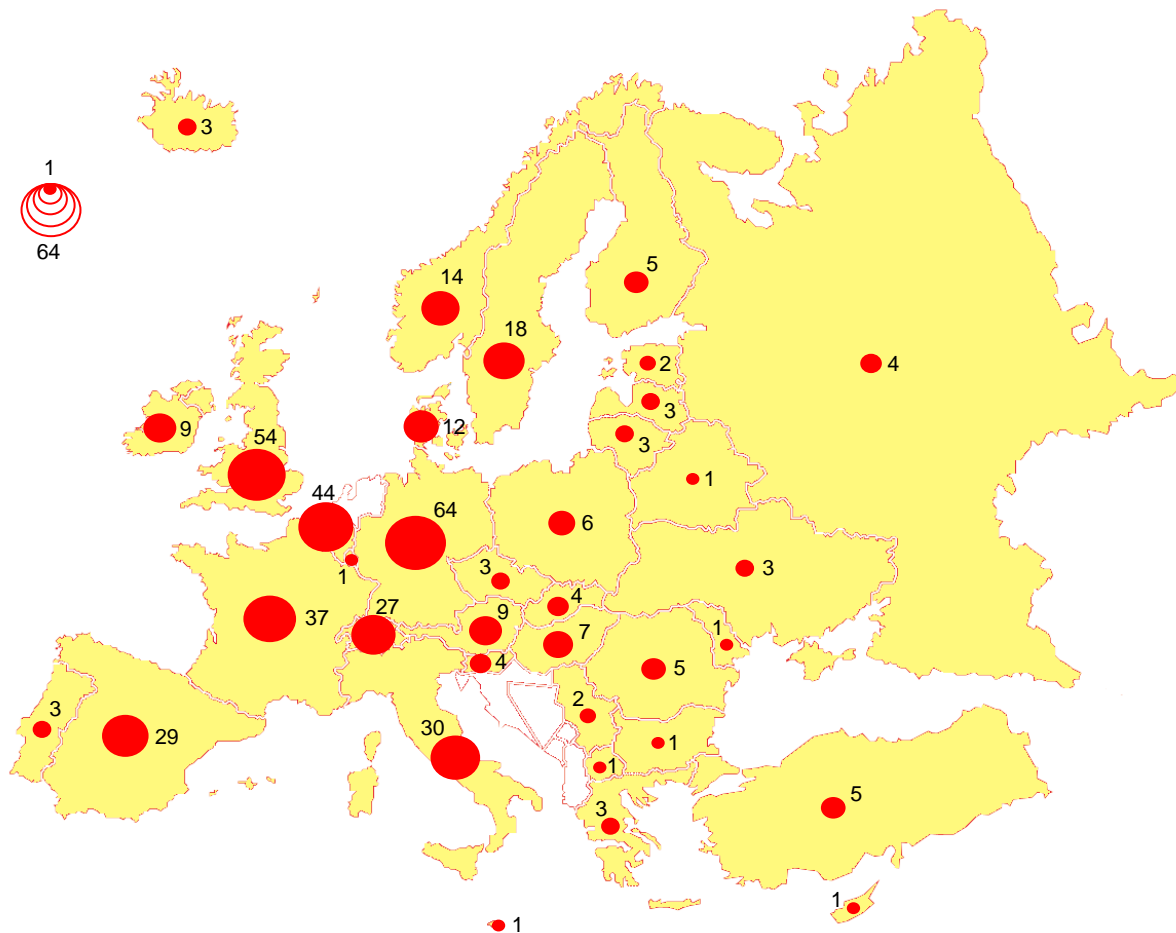


4.5 Woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen

In deze paragraaf zullen de uitkomsten van de vragenlijst op de derde deelvraag gepresenteerd worden, namelijk: *'In hoeverre speelt het hebben van woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa een rol bij de perceptie van afstanden?'*

Om de invloed van familieleden, vrienden en kennissen in Oost- en Zuid-Europa te kunnen onderzoeken is het wenselijk om allereerst inzichtelijk te maken in welke landen de respondenten daadwerkelijk familie, vrienden en/of kennissen hebben wonen. Het merendeel van de respondenten (58,4 procent) heeft aangegeven ten minste één familielid, vriend en/of kennis in Europa te hebben wonen (appendix X). De eerstejaarsstudenten gaven aan voornamelijk familie, vrienden en kennissen in de omringende landen als België, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk te hebben (figuur 4.18). Ook de populaire vakantie landen als Frankrijk, Spanje, Italië, Zwitserland, Oostenrijk en de Scandinavische landen scoren relatief hoog wat betreft het hebben wonen van bekenden in Europa. Het hebben wonen van familie, vrienden en/of kennissen in de omliggende en populaire vakantie landen kan onder andere verklaard worden door de grote groep respondenten die een bezoek hebben gebracht aan één of meerdere van deze landen (figuur 4.21). Maar ook de *roots* van één of beide ouders van de respondent of bijvoorbeeld uitwisselingsprogramma's van scholen; sporttoernooien; vakantiewerk; contacten via internet door middel van videospellen, forums, discussiegroepen, fanclubs en etcetera. kunnen hier mogelijk wijk naar ten grondslag liggen.

Figuur 4.18: Verdeling van de respondenten naar woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Europa in aantallen (n=153).



Kijkend naar het aantal woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa kan er geconcludeerd worden, dat de respondenten in Zuid-Europa relatief meer woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen hebben wonen dan in Oost-Europa (figuur 4.18). In Zuid-Europa zijn het voornamelijk de landen Italië (30) en Spanje (29) waar de respondenten ‘veel’ woonachtige hebben wonen. Voor Oost-Europa gelden beduidend andere aantallen qua woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen en zijn het voornamelijk de landen Hongarije (7), Polen (6) en Roemenië (5) waar de respondenten ‘veel’ mensen hebben wonen.

De respondenten werden bij het beantwoorden van de enquête gevraagd of zij familieleden, vrienden en/of kennissen in Europa hebben wonen. Hierbij is door de onderzoeker het onderscheid gemaakt of de studenten wel of geen woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen hebben wonen in Oost- en Zuid-Europa. De verwachting (hypothese 1a) was dat studenten met woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa afstanden beter kunnen inschatten dan studenten zonder woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa. Studenten met familie, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa blijken afstanden niet significant beter te kunnen inschatten dan studenten zonder familie, vrienden en kennissen in Oost- en Zuid-Europa ($\alpha=0,236$)¹³.

¹³ Geen statistisch significant verband tussen studenten met wel en geen contacten in Oost- en Zuid-Europa. Chi-kwadraat toets: $0,236 > 0,050$ (appendix X).

Alvorens er naar een verklaring voor hypothese 1a wordt gezocht, is het verstandig om allereerst na te gaan of er wel of geen significant verband bestaat onder de groep geografen en niet-geografen. Mogelijkerwijs verschaffen de toetsen onder deze twee groepen studenten andere inzichten. De verwachting (hypothese 1b) was dat geografiestudenten met woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa afstanden beter kunnen inschatten dan geografiestudenten zonder woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa. Geografiestudenten met familie, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa blijken afstanden niet significant beter te kunnen inschatten dan geografiestudenten zonder familie, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa ($\alpha=0,625$)¹⁴. Voor niet-geografiestudenten was de verwachting (hypothese 1c) wederom, dat studenten met woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa afstanden beter kunnen inschatten dan studenten zonder woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa. Niet-geografiestudenten met familie, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa blijken afstanden significant beter te kunnen inschatten dan niet-geografiestudenten zonder familie, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa ($\alpha=0,035$)¹⁵. Een echte eenduidige verklaring – waarom geografiestudenten afstanden niet significant beter kunnen inschatten en niet-geografiestudenten afstanden wel significant beter kunnen inschatten – kan niet worden gegeven. Mogelijkerwijs speelt de intensiteit van het contact met de woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa een rol. Dit is echter niet in dit onderzoek onderzocht, waardoor er geen echte harde uitspraken gedaan kunnen worden over het wel of niet hebben van contacten in Oost- en Zuid-Europa. In ieder geval kan er wel geconcludeerd worden, dat contacten tussen personen complex en enorm van elkaar kunnen verschillen. Sommige personen onderhouden met veel mensen oppervlakkige relaties, terwijl andere personen hele intensieve relaties onderhouden. Vanwege het ontbreken van dergelijke data is het niet mogelijk om maar één zinnige uitspraak over de invloed van contacten te doen.

4.6 Beeldvorming

In deze paragraaf zullen de uitkomsten van de vragenlijst op de vierde deelvraag gepresenteerd worden, namelijk: *'In hoeverre speelt beeldvorming een rol bij de perceptie van afstanden?'*

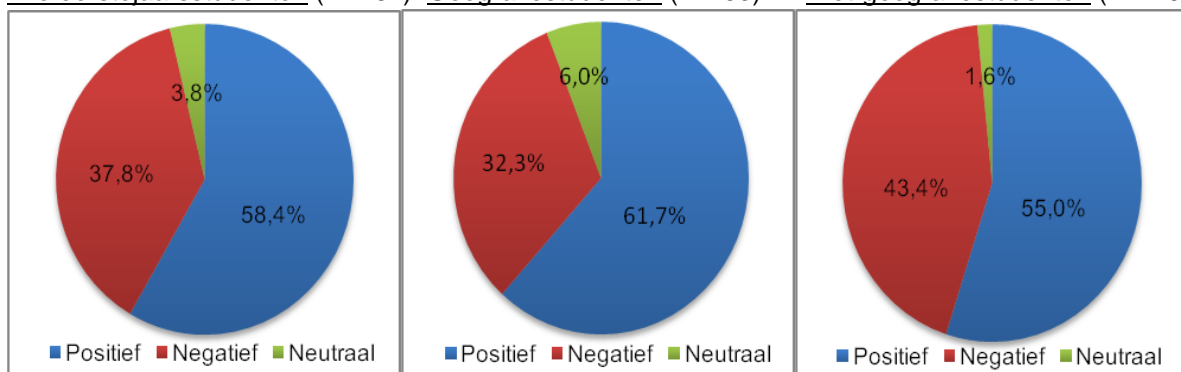
Om de invloed van beeldvorming te kunnen onderzoeken is er bewust voor gekozen om alleen de onderzoeksgegevens voor de kenmerken van Hongarije en Rusland te gebruiken (appendix D). Ten eerste staat alleen de positieve houding ten opzichte van Oost-Europa in deze hypothese centraal. Ten tweede zijn alleen de persoonlijke meningen van de respondenten belangrijk om hun positieve dan wel negatieve beeld over Oost-Europa te achterhalen. De vragen over het Europees gemiddelde van het BBP, de corruptiescore en schoolopleidingsniveau zijn bewust achterwege gelaten, omdat de vragen gebaseerd zijn op het Europese gemiddelde. Zodoende hebben de uitkomsten op deze drie vragen mogelijkerwijs 'kleur' gekregen, hetgeen ongewenst is om tot een objectief beeld van alle eerstejaarsstudenten over de houding ten opzichte van Oost-Europa te komen.

¹⁴ Geen statistisch significant verband tussen geografiestudenten met wel en geen contacten in Oost- en Zuid-Europa. Chi-kwadraat toets: $0,625 > 0,050$ (appendix X).

¹⁵ Statistisch significant verband tussen niet-geografiestudenten met wel en geen contacten in Oost- en Zuid-Europa. Chi-kwadraat toets: $0,035 < 0,050$. Zwak verband Cramer's V: $0,186$ (appendix X).

Uit de resultaten van de enquêtes is gebleken, dat een meerderheid van de respondenten (58,4 procent) een positieve houding heeft ten opzichte van Oost-Europa (figuur 4.19; appendix Y). Kijkend naar de onderlinge verschillen dan blijken geografiestudenten vaker dan niet-geografiestudenten positief gestemd te zijn over Oost-Europa. Andersom blijken niet-geografiestudenten ook een negatiever beeld te hebben over Oost-Europa dan geografiestudenten. Daarnaast blijkt dat onder de geografen (4,2 procent) zich meer studenten bevinden met een neutrale houding ten opzichte van Oost-Europa dan onder de niet-geografen (figuur 4.19; appendix Y). De minder positieve houding van niet-geografen ten opzichte van Oost-Europa dan de geografen kan mogelijk verklaard worden door het verschil in inzichten en kennis in de Oost-Europese landen. Geografiestudenten hebben vanuit hun persoonlijke interesses dan wel door de studie Sociale Geografie en Planologie een positievere kijk op Oost-Europa dan niet-geografen.

Figuur 4.19: Verdeling van de respondenten naar houding ten opzichte van Oost-Europa.
 Alle eerstejaarsstudenten (N=262) Geografiestudenten (n=133) Niet-geografiestudenten (n=129)



De respondenten werden bij het beantwoorden van de vragenlijst gevraagd om hun mening over een zevental kenmerken te geven. Bij ieder kenmerk had de respondent de mogelijkheid om zijn of haar mening te geven aan de hand van een 5-puntslikertschaal van zeer positief tot zeer negatief, hetgeen eerder in paragraaf 3.5 van het vorige hoofdstuk is beschreven.

De verwachting (hypothese 2a) was dat studenten met een positieve houding ten opzichte van Oost-Europa afstanden beter kunnen inschatten dan studenten met een negatieve houding ten opzichte van Oost-Europa. Studenten met een positieve houding blijken afstanden significant beter te kunnen inschatten dan studenten met een negatieve houding ($\alpha=0,001$)¹⁶. Een verklaring hiervoor is dat studenten met een positieve houding ten opzichte van Oost-Europa de landen of specifiek gezegd de steden dichterbij huis plaatsen dan wanneer personen een negatieve associatie hebben met een land of stad. Negatieve zaken worden vaak buiten de deur gehouden en verder weg ingeschat, terwijl andersom geldt dat positieve zaken juist weer dichterbij huis worden geplaatst. Positieve en negatieve beeldvorming heeft dus ook haar weerslag op het al dan niet correct inschatten van afstanden.

Om na te gaan of de uitkomst op hypothese 2a ook van toepassing is op de groep geografen en niet-geografen, was de verwachting ook voor beide groepen onderzocht. De verwachting (hypothese 2b) was dat geografiestudenten met een positieve houding ten

¹⁶ Statistisch significant verband tussen studenten met een positieve houding ten opzichte van Oost-Europa en studenten met een negatieve houding ten opzichte van Oost-Europa. Chi-kwadraat toets: $0,001 < 0,050$. Zwak verband Cramer's V: 0,206 (appendix Y).

opzichte van Oost-Europa afstanden beter kunnen inschatten dan geografiestudenten met een negatieve houding ten opzichte van Oost-Europa. Geografiestudenten met een positieve houding blijken afstanden significant beter in te schatten dan geografiestudenten met een negatieve houding ($\alpha=0,030$)¹⁷. Voor niet-geografiestudenten was de verwachting (hypothese 2c) eveneens, dat studenten met een positieve houding ten opzichte van Oost-Europa afstanden beter kunnen inschatten dan niet-geografiestudenten met een negatieve houding ten opzichte van Oost-Europa. Niet-geografiestudenten met een positieve houding blijken afstanden significant beter te kunnen inschatten dan niet-geografiestudenten met een negatieve houding ($\alpha=0,036$)¹⁸. Voor hypothesen 2b en c geldt dezelfde verklaring als bij hypothese 2a, zoals deze eerder in deze paragraaf is beschreven.

Volgend uit de hypothese van 2a, b en c, is het interessant om ook na te gaan of studenten die een positieve houding hebben ten opzichte van Oost-Europa, de Oost-Europese steden ook beter kunnen inschatten dan studenten met een negatieve houding ten opzichte van Oost-Europa. Er is in dit onderzoek dus specifiek gekeken of er een verband bestaat tussen de positieve houding ten opzichte van Oost-Europa en de ruimtelijke perceptie van afstanden tot Oost-Europese steden. Uit statistische toetsing blijkt er geen significant verband te bestaan tussen de positieve houding van de respondenten ten opzichte van Oost-Europa en de afstandsperceptie tot Oost-Europese steden ($\alpha=0,079$)¹⁹. Dit verband is tevens ook voor geografie- en niet-geografiestudenten onderzocht en uit statistische toetsing blijken ook voor beide groepen studenten geen significante verbanden te bestaan tussen de positieve houding ten opzichte van Oost-Europa en de afstandsperceptie tot Oost-Europese steden ($\alpha=0,655$)²⁰ en ($\alpha=0,060$)²¹.

Daarnaast is er ook nagegaan of studenten die een positieve houding hebben ten opzichte van Zuid-Europa, de Zuid-Europese steden ook beter kunnen inschatten dan studenten met een negatieve houding ten opzichte van Zuid-Europa. Er is in dit onderzoek – wederom – gekeken of er specifiek een verband bestaat tussen de positieve houding ten opzichte van Zuid-Europa en de ruimtelijke perceptie van afstanden tot Zuid-Europese steden. Uit statistische toetsing blijkt er geen significant verband te bestaan tussen de positieve houding ten opzichte van Zuid-Europa en de afstandsperceptie tot Zuid-Europese steden ($\alpha=0,083$)²². Dit verband is tevens ook voor geografie- en niet-geografiestudenten

¹⁷ Statistisch significant verband tussen geografiestudenten met een positieve houding ten opzichte van Oost-Europa en geografiestudenten met een negatieve houding ten opzichte van Oost-Europa. Chi-kwadraat toets: $0,030 < 0,050$. Zwak verband Cramer's V: 0,194 (appendix Y).

¹⁸ Statistisch significant verband tussen niet-geografiestudenten met een positieve houding ten opzichte van Oost-Europa en niet-geografiestudenten met een negatieve houding ten opzichte van Oost-Europa. Chi-kwadraat toets: $0,036 < 0,050$. Zwak verband Cramer's V: 0,186 (appendix Y).

¹⁹ Geen statistisch significant verband tussen de positieve houding van studenten ten opzichte van Oost-Europa en de ruimtelijke perceptie van afstanden tot Oost-Europese steden. Chi-kwadraat toets: $0,079 > 0,050$ (appendix Y).

²⁰ Geen statistisch significant verband tussen de positieve houding van geografiestudenten ten opzichte van Oost-Europa en de ruimtelijke perceptie van afstanden tot Oost-Europese steden. Chi-kwadraat toets: $0,655 > 0,050$ (appendix Y).

²¹ Geen statistisch significant verband tussen de positieve houding van niet-geografiestudenten ten opzichte van Oost-Europa en de ruimtelijke perceptie van afstanden tot Oost-Europese steden. Chi-kwadraat toets: $0,079 > 0,050$ (appendix Y).

²² Geen statistisch significant verband tussen de positieve houding van studenten ten opzichte van Zuid-Europa en de ruimtelijke perceptie van afstanden tot Zuid-Europese steden. Fisher's Exact Test: $0,083 > 0,050$ (appendix Y).

onderzocht en uit statistische toetsing blijken voor beide groepen studenten geen significante verbanden te bestaan tussen de positieve houding ten opzichte van Zuid-Europa en de afstandsperspectie tot Zuid-Europese steden ($\alpha=0,263$)²³ en ($\alpha=0,318$)²⁴. Een echte eenduidige verklaring – waarom een positieve houding ten opzichte van Oost- en Zuid-Europa niet significant tot een betere perceptie van afstanden tot Oost- en Zuid-Europese landen leidt – kan niet worden gegeven. Mogelijkerwijs kan hieruit geconcludeerd worden dat kennis een belangrijkere rol zou kunnen spelen bij afstandsperspectie dan beeldvorming.

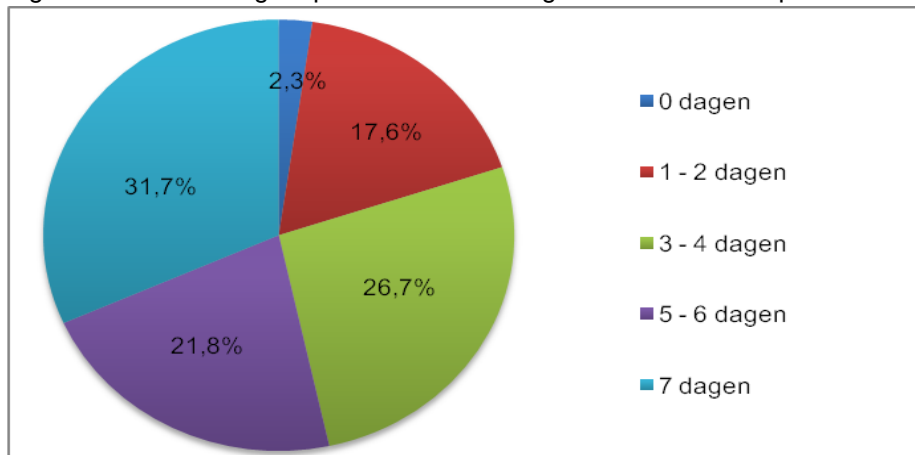
4.7 (Nieuws)media

In deze paragraaf zullen de uitkomsten van de vragenlijst op de vijfde deelvraag gepresenteerd worden, namelijk: *'In hoeverre speelt (nieuws)media een rol bij de perceptie van afstanden?'*

Om de invloed van (nieuws)media te kunnen onderzoeken is het verstandig om allereerst inzichtelijk te maken hoe vaak de respondenten het nieuws per week volgen. Uit de resultaten van de vragenlijsten is gebleken, dat een absolute meerderheid van de respondenten (97,7 procent) ten minste één dag in de week het nieuws volgt (figuur 4.20; appendix Z). Dit relatief hoge percentage bij eerstejaarsstudenten kan mede verklaard worden door de vele mogelijkheden die er tegenwoordig bestaan om het nieuws ook daadwerkelijk te kunnen volgen. Naast de krant en televisie beschikken jongeren tegenwoordig ook allemaal over een *smartphone* of *Tablet*, waarbij studenten de mogelijkheid hebben om het nieuws ook via het internet en Apps te volgen.

Binnen de groep van eerstejaarsstudenten – die het nieuws volgen – is er echter wel een verschil qua intensiteit waar te nemen. De grootste groep eerstejaarsstudenten (31,7 procent) zegt het nieuws zeven dagen in de week te volgen, terwijl 17,6 procent van de eerstejaarsstudenten heeft aangegeven het nieuws maar één à twee dagen in de week te volgen (figuur 4.20). Daarnaast blijkt een beperkte groep studenten (2,3 procent) het nieuws helemaal niet te volgen.

Figuur 4.20: Verdeling respondenten naar volgen van het nieuws per week in procenten (N=262).



²³ Geen statistisch significant verband tussen de positieve houding van geografiestudenten ten opzichte van Zuid-Europa en de ruimtelijke perceptie van afstanden tot Zuid-Europese steden. Fisher's Exact Test: $0,263 > 0,050$ (appendix Y).

²⁴ Geen statistisch significant verband tussen de positieve houding van niet-geografiestudenten ten opzichte van Zuid-Europa en de ruimtelijke perceptie van afstanden tot Zuid-Europese steden. Fisher's Exact Test: $0,318 > 0,050$ (appendix Y).

De respondenten werden bij het beantwoorden van de vragenlijst gevraagd naar hoe vaak zij het nieuws per week volgen door middel van krant, televisie en internet. Bij de meerkeuzevraag hadden de eerstejaarsstudenten de keuze om uit de volgende antwoordmogelijkheden te kiezen, namelijk: 1-2 dagen, 3-4 dagen, 5-6 dagen, 7 dagen of ik volg nooit het nieuws. De verwachting (hypothese 3a) was dat studenten die (minimaal) vijf dagen per week het nieuws volgen afstanden beter kunnen inschatten dan studenten die minder dan vijf dagen per week het nieuws volgen. Studenten die vijf dagen per week het nieuws volgen blijken afstanden significant beter te kunnen inschatten dan studenten die minder dan vijf dagen per week het nieuws volgen ($\alpha=0,008$)²⁵. Een verklaring hiervoor is dat studenten die vijf dagen per week het nieuws volgen ook meer informatie en kennis vergaren (*mediated experience*). Door het verkrijgen van meer informatie en kennis kan er ook een realistischer beeld van de werkelijkheid worden gevormd. Het volgen van het nieuws – heeft niet alleen ten doel om op de hoogte te blijven van de dagelijkse actualiteit – bevordert bovendien het denkproces en de kijk op de wereld om zodoende verbanden te kunnen zien en te leggen. Daarnaast beïnvloedt het nieuws ook het mentale beeld over bijvoorbeeld andere landen, maar is men in staat door de regelmaat van het volgen van het nieuws de realiteit onder ogen te zien en te aanschouwen, hetgeen dus ook de ruimtelijke perceptie van afstanden en de *mental map* beïnvloedt.

Om na te gaan of de uitkomst op hypothese 3a ook van toepassing is op de groep geografen en niet-geografen, is de verwachting ook voor beide groepen onderzocht. De verwachting (hypothese 3b) was dat geografiestudenten die (minimaal) vijf dagen per week het nieuws volgen afstanden beter kunnen inschatten dan geografiestudenten die minder dan vijf dagen per week het nieuws volgen. Geografiestudenten die vijf dagen per week het nieuws volgen blijken afstanden significant beter in te schatten dan geografiestudenten die minder dan vijf dagen per week het nieuws volgen ($\alpha=0,044$)²⁶. Voor niet-geografiestudenten was de verwachting (hypothese 3c) eveneens, dat studenten die (minimaal) vijf dagen per week het nieuws volgen afstanden beter kunnen inschatten dan niet-geografiestudenten die minder dan vijf dagen per week het nieuws volgen. Niet-geografiestudenten die (minimaal) vijf dagen per week het nieuws volgen blijken afstanden significant beter te kunnen inschatten dan niet-geografiestudenten die minder dan vijf dagen per week het nieuws volgen ($\alpha=0,040$)²⁷. Voor hypothesen 3b en c geldt dezelfde verklaring als bij hypothese 3a, zoals deze eerder in deze paragraaf is beschreven.

4.8 Onderwijs

In deze paragraaf zullen de uitkomsten van de vragenlijst op de zesde deelvraag gepresenteerd worden, namelijk: *'In hoeverre speelt het onderwijs een rol bij de perceptie van afstanden?'*

Om de invloed van het onderwijs te kunnen onderzoeken is het wenselijk om allereerst na te gaan hoeveel studenten het vak aardrijkskunde als profielvak op de middelbare school heeft

²⁵ Statistisch significant verband tussen studenten die 5 dagen per week het nieuws volgen en studenten die minder dan 5 dagen per week het nieuws volgen. Chi-kwadraat toets: $0,008 < 0,050$. Zwak verband Cramer's V: 0,163 (appendix Z).

²⁶ Statistisch significant verband tussen geografiestudenten die 5 dagen per week het nieuws volgen en geografiestudenten die minder dan 5 dagen per week het nieuws volgen. Chi-kwadraat toets: $0,044 < 0,050$. Zwak verband Cramer's V: 0,175 (appendix Z).

²⁷ Statistisch significant verband tussen niet-geografiestudenten die 5 dagen per week het nieuws volgen en niet-geografiestudenten die minder dan 5 dagen per week het nieuws volgen. Chi-kwadraat toets: $0,040 < 0,050$. Zwak verband Cramer's V: 0,181 (appendix Z).

gehad. Uit de onderzoeksgegevens van dit onderzoek blijkt 67,6 procent van alle eerstejaarsstudenten het vak aardrijkskunde in zijn of haar profiel te hebben gevolgd (appendix AA). Kijkend naar de onderlinge verschillen tussen beide groepen, dan blijkt dat van alle geografiestudenten 86,5 procent het vak aardrijkskunde als een profielvak heeft gehad. Onder niet-geografiestudenten blijkt dit percentage 48,1 procent te zijn.

De verwachting (hypothese 4a) was dat studenten met aardrijkskunde in het profiel afstanden beter kunnen inschatten dan studenten zonder aardrijkskunde in het profiel. Studenten met aardrijkskunde in het profiel blijken afstanden significant beter in te schatten dan studenten zonder aardrijkskunde in het profiel ($\alpha=0,000$)²⁸. Dit kan verklaard worden vanwege het feit, dat studenten met aardrijkskunde in het profiel ten minste vijf à zes jaar aardrijkskunde hebben gehad op de middelbare school, hetgeen in ieder geval meer is dan alleen aardrijkskunde in de onderbouw. Bovendien is het aantal jaar aardrijkskunde over het algemeen bepalend voor de opgedane geografische inzichten en kennis van een individu (*mediated experience*). Geografische inzichten en kennis resulteren uiteindelijk in een nauwkeurige en een meer correcte *mental map*, hetgeen bepalend is bij het inschatten van de perceptie van afstanden.

De verwachting van hypothese 4a is ook toegepast op de twee onderzoekseenheden in dit onderzoek, te weten: de geografiestudenten en de niet-geografiestudenten. De verwachting (hypothese 4b) was dat geografiestudenten met aardrijkskunde in het profiel afstanden beter kunnen inschatten dan geografiestudenten zonder aardrijkskunde in het profiel. Ook uit de groep geografen blijkt, dat geografiestudenten met aardrijkskunde in het profiel de ruimtelijke perceptie van afstanden significant beter kunnen inschatten dan geografiestudenten zonder aardrijkskunde in het profiel ($\alpha=0,044$)²⁹. Voor de groep niet-geografen was de verwachting (hypothese 4c) eveneens, dat niet-geografiestudenten met aardrijkskunde in het profiel afstanden beter kunnen inschatten dan niet-geografiestudenten zonder aardrijkskunde in het profiel. Niet-geografiestudenten met aardrijkskunde in het profiel blijken afstanden significant beter te kunnen inschatten dan niet-geografiestudenten zonder aardrijkskunde in het profiel ($\alpha=0,030$)³⁰. Zodoende kan er voor hypothesen 4b en c geconcludeerd worden, dat geografische kennis bepalend is bij het inschatten van de ruimtelijk perceptie van afstanden. Eerder in deze paragraaf werd al tevens duidelijk, dat het aantal jaar aardrijkskunde mede bepalend is voor de correctheid van een *mental map* van een eerstejaarsstudent (geografie en overige studies).

Kijkend naar de geografische kennis van geografie- en niet-geografiestudenten, dan is de verwachting (hypothese 5) dat geografiestudenten met aardrijkskunde in het profiel over meer geografische kennis beschikken dan niet-geografiestudenten met aardrijkskunde in het profiel. Geografiestudenten blijken significant over meer geografische kennis te beschikken

²⁸ Statistisch significant verband tussen studenten die aardrijkskunde in het profiel hebben en studenten die geen aardrijkskunde in het profiel hebben. Chi-kwadraat toets: $0,000 < 0,050$. Zwak verband Cramer's V: 0,252 (appendix AA).

²⁹ Statistisch significant verband tussen geografiestudenten met aardrijkskunde in het profiel en geografiestudenten zonder aardrijkskunde in het profiel. Chi-kwadraat toets: $0,044 < 0,050$. Zwak verband Cramer's V: 0,174 (appendix AA).

³⁰ Statistisch significant verband tussen niet-geografiestudenten met aardrijkskunde in het profiel en niet-geografiestudenten zonder aardrijkskunde in het profiel. Chi-kwadraat toets: $0,030 < 0,050$. Zwak verband Cramer's V: 0,190 (appendix AA).

dan niet-geografiestudenten met aardrijkskunde in het profiel ($t=2,003$; $\alpha=0,048$)³¹. Hoe al wel beide groepen studenten over dezelfde geografische kennis zouden moeten beschikken – vanwege het volgen van het vak aardrijkskunde in het profiel op de middelbare school – blijken geografiestudenten significant over meer geografische kennis te beschikken. Dit is mogelijk te verklaren vanwege enerzijds het vakdiscipline Sociale Geografie en Planologie, waarbij geografische thema's continue de revue passeren. Anderzijds mag men er vanuit gaan dat geografiestudenten een 'speciale' interesse in geografische onderwerpen hebben. Op basis van deze twee aspecten kan er geconcludeerd worden, dat geografiestudenten om die twee redenen over meer geografische kennis beschikken dan niet-geografiestudenten.

4.9 Eigen ervaringen

In deze paragraaf zullen de uitkomsten van de vragenlijst op de zevende deelvraag gepresenteerd worden, namelijk: *'In hoeverre spelen eigen ervaringen van vakanties een rol bij de perceptie van afstanden?'*

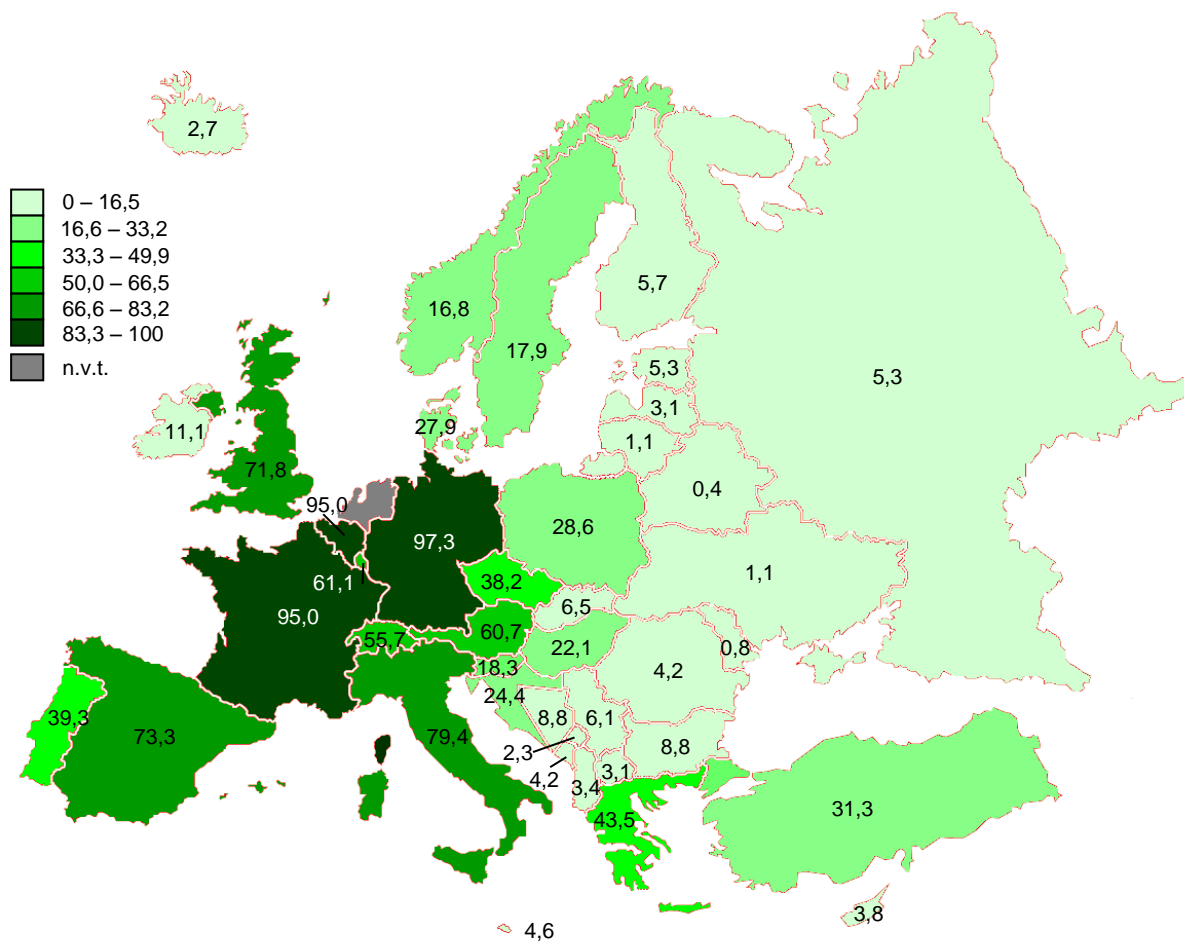
Om de invloed van eigen ervaringen te kunnen onderzoeken is het wenselijk om allereerst inzichtelijk te maken in welke landen de respondenten sinds hun 12^{de} levensjaar zijn geweest. De eerstejaarsstudenten gaven aan voornamelijk de omringende en populaire vakantiegebieden als België, Duitsland, Frankrijk, Italië, Oostenrijk, Spanje, het Verenigd Koninkrijk en Zwitserland bezocht te hebben. Het zijn de vakantiegebieden waar in de zomermaanden een warm en gunstig klimaat heerst en in de wintermaanden aan wintersport gedaan kan worden. De Scandinavische en Noord-Europese landen als Ierland en IJsland zijn minder vaak door alle respondenten bezocht, hetgeen voornamelijk is toe te schrijven aan de minder gunstige weersomstandigheden, relatief dure vakantiegebieden, minder eenvoudig te bereiken en veelal te ver weg gelegen om met eigen vervoer te bereiken.

De Oost-Europese landen – met uitzondering van Hongarije, Kroatië, Polen, Slovenië en Tsjechië – zijn door niet meer dan 9 procent van alle respondenten bezocht. Dit lage percentage zou voornamelijk toe te schrijven kunnen zijn aan de relatieve verre afstand met eigen vervoer en het negatieve imago waarmee de meeste voormalige communistische landen nog altijd te maken hebben. Hoewel de meeste voormalige communistische landen te maken hebben met een negatief imago worden de Oost-Europese landen wel steeds vaker (opnieuw) ontdekt door de vakantiegangers, hetgeen voornamelijk is waar te nemen in landen als Tsjechië, Polen, Kroatië, Hongarije en Slovenië.

Kijkend naar het aantal bezochte landen in Oost- en Zuid-Europa dan kan er geconcludeerd worden, dat de respondenten vaker in Zuid-Europa dan in Oost-Europa zijn geweest (figuur 4.21). In Zuid-Europa zijn het voornamelijk de landen Italië (79,4 procent), Spanje (73,3 procent) en Griekenland (43,5 procent) waar de meeste respondenten zijn geweest. Voor Oost-Europa gelden beduidend andere percentages qua aantal bezochte landen en zijn het voornamelijk de landen Tsjechië (38,2 procent), Polen (28,6 procent), Kroatië (24,4 procent), Hongarije (22,1 procent) en Slovenië (18,3 procent) waar de meeste respondenten zijn geweest.

³¹ Statistisch significant verband tussen geografie- en niet-geografiestudenten en hun geografische kennis. Z-toets voor twee onafhankelijke steekproeven: $0,048 < 0,050$. H_0 wordt verworpen; Equal variances not assumed (appendix AB).

Figuur 4.21: Verdeling van de respondenten naar bezochte landen in Europa sinds 12^{de} levensjaar in procenten (N=262).



De respondenten werden bij het beantwoorden van de vragenlijst gevraagd naar vanaf hun 12^{de} levensjaar bezochte Europese landen. Hierbij is er door de onderzoeker onderscheid aangebracht en bekeken of de studenten daadwerkelijk een bezoek hebben gebracht aan één of meerdere landen gelegen in Oost- en Zuid-Europa. Uit de onderzoeksresultaten van dit onderzoek is gebleken dat 96,2 procent van alle studenten een bezoek heeft gebracht aan Zuid-Europa. Voor Oost-Europa geldt dat 67,9 procent van alle studenten een bezoek heeft gebracht aan Oost-Europa (appendix AC). De verwachting (hypothese 6a) was dat studenten die in Oost-Europa zijn geweest afstanden beter kunnen inschatten dan studenten die niet in Oost-Europa zijn geweest. Studenten blijken afstanden inderdaad significant beter in te kunnen schatten dan studenten die niet in Oost-Europa zijn geweest ($\alpha=0,002$)³². De verklaring kan gezocht worden in het feit, dat studenten die zowel in Oost- als in Zuid-Europa zijn geweest voor beide regio's ervaringen hebben opgedaan. Eigen ervaringen (*direct experience*) maken het mogelijk om steden naar reële afstanden beter in te schatten.

Tevens wordt er ook naar de onderlinge verhoudingen van geografie- en niet-geografiestudenten gekeken. De verwachting voor geografie- (hypothese 6b) en niet-geografiestudenten (hypothese 6c) luidt hetzelfde als de eerdere vastgestelde hypothese 6a. Alleen is hypothese 6a aangepast voor de specifieke doelgroepen, namelijk voor geografie- en niet-geografiestudenten. Geografiestudenten die in Oost-Europa zijn geweest blijken

³² Statistisch significant verband tussen studenten die wel en niet in Oost-Europa zijn geweest. Chi-kwadraat toets: $0,002 < 0,050$. Zwak verband Cramer's V: 0,195 (appendix AC).

afstanden significant beter in te kunnen schatten dan geografiestudenten die niet in Oost-Europa zijn geweest ($\alpha=0,003$)³³ (hypothese 6b). Niet-geografiestudenten die in Oost-Europa zijn geweest blijken afstanden ook significant beter in te kunnen schatten dan niet-geografiestudenten die niet in Oost-Europa zijn geweest ($\alpha=0,047$)³⁴ (hypothese 6c). De verklaring voor hypothesen 6a, b en c kan gezocht worden in de persoonlijke ervaringen van de respondenten zelf. Persoonlijke ervaringen (*direct experience*) kunnen leiden tot een beter inlevings- en inschattingsvermogen om afstanden in perspectief te plaatsen. De tijd die een individu kwijt is om zichzelf van punt A naar punt B te verplaatsen geeft een beleving weer. De persoonlijke ervaring kan in perspectief worden gezet en vergeleken worden met eerdere persoonlijke ervaringen naar bijvoorbeeld andere bestemmingen. Het ontbreken van eigen ervaringen maakt het voor individuen moeilijk om een reële voorstelling van de werkelijkheid te maken. Hieruit kan dus geconcludeerd worden dat eigen ervaringen wel degelijk een rol spelen in de perceptie van afstanden.

Om na te gaan of er mogelijk anderszins verschillen bestaan tussen geografie- en niet-geografiestudenten qua eigen ervaringen, is de respondenten gevraagd naar hoe vaak zij in 2013 naar het buitenland zijn geweest. De verwachting is dat geografiestudenten vaker naar het buitenland gaan vanwege hun vakdiscipline en speciale interesses in geografische thema's. De veronderstelling (hypothese 7) was dan ook dat geografiestudenten vaker naar het buitenland gaan dan niet-geografiestudenten. Geografiestudenten blijken in 2013 significant vaker in het buitenland te zijn geweest dan niet-geografiestudenten ($t=2,012$; $\alpha=0,045$)³⁵. Een mogelijke verklaring kan inderdaad de speciale interesses van geografiestudenten in geografische thema's zijn, hetgeen verklaart waarom geografiestudenten vaker naar het buitenland gaan dan niet-geografiestudenten. Echter kan dit niet met honderd procent gezegd worden en kunnen er ook andere factoren of toevalligheden hieraan ten grondslag liggen. Het gegeven dat geografiestudenten vaker naar het buitenland reizen zou kunnen verklaren waarom geografiestudenten – zoals blijkt uit de onderzoeksgegevens uit paragraaf 4.3.2 – ook vaker een correcter *mental map* hebben dan niet-geografiestudenten.

³³ Statistisch significant verband tussen geografiestudenten die wel en niet in Oost-Europa zijn geweest. Chi-kwadraat toets: $0,003 < 0,050$. Zwak verband Cramer's V: 0,256 (appendix AC).

³⁴ Statistisch significant verband tussen niet-geografiestudenten die wel en niet in Oost-Europa zijn geweest. Chi-kwadraat toets: $0,047 < 0,050$. Zwak verband Cramer's V: 0,175 (appendix AC).

³⁵ Statistisch significant verband tussen geografie- en niet-geografiestudenten in het aantal vakanties. T-toets voor twee onafhankelijke steekproeven: $0,045 < 0,050$ (appendix AD).

5. Conclusie en discussie

In dit onderzoek is bij eerstejaarsstudenten van de Universiteit Utrecht de perceptie van afstanden met betrekking tot een selectie van steden in Europa onderzocht. Daarmee is een onderdeel van hun *mental map* van Europa in kaart gebracht, waarbij is getracht te achterhalen welke factoren van invloed zijn op deze *mental map*. Er is met name gekeken in hoeverre geografiestudenten zich onderscheiden ten opzichte van andere Utrechtse eerstejaars. De centrale vraag luidde:

Wat is de perceptie van afstanden in Europa van Utrechtse eerstejaarsstudenten SGPL en andere studies, en in hoeverre kan deze verklaard worden vanuit hun kennis en beelden van en contacten met Oost- en Zuid-Europa?

Om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden, zijn een zevental onderzoeksvragen opgesteld. De onderzoeksvragen moesten gezamenlijk tot een antwoord op de centrale vraag leiden. De steekproef van dit onderzoek is representatief voor alle Utrechtse eerstejaarsstudenten op basis van de persoonlijke kenmerken geslacht en leeftijd en voor de hoofdstromen van de studies (alfa-, bèta- of gammastudies).

5.1 Beantwoording van de onderzoeksvragen en centrale hoofdvraag

Dit onderzoek is terug te voeren naar de jaren 70, toen eerstejaarsstudenten van de studie Sociale Geografie en Planologie een formulier kregen voorgelegd met twaalf Europese steden verspreid over Europa. De studenten moesten de twaalf steden rangschikken naar afstanden over de weg gemeten tot Amsterdam. Hierbij gold nummer één als dichtst bij Amsterdam gelegen, nummer twee als één na dichtste bij, enzovoort. De uitkomsten van toen toonden duidelijke patronen aan en bleken na herhaaldelijk uitvoeren van deze opdrachten – in de jaren erna tot op heden – een opmerkelijk constant patroon te hebben. De afstanden over de weg tot Zuid-Europese steden (Barcelona, Rome, Lissabon, Athene en Istanbul) werden in de beleving van de studenten te dichtbij ingeschat, terwijl Oost-Europese steden (Praag, Boedapest, Kiev en Moskou) in de beleving van de studenten te ver weg werden ingeschat. Een echte wetenschappelijke verklaring – over de uitkomsten van toen en later over het constante patroon – kon er nooit worden gegeven. Wel werd er veelvuldig over het constante patroon gespeculeerd door onder andere docenten en de studenten. Het was aannemelijk dat de grotere mentale afstand tot de Oost-Europese steden achter het IJzeren Gordijn een rol speelde, plus het feit dat deze steden minder vaak bezocht werden. De persoonskenmerken van de respondenten zijn echter nooit onderzocht. Het vaste patroon van het onder- en overschatten van Oost- en Zuid-Europese steden bleek opvallend genoeg – ook na het verdwijnen van de Berlijnse Muur en het IJzeren Gordijn, het uiteenvallen van de Sovjet-Unie en het voormalig Joegoslavië, en het toetreden van elf voormalige Oostbloklanden tot de Europese Unie sinds 2004 – te blijven bestaan.

De directe aanleiding voor dit onderzoek waren de resultaten uit een opdracht van 2013, die een nagenoeg onveranderd patroon lieten zien sinds de eerste meting uit 1977. Ook in dit onderzoek zijn eerstejaarsstudenten onderworpen aan een vragenlijst. Zij zijn gevraagd om dezelfde twaalf Europese steden (Athene, Berlijn, Barcelona, Boedapest, Istanbul, Kiev, Lissabon, Moskou, Parijs, Praag, Rome en Wenen) te rangschikken naar afstanden over de weg gemeten tot Amsterdam. Uit de resultaten van dit onderzoek bleken Oost-Europese steden door een meerderheid van de eerstejaarsstudenten te ver worden ingeschat, terwijl

de Noordwest- en Zuid-Europese steden te dichtbij werden ingeschat. De afstanden tot Oost- en Zuid-Europese steden werden wederom – eveneens als in eerdere onderzoeken – onder- en overschat. De ruimtelijke perceptie van afstanden ofwel de *mental map* van eerste jaar geografiestudenten blijkt door de jaren heen iets verbeterd te zijn. Geografiestudenten wisten in dit onderzoek de steden Boedapest, Istanbul, Kiev, Lissabon, Praag en Wenen beduidend vaker correct in te schatten dan geografiestudenten in voorgaande onderzoeken. Vooral de steden Praag en Istanbul zijn procentueel beschouwd vaker correct gerangschikt, terwijl Parijs en Berlijn sinds de eerste meting in 1977 een dalende trend laten zien en minder vaak correct worden gerangschikt.

Onder alle studenten, blijken niet-geografiestudenten de Oost-Europese steden structureel verder weg in te schatten en de Noordwest- en Zuid-Europese steden te dichtbij in te schatten, dit in vergelijking met geografiestudenten. Geografiestudenten blijken tevens vaker over een betere perceptie van afstanden te beschikken dan niet-geografiestudenten, hetgeen in dit onderzoek inzichtelijk is gemaakt door middel van rapportcijfers. Niet-geografiestudenten blijken namelijk vaker een onvoldoende te scoren voor hun *mental map* dan geografiestudenten. Andersom geldt dat geografiestudenten dus vaker een voldoende scoren voor hun *mental map* dan niet-geografiestudenten.

Aan het onder- en overschatten van Oost- en Zuid-Europese steden en de verschillen in de ruimtelijke perceptie van afstanden van de *mental map* van eerstejaarsstudenten liggen verschillen factoren ten grondslag. Op basis van de literatuur werd verwacht dat de volgende factoren van invloed zouden kunnen zijn op de perceptie van afstanden, te weten: woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen in Oost- en Zuid-Europa; beeldvorming; (nieuws)media; onderwijs; en eigen ervaringen.

In het theoretisch hoofdstuk werd eerder al over de 'kracht' en invloed van stereotype beelden gesproken. Stereotype beelden zijn volgens Kotler et al. (1993), Scarles (2004) en Levintova (2010) beelden die moeilijk te veranderen zijn, wanneer deze zich eenmaal in het mentale denkbeeld van individuen bevinden. In dit onderzoek blijkt aan de hand van drie verschillende methoden, dat er onder eerstejaarsstudenten nog altijd stereotype beelden ten opzichte van Oost- en Zuid-Europa bestaan. In de eerste methode worden de uitkomsten op de gestelde vragen gerelateerd aan bestaande cijfers – die afkomstig zijn van onder andere Eurostat (2010 & 2013), OECD (2014) en Transparency International (2013) – waardoor onderzocht kan worden of het beeld van de student afwijkt van de werkelijkheid. In de tweede methode is er specifiek naar de mening van de respondenten gevraagd en mochten de respondenten aan de hand van een 5-puntslikertschaal (geheel mee eens tot en met geheel oneens) hun mening geven over een aantal kenmerken die betrekking hebben op een viertal landen. In de derde methode is er specifiek naar de *top of mind* van de respondenten gevraagd en mochten de respondenten voor een vijftal landen drie verschillende woorden noemen die als eerste in de gedachten van de respondenten opkwamen.

In de eerste methode werden onder andere vragen gesteld over het corruptiecijfer en het onderwijsniveau in Griekenland, Hongarije, Italië, Portugal, Rusland, Spanje en Tsjechië. Eerstejaarsstudenten waren het meest positief gestemd over de landen Portugal en Tsjechië, terwijl beide landen in de praktijk veel lager op het corruptiebarometer van Transparency International staan. Italië werd door de eerstejaarsstudenten als meest corrupte land beschouwd, terwijl Italië nauwelijks van het Europees gemiddelde afwijkt. Het algemene beeld van eerstejaarsstudenten over het onderwijsniveau in de verschillende landen kan als incorrect worden beschouwd. Voor de Oost-Europese landen geldt dat het

onderwijsniveau zwaar wordt onderschat, terwijl het onderwijsniveau in de Zuid-Europese landen juist zwaar wordt overschat.

In de tweede methode werd er naar de persoonlijke mening van de respondenten gevraagd over een zevental kenmerken, namelijk: cultureel bezienswaardig, democratie, economische vooruitstrevend, moderne samenleving, primitief, vakantieland en veiligheid. Portugal en Spanje worden voornamelijk beschouwd als cultureel bezienswaardig, democratisch, moderne samenleving, niet primitief, veilig en vooral als vakantieland. Deze kenmerken komen overeen met de stereotype beelden uit de theorie. Hongarije wordt door de studenten vooral als cultureel bezienswaardig, niet primitief en vakantieland beschouwd. Rusland wordt als een cultureel bezienswaardig land beschouwd, maar wordt daarnaast voornamelijk gekenmerkt door negatieve stereotype beelden als ondemocratisch en onveilig land, hetgeen met de literatuur overeenkomt met het proces van 'othering'. Het stereotype beeld over Zuid-Europa blijkt over het algemeen rooskleuriger te zijn dan het stereotype beeld over Oost-Europa, waar het beeld evenals uit de literatuur vaak als negatiever wordt bestempeld. In de wetenschappelijke literatuur staat Oost-Europa bekend als de nabije Oriënt ofwel als de 'Occident', dat te boek staat als een 'ongeciviliseerd', 'barbaars', 'primitief', 'achteruitgang', 'achterlijke', 'mystieke', 'statische', 'stagneerde' en 'vrouwelijke' samenleving (Light & Young, 2009, pp. 283-284; Downey, 2010, p. 2102).

In de derde methode blijkt dat de Oost-Europese landen nog altijd te kampen hebben met negatieve stereotype beelden, terwijl Zuid-Europa beschikt over positieve stereotype beelden.

In het vervolg van deze paragraaf zullen de verschillende factoren – woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen; beeldvorming; (nieuws)media; onderwijs; en eigen ervaringen – behandeld worden. De factoren liggen ten grondslag aan de ruimtelijke perceptie van afstanden ofwel de *mental map* en tonen ieder een significant verband aan.

Het hebben van woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen leidt tot een betere perceptie van afstanden. Helaas is de precieze aard van deze contacten in dit onderzoek niet bevraagd, waardoor er voorzichtig moet worden omgegaan met het trekken van conclusies. De verwachting is echter – zoals omschreven is in het theoretisch hoofdstuk – dat de aard en de intensiteit van het contact de ruimtelijke perceptie van afstanden beïnvloeden. Sociale contacten beïnvloeden het gedrag, de ideeën en visies van personen, hetgeen de beeldvorming beïnvloedt (Ladd, 1999; Steinberg, 2001; Naber, 2004, p. 8). Dit zou nader onderzocht moeten worden in verder onderzoek.

Een andere factor die van invloed is op de ruimtelijke perceptie van afstanden is beeldvorming. Beeldvorming is volgens Kotler et al. (1993) een totaal van meningen, associaties, ideeën en impressies die personen hebben. Beeldvorming kan tevens van persoon tot persoon verschillen. In dit onderzoek is gebleken, dat steden en landen waar een positieve beeldvorming over bestaat, ook dichterbij huis worden geschat dan wanneer personen een negatieve associatie met een stad of land hebben. Negatieve zaken worden namelijk vaak buiten de deur gehouden en verder weg geplaatst (Avraham, 2004; Freeman, 2010, p. 2106). Positieve en negatieve beeldvorming heeft dus ook haar weerslag op het al dan niet correct inschatten van afstanden.

(Nieuws)media wordt in de wetenschappelijke literatuur omschreven als een invloedrijk medium en spelen tevens een cruciale rol in het creëren van beelden. De verwachting dat naar mate iemand meer het nieuws volgt ook de ruimtelijke perceptie toeneemt, blijkt uit de onderzoeksresultaten dat het volgen van het nieuws wel degelijk de *mental map* beïnvloedt. Het verkrijgen van informatie en kennis door middel van (nieuws)media (*mediated experience*) leidt tot een meer realistisch beeld van de werkelijkheid, hetgeen bovendien het

denkproces en de kijk op de wereld om zodoende verbanden te kunnen zien – en te leggen – beïnvloedt.

Aardrijkskundeonderwijs moet volgens de Commissie Aardrijkskunde Tweede Fase (2003) bijdragen aan de ontwikkeling van geografische vorming en heeft tevens de taak om jongeren meer te laten oriënteren op de wereld waarin zij opgroeien. Er wordt echter binnen het aardrijkskundeonderwijs volgens Palings (2012) te veel gebruik gemaakt van exemplarische voorbeelden die voor een groter geheel moeten dienen. Ook worden leerboeken gekenmerkt door grove generalisaties en simplificaties van de werkelijkheid, aldus Palings (2012). De verwachting voorafgaand aan dit onderzoek was, dat naarmate studenten aardrijkskunde in het profiel hebben gehad ook over een betere perceptie van afstanden beschikken dan studenten die alleen aardrijkskunde in de onderbouw van de middelbare school hebben gehad. Uit de resultaten blijkt het aantal jaar aardrijkskunde weldegelijk van invloed te zijn op de ruimtelijke perceptie van afstanden, vanwege de opgedane geografische kennis (*mediated experience*). Daarnaast blijken geografiestudenten ook over meer geografische kennis te beschikken dan niet-geografiestudenten. Geografische kennis hangt samen met de persoonlijke interesses van een persoon en het onderwijs. Dit verklaart tevens waarom geografiestudenten over een betere perceptie van afstanden beschikken dan niet-geografiestudenten.

Ook blijken eigen ervaringen (*direct experiences*) van invloed te zijn op de ruimtelijke perceptie van afstanden. Eigen ervaringen leiden tot een beter inleving- en inschattingsvermogen om afstanden in perspectief te plaatsen. Een andere conclusie die getrokken kan worden tussen geografie- en niet-geografiestudenten zijn de eigen ervaringen naar aantal bezoeken aan het buitenland in 2013. Hieruit blijken geografiestudenten vaker naar het buitenland te zijn geweest dan niet-geografiestudenten. Tevens blijken geografiestudenten anders dan niet-geografiestudenten afstanden ook vaker correct in perspectief te plaatsen.

De onderzoeksvragen geven hiermee antwoord op de centrale hoofdvraag. Het onderzoek heeft in ieder geval de huidige *mental map* en stereotype beelden over Oost- en Zuid-Europa onder eerstejaarsstudenten van de studie Sociale Geografie en Planologie en overige studies weergegeven. Daarnaast hebben de onderzoeksvragen in dit onderzoek aangetoond dat woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen; beeldvorming; (nieuws)media; onderwijs; en eigen ervaringen een significant verband vertonen met de ruimtelijke perceptie van afstanden ofwel de *mental map* van een individu. Dit onderzoek heeft in ieder geval het literaire gat verkleind en aangetoond vernieuwend te zijn geweest voor de wetenschappelijke literatuur. Dergelijk onderzoek naar de perceptie van afstanden in Europa is niet eerder verricht, hetgeen dit onderzoek – onder andere door het onderzoeken van de vragen ‘Bepalen woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen; beeldvorming; (nieuws)media; onderwijs; en eigen persoonlijke ervaringen de perceptie van afstanden van eerstejaarsstudenten?’ – wetenschappelijk uniek heeft gemaakt. Om het literaire gat volledig te kunnen dichten, is er in de toekomst echter wel verder wetenschappelijk onderzoek nodig. De mogelijke invloed van kaartprojecties en de invloed van contacten in Europa kunnen beter onderzocht worden, hetgeen in paragraaf 5.2 nader zal worden toegelicht.

Om het onderzoek ook in breder perspectief te plaatsen en het maatschappelijk verantwoord te maken, is er onder andere voor gekozen om niet alleen onder Sociale Geografie en Planologie studenten te onderzoeken. Er is doelbewust gekozen om ook andere alfa-, bèta- en gammastudies in dit onderzoek te betrekken om zodoende reis- en marketingbureaus en docenten op de middelbare scholen meer van dienst te kunnen zijn.

Het onderzoek is ook maatschappelijk relevant geweest. De resultaten van dit onderzoek geven het bedrijfsleven en docenten inzicht en kennis over het beeld van hoogopgeleide Nederlandse studenten. Het beeld over Oost-Europa en de ruimtelijke perceptie ten aanzien van Oost- en Zuid-Europese steden geven aan op welke manier hoogopgeleide Nederlandse studenten naar andere steden en landen kijken.

Het bedrijfsleven, zoals de reisbranche, kan hun producten nog beter aan de consument aanbieden en marketingbureaus kunnen hun beleid en marketingstrategieën nog beter afstemmen op hun doelgroepen. Door de positieve stereotype beelden uit dit onderzoek te benadrukken in marketingcampagnes kunnen jongeren vertrouwd en bewust worden gemaakt van de mogelijkheden van Oost-Europese steden en landen. Hierdoor bestaat de mogelijkheid om een (geheel) nieuw segment aan te boren als potentiële (nieuwe) vakantielanden.

Een ander punt waar marketingbureaus lering uit kunnen trekken is, dat negatieve beeldvorming – ondanks dat het vaak hardnekkig en moeilijk te veranderen is – ontkracht kan worden of juist kansen biedt. De manier waarop producten positief dan wel negatief in de markt worden gezet zijn uiteindelijk bepalend of een product ook succesvol vermarkt kan worden. Het communistische verleden waarmee de meeste Oost-Europese landen te kampen hebben, kan ook juist in de markt op een positieve manier geprezen worden. Bijvoorbeeld, door het aanbieden van reizen waarbij men ervaringen kan opdoen in een voormalig communistische omgeving.

Daarnaast moeten docenten in het voorgezet onderwijs zich ervan bewust zijn, dat stereotype beeldvorming gevormd worden door exemplarische voorbeelden uit onderwijsboeken. Docenten moeten voorzichtig omgaan met het studiemateriaal en de voorbeelden die gebruikt worden om thema's in de klaslokalen te bespreken. Het nadeel van het aardrijkskunde onderwijs in Nederland is, dat aardrijkskunde geen verplicht schoolvak in de bovenbouw van het voortgezet onderwijs is. Hierdoor leren leerlingen in een kort tijdsbestek veel verschillende geografische aspecten, terwijl leerlingen eigenlijk gebaat zijn bij ondersteuning van en de vorming van een objectief en volledig 'geografisch (wereld) beeld'. Docenten kunnen jongeren helpen om het beeld bij te schaven, om op die manier bij te dragen aan een zo juist en compleet mogelijk beeld van de werkelijkheid.

5.2 Aanbevelingen en reflectie op het onderzoek

Er zijn naar aanleiding van dit onderzoek een aantal aanbevelingen te geven voor verder onderzoek. Ondanks dat er getracht is om dit onderzoek zo goed mogelijk uit te voeren, zijn er wel enkele kritische opmerkingen en verbeterpunten ten aanzien van dit onderzoek te noemen. Een aanbeveling voor verder onderzoek naar ruimtelijke perceptie van afstanden is de mogelijke invloed van kaartprojecties. In een vorig jaar gepubliceerd wetenschappelijk artikel van De Pater et al. (2014) werd een suggestie genoemd van de mogelijke invloed van kaartprojecties. In dit onderzoek is vanwege beperkte mogelijkheden alleen gebruik gemaakt van kwantitatief onderzoek, waarbij het onderzoeken van kaartprojecties een andere aanpak vergt namelijk kwalitatief onderzoek.

Een andere aanbeveling voor verder onderzoek – hetgeen eerder in dit hoofdstuk al kort werd benoemd – is om de precieze aard en het mogelijke contact tussen woonachtige familieleden, vrienden en/of kennissen en de respondenten zelf te onderzoeken. Verder onderzoek naar de aard en de contacten in Oost- en Zuid-Europa kan meer duidelijkheid verschaffen of er daadwerkelijk een verband bestaat tussen het hebben van contacten in Oost- en Zuid-Europa en de ruimtelijke perceptie van afstanden tot de Oost- en Zuid-Europese steden.

Voor vervolgonderzoek zou het ook interessant zijn om de ruimtelijke perceptie van afstand per individuele stad en land te onderzoeken. Indien een respondent een familielid, vriend(in) en/of kennis in één van de Oost- of Zuid-Europese landen heeft wonen en daarmee tevens ook contact onderhoudt, of er dan een mogelijk verband bestaat tussen het woonachtige familielid, de vriend(in) en/of kennis in bijvoorbeeld Italië en de ruimtelijke perceptie van afstand tot de Italiaanse stad Rome. Anders gezegd, zijn de respondenten met familie, vrienden en/of kennissen in Italië, ook geneigd om Rome beter in te schatten dan wanneer zij geen familie, vrienden en/of kennissen in Italië hebben wonen en waarmee zij tevens contact onderhouden. In dit onderzoek is het niet mogelijk geweest om dit mogelijke verband te onderzoeken, omdat de benodigde data om na te gaan of er sprake is van contacten met familieleden, vrienden en/of kennissen in de specifieke landen ontbreken. Ook qua tijdsspanne lag het niet binnen de mogelijkheden om dit verband te onderzoeken, omdat dit verband specifiek inzoomt in de persoonlijke factor contacten en binnen de omvang van deze thesis het niet mogelijk was om dit te onderzoeken. Het doel van dit onderzoek is om te achterhalen op welke manier de persoonskenmerken de perceptie van afstanden in Europa beïnvloeden, waarbij het verband tussen contacten in Oost- en Zuid-Europa en de afstand perceptie een verdiepend onderzoek binnen de persoonlijke factor van contacten is.

Daarnaast is het voor verder onderzoek mogelijk interessant om ook in de toekomst andere eerstejaarsstudenten van andere universiteiten te onderzoeken. Op die manier kunnen beelden en ruimtelijke perceptie van afstanden onder alle Nederlandse studenten onderzocht worden, hetgeen tevens een representatieve weerspiegeling geeft voor alle universitaire eerstejaarsstudenten in Nederland.

Tevens is het interessant om ook in de toekomst derde en/of vierdejaarsstudenten in het onderzoek te betrekken en te onderzoeken. Op die manier kan de invloed van de studie op de ruimtelijke perceptie van afstanden beter en nauwkeuriger informatie verschaffen over de mate waarin de studie invloed heeft op de *mental map*. In dit onderzoek zijn er significante verschillen tussen zowel geografie- en niet-geografiestudenten gevonden. Zo blijken geografiestudenten vaker naar het buitenland te gaan, over meer geografische kennis en over een betere perceptie van afstanden ofwel *mental map* te beschikken dan niet-geografiestudenten. Niet-geografiestudenten blijken daarentegen over meer topografische kennis te beschikken dan geografiestudenten. Ondanks de verschillen komen de eerstejaarsstudenten voornamelijk allemaal van de middelbare school, waar zij tevens het zelfde type onderwijs hebben genoten. Wellicht is het interessant om juist het mogelijke verschil tussen beide groepen studenten later tijdens hun universiteitscarrière te onderzoeken, omdat de studenten verder in hun studie zijn en de mate van invloed van de studie mogelijk beter te onderzoeken is.

Ook is het wellicht interessant om het onderzoek te doen plaatsvinden onder een groep jongeren – voor het gemak eerstejaarsstudenten – en hun ouders in de categorie veertig- en vijftigplussers. Dergelijk onderzoek zou voornamelijk maatschappelijk interessant kunnen zijn om op die manier beter reispakketten voor die doelgroep te kunnen aanbieden.

Een mogelijke aanbeveling voor het aardrijkskundeonderwijs is om aardrijkskunde ook in het voorgezet onderwijs in de bovenbouw verplicht te stellen, omdat het leerlingen helpt om tot een objectief en volledig ‘geografisch (wereld) beeld’ te komen. Hierdoor kan men economische en politieke thema’s beter in perspectief plaatsen (Palings, 2012).

Literatuurlijst

- Adams, P.C. (2009), Geographies of media and communication. Chapter nine: the place image. Chichester – UK: Wiley-Blackwell.
- Avraham, E. (2004), Media strategies for improving an unfavorable city image. *Cities*, Vol.21 (6), pp. 471-479.
- Bakic-Hayden, M. & R.M. Hayden (1992), Orientalist Variations on the Theme "Balkans": Symbolic Geography in Recent Yugoslav Cultural Politics. *Slavic Review*, Vol. 51 (1), pp. 1-15.
- Beck, R. & D. Wood (1976), Cognitive transformation of information from urban geographic fields to mental maps. *Environment and Behavior*, Vol. 8 (2), pp. 199-238.
- Béneker, T., M. van Stalborch & R. van der Vaart (2009), Vensters op de wereld. Canon voor wereldburgerschap. *Geografie*, Vol. 18 (2), pp. 6-11.
- Béneker, T. & R. van der Vaart (2000), Derde Wereld ver weg in schoolaardrijkskunde. *Geografie Educatief*, Vol. 2, pp. 36-39.
- Berg, G. van den (2009), *BuitenNLand* ak 2 havo/vwo. Houten: EPN.
- Bideleux, R. & I. Jeffries (2007), *The Balkans. A post-Communist History*. London: Routledge.
- Blom, E. (2009), *Handboek communities: De kracht van sociale netwerken*. Utrecht: A.W. Bruna Uitgevers B.V.
- Boeije, H., H. 't Hart & J. Hox (2009), *Onderzoeksmethoden*. Den Haag: Boom Lemma Uitgevers. Achtste druk.
- Boisen, M., K. Terlouw & B. van Gorp (2011), The selective nature of place branding and the layering of spatial identities. *Journal of Place Management and Development*, Vol. 4 (2), pp. 135-147.
- Bosman, R. (2014), *Nederlanders ondernemen in Italië: het stereotype beeld beïnvloedt de werkelijkheid*. Universiteit Utrecht, Master Interculturele Communicatie.
- Bryman, A. (2012), *Social Research Methods*. Oxford: University Press. Fourth Edition.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2011), *Jaarboek onderwijs in cijfers*. Den Haag/Heerlen.
- CIA (2014), *The World Factbook; Russia; People and Society; Population*. [online] <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/rs.html> [geciteerd 27 januari 2015].
- Commissie Aardrijkskunde Tweede Fase (2003), *Gebieden in perspectief. Natuur en samenleving, nabij en veraf. Voorstel voor nieuwe examenprogramma's aardrijkskunde in de tweede fase havo en vwo*. Utrecht: KNAG, pp. 14-27.
- Cox, K.R. (1972), *Man, Location and Behavior*. New York: Wiley.
- Dale, J.H. van (2013), *Groot woordenboek van de Nederlandse taal*. Utrecht: Van Dale Lexicografie.
- Devereux, E. (2007), *Understanding the Media*. Sage Publications Ltd, London.
- Downey, V.S. (2010), *Encyclopedia of Geography - Orientalism*. Sage Publications Inc.
- DUB (2013), *Meisjes kiezen voor Leiden en Utrecht, jongens kiezen voor Eindhoven*. [online] <http://www.dub.uu.nl/plussen-en-minnen/2013/06/10/meisjes-kiezen-voor-leiden-en-utrecht-jongens-voor-eindhoven.html> [geciteerd 12 oktober 2014].
- Elliott, R. & K. Wattanasuwan (1998), Brands as symbolic resources for the construction of identity. *International Journal of Advertising*, Vol. 17 (2), pp. 131-144.
- Europa-nu (2015), *Eurocrisis door begrotingstekort en staatschuld eurolanden*. [online] http://www.europa-nu.nl/id/vifhdvtmvdxdg/eurocrisis_door_begrotingstekort_en [geciteerd 07 mei 2015].

- Eurostat (2013), GDP per capita – annual Data. [online] <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do;jsessionid=U1A6jWNeBg83NxXXrboTmTnFViUbrTvqcWlsJqXSCNzU-R5kxvhu!1567299844> [geciteerd 28 oktober 2014].
- Eurostat (2010), Distribution of population aged 25-64 by highest level of education 2010. [online] <http://1.bp.blogspot.com/-m7oh9syl5qQ/TfjllJVpz5I/AAAAAAAAA78/K-nAjqkGrM/s1600/Opleidingsniveau+bevolking+EU.jpg> [geciteerd 28 oktober 2014].
- Eysberg, C.D. (1985), Distance perception within Europe. *Journal of Geography*, Vol. 84, pp. 114-116.
- Fiske, J. (1989), News, History and Undisciplined Events. In: *Reading the Popular* pp. 151-160. [online boek:] http://books.google.nl/books?hl=en&lr=&id=Qw9QACISjo0C&oi=fnd&pg=PP1&dq=fiske+reading+the+popular&ots=MDwVH2iQox&sig=ivb2occBhUCIPXpqyfsJ6G8hOI&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Forrester, M.A. (2000), *Psychology of the image*. Londen: Routledge. First Edition.
- Freeman, L.M. (2010), *Encyclopedia of Geography - Other/otherness*. Sage Publications Inc.
- Frissen, V., M. van Staden, N. Huijboom, B. Kotterink, S. Huveneers, M. Kuipers, G. Bodea (2008), Naar een 'User Generated State'? De impact van nieuwe media voor overheid en openbaar bestuur. Delft: TNO.
- Geografie-educatief (1997), Beelden van de Spaanse Costa's. *Geografie Educatief*, Vol. 6 (2), pp. 20-21.
- Gorp, B. van, T. Béneker & R. van der Vaart (2005), *Inhoudsanalyse. Een handleiding*. Utrecht: Master Geografie & Communicatie.
- Gould, P. & R. White (1986), *Mental maps*. Boston: Allen and Unwin. Second Edition.
- Gijsberts, M. & J. Dagevos (2004), Concentratie en wederzijds beeldvorming tussen autochtonen en allochtonen. *Migrantenstudies*, Vol. 20 (3), pp. 145-168.
- Ginneken, J, van. (2002), *De schepping van de wereld in het nieuws. De 101 vertekeningen die elk 1 procent verschil maken*. Deventer: Uitgeverij Kluwer.
- Hamann, B. (2005), Das 'Weltbild' US-amerikanische Schüler. *Praxis Geographie*, Vol. 5, pp. 45-47.
- Harvey, D. (2005), The Sociological and Geographical Imaginations. *International Journal of Politics, Culture and Society*, Vol. 18, pp. 211-255.
- Hague, C. & P. Jenkins (2005), *Place identity, participation and planning*. Londen: Routledge.
- Heuckelom, K. van (2009), Borat is een pool: Euro-orientalisme in de Vlaamse media. *Streven: cultureel maatschappelijk maandblad*, Vol. 76 (2), pp. 131-139.
- Holloway, L. & P. Hubbard (2001), *People and place*. Harlow: Prentice Hall.
- Holman, O. (2012), Mythe van het mediterrane model. *Internationale Spectator*, Vol. 66 (4), pp. 196-200.
- Hopkin, J. (2001), The World According to Geography Textbooks: Interpretations of the English National Curriculum. *International Research in Geographical and Environmental Education*, Vol. (1), pp. 46-67.
- Hudabiunigg, I. (2004), The Otherness of Eastern Europe. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, Vol. 25 (5-6), pp. 369-388.
- Jarosz, L. (1992), Constructing the Dark Continent: Metaphor as Geographic Representation of Africa. *Geografiska Annaler*, Vol. 74 (2), pp. 105-115.
- Jenkins, O. (2003), Photography and travelbrochures: the circle of representation. *Tourism Geographies*, Vol. 5 (3), pp. 305-328.
- Jongbloed, J., I.F. Mulder & W. Poppen (2010), *Oost- Europa in Beeld? Een studie naar de geografische kennis van middelbare scholieren*. Universiteit Utrecht.

- Kitchin, R.M. (1994), Cognitive Maps: What Are They And Why Study Them? *Journal of Environmental Psychology*, Vol. 14, pp. 1-19.
- Kotler, P., D.H. Haider & I. Rein (1993), *Marketing Places: Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, States and Nations*. New York: Free Press.
- Kulhavy, R. W., & W.A. Stock (1996), How cognitive maps are learned and remembered. *Annals - Association of American Geographers*, Vol. 86 (1), pp. 123-145.
- Kunnen, L., H. Nonnekes, F. Oedekerck & J. Remmers-Kamp (2010), *De Nieuwe Terra*, 2 havo/vwo informatieboek. Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers.
- Ladd, G.W. (1999), 'Peer relations and social competence during early and middle childhood'. *Annual Review of Psychology*, pp. 333-359.
- Levinova, E. (2010), Good Neighbours? Dominant Narratives about the 'Other' in Contemporary Polish and Russian Newspapers. *Europe Asia studies*, Vol. 62 (8), pp. 1339-1361.
- Levinson, P. (2009), *New Media*. Boston, MA: Pearson.
- Ligth, D. & C. Young (2009), European Union enlargement, post-accession migration and imaginative geographies of the 'New Europe': media discourses in Romania and the United Kingdom. *Journal of Cultural Geography*, Vol. 26 (3), pp. 281-303.
- Lynch, K. (1960), *The image of the city*. Cambridge, MA: MIT Press.
- MacCannell, D. (1976), *The tourist: a new theory of the leisure class*. London: MacMillan.
- Madaleno, I.M. (2010), How do remote Southern Hemisphere residents perceive the World? Mental maps drawn by East Timorese and Mozambican Islanders. *Scottish Geographical Journal*, Vol. 126 (2), pp.112-136.
- Mamadouh, V. (2003), Geografische Analfabetisme wereldwijd verbreid. *Geografie*.
- Meijers, J. (2006), *Ontwikkeling in de journalistiek: Een exploratief onderzoek naar opvattingen over ontwikkelingssamenwerking op Nederlandse nieuwsredacties*. Nijmegen: Radboud Universiteit Nijmegen.
- Meñaca, A., N. Evans, E.V.W. Andrew, F. Toscani, S. Finetti, X. Gómez-Batiste, I.J. Higginson, R. Harding, R. Pool, M. Gysels (2011), End-of-life care across Southern Europe: A critical review of cultural similarities and differences between Italy, Spain and Portugal. *Critical Reviews in Oncology/Hematology*, Vol. 82, pp. 387-401.
- Mondschein, A., E. Blumenberg & B.D.Taylor (2005), Cognitive mapping, travel behavior, and access to opportunity. *Annual Meeting of the Transportation Research Board*, pp. 1-14.
- Naber, P. (2004), *Vriendschap en sociale cohesie: de rol van leeftijdgenoten in de opvoeding van jeugd*. Den Haag, Hogeschool INHOLLAND.
- Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen (2008), *Economisch belang toerisme en vrije tijd*. [online] <http://www.nbtc.nl/nl/Homepage/cijfersentrends/Economisch-belang-toerisme.htm> [geciteerd 5 maart 2014].
- NOS (2014), Krim: kritiek op Poetin en op Europa. [online] <http://nos.nl/artikel/625331-krim-kritiek-op-poetin-en-op-europa.html> [geciteerd 05 april 2014].
- OECD (2014), Russian Federation: a well-educated population. *Education at a Glance 2013*. [online] http://www.oecd.org/edu/Russian%20Federation_EAG2013%20Country%20Note.pdf [geciteerd 28-10-2014].
- Palings, H. (2012), Het beeld van landen en regio's in aardrijkskundeboeken. In: Joop van der Schee en Tine Béneker, red., *Aardrijkskundeonderwijs onderzocht*, pp. 53-67. Enschede: Printpartners Ipskamp.
- Pater, B. de, T. Konijnendijk, L. Paul & E. van der Zee (2014), Oost- Europa blijft ver weg. *Geografie* (3), pp. 12-15.

- Pater, B. de (2009), *West-Europa: hoofdlijnen van geografie en ruimtelijke planning*. Assen: Van Gorcum.
- Pater, B. de, T. Béneker & W. Buunk (2004), *Europa: ruimtelijke samenhang en verscheidenheid in de Europese Unie*. Assen: Van Gorcum.
- Pater, B. de, P. Groote, K. Terlouw & e.a. (2002), *Denken over regio's*. Bussum: Uitgeverij Coutinho.
- Pater, B. de (1997), 'In de beleving ligt Oost- Europa nog steeds ver weg'. *Geografie Educatief*, Vol. 6 (2), p. 19.
- Paul, L. & B. de Pater (2010), *Midden- en Oost- Europa: geografie van een transitiezone*. Assen: Van Gorcum.
- Said, E.W. (1978), *Orientalism*. London: Routledge & Kegan Paul Ltd.
- Scarles, C. (2004), *Mediating landscapes: the processes and practices of image construction in tourist brochures of Scotland*. *Tourist Studies*, Vol. 4 (1), pp. 43-67.
- Schee, J. van der & T. Béneker (2012), *Aardrijkskundeonderwijs onderzocht*. Landelijk Expertisecentrum Mens- en Maatschappijvakken – Centrum voor Educatieve Geografie.
- Schreiner, W. & F. M. Go (2011), *Blessing of Burden: Do Major Sport Events Hosted by Developing Countries Have an Impact on Reputation? A Case Study of the 2010 FIFA World Cup™ in South Africa*. PROOF: Chapters on Specific Themes.
- Smelik, A., R. Buikema & M. Meijer (1999), *Effectief beeldvormen: theorie, analyse en praktijk van beeldvormingprocessen*. Assen: Van Gorcum.
- Smiley, S.L. (2013), *Mental maps, segregation, and everyday life in Dar es Salaam, Tanzania*. *Journal of Cultural Geography*, Vol. 30 (2), pp. 215-244.
- Steinberg, L. & A. Sheffield Morris (2001), *Adolescent Development*. *Annual Review of Psychology*, pp. 83-111.
- Studiekeuze123 (2014), *Opleidingen WO-Bachelor Utrecht*. [online] <https://www.studiekeuze123.nl/zoek/> [geciteerd 25 oktober 2014].
- Strasburger, V. C. (2004), *Children, Adolescents, and the Media*. *Curr Probl Pediatr Adolesc Health Care*, pp. 54-113.
- Transparency International (2013), *Corruption perceptions index 2013: EU and Western Europe*. [online] http://www.transparency.org/files/content/pressrelease/CPI2013_EUandWesternEurope_EN.pdf & http://www.transparency.org/files/content/pressrelease/CPI2013_EasternEuropeandCentralAsia_EN.pdf [geciteerd 28 oktober 2014].
- Tuan, Y. (1975), *Images and Mental Maps*. *Annals of the Association of American Geographers*, Vol. 65 (2), pp. 205-213.
- Universiteit Utrecht (2014a), *Sociale Geografie en Planologie*. [online] <http://www.uu.nl/bachelors/bachelor/sociale-geografie-en-planologie/studieprogramma> [geciteerd 23 oktober 2014].
- Universiteit Utrecht (2014b), *Alfa, bèta, gamma*. [online] <http://www.uu.nl/wetfilos/bijsluiter/alphabetagamma.html> [geciteerd 27 oktober 2014].
- Urry, J. (1990), *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage.
- Vaart, R. van der (1998), *Toeristische beelden van Parijs: een veranderende blik van reisgidsen*. In: Hauer e.a., *Steden en Streken, Geografische opstellen voor Gerard Hoekveld*. Assen: Van Gorcum.
- Vossestein, J. (2006), *Werken met Oost-Europa*. Amsterdam: KIT Publishers.
- Wieten, J. (2002), *Srebrenica en de journalistiek: Achtergronden en invloed van de berichtgeving over het conflict in voormalig Joegoslavië in de periode 1991-1995*. Amsterdam: Nederlands Instituut voor Oorlogsdokumentatie.

Bijlage

| | |
|--|-----|
| Appendix A: Alfa-, bèta- en gammastudenten | 77 |
| Appendix B: Vragenlijst | 78 |
| Appendix C: Codeboek | 83 |
| Appendix D: Nieuwe variabele beeldvorming | 88 |
| Appendix E: Overzicht van interpretatieantwoorden 'kenmerken' | 101 |
| Appendix F: Antwoordmodel kennisvragen | 102 |
| Appendix G: Nieuwe variabele geografische kennis | 103 |
| Appendix H: Rangschikken Oost- en Zuid-Europese steden en rapportcijfers <i>mental map</i> | 110 |
| Appendix I: Nieuwe variabele topografische kennis | 125 |
| Appendix J: Kenmerken van de steekproefpopulatie | 129 |
| Appendix K: Werkelijke en gepercipieerde rangorde steden geografie- en niet- Geografiestudenten | 130 |
| Appendix L: Werkelijke en gepercipieerde rangorde steden 1977-1981, 1994-1995 en 2012-2013 | 131 |
| Appendix M: Topografische beeldvorming | 132 |
| Appendix N: Topografische kennis | 134 |
| Appendix O: Bruto Binnenlands Product | 137 |
| Appendix P: Corruptiebarometer | 140 |
| Appendix Q: Schoolopleiding | 143 |
| Appendix R: Kenmerken landen | 146 |
| Appendix S: Woorden Hongarije | 155 |
| Appendix T: Woorden Italië | 156 |
| Appendix U: Woorden Rusland | 157 |
| Appendix V: Woorden Spanje | 158 |
| Appendix W: Woorden Tsjechië | 159 |
| Appendix X: Hypothese 1 | 160 |
| Appendix Y: Hypothese 2 | 163 |
| Appendix Z: Hypothese 3 | 169 |
| Appendix AA: Hypothese 4 | 171 |
| Appendix AB: Hypothese 5 | 173 |
| Appendix AC: Hypothese 6 | 174 |
| Appendix AD: Hypothese 7 | 177 |