

2013

Universiteit Utrecht

Mirte Huisman

3480941

Masterproject

ASW: Multiculturalisme in
vergelijkend perspectief

Begeleidster:

Dr. Mieke Maliepaard

[FATIMA TEGENOVER BARBIE]



*Hoe ervaren moslim
vrouwen het
publieke discours
over hen en hoe
reageren zij hierop?*

Een kwalitatief onderzoek
onder veertien moslim
vrouwen



Voorwoord

In de media en de politiek is er veel aandacht voor moslims en de islam. Deze aandacht is sinds 11 september 2001, de aanslagen in Londen en Madrid en de moord op Theo van Gogh alleen maar toegenomen. Er is al veel onderzoek gedaan naar de invloed van de media op de meerderheidsgroep, maar we weten nog weinig over de invloed die dezelfde media hebben op de minderheidsgroep zelf. Dit onderzoek kijkt vanuit het perspectief van de minderheidsgroep, in dit geval moslim vrouwen, naar de beeldvorming en de reacties die deze teweeg brengen.

Veel onderzoek richt zich op moslims in westerse samenlevingen, maar weinig onderzoeken richten zich specifiek op moslim vrouwen. De onderzoeken die dit wel doen richten zich met name op de hoofddoek en de boerka of kijken naar de algehele beleving van de islam in westerse-, seculiere samenlevingen. Met dit onderzoek wordt bijgedragen aan de kennis over deze specifieke groep.

Dit onderzoek had nooit tot stand kunnen komen zonder de hulp van een aantal mensen. Allereerst wil ik mijn begeleidster, dr. Mieke Maliepaard bedanken. Haar enthousiasme, haar geloof in het onderwerp en haar waardevolle feedback hebben mij tot op het laatste moment gemotiveerd. Van de respondenten wil ik ten eerste mijn ex-collega bedanken die zonder aarzelen mee wilde doen aan dit onderzoek. Zij heeft mij niet alleen zeer gastvrij ontvangen in haar huis en heerlijk gekookt, maar heeft tevens nog drie respondenten 'gevonden'. Een leukere manier om een onderzoek te beginnen is er niet. Alle andere respondenten die mee hebben gedaan, ik wil jullie hartelijk bedanken voor het meedoen aan dit onderzoek, jullie gastvrijheid en jullie openheid.

Alle namen in dit onderzoek zijn gefingeerd.

Samenvatting

Voor dit onderzoek heb ik negen gesprekken gevoerd met in totaal veertien vrouwen. Deze vrouwen verschillen in leeftijd, opleiding en etnische achtergrond. Met deze vrouwen heb ik het gehad over de media, zowel nieuws- als entertainmentmedia en politiek. Het doel van dit onderzoek was erachter te komen hoe deze vrouwen de beeldvorming over hen ervaren en hoe zij hierop reageren. Dit onderzoek, de opzet en de vraagstelling zijn opgesteld om vanuit het perspectief van moslim vrouwen naar de Nederlandse media en samenleving te kijken. Om dit perspectief duidelijk te krijgen zijn er open vragen nodig die de ruimte geven aan de respondenten om hun gedachten en gevoelens vrij te kunnen uiten. Er is daarom voor gekozen om semigestructureerde diepte- interviews af te nemen.

Voordat de interviews zijn afgenomen, is een uitgebreide literatuurstudie gedaan. Vanuit deze studie kwamen twee hoofdconcepten naar voren die gebruikt zijn als theoretisch kader. Deze concepten zijn reactieve identificatie en metapercepties. De Sociale Identiteitstheorie (SIT) stelt dat men altijd zal streven naar een positieve sociale identiteit. Wanneer een minderheidsgroep gevoelens van afwijzing ervaart – en dus geen positieve sociale identiteit heeft – is een van de strategieën die zij kunnen inzetten reactieve identificatie. Hierbij keert de minderheid zich af van de meerderheidsgroep en op die manier wordt een positieve sociale identiteit aan de eigen groep ontleent.

Metapercepties kunnen hier ook een rol in spelen. Metapercepties zijn in het kort ‘wat ik denk dat jij over mij denkt.’ Onderzoek wijst uit dat mensen zich aan deze metapercepties conformeren, ook wanneer deze negatief zijn. Dit lijkt tegenstrijdig, maar het conformeren aan negatieve metapercepties is te zien als een vorm van reactieve identificatie waarbij de minderheid zich niet alleen distantieert, maar ook differentieert van de meerderheidsgroep en zo een positieve sociale identiteit ontwikkeld.

Uit dit onderzoek blijkt dat de vrouwen de beeldvorming in de media als zeer negatief ervaren. Deze negatieve beeldvorming is voor de vrouwen zeer kwetsend en leidt tot gevoelens van boosheid en frustratie. De vrouwen zien daarnaast dat de beeldvorming invloed heeft op autochtone Nederlanders. Ze merken dat aan de manier waarop ze worden aangekeken op straat, maar ook naar aanleiding van opmerkingen en vragen die zij krijgen vanuit hun sociale omgeving. De vrouwen voelen zich ter verantwoording geroepen voor wat andere moslims hebben gedaan. In dit onderzoek wordt gekeken of deze negatieve beeldvorming en moeizame relaties met hun sociale omgeving leiden tot het conformeren aan de metapercepties en reactieve identificatie bij de respondenten.

Inhoudsopgave

Theoretisch kader	4
Inleiding.....	4
Context.....	4
Media en politiek.....	6
Eerder Onderzoek.....	8
Theorie	9
Methode van onderzoek.....	13
Rol als onderzoeker.....	14
(Het werven van) de respondenten	14
Resultaten	15
Betekenis van de islam.....	16
Media	17
Spanningen & Verantwoording	20
Contact & Reactieve identificatie	22
Conclusie	25
Discussie.....	27
Literatuur.....	29
Appendix I.....	31
Appendix II.....	33
Appendix III.....	34

Theoretisch kader

Inleiding

We leven in een maatschappij waarin we 24 per dag, 7 dagen in de week toegang hebben tot media. Nieuwsmedia en entertainmentmedia komen onder onze ogen via de vertrouwde wegen van kranten, tijdschriften en televisie, maar nu ook via internet. Via onze computers en laptops hebben we thuis toegang tot media vanuit de hele wereld. Smartphones en tablets zorgen ervoor dat waar we ook zijn, we altijd op de hoogte (kunnen) zijn van alles wat er in de wereld, waar ook ter wereld, gebeurt. Media beïnvloeden ons wereldbeeld, hoe we anderen en onszelf zien en beïnvloeden zelfs ons gedrag (Vergeer, M. 2000), (Tsfati, Y., 2007), (Tal-Or, N., et al., 2010). Daarnaast helpen media ons een beeld te schetsen over hoe anderen ons zien. Wanneer wij ons door de ogen van een ander zien ontstaan er zogenaamde metapercepties. Deze metapercepties zijn meningen, stereotypen etc. waarvan wij denken dat anderen die over ons hebben. Deze metapercepties zijn van grote invloed op hoe wij ons ten opzichte van anderen opstellen en gedragen. Onderzoek wijst namelijk uit dat mensen zich naar deze metapercepties gedragen ongeacht of deze positief of negatief zijn (Oldenhuis, H. 2007), (Kamans, E. et al., 2009). Zo kunnen negatieve metapercepties ervoor zorgen dat minderheidsgroepen zich naar binnen keren en zich op hun eigen groep richten in plaats van dat zij zich richten op de samenleving (Kamans, E. et al., 2009).

In dit artikel worden de invloed van de media en metapercepties op een groep binnen een minderheidsgroep, moslim vrouwen, onderzocht. We weten welke invloed media hebben op de meerderheidsgroep, er is ook al wat bekend over de invloed van de berichtgeving over minderheidsgroepen op deze groepen zelf. We weten echter nog weinig over de reacties van de minderheidsgroepen op de beeldvorming. De beeldvorming in de media en de toon van het publieke discours over moslims in het algemeen en moslim vrouwen in het bijzonder is voor het overgrote deel negatief te noemen. Zo worden Moslim vrouwen in nieuws- en entertainmentmedia geportretteerd als slachtoffer van hun cultuur waarbinnen zij een achtergestelde positie (zouden) innemen (Shadid, W. 2005) en als fundamenteel verschillend van de westerse vrouw (Hirji, F. 2011). De onderzoeksvraag luidt als volgt:

Hoe ervaren moslim vrouwen de beeldvorming over hen in het huidige publieke discours en hoe reageren zij hier op?

Eerst zal de context geschetst worden waarbinnen dit onderzoek zal plaatsvinden. Dit zal een kort overzicht zijn van enkele belangrijke gebeurtenissen die hebben bijgedragen aan de kentering in het publieke discours op het gebied van moslims. In de daaropvolgende paragraaf, Media en politiek, wordt stil gestaan bij de invloed van de media op de politiek en vice versa, alsook de invloed die de media hebben op de consumenten van deze media. In de paragraaf "Eerder onderzoek" wordt een overzicht gegeven van de ontwikkeling op het gebied van onderzoek naar moslims en de islam. In de paragraaf "Theorie" zal het theoretisch kader waarbinnen dit onderzoek plaatsvindt uiteengezet worden.

Context

Het is nu meer dan tien jaar geleden sinds de aanslagen van 11 september in New York. Deze aanslagen hadden grote gevolgen voor New York, de Verenigde Staten, maar ook voor de rest van de wereld. Deze aanslagen luidden een onrustig tijdperk in waaruit twee oorlogen ontsproten, eerst in Afghanistan en later in Irak. Lange tijd leken de Verenigde Staten het enige doel van moslim terroristen totdat op 11 maart 2004 Madrid het doelwit werd van een aanslag. Tien explosies in

drukke forensentreinen zouden aan 191 mensen het leven kosten. Nederland kreeg nog datzelfde jaar zelf met radicaal islamitisch geweld te maken. Niet in de vorm van een grote aanslag zoals in New York of Madrid, maar met de moord op Theo van Gogh. Deze moord, die ritueel van aard was, schokte de Nederlandse samenleving en veranderde niet alleen het politieke klimaat maar ook het publieke debat in Nederland. We hadden nu namelijk niet te maken met moslim extremisten vanuit een ver land, maar met iemand die hier geboren en getogen was, iemand die een goede opleiding heeft gehad en die op een bepaald moment goed geïntegreerd was en zelfs 'betrokken was geweest bij diverse multiculturele en politieke wijkinitiatieven.' (Buijs, F.J. et al., 2006) Bijna negen maanden later, op 7 juli 2005, werd Londen opgeschrikt door vier bomaanslagen op drie metrolijnen en een bus. Hierbij kwamen 56 mensen om inclusief de vier daders. Moslimterrorisme was nu ook een feit binnen Europa en het overgrote deel van de daders was geboren en getogen in deze Europese landen.

Deze aanslagen hebben er voor gezorgd dat de islam en moslims continu aanwezig zijn in de media en onderwerp van vele debatten in de politiek. Men spreekt vaak van een wereld voor- en na 11 september en hoewel het zeker zo is dat na 11 september moslims en islam meer aandacht krijgen dan daarvoor, was er ook voor de aanslagen al een kentering in het publieke discours waar te nemen. In Nederland was het in de jaren 80 van de vorige eeuw Hans Janmaat die als eerste politicus de immigratie als probleem kenmerkte. Zijn argumenten tegen immigratie waren in eerste instantie echter van financiële aard, zo zei hij: 'Elke vluchteling kost ons, laten we zeggen: tweehonderdduizend gulden? En hoeveel zullen er dit jaar binnenkomen? Honderdduizend? Dat kunnen we toch niet opbrengen?' (van der Burg, W. et al., 2009). Begin jaren '90 begon het discours over immigratie te veranderen en werden culturele waarden en normen van immigranten als problematisch bestempeld. Toenmalig VVD leider Frits Bolkestein hield op 6 september 1991 een toespraak waarin hij stelde dat integratie met behoud van de eigen identiteit 'niet deugde' omdat dit niet verenigbaar was met de universele waarden van het liberalisme. Als voorbeelden noemde hij de scheiding van kerk en staat, de vrijheid van meningsuiting, verdraagzaamheid en non-discriminatie. Een kleine week later deed hij in de Volkskrant de uitspraak dat er geen sprake is van gelijkwaardigheid tussen de West-Europese cultuur en de islam (van der Burg, W. et al., 2009).

Nederland is niet het enige Europese land waar het discours door de jaren heen zo is veranderd. In Frankrijk is een soortgelijke kentering waar te nemen. Het Front National van Jean-Marie Le Pen werd in de jaren 80 groot door Arabieren te stereotyperen als lui, onbetrouwbaar en recalcitrant. Een andere verandering binnen hetzelfde Franse discours is het woord Arabieren. Waren deze mensen in de jaren 60 en 70 nog (gast)arbeiders, halverwege de jaren 80 werden deze mensen gezien als Arabieren. Het was daarna nog een kleine stap voordat ze voornamelijk als moslims werden gezien (Giry, S. 2006). Het debat over de islam en moslims in het Westen is dus niet nieuw, maar is sinds de aanslagen en de daaruit voortvloeiende gebeurtenissen (oorlogen in Afghanistan en Irak) wel heviger en prominenter geworden. Er worden vragen gesteld als: Zal er een Westerse, of Europese islam ontstaan of zullen moslims altijd een *outgroup* blijven, een aparte groep die grotendeels los staat van de Westerse samenleving?

Toen koningin Beatrix in 2012 op staatsbezoek was in Abu Dhabi droeg zij een hoofddoek. De PVV van Geert Wilders vond dat de koningin hiermee de onderdrukking en discriminatie van de vrouw legitimeerde.¹ De moslimvrouw wordt vaak gezien als zijnde ondergeschikt aan de man. Zij wordt onderdrukt, hoort thuis te zijn, kinderen te krijgen en op te voeden. Haar rol zou zich met name binnenshuis afspelen. Tevens zou zij geen kans krijgen om zichzelf te ontwikkelen op het gebied van onderwijs en/of werk carrière. Voor tegenstanders van de multiculturele samenleving, en met name voor diegenen die de islam als bedreigend zien voor de Westerse cultuur, is de hoofddoek het ultieme symbool voor de onderdrukking van de vrouw door islam. De PVV van Geert Wilders is hier heel

stellig in en zegt in het verkiezingsprogramma van 2012 dat meer islam in Nederland zal leiden tot “steeds meer hoofddoekjes, steeds meer criminaliteit, verpaupering, uitkeringsafhankelijkheid en middeleeuwse opvattingen” (PVV, 2012). Hoewel het zo is dat de Marokkanen, Turken en overige niet-westerse allochtonen nog ver achterblijven op sociaaleconomisch gebied – het inkomen van deze groepen ligt een stuk lager dan dat van autochtonen en westerse allochtonen² en de werkloosheid is onder deze groepen drie keer zo hoog als onder autochtonen³ – is er wel sprake van een goede ontwikkeling binnen deze groepen. Niet-westerse allochtonen zijn nog steeds oververtegenwoordigd in de criminaliteitscijfers, maar hierin is wel een dalende trend waar te nemen.⁴ Daarnaast is het zo dat steeds meer moslims inclusief moslim vrouwen de weg naar het hoger onderwijs weten te vinden.⁵ De achterstanden zijn er nog steeds en deze zijn groot, maar langzaam worden ze steeds kleiner.

Toch blijft de islam hoog op de agenda staan en het debat richt zich nu op de vraag of de islam en het Westen überhaupt wel met elkaar te verenigen zijn. Kunnen moslims wel integreren in een Westerse samenleving? Een paar belangrijke westerse kernwaarden worden vaak naar voren gebracht door verschillende partijen om de problematische integratie van moslims te illustreren. Zoals eerder al genoemd, de scheiding van kerk en staat, vrijheid van meningsuiting en tot slot de positie van de vrouw binnen de islam.

Media en politiek

Niet alleen in de politiek, maar ook in de media is er veel aandacht voor de islam en moslims in het Westen. Nieuwsmedia brengen verslag uit over wat er in de politiek gaande is over dit onderwerp. Standpunten van verschillende partijen, beleidsmaatregelen en uitspraken van politici worden uitgebreid besproken in de nieuwsmedia. Andersom gebruiken politici berichtgeving in de media om hun standpunten kracht bij te zetten of een nieuw debat te beginnen. De politiek en nieuwsmedia zijn dan ook moeilijk los van elkaar te zien. Onderzoek in Europa en Amerika laat zien dat de manier waarop media over de islam, moslims en allochtonen in het algemeen rapporteren over het algemeen incompleet en polariserend is. In de media worden veel generaliserende uitlatingen gedaan, de islamitische cultuur wordt gesimplificeerd, er wordt veel gesproken in termen van ‘wij’ en ‘zij’ en tot slot worden moslims vaak geportretteerd als “achterlijk, bedreigend afwijkend, irrationeel, fanatiek en niet geïntegreerd in de westerse wereld.” Verder wordt de islam verweten vrouwonvriendelijk te zijn door de achtergestelde positie die de vrouw zou hebben (Shadid, W. 2005).

Media hebben invloed op ons wereldbeeld, op hoe wij anderen zien, op onze meningen en zelfs op hoe we ons gedragen. Er wordt op verschillende gebieden onderzoek gedaan naar de invloed van media. Zo wijst recent onderzoek uit dat dunne modellen in de media effect hebben op zowel mannen als vrouwen om zelf ook af te willen vallen en slank te blijven (Fernandez, S. & Pritchard, M. 2012). Op het gebied van roken onder jongeren is uit onderzoek gebleken dat tieners eerder gingen roken wanneer er pro-roken berichten in de media waren die hun *peers* (ook) beïnvloedden (Gunther, A., et al., 2006). Ook op het gebied van interetnische relaties is onderzoek gedaan naar de invloed van media. Zo blijkt uit onderzoek dat leden van minderheidsgroepen zich meer buitengesloten voelden wanneer zij dachten dat de mainstream media stigmatiserende berichtgeving over hun groep uitbracht die invloed had op leden van de meerderheidsgroep (Tsfati, Y., 2007). Ander onderzoek toont aan dat het volgen van nieuwsmedia door de meerderheidsgroep een ‘kleine maar significante’ bijdrage levert aan de ‘subjectieve ervaring van etnische dreiging’ (Vergeer, M. 2000). Volgens de ‘invloed van de veronderstelde media invloed theorie’ (*influence of presumed media influence hypothesis*) schatten mensen het mogelijke effect in dat de media kunnen hebben op andere mensen en veranderen op basis daarvan hun attitudes en gedrag. Onderzoek op basis van twee experimenten toont deze causale relatie aan. Een voorbeeld hiervan is dat een winkelier naar aan-

leiding van een reclame op televisie datzelfde product op een goed zichtbare plaats in zijn winkel zet omdat hij denkt dat klanten dat product willen hebben (Tal-Or, N., et al., 2010).

Veel moslims zijn het niet eens met hoe zij worden neergezet in de media. In zijn onderzoek naar groepsdynamische processen bij delinquent gedrag heeft Jan Dirk de Jong met een aantal jongens van Marokkaanse afkomst in Amsterdam gesproken. Deze jongens klaagden over de berichtgeving in de media en dat er, als gevolg van die beeldvorming, negatief op hen gereageerd wordt. Daarnaast zijn zij bang dat de negatieve berichtgeving hun kansen op de arbeidsmarkt negatief zal beïnvloeden (De Jong, J. 2007). Daarnaast vindt een ruime meerderheid van zowel Turkse- als Marokkaanse Nederlanders dat Nederlanders te negatief staan ten opzichte van de islam (Maliepaard, M. & Gijsberts, M. 2012).

In de nieuwsmedia is er dus sprake van een tweedeling, wij en zij, moslims en niet moslims. Deze polarisatie zien we niet alleen in de nieuwsmedia maar komt ook terug in de entertainmentmedia (films, dramaseries etc.). Als we alleen kijken naar hoe moslim vrouwen worden neergezet in de entertainmentmedia zien we wederom hetzelfde beeld naar voren komen. Vanuit een analyse van Amerikaanse dramaseries zoals *24*, *Lost* en andere series komen drie stereotypen moslim vrouwen naar voren: Samenzweerders (*conspirators*), slachtoffers (van de islamitische cultuur en van hun mannen) en tot slot worden moslim vrouwen geportretteerd als zijnde *sexually available*. Uit dit onderzoek blijkt dat ook deze series de moslim vrouw neerzetten als fundamenteel verschillend van de westerse vrouw (Hirji, F. 2011).

De eerste deelvraag is: In hoeverre denken moslim vrouwen dat de beeldvorming in de media een accuraat beeld geeft van hoe autochtone Nederlanders denken over moslim vrouwen?

Wanneer we de lijn van eerdere onderzoeken naar de invloed van media volgen kunnen we de voorzichtige conclusie trekken dat – wanneer deze drie bronnen voor de beeldvorming, politiek, nieuws- en entertainment media alle een beeld schetsen van de moslims inclusief moslim vrouwen als fundamenteel verschillend van autochtonen – dit beeld van anders zijn in ieder geval door een deel van de autochtone bevolking zal worden overgenomen. Tevens hebben we gezien dat allochtonen zich door dit soort berichtgeving buitengesloten voelen. Een mogelijke reactie vanuit hen is dat zij zich als gevolg van deze gevoelens van uitsluiting en afwijzing meer op hun eigen groep zullen richten en minder contact zullen proberen te maken met de Nederlandse samenleving. Op dit proces van reactieve identificatie wordt later in dit artikel dieper ingegaan. Het kan zelfs zo zijn dat ze zich helemaal van de Nederlandse samenleving afkeren. Uit onderzoek blijkt dat naast gevoelens van uitsluiting ook gevoelens van agressie tegen de samenleving kunnen ontstaan (Kamans, E. et al., 2009). In het onderzoek van Kamans et al., komt een Marokkaanse jongere aan het woord en die zegt het volgende: “Marokkanen worden kapot gediscrimineerd; we moeten dit land vernietigen.” Discriminatie, uitsluiting en oneerlijke behandeling, of dat nu persoonlijk of via de media gebeurt, is dus een bron van frustratie voor de allochtonen en kan voor conflicten tussen de verschillende groepen zorgen.

We moeten ons er dus bewust van zijn dat de media invloed uitoefenen op alle groepen binnen een samenleving en dat de berichtgeving de intergroepsrelaties kunnen bemoeilijken en spanningen kunnen doen oplopen. Zo vertelt Jan Dirk de Jong in zijn onderzoek over een cameraploeg die in de buurt komt filmen nadat de buurt al een aantal keer negatief in het nieuws is geweest. De cameraploeg van AT5 kwam 's nachts onaangekondigd op het August Allebéplein langs en de Marokkaanse jongens in de buurt waren daar niet van gediend omdat ze bezig waren met activiteiten die hun familie niet mocht weten, zoals roken, drinken en blowen. De al draaiende camera met felle lamp maakte dat de jongeren heftig reageerden en de cameraploeg begon uit te schelden. Deze beelden kwamen de volgende dag in het nieuws waardoor er weer meer negatieve

beeldvorming ontstond over de buurt en de Marokkaanse jongens. Een van de jongens reageert als volgt op de negatieve berichtgeving over de buurt en de Marokkaanse bewoners: “Er is al teveel geschreven over deze buurt, weet je. Je moet die dingetjes niet geloven wat er allemaal in de krant staat. Ze liegen, wullah (ik zweer ‘t je)! Allemaal ‘blah’ (onzin) Hun weten als het over ‘Marokkanen’ gaat, dat die shit verkoopt. Dát willen mensen lezen. Alleen slechte dingen over ons, begrijp je me?” (De Jong, J. 2007).

De bijbehorende tweede deelvraag is: Op welke manier beïnvloedt de beeldvorming de attitude van moslim vrouwen ten opzichte van de Nederlandse samenleving?

Eerder Onderzoek

Moslims en de islam staan niet alleen hoog op de agenda van de politiek en de media, ook in de (sociaal)wetenschappelijke wereld zijn moslims en islam (al dan niet in relatie tot de westerse samenleving) onderwerp van veel onderzoek. Veel onderzoeken richten zich op de vraag of de islam überhaupt wel verenigbaar is met de westerse samenleving: kunnen moslims en niet moslims wel met elkaar samenleven? (Chahuan, E. 2005), (Wright, R. 2004), (Goddard, H. 2002). Andere onderzoeken hebben als onderwerp de integratie van moslims in westerse landen tot nu toe (Gijsberts, M. & Dagevos, J. 2009), (Vliet van der, R. et al., 2012). Daarnaast wordt veel onderzoek gedaan naar welke integratiestrategieën (voor zowel de nieuwkomers als voor het ontvangende land) het beste gehanteerd kunnen worden om nieuwkomers zo snel en makkelijk mogelijk te laten integreren (Ersanilli, E. & Koopmans, R. 2011), (Kymlicka, W, 1995).

Dat er zoveel onderzoek wordt gedaan naar dit onderwerp is niet vreemd omdat we in een wereld leven waarin we op grote schaal met migranten te maken hebben. Veel van de migranten blijven in het land van bestemming en bouwen daar een (nieuw) leven op, vaak met partners van uit het land van herkomst. Deze migranten, zeker uit niet-westerse landen brengen hun eigen cultuur en gebruiken mee die vaak anders zijn dan die in het (westerse) land en dat kan conflicten opleveren met de cultuur en gebruiken in het land van bestemming. Deze verschillen zorgen in veel westerse samenlevingen voor wrijving tussen de verschillende groepen en verhogen de roep om strengere maatregelen te nemen om de migratie en de daaraan gerelateerde problemen – zoals criminaliteit, armoede, uitkeringsafhankelijkheid etc. - terug te dringen. De Nederlandse politiek heeft sinds 2002 zulke maatregelen genomen om de toestroom van (niet-westerse) migranten te beperken. Zo is de inkomenseis omhoog gegaan⁶ en sinds kort moeten migranten hun eigen inburgeringscursus regelen en bekostigen. Wanneer de migrant het examen voor deze cursus niet binnen drie jaar gehaald heeft, wordt de verblijfsvergunning ingetrokken.⁷ Deze maatregelen lossen mogelijk de problemen met nieuwkomers op, maar hoe zit het met de mensen die hier zijn geboren en van wie je geen verblijfsvergunning kunt intrekken?

Onderzoekers beginnen zich nu te richten op de tweede- en derde generatie migranten. Deze generaties zijn in het westerse land geboren, groeien hier op en gaan hier naar school en aan het werk. Deze generaties worden geconfronteerd met een samenleving waarin zij zijn opgegroeid maar hen blijft bestempelen als ‘anders’ (Franz, B. 2007). In de vorige paragraaf is besproken dat uitsluiting, discriminatie en negatieve beeldvorming in de media tot spanningen en conflicten tussen de verschillende groepen kan leiden. De migranten groepen in Nederland worden steeds groter, niet alleen door de instroom van nieuwe eerste generatie migranten, maar de aantallen tweede- en derde generatie migranten worden ook steeds groter. Zo is bijna de helft van de niet-westerse allochtonen in Nederland hier geboren. Van de Marokkanen in Nederland is meer dan de helft van de totale (Marokkaanse) bevolking tweede generatie en van de Turken zijn de eerste- en tweede generatie zo goed als even groot.⁸ Om conflicten op grote schaal te voorkomen zal er actie moeten worden

ondernomen om deze groepen te accommoderen binnen de Nederlandse- en andere westerse samenlevingen. Een belangrijk onderdeel hiervan, naast het verbeteren van de algeheel sociaaleconomische positie van de migranten, is het verbeteren van de relaties tussen de verschillende groepen. De media spelen een belangrijke rol bij de totstandkoming en de instandhouding van deze relaties.

We hebben dus gezien dat er veel onderzoek is gedaan naar moslims en de islam op verschillende vlakken. Al deze onderzoeken richten zich echter op moslims als zijnde een groep; weliswaar worden moslimgroepen van verschillende etniciteiten onderzocht en in kaart gebracht, maar ze hebben geen of weinig aandacht specifiek aan vrouwen besteed. Onderzoeken die zich wel specifiek richten op vrouwen is of gedaan onder vrouwen in hun geboortelanden (Göle, N. 1996) of richten zich op de beleving van de religie in een westers, vaak seculier land (Giry, S. 2006). De boerka en hoofddoek zijn ook veelvuldig onderwerp van onderzoek geweest (Leane, G. 2011) , (Göle, N. 1996). Ook weten we dat de media een belangrijke rol spelen in de beeldvorming en het gedrag van mensen. Dit onderzoek richt zich op de intergroepsrelaties tussen moslim vrouwen en de autochtone bevolking in Nederland en de rol die de media hierbij spelen.

Theorie

Er is al veel onderzoek gedaan naar intergroepsrelaties en er zijn veel theorieën die deze relaties proberen te verklaren en waar nodig naar oplossingen zoeken om problematische groepsrelaties te verbeteren. Een van de bekendste theorieën op dit gebied is de Sociale Identiteitstheorie (SIT), ontwikkeld door Tajfel en Turner in 1979. Onze sociale identiteit wordt bepaald door onszelf met anderen - individuen en groepen- te vergelijken. Niemand heeft een sociale identiteit want men behoort altijd tot meer dan een sociale groep. Voorbeelden hiervan zijn geslacht, etniciteit, opleidingsniveau, baan (of niet), vader, moeder, religie etc. De Sociale Identiteitstheorie (SIT) stelt dat wanneer een groep een lagere status heeft dan een vergelijkbare andere groep, dit leidt tot een negatieve sociale identiteit (Tajfel, H. & Turner, J. 1979). De SIT stelt verder dat individuen en groepen altijd zullen streven naar een positieve(re) sociale identiteit en geeft een aantal strategieën om deze positieve sociale identiteit te kunnen ontwikkelen. Deze strategieën kunnen op zowel individueel- als groepsniveau gehanteerd worden (Tajfel, H. & Turner, J. 1979). Zo kunnen individuen ervoor kiezen om hun huidige groep te verlaten en 'lid te worden' van een andere sociale groep. Tajfel en Turner noemen dit individuele mobiliteit. Sommige onderdelen van een sociale identiteit zijn echter makkelijker te veranderen dan andere. Zo kun je bijvoorbeeld wel je opleidingsniveau verhogen maar niet je etniciteit veranderen. Voor dit onderzoek is religie als (onderdeel van de) sociale identiteit van belang. Iemand kan zijn of haar religie veranderen, of zelfs helemaal opgeven, maar religie is voor veel mensen een wezenlijk onderdeel van niet alleen de sociale identiteit, maar ook van de individuele identiteit. Het is daarom erg onwaarschijnlijk dat mensen zich van hun religie afkeren ten gunste van een positievere sociale identiteit, juist omdat het zo'n belangrijk deel uitmaakt van die identiteit. Wanneer het opgeven van de religie geen optie is, is men aangewezen op andere strategieën om zijn of haar sociale identiteit positief te ontwikkelen.

Naast de individuele mobiliteit noemen Tajfel en Turner nog een tweede strategie: sociale creativiteit. Sociale creativiteit maakt dat de *ingroup* zichzelf op een andere, nieuwe dimensie vergelijkt met de *outgroup(s)* wanneer de vergelijking met de eerste of originele dimensie niet het gewenste resultaat, namelijk een positieve sociale identiteit, heeft gehad. Een ander aspect van sociale creativiteit is het toekennen van een positieve waarde aan wat voorheen als negatief werd gezien. Een bekend voorbeeld is de slogan '*Black is beautiful*' die in de jaren 60 van de vorige eeuw gebruikt werd door de zwarte bevolking in Amerika. Hierbij blijft het voorheen negatieve aspect - de donkere huidskleur - hetzelfde, maar wordt er een positieve waarde aan toegekend. Een derde

aspect van sociale creativiteit is het kiezen van een andere *outgroup* waarmee de eigen groep wordt vergeleken. Deze laatste kan ook op individueel niveau worden toegepast wanneer men zich vergelijkt met een lid van de eigen groep in plaats van met iemand uit de *outgroup* (Tajfel, H. & Turner, J. 1979). Tot slot noemen Tajfel en Turner nog de strategie van sociale competitie of concurrentie waarbij de *outgroup* de *ingroup* uitdaagt en pogingen onderneemt om zelf de dominante groep binnen de sociale orde te worden (Tajfel, H. & Turner, J. 1979). Deze laatste strategie zal niet in dit onderzoek worden meegenomen maar wordt hier alleen genoemd voor de volledigheid.

Onze sociale identiteit bestaat dus uit verschillende onderdelen en wordt gevormd in relatie met andere groepen. Zoals gezegd is er al veel onderzoek gedaan naar deze intergroepsrelaties op verschillende niveaus en in verschillende situaties. Dit onderzoek richt zich ook op deze relaties tussen groepen en kijkt specifiek naar de rol die metapercepties en reactieve identificatie spelen bij de totstandkoming van- en het in stand houden van de relaties tussen de groepen in kwestie.

Metapercepties zijn kort gezegd percepties waarvan wij denken dat iemand anders die over ons heeft. Een voorbeeld hiervan is dat ik als Nederlander denk dat een Amerikaan denkt dat ik (als Nederlander) tolerant ben wat betreft softdrugs gebruik. Onderzoek naar metapercepties toont aan dat mensen zich in grote mate gedragen naar deze metapercepties (Oldenhuis, H. 2007). Om bij het voorbeeld over softdrugs te blijven, zal ik me ten overstaan van een Amerikaan dus inderdaad tolerant(er) opstellen jegens softdrugs gebruik. Nu is tolerant zijn een positieve metaperceptie en mensen willen graag positief gezien en beoordeeld worden, dus is het logisch dat mensen zich naar positieve metapercepties gedragen. In hetzelfde onderzoek doet Oldenhuis ook onderzoek naar negatieve metapercepties en of mensen zich daar ook naar gaan gedragen. Hij zocht dit uit door middel van meerdere experimenten. Een daarvan vond plaats onder twee groepen psychologie studenten waarvan een groep door *business management* studenten beoordeeld werd als *soft* en meer geneigd om *soft* gedrag te vertonen, wat door de psychologie studenten als een negatief stereotype werd gezien, en een andere groep werd beoordeeld door studenten van technische opleidingen zonder enig stereotype. Na afloop bleek dat de psychologie studenten in de *soft* groep vaker voor zogenaamde *soft*e, dus makkelijker cursussen kozen dan de andere groep. Zelfs wanneer er dus sprake is van een negatieve metaperceptie gedragen mensen zich daar naar (Oldenhuis, H. 2007). Ander onderzoek naar metapercepties toont eveneens aan dat mensen zich gedragen naar zowel positieve als negatieve metapercepties. Kamans et al., hebben onderzoek gedaan onder Marokkaanse jongeren in Nederland tussen de 13 en 17 jaar en daaruit bleek dat wanneer de jongere een negatieve houding had ten opzichte van autochtone Nederlanders en hij of zij de metapercepties als persoonlijk opvatte, hij of zij zich ging gedragen naar het negatieve metastereotype (Kamans, E. et al., 2009). De meest voor de hand liggende verklaring volgens Oldenhuis is dat de psychologie studenten zich geprovoceerd voelen door het negatieve stereotype dat over hun groep heerst en zich als reactie daarop negatief gedragen. Kamans et al. stellen dat de jongeren zich conformeren naar het negatieve stereotype om zich (en hun groep) te differentiëren en distantiëren van de Nederlandse meerderheidsgroep. Deze differentiatie van de meerderheidsgroep dient tevens als strategie om een eigen positieve identiteit te creëren (Kamans, E. et al., 2009).

De moslim jongeren uit het onderzoek van Kamans et al. verkrijgen hun positieve sociale identiteit dus door zich te conformeren aan een negatieve metaperceptie waarmee ze verder af komen te staan van de Nederlandse samenleving. Dit proces van reactieve identificatie vindt plaats wanneer een minderheidsgroep zich afgewezen voelt door de maatschappij en zich als reactie op deze afwijzing richt op hun eigen groep om binnen hun eigen groep wel de erkenning en positieve identiteit te verkrijgen die ze van de maatschappij niet krijgen. Omdat moslims als gehele groep, maar ook moslim vrouwen in het bijzonder veelvuldig worden weggezet als 'anders' valt het in de lijn van

verwachting dat reactieve identificatie mogelijk een rol speelt als *coping* strategie (Maliapaard, M. & Gijsberts, M. 2012). Daarnaast is reactieve identificatie een vorm van verzet tegen de negatieve houdingen jegens een groep. Zo schrijven Buijs et al. over de discriminatie van moslim vrouwen op straat omdat zij een hoofddoek dragen. Ze worden uitgescholden en hebben te maken met 'hoofddoekje-trekken'. Dit leidt niet alleen tot angst, maar ook woede en veel meisjes reageren hierop door juist meer waarde te hechten aan het dragen van een hoofddoek (Buijs, F.J., et al., 2006).

Niet alleen in Nederland maar ook in andere Europese landen dragen meer moslims openlijk symbolen en kledij die wijzen op het islamitische geloof. Waar de eerste generatie veel symbolen en kledij verborgen of tot een minimum beperkte, zijn religieuze symbolen en uitingen via traditionele kleding veelvuldig waar te nemen bij de tweede en derde generatie migranten (Franz, B. 2007). Een vergelijkbare situatie doet zich voor in Frankrijk, maar volgens Franz is de re-islamisering in Frankrijk niet zo zeer religieus, als wel cultureel waarbij leden van deze groep zichzelf niet zien als Frans maar als moslim, in culturele zin. Voor deze groep is de islam meer een culturele dan een religieuze 'eigenschap' waardoor ze hun socio-economische achtergesteldheid zien als onderdeel van hun morele superioriteit (Franz, B. 2007). Hier herkennen we de positieve herwaardering van een voorheen negatief aspect als strategie om een positievere sociale identiteit te vervaardigen.

Reactieve identificatie komt dus voort uit gevoelens van afwijzing, achtergesteld zijn/worden, discriminatie etc. en komt het meest voor bij groepen met een lage(re) sociaaleconomische status (Brown, S. & Bean, F. 2006) maar is niet beperkt tot deze groep. Het zijn namelijk niet alleen mensen met een lage sociaaleconomische status die gediscrimineerd worden. Veel hoogopgeleide etnische minderheden ervaren evengoed discriminatie en uitsluiting. Vanuit de politiek wordt nieuwkomers gevraagd te integreren want integratie betekent meedoen en een goede integratie zou moeten leiden tot gelijke kansen. Het is echter wrang te moeten constateren dat wanneer mensen integreren, dat wil zeggen – ze beheersen de taal, worden (steeds) hoger opgeleid- dit de problemen met uitsluiting en discriminatie niet oplost. Buijs et al. noemen dit de 'integratieparadox'. 'Naarmate iemand meer gericht is op de autochtone samenleving en meer wil integreren, is hij of zij gevoeliger voor cultuurconflicten en verschijnselen van buitensluiting' (Buijs, F.J., et al., 2006). Wanneer iemand alles doet om te integreren en hij of zij wordt dan niet geaccepteerd door de samenleving dan zal die persoon zijn of haar erkenning en positieve sociale identiteit ergens anders aan moeten ontleen. De eigen etnische en/of religieuze groep is dan een voor de hand liggende keuze (Killian, C. 2007).

De derde deelvraag is: Op welke manier (in welke vorm) draagt de beeldvorming in de media bij aan het proces van reactieve identificatie onder moslim vrouwen?

"De mate waarin moslims zich in Nederland thuis voelen, hangt waarschijnlijk samen met de mate waarin zij ingebed zijn in sociale relaties in de Nederlandse context en de mate waarin zij zich als Nederlander geaccepteerd voelen" (Maliapaard, M. & Gijsberts, M. 2012). In de jaren 60 van de vorige eeuw kwamen er grote groepen gastarbeiders naar Nederland. De grootste groepen waren Turken, Marokkanen en Zuid-Europeanen. In dit onderzoek wordt alleen gekeken naar de eerste twee groepen. Van deze twee groepen zijn de Turken het meest op hun eigen groep gericht en voelen zich vooral Turks. Ze hebben minder vaak contacten buiten de eigen groep, maken vaak gebruik van media uit Turkije en houden zich weinig bezig met de Nederlandse politiek (Vliet van der, R. et al., 2012). Marokkanen zijn meer dan Turken betrokken bij Nederland en hebben meer contact met autochtonen, maar hierin is een dalende trend te ontdekken. Tussen 1994 en 2006 zijn de contacten binnen de eigen groep, zowel voor Turken als Marokkanen toegenomen. Opmerkelijk is hierbij te vermelden dat deze stijging onder tweede generatie migranten plaats heeft gevonden (Gijsberts, M. & Dagevos, J. 2009). Een mogelijke verklaring hiervoor is te vinden in wat met ketenmigratie noemt. Bij ketenmigratie vestigen nieuwkomers zich in de buurt van landgenoten, vrienden en familie.

Hierdoor blijven de bestaande groepen van etniciteiten in stand of worden hierdoor groter (Vliet van der, R. et al., 2012). Er kan echter sprake zijn van een vorm van reactieve identificatie omdat, zoals we al gezien hebben, in de periode van 1994 tot 2006 het integratiedebat en het publieke discours over moslims prominenter, heftiger en negatiever is geworden. Het is mogelijk dat door het negatievere debat er negatieve metapercepties ontstaan die het moeilijk(er) maken om contact te leggen met autochtonen waardoor men contacten binnen de eigen groep gaat zoeken.

De bijbehorende vierde deelvraag luidt dan ook als volgt: Welke rol speelt de beeldvorming bij het aangaan van relaties met niet moslims?

Wanneer we bovenstaande redenering volgen en wanneer relaties met autochtone Nederlanders een gunstige invloed hebben op de integratie, het meedoen in de samenleving etc., zouden moslims die relaties hebben met autochtonen, de beleving van de beeldvorming ook anders kunnen ervaren dan moslims die geen relaties hebben met autochtonen. Door de relaties die ze hebben met autochtonen zal het negatieve beeld in het publieke discours waarschijnlijk niet worden gezien als de mening van alle Nederlanders, maar slechts van een deel van de Nederlandse bevolking. Hierdoor zullen de moslim vrouwen de beeldvorming mogelijk beter kunnen plaatsen en het minder op zichzelf betrekken.

De hieruit voortvloeiende vijfde deelvraag: Welke rol spelen relaties met niet moslims op de beleving van de beeldvorming?

Methode van onderzoek

Vanwege de aard van de onderzoeksvraag is gekozen voor een kwalitatieve onderzoeksmethode. Het doel van dit onderzoek is te achterhalen wat voor gevoelens en gedachten het huidige publieke discours bij de respondenten oproept en hoe zij daar mee omgaan in hun sociale omgeving. Een ander doel van dit onderzoek was inzicht krijgen in de leefwereld van de respondenten. Zij wonen, werken en leven in Nederland, maar ervaren de Nederlandse samenleving anders dan autochtone Nederlanders. Dit onderzoek, de opzet en de vraagstelling zijn opgesteld om vanuit het perspectief van moslim vrouwen naar de Nederlandse media en samenleving te kijken. Om dit perspectief duidelijk te krijgen zijn er open vragen nodig die de ruimte geven aan de respondenten om hun gedachten en gevoelens vrij te kunnen uiten. Er is daarom gekozen diepte interviews af te nemen. Deze interviews zijn afgenomen met een vooraf, op de theorie gebaseerde vragenlijst. De belangrijkste thema's van de vragenlijst waren de media, de islam, contact met niet moslims en hoe de respondenten dachten dat zij gezien werden door niet moslims.

Ik heb negen gesprekken gevoerd met in totaal 14 respondenten. Van deze gesprekken waren er vijf 1 op 1, drie met twee respondenten- en een met drie respondenten tegelijk. Hier zijn verschillende redenen voor. De eerste, meest eenvoudige reden is het feit dat er op sommige dagen en/of tijdstippen maar ruimte was voor een respondent, of dat er op dat moment gewoonweg niet meer respondenten waren. Aan de andere kant veranderden sommige interviews, die in eerste instantie gepland stonden als 1 op 1, plotseling in groepsgesprekken omdat de respondent (in een geval vijf minuten voor aanvang van het interview) nog andere vrouwen had 'gevonden' die mee wilden doen. De ervaring leerde dat de groepsgesprekken de voorkeur kregen. De belangrijkste reden hiervoor is dat bij de groepsgesprekken meer informatie naar boven kwam omdat de respondenten ook met elkaar in gesprek gingen. De 1 op 1 interviews gaven weliswaar voldoende informatie, alle vragen van de vragenlijst werden gesteld en beantwoord, maar wanneer de respondenten met elkaar in gesprek gingen – en de onderzoeker even 'vergat' – werd er dieper op bepaalde zaken ingegaan omdat de respondenten elkaar onderling ook gingen bevragen en op die manier gedwongen werden om dieper na te denken over- en meer te beargumenteren, ook naar elkaar toe, waarom ze de dingen doen die ze doen. Daarnaast werden persoonlijke vragen makkelijker beantwoord, mogelijk omdat ze in vertrouwd gezelschap waren en niet alleen met een vreemde, autochtone onderzoekster. Op de rol van de onderzoeker wordt in de volgende paragraaf dieper ingegaan.

Deze gesprekken zijn opgenomen met mijn iPhone, overgezet op mijn laptop en vervolgens getranscribeerd en gecodeerd. Het coderen van de interviews is met behulp van het programma QSR NVivo 10 gedaan. De negen gesprekken zijn verspreid over een periode van ongeveer vier weken gevoerd. De tijd tussen de interviews door werd gebruikt voor het transcriberen, coderen en analyseren van de eerder afgenomen interviews. Deze afwisseling tussen het verzamelen en analyseren van de data zorgde ervoor dat waarnemingen in de eerder afgenomen interviews vergeleken konden worden met die van de latere interviews. Deze waarnemingen werden in de latere interviews gerepliceerd en hiermee is de betrouwbaarheid van het onderzoek, namelijk de afwezigheid van toevallige fouten, gewaarborgd. Dit proces van afwisseling maakte het tevens mogelijk om de verkregen informatie vanuit - en tussentijdse conclusies op basis - van eerder afgenomen interviews voor te leggen aan de respondenten in latere interviews. Door deze uitspraken en tussentijdse conclusies voor te leggen aan de respondenten in latere interviews, die deze ook beaamden, is ook de validiteit van dit onderzoek gewaarborgd.

Na de gesprekken met de eerste zeven respondenten heb ik samen met mijn begeleidster, Dr. Mieke Maliepaard, gekeken naar de vragenlijst en een tweetal representatieve, getranscribeerde interviews om te kijken of ik met deze vragenlijst voldoende informatie verzameld had of dat de vragenlijst nog

gewijzigd moest worden. Op basis van dit gesprek is er een kleine aanpassing in de vragenlijst gemaakt. Zie appendix voor de vragenlijst.

Naast deze aanpassing kwamen er vanaf de kant van de respondenten ook enkele thema's naar boven die in latere interviews zijn meegenomen. De belangrijkste hiervan zijn de ongelijke behandeling van de islam en moslims in de media, onvolledige- en verkeerde berichtgeving in de media en tot slot het ontbreken van goede rolmodellen voor moslim vrouwen in de media. Deze thema's kwamen in de originele vragenlijst niet voor, maar zijn door verschillende respondenten in verschillende interviews naar voren gebracht. Deze drie thema's zullen in het hoofdstuk 'Resultaten' dan ook worden besproken.

Rol als onderzoeker

Tijdens dit onderzoek werd ik me voor het eerst bewust van mijn eigen etniciteit. Met name tijdens de groeps gesprekken die allemaal bij een van de respondenten thuis zijn gevoerd werd dit bewustzijn sterker. Ik ben een lange, blonde, atheïstische Nederlandse vrouw met lichte ogen en in de intieme setting van de verschillende woonkamers waarin ik uitermate vriendelijk werd ontvangen, was ik de etnische minderheid.

Dit gevoel werd sterker naar mate de interviews vorderden en ik bij het gedeelte van de vragenlijst kwam waar meer persoonlijk en intiemere vragen gesteld werden. Met name wanneer het ging over hun gevoelens naar aanleiding van de berichtgeving en hoe zij zich voelden in en ten opzichte van hun autochtone sociale omgeving. Ik dacht te merken dat een aantal respondenten in eerste instantie wat terughoudend was, dat ze ondanks de toelichting op mijn onderzoek voor de interviews, nog steeds niet zeker waren van mijn intenties, maar gaandeweg vertelden ze me steeds meer en was ik niet langer een vreemde, maar een oprecht geïnteresseerde met wie zij graag hun meningen, kennis en overtuigingen wilden delen. Een van de respondenten heeft mij na het interview nog een stapel literatuur meegegeven over de islam die ik zeker zal gaan lezen.

Deze gevoelens en mijn eigen metapercepties hebben de loop van een aantal interviews echter wel beïnvloed. De weerstand die ik voelde, of dacht te voelen, bij het begin van een aantal interviews heeft mij ertoe doen besluiten om vrij vroeg het onderwerp van Geert Wilders aan te snijden, wat mijzelf de gelegenheid gaf om duidelijk te maken dat ik geen aanhanger van hem ben. Dit had aan de ene kant het gewenste effect, ik merkte een duidelijke ontspanning bij de twee respondenten in kwestie, maar aan de andere kant was het lastig om het gesprek breder te trekken dan Wilders. Hoewel hij in veel interviews genoemd wordt, is mijn onderzoek er geen een naar Geert Wilders. Deze tactiek, snel mijn persoonlijke politieke mening laten gelden, heb ik in slechts twee interviews, aan het begin van mijn veldonderzoek gebruikt. In latere interviews heb ik ervoor gekozen om mijn onderzoek en het doel van mijn onderzoek voor zichzelf te laten spreken, dat mijn vragen en de manier van vragen duidelijk maakten waar ik precies mee bezig was genoeg zeiden over mijzelf als persoon, maar ook over mijn integriteit als onderzoeker. Op deze manier verliepen de interviews beter, en werd Geert Wilders nog wel door mij, en ook door de respondenten 'ter illustratie' of als voorbeeld gebruikt, maar niet meer als onderwerp van de interviews.

Ondanks deze twee ietwat gekleurde interviews werden de resultaten van deze interviews wel gestaafd door de respondenten in latere interviews en doen dus niets af aan de validiteit van dit onderzoek.

(Het werven van) de respondenten

Het vinden van respondenten was een uitdaging omdat ik weinig moslim vrouwen in mijn sociale netwerk heb. Ik heb in eerste instantie vrouwen op mijn toenmalige werk en een medestudente

gevraagd om mee te doen. Van deze vrouwen hebben er drie meegedaan aan mijn onderzoek. De rest van de respondenten heb ik niet direct benaderd, maar met hen ben ik via de zogenaamde sneeuwbalmethode mee in contact gekomen. Twee respondenten hebben in hun eigen sociale netwerk gezocht naar vrouwen die mee wilden doen en zo groeide het aantal respondenten gestaag. Ik heb tevens een aantal organisaties aangeschreven. Een van deze organisaties is Women Inc. en zij hebben mij in contact gebracht met een moslim vrouw in hun netwerk. Via die weg heb ik ook nog drie respondenten gevonden. Een andere (niet moslim) medestudente heeft mij in contact gebracht met een collega van haar die ook mee wilde doen. Een collega heeft mij in contact gebracht met een vriendin van haar en zij heeft samen met twee van haar vriendinnen ook meegedaan aan het onderzoek. Met het overgrote deel van de respondenten ben ik dus 'via via' mee in contact gekomen.

De respondenten moesten aan twee voorwaarden voldoen om mee te kunnen doen aan dit onderzoek. Ze moesten moslim zijn en de westerse media volgen. Dit mochten Nederlandse, maar ook buitenlandse westerse media, nieuwsmedia en entertainmentmedia zijn. Een bepaalde etniciteit hebben, was geen voorwaarde om wel of niet mee te kunnen doen aan het onderzoek. Ik heb zelfs bewust geprobeerd een zo groot mogelijke diversiteit aan etniciteit na te streven. Dit is gedeeltelijk gelukt. De vrouwen die aan dit onderzoek hebben meegedaan komen van verschillende etnische achtergronden, negen Marokkaanse-, vier Turkse vrouwen en een Afghaanse vrouw. Van deze veertien vrouwen droegen vijf vrouwen een hoofddoek. Van deze vrouwen waren vier Marokkaans en een Turks. Ik wilde niet alleen een diversiteit in etniciteit, maar ook in leeftijd, opleidingsniveau etc.

De leeftijd van de respondenten loopt uiteen van 21 tot 49 jaar. De grootste groep, met acht respondenten is die in de leeftijdscategorie 20-29. De tweede groep, met daarin vier respondenten is de leeftijdscategorie 40-49. De veruit kleinste groep met twee respondenten is de leeftijdscategorie 30-39. Al deze vrouwen zijn of in Nederland geboren of op jonge leeftijd naar Nederland gekomen met uitzondering van een, zij was 18 jaar toen zij naar Nederland kwam. Zij is inmiddels 22 jaar in Nederland. De vrouwen wonen in verschillende steden, gelegen in verschillende provincies. De vrouwen verschillen verder in opleidingsniveau. Van de 14 respondenten zijn er zeven hoger opgeleid, HBO of universiteit. De laagst genoten opleiding is de middelbare school (twee vrouwen). Van de overige vrouwen is hun opleiding niet ter sprake gekomen, maar zij zijn werkzaam in banen op MBO niveau.

Resultaten

In dit hoofdstuk zullen de resultaten per thema besproken worden. Om deze resultaten in een goede context te kunnen plaatsen, zal eerst de betekenis van de islam voor de respondenten besproken worden. Vervolgens komen de media aan bod. In deze paragraaf wordt gekeken naar welke media de vrouwen volgen, wat zij van de berichtgeving vinden, alsook een drietal thema's die door de respondenten zelf naar voren zijn gebracht. Deze thema's zijn de ongelijke behandeling van de islam en moslims in de media, onvolledige- en verkeerde berichtgeving in de media en tot slot het ontbreken van goede rolmodellen voor moslim vrouwen in de media. Hierna volgt de paragraaf 'Spanningen & Verantwoording' waarin de vrouwen vertellen hoe zij de Nederlandse samenleving ervaren en hoe zij geacht worden verantwoording af te leggen voor wat andere moslims doen. In dit hoofdstuk worden ook de metapercepties besproken die de vrouwen hebben en hoe zij daarmee omgaan. In de laatste paragraaf wordt gekeken naar de contacten die de vrouwen hebben met Nederlanders en of er sprake is van reactieve identificatie.

Betekenis van de islam

Onze sociale identiteit bestaat, zoals gezegd, uit meerdere onderdelen. Niemand behoort tot maar een enkele sociale groep. Aan deze verschillende onderdelen hechten we, afhankelijk van de situatie op dat moment, meer of minder waarde. De *salient identity* van een persoon komt naar voren wanneer een specifiek onderdeel van zijn of haar identiteit wordt aangesproken of 'geactiveerd'. Of een onderdeel daadwerkelijk de *salient identity* wordt hangt dus af van het belang dat de persoon hecht aan dat onderdeel. Denk bijvoorbeeld aan een reclamecampagne specifiek gericht op vrouwen. Bij het zien van zo'n campagne wordt een bepaald onderdeel van de identiteit, in dit geval het 'vrouw zijn', geactiveerd en wordt dat, voor vrouwen wiens gender belangrijk is, op dat moment de *salient identity*. Deze *salient identity* is belangrijk om erachter te komen waarom iemand in een bepaalde situatie op een manier reageert terwijl een ander in dezelfde situatie anders of helemaal niet reageert. Voor deze scriptie staan twee onderdelen van de sociale identiteit van de onderzochte groep centraal, namelijk hun vrouw zijn en hun geloof, de islam. Om erachter te komen hoe de vrouwen de beeldvorming over moslims in het algemeen en moslim vrouwen in het bijzonder ervaren, is het belangrijk te weten hoe belangrijk deze twee onderdelen van de identiteit zijn voor deze vrouwen. Wanneer het geloof voor een persoon niet erg belangrijk is, zal de berichtgeving over (leden van) dat geloof minder gevoelens oproepen dan bij iemand voor wie het geloof wel belangrijk is.

We hebben eerder al gezien dat het geloof naast een belangrijk onderdeel van de sociale identiteit ook voor het individu erg belangrijk kan zijn. Als onderdeel van de sociale identiteit zorgt het geloof voor een gevoel van verbondenheid met gelijkgestemden en voor het individu is het geloof een manier van leven waarbij het geloof houvast en steun kan bieden in moeilijke perioden. Dit zijn slechts enkele voorbeelden van het belang van het geloof voor mensen. Het is dus erg onwaarschijnlijk dat mensen hun geloof opgeven of veranderen ten gunste van een positievere sociale identiteit, juist omdat het geloof een constante is in het leven van mensen. Dit blijkt ook uit de antwoorden die de respondenten geven op de vraag wat de islam voor hen betekent.

Alle vrouwen zijn islamitisch opgevoed en zien zichzelf als islamitisch. De islam is voor iedere vrouw een belangrijk onderdeel van hun leven, maar de beleving van de islam is voor elke vrouw verschillend. Voor sommige vrouwen is de islam onderdeel van hun opvoeding en zijn gebruiken en feestdagen een traditie geworden. Zo geeft Samira (26) aan zichzelf wel als islamitisch te zien en tegelijkertijd vraagt zij zich af welke plaats de islam als religie in haar leven heeft. Zo geeft zij het voorbeeld dat vaak wanneer zij ergens naar binnen gaat bepaalde teksten reciteert, maar zij geeft aan niet te weten of dit uit gewoonte is of dat zij er rust door ervaart. Hoe belangrijk de islam voor een andere vrouw is wordt duidelijk uit het volgende citaat:

"Voor mij is het geloof echt mijn zingeving. Mijn steun, mijn krachtbron. Daar haal ik inderdaad mijn steun en kracht vandaan. Als dat er niet meer is, dan valt gewoon bijna mijn hele leven weg." – Ines, 24 jaar

Rust, steun en kracht zijn veelgenoemde begrippen als antwoord op de vraag wat de islam voor de respondenten betekent. Hakima (40) onderschrijft het bovenstaande citaat met het voorbeeld dat zij op de islam en Allah vertrouwt wanneer zij in een lastige situatie zit of moeilijke tijden doormaakt. De islam helpt haar door die moeilijkheden heen te komen omdat de islam haar helpt de juiste keuzes te maken. Deze verschillen in beleving van de islam zijn niet toe te schrijven aan etniciteit, leeftijd of andere factoren. Zo zijn de drie bovenstaande voorbeelden gegeven door drie verschillende vrouwen met dezelfde etniciteit en twee van hen schelen slechts drie jaar in leeftijd en hebben hetzelfde opleidingsniveau.

Het overgrote deel van de vrouwen leeft volgens de regels van de islam en daarmee dringt de islam door in vrijwel elk onderdeel van het leven van deze vrouwen. De islam helpt de vrouwen bij het maken van keuzes, de islam schrijft hen voor hoe in bepaalde situaties te handelen, op welke manier ze zich zouden moeten gedragen. Hiervan worden voorbeelden gegeven als 'je mag niet liegen, niet roddelen, etc.' Zelfs voor de vrouwen die niet op deze manier (heel) bewust bezig zijn met de islam worden er nog door beïnvloed. Hiermee is de islam een zeer belangrijk en wezenlijk onderdeel van niet alleen de sociale, maar ook de individuele identiteit van deze vrouwen. Voor één vrouw zijn de islam en Allah het belangrijkste in haar leven.

"Voor mij staat Allah en de islam op een. Dan komen mijn ouders en mijn man. Allah staat boven alles en iedereen." Ouaffa – 21 jaar

We zien dus dat de islam op verschillende manieren een grote rol speelt in het leven van deze vrouwen. Wanneer zo'n groot en wezenlijk onderdeel van je (sociale) identiteit veel negatieve aandacht krijgt, leidt dat tot gevoelens van frustratie en boosheid. Hier zal in een later hoofdstuk dieper op in gegaan worden.

Media

Om erachter te komen of de media invloed hebben op hoe de moslim vrouwen de Nederlandse samenleving zien en of zij denken dat de media een accuraat beeld geven van hoe Nederlanders over moslim vrouwen denken is het om te beginnen belangrijk te weten welke media de respondenten volgen.

Nagenoeg alle respondenten zeiden het nieuws te volgen. Veel respondenten lezen de kranten, kijken (af en toe) het journaal en met name de jongere respondenten tussen de 21 en 30 jaar hebben op hun *smartphones* een of meer nieuws apps die ze gebruiken om op de hoogte te blijven van het laatste nieuws. In deze laatste groep zeggen meerdere respondenten tevens geabonneerd te zijn op bepaalde pagina's op Facebook waar ze ook geregeld berichten op terug zien. Zoals al eerder is gezegd, zijn politiek en media moeilijk los van elkaar te zien omdat deze twee elkaar gebruiken en dus in elkaar overlopen. In de media is er veel aandacht voor de islam en moslims en ook in de politiek staan deze onderwerpen hoog op de agenda. Tussen de media en de politiek is tevens sprake van een wisselwerking. Zo worden bepaalde berichten besproken in bijvoorbeeld de Tweede Kamer en andersom komen bepaalde beleidsmaatregelen en uitspraken vanuit de politiek weer in de media. Ook in de interviews werd dit duidelijk wanneer respondenten het hadden over uitlatingen van Wilders die vervolgens breed werden uitgemeten in de kranten en in het journaal. Daarnaast geeft het overgrote deel van de respondenten aan de politiek alleen te volgen via de media. Om deze reden zal ook het politieke debat in dit hoofdstuk worden behandeld. De media die in dit onderzoek worden meegenomen zijn zoals gezegd niet uitsluitend nieuwsmedia, ook over entertainmentmedia is gesproken, denk hierbij aan films en series.

Tijdens het afnemen van de interviews is een scheiding gemaakt tussen de beeldvorming over de islam en moslims in het algemeen en moslim vrouwen in het bijzonder. Deze scheiding borduurt voort op de eerder genoemde verschillende onderdelen van de sociale identiteit. De sociale identiteit van de respondenten bestaat dus voor een deel uit islamitisch- en voor een andere deel uit vrouw zijn. Het is van belang te weten welk deel van hun identiteit naar aanleiding van de berichtgeving geactiveerd wordt, dus wat op dat moment hun *salient identity* is. Eerst zullen de resultaten over de islam en moslims in het algemeen besproken worden.

Op de vraag hoe de vrouwen de beeldvorming over de islam in het algemeen ervaren zijn ze unaniem in hun oordeel dat de berichtgeving te negatief is. De media richten zich volgens hen alleen op extreme gevallen waardoor het beeld ontstaat dat de islam een gewelddadige religie zou zijn. De

respondenten vinden dat de nieuwsmedia alle moslims over een kam scheren. Dit beeld is volgens de respondenten versterkt sinds de aanslagen van 11 september 2001 en ook de opkomst van Wilders heeft hieraan bijgedragen. Ze vinden de berichtgeving en de uitlatingen van Wilders kwetsend, ongenueanceerd en ze herkennen 'hun' islam niet in hoe deze wordt neergezet door de media en politici. Hun islam is "vrede, vrede tussen alle mensen". Over de moslims die in het nieuws komen naar aanleiding van geweldplegingen, aanslagen en dergelijke wordt het volgende gezegd:

"[...] juist als ze (de daders) de islam zouden naleven, zou er vrede zijn in hun harten en in hun gedragingen, dan zouden ze dat soort dingen niet doen, [...]" – Ines, 24 jaar

Wanneer zij naar de berichtgeving kijken en naar de algehele toon van het publieke debat luisteren, zien en horen zij van alle kanten dat er iets mis is met de islam, de islamitische cultuur en in het verlengde daarvan met moslims. De vrouwen die ik heb gesproken vinden tevens dat er sprake is van een ongelijke behandeling in de media. Wanneer er een misdaad is gepleegd door een moslim wordt het feit dat die persoon een moslim is erg uitvergroot, maar wanneer een autochtoon een misdaad heeft gepleegd, wordt er niets gezegd over zijn afkomst. Een ander voorbeeld dat wordt gegeven is de berichtgeving uit conflictgebieden. Wanneer een moslim een 'verzetsdaad' pleegt is hij een terrorist, maar wanneer er over een niet moslim wordt bericht is hij of soldaat of iemand uit het verzet. De respondenten zien hun geloof, hun cultuur op verschillende manieren aangevallen en neergezet worden op een manier die niet overeenkomt met hoe zij hun geloof beleven.

Een belangrijk punt dat door de vrouwen zelf naar voren werd gebracht, is dat de media volgens de respondenten te weinig achtergrond informatie verzamelen en als gevolg daarvan zelf slecht of onvolledig geïnformeerd te werk gaan. Een voorbeeld hiervan is een fragment van een Turkse film die werd uitgezonden in het programma 'Nieuwsuur'. De vertaling die werd uitgezonden luidde als volgt: 'in naam van Allah winnen we van de christenen'. De eigenlijke vertaling is echter een stuk minder dreigend: 'in naam van Allah zullen jullie sommige problemen overwinnen'.⁹ Dit soort dingen, die volgens de respondenten vaker voorkomen, zorgen ervoor dat de respondenten vaker alternatieve (nieuws)bronnen zoeken om informatie te krijgen. Er zitten vaak (grote) verschillen in de berichtgeving van de *mainstream* media en deze alternatieven. Dit zorgt ervoor dat de respondenten vaak niet meer weten wat nu de feiten zijn en wat ze moeten geloven. De respondenten geven aan dat hierdoor hun vertrouwen in de *mainstream* media steeds minder wordt.

Via de alternatieve bronnen krijgen zij niet alleen andere informatie over bepaalde gebeurtenissen, maar deze bronnen doen ook een boekje open over de werkwijze van de media. Waar de verkeerde vertaling nog werd gezien als een ongelukkige fout, die weliswaar voorkomen had kunnen worden, geven zij aan dat een bepaald programma een oproep had gedaan aan mensen die negatief tegenover de islam stonden om mee te doen aan dat programma. Een verklaring voor de zoektocht naar deze doelgroep kan natuurlijk zijn meer inzicht te krijgen in deze groep, of een dialoog op gang te brengen tussen verschillende groepen, maar de respondenten zagen dit als een manier om extra aandacht te vestigen op het negatieve, huidige beeld van de islam. Volgens hen zijn de media bewust op zoek naar dit soort berichten en dit soort mensen omdat dit soort berichtgeving kijkers en lezers trekt. De media zijn dus niet op zoek naar de waarheid en zijn niet geïnteresseerd in een objectieve presentatie van feiten, maar naar sensatie.

Over de beeldvorming over islamitische vrouwen is nagenoeg iedereen het erover eens dat ook die te negatief is. Slechts een respondent vond dat over moslim vrouwen wel positieve berichten in de media komen. Zo noemde Hakima het voorbeeld dat jonge moslim vrouwen steeds vaker het hoger onderwijs weten te vinden en dat zij het daar beter doen dan de jongens. Zij vond ook dat er wel representatieve moslim vrouwen bij bijvoorbeeld praatprogramma's etc. aanschoven. Deze mening

wordt door de overige dertien vrouwen daarentegen niet gedeeld. Een aantal respondenten is van mening dat er voornamelijk over moslim vrouwen wordt gepraat in plaats van met moslim vrouwen. En wanneer er dan wel moslim vrouwen aan het woord komen, vinden ze dat deze vrouwen geen goed beeld geven van de islam en ook niet van de islamitische vrouw. Zo zijn de meeste respondenten van mening dat er in de praatprogramma's twee typen (ex) moslim vrouwen worden uitgenodigd. De 'vrijgevochten, van haar onderdrukkende islamitische cultuur bevrijde' vrouw tegenover de van top tot teen bedekte extreme moslima. Het is bijzonder op te merken dat deze twee verschillende typen bij de respondenten hetzelfde beeld oproepen, namelijk dat van een vrouw die gered moet worden. Een respondent zegt hier zeer beeldend het volgende over:

"Ze worden onderdrukt en ze zijn zo zielig omdat ze een hoofddoek dragen. Ze moet in bikini lopen en een Nederlandse griet worden. Dus eigenlijk gaan ze twee uitersten maken. Aan de ene kant is iemand die helemaal bedekt is en aan de andere kant is de Nederlandse vrouw die naakt is [...] Zeg maar Fatima tegenover Barbie van Oh oh Cherso." – Rasa, 27 jaar

Aan de bevrijde moslima wordt volgens de respondenten echt een 'podium' gegeven om te laten zien hoe fijn het is nu zij is bevrijd van haar cultuur terwijl de bedekte moslima voornamelijk als illustratie van de onderdrukkende islamitische cultuur wordt gebruikt. Het merendeel van de vrouwen die ik heb gesproken vind het niet alleen jammer dat alleen dit type vrouwen aan het woord komen, maar ze vinden het ook nog eens kwalijk dat wanneer er dan iemand zit die de islam – volgens hen – goed uit kan leggen, diegene maar heel weinig spreektijd krijgt. Hiermee komen we aan op een ander punt dat door de respondenten zelf naar voren werd gebracht, namelijk het gebrek aan rolmodellen voor moslim vrouwen. Niet alleen in de nieuwsmedia en praatprogramma's maar ook in de entertainmentmedia zijn er weinig moslim vrouwen te zien die een voorbeeldrol kunnen hebben voor (jonge) moslima's.

Zo vertelt een andere respondente dat zij vroeger naar heel veel series keek maar sinds een paar jaar is zij zich er van bewust geworden dat het beeld dat in die series wordt neergezet volgens haar niet goed is, zowel de islam als de vrouw worden in die series volgens deze respondente heel verkeerd neergezet. Het bijzondere is echter dat zij het in dit voorbeeld niet alleen over Amerikaanse of andere westerse series heeft, maar ook over Turkse series.

"Ik kan je zoveel voorbeelden geven waar zowel de islam als de vrouw worden vernederd. Dat verschilt bijna niet van Amerikaanse series. Daar ben ik ook heel erg anti van, dus daarom kijk ik ook heel veel series niet meer. [...] En ja, wat gebeurt er dan? En dan heb je inderdaad een generatie die anti-islam of anti-multiculturalisme is." – Tamar, 23 jaar

Het beeld van de moslim vrouw dat volgens de respondenten in zowel de nieuwsmedia als in de entertainmentmedia wordt neergezet, is er een van onderdrukking, niet (hoog) opgeleid en een huisvrouw. Voor mijn respondenten, die nagenoeg allemaal buitenshuis werken en van wie de meerderheid hoog opgeleid is, is dit een wrange conclusie die zij moeten trekken. Alle respondenten vinden dat dit beeld veranderd moet worden. Op de vraag hoe de respondenten zelf kunnen bijdragen aan een verandering van dit beeld bleven veel van hen echter een antwoord schuldig. Zij proberen in hun eigen omgeving het beeld te veranderen, bijvoorbeeld door het beantwoorden van vragen of uitleg te geven over de islam en bepaalde gebruiken, maar zij voelen zich niet opgewassen tegen de invloed van de media en politiek op de autochtone bevolking. De respondenten leggen hier, bij de media en de politiek, dan ook de verantwoordelijkheid neer voor het ombuigen van dit verkeerde beeld dat is ontstaan. Veel respondenten hebben aan den lijve ondervonden hoe de media de autochtone bevolking beïnvloeden (hier wordt in het volgende hoofdstuk dieper op ingegaan) en

zouden dan ook graag zien dat de media ook positieve berichten plaatsen en goede rolmodellen laten zien.

Op de vraag hoe de vrouwen zich voelen wanneer zij deze berichten lezen en zien werden de woorden 'gekwetst', 'boos', 'verdrietig' en 'gefrustreerd' zonder uitzondering door alle respondenten genoemd. Ze voelen zich gekwetst omdat zij over een kam geschoren worden met mensen die volgens de respondenten de naam moslim niet waardig zijn. Zij zijn boos omdat de media volgens hen weinig tot geen onderscheid maken tussen goede moslims en de foute moslims, terwijl het alleen de foute moslims zijn die het nieuws halen. Zij voelen zich verdrietig omdat datgene wat hen kracht, steun en troost biedt, namelijk de islam, continu verkeerd wordt begrepen, zowel door de 'foute' moslims als door de media die over deze foute moslims berichten.

"Als ik bijvoorbeeld naar mijn werk ga, eerst nog even de krant lezen van 'zit daar nog iets in over moslims'. Ja, als je dan toch weer iets hoort... Ja dat geeft je toch wel een dreun hoor." –Hakima, 40 jaar

Tot slot zijn ze gefrustreerd omdat ze ondanks hun beste bedoelingen en hun participatie in de Nederlandse samenleving, in de vorm van een opleiding en/of een baan, altijd het stigma van een foute moslim met zich meedragen. Wat zij ook doen, zij moeten altijd verantwoording afleggen over wat de foute moslims hebben gedaan. Dit zal verder worden besproken in het volgende hoofdstuk.

Uit de antwoorden die de vrouwen geven wordt duidelijk dat wanneer zij naar de media kijken en luisteren, zowel de nieuws- als de entertainmentmedia, zij zich naar aanleiding van de berichtgeving meer identificeren als moslim dan als moslim vrouw. Ook wanneer de berichtgeving over moslim vrouwen werd besproken, gaven de respondenten aan dat deze vrouwen een verkeerd beeld gaven van de islam.

"Dat een vrouw die een zo'n nare ervaring heeft meegemaakt en die persoon geeft dan de islam de schuld. [...]Maar die vrouw heeft een ervaring meegemaakt of weet ik veel meer, maar die wijt het dan aan de islam, terwijl dat niet zo hoort te zijn, dat is niet de bedoeling, dat ligt dan aan andere dingen, maar de islam wordt dan helemaal in het negatieve gezet zeg maar." –Ines, 24 jaar

Spanningen & Verantwoording

De media hebben niet alleen invloed op de moslim vrouwen, maar ook op de autochtone bevolking. We weten uit eerder onderzoek dat de autochtone bevolking meer etnische dreiging ervaart wanneer zij de media volgen (Oldenhuis, H. 2007). De respondenten ervaren dit ook in de vorm van spanningen in de samenleving die zich op verschillende manieren uiten. Een aantal vrouwen zegt rare blikken te krijgen wanneer zij over straat lopen, ze worden niet (meer) begroet en ze merken het ook in reacties die zij krijgen in gesprekken met autochtone Nederlanders.

"Het is niet wat ze zeggen, maar je voelt dat wel." – Belen, 41 jaar

Deze vrouw licht dat verder toe met de verandering in de reacties die zij krijgt als zij vertelt dat zij (al 20 jaar) een eigen zaak heeft. Zij kreeg vroeger leukere reacties op het hebben van een eigen zaak dan nu. Zo zegt ze dat de reacties nu vooral een toon van verbazing meedragen waarin zij de verborgen vraag - 'waar doet ze het van?' - terug hoort komen.

Op een enkele respondent na voelen veel vrouwen deze spanningen en merken zij dat deze toenemen wanneer moslims negatief in het nieuws komen. Veel vrouwen noemen 11 september, de opkomst van Geert Wilders en de moord op Theo van Gogh als momenten waarop de samenleving naar hen toe onvriendelijker en agressiever werd. De respondenten hadden voor deze gebeurtenissen weinig tot geen negatieve ervaringen. De eerste gedachte die bij veel vrouwen opkomt wanneer er iets is

gebeurd is 'laat het alsjeblieft geen moslim zijn.' De vrouwen merken namelijk bij elke grote gebeurtenis waar een moslim bij betrokken is, dat de samenleving zich harder en negatiever opstelt tegenover moslims.

"Nou ja, met 9/11 toen weet je nog? Nou er was echt niemand die je aankeek of hallo zegt of gedag, weet je wel. Dat was echt heel heftig. Dat merk je wel. Dat er toch spanningen zijn. Mensen kijken je niet graag aan, vooral als ze zien dat je een hoofddoekje om hebt als moslima. Dat is meteen wegdraaien ook, niet elkaar normaal groeten en... Ook in winkels. Personeel soms, dat merk je gewoon." –Hakima, 40 jaar

Een van de respondenten zegt echter dat zij voor al deze gebeurtenissen al een gevoel had anders te zijn en anders behandeld te worden. Zij zegt dat zij op de basisschool al raar werd aangekeken. Dit begon al met het feit dat zij het enige Marokkaanse meisje in de klas was. Dit verschil werd groter toen zij ook een hoofddoek begon te dragen en sindsdien voelt zij zich al helemaal niet meer thuis in Nederland. Zij zegt tevens te gaan emigreren zodra zij de kans krijgt. Dit sentiment wordt niet gedeeld door de andere respondenten. Hoewel zij bijna allemaal over dezelfde spanningen en negatieve reacties spreken, zijn zij tevreden over hun leven in Nederland en verzetten zij zich tegen het negatieve beeld dat is ontstaan over moslims en de moslim vrouw.

Wanneer er gevraagd wordt naar het beeld dat de Nederlanders over moslim vrouwen hebben, komen alle vrouwen met dezelfde antwoorden, namelijk dat moslim vrouwen – met name zij die een hoofddoek en/of andere traditionele kleding dragen – onderdrukt worden, geen eigen mening hebben, 'het slaafje van hun man, vader en broer(s) zijn', dat ze niet ontwikkeld is, dat ze thuis moet blijven en voor de kinderen moet zorgen. Dit sluit niet aan bij hoe de vrouwen zichzelf zien.

Waar de theorie zegt dat mensen zich conformeren naar deze metapercepties (Oldenhuis, H. 2007) (Kamans et al., 2009), zeggen de vrouwen allemaal dit beeld recht te willen zetten. Deze theorie is dus niet relevant voor deze groep want zij verzetten zich juist tegen de metapercepties. Een aantal respondenten is inmiddels wel zo moe gestreden dat zij zich hier alleen nog tegen verzetten bij vrienden of familie, maar tegenover de maatschappij als geheel hebben zij een houding van 'het is zoals het is.' Dit beeld rechtzetten doen zij door vragen te beantwoorden die zij krijgen van bijvoorbeeld vrienden, collega's en zelfs familie. Twee respondenten zijn met een Nederlandse man getrouwd wiens familie niet moslim is. Zij krijgen veel vragen van deze Nederlandse familieleden.

Deze vragen worden afhankelijk van wie ze stelt en hoe ze gesteld worden graag beantwoord. Veel respondenten geven aan het leuk te vinden en te waarderen wanneer er vragen worden gesteld door mensen die een oprechte interesse tonen in de gebruiken van de cultuur en religie. Het onderscheid tussen cultuur en religie wordt vaak niet gezien en leidt bij veel mensen tot misvattingen die vervolgens tot veel vragen leiden. Een van de grootste misvattingen over de islam is dat de vrouw achtergesteld zou zijn bij de man. Meerdere respondenten zeiden, onafhankelijk van elkaar, dat de islam de vrouw juist gelijke rechten geeft. Dezelfde regels gelden voor zowel mannen als vrouwen. Dat hier van wordt afgeweken is volgens hen te wijten aan cultuur en niet aan religie. Als voorbeeld geven ze seks voor het huwelijk. Volgens het geloof moeten zowel mannen als vrouwen maagd zijn wanneer ze trouwen. In de praktijk blijkt echter dat (vooral) mannen zich hier niet aan houden. Hier wordt vanuit de cultuur niet al te moeilijk gedaan, zegt Tamar. 'Het is niet de bedoeling, maar zand erover'. Maar als een vrouw voor het huwelijk seks heeft, is het een grote schande. Hier is volgens de respondenten veel verwarring over omdat dit volgens hen gebruikt wordt als voorbeeld om de ongelijkheid van man en vrouw binnen de islam mee aan te tonen. Maar deze ongelijke behandeling komt volgens hen niet uit de islam, maar uit de cultuur van het land, het gebied, het dorp waar de mensen vandaan komen. Cultuur en religie worden vaak met elkaar verward waardoor er een vertekend beeld ontstaat van wat de islam nu precies voorschrijft.

Hoewel de respondenten het leuk vinden om vragen te beantwoorden en uitleg te geven, mits zij op een oprechte, niet veroordelende manier benaderd worden, komt er ook een stuk frustratie bij kijken. Vooral vragen die steeds opnieuw gesteld worden brengen deze gevoelens met zich mee. Een respondent had hier echter een creatieve oplossing voor gevonden. Zij heeft aan het begin van haar stage een folder met een korte uitleg over de Ramadan in de postvakjes van collega's gedaan waarmee zij de steeds terugkerende vragen vooraf al kon opvangen. Op die manier zegt ze, weten de mensen waar ze mee bezig is, waarom ze het doet en het beantwoordt ook de vragen van mensen die het wel willen vragen maar niet durven te vragen.

Zo'n folder werkt echter niet voor de vragen die komen naar aanleiding van nieuwsberichten. De respondenten vinden deze vragen vaak niet leuk om te beantwoorden omdat zij door die vragen in 'het beklagdenbankje' gezet voelen onder het mom van 'jij bent moslim, dus jij weet waarom ze (de moslims in het nieuws) dat hebben gedaan.' In het vorige hoofdstuk hebben we gezien dat de respondenten naar aanleiding van de media zich in eerste instantie identificeren als moslim, niet als moslim vrouw en we zien nu dat niet moslims de respondenten ook aanspreken op basis van hun moslim zijn. De vrouwen worden als moslim geacht verantwoording af te leggen voor wat andere moslims doen. Vooral voor de vrouwen die getrouwd zijn met een Nederlandse man vinden dit moeilijk te verteren.

"Jullie zien hoe ik leef, hoe mijn ouders leven, en mijn vrienden. Maar toch heb je continu het idee dat je je aan het verantwoorden bent en aan het uitleggen bent, maar op een gegeven moment zie je dat het gewoon een doodlopende weg is, het heeft geen zin. Hoe hard je ook je best doet om het uit te leggen, het te nuanceren, maar dat wordt niet gezien." – Rasa, 27 jaar

De vrouwen worden naar aanleiding van de media dus aangesproken op hun moslim identiteit, terwijl in hun sociale omgeving de identiteit van moslim vrouw vaker ter sprake komt. Er is voor de respondenten dus sprake van een dubbele last. Zowel hun moslim zijn als hun moslim vrouw zijn wordt ter verantwoording geroepen. Er zit overigens wel een verschil in de soort vragen die gesteld worden. Waar de vragen naar aanleiding van de media vaak gericht zijn op de hele groep en de vrouw geacht wordt verantwoording af te leggen namens alle moslims, zijn de vragen over de moslim vrouw vaak op die persoon gericht. Een voorbeeld hiervan is wanneer Meryem aan collega's vertelt dat zij is uitgetrouwde.

"Iedereen zo van 'oh'. Hoe oud was je dan? 13, 14 jaar? Ik zeg, 'hallo!' Uithuwelijken wil niet zeggen dat je 13 of 14 jaar uitgetrouwde wordt. Dat werkt niet zo. Maar kan je nagaan wat voor een beeld ze hebben. [...] nou heb ik het netjes uitgelegd hoe het ging. En toen begrepen ze ineens ook wel, oh nou ja, ze hebben een heel ander beeld natuurlijk dan wanneer je het hoort natuurlijk." – Meryem, 49 jaar

Zoals al eerder is gezegd, is de islam zoals die in de media komt niet 'hun' islam, maar dat wordt ook in de omgeving van de vrouwen niet gezien. Veel niet moslims in de sociale omgeving van de respondenten denken dat de islam is zoals die in de media komt. Dit bevestigen zij door tegen de respondenten te zeggen 'maar jij bent niet zo. Jij bent heel anders.' Dit wordt door veel respondenten echter niet gezien als compliment, maar juist als belediging. Voor de respondenten zijn het namelijk de mensen die het nieuws halen die anders zijn, maar helaas bepalen die mensen de standaard waaraan iedereen wordt afgemeten.

Contact & Reactieve identificatie

De islam wordt in een groot deel van de westerse wereld, inclusief in Nederland gezien als een negatieve identiteit. De negatieve associaties met de islam zijn sinds de aanslagen in New York en de daarop volgende gebeurtenissen alleen maar toegenomen. De SIT stelt dat de mens alles zal doen om een positieve sociale identiteit te realiseren. Omdat religie een belangrijk onderdeel is van zowel de

sociale- als individuele identiteit ligt het, zoals gezegd, niet voor de hand dat mensen hun religie opgeven of van religie 'wisselen' om die positieve identiteit te kunnen krijgen. Volgens de theorie van de reactieve identificatie zullen mensen, in dit geval moslims, hun positieve identiteit dus aan hun eigen etnische- en religieuze groep moeten ontlelen. Om erachter te komen of er onder moslim vrouwen in Nederland sprake is van reactieve identificatie zijn er enkele vragen gesteld over de contacten die zij aangaan en al hebben met Nederlanders. Als de vrouwen aangeven dat zij geen contact (willen) maken met Nederlanders of de bestaande contacten verbreken, kunnen we spreken van een terugtrekking in de eigen groep op sociaal vlak wat wijst op reactieve identificatie.

Er zijn meerdere vragen gesteld over contacten met Nederlanders. Zo is aan de vrouwen gevraagd hoe het contact maken met Nederlanders gaat, of ze daar moeite mee hebben en zo ja, waarom kost dat moeite. Zonder uitzondering antwoordden de respondenten dat zij geen enkele moeite hadden om contact te maken met Nederlanders. Allemaal voegden ze daaraan toe dat dat mogelijk met hun eigen persoonlijkheid te maken had. Ze waren allemaal naar eigen zeggen 'heel sociaal' dus contact maken ging makkelijk.

Er zijn tevens vragen gesteld over de mogelijk invloed die de aanwezige spanningen in de samenleving en/of het huidige negatieve publieke discours in Nederland hebben op het uit de weg gaan van contacten met Nederlanders. De respondenten gaven aan dat zij contacten en relaties met Nederlanders niet uit de weg gingen. In hun omgeving zien zij wel mensen die helemaal geen contacten hebben met Nederlanders, maar dat zijn vaak oudere mensen voor wie de taal een grote barrière is. Alle respondenten zeggen contacten te hebben met autochtone Nederlanders. Dit zijn zowel goede relaties met collega's als ook vriendschappen. Veel respondenten vinden contact leggen met Nederlanders juist heel belangrijk. Door het leggen van contacten met Nederlanders gaan zij deel uitmaken van de samenleving. Een aantal respondenten heeft het hierbij over aanpassen met behoud van de eigen cultuur. Hierbij moet gezegd worden dat alle respondenten de taal goed beheersen, buitenshuis werken of gewerkt hebben en/of een opleiding hebben gevolgd in Nederland. De respondenten beschrijven zichzelf ook allemaal als sociaal en open.

"Dat is een heel goede manier om te leven. Als je alleen gaat apart, je eigen, dan is het een beetje raar. [...] Ze moeten echt niet apart leven of die dingen. [Ze moeten] Meer de taal gaan leren en een sociaal leven opbouwen, want het is hier heel weinig. En hoe ga je dat doen? Je moet natuurlijk met Hollanders praten, of, naar de huizen, elkaar zoeken. Want als je op je eigen blijft, blijf je op je eigen." – Jamila, 40 jaar

Twee respondenten vinden dat er meer mogelijkheden gecreëerd moeten worden voor mensen om met andere culturen in contact te komen. Zij willen meer diversiteit in de wijken zien en zij wijzen de woningbouwverenigingen aan als instantie die dat mogelijk zou kunnen maken.

"Ja, maar dat is het probleem van hier [de wijk]. Dat de woningbouw alleen maar buitenlanders neer zet, geen een Nederlander." – Meryem, 49 jaar

Geen van de respondenten zegt dus problemen te hebben met het maken van contact met Nederlanders of bewust geen contact te maken met Nederlanders. Drie respondenten spreken wel over het feit dat vriendschappen met Nederlanders sneller verwateren. Dit heeft volgens hen te maken met het feit dat hun levens een andere invulling krijgen. Zo zegt een respondente hier het volgende over:

"Ze [de Nederlandse vrienden] vragen me niet meer mee uit, want ze weten dat ik niet uit ga. Dus dan verwatert dat contact langzaam omdat je met andere dingen bezig bent." – Ouaffa, 21 jaar

Contacten met Nederlanders verwateren dus sneller, maar dat heeft niet zozeer te maken met de media, het klimaat of eventuele botsingen, maar met verschillen in de levensstijl. Deze contacten verwateren op eenzelfde manier als tussen autochtone Nederlanders wier levens op een gegeven moment ook andere wendingen nemen en daardoor uit elkaar groeien. Een andere respondent heeft het over groepsvorming op haar opleiding. Ze zegt dat ze met iedereen goed om kon gaan en dat er geen sprake was van een bewuste keus om niet met Nederlanders om te gaan, maar zegt ze:

"[...] ik zat op een sociale opleiding, dat is sowieso merendeels allochtoon en daar heb je ook niet veel Nederlandse mensen op zitten. Ik denk dat het daar vooral door komt. En ja, inderdaad, volgens mij soort zoekt soort, dat het toch wel daaraan een beetje ligt. En dat Nederlanders toch wel meer mengen met elkaar en de allochtonengroep, dat is dat Marokkaans, Antilliaans of Surinaams, maar toch wel dat allochtonenclubje (lachend) en dan ja inderdaad de blanken toch weer aan de kant. Want vorig jaar had ik een jongen in de klas, die was Portugees, christelijk, dus was wel goed bevriend met hem. Het is geen bewuste keus van die wil ik en die wil niet, maar ik denk wel inderdaad dat allochtonen, ja, soort zoekt soort." – Tamar, 23 jaar

Tamar heeft het hier over 'soort zoekt soort', maar naar aanleiding van het citaat gaat het hier niet zozeer om religie, maar meer om achtergrond. Zoals ze zegt het 'allochtonenclubje'. Hier is niet zo zeer sprake van reactieve identificatie als wel van 'homofilie', zoals Tamar zelf zegt 'soort zoekt soort'. Mensen zoeken altijd naar gelijkgestemden op het gebied van vriendschap, collega's, partners etc. Dus waar de Nederlanders op haar opleiding elkaar opzochten, zo zochten de allochtonen ook elkaar op.

Contact, in welke vorm dan ook, wordt dus niet bewust vermeden door de respondenten. We hebben echter wel gezien dat er niet altijd sprake is van sociale integratie, er is wel een scheiding waar te nemen tussen zogenaamde allochtonen en autochtonen. De reden hiervoor wordt door de respondenten echter niet toegeschreven aan de media of het huidige klimaat, maar aan andere zaken zoals woonsegregatie en 'soort zoekt soort'. Geen van de respondenten maakt de bewuste keus om geen contact te maken met Nederlanders. Op dit vlak is er dus geen sprake van reactieve identificatie.

Een andere vorm van reactieve identificatie kan zijn dat men zich meer in het geloof gaat verdiepen en hierdoor religieuzer wordt. Een reden hiervoor kan de vele aandacht zijn die de media en politiek hebben voor de islam, maar ook vragen vanuit de omgeving. Het is mogelijk dat mensen vragen krijgen waar zij ook het antwoord niet op weten. Dit kan ertoe leiden dat ze hun cultuur en religie gaan 'onderzoeken' en op die manier actiever hun geloof gaan belijden.

De respondenten geven aan dat wanneer zij een vraag krijgen waar ze het antwoord niet op weten, dit niet uit te zoeken. Het gaat hier dan om vragen die gesteld worden naar aanleiding van de berichtgeving in de media over bijvoorbeeld een imam die omstreden uitspraken heeft gedaan. Dit soort vragen zijn voor de vrouwen niet interessant om uit te zoeken, want:

"En dan vraagt ze 'heeft de imam gelijk?' Ja, ik weet het echt niet. (lacht) 'Ja, de imam zei nu wat vreselijks'. En ik, nou ja, ik weet het niet. Niet alle imams roepen die dingen." – Jamila, 40 jaar

De respondenten zeggen zich dus niet meer bezig te houden met hun geloof naar aanleiding van de beeldvorming, maar een respondent geeft wel aan in haar omgeving meer vrouwen te zien die een hoofddoek dragen. Zij zegt dat sinds Wilders opkwam er meer vrouwen in haar omgeving een hoofddoek gingen dragen. Maar of hier sprake is van reactieve identificatie is de vraag, want deze toename in het dragen van hoofddoeken is volgens haar een protest tegen Wilders, maar niet perse

een toename in het geloof. Meryem voorziet hier op langere termijn echter wel problemen door ontstaan. De afstand tussen de verschillende groepen wordt volgens haar alleen maar groter. Andere respondenten zien deze trend echter niet en zijn zelf ook niet meer bezig met het geloof. Zij voelen zich zeker over hun geloof en vinden het niet nodig om hun geloof als symbool van protest uit te dragen. Zo zegt een van de respondenten:

“Nee, ik hou me er niet nog meer mee bezig. Voor mij is het duidelijk. Ik weet wat de islam voor mij is en betekent. Dus, ik vind dat niet nodig.” – Hakima, 40 jaar

Over het geheel genomen kunnen we stellen dat er geen sprake is van reactieve identificatie, noch op het gebied van contacten (vermijden), noch op het gebied van een toenemende religiositeit.

Conclusie

In deze scriptie is de invloed die het huidige publieke discours – de nieuws- en entertainmentmedia en de politiek – heeft op moslim vrouwen in Nederland onderzocht en is vervolgens gekeken naar hoe de vrouwen hierop reageren. Het publieke discours, in dit onderzoek omschreven als de combinatie van politiek, nieuws- en entertainmentmedia, geeft volgens de respondenten een accuraat beeld van hoe Nederlanders hen zien. Moslim vrouwen worden gezien als onderdrukt, niet ontwikkeld, dom, niet- of laag opgeleid en als (gedwongen) huisvrouwen die van alles moeten maar niets mogen. Dat de respondenten deze metapercepties hebben ontwikkeld op basis van de beeldvorming is niet onverwacht. De respondenten ervaren de beeldvorming als negatief, verkeerd en onvolledig. Daarnaast zien en horen zij het publieke discours terug in de vragen en opmerkingen die zij krijgen van collega's, vrienden en familie.

Uit de literatuurstudie kwam naar voren dat mensen, zowel individuen als groepen altijd zullen streven naar een positieve sociale identiteit. Wanneer een groep gevoelens van afwijzing ervaart kan de groep verschillende strategieën gebruiken om toch een positieve sociale identiteit te ontwikkelen. Zo kunnen mensen zich conformeren aan metapercepties – ook als deze negatief zijn – want, zo stelt Kamans et al. (2009), door zich te conformeren aan deze negatieve metapercepties differentieert en distantieert de groep zich van de meerderheid en op die manier ontstaat er een positieve sociale identiteit. Volgens Kamans et al. (2009) moet er aan een tweetal voorwaarden voldaan worden voordat iemand zich conformeert aan deze negatieve percepties. De persoon moet negatief tegenover de meerderheidsgroep staan en hij/of moet zich persoonlijk negatief gestereotypeerd voelen. Op basis van de resultaten van deze scriptie lijkt het in eerste instantie alsof de vrouwen dit zo voelen. Ze voelen zich gekwetst, worden boos en sommigen dragen de negatieve berichten een aantal dagen met zich mee. Toch verzetten de vrouwen zich tegen de metapercepties. Zij doen dit door vragen vanuit hun sociale omgeving te beantwoorden, zij laten zien niet aan het heersende beeld te voldoen – zij werken buitenshuis, zijn vaak hoger opgeleid etc. – en ze komen met creatieve oplossingen om veel gestelde vragen te beantwoorden, denk hierbij aan de folder over de Ramadan die de respondent bij haar collega's in de postvakjes heeft gedaan. Er zijn een aantal verklaringen te geven voor waarom de vrouwen zich niet conformeren aan de metapercepties. Ten eerste, de vrouwen staan niet perse negatief tegenover de meerderheidsgroep, maar staan negatief tegenover de manier waarop er over moslims en moslim vrouwen bericht wordt in de media. Ten tweede, wanneer de vrouwen spreken over spanningen op straat, zien zij niet de meerderheidsgroep die hen rare blikken toewerpt, maar individuele leden van die groep. De respondenten zien deze individuen niet als vertegenwoordigers van de gehele groep, want met andere leden van diezelfde groep hebben de respondenten wel goed en positief contact.

Een andere strategie die mensen kunnen gebruiken, welke voort kan komen uit conformering aan metapercepties, is die van reactieve identificatie. Hierbij keert een groep zich bewust af van de meerderheidsgroep en op deze manier wordt een positieve sociale identiteit aan de eigen groep ontleent. Deze eigen groep kan bestaan uit leden van dezelfde etnische, religieuze etc. achtergrond. Waar andere onderzoeken wel aanwijzingen vonden voor reactieve identificatie (Vliet van der, R. et al., 2012), laat deze scriptie daarentegen zien dat ondanks dat deze vrouwen zich door de verschillende media en de politiek kwetsend en ongenueanceerd bejegend voelen er bij hen geen sprake is van bewuste reactieve identificatie. Zij blijven namelijk contacten maken en houden met niet moslims en zij geven aan zich niet verder te verdiepen in hun geloof. Daar waar wel sprake is van een scheiding tussen groepen wordt gezegd dat deze niet bewust wordt gemaakt, maar door omstandigheden zo ontstaat zoals de verwatering van contacten en woonsegregatie. Vanuit de literatuur waren de verwachtingen voor de aanwezigheid van reactieve identificatie groot, maar deze konden niet waargemaakt worden.

De negatieve beeldvorming over de islam is voor veel vrouwen kwetsend en veroorzaakt gevoelens van boosheid en frustratie. Deze gevoelens zijn begrijpelijk maar ook reden tot zorg. Zeker wanneer een aantal respondenten deze gevoelens langere perioden achtereen met zich meedragen. Hoewel er in dit onderzoek geen aanwijzingen voor reactieve identificatie zijn gevonden, is het niet ondenkbaar dat deze gevoelens, zeker wanneer deze langere tijd aanhouden, toch kunnen leiden tot (een vorm van) reactieve identificatie en/of zelfs een mogelijk verminderd psychisch welzijn.

Voor nu kunnen we constateren dat de beeldvorming er wel voor zorgt dat de vrouwen zich bewust worden van hun positie als 'de ander' in de samenleving. Dit wordt met name duidelijk in de nasleep van grote incidenten zoals 11 september en de moord op Theo van Gogh waarna de vrouwen, met name diegenen die een hoofddoek dragen, vreemde blikken krijgen toegeworpen op straat of juist helemaal niet meer worden aangekeken. Ook hier zien we dat de respondenten worden aangesproken en aangekeken op wat andere moslims, mannen in deze gevallen, hebben gedaan. In de nasleep van deze incidenten wordt de moslim vrouw door de autochtone bevolking niet gezien als aparte groep binnen de moslimgemeenschap.

De moslim vrouwen maken natuurlijk deel uit van deze gemeenschap, maar zoals eerder gezegd, is de keus om onderzoek te doen onder moslim vrouwen een bewuste geweest omdat er nog weinig onderzoek naar deze specifieke groep binnen de moslimgemeenschap is gedaan. Uit dit onderzoek is echter naar voren gekomen dat moslim vrouwen zichzelf naar aanleiding van de beeldvorming ook voornamelijk identificeren als moslim, niet perse als moslim vrouw. Dit is een verrassende uitkomst omdat veel vrouwen aan het begin van de interviews lieten weten erg blij te zijn dat er naar hun mening als moslim vrouw werd gevraagd. Zij gaven aan dat er veel over hen gepraat wordt, maar te weinig *met* hen. Toch werd er met name over de islam en moslims in het algemeen gepraat. Ook wanneer er vragen werden gesteld die specifiek over moslim vrouwen gingen, verschoof het antwoord vrij snel weer terug naar de (verkeerde weergave van) islam. Hieruit kunnen we opmaken dat 'het moslim zijn' voor de respondenten de *salient identity* is.

Tot slot er gekeken of relaties met niet moslims invloed hadden op de beleving van de beeldvorming. Relaties met niet moslims kunnen ervoor zorgen dat de beeldvorming door de vrouwen als minder negatief ervaren wordt omdat de vrouwen weten dat niet iedereen negatief is over de islam en moslims. Alle respondenten gaven aan relaties te onderhouden met niet moslims, twee vrouwen zijn met Nederlandse mannen getrouwd waarvan de families niet moslim zijn. Er is daarom in dit onderzoek geen vergelijking mogelijk tussen vrouwen die wel en geen relaties hebben met niet moslims, maar alle vrouwen geven aan de beeldvorming als negatief en kwetsend te ervaren. Wanneer we ervan uitgaan dat relaties met niet moslims ervoor zorgen dat de beeldvorming minder

negatief wordt ervaren, kunnen we stellen dat vrouwen die geen relaties hebben met niet moslims de beeldvorming nog negatiever en kwetsender zullen ervaren dan de vrouwen die met dit onderzoek hebben meegedaan. Daarentegen is het ook mogelijk dat de vrouwen die relaties hebben met niet moslims de beeldvorming juist negatiever ervaren, zeker wanneer zij geconfronteerd worden met vrienden en familie die het discours overnemen. Om hier meer inzicht in de krijten is aanvullend, vergelijkend onderzoek nodig.

We hebben dus gezien dat de vrouwen de beeldvorming als negatief, kwetsend en ongenueanceerd ervaren. Zij reageren hierop door zich te verzetten tegen het heersende beeld en daarmee hun eigen metapercepties. Daarnaast blijven de vrouwen contacten zoeken buiten hun eigen groep, er is onder de respondenten dus geen sprake van een proces van reactieve identificatie.

Discussie

De belangrijkste beperking van dit onderzoek is de kleine steekproef. Door deze kleine steekproef is het moeilijk de resultaten naar een grotere groep te generaliseren. Ondanks deze kleine steekproef was bij de laatste twee interviews het punt van verzadiging bereikt. Het doel van dit onderzoek, namelijk een inzicht krijgen in de processen van het ontstaan van- en het al dan niet conformeren aan metapercepties en reactieve identificatie, is met deze kleine steekproef bereikt. De resultaten zijn door de respondenten in verschillende interviews herhaald en bevestigd.

In de conclusie zijn de mogelijke lange termijn gevolgen – een verminderd psychisch welzijn en/of een vorm van reactieve identificatie – die de negatieve beeldvorming kan hebben op de moslim vrouwen besproken. Dit onderzoek is echter een momentopname waardoor er alleen conclusies over 'het nu' getrokken kunnen worden en alleen op basis van bestaande theorieën iets gezegd kan worden over mogelijke toekomstige gevolgen. Aanvullend, longitudinaal onderzoek, waarbij een groep over een langere periode wordt onderzocht, is nodig om hier concretere uitspraken over te kunnen doen.

Dit onderzoek borduurt verder op het onderzoek naar metapercepties van Oldenhuis (2007) en het onderzoek naar metapercepties en reactieve identificatie van Kamans et al. (2009) maar er zijn een aantal verschillen tussen dit onderzoek en de andere twee onderzoeken. Allereerst is dit onderzoek volledig kwalitatief, in tegenstelling tot Oldenhuis dat volledig kwantitatief is en Kamans et al. voor *mixed methods* hebben kozen. Naast de onderzoeksmethode, zijn ook de resultaten verschillend. Waar Oldenhuis en Kamans et al. wel conformering aan metapercepties vonden, is dat in dit onderzoek niet gevonden. Dit zou kunnen liggen aan de onderzoeksmethode, maar dit is onwaarschijnlijk omdat Kamans et al. in het kwalitatieve deel wel aanwijzingen voor conformering heeft gevonden. De verklaring voor de verschillende resultaten ligt waarschijnlijk in het soort metapercepties dat is onderzocht. Waar de metapercepties in de twee andere onderzoeken hadden te maken met gedrag zoals crimineel gedrag en lui zijn, zijn de metapercepties in deze scriptie niet als gedragingen te omschrijven. Zo is laag opgeleid zijn geen gedraging. Omdat de metapercepties die de vrouwen hebben geen gedragingen zijn, kunnen ze zich er ook moeilijk naar conformeren.

Dit onderzoek laat zien dat de media niet alleen invloed hebben op de meerderheidsgroep, maar ook op de minderheidsgroep(en) in de samenleving. Waar de meerderheidsgroep meer etnische dreiging ervaart, ervaart de minderheidsgroep meer negatieve reacties, negatieve bejegeningen en een groter wordende afstand tussen hen en de meerderheidsgroep. Deze afstand tussen de groepen wordt volgens de vrouwen weergegeven door de manier waarop de media moslim vrouwen in beeld brengen. De media laten twee uitersten zien, de vrijgevochten vrouw en de bedekte 'onderdrukte' vrouw. Dit is een visuele weergave de ervaren spanningen en afstand tussen de verschillende

groepen. De hoop van de respondenten is dat het publieke discours minder negatief en polariserend zal worden, dat de afstand tussen de groepen kleiner wordt en vooral dat de Nederlandse samenleving inziet dat er meer soorten vrouwen zijn dan alleen Fatima en Barbie.

Literatuur

Noten.

1. <http://www.elsevier.nl/Politiek/nieuws/2012/1/PVV-noemt-hoofddoek-Koningin-trieste-wanvertoning-ELSEVIER327153W/>
2. <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=70843ned&D1=0,6&D2=0-1,9,15,18&D3=17-18,23-28,34-35&D4=l&HD=091217-1446&HDR=G3,T,G1&STB=G2>
3. <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/arbeid-sociale-zekerheid/publicaties/arbeidsmarkt-vogelvlucht/structuur-arbeidsmarkt/2006-arbeidsmarkt-vv-werkl-herkomst-art.htm>
4. [http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=81947NED&D1=0-1,12,18,22,25-28,39,45,49,52-53&D2=0&D3=0&D4=0-4&D5=\(1-2\)-l&HDR=G2,G1,G3,G4&STB=T&VW=T](http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=81947NED&D1=0-1,12,18,22,25-28,39,45,49,52-53&D2=0&D3=0&D4=0-4&D5=(1-2)-l&HDR=G2,G1,G3,G4&STB=T&VW=T)
5. <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=71037ned&D1=0&D2=1-2&D3=0&D4=0&D5=1,5-8,11,14,17,20,l&D6=a&D7=0,5,10,15-16&HD=120927-1259&HDR=T,G3,G2,G1,G6&STB=G5,G4>
6. <http://www.rijksoverheid.nl/nieuws/2011/03/28/minister-donner-aanscherping-eisen-voor-verkrijgen-nederlandse-nationaliteit.html>
7. <http://www.nieuwsblad.be/article/detail.aspx?articleid=ME3BIU8E>
8. [http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=37296ned&D1=a&D2=0,10,20,30,40,50,\(1-1\)-l&HD=130420-2122&HDR=G1&STB=T](http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=37296ned&D1=a&D2=0,10,20,30,40,50,(1-1)-l&HD=130420-2122&HDR=G1&STB=T)
9. http://www.joop.nl/media/detail/artikel/20914_nieuwsuur_ziet_christenspoken_in_moslim_film/

Artikelen

- Afshar, H. (2013) The politics of fear: What does it mean to those who are otherized and feared? *Ethnic and Racial Studies* Vol. 36 No. 1 January 2013 pp. 9_27
- Atuel, H. et al., (2007) Media representations of majority and minority groups *European Journal of Social Psychology* Eur. J. Soc. Psychol. 37, 561–572 (2007)
- Buijs, F.J., Demant, F., Hamdy, A. (2006) *Strijders van eigen bodem. Radicale en democratische moslims in Nederland*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Chahuan, E. (2005) An East-West Dichotomy: Islamophobia. *Palestine-Israel Journal of politics, economics and culture*
- Ersanilli, E. & Koopmans, R. (2011) Do Immigrant Integration Policies Matter? A Three-Country Comparison among Turkish Immigrants. *West European Politics*. Routledge; Londen <http://dx.doi.org/10.1080/01402382.2011.546568>
- Fernandez, S. & Pritchard, M. (2012) Relationships between self-esteem, media influence and drive for thinness. *Eating Behaviors*, Elsevier LTD.
- [Gijsberts, M. & Dagevos, J. \(2009\) Jaarrapport integratie 2009. Sociaal en cultureel planbureau; Den Haag](#)
- Giry, S. (2006) France and its Muslims. *Foreign Affairs* Sep/Oct2006, Vol. 85, Issue 5
- Goddard, H. (2002) Islam and Democracy. *The Political Publishing Quarterly*.
- Göle, N. (1996) The forbidden modern. *Civilization and veiling*. The University of Michigan Press; Michigan
- Gunther, A. C., Bolt, D., Borzekowski, D. L. B., Liebhart, J. L., & Dillard, J. P. (2006). Presumed influence on peer norms: How mass media indirectly affect adolescent smoking. *Journal of Communication*, 56, 52-68.
- Hirji, F. (2011) Through the Looking Glass: Muslim Women on Television—An Analysis

- of 24, Lost, and Little Mosque on the Prairie. *Global Media Journal -- Canadian Edition* Volume 4, Issue 2, pp. 33-47
- Jong de, J. (2007) Kapot Moeilijk. *Een etnografisch onderzoek naar opvallend delinquent gedrag van 'Marokkaanse' jongens*. Aksant; Amsterdam
- Junger-Tas, J. (2001) Ethnic minorities, social integration and crime. *European Journal on Criminal Policy and Research* 9: 5-29, 2001
- Kamans, E. et al., (2009) What I think you see is what you get: Influence of prejudice on assimilation to negative meta-stereotypes among Dutch Moroccan teenagers. *European Journal of Social Psychology* 39, 842-851 (2009) DOI: 10.1002/ejsp.593
- Kymlicka, W. (1995) Multicultural citizenship. *A liberal theory of minority rights*. Clarendon; Oxford
- Leane, G. (2011) Rights of Ethnic Minorities in Liberal Democracies: Has France Gone Too Far in Banning Muslim Women from Wearing the Burka? *Human Rights Quarterly, Volume 33, Number 4, November 2011, pp. 1032-1061* Published by The Johns Hopkins University Press DOI: 10.1353/hrq.2011.0058
- Maliepaard, M. & Gijsberts, M. (2012) Moslim in Nederland. Sociaal Cultureel Planbureau; Den Haag
- Oldenhuis, H. (2007) I know what they think about us. *Metaperceptions and intergroup relations*. Ridderprint BV; Ridderkerk
- Rumbaut, R. (0000) Acculturation, Discrimination, and Ethnic Identity Among Children of Immigrants
- Shadid, W. (2005) Berichtgeving over moslims en de islam in de westerse media: Beeldvorming, oorzaken en alternatieve strategieën. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap, Jaargang 33/2005 nr. 4, 330-346*
- Taijfel, H. & Turner, J. (1979) The social identity theory of intergroup behavior. *Psychology of intergroup relations*, 7-24
- Tal-Or, N., Cohen, J., Tsifti, Y., & Gunther, A. (2010) Testing Causal Direction in the Influence of Presumed Media Influence. *Communication Research*. DOI: 10.1177/0093650210362684
- Taylor, C. (0000) Politics of Recognition
- Taylor, D. & Moghaddam, F. (1994) Theories of intergroup relation; international sociological perspectives, 57-84
- Tsifti, Y. (2007). Hostile media perceptions, presumed media influence, and minority alienation: The case of Arabs in Israel. *Journal of Communication, 57, 632-651*.
- Vergeer, M. (2000) Een gekleurde blik op de wereld. *Een studie naar de relatie tussen blootstelling aan media en opvattingen over etnische minderheden*. Nijmegen
- Vliet van der, R. et al. (2012) Jaarrapport Integratie 2012. Centraal Bureau voor de Statistiek; Den Haag
- Wright, R. (2004) Islam, Democracy and the West; Foreign Affairs *European Journal of Social Psychology* 39, 842-851 (2009) DOI: 10.1002/ejsp.593

Appendix I

Persoonlijke informatie

- Hoe oud ben je?
- Wat is je etniciteit?
- Wat voor werk doe je?
- Wat voor opleiding doe je?
- Ben je in Nederland geboren?
- Hoe lang ben je al in Nederland?

Media

- Welke nieuwsmedia volg je?
- Hoe blijf je op de hoogte van het nieuws?
- Volg je de politiek?
- Wat vind je van de politiek en het publieke discours?
- Welke/ wat voor series en films kijk je?

Berichtgeving

- Volg je de berichtgeving over moslims en moslim vrouwen?
- Wat vind je van de berichtgeving over moslims?
- Wat vind je van de berichtgeving over moslim vrouwen?

Beeldvorming

- Wat vind je van de beeldvorming over moslims?
- Wat vind je van de beeldvorming over moslim vrouwen?
- Wat vind je van de manier waarop moslims en/of moslim vrouwen worden neergezet in films en series?
- Denk je dat de beeldvorming een accuraat beeld geeft van hoe Nederlanders moslim vrouwen zien?
- Hoe denk je dat Nederlanders over moslim vrouwen denken?
- Hoe denk je dat Nederlanders over de islam denken?
- Op welke punten verschilt dit beeld met wat volgens jou de werkelijkheid is?
- Wat is volgens jou de grootste misvatting over moslim vrouwen?
- Wat is volgens jou de grootste misvatting over islam?

Contact / Relaties

- Hoe is het contact met je collega's?
- Heb je buiten het werk en/of opleiding om ook contact met autochtone Nederlanders? Zo ja, van wat voor aard is dat contact? Buren, kennissen, vrienden, relatie?
- Heb je wel eens een negatieve ervaring gehad in het contact met autochtonen?
- Hoe gaat het contact maken met autochtonen?
- Praat je met autochtonen wel eens over het nieuws, politiek?
- Wat vinden de autochtonen in jouw omgeving van het nieuws en de politiek?

Nederlandse samenleving

- Hoe vind je de sfeer in de Nederlandse samenleving?

Islam

- Wat betekent de islam voor jou?
- Hoe voel je je als de islam negatief in de media komt?

Toevoeging(en) n.a.v. gesprek met Dr. Mieke Maliepaard na de eerste interviewronde.

- Ben je nu meer of bewuster bezig met de islam?
- Zoek je meer dingen op n.a.v. de vragen die aan jou gesteld worden?

Appendix II

Nodes	
Name	
Beeldvorming	
Beeldvorming vs. Werkelijkheid	
Invloed Beeldvorming op Autochtonen	
Reactie op Beeldvorming	
Contact	
Contact met moslims	
Contact met niet moslims	
Cultuur vs Religie	
Discriminatie	
Identificatie met Mediabeeld	
Islam	
Betekenis Islam	
Islam als schuldige	
Kennisgebrek autochtonen	
Media	
Alternatieve bronnen	
Media Bias	
Mening over media	
Ongelijkheid in media	
Vertrouwen in media	
Welke media	
Metapercepties	
Over islam	
Over moslim vrouwen	
Persoonlijke	
Reactie op	
Nederlandse samenleving	
Spanningen in samenleving	
Over een kam scheren	
Overig	
Persoonlijke info	
Etniciteit	
Leeftijd	
Opleiding en werk	
Persoonlijkheid	
Politiek	
Wilders	
Thuis voelen	
Verantwoorden	
Vergelijking met andere geloven	
Vooroordelen	

Appendix III

	Naam (gefingeerd)	Etniciteit	Leeftijd	Wel/geen hoofddoek	A: 1 op 1 interview S: twee respondenten D: Drie respondenten
1	Belen	Turks	41	Geen HD	A
2	Esmā	Turks	21	Geen HD	A
3	Meryem	Turks	49	Geen HD	S
4	Tamar	Turks	23	Hoofddoek	A
5	Jamila	Marokkaans	40	Geen HD	S
6	Hafida	Marokkaans	24	Hoofddoek	D
7	Ines	Marokkaans	24	Hoofddoek	D
8	Hakima	Marokkaans	40	Hoofddoek	A
9	Samira	Marokkaans	26	Geen HD	S
10	Loubna	Marokkaans	35	Geen HD	S
11	Ouaffa	Marokkaans	21	Hoofddoek	S
12	Camilia	Marokkaans	33	Geen HD	S
13	Nouria	Marokkaans	21	Geen HD	A
14	Rasa	Afgaans	27	Geen HD	D