

Inleiding

*Rens Vliegenthart en Linda Duits**

In onze mondialiserende en sterk gedifferentieerde samenleving zijn we voor onze informatievoorziening grotendeels aangewezen op de media. Massamedia worden ook als bijprocessen van interactie en identiteitsvorming van steeds groter belang: communicatieprocessen tussen individuen vinden steeds vaker 'online' plaats en met name jongeren ontlenen een flink gedeelte van hun identiteit aan de media die zij gebruiken. Daarnaast worden ook 'offline' nieuwe eisen aan communicatie gesteld: zo vraagt de mondige burger om helderheid en duidelijkheid van overheid en hulpverlener. De aanwezigheid van grote groepen immigranten met verschillende culturele achtergronden vraagt om differentiatie in en heroverweging van de manieren waarop bijvoorbeeld over zaken als gezondheid wordt gecommuniceerd. De bijzonderheden die een samenleving met individuen vanuit verschillende culturele achtergronden met zich brengt, zijn daarom bij uitstek geschikt om (ook) vanuit een communicatiewetenschappelijk perspectief te analyseren. In de communicatiewetenschap wordt dan ook vanuit diverse benaderingen en met gebruik van uiteenlopende theorieën en methoden onderzoek gedaan naar kwesties rond multiculturaliteit. Hoewel het soort onderzoek divers en interdisciplinair is, biedt de gedeelde noemer een alternatieve blik die kan leiden tot aanvullende perspectieven op die vanuit bijvoorbeeld sociologisch en politicologisch onderzoek.

Er zijn veel redenen om de relatie tussen communicatie en de multiculturele samenleving te onderzoeken. Een van de meest klassieke modellen van communicatie is dat waarin het communicatieproces wordt beschreven als een *zender* die een *boodschap* via een *kanaal* naar een *ontvanger* verstuurt. We zien dat de multiculturele samenleving bij al die aspecten een rol kan spelen. Groepen in een dergelijke samenleving kunnen zender zijn van boodschappen, ze kunnen onderwerp van discussie zijn en daarmee deel van de boodschap, groepspecifieke kanalen gebruiken en ten slotte ook degene zijn tot wie anderen zich richten. Kortom, de multiculturele samenleving biedt een interessant kader om communicatieprocessen te onderzoeken. In dat opzicht is zij echter niet uniek: iedere sociale setting waarin individuen met verschillende

achtergronden interacteren zal dit kader bieden. Een tweede karakteristiek dat de multiculturele samenleving het bestuderen extra de moeite waard maakt, is het geproblematiseerde karakter van deze communicatieprocessen. Zoals uit de verschillende bijdragen in dit themanummer naar voren komt, is de communicatie in en over de multiculturele samenleving tamelijk problematisch: of het nu gaat om de meningsvorming onder allochtone jongeren op het internet, de communicatie over minderheden in politiek en media of de communicatie tussen medici en allochtone patiënten. In alle gevallen wordt er in ieder geval van de veronderstelling uitgegaan dat er sprake is van een specifiek probleem. Dit kan de mogelijke radicalisering van islamitische jongeren zijn, de onvolledige of incorrecte voorstelling van het politieke debat over immigratie en integratie of de potentiële problemen die taal- en cultuurverschillen kunnen opleveren bij de interactie tussen arts en patiënt. Deze problemen raken allemaal aan het bredere maatschappelijke probleem dat vaak samengevat wordt onder de noemer van gebrekkige integratie van minderheden in westerse samenlevingen. Dit themanummer laat in zijn variëteit aan artikelen zien dat communicatie inderdaad van cruciaal belang is om de positie van minderheden in de Nederlandse samenleving te begrijpen. Het geeft echter ook een gedifferentieerd beeld: lang niet alle veronderstelde problemen worden in de verschillende onderzoeken daadwerkelijk gevonden.

Eerder onderzoek naar communicatie en multiculturaliteit

In *Migrantenstudies* wordt incidenteel aandacht besteed aan media, berichtgeving, beeldvorming en communicatie. In de periode 2000-2006 vinden we slechts zeven bijdragen. Dit is opmerkelijk omdat veel van de 'hot issues' rondom migratie direct in verband werden gebracht met de media (internationaal terrorisme, het fenomeen Fortuyn, de moord op mediamaker Theo van Gogh, de discussie rondom de tekortschietende integratie, de Deense cartoonrellen). Vijf van deze bijdragen betreffen inhoudsanalyses waarin berichtgeving (over islam, over de moord op Theo van Gogh) onderzocht wordt.

Het *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap* is het enige *peer-reviewed* wetenschappelijk tijdschrift voor communicatiewetenschap in Nederland en Vlaanderen en kan daarom als graadmeter worden genomen voor communicatiewetenschappelijk onderzoek. Een analyse van de bijdragen in dit tijdschrift sinds 2000 laat zien dat multiculturalisme een stabiele, maar toch ook marginale plaats inneemt op de communicatiewetenschappelijke onderzoeksagenda. In deze periode zijn er in het tijdschrift twaalf artikelen over dit thema verschenen. Deze artikelen vallen uiteen in drie algemene onderzoeksthema's: media-inhoud, mediagebruik en mediaproductie.

Met betrekking tot media-inhoud worden vooral nieuwsframes in kranten en beeldvorming op televisie onderzocht. De meeste Nederlandse kranten worden als evenwichtig bestempeld, maar vooral de representatie van allochtonen op televisie blijkt onevenredig en stereotiep. Onderzoek naar mediagebruik van allochtonen laat zien dat hoe minder geïntegreerd allochtonen zijn,

hoe minder zij gebruikmaken van Nederlandstalige media. Onder jongeren is er echter wat hun mediagebruik betreft geen verschil tussen autochtone en allochtone jongeren. Mediaproductie van allochtonen, ten slotte, schiet tekort. Enerzijds omdat er weinig allochtone journalisten zijn, anderzijds omdat specifiek allochtone titels tot nu toe weinig succesvol zijn gebleken, grotendeels door gebrekkige financiële middelen. In het voorgaande hebben we steeds gesproken over 'allochtonen' in het algemeen. Belangrijke kanttekening bij het onderzoek naar media en multiculturalisme is de eenzijdige focus op allochtonen van Turkse en Marokkaanse afkomst, en kwesties rondom islam in het algemeen. Daarnaast is het opmerkelijk dat in 2000 en 2001 geen enkele bijdrage zich richtte op deze thematiek, een tekort dat enigszins werd goedgeemaakt met een themanummer over 'Gevoeligheden rond etnische en culturele identiteit: de rol van de media' in 2002.

In dit themanummer van *Migrantenstudies* brengen we een aantal elementen van het onderzoek zoals hiervoor beschreven samen; de bijdragen laten een grotere variëteit zien: media-inhoud en -gebruik worden onderzocht, maar ook interpersoonlijke communicatie tussen allochtonen en autochtonen. De artikelen bevatten onderzoek naar zowel offline als online communicatie en niet alleen Turkse en Marokkaanse minderheidsgroepen zijn onderwerp van studie, maar ook bijvoorbeeld Chinese jongeren.

Inhoud van dit themanummer

Het eerste artikel gaat over de discussie over eerwraak. Witschge analyseert allochtonen zowel in de rol van zender, als onderwerp van debat (boodschap). Ze kijkt of het kanaal (websites al dan niet gericht op allochtone minderheden in Nederland) van invloed is op de inhoud van het debat door een expliciete vergelijking met het debat zoals dat in de landelijke dagbladen is gevoerd. De resultaten laten zien dat hoewel in het online debat de variëteit aan participanten minder groot is dan in de dagbladen, de diversiteit van ingenomen standpunten wel groter is. Het online debat kenmerkt zich echter wel door een hoge mate van 'wij-zij'-denken.

In het artikel van Vliegenthart, Roggeband en Boomgaarden gaat het om de wederzijdse beïnvloeding van media en parlement met betrekking tot de presentatie van het immigratie- en integratieonderwerp. Met behulp van inhoudsanalyse laten zij ten eerste zien dat de manier waarop het onderwerp wordt bediscussieerd in dagblad en parlement zeer sterk verschilt. Ten tweede blijken er slechts genuanceerde invloedsrelaties tussen beide te bestaan, waarbij in het bijzonder dagbladen terughoudend zijn veranderingen in parlementaire framing over te nemen, als het gaat om frames die in het parlement daarvoor al veelvuldig worden gebruikt. Kennelijk bestaat er zowel binnen politiek als journalistiek een 'zelfbevestigend' mechanisme, waarbij beide alleen die veranderingen oppikken die in overeenstemming zijn met wat zij daarvoor reeds belangrijk achtten.

Müller richt zich in zijn artikel op een veelbestudeerd onderwerp in de

communicatiewetenschap, namelijk voorlichtingscampagnes. In dit geval gericht op het creëren van een gezamenlijke stadsidentiteit die door verschillende etnische groepen dient te worden ervaren. Wederom is de multiculturele samenleving hier onderdeel van de boodschap, maar de campagne richt zich ook tot een aantal specifieke doelgroepen die bepaald worden door etniciteit. De resultaten geven aan dat de effectiviteit van de campagne twijfelachtig is en juist het multiculturele aspect van de boodschap als problematisch wordt ervaren.

Schouten onderzoekt de verschillen in voorkeur voor communicatiestijlen in de gezondheidszorg tussen allochtonen en autochtonen. Hierbij staat de allochtoon als de ontvanger in het communicatieproces centraal. De uitkomsten laten zien dat een benadering van ‘allochtonen’ als één uniforme groep weinig zinvol is. Individuele verschillen zijn vele malen belangrijker dan groepsverschillen. Tegen de verwachting in lijken jonge, hoogopgeleide Turken en Marokkanen niet meer voorkeur te hebben voor indirecte en impliciete communicatiestijlen dan jonge, hoogopgeleide Nederlanders.

Chow, Zwier en Van Zoonen richten zich in hun artikel specifiek op de rol van allochtonen als ontvangers van media-informatie. Ze besteden aandacht aan de verschillen in mediagebruik tussen Chinees-Nederlandse jongeren die zich in eerste instantie als Chinezen identificeren en diegenen die zich in de eerste plaats als Nederlanders identificeren. In lijn met de resultaten van Schouten hangt ook hier de voorkeur voor bepaalde media niet op eenvoudige wijze samen met achtergrondkenmerken van het individu (in dit geval identiteit). Wederom lijken vooral individuele kenmerken en voorkeuren die niet terug te voeren zijn tot een etnische collectieve identiteit bepalend te zijn, hoewel jongeren die zich voornamelijk als Chinees identificeren wel degelijk een Chinese mediaoriëntatie kennen.

De variëteit aan bevindingen van de diverse auteurs zorgt ervoor dat het niet eenvoudig is om een aantal algemene conclusie te destilleren. Toch zijn er twee zaken die in diverse artikelen terugkomen. Ten eerste worden er kritische kanttekeningen geplaatst bij de rol van de media en journalistiek in het democratische proces. Vliegenthart et al. en ook Witschge laten zich kritisch uit over de manier waarop de media het immigratiedebat representeren. Ten tweede wordt de uniformiteit van groepen minderheden actief ter discussie gesteld. Zowel Schouten als Chow et al. laten zien dat zo’n benadering incompleet en vaak onjuist is. Het onderzoek van Muller wijst op het feit dat de vorming van een stadsidentiteit problematisch is, juist door de diversiteit aan (etnische) groepen, maar ook door andere niet-etnische verschillen tussen individuen. De studies geven gezamenlijk een mooi beeld van het communicatiewetenschappelijk onderzoek dat naar de multiculturele samenleving wordt verricht en de variëteit aan uitkomsten die dit onderzoek oplevert.

Noten

- * Rens Vliegthart is als universitair docent politieke communicatie werkzaam bij de afdeling Communicatiewetenschap en de Amsterdam School of Communications Research (ASCoR), Universiteit van Amsterdam. Correspondentie: r.vliegthart@uva.nl
Linda Duits is als universitair docent kwalitatieve methoden en technieken werkzaam bij de afdeling Communicatiewetenschap en de Amsterdam School of Communications Research (ASCoR), Universiteit van Amsterdam. Correspondentie: l.duits@uva.nl