

De Bazooka versus de Architect

De effecten van consumptie van voetbalmedia op de bewuste en onbewuste stereotiepe associaties met donkere en blanke voetballers



Tom van Ooijen

Masterscriptie Communicatiewetenschap
Radboud Universiteit Nijmegen

De Bazooka versus de Architect

*De effecten van consumptie van voetbalmedia op de bewuste en
onbewuste stereotiepe associaties met donkere en blanke voetballers*

Tom van Ooijen

S0712523

tomvanooijen@gmail.com

Juni 2014

Masterscriptie

Opleiding Communicatiewetenschap

Master beïnvloeding

Radboud Universiteit Nijmegen

Begeleider: Dr. Henk Westerik

Inhoudsopgave

Samenvatting	2
Paragraaf 1 Inleiding	3
Paragraaf 2 Theorie	6
§ 2.1 Stereotypen	6
§ 2.2 Cultural Studies	6
§ 2.3 Media Frames	7
§ 2.4 Cultivatatie theorie	8
§ 2.5 Raciale stereotypering in de sportmedia	9
§ 2.6 Raciale stereotypering in voetbalgerelateerde media	10
§ 2.7 Hypothesen	11
Paragraaf 3 Methode	14
§ 3.1 Data	14
§ 3.2 Procedure	15
§ 3.3 Meetinstrumenten	15
§ 3.3.1 Impliciete Associaties	15
§ 3.3.2 Expliciete Associaties	18
§ 3.3.3 Mediaconsumptie	20
§ 3.3.4 Overige variabelen	21
§ 3.4 Analyse	21
Paragraaf 4 Resultaten	22
§ 4.1 Impliciete Associaties	22
§ 4.2 Expliciete Associaties	24
§ 4.3 Effecten van Mediaconsumptie naar Mediatype	27
Paragraaf 5 Conclusie en Discussie	29
§ 5.1 Conclusie	29
§ 5.2 Discussie	30
Referenties	34
Bijlage 1: Wervingstekst	38

Samenvatting

Eerdere inhoudsanalyses hebben meermalen laten zien dat sportprogramma's raciale stereotypen bevatten, waarbij fysieke kwaliteiten vooral worden toegekend aan donkere sporters en mentale kwaliteiten aan blanke sporters. Met een survey-onderzoek is nagegaan of de consumptie van voetbalgerelateerde media van invloed is op de bewuste en onbewuste stereotiepe associaties met donkere en blanke voetballers. Met behulp van een Impliciete Associatie Test en vragenlijst zijn er positieve effecten gevonden van de hoeveelheid sportprogrammering waaraan de deelnemers worden blootgesteld op het bezit van impliciete en expliciete raciale stereotiepe associaties. Mensen die meer voetbalgerelateerde media consumeren hebben dus meer bewuste en onbewuste vooroordelen over de mentale en fysieke kwaliteiten van donkere en blanke voetballers. Daarnaast blijkt het effect van mediaconsumptie op de onbewuste raciale vooroordelen vooral te gelden bij oudere mensen. Bovendien laat de analyse zien dat voetbalgerelateerde inhoud op het internet de beste voorspeller is voor de onbewuste stereotiepe associaties en dat live wedstrijden de beste voorspeller is voor de bewuste stereotiepe associaties met donkere en blanke voetballers. De bevindingen van de studie worden bediscussieerd met het oog op de rol van programmamakers, commentatoren en journalisten, en de invloed die ze kunnen uitoefenen op het publiek.

1. Inleiding

Sportprogramma's maken een steeds belangrijker deel uit van het media-aanbod (Rowe, 2007), en grote sportevenementen worden in Nederland gevolgd door een miljoenenpubliek. Zo blijkt uit de cijfers van Stichting Kijkonderzoek dat negen van de tien meest bekeken televisieprogramma's in 2012 sportgerelateerd zijn. Voetbal is hierbij de meest prominente sport. De vijf best bekeken uitzendingen in 2012 zijn gerelateerd aan het Europees kampioenschap voetbal. Ook uit cijfers uit 2014 blijkt dat sport een erg prominente rol binnen de televisie heeft. Zo worden de samenvattingen van de eredivisiewedstrijden wekelijks door ongeveer drie miljoen mensen bekeken (Stichting Kijkonderzoek, 2014)

Bij sportverslaggeving hebben commentatoren en journalisten een belangrijke rol in wat kijkers ervaren. Zij proberen de kijker te helpen bij het begrijpen van het spel, maar geven daarbij ook een subjectieve representatie of 'framing' van het evenement; hun betekenissen en ideologieën worden dan doorgegeven aan het publiek (McCarthy, Jones & Potrac, 2003). Volgens Messner, Duncan en Jensen (1993) is deze vorm van 'framing' nooit neutraal en zijn verborgen vooroordelen, stereotypen en ongelijkheid ingebed in deze subjectieve representatie. Dit kan inhouden dat er overdreven, 'stereotiepe' beelden van groepen mensen worden getoond die vaak niet overeenkomen met de werkelijkheid.

Hoewel allerlei aspecten van sport en sporters onderwerp van stereotypering kunnen zijn, is raciale stereotypering één van de meer problematische. Binnen de gemedieerde sport is een grote diversiteit aan etnische groepen zichtbaar (Van Sterkenburg & Knoppers, 2004) en uit onderzoek blijkt dat er raciale stereotypingen aanwezig zijn in de sportverslaggeving. Dit is gebleken uit veelal Amerikaans onderzoek (McCarthy et al., 2003), maar inmiddels is er ook op Europees gebied veel bekend over raciale stereotypen in de media. Er is met name inhoudsanalyse naar sportcommentaar op televisie gedaan, in zowel België (De Bruyker, 2012), Engeland (McCarthy, et al., 2003) als Nederland (Van Sterkenburg, Knoppers & de Leeuw, 2012). Verder blijkt dat ook in Nederlandse kranten de berichtgeving over sport vaak raciale stereotypen bevat (Verhage, 2013).

Dit stereotyperende beeld wordt ook toegepast door Nederlandse sportcommentatoren. Voetballers van Surinaamse afkomst worden bijvoorbeeld vaak beschreven op basis van hun fysieke kwaliteiten, terwijl autochtone voetballers veel vaker worden geroemd om hun tactische, mentale en intellectuele kwaliteiten (Van Sterkenburg et al., 2012).

Behalve dat commentatoren de tijd vullen door kijkers te helpen het spel te begrijpen, brengen ze daarmee dus (vaak onbewust en onbedoeld) stereotiepe beelden over op de kijker

(De Bruycker, 2010). En doordat ze een miljoenenpubliek hebben, kunnen ze daarmee de perceptie van miljoenen kijkers beïnvloeden en een bepaald discours in stand houden (De Bruycker, 2012).

Sportverslaggeving en sportcommentaar kunnen daarmee dus ook worden gezien als een voorbeeld van hoe stereotypering in algemene zin werkt. En hoewel stereotypen ons soms helpen de wereld om ons heen beter te begrijpen, kunnen ze ook schadelijk zijn wanneer deze een eigen leven gaan leiden en mensen als groep veroordeeld worden. Vooroordelen zorgen er dan voor dat de kloof in status tussen meerderheids- en minderheidsgroepen in stand blijft en zelfs groter kan worden. Dit geldt ook voor raciale stereotypen, waarbij mensen kunnen worden beïnvloed door sportverslaggeving en dit kan schadelijk zijn voor de maatschappelijke positie van minderheden (Buffington & Fraley, 2008).

Bovendien kunnen niet alleen de kijkers maar ook sporters zelf worden beïnvloed door de stereotiepe beelden vanuit de media. Uit diverse studies blijkt namelijk dat atleten niet immuun zijn voor stereotypisch gedachtegoed. Sporters gaan de verspreide stereotypen over henzelf geloven, wat van negatieve invloed is op het prestatievermogen, ook wel 'stereotype threat' genoemd (Beilock & McConnell, 2004).

Er zijn dus volop redenen om onderzoek te doen naar stereotypering van sporters in de media. Daarnaast zijn er ook redenen om dit toe te spitsen op voetbal en voetballers. In termen van kijkcijfers is voetbal in Nederland namelijk veruit de meest populaire sport (Stichting Kijkonderzoek, 2014), en bovendien lijkt er binnen de voetbalprogramma's sprake van een ontwikkeling die zou kunnen leiden tot steeds meer stereotypering. Er lijkt namelijk een verschuiving aan de gang te zijn in de sportmedia waarbij de focus steeds meer komt te liggen op entertainment (Raney & Bryant, 2006). Niet alleen de hoogtepunten van sportevenementen worden getoond, maar steeds meer komt de aandacht te liggen bij het bespreken van de sport en atleten zelf. Zo worden in Nederland voetbalpraatprogramma's als Studio Voetbal en Voetbal International wekelijks ieder door miljoenen mensen gevolgd (Stichting Kijkonderzoek, 2014). Meer dan voorheen worden sportwedstrijden voor- en nabeschouwd en is er een grotere rol weggelegd voor co-commentatoren en experts (Stiehler & Marr, 2002). Deze ontwikkelingen lijken de kans op stereotype beeldvorming te vergroten, omdat er binnen deze vormen van sportverslaggeving een grotere vrijheid is voor subjectiviteit.

Wat de precieze gevolgen van deze recente ontwikkeling zijn voor de beelden die het publiek zich vormt, is echter vooralsnog onvoldoende onderzocht. In Europa, laat staan Nederland, is nog weinig bekend over *de effecten* van de in de sportmedia geportretteerde

stereotypen. Buffington en Fraley (2008) wijzen in dit verband op de scheve verhouding die zou bestaan tussen de vele studies die gedaan zijn naar mediapresentaties van raciale stereotypering en de weinige studies naar de effecten hiervan op de perceptie van het publiek.

Vanwege de scheve verhouding tussen studies naar stereotiepe media-inhouden en studies naar de effecten hiervan is het wetenschappelijk gezien zeer relevant om de invloed van de raciale stereotypering van sporters in de Nederlandse media te onderzoeken, temeer omdat er goede redenen zijn om aan te nemen dat stereotiepe media-inhouden wel degelijk een effect hebben.

Volgens Azzarito en Harrison (2008) spelen sportmedia bijvoorbeeld een cruciale rol in de beeldvorming van jongeren over raciale verschillen. Het discours, dat zich focust op fysiek sterkere donkere sporters en meer intelligente blanke sporters, kan sterk van invloed zijn op deelname - of een gebrek aan deelname - van jongeren aan bepaalde sporten en schoolprestaties. Ook het onderzoek van Buffington en Fraley (2008) constateerde een verband tussen de blootstelling aan televisie en stereotiepe denkbeelden over donkere en blanke sporters, en weer een ander onderzoek (Kobach & Potter, 2013) laat zien dat de consumptie van sportmedia in de Verenigde Staten van invloed is op de impliciete stereotiepe denkbeelden over blanke en donkere sporters aldaar. Dit is een van de eerste, zo niet het eerste onderzoek dat kwantitatieve resultaten laat zien over de effecten van raciale stereotypen in de sportmedia op de onbewuste associaties van kijkers.

Er is dus nauwelijks onderzoek gedaan naar de maatschappelijke effecten van stereotiepe sportprogrammering, en zeker niet waar het gaat om onbewuste stereotypering, en al helemaal niet in Europa. Mogelijk speelt hierbij een rol dat in Europa verschillen tussen blank en zwart veel minder openlijk naar voren komen (McCarthy et al., 2003). Het doel van dit onderzoek is daarom om tekort aan kennis over de effecten van stereotypering in sportprogramma's te onderzoeken door na te gaan of er samenhang bestaat tussen gemedieerde weergave van sport en raciale associaties bij het publiek. Om de Europese en Nederlandse sportcultuur recht te doen wordt bovendien ingezoomd op de rol van voetbalmedia. Onderzocht wordt dus of de consumptie van voetbalgerelateerde media van invloed is op de bewuste en onbewuste stereotiepe associaties van kijkers.

De centrale vraag luidt dan ook: *In hoeverre is er samenhang tussen de consumptie van voetbalgerelateerde media en de bewuste en onbewuste stereotiepe associaties over donkere en blanke voetballers?*

2. Theorie

In de inleiding werd al duidelijk dat dit onderzoek zich richt op de effecten van raciale stereotyperingen in de media en is ook al ingegaan op het onderzoek dat gedaan is op het gebied van stereotypering. Voordat de resultaten van dit onderzoek uitgebreid worden besproken, is het echter eerst van belang om de theorie achter deze onderzoeken te beschrijven.

2.1 Stereotypen

Stereotypen zijn eigenschappen die in ons opkomen wanneer we over bepaalde sociale groepen denken (Stangor, 2009). Het zijn cognitieve generalisering van mensen over een veelheid aan onderwerpen. Deze generalisering komen voort uit persoonlijke schema's die mensen bezitten. Een schema is een cognitief frame of concept dat helpt bij het organiseren en interpreteren van informatie (Stangor, 2009). Schema's helpen ons om de werkelijkheid te begrijpen en om informatie sneller te interpreteren, maar kunnen ook bijdragen aan vooroordelen. Volgens Stangor (2009) vertegenwoordigen stereotypen eigenschappen die we zien als kenmerk van sociale groepen of van de individuele leden van die groepen, en dan met name de eigenschappen die groepen onderscheiden van elkaar. Wanneer stereotypen over groepen mensen worden gekoppeld aan negatieve oordelen, kunnen ze minder onschuldig zijn. We spreken dan over vooroordelen (Stangor, 2009).

Bij de vorming en activatie van stereotypen spelen media mogelijk een niet onbelangrijke rol. Volgens Graber (2003) passen de media namelijk graag stereotypen toe omdat ze dramatischer en gemakkelijker te begrijpen zijn dan meer genuanceerd commentaar. En volgens Fujioka (1999) hebben zulke stereotiepe beelden vervolgens ook een effect op het beeld dat kijkers zich van bepaalde groepen mensen vormen. Daarom lijkt het aannemelijk dat blootstelling aan bepaalde stereotyperingen in de media de schema's, stereotypen en vooroordelen van de kijkers mede vormen, activeren en versterken.

2.2 Cultural Studies

De 'Cultural Studies' kunnen worden gezien als sociaal-wetenschappelijke benadering die sportmedia ziet als deel van de cultuur waarin ideeën over huidskleur worden geformuleerd en vervolgens worden overgenomen door de samenleving. Etniciteit wordt binnen deze benadering beschouwd als een sociaal geconstrueerd fenomeen dat het machtsonevenwicht tussen de blanke meerderheid en de 'andere' minderheden in de

samenleving reflecteert (Van Sterkenburg, Knoppers & de Leeuw, 2012). Stuart Hall spreekt in dit verband over discoursen die worden gecreëerd door de media (Chen & Morley, 2006). Discoursen definieert hij als de verwijzing naar of de constructie van kennis over een bepaald onderwerp. Toegepast op de sportmedia zou dit betekenen dat journalisten en commentatoren een bepaald discours hanteren waarmee een bepaalde sociale realiteit wordt gevormd. Een discours produceert bepaalde manieren van praten over een onderwerp en beperkt andere manieren van praten over dat onderwerp. In dat verband construeert, definieert en produceert een discours het onderwerp.

De media hebben de potentie om bepaalde raciale en etnische indelingen uit te lichten, waardoor mensen raciale en etnische categorieën vormen die worden gebruikt om de wereld om hen heen te structureren (Hall, 1995). De sportmedia categoriseren etnische minderheden en houden ze op hun plaats door de stereotiepe manier waarop ze in de media worden gerepresenteerd (Dyer, 1997).

Vanuit deze benadering kan er verwacht worden dat kijkers van sportprogramma's hun realiteit gedeeltelijk construeren aan de hand van de sociale realiteit die wordt gevormd door het discours binnen de sportmedia en dit uitgangspunt is binnen deze studie, waarin raciale stereotypingen centraal staan, dus uitermate relevant.

2.3 Media frames

De media vormen samen één van de vele terreinen waarin stereotypen voorkomen. Deze media kunnen worden beschouwd als een verzameling van 'mediateksten' of frames die invloed uitoefenen op de interpretatie van het publiek. Bij frames worden stukjes informatie in een communicatie-uiting geselecteerd en uitvergroot. Dit wordt ook wel 'saillantie' genoemd, waarbij bepaalde informatie meer zichtbaar en betekenisvol wordt gemaakt richting het publiek (Entman, 1993). Wanneer de saillantie van een bepaald stukje informatie hoger is, is de kans groter dat ontvangers de informatie zullen waarnemen, er betekenis aan zullen geven en opslaan in het langetermijngeheugen (Fiske & Taylor, 1991).

Dit proces gebeurt op zodanige wijze dat een bepaalde probleemstelling, causale interpretatie, morele beoordeling en/of behandeling voor het beschreven item wordt bevorderd (Entman, 1993). Het communicatieproces speelt zich af op tenminste vier locaties, namelijk de zender, de boodschap, de ontvanger en de cultuur. In het geval van dit onderzoek is de zender de sportjournalist of commentator, de tekst is de media-inhoud waarin stereotiepe beelden over blanke en donkere voetballers worden getoond, de ontvanger is de consument van de sportmedia en de cultuur is de Nederlandse cultuur.

Frames worden volgens Entman (1993) geconstrueerd door actoren binnen de media, ook wel 'frame building' genoemd. Wanneer het publiek herhaaldelijk worden blootgesteld aan deze frames, kunnen deze worden overgenomen en vindt er 'frame setting' plaats. Op dit laatste fenomeen richt dit onderzoek zich.

Het meeste onderzoek over stereotyperingen in de media richt zich op de aanwezigheid ervan, maar gaat niet verder in op de effecten op mensen (Kobach & Potter, 2013). Dit onderzoek gaat echter in op de verhouding tussen 'media frames' en de publieke perceptie van kijkers.

2.4 Cultivatatie theorie

De frames die sportmedia toepassen kunnen een cultivatie-effect teweegbrengen bij het publiek (De Bruycker, 2010). De cultivatietheorie is een brede benadering die stelt dat mediaconsumptie veel invloed uitoefent op de manier waarop mensen de wereld beschouwen. Het basisidee hiervan is dat hoe meer iemand wordt blootgesteld aan gemedieerde boodschappen, hoe meer de opvattingen en meningen over de echte wereld vergelijkbaar worden met die van de media (Gerbner, 1998). Vanuit dat oogpunt is het aannemelijk dat hogere blootstelling aan sportmedia leidt tot overname van raciale stereotiepe denkbeelden. Volgens Morgan en Shanahan (2010) wordt deze sociale invloed van sportmedia in de westerse cultuur steeds groter doordat er een groter aanbod en een grotere consumptie van sportmedia is.

De 'social reality theory' (Hawkins & Pingree, 1982) werd ontwikkeld om de psychologische en cognitieve processen uit te leggen binnen de cultivatietheorie van Gerbner. Het theoretische concept van de 'social reality theory' leunt op het mechanisme van automatische cognitieve reacties. Mensen construeren hun eigen realiteit door automatisch en onbewust bepaalde gebeurtenissen in de wereld te selecteren en op te slaan in het langetermijngeheugen (Shapiro & Lang, 1991). Omdat gemedieerde boodschappen tegenwoordig een groot deel van deze gebeurtenissen van mensen vormen, spelen de media een belangrijke rol in de perceptie van mensen over de werkelijkheid (Shapiro & Lang, 1991). Zo toonde onderzoek van Fujioka (1999) aan dat media de stereotiepe beelden van mensen over andere etniciteiten kunnen beïnvloeden en dat deze effecten groter zijn wanneer alledaagse ervaringen met mensen van een andere etniciteit ontbreken.

Met betrekking tot stereotypering kunnen de media die een persoon selecteert om te consumeren een effect hebben op de overtuigingen en eventueel ook de acties van die persoon. Mensen die veel worden blootgesteld aan sportprogrammering hebben het potentieel

om de subtiele boodschappen die worden overgebracht op te pikken. Ervaringen in de echte wereld zullen berichten in een gemedieerde omgeving echter zeer waarschijnlijk aftroeven als het gaat om het overnemen van relevante informatie (Shapiro & Lang, 1991).

Volgens de 'social reality theory' hebben niet alle media-inhouden een gelijke impact op het beeld dat mensen vormen van de werkelijkheid. Mensen zullen echte gebeurtenissen vaak impliciet meer relevant beschouwen dan fictieve gebeurtenissen (Shapiro & Lang, 1991). Omdat sport 'echt' is, heeft hetgeen dat besproken wordt binnen sportverslaggeving de potentie om meer relevant te worden beschouwd door de kijkers en meer als feitelijk te worden gezien, zowel op bewust als onbewust niveau.

Mediateksten kunnen dus in veel gevallen de perceptie van de mediagebruiker op de sociale realiteit beïnvloeden. Een bepaalde aanleg voor raciale attitudes kan daarmee gecultiveerd worden door mediagebruik (De Bruycker, 2010). Stereotypering valt echter niet noodzakelijk samen met persoonlijke overtuigingen omdat stereotypering vaak een onintentioneel proces is. Deze worden vaak via de eerder genoemde schema's automatisch geactiveerd zonder dat we daarbij stil staan (Nelson, 2009). Omdat het proces van stereotypering zowel op bewust als onbewust vlak plaatsvindt, is het van belang om beide niveaus mee te nemen in het onderzoek.

2.5 Raciale stereotypering in de sportmedia

De sportmedia worden gedomineerd door blanke mannen, waarin vaak de dominante sociaal-economische positie van blanke mannen wordt ondersteund (Sterkenburg & Knoppers, 2004). Het vermogen van de sportmedia om herhaaldelijk veel mensen op hetzelfde moment te bereiken geeft die media volgens sommigen veel macht in de bevestiging en reconstructie van beelden die congruent zijn met de hegemonische discours over sociale groepen (Hargreaves, 1986). Massamedia kunnen bepaalde machtsverhoudingen dus eerder versterken dan ondermijnen.

Er is veelal inhoudsanalyse gedaan naar de aanwezigheid van raciale stereotypering binnen de sportmedia. De meeste van deze onderzoeken constateren een verschil in de weergave van blanke en donkere sporters. In deze paragraaf worden verschillende discoursen binnen de sportmedia besproken, die uit eerder onderzoek naar voren kwamen.

Volgens Buffington en Fraley (2011) gebruiken commentatoren en journalisten vaak een vorm van 'race talk' in hun verslaggeving. Met deze term wordt een discours bedoeld waarin een soort verborgen racisme wordt geuit. In hun poging om objectief verslag te doen

van het sportevenement, worden bevooroordeelde berichten overgebracht, die vaak negatief zijn richting donkere sporters.

Azzarito en Harrison (2008) noemen het 'Black Edge Discourse' als belangrijk discours waarin raciale ongelijkheid een belangrijke rol speelt. Hierin staat de biologische superioriteit van donkere sporters centraal, en worden hun aangeboren fysieke eigenschappen gebruikt als verklaring voor dominantie in de sport. Terwijl donkere sporters vooral worden erkend om hun uitstekende fysieke kwaliteiten, worden blanke sporters veel meer geprezen om hun spelinzicht en tactisch denkvermogen. Ook van Sterkenburg, Knoppers en de Leeuw (2012) benoemen dit veelvoorkomende patroon. Zij spreken van een dualisme, waarbij wordt verondersteld dat donkere sporters enerzijds aangeboren fysieke kwaliteiten hebben die blanke sporters niet hebben en anderzijds minder mentale capaciteiten bezitten. Aangezien de dominantie van blanke mannen in westerse samenlevingen meestal gebaseerd is op een hiërarchie waarin mentale kwaliteiten worden gewaardeerd boven fysieke kwaliteiten, ondersteunt dit voornamelijk de bevoorrechte maatschappelijke positie van blanke mannen. Dit is niet verwonderlijk aangezien journalisten, commentatoren en eigenaars van de media in het algemeen blanke mannen zijn (Claringbould & Knoppers, 2004) of, anders gezegd; om hun dominante sociale positie te behouden, worden de 'blanke' sportmedia (vaak onbewust) gebruikt om stereotiepe beelden over te brengen (McCarthy & Jones, 1997).

Bovengenoemde raciale stereotypering wordt door Buffington en Fraley (2008) de 'brain versus brawn distinction' genoemd. Volgens hen worden donkere sporters als van nature sterker, maar minder intelligent dan blanke atleten gerepresenteerd. Dit vindt mogelijk zijn oorsprong in de tijd van het kolonialisme waarin, om de kolonisering van de Afrikaanse bevolking te rechtvaardigen, Europeanen een ideologie creëerden waarin Afrikanen van nature geschikt waren om fysieke arbeid te verrichten (Van Sterkenburg, van der Tuin, Wekker & Buikema, 2010). De aanname dat donkere sporters meer natuurlijke aanleg hebben dan blanke atleten is echter nooit wetenschappelijk bewezen (Scott et al., 2010). Zo bleek uit onderzoek dat cultuur, klasse en sociaal milieu meer dan etniciteit voorspellers van atletisch succes blijken te zijn (Carter et al., 2010).

2.6 Raciale stereotypering in voetbalgerelateerde media

De meeste onderzoeken naar raciale stereotyperingen en hun invloed komen, zoals eerder benoemd, uit de Verenigde Staten. Aangezien de focus daar ligt op andere sporten, is er minder bekend over de stereotypen die zichtbaar zijn specifiek binnen het voetbal. Dat wil

niet zeggen dat er niks bekend is. Zo is er de laatste jaren op Europees gebied veel bekend geworden over de aanwezigheid van raciale stereotypen binnen de voetbalgerelateerde media.

Er is met name inhoudsanalyse naar commentaar bij voetbalwedstrijden op televisie gedaan, in zowel België (De Bruyker, 2012), Engeland (McCarthy, et al., 2003) als Nederland (Van Sterkenburg, Knoppers & de Leeuw, 2012). Ook is de aanwezigheid van raciale stereotypen in de berichtgeving over voetbal in Nederlandse kranten onderzocht (Verhage, 2013). Uit alle onderzoeken blijkt dat de eerder genoemde ‘brain versus brawn distinction’ ook in Europa wordt toegepast in de verslaggeving van voetbalevenementen. Wat de effecten hiervan zijn op het publiek, is echter de vraag.

2.7 Hypothesen

Aan de hand van de theoretische onderbouwing kunnen verwachtingen van het onderzoek worden uitgesproken in de vorm van hypothesen. Om de centrale vraag te beantwoorden, zijn er twee hypothesen opgesteld:

H1: De consumptie van voetbalgerelateerde media leidt tot meer onbewuste stereotiepe associaties met donkere en blanke voetballers.

en

H2: De consumptie van voetbalgerelateerde media leidt tot meer bewuste stereotiepe associaties met donkere en blanke voetballers.

Op basis van eerder onderzoek kunnen er ook verwachtingen worden uitgesproken over verschillen in de effecten op basis van persoonlijke kenmerken. Zo blijkt uit onderzoek van Azzarito en Harrison (2008) dat vrouwen minder sterke raciale stereotiepe attitudes bezitten dan mannen. Zij positioneren zich vaker buiten de eerder genoemde Black Edge Discourse en wijzen het stereotype van fysieke superioriteit van donkere sporters en mentale superioriteit van blanke sporters vaker af. Zij verklaren dit door het hogere empathische vermogen dat vrouwen zouden bezitten. Op basis hiervan is de derde hypothese geformuleerd:

H3a: De invloed zoals benoemd in H1 is kleiner bij vrouwen.

H3b: De invloed zoals benoemd in H2 is kleiner bij vrouwen.

Uit onderzoek blijkt verder dat oudere mensen meer vooroordelen uiten dan jonge mensen. Aan de ene kant kan dit zijn omdat ze opgegroeid zijn in meer bevooroordeelde tijden (Schuman, 1997). Aan de andere kant blijkt dat oudere volwassenen hun vermogen verliezen om ongewenste informatie te onderdrukken en het daardoor moeilijker vinden om hun eigen stereotiepe attitude te negeren (Von Hippel, Silver & Lynch, 2000). Zowel op expliciet niveau als op impliciet niveau blijkt dat ouderen meer raciale vooroordelen bezitten (Stewart, Von Hippel & Radvansky, 2009). Op basis hiervan is de vierde hypothese gevormd:

H4a: De invloed zoals benoemd in H1 is hoger bij oudere mensen.

H4b: De invloed zoals benoemd in H2 is hoger bij oudere mensen.

Volgens de cultivatietheorie construeren mensen hun eigen realiteit door automatisch en onbewust bepaalde gebeurtenissen in de alledaagse, niet-gemedieerde wereld op te slaan in het langetermijngeheugen. Wanneer mensen weinig alledaagse ervaring of kennis hebben over een bepaald onderwerp, zullen ze echter hun vooroordelen sterker baseren op het beeld dat media scheppen (Shapiro & Lang, 1991). Het ligt daarom voor de hand dat iemand met weinig tot geen ervaring met mensen van een andere etniciteit meer afgaat op de gemedieerde boodschappen die hij of zij bewust of onbewust heeft verkregen. In het geval van dit onderzoek zullen mensen die zelf weinig ervaring hebben met voetbal en intercultureel contact binnen voetbal, hun attitude over blanke en donkere sporters meer baseren op de voetbalgerelateerde media die ze consumeren. Aan de hand hiervan is de volgende hypothese gevormd:

H5a: De invloed zoals benoemd in H1 is kleiner bij mensen die meer intercultureel contact hebben binnen het voetbal.

H5b: De invloed zoals benoemd in H2 is kleiner bij mensen die meer intercultureel contact hebben binnen het voetbal.

Zoals eerder benoemd zijn er belangrijke verschillen in de verschillende vormen van voetbalgerelateerde media. Zo staat bij spelinhoudelijk commentaar van voetbalwedstrijden objectiviteit voorop, omdat het doel is om het evenement te beschrijven, terwijl bij praatprogramma's meer vrijheid is voor subjectiviteit (Stiehler & Marr, 2002). Het is daarom aannemelijk dat de mediaconsumptie van voetbalpraatprogramma's van grotere invloed is op de bewuste en onbewuste stereotiepe associaties over donkere en blanke voetballers. Omdat er

echter weinig studie is gedaan naar het effect van alle verschillende soorten media-inhouden en hun effect is er gekozen voor het opstellen van de volgende onderzoeksvraag:

RQ1: Bestaat er een verschil in invloed zoals benoemd in H1 en H2 tussen de verschillende vormen van voetbalgerelateerde media?

Zoals besproken blijkt uit veel onderzoek dat sportverslaggeving een ‘brain versus brawn distinction’ bevat. Echter, door het gebrek aan empirische studies over de effecten hiervan, is de sociale invloed van deze verslaggeving niet geheel bekend. Deze studie moet meer duidelijkheid geven over de effecten van raciale stereotypering in de sportmedia, waarvan de resultaten te vinden zijn in paragraaf 4. Eerst ga ik echter in paragraaf 3 in op de manier waarop het onderzoek is uitgevoerd.

3. Methode

Om de mogelijke invloed van voetbalgerelateerde mediaconsumptie op de bewuste en onbewuste stereotiepe associaties te toetsen is er gekozen om een Impliciete Associatie Test (IAT) én een vragenlijst toe te passen. Er is gekozen voor deze onderzoeksopzet om op deze manier niet alleen via een vragenlijst uitspraken te kunnen doen over de expliciete associaties en stereotiepe ideeën, maar ook door middel van een IAT over de impliciete associaties. Binnen de vragenlijst zijn ook mediaconsumptie en andere controlevariabelen gemeten.

Een IAT is een geschikte methode om impliciete associaties te meten (Greenwald, Nosek & Banaji, 2003). Daarnaast is een vragenlijst is een geschikte methode om expliciete associaties en stereotiepe ideeën met betrekking tot sociale groepen – in dit geval blanke en donkere voetballers – te kunnen meten (Oomens, Scheepers & Vergeer in Wester, Renckstorf & Scheepers, 2006).

3.1 Data

De populatie van dit onderzoek is de Nederlandse bevolking tussen 15 en 75 jaar. Uit deze populatie is een gemakssteekproef getrokken van 445 personen. Er werd voor een steekproef van deze omvang gekozen, omdat in situaties waarin de verdelingen van de belangrijke variabelen niet bekend zijn vaak de vuistregel gebaseerd op Krejcie en Morgan (1970) wordt toegepast. Deze houdt in dat er een minimum van 384 personen moet deelnemen aan een onderzoek om betrouwbare uitspraken te kunnen doen over een omvangrijke populatie. De werving voor deelname aan de steekproef vond tussen 11 april en 11 mei 2014 plaats via e-mail en sociale media. Het benaderde ‘convenience sample’ bestond primair uit mensen in het netwerk van de onderzoeker. Deze personen konden op hun beurt ook weer anderen uitnodigen om mee te doen aan het onderzoek. De volledige wervingstekst is te vinden in bijlage 1.

In eerste instantie bestond de steekproef uit 464 personen, maar hier zijn 19 personen uit verwijderd door te snelle of langzame reactietijden binnen de Impliciete Associatie Test (IAT). De uiteindelijke steekproef bestaat dus uit 445 personen (311 mannen, 134 vrouwen) uit de Nederlandse populatie. De deelnemers varieerden in leeftijd van 14 tot 71 jaar (M ; 31,56, SD ; 13,13). Om de representativiteit van de steekproefgegevens te waarborgen, zijn ze vergeleken met de gegevens van de Nederlandse populatie zoals die op het moment van de analyse samengesteld was (CBS, 2014). Hiervoor is het Chi-kwadraat berekend voor geslacht en leeftijd van de respondenten. Hieruit bleek dat in onze steekproef 30% vrouw was en

volgens het CBS is 50,5% procent binnen de Nederlandse populatie vrouw. De onderzoekspopulatie wijkt wat betreft geslacht significant af van de Nederlandse populatie ($\chi^2=73.825$; $df=1$; $p < .001$). Om de verdeling van leeftijd in de steekproef te vergelijken met die van de populatie, is leeftijd verdeeld in vijf leeftijdscategorieën: '0-19', '20-29', '30-39', '40-49' en '50-75'. Hieruit bleek dat de leeftijd van de respondenten opnieuw significant afwijkt van de leeftijd van de populatie ($\chi^2=781.401$; $df=4$; $p < .001$). Wanneer onze steekproef wordt vergeleken met de Nederlandse populatie blijkt namelijk dat personen tussen 20 en 30 jaar sterk zijn oververtegenwoordigd en personen vanaf 50 jaar zijn ondervertegenwoordigd in het onderzoek. Dit betekent dat de resultaten van dit onderzoek vooral gegeneraliseerd kunnen worden naar het jongere deel van de Nederlandse bevolking.

3.2 Procedure

Het online onderzoek is uitgevoerd tussen 11 april en 11 mei 2014 op <http://www.tromik.nl/iat>. Hier kregen deelnemers van het onderzoek eerst een instructie over de werking van de IAT. De deelnemers werd vooraf niet verteld dat er later gevraagd zou worden naar de mediaconsumptie en expliciete associaties. Het onderzoek begon met de IAT, waarna mensen een vragenlijst moesten afwerken. Er is bewust gekozen om deze volgorde aan te houden, om de invloed van de bewuste associaties op de score van de IAT te minimaliseren (Greenwald, et al., 2003).

3.3 Meetinstrumenten

In deze paragraaf wordt beschreven hoe de belangrijkste variabelen in het onderzoek (Impliciete Associaties, Expliciete Associaties en Mediaconsumptie) zijn gemeten. Daarna wordt uitgelegd welke controlevariabelen zijn meegenomen.

3.3.1 Impliciete Associaties

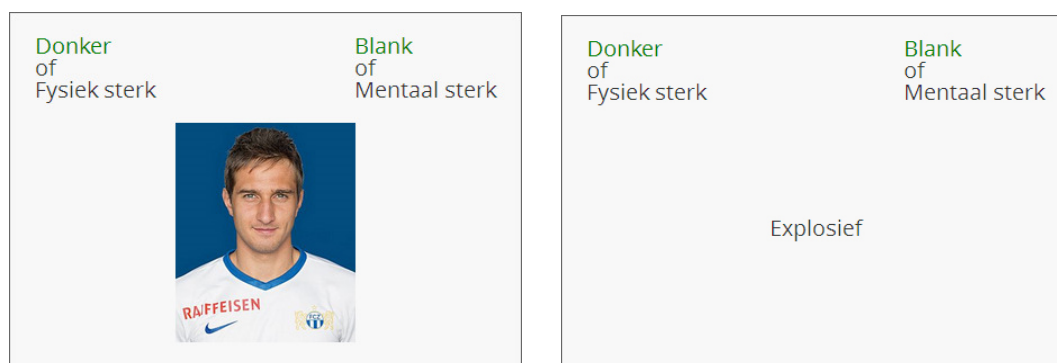
Een belangrijke te verklaren variabele binnen dit onderzoek is de Impliciete Stereotiepe Associaties over Blanke en Donkere Voetballers. Dat gekozen werd om stereotiepe beelden te meten met een IAT is onder andere gebaseerd op de overweging dat mensen vaak niet bereid zijn om hun eigen stereotiepe associaties te erkennen, vaak ook omdat ze zich niet bewust zijn dát ze ze bezitten. Dit laatste fenomeen wordt 'impliciete sociale cognitie', waarbij ervaringen uit het verleden invloed hebben op de cognities van personen zonder dat die eerdere ervaringen worden herinnerd. Deze informatie is niet te achterhalen via zelfrapportage of introspectie en heeft geleid tot de ontwikkeling van de

Impliciete Associatie Test (Greenwald & Banaji, 1995). De Impliciete Associatie Test (IAT) gaat ervan uit dat individuen stimuli sneller categoriseren wanneer deze overeenkomen met al bestaande impliciete associaties. De validiteit van de IAT als een meetinstrument voor impliciete associaties wordt door Greenwald, Nosek en Banaji (2003) empirisch onderbouwd.

Volgens hen is het vermogen om snel te reageren gebaseerd op de sterkte van de cognitieve verbindingen in het langetermijngeheugen. In het geval van dit onderzoek is zoals gezegd de hypothese dat deze verbindingen of netwerken in het geheugen zijn ontwikkeld door herhaalde blootstelling aan voetbalverslaggeving in de media en de informatie die het bevat over etniciteit en fysieke en mentale kwaliteiten. De IAT biedt gegevens die zelfrapportage niet zou kunnen verkrijgen omdat veel cognitieve processen die gedrag beïnvloeden van nature onbewust zijn en daarom niet verkrijgbaar zijn door het stellen van vragen (Greenwald, et al., 2003).

In dit onderzoek is een online IAT toegepast met behulp van een programma waarbij de deelnemers woorden met bepaalde kenmerken en afbeeldingen van bepaalde mensen moesten categoriseren aan een bepaalde kant van het computerscherm (links of rechts). In Figuur 3.1 zijn voorbeelden zichtbaar van de gebruikte afbeeldingen en woorden in de IAT. Zowel de afbeeldingen als woorden werden ondubbelzinnig gekozen en behoren tot een specifieke categorie. De voetballers in de afbeeldingen konden gemakkelijk worden herkend als blank of donker, en de woorden werden geselecteerd om de categorieën ‘fysiek sterk’ en ‘mentaal sterk’ te representeren. De geselecteerde woorden zijn descriptoren die in eerdere inhoudsanalyses (De Bruycker, 2010; Buffington & Fraley, 2011; McCarthy et al., 2003; Van Sterkenburg et al., 2012; Verhage, 2013) naar voren zijn gekomen en vertalingen van de woorden die door Kobach en Potter (2013) zijn gebruikt in hun onderzoek over raciale stereotyping binnen de sport. Om verwarring te voorkomen, werden de categorieën en bijbehorende woorden volgens het protocol voorafgaand aan de IAT getoond (Greenwald, et al., 2003).

Figuur 3.1: Weergave van de online IAT



De veertien stereotiepe woorden in deze studie werden onderverdeeld in twee gelijke groepen: woorden in de categorie 'fysiek sterk' en 'mentaal sterk'. De woorden in de categorie 'fysiek sterk' waren: Atletisch, explosief, gespierd, groot, krachtig, snel en sprongkracht. In de categorie 'mentaal sterk' waren de volgende woorden opgenomen: Coachbaar, geconcentreerd, gedisciplineerd, intelligent, spelinzicht, strategisch en vastberaden.

Deze studie heeft de IAT volgorde van Greenwald et al. (2003) gevolgd om te onderzoeken of herhaalde blootstelling aan voetbalverslaggeving in de media gecorreleerd is aan impliciete associaties over etniciteit. Bij slechts twee van de zeven onderdelen binnen de test wordt reactietijd gemeten, de andere onderdelen zijn ter beoefening. In Tabel 3.1 is de volledige volgorde van de IAT zichtbaar. In het ene gemeten onderdeel binnen de test werden de categorieën 'donker' en 'fysiek sterk' aan elkaar gekoppeld aan de linkerkant en 'blank' en 'mentaal sterk' aan de rechterkant. Dit wordt ook wel de 'congruente conditie' genoemd (Greenwald et al., 2003), omdat deze combinaties gevoelsmatig bij elkaar horen. In het andere gemeten onderdeel werden de categorieën 'blank' en 'fysiek sterk' aan elkaar gekoppeld aan de linkerkant en 'donker' en 'mentaal sterk' aan de rechterkant. Dit wordt ook de 'incongruente conditie' genoemd.

Tabel 3.1: Volgorde van de IAT

Deel	Aantal items	Functie	Items linker-knop	Items rechter-knop
1	20	Oefen	'Fysiek sterk' woorden	'Mentaal sterk' woorden
2	20	Oefen	Afbeeldingen donkere voetballers	Afbeeldingen blanke voetballers
3	20	Oefen	'Fysiek sterk' woorden + Afbeeldingen donkere voetballers	'Mentaal sterk' woorden + Afbeeldingen blanke voetballers
4	40	Test <i>Congruent</i>	'Fysiek sterk' woorden + Afbeeldingen donkere voetballers	'Mentaal sterk' woorden + Afbeeldingen blanke voetballers
5	20	Oefen	Afbeeldingen blanke voetballers	Afbeeldingen donkere voetballers
6	20	Oefen	'Fysiek sterk' woorden + Afbeeldingen blanke voetballers	'Mentaal sterk' woorden + Afbeeldingen donkere voetballers
7	40	Test <i>Incongruent</i>	'Fysiek sterk' woorden + Afbeeldingen blanke voetballers	'Mentaal sterk' woorden + Afbeeldingen donkere voetballers

Noot: Voor de helft van de respondenten waren de posities van deel 2, 3 en 4 gewisseld met deel 5, 6 en 7

De individuele score van de IAT werd vastgesteld door de totale tijd van de test in de incongruente conditie te delen door de totale tijd van de test in de congruente conditie. Bij een score van '1' is de reactietijd van de respondent in beide condities dus even snel, bij een score boven één doet de respondent langer over de test in de incongruente conditie en bij een score onder één doet de respondent langer over de test in de congruente conditie. Om de mogelijke invloed van de volgorde binnen de test te minimaliseren, volgde de door toeval bepaalde andere helft van de deelnemers de omgekeerde volgorde, waarbij eerst de incongruente combinatie werd gemeten om vervolgens de congruente combinatie te meten.

3.3.2 Expliciete Associaties

Een tweede belangrijke te verklaren variabele in dit onderzoek is de Expliciete Stereotiepe Associaties over Blanke en Donkere Voetballers. Dit werd gemeten aan de hand stellingen, waarbij aan deelnemers werd gevraagd in hoeverre ze het met de stelling eens waren met behulp van een vijfpuntsschaal (“Helemaal mee oneens” = -2, “Mee oneens” = -1, “Neutraal” = 0, “Mee eens” = +1, “Helemaal mee eens” = +2). Deelnemers konden bovendien aangeven dat ze geen mening over de betreffende stelling hadden.

Aan de hand van stereotypen die in eerdere onderzoeken (De Bruycker, 2010; Buffington & Fraley, 2011; McCarthy et al., 2003; Van Sterkenburg et al., 2012; Verhage, 2013) naar voren zijn gekomen, werden er drie verschillende typen raciale vooroordelen verondersteld: (a) blanke voetballers zijn intelligenter, (b) blanke voetballers zijn mentaal sterker en (c) donkere voetballers zijn fysiek sterker. Om de betrouwbaarheid en validiteit te waarborgen, zijn per type vooroordeel vier verschillende stellingen gebruikt. In totaal gaat het dus om twaalf verschillende stellingen, die in willekeurige volgorde werden getoond aan de respondent.

Onder het eerste stereotype vielen de volgende vier stellingen: Blanke voetballers zijn intelligenter in het spel dan donkere voetballers; blanke voetballers spelen vaker op het middenveld dan donkere voetballers omdat ze meer spelinzicht hebben; blanke voetballers spelen meer doordacht en strategisch dan donkere voetballers; en: blanke voetballers hebben een beter tactisch inzicht dan donkere voetballers.

Onder het tweede stereotype vielen de volgende vier stellingen: Blanke voetballers zijn mentaal sterker dan donkere voetballers; blanke voetballers zijn meer vastberaden dan donkere voetballers; blanke voetballers zijn gedisciplineerder dan donkere voetballers; en: blanke voetballers zijn beter coachbaar dan donkere voetballers.

Onder het derde stereotype vielen de volgende vier stellingen: Donkere voetballers hebben gemiddeld meer fysieke aanleg dan blanke voetballers; donkere voetballers zijn gemiddeld sterker en sneller dan blanke voetballers; donkere voetballers gaan gemiddeld meer het fysieke duel aan dan blanke voetballers; en: donkere voetballers zijn gemiddeld explosiever en atletischer dan blanke voetballers.

Met behulp van principale componentenanalyse (Tabel 3.2) is vervolgens geanalyseerd of de items samen drie verschillende dimensies vormen, oftewel of de schaal multidimensioneel is. Op basis van het eigenwaarde criterium (de eigenwaarde van een factor moet groter dan 1 zijn) en het knikcriterium is vastgesteld dat er niet drie maar twee factoren zijn. Stereotype a (blanke voetballers zijn intelligenter) en b (blanke voetballers zijn mentaal sterker) blijken samen één dimensie te vormen en zijn daarom samengevoegd in de analyse.

Tabel 3.2: Meting van Expliciete Stereotiepe Associaties geanalyseerd met principale componentenanalyse, oblimin geroteerd. KMO = .940.

	Commu- naliteit	Lading factor 1	Lading factor 2
Blanke voetballers zijn meer vastberaden	.796	.932	-.046
Blanke voetballers hebben een beter tactisch inzicht	.694	.857	-.024
Blanke voetballers zijn beter coachbaar	.752	.821	.071
Blanke voetballers zijn mentaal sterker	.737	.820	.080
Blanke voetballers zijn intelligenter in het spel	.604	.796	-.043
Blanke voetballers spelen meer doordacht en strategisch	.547	.791	-.075
Blanke voetballers spelen vaker op het middenveld omdat ze meer spelinzicht hebben	.646	.783	.032
Blanke voetballers zijn gedisciplineerder	.584	.740	.013
Donkere voetballers gaan meer het fysieke duel aan	.521	.596	.185
Donkere voetballers zijn explosiever en atletischer	.754	.188	.817
Donkere voetballers zijn gemiddeld sterker en sneller	.530	-.112	.813
Donkere voetballers hebben meer fysieke aanleg	.681	.187	.740
Eigenwaarde		7.364	1.357

$r_{1.2} = .578$

Opvallend is dat het item 'donkere voetballers gaan gemiddeld meer het fysieke duel aan dan blanke voetballers' vooral laadt op de eerste factor die mentale kracht zou moeten meten, terwijl het bedoelt was als item dat fysieke kracht indiceert. Daarnaast heeft dit item ook een lagere eerste-factorlading dan de andere items. Daarom is besloten dit item uit de verdere analyse te verwijderen.

Wanneer we vervolgens naar de schaalbetrouwbaarheden kijken, zien we dat de items die mentale kracht en intelligentie indiceren samen een zeer betrouwbare schaal vormen (Cronbach's alpha = .943). Als het gaat om het stereotype gericht op fysieke kracht, zien we dat de Cronbach's alpha .853 bedraagt. De uiteindelijke scores op de schalen voor stereotypen over Mentale Kracht en Intelligentie enerzijds en Fysieke Kracht anderzijds werden berekend als gemiddelde van de score op de verschillende items.

3.3.3 Mediaconsumptie

Naast de Impliciete Associaties en Expliciete Associaties met betrekking tot Donkere en Blanke Voetballers, is Mediaconsumptie een belangrijke verklarende variabele binnen het onderzoek. Het doel van het onderzoek is immers om na te gaan of mediaconsumptie van invloed is op deze impliciete en expliciete associaties. Aan de hand van het onderzoek van Kobach en Potter (2013) hebben de deelnemers vragen beantwoord waarbij de consumptie van verschillende vormen van voetbalgerelateerde media werd gemeten. Specifiek werden de deelnemers gevraagd: Hoeveel uur in een gemiddelde week: Kijk je naar live voetbalwedstrijden? Kijk je naar samenvattingen van voetbalwedstrijden? Kijk je naar praatprogramma's over voetbal? Lees je in kranten en tijdschriften over voetbal? Surf je op het internet over voetbal? Luister je naar voetbal via de radio? De antwoordcategoriën waren '0', '0,5', '1', '2', '3', '4', '5', '6', '7', '8', '9', '10' en 'meer dan 10' uur. De totale som van de zes onderdelen uit de vragenlijst vormt de kijktijd naar gemedieerde voetbalverslaggeving in aantal uren. In de vervolganalyse, gericht op de beantwoording van de open onderzoeksvraag, wordt afzonderlijk gekeken naar de verschillende typen media. In alle overige hypothesen wordt de totale kijktijd meegenomen als variabele.

3.3.4 Overige variabelen

In de online vragenlijst werden verder nog vragen gesteld over de persoonlijke kenmerken van de respondenten die wellicht van invloed zijn op de invloed van mediaconsumptie op de impliciete en expliciete raciale associaties. De respondenten werd gevraagd naar hun Leeftijd en Geslacht (0 'vrouw', 1 'man') zodat ter beantwoording van hypothese H3 en H4 kan worden geanalyseerd in hoeverre er daarin verschillen in de invloed van mediaconsumptie op impliciete en expliciete raciale associaties zijn. Daarnaast werd ter beantwoording van hypothese H5 gevraagd in hoeverre de respondent actief voetbalt met of tegen mensen van een andere etnische achtergrond. De antwoordcategorieën waren 1 'Nooit', 2 'Soms', 3 'Regelmatig', 4 'Vaak', 5 'Heel vaak' en 6 'Bijna altijd'. Er werd bovendien gevraagd naar de hoogst afgeronde Opleiding, waarin de antwoordcategorieën 1 'Lager onderwijs', 2 'Lager beroepsonderwijs', 3 'MAVO/VMBO', 4 'MBO', 5 'HAVO', 6 'VWO', 7 'HBO' en 8 'WO' waren. Tot slot werd gevraagd naar de Etniciteit van de respondent zelf, door te vragen of diegene zich meer identificeert met 'blank' of 'donker' (0 'blank', 1 'donker'). Op deze manier kan worden achterhaald of er verschillen zijn in raciale associaties tussen blanke en donkere mensen.

3.4 Analyse

Om de data te analyseren en de hypothesen te kunnen onderzoeken is er gebruik gemaakt van het data-analyse programma SPSS versie 20. De hypothesen zijn getoetst met behulp van multi-pele regressie-analyse. Hierbij wordt onderzocht of er een positief of negatief verband is tussen meerdere onafhankelijke variabelen en één afhankelijke variabele. De hypothesen zijn binnen de regressie-analyse simultaan getoetst, dat wil zeggen dat alles tegelijkertijd wordt getoetst. Op deze manier worden schijneffecten uitgesloten.

Om de interactie-effecten van geslacht, leeftijd en intercultureel contact binnen het voetbal te toetsen is er gebruik gemaakt van de procedure van Friedrich (1982). In de analyse werden naast de oorspronkelijke variabelen ook de interactietermen meegenomen. Hierbij zijn de scores in de vragenlijst gestandaardiseerd in afwijkingsscores. Er wordt dan een interactieterm meegenomen die is gevormd uit het product van de z-scores van de in de interactie-effecten betrokken variabelen. Op deze manier worden schattings- en interpretatieproblemen voorkomen.

4. Resultaten

In deze paragraaf worden de resultaten van dit onderzoek besproken. Concreet wordt er een antwoord gezocht op de vraag in hoeverre consumptie van voetbalgerelateerde media invloed heeft op de impliciete en expliciete stereotiepe associaties met donkere en blanke voetballers.

4.1 Impliciete Associaties

Eerst zal ingegaan worden op de voorspellers van Impliciete Stereotiepe Associaties met Donkere en Blanke Voetballers. Voordat er gekeken wordt naar de invloed van mediaconsumptie op de impliciete associaties, zal echter eerst worden ingegaan op de gemiddelde associaties met donkere en blanke voetballers in de steekproef. De gemiddelde IAT score is 1,28 (S.D. = .32). Dit betekent dat de deelnemers gemiddeld 1,28 keer langer doen over de test in de incongruente conditie ('Fysiek sterk' + Blanke voetballers en 'Mentaal sterk' + Donkere voetballers) dan over de test in de congruente conditie ('Fysiek sterk' + Donkere voetballers en 'Mentaal sterk' + Blanke voetballers).

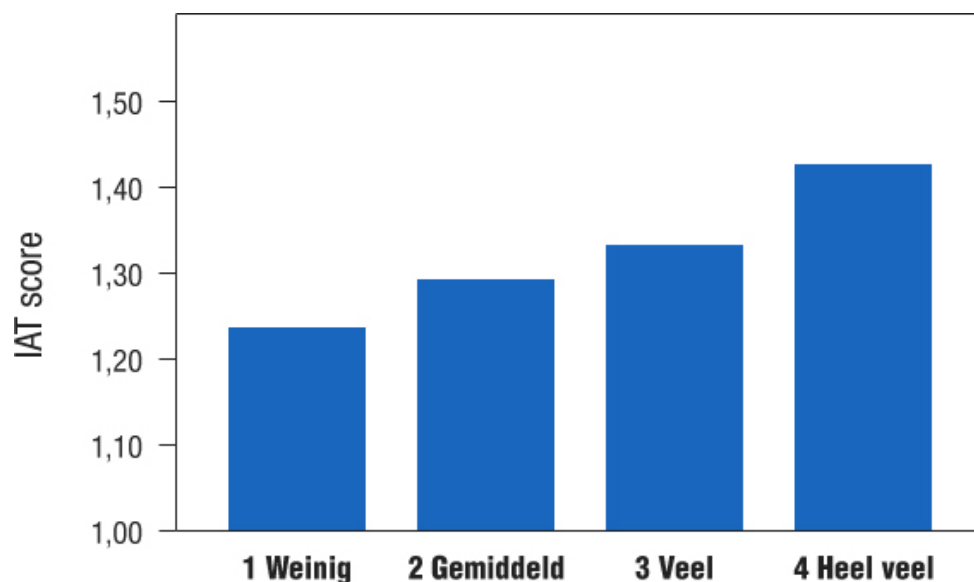
Het is dus duidelijk dat er gemiddeld een impliciete voorkeur is voor blanke voetballers gekoppeld aan 'mentaal sterk' en donkere voetballers aan 'fysiek sterk'. De vraag die in dit onderzoek centraal staat, is of de media mogelijk ook medeverantwoordelijk zijn voor deze verschillen. Om deze vraag te beantwoorden is een meervoudige regressie-analyse uitgevoerd waarbij de impliciete associaties die respondenten hebben met donkere en blanke voetballers worden voorspeld op basis van mediaconsumptie en andere relevante variabelen. Het resultaat van deze analyse wordt gepresenteerd in Tabel 4.1, waarin is af te lezen in hoeverre de verschillende variabelen van invloed zijn op de score van de IAT.

Tabel 4.1: Impliciete Stereotiepe Associaties met Donkere en Blanke Voetballers aan de hand van Mediaconsumptie en andere factoren (N = 445, R² = 0,066)

Model	B	S.E.	Beta	Sig.
(Constant)	1,290	,015		,000
Mediaconsumptie	,062	,017	,196	,000
Geslacht (man)	,019	,018	,060	,280
Leeftijd	,012	,016	,036	,470
Intercultureel contact binnen voetbal	,004	,017	,012	,827
Leeftijd × Mediaconsumptie	,038	,018	,107	,029
Opleiding	-,018	,015	-,055	,249
Huidskleur (donker)	,011	,015	,034	,471

Uit Tabel 4.1 blijkt dat mediaconsumptie een significante positieve invloed ($p < .001$) heeft op de impliciete stereotiepe associaties van mensen, en daarmee is hypothese 1 bevestigd. Mensen die meer voetbalgerelateerde media consumeren, bezitten dus meer de onbewuste stereotiepe associaties waarbij donkere voetballers als fysiek sterker en blanke voetballers als mentaal sterker en intelligenter worden gezien. Om dat effect te illustreren zijn in Figuur 4.1 de gemiddelde IAT scores uitgesplitst naar vier categorieën van totale voetbalgerelateerde mediaconsumptie (1 = 0-5; 2 = 5,5-10; 3 = 10,5-15; 4 = >15). Ondanks een ogenschijnlijk lage verklaringskracht ($R^2 = 0,066$) laat de figuur een duidelijk verband zien tussen mediaconsumptie van verschillende mediagebruikers en de impliciete stereotiepe associaties.

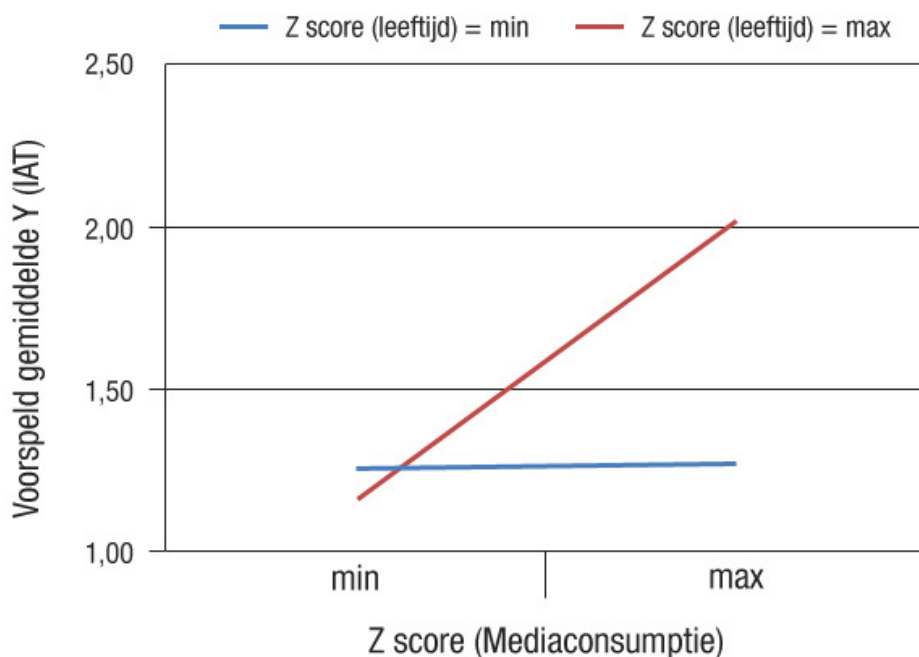
Figuur 4.1: Grafische weergave van het effect van Mediaconsumptie op de Impliciete Stereotiepe Associaties met Donkere en Blanke voetballers.



Terugkerend naar de multivariate analyse (Tabel 4.1) zien we verder dat de interactievariabele Leeftijd \times Mediaconsumptie ook significant van invloed blijkt te zijn op de Impliciete Stereotiepe Associaties met Donkere en Blanke Voetballers ($\beta = .107$, $p = .029$). Uit Figuur 4.2 kan worden afgeleid wat dit betekent. Hierin wordt het effect van Leeftijd, Mediaconsumptie en hun interactie op de Impliciete Stereotiepe Associaties grafisch weergegeven. Het effect van Mediaconsumptie blijkt anders te zijn voor ouderen dan voor jongeren. Zo voorspelt het model dat er niet of nauwelijks een effect van mediaconsumptie op de impliciete stereotiepe associaties is voor jongere mensen, terwijl er een duidelijk positief effect is voor oudere mensen. Dit betekent dat hypothese 4a wordt bevestigd.

Vermeldenswaard daarbij is dat de bivariate correlatie tussen Leeftijd en de Impliciete Stereotiepe Associaties niet significant is ($\beta = .036$, $p = .470$). Dit betekent dat leeftijd op zichzelf geen voorspeller is voor het bezit van onbewuste stereotiepe associaties, maar dat het effect van mediaconsumptie op de raciale stereotiepe associaties sterker is bij oudere mensen.

Figuur 4.2: Grafische weergave van het interactie-effect tussen Leeftijd en Mediaconsumptie op de Impliciete Stereotiepe Associaties met Donkere en Blanke Voetballers.



De interactievariabelen Geslacht \times Mediaconsumptie en Intercultureel Contact binnen het Voetbal \times Mediaconsumptie, die bij een eerdere analyse ook in het regressiemodel waren opgenomen (resultaten niet getoond), hebben geen significant effect op de Impliciete Stereotiepe Associaties met Donkere en Blanke Voetballers (β Geslacht \times Mediaconsumptie = $-.011$, $p = .867$; β Intercultureel Contact binnen het Voetbal \times Mediaconsumptie = $.002$, $p = .973$) en dus worden hypothese 3a en 5a verworpen.

4.2 Expliciete Associaties

Er zal nu ingegaan worden op de effecten van consumptie van voetbalgerelateerde media op de Expliciete Stereotiepe Associaties met Donkere en Blanke Voetballers. Voordat we op deze analyse ingaan, kan er allereerst vermeld worden dat de respondenten in de steekproef het gemiddeld licht oneens zijn met de elf geformuleerde stellingen waarin een

onderscheid wordt gemaakt in voetbalkwaliteiten op basis van huidskleur (algemeen gemiddelde elf items = $-.14$; S.D. = $.89$; $p = .002$). Hierbij staat, zoals gezegd in Paragraaf 3, een score van -2 voor helemaal oneens, een score van 0 voor neutraal en een score van $+2$ voor helemaal eens.

Wanneer we de items onderverdelen naar het eerder genoemde onderscheid in Mentale Superioriteit en Intelligentie van blanke voetballers (8 items) en Fysieke Superioriteit van donkere voetballers (3 items), zijn er echter wel verschillen zichtbaar. De acht stellingen die mentale superioriteit en meer intelligentie bij blanke voetballers veronderstellen, werden gemiddeld licht oneens bevonden (gemiddelde = $-.45$; S.D. = $.91$; $p < .001$). De drie stellingen die waren gericht op fysieke superioriteit van donkere voetballers, werden echter gemiddeld licht eens bevonden (gemiddelde = $.44$; S.D. = 1.08 ; $p < .001$).

Hypothese 2, 3b, 4b en 5b zijn getoetst met behulp van meervoudige regressie-analyse. Aangezien uit de principale componentenanalyse naar voren kwam dat het begrip Expliciete Stereotiepe Associaties uit twee deelconcepten bestaat, zijn beide concepten afzonderlijk geanalyseerd. Uit de tabellen is af te lezen in hoeverre de verschillende variabelen van invloed zijn op het stereotype over de mentale superioriteit van blanke voetballers (Tabel 4.2) en op de fysieke superioriteit van donkere voetballers (Tabel 4.3).

Tabel 4.2: Expliciete Stereotiepe Associaties over Mentale Kracht en Intelligentie ten opzichte van Donkere en Blanke voetballers aan de hand van Mediaconsumptie en andere factoren (N = 409, R² = 0,146)

Model	B	S.E.	Beta	Sig.
(Constant)	1,547	,042		,000
Mediaconsumptie	,113	,049	,125	,021
Geslacht (man)	,172	,050	,189	,001
Leeftijd	-,148	,044	-,162	,001
Intercultureel contact binnen voetbal	,018	,049	,020	,708
Opleiding	-,104	,044	-,114	,018
Huidskleur (donker)	-,025	,042	-,028	,548

Tabel 4.3: *Expliciete Stereotiepe Associaties over Fysieke Kracht ten opzichte van Donkere en Blanke voetballers aan de hand van Mediaconsumptie en andere factoren (N = 415, R² = 0,138)*

Model	B	S.E.	Beta	Sig.
(Constant)	2,443	,050		,000
Mediaconsumptie	,137	,058	,127	,019
Geslacht (man)	,190	,059	,176	,001
Leeftijd	-,173	,052	-,160	,001
Intercultureel contact binnen voetbal	,037	,058	,035	,517
Opleiding	-,102	,052	-,095	,049
Huidskleur (donker)	-,018	,050	-,016	,723

Uit Tabel 4.2 en 4.3 blijkt dat Mediaconsumptie een significant positief effect heeft op de Expliciete Stereotiepe Associaties over Mentale Kracht en Intelligentie (bèta = .125, p = .021) en de Expliciete Stereotiepe Associaties over Fysieke Kracht (bèta = .127, p = .019). Mensen die meer voetbalgerelateerde media consumeren, bezitten dus meer stereotiepe attitudes waarbij donkere voetballers als fysiek sterker en blanke voetballers als mentaal sterker worden gezien, en daarmee kan hypothese 2 worden bevestigd.

Mediaconsumptie heeft dus een hoofdeffect op de Expliciete Stereotiepe Associaties over Mentale Kracht en Intelligentie, maar het effect van Mediaconsumptie wordt *niet* – zoals in H3b, H4b en H5b werd verondersteld – gemodereerd door Geslacht, Leeftijd en Intercultureel Contact binnen het Voetbal (resultaten niet getoond). Wanneer we de interactietermen behorend bij deze variabelen wel zouden hebben opgenomen in Tabel 4.2, zouden we zien dat de interactievariabelen Geslacht × Mediaconsumptie (bèta = .026, p = .685), Leeftijd × Mediaconsumptie (bèta = -.085, p = .091) en Intercultureel Contact binnen het Voetbal × Mediaconsumptie (bèta = .001, p = .983) geen significant effect hebben op de bewuste stereotiepe associaties over de mentale superioriteit van blanke voetballers.

De analyse voor het stereotype waarbij fysieke kwaliteiten vooral aan donkere voetballers wordt toegeschreven, laat een vergelijkbaar beeld zien. Zouden we in Tabel 4.3 ook de interactietermen behorend bij Geslacht, Leeftijd en Intercultureel Contact binnen het Voetbal hebben opgenomen, dan zou geen van deze interactietermen significant zijn geweest. De interactievariabelen Geslacht × Mediaconsumptie (bèta = .015, p = .815), Leeftijd ×

Mediaconsumptie ($\beta = -.062$, $p = .217$) en Intercultureel Contact binnen het Voetbal \times Mediaconsumptie ($\beta = -.051$, $p = .337$) blijken geen significant effect te hebben. Op basis hiervan moeten de hypothesen H3b, H4b en H5b worden verworpen. Uit de significante negatieve correlatie van Opleiding blijkt wel dat lager opgeleiden meer stereotiepe associaties bezitten over de mentale superioriteit en intelligentie van blanke voetballers ($\beta = -.114$, $p = .018$) en de fysieke superioriteit van donkere voetballers ($\beta = -.095$, $p = .049$).

4.3 Effecten van Mediaconsumptie naar Mediatype

Zoals besproken is mediaconsumptie significant van invloed op de bewuste en onbewuste stereotiepe associaties van mensen ten opzichte van donkere en blanke voetballers. Er is daarnaast onderzocht in hoeverre er verschillen zijn in invloed als het gaat om de verschillende voetbalgerelateerde mediatypes. Uit zeven \times drie enkelvoudige regressie-analyses, waarvan de resultaten te zien zijn in Tabel 4.4, blijkt dat consumptie van Live Wedstrijden, Samenvattingen, Praatprogramma's en Internet een significante positieve invloed hebben op zowel de Impliciete als op de Expliciete Stereotiepe Associaties met Donkere en Blanke Voetballers. Dit blijkt slechts deels het geval bij de consumptie van Kranten en Tijdschriften, dat alleen van invloed is op de Expliciete Stereotiepe Associaties. Tenslotte heeft de consumptie van Radio geen invloed op de Impliciete en Expliciete Stereotiepe Associaties.

Tabel 4.4: *Bivariate invloed van voetbalgerelateerde Mediatype op de Impliciete en Expliciete Stereotiepe Associaties met Donkere en Blanke Voetballers*

Type gemedieerde sport	Impliciete stereotiepe associaties		Expliciete stereotiepe associaties over mentale kracht en intelligentie		Expliciete stereotiepe associaties over fysieke kracht	
	β	p	β	p	β	p
TOTAAL	.218	.000	.270	.000	.267	.000
Live wedstrijden	.203	.000	.314	.000	.278	.000
Samenvattingen	.181	.000	.125	.012	.079	.109
Praatprogramma's	.182	.000	.199	.000	.209	.000
Kranten en tijdschriften	.038	.421	.121	.014	.115	.019
Internet	.190	.000	.202	.000	.240	.000
Radio	.026	.591	.081	.104	.067	.174

Doordat er bivariaat is getoetst, kan er sprake zijn van een overschatting van de effecten, doordat de verschillende mediatypes elkaar kunnen versterken in de invloed die ze uitoefenen op de stereotiepe associaties. Op deze manier kunnen er schijnverbanden worden weergegeven in de resultaten. Bovendien wordt door deze manier van toetsing de invloed van de controlevariabelen niet meegenomen. Er zijn daarom ook nog zes × drie multipele regressie-analyses uitgevoerd, waarbij de controlevariabelen zijn meegenomen. De resultaten hiervan zijn te vinden in Tabel 4.5.

Tabel 4.5: Invloed van Mediatype op de Impliciete en Expliciete Stereotiepe Associaties met Donkere en Blanke Voetballers

Type gemedieerde sport	Impliciete stereotiepe associaties		Expliciete stereotiepe associaties over mentale kracht en intelligentie		Expliciete stereotiepe associaties over fysieke kracht	
	bèta	p	bèta	p	bèta	p
Live wedstrijden	.091	.168	.221	.001	.157	.016
Samenvattingen	.058	.358	-.112	.073	-.188	.002
Praatprogramma's	.034	.589	.026	.677	.073	.241
Kranten en tijdschriften	-.063	.232	.055	.296	.036	.493
Internet	.106	.095	-.013	.836	.084	.178
Radio	-.049	.321	.008	.862	-.001	.981

Uit de regressie-analyses blijkt een aantal mogelijke verschillen tussen de verschillende mediatypen wat betreft hun invloed op de bewuste en de onbewuste raciale stereotiepe associaties. Zo blijkt voor de Impliciete Stereotiepe Associaties dat de consumptie van Internet (bèta = .106, p = .095) de belangrijkste voorspeller is voor het positieve effect van Mediaconsumptie. Doordat er eenzijdig is getoetst, we gaan er immers vanuit dat er sprake is van een positief effect, kan gesteld worden dat consumptie van voetbalgerelateerde inhoud op het Internet als enige op zichzelf staand mediatype significant van invloed is op de Impliciete Stereotiepe Associaties met Donkere en Blanke Voetballers.

Ten aanzien van de twee verschillende stereotypen op bewust niveau zijn er overeenkomstige resultaten, maar verschillend ten opzichte van de onbewuste stereotiepe associaties. Zo blijkt voor de Expliciete Stereotiepe Associaties dat de consumptie van Live Wedstrijden de belangrijkste voorspeller is voor het positieve effect van Mediaconsumptie en

de enige variabele die een significante positieve correlatie heeft met de Expliciete Stereotiepe Associaties, zowel op het stereotype over de mentale superioriteit van blanke voetballers ($\beta = .221, p = .001$) als de fysieke superioriteit van donkere voetballers ($\beta = .157, p = .016$). Opvallend is verder dat de consumptie van Samenvattingen van voetbalwedstrijden ($\beta = -.112, p = .073$; $\beta = -.188, p = .002$), onder controle van de andere mediatypes en andere relevante variabelen, een negatief verband laat zien op de bewuste stereotiepe associaties.

5. Conclusie en Discussie

5.1 Conclusie

Het doel van dit onderzoek was om te achterhalen of er een effect is van mediaconsumptie op de bewuste en onbewuste stereotiepe associaties van mensen met donkere en blanke voetballers. In overeenstemming met de achterliggende theorie zijn de hypothesen over impliciete en expliciete raciale associaties bevestigd. Dit houdt in dat mensen die meer voetbalgerelateerde media consumeren ook meer bewuste en onbewuste vooroordelen hebben over de mentale en fysieke kwaliteiten van donkere en blanke voetballers.

Als het gaat om de interactie-effecten van geslacht (H3), leeftijd (H4) en intercultureel contact binnen het voetbal (H5), zijn de resultaten echter weinig overtuigend. Er werd alleen een significant interactie-effect gevonden van leeftijd \times mediaconsumptie op de impliciete stereotiepe associaties ten opzichte van donkere en blanke voetballers. Dit betekent dat mediaconsumptie vooral bij oudere mensen een effect lijkt te hebben op de onbewuste raciale vooroordelen. Als het gaat om de expliciete stereotiepe associaties, blijkt er echter geen significant interactie-effect van leeftijd en mediaconsumptie te zijn, wat inhoudt dat het effect van mediaconsumptie op de bewuste vooroordelen over de mentale en fysieke kwaliteiten van donkere en blanke voetballers niet anders is voor oudere en jongere mensen.

Hoewel de interactievariabele van geslacht \times mediaconsumptie geen effect bleek te hebben op de bewuste en onbewuste stereotiepe associaties, had geslacht wel een hoofdeffect op de bewuste raciale vooroordelen wanneer er niet werd gecontroleerd voor mediaconsumptie. Dit betekent dat mannen meer dan vrouwen raciaal stereotypische ideeën hebben over donkere en blanke voetballers, maar dat er geen verschillen tussen mannen en vrouwen zijn in het effect van mediaconsumptie. In tegenstelling tot de verwachtingen werd er verder ook geen verband gevonden tussen de mate waarop iemand zelf voetbalt met of tegen mensen van een andere etnische achtergrond en de bewuste en onbewuste associaties.

Om de onderzoeksvraag (RQ1) te beantwoorden is onderzocht welke typen van voetbalgerelateerde media de beste voorspellers zijn voor de al bevestigde invloed van mediaconsumptie op de vooroordelen over donkere en blanke voetballers. Hieruit bleek voetbalgerelateerde inhoud op het internet de beste voorspeller voor de onbewuste stereotiepe associaties met donkere en blanke voetballers. Op het gebied van de bewuste stereotiepe associaties bleek de consumptie van live wedstrijden de grootste invloed uit te oefenen. Opvallend hierbij is dat de consumptie van samenvattingen, onder controle van de andere mediatypen, een negatief verband bleek te hebben met de stereotypen over donkere en blanke voetballers.

5.2 Discussie

Voordat er wordt ingegaan op de methodische beperkingen van dit onderzoek, zal er worden besproken wat deze conclusies betekenen voor bestaand onderzoek en bestaande theorieën. Doordat de belangrijkste hypothesen over de invloed van mediaconsumptie op raciale stereotiepe associaties en ideeën zijn bevestigd (H1, H2) kan er worden geconcludeerd dat de theorieën waarop ze zijn gebaseerd, namelijk framing en cultivatie goede verklaringen bieden voor de effecten van mediagebruik op zijn publiek. De effecten, specifiek gericht op de raciale stereotypingen van donkere en blanke voetballers, kunnen geduid worden in termen van de ‘brain versus brawn distinction’ die commentatoren en journalisten hanteren in hun verslaggeving.

De hypothesen die waren gericht op de interactie-effecten van geslacht, leeftijd en intercultureel contact binnen het voetbal werden echter bijna allen niet bevestigd. Als het gaat om geslacht werd er weliswaar een significant hoofdeffect gevonden op het bezit van expliciete raciale stereotiepe associaties, maar geen interactie-effect met mediaconsumptie. Dit betekent dat mannen op bewust niveau meer raciale vooroordelen bezitten, maar dat het effect van mediaconsumptie niet anders is voor mannen dan voor vrouwen. Het hoofdeffect van geslacht is daarmee een gedeeltelijke bevestiging van het onderzoek van Azzarito en Harrison (2008). Zij vonden dat mannen meer bevooroordeeld waren dan vrouwen en wij veronderstelden dat dit kwam doordat mediaconsumptie bij mannen meer effect heeft. De resultaten van dit onderzoek geven echter aan dat het eerste alleen het geval blijkt te zijn voor de bewuste raciale vooroordelen, maar dat komt niet door hun grotere gevoeligheid voor stereotiepe mediainhouden.

Als het gaat om leeftijd werd er zoals verwacht een positief effect gevonden op de onbewuste stereotiepe associaties over donkere en blanke voetballers. Er werd echter geen

effect gevonden van leeftijd op de bewuste stereotiepe associaties. Dit is opmerkelijk omdat er vanuit de theorie wordt verklaard dat ouderen meer raciale vooroordelen bezitten dan jongeren (Stewart, Von Hippel & Radvansky, 2009). Wellicht kan dit worden verklaard door het feit dat de steekproef binnen dit onderzoek niet representatief was voor leeftijd en ouderen sterk ondervertegenwoordigd waren.

Wat het intercultureel contact binnen het voetbal betreft, konden er geen effecten worden gevonden richting de raciale stereotiepe associaties. Dit is opmerkelijk omdat vanuit de theorie van Shapiro en Lang (1991) kon worden verklaard dat mensen die weinig ervaring en kennis hebben met voetbal, hun attitude meer baseren op het beeld dat de in dit geval bevooroordeelde sportmedia scheppen. Deze theorie blijkt in dit geval niet toepasbaar.

Hoofdzakelijk kan er geconcludeerd worden dat de aangehaalde theorieën en onderzoeken voor het grootste deel kunnen worden bevestigd in dit onderzoek, maar op sommige vlakken geen verklaring bieden. Dit kan mogelijk het gevolg zijn van de methodische beperkingen van het onderzoek. Zo is de representativiteit van de steekproef te betwisten. Zoals genoemd is de groep twintigers sterk oververtegenwoordigd in het onderzoek terwijl respondenten vanaf 50 jaar sterk zijn ondervertegenwoordigd. Daarnaast zijn ook vrouwen sterk ondervertegenwoordigd. Door deze matige externe validiteit mogen de resultaten van het onderzoek niet gegeneraliseerd worden (Wester, Renckstorf & Scheepers, 2006).

Verder kunnen er vraagtekens worden geplaatst bij de validiteit en betrouwbaarheid van de verzamelde data. Er is bewust gekozen om deelnemers de mogelijkheid te geven de test en vragenlijst thuis te laten invullen om op deze manier een zo hoog mogelijke respons te verkrijgen, maar tegelijkertijd was er hierdoor geen controle over de storende factoren, zoals het falen van de software of afleiding. Dat laatste is erg belangrijk omdat met name tijdens de IAT een hoog concentratieniveau is vereist. Een andere methodische beperking heeft te maken met de meting van de impliciete stereotiepe associaties. In dit onderzoek is het toekennen van straf(milli)seconden zoals bij het onderzoek van Greenwald et al. (2003) niet toegepast, maar zijn de te lange of korte reactietijden verwijderd.

Ondanks de methodische beperkingen is dit onderzoek zeer relevant voor de communicatiewetenschap, zeker gezien de eerder genoemde scheve verhouding tussen de vele studies die gedaan zijn naar mediapresentaties van raciale stereotypering en de weinige studies naar de effecten hiervan op de perceptie van het publiek. Dankzij deze studie is er meer bekend over de rol van de media en de effecten van de verspreiding van frames en stereotypen richting zijn publiek.

Daarnaast heeft dit onderzoek ook maatschappelijke relevantie. Zoals genoemd vormen stereotypen de basis voor vooroordelen, die er daarmee mogelijk voor zorgen dat de statuskloof tussen meerderheids- en minderheidsgroep in stand blijft en zelfs groter kan worden. Op basis van de opmerkelijke conclusies is het opvallend dat er weinig tot geen aandacht is voor het vertekende beeld dat journalisten geven over donkere en blanke voetballers, en de effecten die deze beeldvorming heeft op de bewuste en onbewuste vooroordelen van kijkers. Het lijkt erop dat de stereotiepe beeldvorming van donkere voetballers in de media een gewoonte is geworden die door zijn subtiliteit wordt geaccepteerd door de producenten en consumenten van de sportmedia. Dit onderzoek vraagt om meer bewustwording en een verantwoordelijke rol van programmamakers, commentatoren en journalisten, die rekening moeten houden met de rol die ze hebben en de invloed die ze kunnen uitoefenen op het publiek.

Tenslotte zijn er nog enkele aanbevelingen voor vervolgonderzoek. Het is zeer relevant dat er meer onderzoek komt naar de effecten van mediaconsumptie op de bewuste en onbewuste stereotiepe associaties en ideeën van mensen. Ondanks dat de causaliteit goed kan worden verklaard, kan deze binnen dit onderzoek niet worden aangetoond. Daarvoor is een experimentele studie vereist, die nog meer empirisch bewijs kan leveren voor de effecten van de sportmedia op zijn publiek.

Uit dit onderzoek blijkt verder dat het effect van consumptie van sportmedia anders is voor oudere mensen dan voor jongere mensen. Mediaconsumptie is vooral bij ouderen een voorspeller voor de onbewuste raciale vooroordelen. Vervolgonderzoek zou moeten aantonen waarom deze effecten voor oudere mensen veel sterker zijn. Komt dit doordat ze zijn opgegroeid in meer bevooroordeelde tijden (Schuman, 1997) of doordat ze hun vermogen verliezen om ongewenste informatie te onderdrukken en het daardoor moeilijker vinden om hun eigen stereotiepe attitude te negeren (Von Hippel, Silver & Lynch, 2000)? Het is onduidelijk of deze resultaten laten zien dat psychische veranderingen bij oudere mensen óf veranderingen in de huidige samenleving, opvoeding en onderwijs verantwoordelijk zijn voor het feit dat oudere mensen minder weerbaar zijn tegen de invloed van sportmedia op de onbewuste vooroordelen over de mentale superioriteit van blanke sporters en fysieke superioriteit van donkere sporters. Om dit te kunnen onderzoeken is langjarig prospectief onderzoek nodig.

Dit onderzoek heeft zich puur gericht op voetbal en de Nederlandse populatie. Vervolgonderzoek zou moeten aantonen of dezelfde effecten gelden voor andere samenlevingen en in andere sporten. Bovendien is er een ongenueanceerd onderscheid gemaakt

tussen blank en donker. Om een gedetailleerder beeld te verkrijgen, zou in vervolgonderzoek rekening gehouden moeten worden met een breder scala aan rassen, etniciteiten en nationaliteiten.

Daarnaast lijken er grote verschillen in effecten te zijn voor de verschillende vormen van voetbalgerelateerde media. Zo lijkt het effect van consumptie van live voetbalwedstrijden veel meer invloed uit te oefenen dan andere vormen van media. Vervolgonderzoek zou kunnen aantonen waarom deze verschillen bestaan.

Tot slot kan er naar aanleiding van dit onderzoek gesteld worden dat raciale stereotypen de huidige samenleving nog niet uit zijn. Het zou daarom relevant zijn om raciale stereotypen ook in andere onderdelen van de samenleving dan in de sport te onderzoeken. Op deze manier kan worden vastgesteld of de effecten van mediagebruik ook gelden binnen andere facetten in de samenleving. Hierin zou de positie van etnische minderheden in de politiek of arbeidsmarkt als onderzoeksdomen kunnen dienen.

Referenties:

- Arkes, H. R., & Tetlock, P. E. (2004). Attributions of implicit prejudice, or "would Jesse Jackson 'fail' the implicit association test?". *Psychological Inquiry*, 15(4), 257-278.
- Azzarito, L., & Harrison, L. (2008). White men can't jump. Race, gender and natural athleticism. *International Review for the Sociology of Sport*, 43(4), 347-364.
- Beilock, S. L., & McConnell, A. R. (2004). Stereotype threat and sport: Can athletic performance be threatened. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 26(4), 597-609.
- Bruycker, G. De. (2010). Zwarte parels. Een inhoudsanalyse naar het gebruik van raciale stereotypen in Belgische sportkranten.
- Buffington, D., & Fraley, T. (2008). Skill in black and white negotiating media images of race in a sporting context. *Journal of Communication Inquiry*, 32(3), 292-310.
- Buffington, D., & Fraley, T. (2011). Racetalk and sport: The color consciousness of contemporary discourse on basketball. *Sociological inquiry*, 81(3), 333-352.
- Carter, R., Chevront, S., Harrison, C., Proctor, L., Myburgh, K., Brown, M., & Malina, R. (2010). Success, race and athletic performance. *Journal for the Study of Sports and athletes in Education*, 4(3), 207-229.
- Claringbould, I., Knoppers, A., & Elling, A. (2004). Exclusionary practices in sport journalism. *Sex Roles*, 51(11-12), 709-718.
- Chen, K. H., & Morley, D. (Eds.). (2006). *Stuart Hall: Critical dialogues in cultural studies*. Routledge.
- Dyer, R. (1997) *White*. London: Routledge
- Entine, J. (2008). *Taboo: Why Black athletes dominate sports and why we're afraid to talk about it*. PublicAffairs.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication*, 43(4), 51-58.
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (1991). *Social cognition* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Fujioka, Y. (1999). Television portrayals and African-American stereotypes: Examination of television effects when direct contact is lacking. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 76(1), 52-75.
- Gerbner, G. (1998). Cultivation analysis: An overview. *Mass Communication and Society*, 1 (3-4), 175-194.

- Greenwald, A. G., & Banaji, M. R. (1995). Implicit social cognition: attitudes, self-esteem, and stereotypes. *Psychological review*, *102*(1), 4.
- Greenwald, A.G., Nosek, B.A. & Banaji, M.R., (2003). Understanding and using the Implicit association Test: I. An improved scoring algorithm. *Journal of Personality and Social Psychology*, *85*(2), 197–216.
- Hall, S. (1995). *The Whites of Their Eyes. Racist Ideologies and the Media in Dines, Gail and Humez, Jean M., Gender. Race and Class in Media. A Text Reader*, Sage Publications, Thousand Oaks, London and New Dehli.
- Hawkins, R. P., & Pingree, S. (1982). Television's influence on social reality. *Television and behavior: Ten years of scientific progress and implications for the eighties*, *2*, 224-247.
- Hargreaves, J. (1986). *Sport, power and culture. A social and historical analysis of popular sports in Britain*. Polity Press.
- Kobach, M. J., & Potter, R. F. (2013). The role of mediated sports programming on implicit racial stereotypes. *Sport in Society*, *16*(10), 1414-1428.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and psychological measurement*, *30*(3), 607-610.
- McCarthy, D., & Jones, R. L. (1997). Speed, aggression, strength, and tactical naïvete. The portrayal of the black soccer player on television. *Journal of Sport & Social Issues*, *21*(4), 348-362.
- McCarthy, D., Jones, R. L., & Potrac, P. (2003). Constructing images and interpreting realities the case of the black soccer player on television. *International Review for the Sociology of Sport*, *38*(2), 217-238.
- Messner, M. A., Duncan, M. C., & Jensen, K. (1993). Separating the men from the girls: The gendered language of televised sports. *Gender & Society*, *7*(1), 121-137.
- Morgan, M., & Shanahan, J. (2010). The state of cultivation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, *54*(2), 337-355.
- Nelson, T. D. (Ed.). (2009). *Handbook of prejudice, stereotyping, and discrimination*. Psychology Press
- Raney, A. A. (2006). Why we watch and enjoy mediated sports. *Handbook of sports and media*, 313-329.
- Rowe, D. (2007). Sports journalism still the toy department of the news media? *Journalism*, *8*(4), 385-405.

- Schuman, H. (Ed.). (1997). *Racial attitudes in America: Trends and interpretations*. Harvard University Press.
- Scott, R. A., Irving, R., Irwin, L., Morrison, E., Charlton, V., Austin, K., & Pitsiladis, Y. (2010). ACTN3 and ACE genotypes in elite Jamaican and US sprinters. *Medicine and science in sports and exercise*, *42*(1), 107-112.
- Shapiro, M. A., & Lang, A. (1991). Making television reality: Unconscious processes in the construction of social reality. *Communication research*, *18*(5), 685-705.
- Stangor, C. (2009). The study of stereotyping, prejudice and discrimination within social psychology. *Handbook of prejudice, stereotyping and discrimination*, 1-22.
- Stangor, C. (2009). The study of stereotyping, prejudice, and discrimination within social psychology: A quick history of theory and research. In T. D. Nelson (Eds.), *Handbook of prejudice, stereotyping, and discrimination*, 1-22. New York : Psychology Press.
- Sterkenburg, J. van., Tuin, I. van der., Wekker, G., & Buikema, R. (2010, 31 juli). 'Witte schicht' is ineens wereldnieuws. *De Volkskrant*, p. 20.
- Sterkenburg, J., van & Knoppers, A. (2004). Dominant discourses about race/ethnicity and gender in sport practice and performance. *International Review for the Sociology of Sport*, *39*(3), 301-321.
- Sterkenburg, J., van, Knoppers, A., & de Leeuw, S. (2012). Constructing Racial/Ethnic Difference in and Through Dutch Televised Soccer Commentary. *Journal of Sport & Social Issues*, *36*(4), 422-442.
- Stewart, B. D., von Hippel, W., & Radvansky, G. A. (2009). Age, race, and implicit prejudice using process dissociation to separate the underlying components. *Psychological Science*, *20*(2), 164-168.
- Stichting KijkOnderzoek. (n.d.). Retrieved February 13, 2014 from http://www.kijkonderzoek.nl/component/com_kijkcijfers/Itemid,133/file,j1-1-1-p
- Stichting KijkOnderzoek. (n.d.). Retrieved February 13, 2014 from http://www.kijkonderzoek.nl/component/com_kijkcijfers/Itemid,133/file,w1-0-0-p
- Stiehler, H. J., & Marr, M. (2002). Attribution of failure: a German soccer story. *Sport in Society*, *5*(3), 140-165.
- Verhage, J. (2013). *Van zonnekoning tot goddelijke dikkerd: Een inhoudsanalyse naar het gebruik van raciale stereotypingen in Nederlandse dagbladen* (Master's thesis). Radboud Universiteit, Nijmegen.

- Von Hippel, W., Silver, L. A., & Lynch, M. E. (2000). Stereotyping against your will: The role of inhibitory ability in stereotyping and prejudice among the elderly. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26(5), 523-532.
- Wester, F. P. J. F., Renckstorf, K., & Scheepers, P. L. H. (2006). *Onderzoekstypen in de communicatiewetenschap*. Alphen aan den Rijn: Kluwer.

Bijlage 1: Wervingstekst

Hallo,

Help mij met mijn afstudeeronderzoek! Het gaat om een online test en vragenlijst over voetbal en huidskleur, die zo'n 10 minuten zal duren. Aangezien ik uitspraken wil doen over de Nederlandse populatie is het onderzoek voor iedereen geschikt, ook voor de niet voetballiefhebbers!

Het onderzoek is te vinden op:

www.tromik.nl/iat

Ik kan vóór je deelname niet teveel prijsgeven over de achtergrond van het onderzoek, maar dat leg ik je later graag een keer uit.

Doorsturen naar anderen wordt uiteraard op prijs gesteld.

Bedankt voor je hulp!

Vriendelijke groeten,

Tom van Ooijen