

Attitude t.o.v. de Politie: Beïnvloedingsfactoren

M.Agelink, BSc

April 2011

Universiteit Twente

Veiligheid en Gezondheid Psychologie

1^e begeleider: Prof. Dr. E. Giebels

2^e begeleider: Dr. J.M. Gutteling

Samenvatting

In totaal hebben 165 personen aan het onderzoek deelgenomen en de online questionnaire ingevuld. Het onderzoek heeft zich gericht op drie factoren die mogelijk van invloed zijn op de attitude van de burger t.o.v. de politie. De drie factoren die in dit onderzoek centraal stonden zijn: De hoeveelheid misdaadgerelateerde televisie consumptie, de beoordeling van de burger van het laatste contact met de politie en de invloed van de directe sociale omgeving (vrienden en familie) op de attitude t.o.v. de politie. Verder is er gekeken of de persoonlijkheidseigenschappen, autoriteitsgevoeligheid, de behoefte aan consistentie en de behoefte aan sociaal bewijs, een modererend effect hebben op de relaties. De persoonlijkheidseigenschappen zijn ieder afzonderlijk gekoppeld aan een van de drie beïnvloedingsfactoren. Exploratief is in dit onderzoek meegenomen de relatie tussen de attitude t.o.v. de politie en het algehele veiligheidsgevoel van de burger, de bereidheid om belangrijke informatie met de politie te delen, de mate waarin de burger de politie als een autoriteit ziet en de mate waarin de burger de politie als een interessant werkgever ziet.

De resultaten van het onderzoek laten zien dat er geen relatie bestaat tussen de hoeveelheid misdaadgerelateerde televisie consumptie en de attitude t.o.v. de politie. Dit zou betekenen dat de kijkduur naar misdaadseries geen invloed heeft op de attitude t.o.v. de politie. De beoordeling van de burger van het laatste contact met de politie laat wel een significante relatie zien met de attitude t.o.v. de politie. Deze relatie is zelfs zeer sterk te noemen. Hoe de burger het laatste contact met de politie beoordeelt is van grote invloed op de algemene attitude van de burger t.o.v. de politie. De behoefte aan consistentie heeft een modererend effect op de eerder genoemde relatie. Het gevonden moderatie effect is echter het omgekeerde dan verwacht. Een hoge behoefte aan consistentie verzwakt de relatie tussen de beoordeling van het laatste contact en de attitude t.o.v. de politie. Een lage behoefte aan consistentie versterkt juist de relatie tussen de beoordeling van het laatste contact en de attitude t.o.v. de politie. Ook is er een significante relatie gevonden tussen de attitude van de directe sociale omgeving van de respondent en de attitude t.o.v. de politie. De behoefte aan sociaal bewijs heeft geen modererend effect op de eerder genoemde relatie.

Het exploratieve onderzoek laat zien dat er significante relaties bestaan tussen de attitude t.o.v. de politie en het algehele veiligheidsgevoel van de burger, de bereidheid om belangrijke informatie met de politie te delen, de mate waarin de burger de politie als een autoriteit ziet en de mate waarin de burger de politie als een interessant werkgever ziet.

Abstract

In total, 165 people participated in the survey and completed the online questionnaire. The study focused on three factors that may influence the attitude of citizens towards the police. The three factors that were central in this research are: The amount of crime-related television consumption, the assessment of the citizen of the last contact with the police and the influence of the social environment (friends and family) on the attitude towards the police. Furthermore, we looked for possible moderating effects that personality traits may have on the earlier discussed relations. The personality traits that are used in this research are: the sensitivity for authority, the need for consistency and the need for social proof. The three personality traits are each paired with one of the three factors of influence. The relationship between the attitude towards the police and the overall sense of security of the citizen, the willingness to share important information with the police, the extent to which the citizen see the police as an authority and the extent to which the public sees the police as an interesting employer will be researched in an explorative manner.

The results show that there is no relationship between the amount of crime related television consumption and attitude towards the police. The citizens assessment of the last contact with the police shows a strong significant positive relationship with the citizens attitude towards the police. The need for consistency has a moderating effect on the relationship between the citizens assessment of the last contact and the general attitude toward the police. However, the observed moderating effect is the opposite than expected. A high need for consistency weakens the relation between the assessment of the last contact and the attitude towards the police. A low need for consistency strengthens the relation between the assessment of the last contact and the attitude towards the police. There is also a significant positive relation between the attitude of the direct social environment of the respondent and the attitude towards the police. The need for social proof has no moderating effect on the relation.

The explorative study shows that an significant relation exists between the attitude towards the police and the overall sense of security of the citizen, the willingness to share important information with the police, the extent to which the citizen see the police as an authority and the extent to which the citizen sees the police as an attractive employer.

Attitude t.o.v. de Politie: Beïnvloedingsfactoren.

Het is van essentieel belang dat de burger een positieve attitude heeft ten opzichte van mensen met een publieke taak zoals de politie. Het uitvoeren van kerntaken zoals de handhaving van de openbare orde en het opsporen van strafbare feiten zal worden bemoeilijkt wanneer de burger een negatief beeld heeft van de politie.

Er zijn een aantal redenen die het belang van een positieve attitude t.o.v. de politie onderstrepen. Volgens Nofziger & Williams (2005) leidt vertrouwen in de politie tot een sterker gevoel van veiligheid. Een positiever beeld van de politie heeft als gevolg dat het gevoel van persoonlijke veiligheid zal toenemen en dat de angst voor misdaad zal afnemen. Ten tweede is de politie voor het uitvoeren van goed politiewerk onder andere afhankelijk van informatie afkomstig van de burger, (Jang, Joo & Zhao, 2010). Informatie afkomstig van de burger kan bijvoorbeeld helpen bij het opsporen van criminelen, vinden van vermiste personen en helpen bij het inschatten van situaties. Verkregen informatie kan daarnaast ook helpen bij het nemen van preventieve maatregelen, zoals het inschatten van de veiligheidsrisico's bij grote evenementen zoals Koninginnedag en voetbalwedstrijden. Het hebben van een negatief imago kan er toe leiden dat burgers minder snel bereid zijn om belangrijke informatie met de politie te delen. Naast het verkrijgen van informatie is het hebben van een positief imago ook belangrijk voor de erkenning als autoriteit. Voor de ordehandhaving en veiligheid is het belangrijk dat iedere vorm van communicatie van de politie richting de burger serieus wordt genomen. Het in twijfel trekken of niet uitvoeren van opdrachten of aanwijzingen van de politie kan dramatische gevolgen hebben voor het welzijn van zowel de burger als van de politie zelf. Een voorbeeld hiervan vormen de strandrellen in Hoek van Holland in 2009 waarbij een grote groep burgers zich tegen de politie richtte. Aanwijzingen en opdrachten van de politie werden genegeerd en resulteerden uiteindelijk tot één dodelijk burger slachtoffer en verschillende gewonden onder burgers en politie. Tot slot is het voor de werving van nieuwe medewerkers van belang dat de burger een positieve attitude t.o.v. de politie heeft. Het vinden van voldoende personeel zal worden bemoeilijkt wanneer de burger een negatief beeld heeft van het politiewerk. Een beroep dat bijvoorbeeld bekend staat om zijn slechte arbeidsomstandigheden, hoge werkdruk en een laag salaris zal niet snel werkzoekenden motiveren om daar te solliciteren. Samengevat kunnen we vier redenen onderscheiden die het belang van een positieve attitude t.o.v. de politie onderstrepen :

- Algehele veiligheidsgevoel van de burger.
- De burger als informatiebron.
- Erkenning als autoriteit door de burger.

- Werving van nieuwe medewerkers.

Er zijn verschillende factoren die in het dagelijks leven aanwezig zijn die de beeldvorming van de burger ten opzichte van de politie beïnvloeden. Dit onderzoek zal zich richten op drie van deze factoren. De eerste factor die van invloed kan zijn op het imago van de politie is de ervaring van de burger met de misdaadgerelateerde media. De media tonen op verschillende manieren de werkwijze van de politie, dit kan positief of negatief zijn. Nieuwsrubrieken, tv-series en weblogs geven bewust of onbewust een positief of negatief beeld van de politie weer. De ervaring van de burger met deze misdaadgerelateerde media kan van invloed zijn bij het vormen van het imago dat de burger heeft van de politie. De invloed van de misdaadgerelateerde televisieseries zal hierbij in dit onderzoek centraal staan. Ruim 30% van de Nederlandse bevolking keek in 2008 nog meer dan 20 uur per week naar de televisie (CBS.nl, 2011). Dit geeft aan dat de televisie nog steeds een belangrijke rol speelt in het dagelijks leven van de Nederlanders. De tweede factor bestaat uit het laatste contact dat de burger met de politie heeft gehad. Het laatste contact dat de burger met de politie heeft gehad kan voor een groot deel bepalend zijn voor de attitude die de burger heeft t.o.v. de politie. De Nederlandse burger heeft over het algemeen weinig contact met de politie. Uit cijfers van het CBS blijkt dat in 2003 slechts 25% van de bevolking van 18 of ouder een beroep heeft gedaan op de politie. (CBS.nl, 2011). Een gevolg hiervan kan zijn dat de momenten dat de burger wel contact heeft met de politie belangrijk zijn voor het gevormde imago. Het gevormde imago van de politie kan hierbij zowel positief als negatief zijn. De derde factor gaat uit van de invloed van de sociale omgeving van de burger bij het vormen van het imago van de politie. Voornamelijk de directe omgeving (vrienden en familie) van een persoon kan hierbij een grote rol spelen. Deze directe sociale omgeving staat dicht bij de burger en kan hierdoor veel invloed uitoefenen op het vormen van meningen van de burger. Samengevat zijn dit drie factoren die van invloed kunnen zijn op de attitude van de burger t.o.v. de politie:

- De hoeveelheid criminaliteitsgerelateerde televisie consumptie.
- De beoordeling van het laatste contact met de politie.
- De attitude van de directe sociale omgeving (vrienden en familie) van de burger t.o.v. de politie.

Het doel van dit onderzoek is om te bepalen in welke mate deze factoren samenhangen met de attitude t.o.v. de politie. Daarnaast is de verwachting dat de sterkte van de relaties beïnvloed wordt door individuele verschillen in de gevoeligheid voor verschillende beïnvloedingsprincipes. Hierbij zal er gebruik worden gemaakt van drie factoren die volgens

onderzoek van Cialdini (2001) bekend staan als factoren die de perceptie en attitude vorming van mensen beïnvloeden. Het gaat hierbij om de volgende beïnvloedingsfactoren:

- Autoriteitsgevoeligheid.
- Behoeftte aan toewijding en consistentie.
- Behoeftte aan sociaal bewijs.

Verder wordt er in het onderzoek exploratief aandacht besteed aan de relatie tussen de attitude t.o.v. de politie en het algehele veiligheidsgevoel van de burger, de bereidheid om belangrijke informatie met de politie te delen, de mate waarin de burger de politie als een autoriteit ziet en de mate waarin de burger de politie als een interessant werkgever ziet. Van dit exploratieve onderzoek zijn geen hypothesen opgesteld en is alleen bedoeld om te onderzoeken of er een relatie bestaat tussen de attitude t.o.v. de politie en de eerder genoemde factoren.

Media en beeldvorming

Publieke kennis van criminaliteit en justitie is voornamelijk afkomstig vanuit de media zo blijkt uit onderzoek van Dowler (2003) en Roberts en Doob (1990). Televisieshows en films tonen misdaad stevast op dezelfde manier. Gewelddelicten hebben, zo blijkt uit het onderzoek, over het algemeen de overhand terwijl eigendomsriminaliteit (inbraak, diefstal) vaak niet aan bod komt. Daders worden stereotype neergezet als “monsters” en de gepleegde misdaden zijn vaak niet te voorkomen. Dit heeft als gevolg dat kijkers misdaad als een bedreiging zien, daders als gewelddadig, meedogenloos en wreed en slachtoffers als hulpeloos. Dit zogenoemde framen van informatie door de media heeft duidelijk invloed op de manier waarop de burger naar de politie kijkt. Het sensatie gerichte filteren van informatie met betrekking tot de werkzaamheden van de politie kan er voor zorgen dat er onder de burgers een verkeerd beeld ontstaat van politie en justitie, (Graziano, Schuck & Martin, 2010; Roberts & Doob, 1990). Er ontstaat een overdreven positief beeld van de werkzaamheden van de politie of juist een overdreven negatief beeld. Het onderzoek van Dowler (2003) toont ook aan dat er een positieve relatie bestaat tussen de angst voor misdaad en het volgen van misdaad in televisie shows en films. Een soortgelijke relatie tussen angst voor misdaad en media wordt beschreven in het onderzoek van Chiricos, Padgett & Gertz (2000). Dit onderzoek toont aan dat er een duidelijke relatie bestaat tussen de hoeveelheid lokale en nationale nieuws consumptie en de angst voor misdaad. Dat de hoeveelheid misdaadgerelateerde nieuwsconsumptie ook invloed heeft op de beeldvorming van de burger tegenover de werkzaamheden van de politie blijkt uit onderzoek van Dowler en Zawilski uit

2007. Uit dit onderzoek komt naar voren dat personen die veel journaals en misdaadseries volgen, wangedrag van de politie zien als iets wat vaak voorkomt.

Hypothese 1a: De hoeveelheid misdaadgerelateerde televisie consumptie is negatief gerelateerd aan de attitude t.o.v. de politie.

De sterkte van de correlatie tussen de hoeveelheid misdaadgerelateerde televisie consumptie en attitude t.o.v. de politie kan in belangrijke mate afhangen van de mate van de autoriteitsgevoeligheid van het individu. Volgens het autoriteitsprincipe van Cialdini (2001) respecteren mensen een autoriteit en zullen ze sneller geneigd zijn om echte experts te volgen. Ook het voordoen als een autoriteit verhoogt de kans dat men verzoeken en informatie van deze autoriteit zal accepteren, zelfs wanneer de autoriteit niet legitiem is. De mogelijkheid bestaat dat de misdaadgerelateerde televisie door de burger als een autoriteit wordt gezien en zodoende de verkregen informatie sneller als betrouwbaar ziet.

Hypothese 1b: De mate waarin de burger de misdaadgerelateerde televisie als autoriteit ziet heeft een modererend effect op de relatie tussen de hoeveelheid misdaadgerelateerde televisie consumptie en de attitude t.o.v. de politie, in die zin dat een hoge mate van misdaadgerelateerde televisie als autoriteit de relatie tussen de hoeveelheid misdaadgerelateerde televisie consumptie en attitude t.o.v. de politie versterkt.

Eerdere contacten en beeldvorming

Recent onderzoek heeft aangetoond dat negatieve contacten met de politie leiden tot negatieve attitude vorming voor de bereidheid om te helpen bij justitiële onderzoeken. Dit heeft als gevolg dat burgers bij een negatieve attitude tegenover de politie minder snel getuigenverklaringen zullen afleggen of getuige willen zijn in een rechtszaak (Viki, Culmer, Eller & Abrams, 2006). Uit hetzelfde onderzoek komt ook naar voren dat de kwaliteit van het contact tussen burger en politie niet alleen van grote invloed is bij de vorming van attitudes en vooroordelen. Ook de intentie voor bepaald gedrag richting de out-group, in dit geval de politie, wordt door de kwaliteit van het contact bepaald. Het belang van kwalitatief goed contact wordt bevestigd door Bradford, Jackson & Stanko (2009) en Schuck & Rosenbaum (2005). Het als negatief ontvangen contact met de politie had een negatieve uitwerking op de attitude vorming richting de politie. De effectiviteit, eerlijkheid en de maatschappelijke

betrokkenheid van de politie werden door de burgers bij negatieve contacten als negatiever beoordeeld.

Hypothese 2a: De beoordeling, door de burger, van het laatste contact met de politie hangt samen met de attitude t.o.v. de politie; met name een negatieve beoordeling, door de burger, van het laatste contact met de politie leidt tot een negatieve attitude t.o.v. de politie.

De kracht van de relatie tussen het contact met de politie en het imago van de politie kan worden bepaald door de behoefte van mensen aan toewijding en consistentie. Deze toewijding en consistentie theorie van Cialdini (2001) houdt in dat mensen bij het vormen van attitudes de voorkeur geven aan eerder gevormde attitudes en deze niet snel zullen veranderen. Dit halo effect van attitude zorgt ervoor dat een eerdere negatieve dan wel positieve ervaring met de politie een blijvende werking heeft. Ieder toekomstig contact met de politie, positief of negatief, zal hetzelfde worden beoordeeld. De behoefte aan consistentie kan per persoon verschillen en zodoende de kracht van de correlatie tussen het laatste contact met de politie en het imago van de politie versterken of verzwakken.

Hypothese 2b: De behoefte aan consistentie bij attitude vorming heeft een modererend effect op de relatie tussen het laatste contact met de politie en het imago van de politie, in die zin dat een hoge behoefte aan consistentie leidt tot een sterker verband tussen het laatste contact en de attitude t.o.v. de politie.

Sociale omgeving en beeldvorming

Dat de sociale omgeving van een persoon veel invloed heeft op het doen en laten van dezelfde persoon is algemeen bekend. Een van de redenen hiervan is de behoefte van het individu om zich te conformeren aan de mening en het gedrag van de groep waartoe het individu behoort. Deze behoefte ontstaat vanuit de wens voor erkenning en acceptatie door de sociale omgeving. (Behm, Kassin & Fein, 2002). Het onderzoek van White et al. (2009) toont aan dat normen gesteld vanuit de sociale omgeving meer invloed hebben op de attitude van het individu dan normen gesteld vanuit de maatschappij. Maatschappelijk gestelde normen kunnen worden gezien als externe druk van derden voor bepaald gedrag, Sociale normen worden gezien als voorbeelden voor bepaald gedrag opgesteld door mensen uit de sociale omgeving van het individu. De basis van deze theorie vormt de “Social impact theorie (SIT)” van Latané (1981). Deze theorie stelt dat de mensen die het dichtst bij het individu staan de

grootste invloed hebben op de gevormde attitudes van het individu. Daarnaast wordt de invloed op het individu volgens de SIT bepaald door de “sterkte” van de sociale omgeving. “Sterke” personen uit de omgeving van het individu hebben een hoge status (bijv. vader) of een specifieke relatie (bijv. vriendin) met het individu. Hierdoor kunnen ze een grote invloed hebben op de gevormde attitudes van het individu. Verder zal de attitude t.o.v. de politie van de sociale omgeving als groep zijnde worden beïnvloed door de contacten die een of meerdere van de leden van de groep heeft met de politie. Dit blijkt uit onderzoek van Wright, Aron, McLaughlin, and Ropp (1997). De kennis dat een in-group lid (de sociale omgeving) goede contacten heeft met een out-group lid (de politie) is van positieve invloed op de relatie tussen beide groepen.

Hypothese 3a: De attitude van de directe sociale omgeving (vrienden en familie) t.o.v. de politie is van invloed op de eigen de attitude t.o.v. de politie.

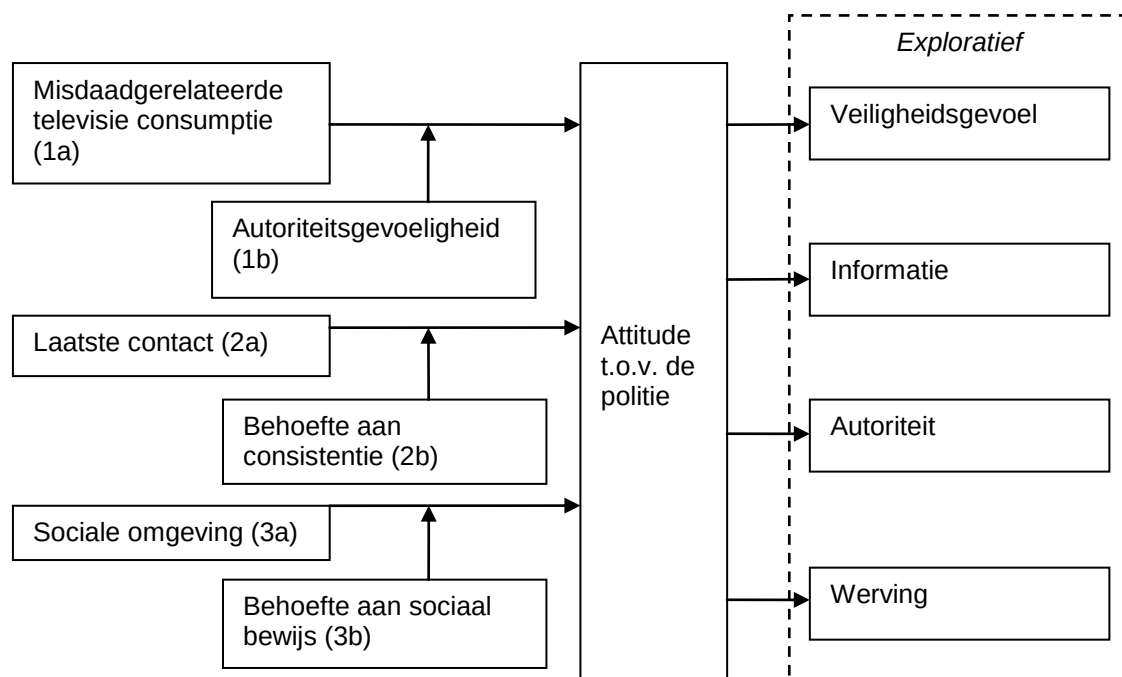
De relatie tussen de invloed van de sociale omgeving en het imago van de politie kan worden versterkt of verzwakt door de mate waarin men wordt beïnvloed door de sociale omgeving. Volgens Cialdini (2001) is het gedrag wat anderen vertonen vaak een richtlijn voor het eigen gedrag. Naarmate veel mensen hetzelfde gedrag vertonen zal dit eerder als normaal worden gezien dan wanneer slechts enkelen bepaald gedrag vertonen: Het sociale bewijs. Een voorbeeld hiervoor vormt een situatie waarin een slachtoffer hulp nodig heeft van omstanders, maar deze niet ingrijpen in afwachting van andere omstanders. Het bieden van hulp kan worden gezien als afwijkend gedrag t.o.v. de anderen. Naarmate meer omstanders gaan helpen zal dit gedrag worden gezien als de norm en zal dit meerdere omstanders stimuleren om ook hulp te bieden. Deze normatieve sociale invloed wordt bevestigd door onderzoek van Nolan, Schultz, Cialdini, Goldstein & Griskevicius (2008). Dit onderzoek toont aan dat het gedrag van anderen in grote mate van invloed is op het eigen gedrag en dat dit voornamelijk onbewust gebeurt. Het gedrag van anderen hoeft hierbij niet zelf te worden waargenomen, alleen al de suggestie wekken dat anderen dit bepaalde gedrag vertonen is al voldoende om het gedrag van mensen te veranderen of te beïnvloeden. (Goldstein, Cialdini & Griskevicius, 2008). De mate waarin men behoefte aan sociaal bewijs zal de correlatie tussen de invloed van de sociale omgeving en het imago van de politie versterken of verzwakken.

Hypothese 3b: De behoefte aan sociaal bewijs zal een modererend effect hebben op de relatie tussen de invloed van de directe sociale omgeving en het imago van de politie, in die zin dat

een hoge behoefte aan sociaal bewijs de relatie tussen de invloed van de directe sociale omgeving en het imago van de politie versterkt.

Gedurende het onderzoek zal er exploratief aandacht worden besteedt aan de relatie tussen de attitude t.o.v. de politie en het algehele veiligheidsgevoel van de burger, de bereidheid om belangrijke informatie met de politie te delen, de mate waarin de burger de politie als een autoriteit ziet en de mate waarin de burger de politie als een interessant werkgever ziet. Model 1 toont het onderzoeksmodel waarin de hypothesen 1a t/m 3b, de attitude t.o.v. de politie en het exploratieve onderzoek zijn verwerkt. De verwachting is dat de attitude t.o.v. de politie een directe relatie heeft met de variabelen veiligheidsgevoel, informatie, autoriteit en werving.

Model 1: Onderzoeksmodel



Methode

Procedure en respondenten

In dit onderzoek is gebruik gemaakt van een online questionnaire. De respondenten zijn willekeurig gekozen. Via de website www.thesistools.com/politie kon de respondent de vragenlijst invullen. Aan het onderzoek hebben 165 respondenten (95 mannen en 70 vrouwen) deelgenomen die varieerden in de leeftijd van 18 tot en met 75 jaar ($M_{\text{leeftijd}}=41,65$ en

SD=15,77). De hoogst genoten opleiding was voor 30.3% de middelbare school, voor 20% het MBO, voor 32,7% het HBO en 17% van de respondenten heeft wetenschappelijk onderwijs gevolgd. Van drie respondenten is de opleiding onbekend. De respondenten zijn op verschillende manieren benaderd om aan het onderzoek deel te nemen. Een gedeelte is persoonlijk benaderd via de mail (40), hyves (40), en mondeling aan huis (60). Verder zijn er huis aan huis flyers verspreidt (300) en zijn er op straat flyers uitgedeeld (250). In totaal zijn 690 personen benaderd om aan het onderzoek deel te nemen. Van deze 690 personen hebben uiteindelijk 100 personen de vragenlijst ingevuld (responsratio is 14,5%). Verder zijn 65 respondenten tegen betaling geworven via een online respondentenpanel.

Alle respondenten kregen voor aanvang van het onderzoek informatie met betrekking tot het onderzoek. Deze inleiding bevatte informatie over het onderwerp, de duur, de indeling en de beloning voor de vragenlijst. Als beloning voor het invullen van de vragenlijst had iedere respondent de kans op het winnen van een van de zes cadeaubonnen ter waarde van tien euro. Verder werd er nadrukkelijk bij vermeldt dat alle verkregen data anoniem zou worden verwerkt. De inleiding bevatte het webadres die leidde naar de website waar de vragenlijst online kon worden ingevuld. Voor aanvang van de vragenlijst werd alle eerder gegeven informatie nogmaals herhaald. Aan het eind van de vragenlijst kreeg de respondent de mogelijkheid om te beslissen of hij/ zij verdere informatie wenste te ontvangen met betrekking tot het onderzoek en of hij/ zij kans wilde maken op de beloning. Hiervoor kon een e-mailadres worden achtergelaten die, zoals ook bij de vragenlijst was vermeld, niet aan de vragenlijst zou worden gekoppeld.

Materialen

Voor het onderzoek is er voornamelijk gebruik gemaakt van zeven-punts Likert type schalen. Er is ,waar mogelijk, zoveel mogelijk gebruik gemaakt van reeds bestaande vragenlijsten. Engelstalige vragenlijsten zijn naar het Nederlands vertaald. De gegeven antwoorden zijn omgezet in een gemiddelde score per onderdeel per respondent. De verschillende onderzoeksonderdelen worden hieronder verder besproken. Per schaal is er een betrouwbaarheidsanalyse uitgevoerd (cronbach's alpha), waarna sommige schalen zijn aangepast.

Meetinstrumenten

Attitude van de respondent ten opzichte van de politie. De gebruikte items in deze schaal zijn afkomstig uit een onderzoek van Sullivan, Dunham en Alpert (1987). De attitude ten opzichte van de politie is gemeten door de respondent tien verschillende stellingen voor te leggen die bepaalde kenmerken of eigenschappen van de politie bevatten. Voorbeelden van

deze stellingen: “*Over het algemeen is de politie betrouwbaar*” en “*Over het algemeen is de politie agressief* (reversed scaled)”. Aan de respondent was het de taak om op een schaal van een tot en met zeven (1= helemaal mee oneens; 7= helemaal mee eens) aan te geven in welke mate hij/zij het met deze stellingen eens of oneens was. Twee van deze stellingen waren reversed scaled en zijn voor verdere analyses hebben plaatsgevonden omgeschaald. Na analyse met behulp van cronbach’s alpha is het item “*Over het algemeen is de politie niet discreet*” uit de schaal verwijderd en is niet meegenomen in de verdere analyses. Het gemiddelde van de negen overgebleven stellingen was de uiteindelijke score van de respondent voor de attitude ten opzichte van de politie. ($\alpha = .89$).

Criminaliteitsgerelateerde televisie consumptie. De invloed van de media is gemeten door de respondent te vragen naar de hoeveelheid criminaliteitsgerelateerde televisie consumptie per week. Er is onderscheid gemaakt tussen drie typen criminaliteitsgerelateerde televisieprogramma’s: 1) Amerikaanse series (bv. CSI en NCIS), 2) Nederlandse series (bv. Deadline en Flikken) en 3) Reportages (bv. Peter R. de Vries en Opsporing verzocht). De respondent kon in de vragenlijst aangeven welke televisieprogramma’s hij/zij bekeek en de kijkduur aangeven in uren per week. Naast de genoemde programma’s kon de respondent ook series en reportages toevoegen. Uiteindelijk zijn er drie scores per respondent berekend: 1) Amerikaanse series, 2) Nederlandse series en 3) reportages. Het gemiddelde per type televisieprogramma (Amerikaanse series, Nederlandse series en reportages) bepaalde de score van de respondent op de hoeveelheid criminaliteitsgerelateerde televisie consumptie in uren per week.

Laatste contact met de politie. De gebruikte items in deze schaal zijn afkomstig uit een onderzoek van Sullivan, Dunham en Alpert (1987). De beoordeling van de respondent zijn/ haar laatste contact met de politie is gemeten met behulp van zeven stellingen. Voorbeelden van deze stellingen zijn: “*De politie was respectvol*” en “*De politie was redelijk onbeleefd*” (reversed scored). De respondent kon op een schaal van 1 tot en met 7 aangeven in welke mate hij/zij het met elke stelling eens was (1= helemaal mee oneens; 7= helemaal mee eens). Drie van deze stellingen waren reversed scaled en zijn voor verdere analyses hebben plaatsgevonden omgeschaald. Een hoge score duidt een positieve ervaring met het laatste contact met de politie ($\alpha = .93$).

Attitude sociale omgeving (vrienden en familie) ten opzichte van de politie. De gebruikte items in deze schaal zijn afkomstig uit een onderzoek van Sullivan, Dunham en Alpert (1987). De attitude van de sociale omgeving van de respondent ten opzichte van de politie is gemeten door de respondent 14 verschillende stellingen voor te leggen die bepaalde

kenmerken of eigenschappen van de politie bevatten. Voorbeelden van deze stellingen: “*Over het algemeen vinden mijn vrienden de politie betrouwbaar*” en “*Over het algemeen vind mijn familie de politie agressief*” (reversed scored). De respondent moest bij deze stellingen zelf een inschatting maken, op een schaal van een tot en met zeven (1= helemaal mee oneens; 7= helemaal mee eens), hoe vrienden en familie over de politie dachten. Zes van deze stellingen waren reversed scaled en zijn voor verdere analyses hebben plaatsgevonden omgeschaald ($\alpha = .94$).

Autoriteitsgevoeligheid. De autoriteitsgevoeligheid is gemeten met behulp van de 20 items tellende *compliance scale* van Gudjonsson (1989). Voorbeelden van stellingen van deze schaal zijn: “*van mensen met veel gezag krijg ik een oncomfortabel en ongemakkelijk gevoel.*” en “*Ik zie mijzelf als een erg gehoorzaam persoon.*” Aan de respondent was het de taak om op een schaal van een tot en met zeven (1= helemaal mee oneens; 7= helemaal mee eens) aan te geven in welke mate hij/zij het met deze stellingen eens of oneens was. Een van de stellingen was reversed scaled en is voordat verdere analyses hebben plaatsgevonden omgeschaald. Na analyse met cronbach’s alpha zijn drie stellingen uit de schaal verwijderd en deze zijn niet meegenomen in de verdere analyses. De verwijderde stellingen zijn: “*Het interesseert mij niet zoveel wat anderen van mij denken*”, “*Ik verzet mij sterk wanneer ik onder druk gezet word om iets te doen wat ik eigenlijk niet wil*” en “*Vroeger, toen ik kind was, heb ik wel eens de schuld op mij genomen voor iets wat ik niet had gedaan*”. De resterende 17 stellingen hadden een cronbach’s alpha van .88.

Behoeftte aan consistentie. De behoefte aan consistentie is gemeten door gebruik te maken van een 18 items tellende schaal uit een onderzoek van Cialdini, Trost & Newsom (1995). Voorbeelden van stellingen uit deze schaal zijn: “*Het is voor mij belangrijk dat mijn acties overeenkomen met mijn overtuigingen*” en “*Ik geef er de voorkeur aan om dingen op dezelfde manier te doen*”. De respondent kreeg bij iedere stelling de mogelijkheid om aan te geven op een schaal van een tot en met zeven (1= helemaal mee oneens; 7= helemaal mee eens) of hij/zij het met deze stelling eens/ oneens was. Na analyse met cronbach’s alpha is een stelling uit de schaal verwijderd (“*Het doet mij niet zo veel wanneer mijn acties inconsistent zijn*”) en deze is niet meegenomen in de verdere analyses. De resterende 17 stellingen hadden een cronbach’s alpha van .91.

Behoeftte aan sociaal bewijs. De behoefte aan sociaal bewijs is gemeten met behulp van zeven stellingen afkomstig uit een vragenlijst van Vos, van der Zee & Buunk (under review). Voorbeelden van deze stellingen zijn: “*Bij belangrijke beslissingen ben ik sterk geneigd om af te gaan op het oordeel van de groepen waartoe ik behoor*” en “*Ik spiegel me*

vooral aan de groepen waar ik deel van uitmaak.” De respondent kreeg bij iedere stelling de mogelijkheid om aan te geven op een schaal van een tot en met zeven (1= helemaal mee oneens; 7= helemaal mee eens) of hij/zij het met deze stelling eens/ oneens was. ($\alpha = .91$).

Exploratief onderzoek

Het meten van de factoren uit het exploratieve onderzoek is gedaan aan de hand van zelf ontwikkelde schalen.

Veiligheidsgevoel van de burger. Het algehele veiligheidsgevoel van de burger is gemeten aan de hand van drie stellingen. De gebruikte stellingen zijn: “*Over het algemeen voel ik mij veilig*”, “*Ik voel mij veilig op straat*” en “*Ik voel mij veilig in mijn huis en omgeving*”. Bij iedere stelling moest de respondent aangeven op een schaal van een tot en met zeven (1= helemaal mee oneens; 7= helemaal mee eens) in welke mate hij/ zij het met elke stelling eens was. De gemiddelde waarde van deze drie stellingen was de score van de respondent op het algehele veiligheidsgevoel ($\alpha = .86$).

Informatie verstrekking aan de politie. Het belang dat de burger acht aan het verstrekken van informatie aan de politie is gemeten met behulp van drie stellingen. De gebruikte stellingen zijn: “*Het is belangrijk dat burgers informatie met de politie delen*”, “*Belangrijke informatie moet met de politie gedeeld worden ook wanneer ze er niet direct zelf om vragen*” en “*Het is mijn burgerplicht om de politie te helpen door belangrijke informatie aan hen over te dragen*”. De respondent moest op een schaal van een tot en met zeven (1= helemaal mee oneens; 7= helemaal mee eens) aangeven in welke mate hij/zij het met elke stelling eens was. De gemiddelde score van deze drie stellingen geeft de mate van belangrijkheid van de respondent aan om informatie aan de politie te verstekken ($\alpha = .84$).

De politie als autoriteit. De mate waarin de burger de politie als een autoriteit ziet is gemeten aan de hand van drie stellingen. De gebruikte stellingen zijn: “*De politie is een autoriteit*”, “*Het is belangrijk dat burgers doen wat de politie hen vraagt*” en “*Ik vind het belangrijk om aanwijzingen van de politie op te volgen*”. De respondent moest aangeven, op een schaal van een tot en met zeven (1= helemaal mee oneens; 7= helemaal mee eens), in welke mate hij/ zij het met elke stelling eens was. De gemiddelde score op deze stellingen meet de mate waarin de respondent de politie als een autoriteit ziet. ($\alpha = .74$).

De politie als werkgever. De mate waarin de burger de politie ziet als een interessante werkgever is gemeten met behulp van drie stellingen. De gebruikte stellingen zijn: “*De politie is een interessante werkgever*”, “*Nu of in de toekomst zou ik een baan bij de politie ambiëren*” en “*Ik heb wel eens overwogen bij de politie te solliciteren*”. De respondent kon bij elke stelling, op een schaal van een tot en met zeven (1= helemaal mee oneens; 7=

helemaal mee eens), aangeven in welke mate hij/zij het met de stelling eens was.. De gemiddelde score op deze drie stellingen geeft aan in welke mate de respondent de politie ziet als een interessante werkgever ($\alpha = .82$).

Resultaten

Beschrijvende statistieken en correlaties

Tabel 1 geeft een overzicht van de gevonden correlaties, gemiddelden en standaardafwijkingen van alle variabelen die in dit onderzoek zijn meegenomen. Het laatste contact met de politie wordt beoordeeld met een hoge gemiddelde score van 5.10 op een schaal van een tot en met zeven. Tussen de beoordeling van het laatste contact met de politie en de attitude t.o.v. de politie is een significante correlatie gevonden. ($r = .75, p < .01$). De attitude van de sociale omgeving t.o.v. de politie van de respondent heeft een gemiddelde score van 4.87 op een schaal van een t/m zeven. Tussen de attitude van de respondent tegenover de politie en de attitude van vrienden en familie tegenover de politie is een significante positieve correlatie gevonden van .74. ($p < .01$). De correlaties tussen het algehele veiligheidsgevoel, de bereidheid van de burger om belangrijke informatie met de politie te delen, de mate waarin de burger de politie als een autoriteit ziet en de mate waarin de burger de politie ziet als een interessant werkgever en de attitude t.o.v. de politie zijn respectievelijk: $r = .20, p < .05$, $r = .41, p < .01$, $.42, p < .01$ en $r = .22, p < .01$. De gemiddelde scores op deze onderdelen op een schaal van 1 tot en met 7 zijn respectievelijk: $M_{\text{veiligheid}} = 5.68$, $M_{\text{informatie}} = 5.83$, $M_{\text{autoriteit}} = 5.38$, $M_{\text{werving}} = 3.33$.

Tussen de variabelen uit de mediagroep en de attitude t.o.v. de politie zijn geen significante correlaties gevonden. De variabelen in de mediagroep bestaan uit de kijkduur naar Amerikaanse series in uren per week ($M_{\text{Amerika}} = 1.22$), de kijkduur naar Nederlandse series in uren per week ($M_{\text{Nederland}} = .23$) en de kijkduur naar reportages in uren per week ($M_{\text{reportage}} = .59$). De gevonden correlaties tussen de variabelen uit de mediagroep en de attitude t.o.v. de politie waren respectievelijk: $r = .01, n.s.$, $r = .06, n.s.$ en $r = .01, n.s.$

Hypotheses

Voor de toetsing van de hypotheses is er een stapsgewijze regressie analyse uitgevoerd. Alle variabelen zijn voor aanvang van de analyses gestandaardiseerd. Stap één in de regressieanalyse bevat de controle variabelen. De controle variabelen bestaan uit de demografische variabelen: leeftijd, geslacht en opleiding. Stap twee in de regressieanalyse bestaat uit het toevoegen van de onafhankelijke variabelen. Om te bepalen of er een modererend effect heeft plaatsgevonden tussen de onafhankelijke variabelen en de afhankelijke variabele (attitude t.o.v. de politie) wordt in stap drie van de regressieanalyse de

interactie tussen de twee onafhankelijke variabelen uit stap twee aan de regressieanalyse toegevoegd.

Hypothese 1a: De regressieanalyse van de variabelen in de mediagroep laat geen significante relaties zien. (Tabel 2). De relaties tussen de onafhankelijke variabelen uit de mediagroep (kijkduur naar Amerikaanse series, kijkduur naar Nederlandse series en kijkduur naar reportages) en de attitude t.o.v. de politie zijn respectievelijk ($\beta = .05$, n.s.), ($\beta = .12$, n.s.) en ($\beta = .05$, n.s.). Op grond van het ontbreken van een significante relatie tussen de drie variabelen uit de mediagroep (kijkduur Amerikaanse series, kijkduur Nederlandse series en kijkduur reportages) en de attitude t.o.v. de politie kan hypothese 1a niet worden bevestigd.

Hypothese 1b: Stap 3 in de stapsgewijze regressieanalyse heeft als doel te onderzoeken of de variabele autoriteitsgevoeligheid een modererend effect heeft op de relatie tussen de variabelen uit de mediagroep (kijkduur Amerikaanse series, kijkduur Nederlandse series en kijkduur reportages) en de attitude t.o.v. de politie. Om dit te bepalen zijn aan stap 3 in de regressieanalyse de interacties tussen de variabelen uit de mediagroep en de variabele autoriteitsgevoeligheid toegevoegd (tabel 2). Er zijn geen significante relaties gevonden tussen deze interacties en de attitude t.o.v. de politie, respectievelijk ($\beta = .03$, n.s.), ($\beta = .10$, n.s.) en ($\beta = -.06$, n.s.). Hiermee kan hypothese 1b niet worden bevestigd.

Tabel 2: Resultaten van de regressie analyse met de attitude t.o.v. de politie als afhankelijke variabele en de kijkduur naar Amerikaanse series/ Nederlandse series /reportages en autoriteitsgevoeligheid als onafhankelijke variabelen.

Stap		Attitude t.o.v. de politie		
		1.	2.	3.
1.	Leeftijd	.10/.10/.10	.10/.09/.10	.10/.10/.10
	Geslacht	.14/.14/.14	.14/.14/.14	.14/.15/.14
	Opleiding	-.14/-.14/-.14	-.13/-.13/-.13	-.13/-.13/-.12
2.	Kijkduur Amerikaanse series/		.02/.08/.01	.05/.12/.05
	Nederlandse series/ reportages			
	Autoriteitsgevoeligheid		.09/.09/.08	.09/.09/.08
3.	Interactie Kijkduur Amerikaanse series/ Nederlandse series/ reportages en Autoriteitsgevoeligheid.			.03/.10/-.06
	R ²	.05/.05/.05	.06/.07/.06	.06/.07/.06

Verandering in R²

.01/.01/.01

.00/.00/.00

Hypothese 2a: Voor de toetsing van hypothese 2a is een stapsgewijze

regressieanalyses uitgevoerd. De relatie tussen de attitude t.o.v. de politie en de beoordeling van het laatste contact wordt beschreven in tabel 3. Bij stap twee in de regressieanalyse zijn de onafhankelijke variabelen beoordeling van het laatste contact met de politie en de behoefte aan consistentie toegevoegd. De relatie tussen de beoordeling van het laatste contact met de politie en de attitude t.o.v. de politie is significant ($\beta = .75, p < .01$). De toevoeging van de variabelen beoordeling van het laatste contact en de behoefte aan consistentie laat de verklaarde variantie in attitude t.o.v. de politie stijgen naar 53%.

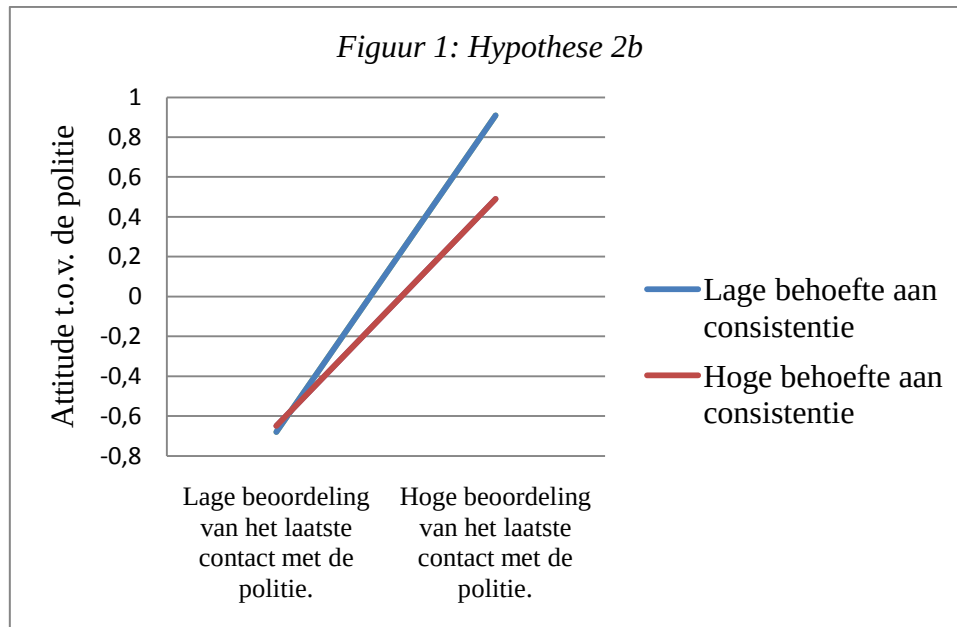
Hypothese 2b: Om te toetsen of er een modererend effect heeft plaatsgevonden tussen de beoordeling van het laatste contact met de politie en de afhankelijke variabele attitude t.o.v. de politie, is in stap drie van de regressieanalyses de interactie tussen de variabelen uit stap twee toegevoegd. De relatie tussen de interactie tussen de onafhankelijk variabelen de beoordeling van het laatste contact met de politie en de behoefte aan consistentie en afhankelijke variabele de attitude t.o.v. de politie (tabel 3) is significant ($\beta = -.18, p < .01$). Dit duidt op een modererend effect. Om te toetsen of dit effect overeenkomt met de verwachting is er een simple slope analyse uitgevoerd door de score op beide factoren met één standaard deviatie te vermeerderen en te verminderen (Aiken & West, 1991). In tegenstelling tot de verwachting laat figuur één zien dat een lage behoefte aan consistentie de relatie tussen de beoordeling van het laatste contact met de politie en de attitude t.o.v. de politie versterkt en dat een hoge behoefte aan consistentie de relatie tussen de beoordeling van het laatste contact met de politie en de attitude t.o.v. de politie verzwakt. Hypothese 2b kan hiermee niet worden bevestigd.

Tabel 3: Resultaten van de regressie analyse met de attitude t.o.v. de politie als afhankelijke variabele en de beoordeling van het laatste contact met de politie en de behoefte aan consistentie als onafhankelijke variabelen.

Stap	Attitude t.o.v. de politie		
	1.	2.	3.
1. Leeftijd	.16	.08	.09
Geslacht	.20	.06	.07
Opleiding	-.17	-.07	-.07
2. Beoordeling laatste contact		.75**	.75**
Behoeftte aan consistentie		-.02	-.03

3.	Interactie beoordeling laatste contact en behoefte aan consistentie.			-.18*
	R ²	.09	.53	.55
	Verandering in R ²		.44	.02

Figuur 1: Hypothese 2b



Hypothese 3a: Bij de tweede stap van de regressieanalyse zijn de onafhankelijke variabelen attitude van de sociale omgeving en de behoefte aan sociaal bewijs toegevoegd (zie tabel 4). De variabele attitude sociale omgeving heeft een positieve significante relatie met de attitude t.o.v. de politie zo blijkt uit de tweede stap. ($\beta = .74, p < .01$). De toevoeging van de attitude van de sociale omgeving aan het regressiemodel verklaart 56% van de variantie van de afhankelijke variabele. De resultaten van de eerste twee stappen in de regressieanalyse bevestigen de hypothese dat er een significante relatie bestaat tussen de attitude van de burger t.o.v. de politie en de attitude van de sociale omgeving van de burger.

Hypothese 3b: Om te toetsen of er een modererend effect plaatsvindt is bij stap drie de interactie tussen de variabelen attitude sociale omgeving en behoefte aan sociaal bewijs aan de tabel toegevoegd (tabel 4). Stap drie in de regressie analyse laat geen significante relatie zien tussen de attitude t.o.v. de politie en de interactie tussen attitude van de sociale omgeving en de behoefte aan sociaal bewijs ($\beta = -.02, n.s.$). De hypothese kan hiermee niet worden bevestigd.

Tabel 4: Resultaten van de regressie analyse met de attitude t.o.v. de politie als afhankelijke variabele en de attitude van de sociale omgeving en de behoefte aan sociaal bewijs als onafhankelijke variabelen.

Stap	Attitude t.o.v. de politie		
	1.	2.	3.
1. Leeftijd	.10	.02	.02
Geslacht	.16	.04	.04
Opleiding	-.15	-.07	-.07
2. Attitude sociale omgeving		.75**	.74**
Behoeftte aan sociaal bewijs		-.05	-.04
3. Interactie Attitude sociale omgeving en Behoeftte sociaal bewijs			-.02
R ²	.06	.56	.57
Verandering in R ²		.50	.01

Resultaten exploratief onderzoek

Voor de analyse van de relaties tussen de afhankelijk variabele attitude van de respondent t.o.v. de politie en de onafhankelijke variabelen het algehele veiligheidsgevoel van de burger, de bereidheid om belangrijke informatie met de politie te delen, de mate waarin de burger de politie als een autoriteit ziet en de mate waarin de burger de politie als een interessant werkgever ziet is een stapsgewijze regressieanalyse uitgevoerd. Stap 1 bevat de controle variabelen. Dit zijn de demografische gegevens leeftijd, geslacht en opleiding. Bij stap twee in de regressieanalyse is de onafhankelijke variabele attitude t.o.v. de politie toegevoegd. De relaties tussen de attitude van de respondent t.o.v. de politie en het algehele veiligheidsgevoel van de burger ($\beta = .22, p < .01$), de bereidheid om belangrijke informatie met de politie te delen ($\beta = .39, p < .001$), de mate waarin de burger de politie als een autoriteit ziet ($\beta = .43, p < .001$) en de mate waarin de burger de politie als een interessant werkgever ziet ($\beta = .27, p < .01$) zijn allen significant positief.

Tabel 1: Correlatietabel

Variabelen	M	SD	N	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
<i>Attitude</i>																		
1. Attitude t.o.v. de politie ^b	4.97	.97	169															
<i>Media</i>																		
2. Kijkduur Amerikaanse series	1.22 ^a	3.33	169	.01														
3. Kijkduur Nederlandse series	.23 ^a	.77	169	.06	.01													
4. Kijkduur Reportages	.59 ^a	1.61	169	.01	-.06	-.02												
<i>Contact</i>																		
5. Laatste contact ^b	5.10	1.39	108	.72**	.05	-.10	-.01											
<i>Sociale omgeving</i>																		
6. Attitude sociale omgeving ^b	4.87	.99	162	.74**	.06	.08	-.03	.62**										
<i>Persoonlijkheidseigenschappen</i>																		
7. Autoriteitsgevoeligheid ^b	3.62	.93	169	.11	-.16*	-.06	.10	.03	.11									
8. Behoefte aan consistentie ^b	4.75	.93	169	.11	-.04	.11	.12	.18	.13	.10								
9. Behoefte aan sociaal bewijs ^b	3.26	1.26	169	.00	-.04	.04	-.01	-.16	.07	.43**	.15							
<i>Exploratief onderzoek</i>																		
10. Veiligheid ^b	5.68	1.04	165	.20*	-.03	.00	-.08	.00	.23**	.04	.13	.09						
11. Informatie ^b	5.83	1.01	165	.41**	.08	.03	.10	.37**	.38**	-.05	.31*	-.09	.10					
12. Autoriteit ^b	5.38	1.02	165	.42**	.14	.05	.09	.37**	.52**	.13	.24*	.07	.22**	.53**				
13. Werving ^b	3.33	1.76	165	.22**	.14	-.00	-.01	.17	.22**	.00	.07	.19*	.03	.19*	.32**			
<i>Demografische variabelen</i>																		
14. Leeftijd	41.65	15.78	162	.09	-.02	.11	-.09	.13	.10	.02	.27*	.06	.03	.09	-.10	-.13		
15. Geslacht	1.42	.50	165	.13	-.00	-.09	-.03	.19	.12	.09	-.17*	-.19*	-.12	-.05	-.03	-.16*	-.18*	
16. Opleiding	4.95	1.74	165	-.16*	.05	.07	-.10	-.18	-.14	-.20*	-.06	-.16*	-.01	-.15	-.01	.07	-.13	-.11

**= $p < .01$, *= $p < .05$ ^a Uren per week.^b Schaal categorie (1-7)

Discussie

Dit onderzoek heeft zich gericht op drie factoren die mogelijk van invloed zijn op de attitude t.o.v. de politie. De factoren die hierbij centraal stonden waren de invloed van criminaliteitsgerelateerde televisie, de beoordeling van het laatste contact met de politie en de sociale omgeving van de ondervraagde. Verder is er gekeken of persoonlijkheidseigenschappen van de respondent modererende effecten hebben op de relaties tussen de drie eerder genoemde factoren en de attitude t.o.v. de politie. Drie persoonlijkheidseigenschappen zijn in dit onderzoek meegenomen. Het gaat hier om de autoriteitsgevoeligheid, de behoefte aan consistentie en de behoefte aan sociaal bewijs. Ieder van deze drie persoonlijkheidseigenschappen is afzonderlijk gekoppeld aan een van de drie beïnvloedingsfactoren. Tot slot is er een exploratief onderzoek uitgevoerd die als doel had te bepalen of de attitude t.o.v. de politie een significante relatie had met de volgende factoren: Het algehele veiligheidsgevoel van de burger, de bereidheid van de burger om informatie met de politie te delen, de mate waarin de burger de politie als autoriteit ziet en de mate waarin de burger nu of in de toekomst een baan bij de politie ambieert.

Uit de resultaten blijkt dat er geen significante relatie is gevonden tussen de hoeveelheid criminaliteitsgerelateerde televisie consumptie en de attitude t.o.v. de politie. De kijkduur in uren per week naar Amerikaanse en Nederlandse criminaliteitsgerelateerde televisieseries en de kijkduur in uren per week naar criminaliteitsgerelateerde reportages heeft geen invloed op de attitude t.o.v. de politie. Een verklaring hiervoor kan zijn dat de kijkduur alleen niet bepalend genoeg is om van invloed te zijn op de attitude t.o.v. de politie. Mogelijk bepaald ook het type programma waarna men kijkt de attitude t.o.v. de politie. “Reality” programma’s zijn bijvoorbeeld niet in het onderzoek meegenomen. Verder zijn de resultaten uit voorgaande onderzoeken voornamelijk afkomstig uit Amerikaanse onderzoeken. De mogelijkheid bestaat dat de Nederlandse burger minder beïnvloed wordt door series dan de Amerikaanse burger en dat de Nederlandse burger hierdoor een makkelijker onderscheid kan maken tussen feiten en fictie.

Zoals verwacht toont het onderzoek verder aan dat er een sterke significante relatie bestaat tussen de beoordeling van het laatste contact met de politie en de attitude t.o.v. de politie. Dit zou betekenen dat het laatste contact zeer zwaar zou worden meegenomen in de beoordeling van de politie. Een verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat de gemiddelde Nederlander weinig contact heeft met de politie (CBS.nl, 2011) zodat iedere vorm van contact een belangrijk aandeel heeft bij de vorming van de attitude t.o.v. de politie. Onderzoek van Lammers, J.B. (2004) toont verder aan dat negatief ervaren contact van grotere invloed is op

het oordeel van de burger over de politie in negatieve zin dan het positief ervaren contact in positieve zin.

Verder is er een modererend effect gevonden tussen de beoordeling van het laatste contact met de politie en de attitude t.o.v. de politie waarbij de behoefte aan consistentie als moderator fungeert. Het gevonden moderatie effect is echter een omgekeerd effect dan verwacht. Een hoge behoefte aan consistentie leidt tot een minder sterke relatie tussen de beoordeling van het laatste contact en de attitude t.o.v. de politie. Een lage behoefte aan consistentie leidt tot een sterkere relatie tussen de beoordeling van het laatste contact en de attitude t.o.v. de politie. Dit zou kunnen betekenen de beoordeling van het laatste contact voor personen met een hoge behoefte aan consistentie minder bepalend is voor het vormen van de attitude t.o.v. de politie dan voor personen met een lage behoefte aan consistentie. Een negatieve beoordeling van het laatste contact kan door een persoon met een positieve attitude t.o.v. de politie en een hoge behoefte aan consistentie worden afgedaan als een incident en zal daardoor weinig invloed hebben op de algemene attitude t.o.v. de politie. Personen met een lage behoefte aan consistentie zullen zich daarentegen meer laten beïnvloeden door incidenten.

Ook komt er uit het onderzoek naar voren dat de attitude van de sociale omgeving (vrienden en familie) een sterke positieve relatie heeft met de attitude t.o.v. de politie van de respondent. Dit komt overeen met de verwachting dat de attitude van de respondent t.o.v. de politie overeenkomt met de attitude van zijn of haar directe omgeving. Dit is onder andere te verklaren door de sociale omgeving van de respondent als een groep te beschouwen. De kans is groot dat de leden van de groep dezelfde ervaringen hebben meegemaakt met de politie en zodoende gezamenlijk eenzelfde attitude hebben gevormd. Het onderling bespreken van deze ervaringen en meningen zal er voor zorgen dat de groepsattitude t.o.v. de politie zal worden versterkt. De behoefte aan sociaal bewijs zou deze relatie moeten versterken zo blijkt uit onderzoek. De behoefte van het individu om te voldoen aan de normen gesteld vanuit de sociale omgeving spelen een belangrijke rol bij het vormen van attitudes (White, Smith, Terry, Greenslade & McKimmie, 2009). Er is echter geen modererend effect gevonden. Dit betekent dat de behoefte aan sociaal bewijs geen invloed heeft op de relatie tussen de attitude t.o.v. de politie en de attitude van de sociale omgeving t.o.v. de politie. Een mogelijke verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat de groepsattitude t.o.v. de politie zodanig sterk is dat de persoonlijkheidseigenschap, de mate van sociale beïnvloeding, hier geen invloed op heeft.

De resultaten van het exploratieve onderzoek laten zien dat de attitude t.o.v. de politie een positieve significante relatie heeft met het algehele veiligheidsgevoel van de burger, de bereidheid van de burger om informatie met de politie te delen, de mate waarin de burger de politie als autoriteit ziet en de mate waarin de burger nu of in de toekomst een baan bij de politie ambieert. Deze resultaten tonen aan dat het belangrijk is dat de burger een positieve attitude t.o.v. de politie heeft. Het gevoel van veiligheid onder de burgers kan mede worden vergroot door een positieve attitude t.o.v. de politie. De burger moet het gevoel hebben dat de politie in staat is om voor veiligheid op straat te zorgen. Verder is het in het belang van het inwinnen van informatie onder de burgers belangrijk dat deze een positief beeld hebben van de politie. De politie moet de burger het gevoel geven dat de aangeboden informatie op een correcte manier wordt behandeld. De burger is en blijft voor de politie een belangrijke bron van informatie. Ook is het voor de politie belangrijk dat de burger de autoriteit van de politie erkent. Het onderzoek toont aan dat de mate waarin de burger de politie als autoriteit ziet mede afhankelijk is van de attitude t.o.v. de politie. De veiligheid van zowel de burger als die van de politie kan in het geding komen wanneer de burger de politie niet als autoriteit accepteert. Tenslotte is een positief beeld van de politie onder de burgers van belang voor de werving van nieuwe medewerkers. Uit het onderzoek blijkt dat een negatieve attitude t.o.v. de politie een negatief effect heeft op de interesse van de burger om nu of in de toekomst een baan bij de politie te zoeken.

De besproken beïnvloedingfactoren die in dit onderzoek besproken zijn bepalen slechts voor een gedeelte de attitude t.o.v. de politie. Vervolg onderzoeken zouden hun aandacht ook kunnen richten op de invloed van het internet op de attitude t.o.v. de politie. Verder is er in het onderzoek geen aandacht besteedt aan het type contacten en de kwaliteit van de contacten die de burger heeft gehad met de politie. Verschillende type contacten kunnen van invloed zijn op de attitude t.o.v. de politie zo blijkt uit onderzoek van Salmi, Voeten & Keskinen (2000). De wijkagent die dagelijks zijn ronde door de wijk maakt laat een andere indruk achter dan de agent die alleen met zijn patrouillewagen door de straat rijdt. Het onderzoek heeft ook geen onderscheidt gemaakt tussen de lokale en landelijke politie. Er is de respondent gevraagd naar de attitude t.o.v. de politie in het algemeen. Onderzoek van Schuck & Rosenbaum (2005) toont aan dat er verschil bestaat in de beoordeling tussen de lokale politie en de landelijke. Zodoende is het mogelijk dat wanneer beiden apart in het onderzoek zouden zijn opgenomen er andere onderzoeksresultaten zouden ontstaan.

Tot slot laat onderzoek van Tyler (2001) zien dat de burger de politie niet alleen beoordeeld op de beslissingen die men maakt, maar ook of deze beslissingen op een eerlijke

manier zijn gemaakt. Zolang de genomen beslissingen door de burger als eerlijk worden ervaren zal de attitude t.o.v. de politie hier niet onder lijden. In tijden van toenemende individualisering is dit een van de moeilijkste opgaven waarmee de politie vandaag te maken heeft. De burger verwacht van de politie steeds vaker een persoonlijke benadering waarbij men verwacht dat er rekening wordt gehouden met de persoonlijke belangen. Lammers, J.B. (2004) bevestigt dit beeld: “Mensen willen een politie die burgers helpt en merkbaar actief is in het bestrijden van onrecht en onveiligheid. Bij dat laatste willen ze dat de politie hen persoonlijk ongemoeid laat”. Dit is voor de politie in de toekomst de grootste uitdaging.

Referenties

- Aiken, L. S., & West, S. G. (1991). *Multiple regression: Testing and interpreting interactions*. Newbury Park, CA: Sage. In Giebels, E., & Janssen, O. (2005). Conflict stress and reduced well-being at work: The buffering effect of third-party help. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 14(2), 137-155.
- Bradford, B., Jackson, J. & Stanko, E.A. (2009). Contact and confidence: revisiting the impact of public encounters with the police. *Policing and Society*, 19 (1), 20-46.
- Brehm, S.S., Kassin, S.M. & S. Fein, (2002), *Social Psychology*, Boston, Houghton Mifflin Company.
- CBS. December 2003 :Kwart van de bevolking doet beroep op politie. Verkregen op 3 maart 2011 van, <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/veiligheid-recht/publicaties/artikelen/archief/2003/2003-1360-wm.htm>.
- CBS. November 2009: Media en ICT; gebruik televisie, krant, pc en internet. Verkregen op 9 maart 2011 van, <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=70655ned&D1=0-4,6&D2=0-16,28-36&D3=l&HD=090710-1416&HDR=G2,T&STB=G1>.
- Chiricos, T., Padgett, K., Gertz, M. (2000). Fear, TV news, and the reality of crime. *Criminology* 38 (3), 755-785.
- Cialdini, R.B. (2001). Harnessing the science of persuasion. *Harvard Business Review*, 79 (9), 72-79.
- Cialdini, R.B., Trost, M.R.; Newsom, J.T. (1995). Preference for consistency: The development of a valid measure and the discovery of surprising behavioral implications. *Journal of Personality and Social Psychology*. 69 (2), 318-328.
- Dowler, K. & Zawilski, V. (2007). Public perceptions of police misconduct and discrimination: Examining the impact of media consumption . *Journal of Criminal Justice*. 35 (2), 193-203

- Dowler, K. (2003). Media consumption and public attitudes toward crime and justice: The relationship between fear of crime, punitive attitudes, and perceived police effectiveness. *Journal of Criminal Justice and Popular Culture*, 10 (2), 109-126.
- Goldstein, N.J., Cialdini, R.B., Griskevicius, V. (2008). A room with a viewpoint: Using social norms to motivate environmental conservation in hotels. *Journal Of Consumer Research*, 35 (3), 472-482.
- Graziano, L., Schuck, A. & Martin, C. (2010). Police misconduct, media coverage, and public perceptions of racial profiling: An experiment. *Justice Quarterly*, 27 (1), 52-76.
- Gudjonsson, G.H. (1989). Compliance in an interrogative situation: a new scale. *Personality and Individual Differences*, 10 (5), 535-540.
- Jang, H., Joo, H.J. & Zhao, J.H. (2010). Determinants of public confidence in police: An international perspective. *Journal of criminal Justice*, 38 (1), 57-68
- Lammers, J.B. (2004). *Oordelen over de politie*. Hengelo, Drukkerij Twente Hengelo b.v.
- Latané, B., (1981). The psychology of social impact. *American Psychologist*, 36 (4), 343-356.
- Nofziger, S., & Williams, L. S. (2005). Perceptions of police and safety in a small town. *Police Quarterly*, 8, 248–270.
- Nolan, J.M., Schultz, P.W., Cialdini, R.B., Goldstein, N.J. & Griskevicius, V. (2008). Normative social influence is underdetected. *Personality And Social Psychology*, 34 (7), 913-923.
- Roberts, J., & Doob, A. (1990). News media influences on public views of sentencing. *Law and Human Behavior*, 12, 451–478.
- Schuck, A.M. & Rosenbaum, D.P. (2005). Global and Neighborhood Attitudes Toward the Police : Differentiation by Race, Ethnicity and Type of Contact. *Journal of Quantitative Criminology*, 21 (4), 391-418.
- Sullivan, P.S., Dunham, R.G. & Geoffrey, P. (1987). Attitude structures of different ethnic and age groups concerning police. *The Journal of Criminal Law and Criminology*, 78 (1), 177-196.
- Tyler, T. R. (2001). Public trust and confidence in legal authorities: What do majority and minority group members want from the law and legal authorities?. *Behavioral Sciences and the Law*, 19, 215–235.
- Viki, G.T., Culmer, M.J., Eller, A. & Abrams, D. (2006). Race and willingness to cooperate with the police: The roles of quality of contact, attitudes towards the behaviour and subjective norms. *British Journal of Social Psychology*, 45 (2), 285-302.

- White, K.M., Smith, J.R., Terry, D.J., Greenslade, J.H., McKimmie, B.M., (2009). Social influence in the theory of planned behaviour: The role of descriptive, injunctive, and in-group norms. *British Journal of Social Psychology* , 48 (1), 135-158.
- Wright, S.C., Aron, A., McLaughlin, T., & Ropp, S. A. (1997). The extended contact effect: Knowledge of cross-group friendships and prejudice. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 73–90.

Bijlage

Beste respondent,

Hartelijk dank voor uw bereidheid om deel te nemen aan dit onderzoek.

De vragenlijst zal uit twee delen bestaan:

Het eerste deel bestaat uit een aantal stellingen over hoe u in het leven staat. Het tweede deel van de vragenlijst zal gaan over uw gevoelens tegenover de politie.

Het invullen van deze vragenlijst zal ongeveer 15 minuten in beslag nemen. Alle verkregen informatie zal anoniem worden verwerkt.

Lees alle vragen rustig en aandachtig door. Er zijn geen goede of foute antwoorden, het gaat hier om uw eigen mening.

Als dank voor het invullen van deze vragenlijst maakt u kans op het winnen van een van de 6 bioscoopbonnen ter waarde van E10,-. Meer informatie daarover vindt u aan het eind van de vragenlijst.

Alvast bedankt voor uw medewerking.

Vragenlijst

1. De volgende 45 stellingen gaan over uw gedachten, gevoelens en gedragingen. Lees elk alsof ze over u gaan. Omcirkel naast elke stelling op een schaal van 1 (helemaal oneens) tot en met 7 (helemaal eens) het cijfer aan dat het beste aangeeft hoe u erover denkt. Foute en goede antwoorden bestaan niet; het gaat om uw eerlijke mening.

	Helemaal mee oneens					Helemaal mee eens	
1. Het is voor mij belangrijk dat mijn acties overeenkomen met mijn overtuigingen.	1	2	3	4	5	6	7
2. Zelfs wanneer mijn overtuigingen en acties, in mijn ogen, overeenkomen met elkaar, zou ik het vervelend vinden wanneer dit in de ogen van anderen niet zo zou zijn.	1	2	3	4	5	6	7

3. Het is belangrijk voor mij dat diegenen die mij kennen, kunnen voorspellen wat ik ga doen.	1	2	3	4	5	6	7
4. Door anderen wil ik worden beschreven als een stabiel, voorspelbaar persoon.	1	2	3	4	5	6	7
5. Bewonderenswaardige personen zijn consistent en voorspelbaar.	1	2	3	4	5	6	7
6. Consistent overkomen is een belangrijk deel van het beeld dat ik aan de buitenwereld laat zien.	1	2	3	4	5	6	7
7. Ik vind het vervelend wanneer iemand, waarvan ik afhankelijk ben, onvoorspelbaar is.	1	2	3	4	5	6	7
8. Ik vind het niet leuk om als inconsistent over te komen.	1	2	3	4	5	6	7
9. Ik vind het ongemakkelijk wanneer ik vind dat mijn gedrag niet overeenkomt met mijn overtuiging.	1	2	3	4	5	6	7
10. Een belangrijke eigenschap voor iedere vriend van mij is persoonlijke consistentie.	1	2	3	4	5	6	7
11. Ik geef er de voorkeur aan om dingen op dezelfde manier te doen.	1	2	3	4	5	6	7
12. Ik hou niet van personen die constant hun mening veranderen.	1	2	3	4	5	6	7
13. Ik wil dat mijn beste vrienden voorspelbaar zijn.	1	2	3	4	5	6	7
14. Het is voor mijzelf belangrijk dat anderen mij zien als een stabiel persoon.	1	2	3	4	5	6	7
15. Ik doe er iets voor om op anderen consistent over te komen.	1	2	3	4	5	6	7
16. Ik voel mij er niet prettig bij twee overtuigingen te hebben die inconsistent van elkaar zijn.	1	2	3	4	5	6	7
17. Het doet mij niet zo veel wanneer mijn acties inconsistent zijn.	1	2	3	4	5	6	7
18. In de omgang met personen gaat mijn voorkeur uit naar diegenen waarbij ik kan anticiperen op hun reacties.	1	2	3	4	5	6	7
	Helemaal mee oneens				Helemaal mee eens		
19. Ik beschrijf mezelf graag als lid van de groepen waartoe ik behoer.	1	2	3	4	5	6	7
20. Bij belangrijke beslissingen ben ik sterk geneigd om af te gaan op het	1	2	3	4	5	6	7

oordeel van de groepen waartoe ik behoor.							
21. Voor mijn identiteit is het heel belangrijk om bij een groep te horen.	1	2	3	4	5	6	7
22. Wanneer ik andere mensen ontmoet dan wil ik graag laten weten bij welke groepen ik hoor.	1	2	3	4	5	6	7
23. Ik spiegel me vooral aan de groepen waar ik deel van uitmaak.	1	2	3	4	5	6	7
24. Ik ga graag op in de groep.	1	2	3	4	5	6	7
25. Het is belangrijk voor mijn zelfbeeld om tot een groep te behoren.	1	2	3	4	5	6	7
	Helemaal mee oneens					Helemaal mee eens	
26. Ik geef mensen snel hun zin wanneer ik onder druk word gezet.	1	2	3	4	5	6	7
27. Ik vind het er moeilijk om tegen mensen te zeggen dat ik het niet met hen eens ben.	1	2	3	4	5	6	7
28. van mensen met veel gezag krijg ik een oncomfortabel en ongemakkelijk gevoel.	1	2	3	4	5	6	7
29. Als mensen sterk benadrukken dat ze gelijk hebben dan raak ik daar veelal door overtuigd.	1	2	3	4	5	6	7
30. Ik heb de neiging om alert en schrikachtig te worden als er mensen met veel gezag in de buurt zijn.	1	2	3	4	5	6	7
31. Ik doe mijn best om gezaghebbende mensen vooral niet te beledigen.	1	2	3	4	5	6	7
32. Ik zie mijzelf als een erg gehoorzaam persoon.	1	2	3	4	5	6	7
33. Ik heb nogal de neiging mensen gelijk te geven zelfs als ik weet dat ze ongelijk hebben.	1	2	3	4	5	6	7
34. Ik denk dat het meestal beter is om moeilijke en angstaanjagende situaties te vermijden dan om een confrontatie aan te gaan.	1	2	3	4	5	6	7
35. Ik doe mijn best om het andere mensen naar hun zin te maken.	1	2	3	4	5	6	7
36. Als je aan mensen laat merken dat je het niet eens bent met hen dan kost	1	2	3	4	5	6	7

dat een boel tijd, terwijl het dat vaak niet waard is.							
37. Ik denk dat het in de regel goed is om te doen wat je wordt opgedragen.	1	2	3	4	5	6	7
38. Als ik ergens over twijfel, dan ben ik geneigd om wat anderen te vertellen te geloven.	1	2	3	4	5	6	7
39. In het algemeen probeer ik confrontaties met anderen te vermijden.	1	2	3	4	5	6	7
40. Vroeger, toen ik kind was, deed ik wat mijn ouders zeiden.	1	2	3	4	5	6	7
41. Ik doe erg mijn best om te doen wat van me verwacht wordt.	1	2	3	4	5	6	7
42. Het interesseert me niet zoveel wat anderen van mij denken.	1	2	3	4	5	6	7
43. Ik verzet me sterk wanneer ik onder druk gezet word om iets te doen wat ik eigenlijk niet wil.	1	2	3	4	5	6	7
44. Ik zou mensen nooit gelijk geven alleen maar om hen een plezier te doen.	1	2	3	4	5	6	7
45. Vroeger, toen ik kind was, heb ik wel eens de schuld op me genomen voor iets dat ik niet had gedaan.	1	2	3	4	5	6	7

2. De volgende stellingen gaan over de politie. Omcirkel naast elke stelling het cijfer dat het beste aangeeft hoe u erover denkt. Foute en goede antwoorden bestaan niet; het gaat om uw eerlijke mening.

Over het algemeen is de politie:	Helemaal mee oneens					Helemaal mee eens	
1. Beleefd.	1	2	3	4	5	6	7
2. Niet discreet.	1	2	3	4	5	6	7
3. Vriendelijk.	1	2	3	4	5	6	7
4. Eerlijk.	1	2	3	4	5	6	7
5. Grof.	1	2	3	4	5	6	7
6. Agressief.	1	2	3	4	5	6	7
7. Een goed luisteraar.	1	2	3	4	5	6	7
8. Niet respectvol	1	2	3	4	5	6	7
9. Begripvol	1	2	3	4	5	6	7

10. Betrouwbaar	1	2	3	4	5	6	7
-----------------	---	---	---	---	---	---	---

3. De volgende vragen gaan over uw contact met de politie. Hieronder kunt u aangeven op welke manier u contact heeft gehad met de politie.

Bent u zelf al eens in contact gekomen met de politie? (Bijvoorbeeld als slachtoffer, getuige of dader)

1. Ja (ga verder met de vragenlijst) 2. Nee (**Ga verder bij vraag 5**)

Op welke manier heeft u contact gehad met de politie? (Omcirkel het juiste antwoord, meerdere antwoorden mogelijk.)

1. Getuige van een misdaad.
2. Slachtoffer van een misdaad.
3. Door politie aangehouden voor een overtreding.
4. Door politie verhoord als verdachte van een misdrijf.
5. Veroordeeld voor een misdrijf.
6. Familie werkt bij de politie.
7. Bekenden werken bij de politie.
8. Contact bij het uitgaan.
9. Anders, namelijk

4. Nu volgen er een aantal stellingen die betrekking hebben op uw laatste contact met de politie. Omcirkel naast elke stelling het cijfer dat het beste aangeeft hoe u erover denkt.

	Helemaal mee oneens					Helemaal mee eens	
1. De politie was respectvol.	1	2	3	4	5	6	7
2. De politie ging goed met de situatie om.	1	2	3	4	5	6	7
3. De politie was redelijk onbeleefd.	1	2	3	4	5	6	7
4. De politie was hulpvaardig.	1	2	3	4	5	6	7
5. De politie was vriendelijk.	1	2	3	4	5	6	7
6. De politie was beledigend en denigrerend.	1	2	3	4	5	6	7
7. De mensen die bij het incident betrokken waren werden door de politie niet met respect behandeld.	1	2	3	4	5	6	7

5. Nu volgen er een aantal vragen die gaan over criminaliteitsgerelateerde televisieprogramma's die u bekijkt. Achter ieder televisieprogramma dat u volgt kunt u

aangeven hoeveel tijd in uren u per week aan dit programma besteedt. Er zijn meerdere antwoorden mogelijk.

Tijdsbesteding in uren per week
CSI
The Mentalist
Bones
NCIS
Flikken
Deadline
Undercover in Nederland
Peter R. de Vries
Opsporing verzocht

Tijdsbesteding in uren per week
Actualiteiten over criminaliteit.
Hart van Nederland
NOS journaal
RTL Nieuws
Anders, namelijk

Bent u geïnteresseerd in criminaliteitsartikelen in kranten of tijdschriften?

1. Nooit
2. Soms
3. Regelmatig
4. Vaak
5. Altijd

6. De volgende stellingen hebben betrekking op uw vrienden en familie. Het gaat hierbij om vrienden en familie die dicht bij u staan en waarvan u weet welke mening ze hebben over het betreffende onderwerp. Omcirkel naast elke stelling het cijfer dat het beste aangeeft hoe uw vrienden of familie erover denken.

Over het algemeen vinden mijn vrienden de politie:	Helemaal mee oneens					Helemaal mee eens		
1. Beleefd	1	2	3	4	5	6	7	
2. Onvriendelijk	1	2	3	4	5	6	7	
3. Eerlijk	1	2	3	4	5	6	7	
4. Betrouwbaar	1	2	3	4	5	6	7	
5. Een slecht luisteraar	1	2	3	4	5	6	7	
6. Begripvol	1	2	3	4	5	6	7	
7. Agressief	1	2	3	4	5	6	7	

Over het algemeen vind mijn familie de	Helemaal					Helemaal		
--	----------	--	--	--	--	----------	--	--

politie:	mee oneens					mee eens	
1. Beleefd	1	2	3	4	5	6	7
2. Onvriendelijk	1	2	3	4	5	6	7
3. Eerlijk	1	2	3	4	5	6	7
4. Betrouwbaar	1	2	3	4	5	6	7
5. Een slecht luisteraar	1	2	3	4	5	6	7
6. Begripvol	1	2	3	4	5	6	7
7. Agressief	1	2	3	4	5	6	7

7. Dit is de laatste vragenlijst in dit onderzoek. Hieronder staan een aantal stellingen. Het is de bedoeling dat u bij elke stelling aangeeft of deze op u van toepassing is. Omcirkel naast elke stelling het cijfer dat het beste aangeeft hoe u erover denkt. Foute en goede antwoorden bestaan niet; het gaat om uw eerlijke mening.

	Helemaal mee oneens					Helemaal mee eens	
1. Over het algemeen voel ik mij veilig.	1	2	3	4	5	6	7
2. Ik voel mij veilig op straat.	1	2	3	4	5	6	7
3. Ik voel mij veilig in mijn huis en omgeving.	1	2	3	4	5	6	7
4. Het is belangrijk dat burgers informatie met de politie delen.	1	2	3	4	5	6	7
5. Belangrijke informatie moet met de politie gedeeld worden ook wanneer ze er niet direct zelf om vragen.	1	2	3	4	5	6	7
6. Het is mijn burgerplicht om de politie te helpen door belangrijke informatie aan hen over te dragen.	1	2	3	4	5	6	7
7. Nu of in de toekomst zou ik een baan bij de politie ambiëren.	1	2	3	4	5	6	7
8. Ik heb wel eens overwogen bij de politie te solliciteren.	1	2	3	4	5	6	7
9. De politie is een interessante werkgever.	1	2	3	4	5	6	7
10. Het is belangrijk dat burgers doen wat de politie hen vraagt.	1	2	3	4	5	6	7
11. De politie is een autoriteit.	1	2	3	4	5	6	7
12. Ik vind het belangrijk om aanwijzingen van de politie op te	1	2	3	4	5	6	7

volgen.

Tot slot zouden we graag een aantal demografische gegevens van u willen meenemen. Deze worden net als de rest van de vragenlijst anoniem verwerkt.

Geslacht:	Man Vrouw
Leeftijd:	jaar
Culturele achtergrond:	Nederlands Turks Duits Surinaams Marokkaans Anders,.....
Hoogst genoten opleiding:	Basisschool VMBO HBO VWO MBO HBO Universiteit

Wilt u op de hoogte worden gehouden van de resultaten van dit onderzoek en wilt u kans maken op een van de waardebonnen dan verzoek ik u vriendelijk uw e-mail adres hieronder in te vullen.

e-mail adres:.....

Ik wil u bij deze hartelijk danken voor het invullen van deze vragenlijst!

Ik wil u er nogmaals op wijzen dat deze vragenlijst anoniem wordt behandeld.