

MEDIA EN INTERGROEPSRELATIES

De invloed van media acteurs op expliciete en impliciete attitudes jegens een gestigmatiseerde outgroep.

Oliver Moch

Afstudeerspecialisatie: CRV

1^{ste} begeleider en beoordelaar: Elze G. Ufkes

2^{de} begeleider en beoordelaar: Peter de Vries

Oliver Moch
Berningstraße 29
49090 Osnabrück
o.moch@student.utwente.nl
s0203394

Abstract

Binnen het huidige onderzoek werd de invloed van mediale rapportage op Europese groepen en relaties onderzocht. Hierbij werd de invloed van het rechts-populistische Duitse Boulevardblad Bild op de expliciete en impliciete attitude van de respondenten tegenover twee Europese groepen onderzocht, de Grieken en de Fransen.

De resultaten tonen aan dat Bild de respondenten onder bepaalde omstandigheden zodanig kan primen dat dit leidt naar het impliciet afkeuren van een voormalige, door Bild gestigmatiseerde outgroup (Grieken), terwijl er geen effect optreedt bij een nietgestigmatiseerde outgroup (Fransen). Daarnaast is er ook geen verandering in de expliciete attitude tegenover de groepen opgetreden. De invloed van Bild kwam voort uit de door de bron geactiveerde associaties met de Grieken en was niet terug te voeren op de inhoud van de stimulus.

Abstract

In the present study, the influence of media coverage on European group relationships was examined.

Therefore, the influence of the German right wing populist newspaper Bild on explicit and implicit attitudes with regard to two European groups, the Greeks and the French, were examined.

The results suggest that Bild may prime the respondents under specific circumstances in a way that leads to an implicit devaluation of one group (Greeks) which was stigmatized by Bild previously while attitudes against the non stigmatized group and explicit attitudes didn't change. The influence of Bild is caused by the source activated associations with Greeks and is not caused by the content of the stimulus.

Inhoudsopgave

De invloed van media acteurs op de expliciete en impliciete attitudes jegens en gestigmatiseerde outgroep	4
Impliciete versus expliciete vooroordelen	6
Vooroordelen en aversief racisme	7
De huidige onderzoek.....	8
Methode.....	10
Respondenten en Procedure	10
Onderzoeksdesign	11
Afhankelijke variabelen	12
Meten van in- en outgroep attitudes	13
Vaststellen van leesgewoonten en algemene gegevens.....	15
Politieke instelling.....	16
Resultaten.....	17
Bild en aversief racisme	18
Het effect van Bild op de impliciete attitudes tegenover Griekenland en Frankrijk	20
Exploratieve resultaten	21
Discussie	21
Referenties.....	29

De invloed van media acteurs op expliciete en impliciete op attitudes jegens een gestigmatiseerde outgroep.

De eurocrisis is sinds zes jaar een belasting voor de Europese identiteit. Bevolkingen van de Europese staten neigen er meer en meer toe om sceptisch tegen Europa aan te kijken en vallen terug in meer nationalistische houdingen. Ook de toestemmingstemmen? voor de EU werd met het begin van de eurocrisis minder (Pew Research Center, 2012). Ook de media heeft invloed op deze ontwikkeling. Vooral rechts-populistische media-instituten blijken een anti-Europa sfeer te propageren. In Griekenland wordt Angela Merkel in kranten met een nazie-uniform getoond (Focus.de, 2012) en Bild wekt de indruk dat de Grieken het Duitse belastingsgeld voor eigen luxe uitgeven (Hoeren, 2010). De media heeft tegenwoordig grote invloed op de attitude van de bevolking en het denken en doen van de politiek.

Hoe meer tijd mensen aan massamediale inhoud blootgesteld zijn, des te groter is de invloed van de media op de subjectieve waarneming van de realiteit (Arendt, 2012). Dit houdt in dat mensen bepaalde representaties van de mediale wereld als reëel gaan ervaren. Dit kan gelden voor zowel de krant, de televisie als ook de radio (Arendt, 2012). Uit onderzoek blijkt dat de massamedia vaak op een stereotype manier over verschillende groepen rapporteert en dat deze manier van rapportage invloed kan hebben op ons denken, voelen en gedrag (Mastro, 2009). Het is tegenwoordig bekend dat de media een grote rol in de beïnvloeding van de mening van het publiek heeft (Arendt, 2012). Onderzoek van Ogan, Willmat, Pennington en Bashir (2013) toont aan, dat media in de VS naar aanleiding van de terroristische aanvallen op het World Trade Center in hun mediaboodschappen negatiever over moslims rapporteerden. Het genoemde onderzoek toonde ook dat mensen slechter oordeelden over moslims als ze vaker blootgesteld waren aan deze boodschappen. Hieruit kan concludeerd worden, dat bepaalde media verantwoordelijk kan zijn voor het ontstaan en versterken van vooroordelen tegenover gestigmatiseerde groepen.

5 MEDIA EN INTERGROEPSRELATIES

In een onderzoek van Arendt (2010) was de invloed van het grootste Oostenrijkse boulevardblad de “Kronenzeitung” op zijn lezers onderzocht. De mensen die deze krant regelmatig lezen, overschatten het aandeel buitenlandse daders tegenover autochtone daders.. In de artikelen van de krant waren buitenlandse daders bovengerepresenteerd (65% in de krant, 27% in de reële wereld). Hieruit blijkt dat de lezers door de representaties in de krant beïnvloed waren en de attitude over een reële setting veranderd was.

Uit voorafgaand onderzoek (Moch, 2012), bleek dat Duitse lezers die vaker Bild lezen over het algemeen negatiever ingesteld waren tegenover Grieken en Spanjaarden in vergelijking met lezers die nauwelijks of geen Bild lezen. Voor een derde outgroup, de Nederlanders, was er geen verschil in de attitude gevonden.

Daarnaast werd er gevonden dat het confronteren van mensen met een Bild- artikel, in vergelijking met hetzelfde artikel in een fictieve krant, leidde tot negatievere attitudes tegenover Grieken en Spanjaarden en ook de bereidheid deze groepen te helpen verminderde. De respondenten lezen een artikel over Europa die of een negatief of een positief scenario over de toekomstige economische Europese ontwikkeling weergaf. Het artikel was gepresenteerd door de rechts-populistische krant Bild of door een fictieve andere krant. De inhoud van het artikel had geen invloed op de attitude van de lezers tegenover Grieken en Spanjaarden. Het onderzoek werd uitgevoerd met Duitse respondenten. Hieruit bleek dat Bild voor de afkeuring van Grieken en Spanjaarden zorgde, maar niet voor de afkeuring van Nederlanders. Bild rapporteerde met verloop van de eurocrisis zeer negatief over Grieken en Spanjaarden en maakte ze medeverantwoordelijk voor het ontstaan van de eurocrisis. Over Nederlanders werd door Bild in de context van de eurocrisis niet negatief gerapporteerd. Hieruit blijkt dat de invloed van Bild niet door de inhoud van de boodschap ter uiting kwam, maar dat Bild als bron een effect had op de lezers en dat het effect afhankelijk is van de inhoudelijke context, in dit geval de eurocrisis.

De invloed van Bild op de lezers komt overeen met het idee van priming. Het krantenartikel werkt hierbij als stimulus op de lezer van het artikel. Priming omvat de automatische reactie van een individu op een bepaalde stimulus (Roskos-Ewoldsen, Roskos-Ewoldsen, & Carpentier, 2009). In de context van de invloed van massamedia op de relaties tussen verschillende etnische groepen kunnen bepaalde mediabronnen als prime werken en negatieve associaties jegens andere groepen oproepen.

Het huidige onderzoek gaat een stap verder en zal onderzoeken hoe mediabronnen als prime werken op de gebruikers en negatieve associaties met een bepaalde outgroup activeren en wat hiervan de invloed is op het gedrag jegens de outgroup.

Impliciete versus expliciete vooroordelen

Het *Elaboration Likelihood Model* (Petty & Cacioppo, 1986) gaat ervan uit dat een attitudeverandering door overredende communicatie via twee routen kan plaatsvinden. Mensen gebruiken de centrale route als ze gemotiveerd zijn om argumenten zorgvuldig af te wegen en analytisch te werk gaan. Dit wordt elaboratie genoemd. Een beslissing wordt hierbij genomen door alle argumenten bij het beslissen te betrekken. Hier gaat het om een rationele beslissing. Als de motivatie of de capaciteiten van het individu laag zijn vindt attitudeverandering op een onbewust niveau plaats. Om toch snelle beslissingen te nemen worden heuristieken, schemata en eenvoudige beslisregels gebruikt. De inhoud van de boodschap kan dan deels genegeerd worden en zogenaamde broneffecten worden belangrijker (Martin, Hewstone, & Martin, 2007). Hieronder vallen bijvoorbeeld de status of de waargenomen betrouwbaarheid van de bron. In het kader van dit onderzoek zou dit kunnen betekenen dat de krant als bron van een boodschap een impliciete invloed op de lezer uitoefent, die groter is dan de expliciete werking van de inhoud van de boodschap. De impliciete invloed van de bron zal groter worden als de respondenten weinig gemotiveerd zijn om alle informatie zorgvuldig te verwerken en hun oordeel hierop baseren.

7 MEDIA EN INTERGROEPSRELATIES

Een prime heeft vaak niet dezelfde werking op alle groepen. Sommige groepen worden op een bepaalde eigenschap anders beoordeeld dan andere groepen (Otten, & Stapel 2007). Onderzoek van Banaji, Hardin, & Rothman (1993) toont aan dat de sociale categorie van een te beoordelende persoon belangrijk is in de zin van priming. In het genoemde onderzoek waren doelpersonen geprimed met het concept van agressie. De proefpersonen beoordeelden vervolgens alleen de mannelijke doelpersonen als agressief, maar de vrouwelijke doelpersonen niet. Dit is te verklaren met de sociale kennis van de proefpersonen, mannen worden in het algemeen als agressiever bestempeld dan vrouwen. Een prime heeft alleen effect op de beoordeling van de groepsleden als er een “match” is tussen de inhoud van de prime en stereotypische verwachtingen ten opzichte van de specifieke groep.

Gedrag en informatie over een bepaalde groep kunnen op verschillende manieren geïnterpreteerd worden (Stapel, Koomen, & van der Pligt, 1997). De context van de prime is medeverantwoordelijk voor hoe mensen bepaalde informatie evalueren. De informatie over de context wordt hierbij gebruikt als *interpretation frame*. In de zin van de huidige studie dient de eurocrisis als *interpretation frame*. Het is te verwachten dat de Grieken in de context van de eurocrisis als een door de media gestigmatiseerde outgroup negatiever beoordeeld worden dan een (in deze context) neutrale outgroup zoals bijvoorbeeld de Fransen. De Grieken werden in de context van de crisis mediaal als lui, corrupt en medeverantwoordelijk voor de crisis weergegeven. Vooral rechts-populistische media als Bild rapporteerden zeer negatief over de Grieken (Hoeren, 2012). Het is te verwachten dat proefpersonen Grieken negatiever beoordelen als Fransen in de context van de eurocrisis en dat Bild hierop een versterkende werking heeft.

Vooroordelen en aversief racisme

Tijdens het laatste decennia zijn racisme en discriminatie veranderd. Mensen uiten tegenwoordig minder expliciete vooroordelen tegen outgroepen dan vroeger (Dovidio, Gaertner, Kawakami, & Hodson, 2002). Het blijkt verder dat vooroordelen nog steeds

8 MEDIA EN INTERGROEPSRELATIES

bestaan, maar vooral op impliciet niveau. Het onderzoek van (Dovidio, Gaertner, Kawakami, & Hodson, 2002) toonde aan dat huidskleur geen indicator voor discriminatie is als de informatie over een aspirant voor een baan duidelijk positief of negatief is. Zwarte mensen werden pas gediscrimineerd wanneer de respondenten ambigue informatie over een aspirant kregen. De respondenten waren zich er niet bewust van dat ze de zwarte aspiranten discrimineerden. Dit noemt men aversief racisme. In het kader van dit onderzoek zou dat kunnen betekenen dat respondenten expliciete negatieve attitudes tegenover andere groepen niet uiten of deze actief onderdrukken als het sociaal onwenselijk is deze attitude te uiten. De negatieve attitudes op het impliciete niveau worden wel geuit in een situatie waarin de respondenten zich niet van hun discriminerende houding bewust zijn en waarin informatie over het lid van de outgroup niet eenduidig positief of negatief is.

Naast de werking van media als prime (Moscovici, 1980), zou een rechts-populistische krant als een bron van validatie voor het afkeuren van een bepaalde outgroup kunnen werken. Bild zal in de context van de eurocrisis het afkeuren van de groep Grieken legitimeren. Dit zal niet gaan gelden voor de groep van de Fransen. De Grieken werden met verloop van de eurocrisis door Bild gestigmatiseerd, terwijl dit niet gold voor de neutrale outgroup van de Fransen. De Fransen werden getoond als een sterke partner van de Duitsers.

Het huidige onderzoek

Met 12 miljoen lezers per dag is Bild de meest gelezen krant in Duitsland. Bild zou hierdoor als prime kunnen werken die bepaalde attitudes activeert (Moscovici, 1980). In het kader van de eurocrisis rapporteerde Bild zeer negatief over Griekenland. Wanneer respondenten geconfronteerd worden met Bild zal dat de negatieve attitude tegenover Griekenland weer activeren. Confrontatie met Bild zal ervoor zorgen dat de Grieken negatiever beoordeeld worden dan de Fransen. Hieruit volgt *Hypothese 1: De Grieken worden door de respondenten negatiever beoordeeld dan de Fransen.*

De invloed van de media op lezers is vooral impliciet van aard. Mensen willen vaak niet als mensen met een rechtse attitude aangezien worden. Expliciete attitudes kunnen door mensen gecontroleerd worden en sociaal wenselijk geuit worden. Impliciete attitudes laten zich door mensen minder goed controleren. Binnen het huidige onderzoek zullen de impliciete attitudes van de respondenten op twee manieren gemeten worden: met een sollicitatie paradigma dat veel gebruikt wordt om aversieve discriminatie te meten (Hodson, Dovidio, Gaertner, 2002) en met behulp van een reactietijden test (Implicit Association Test; Greenwald, McGhee, & Schwartz, 1998).

Omdat Bild een rechts-populistische krant is die allochtonen openbaar afkeurt, zorgt de confrontatie met het Bild-artikel voor de legitimatie andere groepen af te keuren. De sociale wenselijkheid bij afkeuring van outgroups bestaat alleen voor de Grieken, maar niet voor de Fransen. We verwachten dat de respondenten Griekse kandidaten die voor een baan solliciteren, negatiever beoordelen dan Franse kandidaten, nadat ze blootgesteld zijn aan een Bildartikel in vergelijking met het neutrale artikel. Hieruit volgt *Hypothese 2a: We verwachten een 2-weg interactie voor 'krant' en 'nationaliteit kandidaat', waarbij Grieken onder invloed van Bild op het expliciete niveau negatiever beoordeeld worden dan Fransen.*

Daarnaast verwachten we dat Bild negatieve impliciete attitudes tegenover de Griekse kandidaten zal activeren, maar niet tegenover de Franse kandidaten. In lijn met het concept van aversief racisme (Dovidio, Gaertner, Kawakami, & Hodson, 2002), voorspellen we daarom dat Griekse kandidaten eerder door de respondenten afgekeurd worden dan Franse kandidaten als ze met Bild als prime geconfronteerd worden én de informatie over de kandidaten niet eenduidig is. Hieruit volgt *Hypothese 2b: We verwachten een 3-weg interactie voor 'opleiding', 'nationaliteit kandidaat' en 'krant', waarbij de matig opgeleide Griekse kandidaat onder invloed van Bild negatiever beoordeeld wordt dan zijn Franse counterpart.*

Impliciete attitudes kunnen daarnaast met een Implicit Association Test gemeten worden (Greenwald, McGhee, & Schwartz, 1998). Hierbij wordt de sterkte van automatische

associaties gemeten, die door een prime geactiveerd worden. De sterkte van de associaties heeft wederom invloed op de reactietijden van de proefpersonen. We verwachten dat Bild als een prime werkt en negatieve impliciete associaties tegenover Griekenland activeert, maar tegenover de Fransen niet. Hieruit volgt *Hypothese 3: We verwachten een 2-weg interactie voor 'krant' en 'nationaliteit kandidaat', waarbij onder invloed van Bild negatieve impliciete attitudes tegenover Grieken geactiveerd worden, maar tegenover Fransen niet.*

Voor een overzicht over de Hypothesen en de bijbehorende onafhankelijke en afhankelijke variabelen zie Tabel 1.

Hypothesen:	Onafhankelijke variabelen:	Afhankelijke variabelen:
H1: De Grieken worden door de respondenten negatiever beoordeeld dan de Fransen	Nationaliteit	Outgroup attitude
H2a: We verwachten een 2-weg interactie voor krant en nationaliteit kandidaat, waarbij Grieken onder invloed van Bild op het expliciete niveau negatiever beoordeeld worden dan Fransen	Krant, Nationaliteit	Outgroup attitude
H2b: We verwachten een 3-weg interactie voor opleiding, nationaliteit kandidaat en krant, waarbij de matig opgeleide Griekse kandidaat onder invloed van Bild negatiever beoordeeld wordt, dan zijn Franse counterpart.	Opleiding, Nationaliteit, Krant	Beoordeling kandidaten
H3: We verwachten een 2-weg interactie voor krant en nationaliteit kandidaat, waarbij onder invloed van Bild negatieve impliciete attitudes tegenover Grieken geactiveerd worden, maar niet tegenover Fransen	Krant, Nationaliteit	Gecorrigeerde reactietijden IAT (log-latencies), aantal goede antwoorden IAT

Tabel 1: Tabel 1 toont een overzicht van alle Hypothesen en de bijbehorende onafhankelijke en afhankelijke variabelen

Methode

Respondenten en Procedure

Er hebben 100 respondenten deelgenomen aan het experiment en zij hebben alle vragen volledig ingevuld (40 vrouwen, 60 mannen, gemiddelde leeftijd 33 jaar, $SD = 13.03$). De respondenten dienden in Duitsland geboren te zijn, omdat we geïnteresseerd waren in de invloed van het Duitse Boulevardblad Bild op Duitse lezers.

De respondenten deden vrijwillig mee en werden door de onderzoeker benaderd. Ze kregen geen financiële vergoeding, maar mochten deelnemen aan een prijs spel. Voor het

begin van het experiment lazen de deelnemers het *informed consent*. Hierbij werden de deelnemers geïntroduceerd over de globale doelen van het experiment. Ook werden de deelnemers erop gewezen dat de antwoorden die ze gaven persoonlijk waren en de gevoelens van de respondenten op zichzelf betrekking hadden. Verder werden de proefpersonen over hun recht op privacy geïnstrueerd en over het recht dat ze op ieder moment mochten stoppen met het onderzoek. Ook de gemiddelde duur van 40 minuten werd genoemd. Aan het eind werden de respondenten gevraagd om de vragen eerlijk en gewetensvol in te vullen. Daarnaast werd aangegeven dat er geen foute antwoorden gegeven konden worden, maar dat het alleen om hun persoonlijke mening ging.

Onderzoeksdesign

Het onderzoek had een 2 (Krant: Bildzeitung / Teuto-Nachrichten) x 2 (Nationaliteit kandidaat: Griekse sollicitanten / Franse sollicitanten) x 2 (Opleiding sollicitant: hoog vs. matig) design. “Krant” en “nationaliteit kandidaat” zijn tussen proefpersonen factoren en “opleiding” is een binnen proefpersonen factor. Steeds moest eerst de hoog opgeleide sollicitant beoordeeld worden en daarna de matig opgeleide sollicitant.

De respondenten werden gevraagd om het krantenartikel zo aandachtig mogelijk door te lezen en de inhoud goed tot zich door te laten dringen. De inhoud van de twee krantenartikelen waren precies hetzelfde. Alleen verschilde het uiterlijk en de bron van de boodschap. Het artikel stond in het Bild-design of in het artikel van de Teuto-Nachrichten. Teuto-Nachrichten is geen bestaande krant.

Inhoudelijk ging het artikel over de omgang met banken. In het artikel geeft de Duitse bondsminister van financiën Dr. Wolfgang Schäuble zijn mening over hoe men het beste kan omgaan met banken die financiële hulp nodig hebben. Het artikel was gekozen om de respondenten aan de eurocrisis te herinneren en bepaalde associaties met de twee outgroups Frankrijk en Griekenland te activeren. In het artikel werden geen landen genoemd die voor het

experiment belangrijk waren. Alleen het land Cyprus werd genoemd. De groepen van de Duitsers, de Grieken en de Fransen waren niet genoemd.

Het tweede verschil omvatte de nationaliteit van de kandidaten (Grieks of Frans) die door de respondenten beoordeeld moest worden. De éne groep beoordeelde Franse respondenten en de andere groep Griekse respondenten. De respondenten moesten zich inleven in de rol van een teamleider. Het scenario was dat ze een team moesten samenstellen voor een jeugdreis voor Europese Jongeren. Uit deze redenen worden aan hen twee korte sollicitaties getoond. Op basis van de sollicitaties moesten ze de twee sollicitanten beoordelen. De eerste respondent die getoond werd was hoog opgeleid en geschikt voor de baan. De tweede sollicitant was matig opgeleid. Het was niet duidelijk of de matig opgeleide sollicitant geschikt was voor de baan. Inhoudelijk verschilden de sollicitaties tussen de twee Grieken en de twee Fransen alleen door het adres, de naam van de sollicitant en de taalvaardigheden. De kwalificaties tussen de hoog opgeleide Griekse sollicitant en de hoog opgeleide Franse sollicitant waren precies hetzelfde. Hetzelfde gold voor de twee matig opgeleide sollicitanten.

Afhankelijke variabelen

De genoemde items zijn vertaald uit het Duits.

Beoordeling van de sollicitanten

Nadat de respondenten het krantenartikel hadden gelezen kregen ze de taak om zich in te leven in een reisleider die een team moet samen stellen voor een reis voor Europese jongeren. Elke respondent moest hiervoor precies twee sollicitanten beoordelen. Zoals eerder genoemd waren deze Grieks of Frans, waarbij de eerste kandidaat hoog opgeleid was en de tweede matig opgeleid was.

Nadat de eerste sollicitatie bekeken was, moest de respondent de sollicitant beoordelen op 5 items. Voorbeelden van deze items zijn: “Hoe zult u de kwalificaties van de sollicitant inschatten?” en “Hoe zult u de geloofwaardigheid van de sollicitant inschatten?” De

respondenten konden antwoorden op een 9 punt Likert scale (1 = *zeer negatief* tot 9 = *zeer positief*). De schaal was intern consistent, $\alpha = .83$.

Aansluitend hieraan werd de sollicitatie van de matig opgeleide sollicitant getoond. Achteraf werden dezelfde vragen ter beoordeling gesteld. De schaal was consistent, $\alpha = .89$.

Metten van in- en outgroup attitudes

Na de beoordeling van de sollicitanten werden de attitudes tegenover de outgroups Frankrijk en Griekenland gemeten. Aansluitend hieraan werden de attitudes tegenover de ingroep Duitsland gemeten. We hebben hiervoor items uit het onderzoek van Saguy, Tausch, Dovidio en Pratto (2008) gebruikt. Voorbeelden voor de schaal ter meting van de attitudes tegenover de drie groepen waren: “Ik denk positief over de Duitsers (Grieken, Fransen)”, “Ik voel minachting tegenover de Duitsers (Grieken, Fransen)”. De schaal ter meting van de ingroep attitude was intern consistent met $\alpha = .80$, de schaal voor de Grieken evenals, $\alpha = .88$ en de schaal voor de Fransen was consistent met $\alpha = .86$.

Implicit Association Tests (IAT) en implicit racism

Ter introductie van de IAT's werd eerst een oefening gedaan. Hierbij moesten de respondenten woorden als positief of negatief karakteriseren. Als een woord positief was moest het veld “A” gedrukt worden, als het woord negatief was moest het veld “6” gedrukt worden. De velden A en 6 werden gebruikt, omdat ze op dezelfde hoogte van het toetsenbord liggen en ook de afstand naar de zijkanten van de gebruikte laptop even groot was.. Twee voorbeelden voor positieve woorden waren “gelukkig” en “succesvol”. Twee voorbeelden voor negatieve woorden waren “kanker” en “oorlog”.

Na de oefening begon de eerste IAT met twee targets. Binnen de *congruente fase* moesten de respondenten aan de linker kant afbeeldingen van typisch Duitse dingen of positieve woorden categoriseren en hiervoor het veld “A” indrukken. Aan de rechter kant moesten de respondenten afbeeldingen van typisch Griekse dingen en negatieve woorden categoriseren en hiervoor het veld “6” indrukken. Voorbeelden van typisch Duitse dingen

waren afbeeldingen van een glas bier of een afbeelding van de nationale vlag. Typisch Griekse afbeeldingen toonden bijvoorbeeld schapenkaas of een fles Ouzo. Positieve en negatieve woorden waren hetzelfde als bij de oefening.

Aansluitend hieraan werd de *incongruente fase* gestart. Hierbij moesten de respondenten positieve woorden en platen van typisch Griekse dingen samen categoriseren en hiervoor het veld "A" indrukken. Verder moesten afbeeldingen van typisch Duitse dingen en negatieve woorden samen gecategoriseerd worden. Hiervoor gebruikten de respondenten het veld "6". De gebruikte items waren hetzelfde als in de voorafgaande fase.

Vervolgens werd een tweede IAT met twee targets doorlopen. Hierbij ging het om Duitsers en Fransen. Het tweede IAT begon ook met de congruente fase, waarbij enerzijds afbeeldingen van typisch Duitse dingen en positieve woorden en platen samen gecategoriseerd moest worden en anderzijds Franse dingen en negatieve woorden gecategoriseerd moest worden. De woorden waren hetzelfde als bij het voorafgaande IAT. De afbeeldingen voor typisch Duitse dingen waren ook hetzelfde. Als voorbeelden voor afbeeldingen van typisch Franse dingen golden afbeeldingen van de Eiffeltoren of van een baguette. Hieraan aansluitend volgde een incongruente fase. Deze verliep soortgelijk als bij de eerste IAT.

Ter analyse van de hypothese werden twee resultaten bekeken. De data werd geanalyseerd naar aanleiding van Greenwald, McGhee, & Schwartz (1998). Gemeten werden de reactietijden van de proefpersonen. Reactietijden onder de 300 ms en over 3000 ms werden gecorrigeerd naar de genoemde tijdgrenzen. Dit is gedaan om associatieve reacties op de stimulus en missende attentie van de data uit te sluiten. Van de ruwe reactietijden (latencies) werden vervolgens log-latencies gemaakt om de variaties van de standaardafwijkingen te beperken en de data te reduceren. Deze zijn ook ter analyse van de afhankelijke variabelen gebruikt. Verder werd het aantal fouten dat de proefpersonen tijdens de congruente fasen en de incongruente fasen maakten betrokken bij de analyse. Van de log-latencies zijn relatieve

scores geconstrueerd door de log-latencies van de incongruente IAT's van de congruente IAT's af te trekken. Dit werd zowel gedaan voor Duitsland en Griekenland en ook voor Duitsland en Frankrijk. Het is te verwachten dat relatieve scores tussen de log-latencies van de congruente IAT's en de incongruente IAT's negatief zijn, omdat de reactietijden bij de incongruente IAT's gemiddeld langer zijn dan bij de congruente IAT's. Hoe negatiever de relatieve score hoe groter het verschil is tussen de reactietijden bij de congruente en de incongruente IAT's. Hoge negatieve relatieve scores zijn aanleiding voor sterkere negatieve impliciete attitudes tegen de outgroup ten opzichte van de ingroup.

Verder werden ter analyse van de IAT's het goede aantal reacties op de IAT's geanalyseerd. Hierbij werd het aantal goede antwoorden bij de congruente IAT's met het aantal goede antwoorden bij de incongruente IAT's vergeleken. Een minder aantal goede antwoorden op de incongruente IAT's geeft aanleiding voor impliciete negatieve attitudes ten opzichte van de outgroup in vergelijking met de ingroup.

Vaststellen van de leesgewoonten en algemene gegevens

Aan het eind van het experiment werden de respondenten gevraagd om informatie te geven over hun leesgewoonten van de bekendste Duitse kranten. Ze werden gevraagd hoe vaak ze de kranten "Die Welt", "Die Frankfurter Rundschau", "Die Bildzeitung", "Die Frankfurter Allgemeine Zeitung" "Die Zeit" en "Die Sueddeutsche" lezen. Per krant waren vijf antwoordcategorieën mogelijk: "Nooit", "Zelden (een tot twee keer per maand)", "Vaker (meermaals per week tot wekelijks)", "Vaak (Meer dan een keer per week)" en "Heel vaak (bijna dagelijks)".

Aansluitend hieraan moesten ze per krant aangeven hoe ze de kwaliteit en de geloofwaardigheid van de krant inschatten: "Hoe zult u de kwaliteit van de krant "Die Welt" inschatten?" en "Hoe zult u de geloofwaardigheid van de krant "Die Welt" inschatten?" Hierbij was evenals een 9-punt Likert scale gebruikt. 1 stond voor zeer laag en 9 voor zeer hoog.

Politieke instelling

Om de politieke instelling te meten was een item gecreëerd waarbij de respondenten moesten aangeven of ze zich zelf meer als links of rechts ingesteld zagen (“Zult u uw politieke houding meer als links of meer als rechts inschatten?”) Hiervoor werd een 9-punt likert scale gebruikt, waarbij lage scores voor een linkse houding staan en hoge scores voor een rechtse instelling. Verder was een item gecreëerd, waarbij getoetst werd of de respondenten zich meer als liberaal of als conservatief zien (“Zult u uzelf meer als liberaal of meer als conservatief ingesteld zien?”). Lage scores stonden voor een liberale houding en hoge scores voor een conservatieve houding.

Aan het eind gaven de respondenten antwoorden op vragen over hun leeftijd, de hoogte van hun opleiding, hun geboorteland en over het geboorteland van hun ouders.

Aansluitend werden de respondenten bedankt voor hun deelname. Verder mochten ze deelnemen aan een prijs spel, waarbij ze een fles wijn of een waardebon voor Ikea konden winnen. Hieronder wordt een overzicht getoond over de correlaties van de geteste afhankelijke variabelen (zie Tabel 2).

Tabel 2: Standaarddeviaties, gemiddelden en correlaties tussen schalen.

<u>Variabelen:</u>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1 Rel. Outg. Att. Gr.	0,35 (1.46)	.77**	-.28	.04	-.20	.14	-.12	-.15	-.17	-.16
2 Rel. Outg. Att. F.		0,44 (1.34)	-.21	.20	-.13	.06	.02	-.03	-.03	.01
3 Beoord. Griekse Kandidaten			5,44 (0.86)		.01	-.10	.06	.01	.12	.14
4 Beoord. Franse Kandidaten				5,26 (1.04)	-.05	-.16	.01	-.08	.02	-.01
5 Rel. Loglats. Gr.					-.05 (0.13)	.25*	-.08	.04	-.08	.04
6 Rel. Loglats. Gr.						-.07 (0.11)	.13	-.23*	-.29**	-.06
7 Correct Antw. Cong. D/Gr							38,32 (1.72)	.57**	.59**	.68**
8 Correct Antw. Cong. D/Gr								36,85 (2.77)	.58**	.66**
9 Correct Antw. Cong. D/Gr									-38,37 (1.82)	.66**
10 Correct Antw. Cong. D/Gr										36,71 (2.89)

Noot: De gemiddelden en de standaarddeviaties in de haken zijn diagonaal weergegeven. * $p < .05$, ** $p < .01$.

Legenda: Att. = Attitude, Beoord. = Beoordeling, Loglats. = Log-Latencies, Congr. = congruent, Incon. = incongruent, Antw. = antwoorden, D = Duitsland, Gr = Griekenland, F = Frankrijk, Outg. = Outgroup

Resultaten

Hypothese 1 stelde dat Grieken op expliciete maat negatiever beoordeeld worden dan de Fransen. Om Hypothese 1 te testen werd een enkelvoudige t-test uitgevoerd voor samenhangende steekproeven. Als eerste variabele was de expliciete attitude tegenover Griekenland ingevoerd, als tweede variabele was de expliciete attitude tegenover Frankrijk ingevoerd. Het resultaat levert een marginaal significant verschil op tussen de beoordeling van Grieken en Fransen, $F(1, 83) = 1.96, p = .053$. De resultaten toonden aan dat Fransen ($M = 6.96, SD = 1.26$) gemiddeld slechter beoordeeld werden dan Grieken ($M = 7.16, SD = 1.15$). Dit effect ging tegen onze verwachting in.

Hypothese 2a stelde dat Grieken onder invloed van Bild expliciet negatiever beoordeeld worden dan Fransen. Om Hypothese 2a te meten werd een herhaalde meting uitgevoerd. Om het effect van de krant (Bild versus Teuto-Nachrichten) op de beoordeling van Grieken en Fransen te meten waren allereerst relatieve scores van de expliciete attitudes tegenover de twee groepen gemaakt. Hiervoor werden de scores ter beoordeling van Grieken en Fransen van de scores van de beoordeling van ingroup (Duitsland) afgetrokken. Hoge positieve relatieve scores tonen een negatieve houding tegenover de outgroup aan in vergelijking met de ingroup. Vervolgens werd een herhaalde meting gedaan met 'krant' als tussenproefpersonen factor en de relatieve expliciete attitude tegenover de Grieken en de Fransen als variabelen van de herhaalde meting. De resultaten leverden een marginaal effect voor het verschil ter beoordeling van de groep Grieken en de groep Fransen, $F(1, 80) = 2.825, p = .097$. De relatieve score voor de groep Grieken was lager ($M = 0.294, SD = 0.161$) dan de relatieve score voor de groep Fransen ($M = 0.473, SD = 0.152$). Het resultaat toonde aan dat Grieken over het algemeen positiever beoordeeld worden ten opzichte van de ingroup Duitsers in vergelijking met de groep Fransen. Dit resultaat komt overeen de bevindingen van Hypothese 1 en toont aan dat de Duitsers en de Grieken over het algemeen iets beter beoordelen dan de Fransen.

Er werd verder geen significant hoofdeffect gevonden voor de invloed van 'krant' op de relatieve scores ter beoordeling van de twee outgroups, $F(1, 80) = 0.022, p = .883$.

Er werd tevens geen significant effect gevonden voor de 2-weg interactie tussen 'krant' en 'nationaliteit kandidaat' op de verwachte negatievere beoordeling van de groep Grieken, $F(1, 80) = 0.03, p = .857$. De relatieve scores ter beoordeling van twee outgroups beïnvloed door Bild verschilden niet significant tussen de groep Grieken ($M = 0.263, SD = 0.235$) en de groep Fransen ($M = 0.461, SD = 0.223$) en ook niet beïnvloed door Teuto-Nachrichten ($M = 0.326, SD = 0.219; M = 0.485, SD = 0.207$). De scores tussen de groep die de Bild lezen ($M = 0.263, SD = 0.235$) verschilden niet significant van de groep die Teuto-Nachrichten lezen ($M = 0.405, SD = 0.201$).

Hypothese 2a kon door de resultaten niet bevestigd worden.

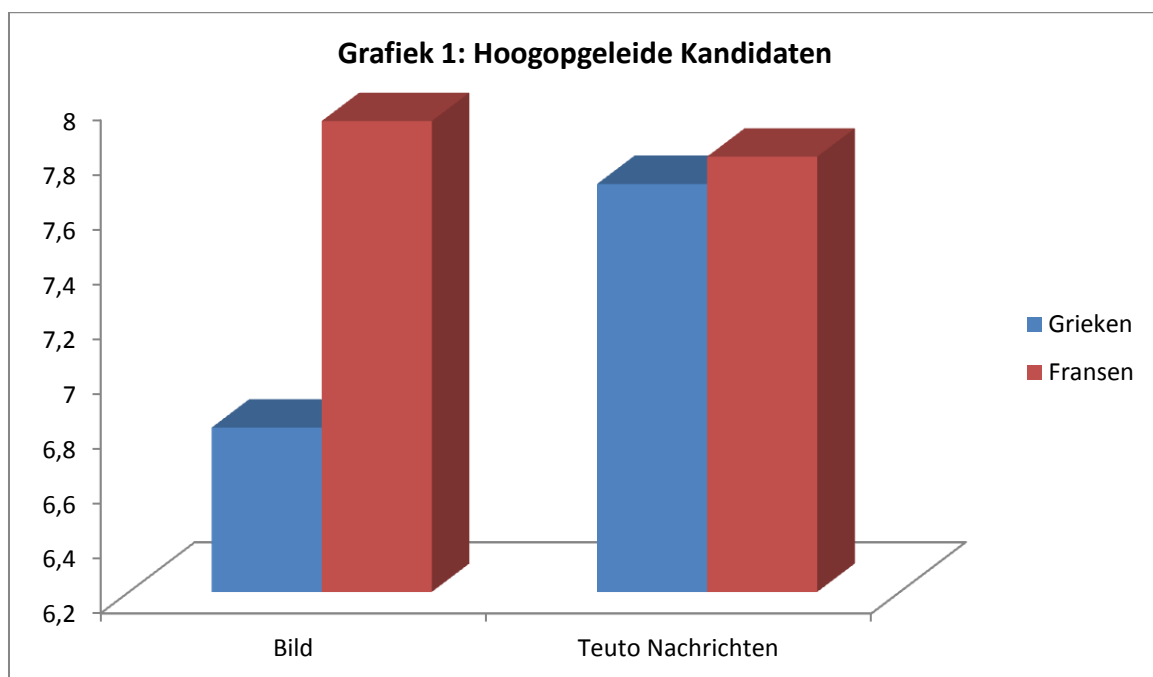
Bild en aversief racisme

Hypothese 2b stelde dat de matig opgeleide Griekse kandidaat onder invloed van Bild negatiever beoordeeld wordt dan zijn Franse counterpart. Om hypothese 2b te toetsen was een herhaalde meting gedaan met de beoordeling van de hoog opgeleide sollicitant en matig opgeleide sollicitant als binnen proefpersonen factor (opleiding) en de krant en de nationaliteit van de sollicitanten als tussen proefpersonen factor. Voor opleiding was een significant hoofdeffect gevonden, $F(1, 96) = 456.707, p < .001$. De hoog opgeleide sollicitanten ($M = 7.55, SD = 1.33$) werden significant beter beoordeeld, dan de matig opgeleide sollicitanten ($M = 3.15, SD = 1.51$). Dit effect komt overeen met de verwachtingen.

Voor 'krant' werd geen significant hoofdeffect gevonden, $F(1, 96) = 0.089, p = .766$. De scores ter beoordeling van de hoog opgeleide sollicitanten verschilden niet significant van elkaar onder invloed van Bild ($M = 7.36, SD = 1.45$) en van Teuto-Nachrichten ($M = 7.74, SD = 1.17$).

Verder was er geen significant verschil gevonden tussen de beoordeling van de matig opgeleide sollicitanten en beïnvloed door Bild ($M = 3.02$, $SD = 1.58$) en ook niet beïnvloed door Teuto-Nachrichten ($M = 3.28$, $SD = 1.48$).

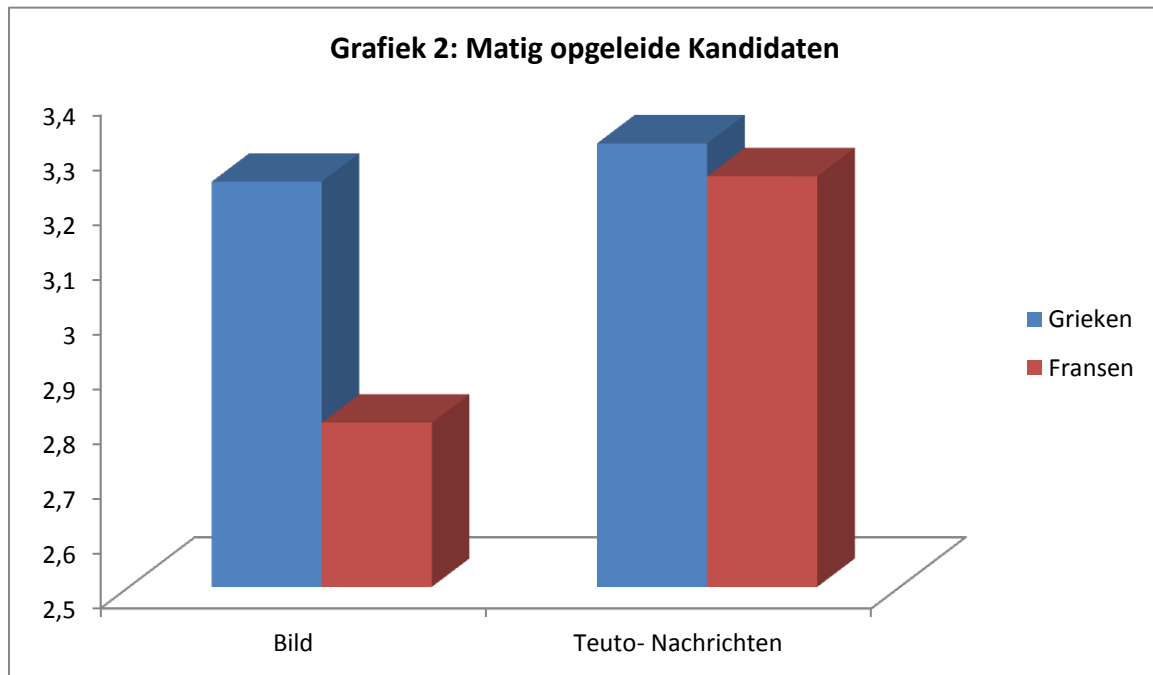
Verder was er een marginaal effect gevonden voor de 3-weg interactie tussen opleiding en nationaliteit van de sollicitant en de krant, $F(1, 95) = 2.900$, $p = .092$. De resultaten tonen aan dat de hoog opgeleide Griekse sollicitant na confrontatie met Bild slechter beoordeeld wordt ($M = 6.80$, $SD = 0.25$) dan zijn Franse counterpart ($M = 7.92$, $SD = 0.25$, $p = .042$). In de controleconditie verschilden de scores ter beoordeling van de hoog opgeleide Griekse sollicitant ($M = 7.692$, $SD = 0.249$) en de hoog opgeleide Franse sollicitant ($M = 7.792$, $SD = 0.260$) niet significant van elkaar ($p = .414$) (zie Grafiek 1).



Voor de matig opgeleide sollicitanten werden geen significante verschillen gevonden. De Griekse ($M = 3.24$, $SD = 0.30$) sollicitant werd in de Bild condities iets beter beoordeeld dan de Franse sollicitant ($M = 2.80$, $SD = 0.3$; $p = .530$).

Onder invloed van Teuto- Nachrichten werd de Griekse matig opgeleide sollicitant ($M = 3.208$, $SD = 0.30$) en de Franse matig opgeleide sollicitant ($M = 3.250$, $SD = 0.31$) ongeveer

even goed beoordeeld ($p = .530$) (zie Grafiek 2).



Hieruit wordt duidelijk dat het effect voortkomt uit de significant negatievere beoordeling van de hoog opgeleide Griekse sollicitant tegenover de Franse counterpart, die alleen plaats vindt in de Bild conditie.

Het effect van Bild op de impliciete attituden tegenover Griekenland en Frankrijk

Hypothese 3 stelde dat Bild negatieve impliciete attituden tegenover Grieken activeert, maar niet tegenover Fransen en niet onder invloed van Teuto- Nachrichten. Ter toetsing van Hypothese 3 werd een herhaalde meting uitgevoerd met de krant als tussen proefpersonen factor en de relatieve responsetijden voor de IAT's als afhankelijke variabele. Hierbij werd geen significant hoofdeffect gevonden voor 'krant', $F(1, 98) = 2.519, p = .116$ en verder ook geen interactie effect voor de 'krant' en 'nationaliteit', $F(1, 98) = 1.818, p = .181$.

Dezelfde procedure werd herhaald met het aantal goede antwoorden die gegeven werd tijdens de IAT's. Hierbij werd ook geen hoofdeffect gevonden voor 'krant', $F(1, 98) = 0.433, p = .512$ en ook geen interactieeffect voor krant en 'nationaliteit', $F(1, 98) = 1.826, p = .180$. Hypothese 2b kon door de resultaten niet bevestigd worden.

Exploratieve resultaten

Een vergelijking van de attitude tegenover de outgroup Griekenland toont aan dat de Duitse respondenten de Grieken in het voorafgaande onderzoek (Moch, 2012) slechter beoordeelden dan in de huidige studie. Hierbij werd hetzelfde construct gebruikt ter meting van de outgroup attitude als in de huidige studie. Als onafhankelijke variabele van de ANOVA waren de twee verschillende studies ingevoerd. De afhankelijke variabele was de gemiddelde score ten opzichte van de outgroup Griekenland. Een ANOVA leverde een significant verschil tussen de beoordeling van de Grieken in 2012 en de huidige studie, $F(1, 165) = 3.57, p < .001$. De Grieken werden in het voorafgaande onderzoek gemiddeld slechter beoordeeld ($M = 5.14, SD = 0.92$) dan in de huidige studie ($M = 7.03, SD = 1.25$).

Vervolgens werd de samenhang tussen de mate van Bild lezen en de attitude tegenover de outgroups gemeten. Hiervoor werd een regressieanalyse uitgevoerd met data uit de huidige studie, waarbij het leesgedrag van de verschillende kranten als onafhankelijke variabele diende en de attitude tegenover de Grieken als afhankelijke variabele. Het model toonde aan dat het effect voor Bild lezers marginaal was, $\beta = -.185, p = .079$. Er was een marginaal verband gevonden tussen het lezen van Bild en een negatieve attitude tegenover Griekenland. Voor de andere kranten hebben we geen significante hoofdeffecten gevonden.

Dezelfde procedure werd herhaald met de attitude tegenover Frankrijk. Hierbij werd geen significant verband gevonden, $\beta = -.090, p = .411$. Een soortgelijke analyse ten opzichte van de ingroup Duitsland, leverde als resultaat geen significant verband voor het model, $\beta = .160, p = .141$.

Vervolgens werd het verband tussen het leesgedrag van Bild en de politieke instelling onderzocht. Hiervoor werd een regressieanalyse uitgevoerd met de mate van Bild lezen als onafhankelijke variabele en de politieke instelling als afhankelijke variabele. Het model toonde een significant verband, $\beta = .328, p = .001$. Hiermee werd een verband aangetoond tussen de mate van Bild lezen en rechtse politieke attitudes. Een soortgelijke analyse was

uitgevoerd met de mate van Bild lezen en een liberale ofwel conservatieve houding als afhankelijke variabele. Het model leverde een significant verband, $\beta = .294$, $p = .003$. Hiermee werd een verband aangetoond tussen de mate van Bild lezen en een conservatieve houding.

Aan het eind werd onderzocht hoe de Duitse respondenten tegenover de twee outgroups Griekenland en Frankrijk aankeken. Hiervoor was een enkelvoudige t-test voor afhankelijke steekproeven uitgevoerd met de expliciete attitudes tegenover Griekenland en Frankrijk als gekoppelde afhankelijke variabelen. Het resultaat leverde een marginaal verschil, $F(1, 84) = .053$. Grieken ($M = 7.16$, $SD = 1.15$) werden gemiddeld iets beter beoordeeld dan Fransen ($M = 6.95$, $SD = 1.26$).

Discussie

Door de huidige studie is aangetoond dat mediabronnen invloed kunnen hebben op de expliciete en impliciete attitudes tegenover door de media gestigmatiseerde outgroups. Bild, de grootste en invloedrijkste Duitse krant, werkte hierbij als een prime op de lezers. Bild kan gezien worden als rechts-populistische krant. Onderzoek van Moch (2012) toonde aan dat lezers van Bild gemiddeld rechtser ingesteld zijn dan lezers van andere grote Duitse kranten. De huidige studie kon deze bevindingen bevestigen. Hoe vaker mensen Bild lezen hoe rechtser ze gemiddeld zijn ingesteld. Verder rapporteerde Bild tijdens de eurocrisis zeer negatief over de Grieken en maakte ze medeverantwoordelijk voor het ontstaan van de eurocrisis (Hoeren, 2012). Het onderzoek van Moch (2012) toonde aan dat hoe vaker lezers de Bild lezen, hoe ze negatiever over Grieken denken en ze ook negatiever beoordelen. Verder wordt door het genoemde onderzoek aangetoond, dat ook mensen die nooit Bild lezen door het lezen van een Bild- artikel zodanig beïnvloedt kunnen worden, dat ze negatiever over de Grieken denken.

Onze eerste verwachting was dat Grieken gemiddeld slechter beoordeeld werden dan Fransen. Dit verwachtten we omdat over de Grieken met verloop van de eurocrisis zeer

negatief gerapporteerd werd en de Grieken als medeverantwoordelijk gemaakt werden voor het ontstaan van de eurocrisis. Frankrijk daarentegen werd in de context van de eurocrisis steeds als sterke en solide partner van Duitsland getoond. De verwachting is niet bevestigd. Een mogelijke verklaring hiervoor zou kunnen zijn, dat de groep Fransen door Duitsers evenals negatiever gezien wordt in vergelijking met andere groepen. De resultaten laten zien dat Grieken en Fransen ongeveer even negatief beoordeeld worden. Het voorafgaande onderzoek toonde aan dat de groep Nederlanders een door Duitsers positief beoordeelde groep was. Duitsers (Moch, 2012) beoordeelden Nederlanders zelfs positiever dan de ingroup Duitsland. Conventioneel was Frankrijk als neutrale outgroup gekozen om te laten zien dat priming met Bild leidt naar tot afkeuring van de gestigmatiseerde groep (Grieken), maar niet tot afkeuring van een neutrale outgroup.

We verwachtten dat Grieken onder invloed van Bild expliciet negatiever beoordeeld worden dan Fransen. Deze hypothese is niet bevestigd. Of een prime werkzaam is en invloed heeft op de attitude van een persoon is afhankelijk van verschillende factoren. Bij de verwerking spelen cognitieve (bijvoorbeeld aandacht en motivatie) en emotionele factoren (bijvoorbeeld boosheid) een rol (Mikel, Reuter-Lorenz, Beyer, & Fredericksen, 2008). Hieruit zou men kunnen concluderen dat een prime minder invloed heeft als mensen weinig gemotiveerd zijn om de stimuli te verwerken of weinig aandacht aan de stimuli besteden.

Men zou erover kunnen speculeren dat Bild als prime niet sterk genoeg op de attitude van de lezers werkte in de context van de eurocrisis. De eurocrisis is tegenwoordig mogelijkwijze minder aanwezig onder de Duitsers en de dreiging die door de crisis op de maatschappij inwerkt, is in vergelijking met 2012 minder geworden. Uit de literatuur is bekend dat primes die meer emoties uitlokken ook een grotere invloed hebben op de reactie van het individu (Bradley, Codispoti, Cuthberg, & Lang, 2001). Er valt te veronderstellen dat de eurocrisis tegenwoordig als minder dreigend ervaren wordt als in het verleden en hierdoor minder emoties uitlokken zoals bijvoorbeeld angst en het gevoel van dreiging. De

vermindering van deze emoties in tegenstelling tot de voorafgaande studie zou kunnen verklaren dat de Duitse respondenten minder heftig op de Grieken als groep reageren.

Overeenkomend met het idee van agenda-setting (Scheufele, & Tewksbury, 2007) zijn de mensen tegenwoordig meer bezig met andere onderwerpen, een voorbeeld hiervoor is de crisis in Syrië. Ook zijn in het verloop van de eurocrisis andere landen sterker in de focus van de crisis geraakt (bijvoorbeeld Cyprus, Italië) en over Griekenland zijn steeds meer positieve boodschappen te lezen (Eder, 2014). Voor verder onderzoek zou ik aanbevelen twee outgroups te kiezen, die zich duidelijker van elkaar afzetten, omdat hierdoor eenduidigere resultaten verwacht kunnen worden.

Naast de invloed van Bild op de expliciete attitude tegenover de Grieken werd in de huidige studie ook de invloed op de impliciete attitude tegenover de Grieken onderzocht. Hierbij werd evenals geen invloed van Bild op de attitudes tegenover de Grieken gevonden. Dit komt overeen met de verklaring dat de prime, die door Bild als stimulus invloed had op de respondenten, niet goed genoeg werkte. De resultaten naar aanleiding van Hypothese 2b toonden aan dat de hoog opgeleide Griekse aspirant naar confrontatie met Bild significant slechter beoordeeld werd dan zijn Franse counterpart. De controlegroep die het artikel van de Teuto- Nachrichten las werd niet beïnvloed, dit gold zowel voor de matige als ook voor de hoog opgeleiden Franse en Griekse aspiranten. Men zou kunnen concluderen dat Bild de respondenten heeft geprimed op een beeld dat de krant tijdens de eurocrisis van de Grieken schetste. Met name het imago van de weinig competente, luie Griekse werknemer. Het zou mogelijk zijn, dat Bild als prime een effect had in een specifieke inhoudelijke context. Duitsers beoordelen Grieken op kenmerken als sympathie en vriendelijkheid in de huidige studie positiever dan in de voorafgaande studie (Moch, 2012) en zelfs beter dan de Fransen. In de context van werk en economie zullen Duitsers de Grieken minder goed beoordelen dan de Fransen. De Griekse economie is minder groot en efficiënt als de Duitse en ook de Franse economie. Een mogelijke verklaring voor de negatievere beoordeling van de hoogopgeleide

Griekse sollicitant zou kunnen zijn dat Bild de context van de eurocrisis en de zwakke Griekse economie heeft geactiveerd en dat dit een zeer goede beoordeling van een Griekse aspirant tegen werkte. Men zou erover kunnen speculeren of uitstekende prestaties van Grieken voor Duitse respondenten beïnvloed door Bild een onrealistische of ongeloofwaardige indruk maken en dat zeer goede prestaties en hoge competentie in tegenspraak zijn met het door Bild geactiveerde imago van de Griekse economie en de hiermee verbondene gedachten aan Griekse werknemers. De hoogopgeleide Franse aspirant zou beter beoordeeld kunnen worden dan de Griekse, omdat Frankrijk na Duitsland de grootste en sterkste economie in de EU heeft. Door Bild wordt dan wel de context van de eurocrisis en een zwakke Griekse economie uitgelokt en dat komt niet overeen met uitstekende prestaties van Griekse werknemers of in het geval van de huidige studie, uitstekende sollicitanten. Op het matige niveau zal de koppeling die door Bild is gemaakt aan de eurocrisis minder zwaar wegen, omdat er geen tegenspraak bestaat tussen de zwakke Griekse economie en de matig opgeleide Griekse aspirant. Matige prestaties van de Griekse werknemers komen overeen met het beeld dat door Bild is geactiveerd met betrekking tot de Griekse economie.

Hieruit wordt duidelijk dat de werking van de prime alleen in een bepaalde groep in een bepaalde context naar voren komt, met name wordt de Griekse respondent ondergewaardeerd in het kader van de eurocrisis. Het idee dat priming contextafhankelijk is en associaties met uitsluitend één bepaalde groep opgeroepen worden vinden we ook terug binnen de literatuur (Otten, & Stapel, 2007).

Een tweede simpele verklaring voor het effect van Bild op alleen de hoogopgeleide aspiranten zou kunnen zijn dat het effect van de stimulus, het lezen van het artikel, alleen voor korte tijd invloed had op de respondenten. Tijdens het experiment moesten de respondenten na het lezen van het artikel eerst de sollicitatie van de hoogopgeleide aspirant lezen, hem daarna beoordelen en vervolgens dezelfde procedure herhalenvoor de matig opgeleide respondent.

Negatievere beoordelingen hadden we alleen voor de matig opgeleide Griekse aspirant verwacht, na het lezen van een Bild- artikel, omdat dit overeen komt met het idee van aversief racisme (Dovidio, Gaertner, Kawakami, & Hodson, 2002). Volgens het idee van aversief racisme wordt het lid van de outgroup alleen gediscrimineerd als de informatie over het individu onduidelijk is. We vonden het tegenovergestelde effect. Er was geen verschil te zien tussen de beoordeling van de Griekse en de Franse matig opgeleide aspiranten, maar wel voor de hoog opgeleide aspirant. Deze bevinding is verrassend, omdat de Griekse aspirant significant slechter beoordeeld wordt hoewel zijn kwalificaties enorm goed waren. In een vervolgonderzoek zou men het verband tussen het prime en de inhoudelijke context met betrekking tot een sociale groep nader kunnen onderzoeken. Het zou onderzocht kunnen worden hoe Duitse respondenten onder invloed van Bild Grieken in een economische context beoordelen in vergelijking met een inhoudelijk andere context (bijvoorbeeld sport) en welke rol hierbij eventuele voorkennis (hoogopgeleid/zeer sportief versus matig opgeleid/ matig sportief) speelt. Verder zou men een algemene beoordeling van de outgroups veranderen naar een meer aparte beoordeling van specifieke kenmerken, zoals bijvoorbeeld intelligentie, sympathie of economische vaardigheden. De uitkomsten hiervan zou men wederom in verband kunnen brengen met de geactiveerde context en de voorkennis over de aspiranten.

De invloed van Bild als prime op de expliciete attituden tegenover de outgroep was in het huidige onderzoek duidelijk minder dan in het voorafgaande onderzoek (Moch, 2012). De expliciete attituden tegenover Fransen en Grieken verschilden niet per conditie. Naast de eerder genoemde mogelijke verklaringen voor de huidige resultaten bestaat er een andere verklaring. Het zou mogelijk kunnen zijn dat Frankrijk als outgroup evenals negatief beoordeeld wordt. Uit feedback van de deelnemers van de studie kwam naar voren, dat de Fransen weinig sympathie oproepen onder Duitsers. De resultaten uit het huidige onderzoek tonen aan, dat Grieken door de respondenten zelf iets beter beoordeeld werden dan Fransen. Voor een vervolgonderzoek zou men een controlegroep kunnen kiezen, waarover de Duitsers

neutraal zijn ingesteld of een groep waarbij de context geen rol speelt (bijvoorbeeld Canadezen).

Opvallend was verder, dat de mate van Bild lezen negatieve attitudes tegenover Griekenland voorspelde. Dit effect komt overeen met eerder onderzoek (Moch, 2012), maar de intensiteit van de samenhang tussen Bild lezen en een negatieve attitude was minder groot. Hoe meer en hoe vaker mensen Bild lezen hoe negatiever hun attitude tegenover de outgroup Griekenland werd. Deze bevinding toont aan, dat Bild nog steeds invloed heeft op de expliciete attitude van zijn lezers. Dit komt overeen met onderzoek van Igartua, Moral-Toranzo, & Fernandez, (2011), waarbij gevonden werd dat media rapportages met een negatief frame over tijd de attitude tegenover een bepaalde outgroep kan veranderen. Men zou erover kunnen speculeren of er een bepaalde afzwakking heeft plaats gevonden in de extreemheid van de attitudes tegenover Griekenland, naarmate de media rapportage over de eurocrisis en de rol van Griekenland afnam..

Het huidige onderzoek leverde een interessante bevinding over de samenhang tussen impliciete en expliciete attitudes tegenover een bepaalde outgroup. De resultaten tonen aan dat een positieve beoordeling van de matig opgeleide Griekse aspirant in verband staat met positieve expliciete attitudes tegenover de Grieken. Bij de hoog opgeleide Griekse aspirant was het resultaat tegenstrijdig. Hier ging een negatieve expliciete houding tegenover de Grieken samen met een positievere beoordeling van de hoog opgeleide aspirant. In samenhang met het idee van aversief racisme (Dovidio, Gaertner, Kawakami, & Hodson, 2002), zou men kunnen concluderen dat de expliciete attitude van mensen niet door de impliciete attitude voorspeld kan worden als de informatie over een lid van een gestigmatiseerde outgroup duidelijk positief is. Hier is de afkeuring van de bepaalde groep niet sociaal wenselijk en ook niet te rechtvaardigen, omdat de informatie over de outgroup eenduidig positief was. Op het impliciete niveau vindt de afkeuring wel plaats.

Er werd verder aangetoond dat impliciete attituden met de expliciete houding overeenkomen als leden van de outgroup beoordeeld worden, waarin de kwalificaties van het lid van de outgroup niet eenduidig waren. Als mensen een lid van de outgroup positief beoordelen naarmate ze de mogelijkheid hebben hem af te keuren zou men ervan uit kunnen gaan dat ook de expliciete attitude jegens de outgroup positief is.

Samenvattend zou men kunnen concluderen dat impliciet geuite attituden betrouwbaarder zijn in situaties waarin informatie over de outgroup niet eenduidig is in vergelijking met eenduidige situaties.

Referenties

- Arendt, F. (2010). Cultivation effects of a newspaper on reality estimates and explicit and implicit attitudes. *Journal of Media Psychology*, 22, 147–159. DOI: 10.1027/1864-1105/a000020
- Arendt, F. (2012). A Newspaper's Effect on the Strength of Automatic Associations in Memory. *Journal of media psychology*, 24 (1), 1-8, DOI: 10.1027/1864-1105/a000057
- Banaji, M., R., Hardin, C., Rothman, A., J., (1993). Implicit Stereotyping in Person Judgement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, (2), 272-281
- Bargh, J. A., Chaiken, S., Govender, R., & Pratto, F., (1992). The generality of the automatic attitude activation effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62, 893-912.
- Bradley, M.M., Codispoti, M., Cuthberg, N.B., & Lang, P.J. (2001). Emotion and motivation 1: Defense and appetitive reaction in picture procession. *Emotion*, 1, 276-298.
- Dovidio, J.F., Gaertner, S. L., Kawakami, K., & Hodson, G. (2002). Why can't we just get along? Interpersonal Bias and Interracial Distrust. *Cultural Diversity and Ethnic Minority Psychology*, 8 (2), 88-102. DOI: 10.1037//1099.9809.8.2.88
- Eder, F. (2014, 26. Februari). Sogar das marode Griechenland wächst wieder. *DIE WELT*. Verkregen via: http://www.welt.de/print/die_welt/wirtschaft/article125203110/Sogar-das-marode-Griechenland-waechst-wieder.html
- European Unity on the Rocks. Greeks and Germans at Polar Opposites. (2012, 29. Mai). *Pew Research Center*. Verkregen via: <http://www.pewglobal.org/2012/05/29/european-unity-on-the-rocks/>
- Greenwald, A. G., McGhee, D. E., & Schwartz, J. L. K. (1998). Measuring individual differences in implicit cognition: The implicit association test. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 1464–1480.
- Griechische Zeitung zeigt Kanzlerin Merkel in Nazi- Uniform. (2012, 09. Februari). *FOCUS online*. Verkregen via:

http://www.focus.de/finanzen/news/staatsverschuldung/krankhafte-fantasien-der-deutschen-griechische-zeitung-zeigt-kanzlerin-merkel-in-nazi-uniform_aid_712449.html

Hodson, G., Dovidio, J., F., Gaertner, S., L., (2002). Processes in Racial Discrimination: Differential Weighting of Conflicting Information. *Society for Personality and Psychology*, 28, (4), 460-471.

Hoeren, D. (2010, 07. Mai). Wie Griechenland die EU betrogen hat. *Bild.de*. Verkregen via: <http://www.bild.de/politik/wirtschaft/wie-sie-die-europaeische-union-betrogen-haben-12380282.bild.html>

Igartua, J. J., Moral-Toranzo, F., & Fernandez, T. (2011). Cognitive, Attitudinal, and Emotional Effects of News Frame and Group Cues, on Processing News About Immigration. *Journal of Media Psychology*, 23, (4), 174–185. DOI: 10.1027/1864-1105/a000050

Ogan, C. Willmat, L., Pennington, R., & Bashir, M. (2013). The rise of the anti-Muslim prejudice: Media and Islamophobia in Europe and the United States. *International Community Gazette* 76. DOI: 10.1177/1748048513504048

Otten, S. & Stapel, D. (2007). Who is this Donald? *European Journal of Social Psychology*. 37, 1000-1015. DOI: 10.1002/ejsp.413

Martin, R., & Hewstone, M. (2008). Marjority versus minority influence, message processing, and attitude change: The source-context-elaboration model. *Advances in experimental social psychology*, 40, 237–326

Mastro, D. (2009). Effects of racial and ethnic stereotyping. *Media effects: Advances in theory and research*, 325–341. New York: Taylor and Francis.

Mikels, J.A., Reuter-Lorenz, P.A., Bayer, J.A., Frederickson, B. L., (2008). Emotion and working memory: evidence for domain-specific processes in for affective maintenance. *Emotion* ,8, 265-266

- Moch, O., (2012). *De invloed van media verslaggeving op Europese groepenrelaties*. Niet gepubliceerde Bachelorthesis. Enschede, University of Twente.
- Moscovici, S. (1980). Toward a theory of conversion behavior. *Advances in experimental social psychology* 13, 209-239
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in experimental social psychology*, 19, 123– 205
- Roskos-Ewoldsen, D. R., Roskos-Ewoldsen, B., & Carpentier, F. D. (2009). Media priming: An updated synthesis. In J. Bryant & M. B. Oliver (Eds.), *Media Effects: Advances in Theory and Research* (pp. 74-88). New York, NY: Routledge, Taylor & Francis.
- Scheufele, D.A., & Tewskbury, D. (2007). Framing, Agenda Setting and Priming: The Evolution of three Media Effect Models. *Journal of Communication*, 57, 9-20. DOI: 10.1111/j.1460-2466.2006.00326.x
- Stapel, D., A., Koomen, W., van der Pligt, J. (1997). Categories of Category Accessibility: The Impact of Trait concept versus Exemplar Priming on Person Judgements. *Journal of Experimental Psychology*, 33, 47-76.