



**UvA-DARE (Digital Academic Repository)**

**Framing Turkey: Identities, public opinion and Turkey's potential accession into the EU**  
Azrout, R.

[Link to publication](#)

*Citation for published version (APA):*

Azrout, R. (2013). Framing Turkey: Identities, public opinion and Turkey's potential accession into the EU.

**General rights**

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

**Disclaimer/Complaints regulations**

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please Ask the Library: <http://uba.uva.nl/en/contact>, or a letter to: Library of the University of Amsterdam, Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

## NEDERLANDSE SAMENVATTING

Sinds het begin van de Europese Gemeenschap is uitbreiding een belangrijk onderwerp, en het werd gezien als een onlosmakelijk deel van het Europese integratie proces. In het verleden werden Europese aangelegenheden echter overgelaten aan de politieke elites. De burger was niet geïnteresseerd, en zolang de burger er geen last van had, mochten politici hun gang gaan in Europa.

Met de overgang van de Europese Gemeenschap naar de Europese Unie, kreeg Europese samenwerking steeds meer een politiek karakter. Daarmee nam het gevoel van belang onder burgers toe, maar werden burgers ook steeds kritischer. Politici moesten daarom steeds meer rekening houden met hun achterban wanneer zij over Europa onderhandelden, en daarmee werd het ook belangrijk om de rol van publieke opinie te begrijpen.

Eerdere studies hebben laten zien dat factoren gerelateerd aan identiteiten een belangrijke rol spelen in meningsvorming over de EU. Mensen zijn geneigd samenwerking met mensen van dezelfde groep voor te staan, en samenwerking met mensen uit een andere groep juist af te wijzen. De vraag is dan wie bij de eigen groep hoort en wie niet. In dit proefschrift zullen we specifiek aandacht besteden aan de relatie tussen identiteit gerelateerde factoren en meningen over de EU.

Hiervoor kijken we naar het specifieke onderwerp van de mogelijke toetreding van Turkije tot de EU. In het debat over de mogelijke toetreding van Turkije komen vele aspecten aan bod die ook terug zijn te vinden in debatten over de EU. Maar vraagstukken over identiteiten (is Turkije wel Europees, en horen ze er dus bij?) komen hier duidelijk naar voren, en dat maakt dit onderwerp geschikt om juist ook naar deze identiteit gerelateerde factoren te kijken. Maar de toetreding van Turkije is ook een geschikt onderwerp omdat, doordat het een relatief simpel en omstreden onderwerp is, het waarschijnlijk is dat de meeste mensen hier daadwerkelijk een mening over hebben.

Centraal in deze dissertatie is het concept *framing*. In een complexe werkelijkheid is het ondoenlijk om een onderwerp in zijn volledigheid te bevatten, zowel in een communicatieve tekst als in iemands gedachten. Framing verwijst dan naar hoe een onderwerp wordt belicht: welke aspecten van het onderwerp worden wel benoemd en welke niet. Daarmee bepalen

frames o.a. hoe een onderwerp betekenis krijgt, en spelen daarmee een belangrijke rol in de vorming van een mening. In relatie tot het onderwerp van de mogelijke toetreding van Turkije, gaat het dus bijvoorbeeld om de vraag of burgers focussen op de vraag of Turkije Europees is of niet, en vervolgens wat deze focus doet met hun meningsvorming.

In hoofdstuk 1 beginnen we met een beschrijving van de frames die burgers gebruiken wanneer ze denken aan de toetreding van Turkije. Door de antwoorden op een open vraag te coderen op de aanwezigheid van frames, laten we zien dat burgers in sterke mate het politieke en media debat volgen in welke frames men gebruikt. De mogelijke toetreding van Turkije wordt vooral geframed in termen van de mate waarin Turkije zich heeft ontwikkeld in termen van democratie (ontwikkelingsframe), wat de (vooral economische) gevolgen zijn van toetreding voor burgers in de EU (utilitarisme frame), en of Turkije bij Europa hoort of niet (identiteitsframe). Eerdere studies hebben vaak wel beargumenteerd dat burgers ook deze frames gebruiken, maar tot nu toe was dat nog niet empirisch vastgesteld.

In hoofdstuk 2 gaan we verder met het utilitarisme frame en het identiteitsframe. We stellen de vraag hoe we kunnen verklaren welke burgers meer geneigd zijn deze frames te gebruiken. We beargumenteren dat het gebruik van deze frames is ingebed in een meer algemeen waardepatroon van wat men belangrijk vindt. Op basis van een enquête in 21 landen, laten we zien dat burgers die andere utilitaristische onderwerpen belangrijk vinden eerder geneigd zijn het utilitarisme frame te gebruiken, en dat burgers die andere identiteitsvraagstukken belangrijk vinden eerder geneigd zijn het identiteitsframe te gebruiken.

Vanaf hoofdstuk 3 gaan we bezig met attitudes t.o.v. immigranten. Eerdere studies hebben laten zien dat attitudes t.o.v. immigranten een sterk effect hebben op meningen over de EU. Men verklaart dit effect door erop te wijzen dat de mening die iemand over immigranten uit vooral iets zegt over de mate waarin de houder van deze mening de wereld categoriseert in 'wij' en 'zij'. Dit is niet zozeer afhankelijk van de immigrantengroep, maar van de persoonlijkheid van degene met de mening. Daarnaast heeft onderzoek aangetoond dat het definiëren van een groep mensen als 'de ander' voldoende is om vervolgens negatieve meningen over deze mensen

te vormen. Toegepast op de EU, luidt het argument dan als volgt: mensen die immigranten als ‘de ander’ definiëren zullen ook andere Europeanen als ‘de ander’ definiëren, en omdat andere Europeanen als ‘de ander’ worden gedefinieerd zullen zij samenwerking met deze ‘anderen’ negatief beoordelen.

In hoofdstuk 3 testen wij deze argumentatie met behulp van een mediatie analyse. We laten zien dat mensen met negatieve attitudes t.o.v. immigranten inderdaad ook Turken vaker framen als ‘de ander’, en vervolgens daardoor weer negatiever staan tegenover de toetreding van Turkije. Hiermee laten wij tevens zien dat de (empirisch) belangrijkste predictor voor meningen over de toetreding van Turkije gaat over de identiteit die mensen zichzelf en anderen aanmeten.

In hoofdstuk 4 gaan we vervolgens bezig met de vraag onder welke omstandigheden attitudes t.o.v. immigranten meer of minder belangrijk zijn als verklaring voor attitudes t.o.v. de EU. Hiervoor kijken we ten eerste naar de aanwezigheid van Turkse immigranten en de aanwezigheid van moslims. Het argument is dat wanneer een bepaalde groep meer aanwezig is, burgers meer ervaring hebben met het frame van deze groep als ‘de ander’, en dat die ervaring ertoe leidt dat dit frame ook wordt toegepast op de mogelijke toetreding van Turkije. Omdat de aanwezigheid van immigranten nog geen garantie is voor direct contact met immigranten (en dus tot het framen van de immigranten als ‘de ander’), kijken wij ten tweede ook naar ‘indirecte contacten’ met immigranten. Deze indirecte contacten worden gevormd door cues die mensen ontvangen van nationale politici en de nationale media. Ons onderzoek laat zien dat hoewel de aanwezigheid van Turkse immigranten en moslims er toe doet, het toch vooral de cues van nationale politici en de media zijn die de grootte van het effect van attitudes t.o.v. immigranten op de mening over de toetreding van Turkije bepalen.

Niet alleen beïnvloed de media de mate waarin mensen denken in termen van ‘wij’ en ‘zij’, deze manier van denken beïnvloed ook weer de manier waarop nieuwe informatie vanuit de media wordt ontvangen. Mensen met negatieve attitudes t.o.v. immigranten zijn niet alleen negatief over anderen, maar hebben ook sterk de behoefte de eigen groep te beschermen. Op basis hiervan beargumenteren wij dat negatieve evaluaties over Turks

lidmaatschap in de media een sterker effect heeft op mensen met negatieve attitudes t.o.v. immigranten. In hoofdstuk 5 beschrijven we een media-effect-studie, waar we data uit een inhoudsanalyse van nieuwsmedia uit 21 landen koppelden aan enquêtedata. Daarmee konden we niet aantonen dat mensen worden beïnvloed door informatie in media waar ze zelf aan blootgesteld zouden zijn, maar wel door de informatie die er in elk media systeem aanwezig is. Zoals we voorspelden, werden mensen met negatieve attitudes t.o.v. immigranten inderdaad sterker beïnvloed door negatieve evaluaties van de mogelijke toetreding van Turkije.

In zijn geheel draagt dit proefschrift bij aan het begrip van de rol van identiteit gerelateerde factoren in de vorming van meningen over de toetreding van Turkije. Maar hoewel de toetreding van Turkije misschien een ideaal geval is om naar identiteit gerelateerde factoren te kijken, kunnen we toch een boel hiervan leren over attitudes t.o.v. de EU in het algemeen. De EU gaat altijd over samenwerken, delen en integreren met andere Europeanen, die op basis van hun nationaliteit, taal en/of cultuur als ‘de ander’ kunnen worden gezien. Dit roept echter vragen op waar Europese burgers precies de grens leggen tussen ‘wij’ en ‘zij’, en hoe dit doorwerkt in de legitimiteit van de EU.