SYRISCHE ASIELMIGRANTEN IN NEDERLAND EN HET GEBRUIK VAN SOCIALE MEDIA BIJ MIGRATIEBESLUITVORMING

Rianne Dekker
Hanna Vonk
Jeanine Klaver
Godfried Engbersen

Erasmus Universiteit Rotterdam
Regioplan

Juli 2016

MANAGEMENTSAMENVATTING NEDERLANDS

Dit onderzoeksrapport beschrijft het gebruik van sociale media bij migratiebesluitvorming door Syrische asielmigranten in Nederland. Dit onderzoek is gebaseerd op interviews met 54 Syrische statushouders in verschillende asielzoekerscentra in Nederland. De meesten van hen zijn in 2015 naar Nederland gekomen, nog voor het vluchtelingenakkoord van de EU met Turkije. Op basis van een semi-gestructureerde vragenlijst ondervroegen wij hen over hun gebruik van sociale media voorafgaand, tijdens en na afloop van migratie naar Nederland.

Operationalisering van sociale media
Een algemene definitie van sociale media is: "*a group of internet based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0, and that allow the creation and exchange of User Generated Content."*
Dit onderzoek richt zich op twee kernelementen van sociale media: (1) de uitwisseling van 'user generated content' en (2) communicatie op 'many-to-many' basis. User generated content is content die door de eindgebruikers van een webtoepassing wordt bijgedragen en dus niet alleen door de eigenaar of beheerder van de website zelf. Het tweede kenmerk betreft een communicatievorm waarbij de informatie van meerdere eindgebruikers meerdere mensen kan bereiken. Informatie op sociale media is daardoor vaak publiek of semi-publiek. Het is niet alleen beschikbaar voor direct geadresseerden en mensen met wie men reeds in contact stond, maar ook voor anderen met toegang tot het medium.

De belangrijkste bevindingen van het onderzoek zijn:

Het belang van verschillende informatiebronnen
- Bestaande interpersoonlijke contacten zijn de belangrijkste informatiebron voor Syrische asielmigranten voorafgaand aan hun reis. Vaak wordt met deze relaties gecommuniceerd via sociale media.
- De overgrote meerderheid van de statushouders heeft eveneens beschikking over (algemene) informatie en latente contacten via internet, maar dit is voor veel van hen niet de belangrijkste informatiebron.
- Informatie via traditionele massamedia zoals TV, kranten en radio speelt een zeer beperkte rol.
- We treffen verschillen aan in het gebruik van informatiebronnen op basis van gender, leeftijd en opleidingsniveau. Hoewel ons onderzoek geen representatieve steekproef betreft zien wij dat conform de 'digital divide' theorie jongere asielmigranten meer gebruik maken van internet dan oudere migranten, mannen meer dan vrouwen en hoger opgeleiden meer dan lager opgeleiden.

Toegankelijkheid en gebruik van sociale media

- In Syrië is de toegang tot internet niet altijd vanzelfsprekend als het gevolg van het regelmatig ontbreken van elektriciteit.
- Gedurende de reis had twee derde goede toegang tot internet.
- De smartphone is veruit het meest gebruikte device om internet te raadplegen (zowel voorafgaand als tijdens de vlucht). In de landen die de asielmigranten doorkruisen gebruikt men lokale simkaarten om toegang tot internet te krijgen.
- WhatsApp, Skype, Google Maps en Facebook zijn veel gebruikte platforms om informatie te verkrijgen. Daarnaast wordt veel gebruik gemaakt van Google om informatie over verschillende landen op te zoeken.
- Voorafgaand aan de reis wordt het meest gebruik gemaakt van social networking sites, VoIP diensten en video-sharing applicaties. Tijdens de reis maken de meeste geïnterviewden het meest gebruik van online GPS en kaarten. Instant messaging is op beide momenten in het proces populair.
- De meeste Syrische asielmigranten uit ons onderzoek maken gebruik van zowel publiek toegankelijke websites en applicaties als meer besloten communities of groepen

De rol van online informatie en contacten voor, tijdens en na de vlucht

- Online informatie speelt een aanzienlijke rol bij de voorbereiding op de vlucht. Via internet wordt (praktische) informatie verkregen over de reisroute, over het leven in Nederland en de duur van de asielprocedure.
- Sociale media worden het meest ingezet om informatie te verkrijgen en met bestaande contacten te communiceren en minder om ‘latente contacten’ te zoeken.
- De keuze voor Nederland als bestemming is vooral gebaseerd op informatie die onze respondenten hebben verkregen via bestaande netwerken. Een groot deel van de groep respondenten heeft al familie en/of vrienden in Nederland wonen en dat is voor de meerderheid reden om voor Nederland te kiezen. Slechts een kleine groep baseert de keuze voor Nederland louter op basis van informatie en contacten die ze via sociale media hebben verkregen omdat zij deze informatie niet in hun persoonlijke netwerken ter beschikking hebben.
- De meeste Syrische statushouders hebben voor vertrek kennis van de wetten en regels voor het aanvragen van asiel in Nederland. Ook hier geldt dat persoonlijke contacten de informatiebron zijn waaraan het grootste belang wordt gehecht.
- Bijna alle Syrische statushouders hebben gebruik gemaakt van smokkelaars voor een (deel) van de route. Sociale media spelen nauwelijks een rol bij het leggen van de eerste contacten met smokkelaars. Ook hier speelt informatie via persoonlijke contacten een veel grotere rol. Is het contact met de smokkelaar eenmaal gelegd, dan spelen sociale media wel een voorname rol voor het maken van concrete afspraken over de reis.
- Belangrijke voordelen van online informatie zijn de hoeveelheid informatie die beschikbaar is, de toegang tot informatie over persoonlijke ervaringen

en de actualiteit van de ervaringen. Daar staat tegenover dat niet alle informatie als betrouwbaar wordt gezien.
- Informatie via online contact met bekenden en van officiële bronnen wordt als betrouwbaarder beschouwd dan berichten via publiek toegankelijke websites en Facebook pagina's.
- Een voorbeeld van latente contacten die via sociale media worden gelegd, is contacten met groepen die eerder via dezelfde smokkelaar reisden. Via deze contacten en online reviews wordt de betrouwbaarheid gecontroleerd.

Contacten met achterblijvers na aankomst in Nederland
- Instant messaging- en VoIP-diensten zijn de media die het meest worden gebruikt om te communiceren met achtergebleven familie en vrienden in Syrië.
- Syrische statushouders in Nederland worden met enige regelmaat benaderd voor advies om naar Nederland of Europa te komen. In de meeste gevallen worden informatie en ervaringen over de vlucht en over Nederland gedeeld.
- Twee vijfde van de respondenten raadt het anderen aan om naar Nederland te komen. Zij menen dat Nederlanders vriendelijk en gastvrij zijn en dat Nederland een veilig land is. Eén vijfde van de respondenten raadt het anderen af om naar Nederland te komen. De gevaarlijke vluchtroute en de lengte van de asielprocedure en procedure voor gezinshereniging zijn voorname redenen om mensen af te raden om naar Nederland te komen. De overige twee vijfde raadt anderen in sommige situaties aan om te komen en raadt dit in andere situaties af.

Conclusies

Sociale media bieden asielmigranten twee belangrijke functionaliteiten. Ten eerste is het een rijke bron van (semi-) publieke 'user generated content' die wordt geprezen om zijn actualiteit en het persoonlijke en praktische karakter. Asielmigranten zijn op zoek naar 'trusted information' en hierbij wordt dit type informatie verkozen boven informatie die direct van officiële instanties afkomstig is.

Ten tweede worden sociale media gebruikt voor social networking met bestaande contacten. Voor 87% van de respondenten was Nederland de beoogde eindbestemming, vooral door de aanwezigheid van landgenoten en familie. Communicatie met hen, via sociale media of anderszins, vormde een belangrijke factor in migratiebesluitvorming. Slechts in enkele gevallen wordt actief contact gezocht met 'latente contacten' die via sociale media beschikbaar kwamen.

MANAGEMENTSAMENVATTING ENGELS

This report describes a study into the role of social media in migration decision-making by Syrian asylum migrants in the Netherlands. This study is based on personal interviews with 54 Syrian immigrants who received a residence status in the Netherlands. The majority of them arrived in the Netherlands in 2015, before the refugee agreements of the EU with Turkey. Based on a semi-structured interview guideline we inquired about their social media use in advance of, during and after their journey to the Netherlands.

Operationalization of social media
A general definition of social media is: "*a group of internet based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0, and that allow the creation and exchange of User Generated Content."*
This study focused on two key affordances of social media: (1) the exchange of 'user generated content' and (2) communication on a 'many-to-many' basis. User generated content is contributed by the end-users of an online application instead of websites functioning as individual broadcast channels. Many-to-many communication is a form of communication in which a large number of end-users is contributing content that potentially reaches a large public. Information that is shared on social media is therefore often publically or semi-publically accessible. It does not only reach an existing group of persons to whom it is directly addressed, but also others with access to the medium and venue.

The key findings of this research are as follows:

Relevance of various information sources
- Existing social ties are the most important source of information accessed by Syrian asylum migrants in advance of their journey to the Netherlands. Communication with these ties often takes place via social media.
- A majority of our respondents also used social media to access online information and latent ties. This is not their primary source of information.
- Information from mass media such as television, newspapers and radio plays a very marginal role in migration decision-making.
- We encountered several differences in the use of various information sources based on gender, age and level of education. Even though our research was not based on a representative sample of Syrian asylum migrants, our findings adhere to the 'digital divide' thesis. Younger asylum migrants make more use of internet sources than older migrants, men more than women and the higher educated more than the lower educated.

Access to and use of social media
- Internet access is not always available in Syria due to power outages.

- Two thirds of our respondents had internet access during their journey to the Netherlands.
- By far the most used device to access internet and social media is the smartphone (both in advance and during the journey). Syrian asylum migrants use local sim cards to gain internet access in countries through which they are travelling.
- WhatsApp, Skype, Google Maps en Facebook are the most frequently used social media applications. Besides these, many asylum migrants make use of Google's search engine to look up information about various destinations.
- In advance of leaving Syria, our respondents primarily used social networking sites, VoIP services and video-sharing applications. During migration most popular applications were online GPS and maps. Instant messaging services were very popular throughout the migration process.
- Most Syrian asylum migrants in our study used both publically accessible websites and applications as well as (semi-) private communities and groups.

The role of online contacts and information before, during and after the journey

- Online information plays a substantial role in preparation of migration. Via social media and other online sources, asylum migrants gather information on various routes, life in the Netherlands as a destination country and the duration of the asylum procedure.
- Social media are primarily used to access user generated content and to communicate with existing social ties. Only in a minority of cases they are used to actively connect with relevant latent ties.
- Our respondents based their choice for the Netherlands as a destination mostly on information that was distributed in existing social networks. Only a minority based their choice for the Netherlands on information and contacts that they gathered via social media. They did not have access to this information via their personal networks.
- Most Syrian asylum migrants had some knowledge of Dutch asylum laws and regulations. Also for this type of information, personal networks were the most important source.
- Nearly all Syrian asylum migrants payed smugglers for (parts of) their journey to the Netherlands. Social media did not play a role in first contacting them and again personal networks were the most important source of information. Once the first contact with a smuggler was made, social media did play an important role in communication and making practical agreements about the trip.
- Important benefits of online information that were named by our respondents are the scale of information that is available, access to information based on personal experiences and the topicality of information. Trustworthiness of information is named as an important downside of online information.

- Syrian asylum migrants deem information retrieved from online communication with existing ties more trustworthy than information that is freely available on the internet – for example in Facebook groups.
- An example of latent ties that are created via social media is contact with other asylum migrants who made use of the services of the same migrant smuggler. Via these contacts and online reviews asylum migrants check the trustworthiness of migrant smugglers.

Contacts with others in Syria after arrival in the Netherlands

- Instant messaging- and VoIP-services are the most frequently used media to communicate with family and friends who stayed in Syria.
- Syrian asylum migrants in the Netherlands are regularly approached by others for advice about migrating to the Netherlands or Europe. In most cases people inquire about information on and experience with migration to the Netherlands and life in the Netherlands.
- Two fifth of the respondents advises others to migrate to the Netherlands. They say that the Dutch are friendly and hospitable and that the Netherlands is a safe country to live. One fifth of the respondents dissuades other Syrians to migrate to the Netherlands. The dangerous journey of coming to the Netherlands and the length of the asylum procedure are the most prominent reasons to discourage others to come to the Netherlands. The other two fifth in some cases advises others to come while in other cases they dissuade others to migrate to the Netherlands.

Conclusions

Social media have two important affordances for asylum migrants. Firstly, they are a rich source of (semi-) public 'user generated content'. This information is appreciated for its topicality and experience-based character. Asylum migrants are searching for 'trusted information'. This type of information is preferred over information that is directly coming from government agencies.

Secondly, social media are used for social networking with existing social ties. For 87% of our respondents, the Netherlands was their first choice of destination. This was mainly due to the presence of existing social ties in the Netherlands. Communication with these friends or family members – via social media or other communication media – played an important role in their migration decision-making. Only a minority of our respondents used social media to actively contact 'latent ties' that became available via the infrastructure of social media.

INHOUDSOPGAVE

Managementsamenvatting Nederlands 2
Managementsamenvatting Engels 5
1 Doel en vraagstelling onderzoek 9
2 Migratie en sociale media: een theoretische verkenning 11
2.1.1 Relevantie 11
2.1.2 Definitie sociale media 12
2.1.3 Sociale media en migratie 14
3 Methoden 18
3.1.1 Werving van respondenten 18
3.1.2 Kenmerken van steekproef respondenten 19
3.1.3 Wijze van interviewen 22
3.1.4 Analyse 23
4 De rol van sociale media in het migratieproces van Syrische asielmigranten naar nederland 24
4.1 De reis naar Nederland 24
4.1.1 De route 24
4.1.2 Vervoersmiddelen 26
4.1.3 Reisduur 27
4.1.4 Nederland als beoogde eindbestemming? 27
4.1.5 Voorbereiding op Nederland als eindbestemming 29
4.2 Beschikbare informatiebronnen voorafgaand en tijdens de reis 30
4.2.1 Beschikbare informatiebronnen voorafgaand aan reis 30
4.2.2 Beschikbare informatie tijdens de reis 32
4.2.3 Toegankelijkheid internet 34
4.3 Het gebruik van sociale media voorafgaand en tijdens de reis 35
4.3.1 Devices 35
4.3.2 Platforms en zoektermen 36
4.4 De rol van sociale media in het migratieproces 40
4.4.1 Voorbereiding van de vlucht 40
4.4.2 Rol van sociale media bij voorbereiding op Nederland als bestemming 41
4.4.3 Sociale media en inschakelen smokkelaars 43
4.4.4 Oordeel over nut en betrouwbaarheid van online informatie en contacten 43
4.5 Contact met achterblijvers 48
4.6 Samenvatting 50
5 Concluderende opmerkingen 53
Referenties 53
Bijlage 1 Onderzoeksvragen 62
Bijlage 2 Vragenlijst 64
Bijlage 3 Verklarende woordenlijst 74

1 DOEL EN VRAAGSTELLING ONDERZOEK

Het doel van dit onderzoek is om inzicht te verkrijgen in het sociale mediagebruik van asielmigranten uit Syrië in relatie tot hun migratiebesluitvorming. Migratiebesluitvorming betreft de keuze om te migreren, naar welke bestemming en langs welke route. Deze studie omvat het sociale mediagebruik van Syrische asielmigranten voorafgaand aan, tijdens en na migratie naar Nederland. Dit rapport kan gelezen worden als een eigenstandig onderzoek voor wie geïnteresseerd is in de rol van sociale media in asielmigratie.

Tevens is deze studie bedoeld om context te bieden voor toekomstig onderzoek door het WODC. Het WODC en het Ministerie van Veiligheid en Justitie willen publieke toegankelijke online databronnen gebruiken om prognoses te maken van de toekomstige asielinstroom naar Nederland. Deze studie biedt contextinformatie die gebruikt kan worden bij het verzamelen en interpreteren van online data. In verband met de hanteerbaarheid focust dit onderzoek zich op Syrische asielmigranten als specifieke casus.

We stellen de volgende hoofdvraag:

Welke rol spelen sociale media bij de verschillende fasen – voor vertrek, tijdens de vlucht en na aankomst in Nederland - van migratie van asielmigranten uit Syrië?

Deze hoofdvraag is uitgewerkt in een aantal deelonderwerpen (zie bijlage 1 voor een uitgebreidere versie) die aan de orde zijn gekomen in de interviewvragen die de respondenten zijn voorgelegd (zie bijlage 2).

Deze deelonderwerpen zijn:

A. De migratieroute vanuit Syrië naar Nederland
B. Informatiebronnen die geraadpleegd zijn voorafgaand aan vertrek vanuit Syrië
C. Informatiebronnen die geraadpleegd zijn tijdens migratie vanuit Syrië
D. Percepties en overwegingen bij het gebruik van internet tijdens migratie
E. Het verstrekken van online informatie door Syrische asielmigranten na aankomst in Nederland

De opbouw van het rapport is als volgt: Hoofdstuk 2 is gewijd aan een theoretische verkenning van de rol van sociale media in migratieprocessen. Hierbij worden sociale media ook gedefinieerd. In hoofdstuk 3 volgt een toelichting op de gebruikte onderzoeksmethode om het belang van sociale media bij de migratie van Syrische statushouders in kaart te brengen. In

hoofdstuk 4 zijn de resultaten van de 54 interviews met Syrische statushouders weergegeven en samengevat. In hoofdstuk 5 worden een aantal centrale bevindingen nader besproken.

2 MIGRATIE EN SOCIALE MEDIA: EEN THEORETISCHE VERKENNING

Dit hoofdstuk biedt een theoretische verkenning van wetenschappelijke literatuur over sociale media en migratieprocessen. Eerst duidt het de relevantie van dit thema in de context van de huidige asielmigratie naar Europa. Vervolgens biedt het een definitie van sociale media ten behoeve van dit onderzoek. Ten slotte bespreekt het relevante literatuur over de rol van sociale media bij migratie.

2.1.1 Relevantie

In een recent nummer van *The New Yorker* (26 Oktober 2015) staat het indrukwekkende artikel "Ten Borders. The Perilious Odyssey of a Syrian Refugee." Op de cover van het blad wordt het als volgt geïntroduceerd:

> "A Syrian Refugee's Odyssey. Last year, a twenty-four-year-old law student fled his home with three thousand dollars and a cell phone. Ahead of him was a seven-thousand mile journey across ten borders."

Uit het artikel blijkt dat de mobiele telefoon van de vluchteling een essentieel attribuut is om in contact te blijven met het thuisfront, het beoogde land van bestemming waar een broer woont (Zweden) en met diverse medevluchtelingen die hij gedurende de vlucht ontmoet. Uit het artikel blijkt ook dat Facebook groepen en Facebook informatie een cruciale rol spelen in de beslissingen die hij maakt, zowel ter voorbereiding van de vlucht als voor het maken van allerhande tussentijdse strategische keuzes over smokkelaars, smokkelroutes, transit- en bestemmingslanden. Het artikel beschrijft hoe sociale media functioneren als 'Tripadvisor' voor asielmigranten die naar Europa willen reizen.

Ook Nederlandse media laten verschillende voorbeelden zien van het gebruik van sociale media door asielmigranten. Op sociale media worden zowel aanmoedigende berichten en adviezen, als waarschuwingen rond de reis en verschillende bestemmingen gedeeld.[1] Sociale media spelen bijvoorbeeld een belangrijke rol bij het in contact komen van asielmigranten met smokkelaars.[2] Zoals een smokkelaar stelt in een recent journalistiek artikel: "*De voordelen van sociale media zijn duidelijk: je hebt wereldwijd bereik, het kan snel en anoniem.*" Dergelijke voorbeelden roepen meer algemene vragen op over wat voor rol sociale media spelen in migratieprocessen in het algemeen en bij asielmigratie in het bijzonder.

[1] NOS: Syrische vluchtelingen waarschuwen elkaar: Ga niet naar Nederland. http://nos.nl/artikel/2064396-syrische-vluchtelingen-waarschuwen-elkaar-ga-niet-naar-nederland.html

[2] http://www.volkskrant.nl/buitenland/de-louche-praktijken-van-de-Facebooksmokkelaar~a4179298/?hash=20333ed2d4f95a044813222866cd4195e6de632a

2.1.2 Definitie sociale media

Kaplan en Haenlein bieden een algemene definitie van sociale media als "*a group of internet based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0, and that allow the creation and exchange of User Generated Content"* (Kaplan & Haenlein 2010: 61). Typische verschijningsvormen van sociale media zijn social networking sites zoals Facebook en LinkedIn, weblogs en microblogs zoals Wordpress en Twitter, online fora en communities zoals Fok! en Tweakers, sites om video's te delen zoals Youtube, sites om foto's te delen zoals Pinterest en online werelden en games zoals World of Warcraft. In sommige sociale media platforms worden verschillende van deze functionaliteiten gecombineerd. Instagram combineert bijvoorbeeld het delen van foto's en video's met social networking.

Wij werken deze algemene definitie van sociale media in dit onderzoek uit tot een sociologische conceptualisering waarin twee kernelementen van sociale media centraal staan: het delen van 'user generated content' en communicatie op 'many-to-many' basis (Boyd & Ellison 2007; Haythornthwaite 2005). User generated content is content die door de eindgebruikers van een webtoepassing wordt bijgedragen en dus niet alleen door de eigenaar of beheerder van de website zelf. Kenmerkend voor sociale media in vergelijking met eerdere fasen van het internet is dat eindgebruikers op grote schaal informatie kunnen inbrengen, beoordelen, bewerken, of delen. Deze content is 'media-rich' (Madianou & Miller 2012). Sociale media bieden de mogelijkheid om videobeelden, geluid, tekst, visuele beelden of combinaties hiervan te communiceren. Daarnaast bevat online content allerlei meta-data over de afzender van het bericht, waar en wanneer de boodschap verzonden werd, hoe vaak de informatie gelezen is en hoe deze gewaardeerd werd.

Het tweede kenmerk – communicatie op 'many-to-many' basis – betreft een communicatievorm waarbij de informatie van meerdere eindgebruikers meerdere mensen kan bereiken. Informatie op sociale media is daardoor vaak publiek of semi-publiek. Het is niet alleen beschikbaar voor direct geadresseerden en mensen met wie men reeds in contact stond, maar ook voor anderen met toegang tot het medium. Dit worden ook wel 'latente contacten' genoemd die ontstaan door de infrastructuur van sociale media (Haythornthwaite 2002). Een openbaar weblog is bijvoorbeeld door iedereen met internettoegang te raadplegen. Een besloten Facebookgroep biedt informatie aan de 'community' van leden van de groep.

Deze kernmerken van sociale media worden duidelijker wanneer wij sociale media onderscheiden van traditionele communicatiemedia en massamedia. Traditionele communicatiemedia zoals de post en telefoon bieden de mogelijkheid om informatie uit te wisselen met bestaande contacten, meestal

tussen twee bekenden ofwel ‘one-to-one’[3]. Hoewel dit bij interpersoonlijke communicatiemedia niet als zodanig wordt bestempeld, betreft dit ‘user generated content’: informatie die door eindgebruikers van het medium ontwikkeld is.

Massamedia daarentegen stellen informatie beschikbaar voor een groot publiek. Denk hierbij aan kranten of televisie, maar ook aan informatiekanalen van overheidsinstanties en ‘Web 1.0’ websites. Zij doen dit op ‘one-to-many’ basis. De beheerder van het medium bepaalt welke informatie verzonden wordt waarmee een duidelijk onderscheid en ongelijkheid bestaat tussen de verzender en ontvanger van de informatie. Sociale media gekenmerkt door ‘user generated content’ en communicatie op ‘many-to-many’ basis zijn dus een hybride vorm tussen traditionele communicatiemedia en moderne vormen van massamedia.

Omwille van twee redenen hebben wij sociale media in dit onderzoek breed geconceptualiseerd en respondenten gevraagd naar internetgebruik en online informatie in brede zin. Ten eerste is het onderscheid tussen ‘Web 1.0’ en ‘Web 2.0’ niet zo scherp als de terminologie doet vermoeden. Tegenwoordig zijn veel internettoepassingen tot op zekere hoogte ‘sociaal’: ze bieden bijvoorbeeld de mogelijkheid om een reactie of review achter te laten. Ook bieden verschillende online toepassingen zowel de mogelijkheid voor interpersoonlijke communicatie met bekenden als voor social networking op ‘many-to-many' basis (inclusief communicatie met voorheen onbekenden). Dit geldt bijvoorbeeld voor verschillende instant messaging en VoIP diensten waaronder Whatsapp en Snapchat (Instant messaging) en Skype en Viber (VoIP). Daarom hebben we deze toepassingen wel meegenomen in onze conceptualisering van sociale media.

Ten tweede heeft de term ‘sociale media’ in het dagelijks taalgebruik een onduidelijke betekenis. Vaak worden slechts enkele specifieke platforms zoals Facebook of Twitter hieronder gerekend en wordt niet alle sociale media informatie die online beschikbaar is als zodanig herkend. Voor internetgebruikers is de herkomst van online informatie die wordt gedeeld via sociale media niet altijd duidelijk.

Dit onderzoek is deels een voorstudie ten behoeve van studies die prognosemodellen ontwikkelen op basis van publieke online data. Vanwege het explorerende karakter van deze studie, is de definitie van sociale media breed opgevat. Zoals de vragenlijst (zie bijlage 2) laat zien, was het uitgangspunt van de vraagstelling de beschikbaarheid van verschillende informatiebronnen voorafgaand en tijdens de migratie. Vervolgens is verder doorgevraagd naar gebruik van internet en sociale media. De termen ‘sociale media’, ‘online informatie’, en ‘online contacten’ worden afwisselend gebruikt.

[3] Al werd ook over de telefoon gesteld dat het "spontaneous communities" kon creeren (Keller 1977).

We spreken over sociale media om te verwijzen naar het medium en over ‘online informatie’ en ‘online contacten’ om te verwijzen naar hetgeen waar sociale media toegang toe bieden. Bijlage 3 biedt een verklarende woordenlijst waarin de belangrijkste concepten uit dit onderzoek worden gedefinieerd.

2.1.3 Sociale media en migratie

Migrantennetwerken maken van oudsher veel gebruik van communicatiemiddelen: denk aan het versturen van brieven, cassettebandjes of postpakketten of het verkrijgen van informatie via TV, krant of specifieke ‘migranten media’ (Madianou & Miller 2012). De opkomst van mobiele telefoons en goedkope mobiele abonnementen werd ook wel het bindmiddel van transnationale contacten genoemd (Vertovec 2004; Horst 2006). De afgelopen jaren heeft deze trend zich voortgezet in het gebruik van smartphones (Madianou 2014). Migranten hebben verschillende mogelijkheden om transnationale banden te onderhouden, afhankelijk van toegang tot en bekwaamheid in het gebruik van verschillende communicatiemiddelen (Diminescu 2008). In de woorden van Nedelcu (2012) ontwikkelen zij daarmee een ‘transnationale habitus’.

In de literatuur over sociale media en migratie staan vier met elkaar samenhangende thema's centraal die voor dit onderzoek belangrijk zijn: (1) sociale media als informatiebron, (2) sociale media en feedback, (3) de relatie tussen sociale media en sociale netwerken, (4) en de invloed van sociale media op migratieaspiraties (vgl. ook McGregor en Siegel 2013). We gaan kort op deze thema's in.

Informatiebron
Gemedieerde informatie over migratie en leven in verschillende bestemmingslanden van migratie is relevant bij migratiebesluitvorming van potentiële migranten. Dit geldt ook voor informatie die gedeeld wordt via sociale media (Hiller & Franz 2004). Uit de recente studie *Beyond Networks. Feedback in International Migration* (Bakewell et. al. 2016) blijkt dat gearriveerde migranten in West-Europa op grote schaal gebruik maken van sociale media om informatie over hun nieuwe leven te delen met anderen in het land van herkomst: 43,9% van de migranten uit het onderzoek gaf aan dit te doen (zie ook Dekker et al. 2015). Dit betekent dat sociale media een nieuwe bron van informatie voor potentiële migranten zijn.

De informatie die in sociale media circuleert is veelal van een andere aard dan wat via officiële kanalen van overheden en de massamedia wordt gecommuniceerd. Vaak is informatie gebaseerd op persoonlijke ervaring en zeer actueel. De laatste tips over migratieroutes en ook mogelijkheden om als irreguliere migrant West-Europa te bereiken worden uitgewisseld. Het maakt migranten ‘street wise’ (Dekker & Engbersen 2014). Het onderzoek van Burrell en Anderson (2008) laat daarbij zien dat migranten niet alleen vanuit hun

herkomstland, maar ook vanuit transit-locaties ICT gebruiken om mogelijkheden om verder te migreren te onderzoeken. Tegelijkertijd is de herkomst van online informatie die verkregen wordt via sociale media niet altijd duidelijk. Migranten beschrijven voorbeelden van onjuiste of misleidende informatie (Dekker & Engbersen 2014). Zeker voor asielmigranten die zich in een kwetsbare situatie bevinden is het belangrijk dat informatie als 'trusted information' beoordeeld wordt (Hagen-Zanker & Mallett, 2016). Bekendheid met de afzender van de informatie via interpersoonlijke netwerken is hierbij een belangrijke factor (Tilly 2007; Hagen-Zanker & Mallett, 2016).

Sociale media en feedback: migratie stimuleren en ontmoedigen
Onderzoek wijst ook uit dat sociale media een duale rol vervullen. Naast informatie en contacten die het makkelijker maken om de reis te organiseren en om een leven in een nieuw land te starten, weerhouden sommige contacten en informatie op sociale media potentiële migranten er ook van om te migreren. Er zijn twee functies van sociale media te onderscheiden: (1) ze kunnen migratie stimuleren en faciliteren (*migration-facilitating*); en (2) ze kunnen migratie ondermijnen en ontmoedigen (*migration-undermining*) (Bakewell et al. 2016). In het geval van *migration-facilitating* informatie gaat het om beelden en verhalen die het leven in de bestemming er aantrekkelijk uit doen zien. Ook gaat het hierbij om het delen van tips en ervaringen als hulp bij migratie en vestiging in het bestemmingsland. Bij *migration-undermining* informatie gaat het bijvoorbeeld over informatie die wijst op de gevaren van migratie of over de beperkte kansen op de arbeidsmarkt in het land van bestemming. Ook zijn migranten zich bewust dat sommige informatie op internet onbetrouwbaar is. Het blijft onduidelijk of beloftes die gedaan worden bewaarheid worden.

Sociale netwerken
Sociale media zijn niet alleen een nieuwe informatiebron en communicatiemiddel, maar kunnen ook verandering brengen in de sociale netwerken waarbinnen deze informatie beschikbaar is (Dekker & Engbersen 2014). Omdat sociale media gekenmerkt worden door het delen van user generated content op 'many-to-many' basis maken ze persoonlijke informatie op grote schaal beschikbaar. Ook zijn sociale media vaak georganiseerd aan de hand van bepaalde 'communities of interest' ofwel groepen met gedeelde ervaringen of interesses (Haythornethwaite 2005:140; Boyd & Ellison 2008:219). Deze bestaan mogelijk niet alleen uit bestaande contacten, maar bevatten ook 'latent ties' waarmee men via de infrastructuur van sociale media in contact kan komen. Men kan bijvoorbeeld via sociale media gericht contact leggen met gearriveerde migranten die men nog niet kent in het beoogde land van herkomst.

Niettemin laat onderzoek zien dat sociale media vooral worden gebruikt om contacten te onderhouden met mensen waar men al zwakke of sterke bindingen mee heeft. In dit verband wordt ook gesproken van het mechanisme van *communicerende vaten*: uitgebreide migrantennetwerken gaan hand in

hand met veelvuldig gebruik van sociale media (Engbersen et. al. 2016). Wie weinig contact heeft in West-Europa, maakt niet vaker gebruik van sociale media. Onderzoek laat daarmee zien dat sociale media vaak geen vervanging zijn, maar *complementair* zijn aan traditionele informatiebronnen en bestaande contacten (Dekker et al. 2015).

Gearriveerde migranten die via sociale media informatie delen met achterblijvers in het herkomstland kunnen drie rollen in het migratienetwerk vervullen. De eerste rol is die van *bruggenhoofd* (Böcker 1994). Deze migranten faciliteren de komst van nieuwe migranten, bijvoorbeeld door strategische informatie door te geven, hulp te bieden voor het verkrijgen van een verblijfsstatus, geld voor de overkomst, het verkrijgen van huisvesting en het vinden van een baan. De tweede rol is die van *gatekeeper*: Migranten helpen niet iedere potentiële migrant uit het herkomstland, maar zijn selectief. Ze ondersteunen bijvoorbeeld directe familieleden of migranten waarvan men weet dat zij zich in het nieuwe bestemmingsland zelfstandig kunnen redden. Anderen die verder van hen afstaan of van wie zij inschatten dat het leven niet verbetert in het bestemmingsland, raden zij af om te migreren of weigeren zij hulp. Ten slotte is er de rol van *gatecloser*: Gevestigde migranten die potentiële migranten weigeren te helpen met de overkomst en vestiging in het nieuwe land, of adviseren nadrukkelijk niet te komen vanwege de slechte condities in het bestemmingsland, bijvoorbeeld door strenge migratieregels en slechte vooruitzichten op de arbeidsmarkt (Snel. et al. 2016; Engbersen et al. 2016).

Migratieaspiraties

Sociale media hebben geen eigenstandig effect op migratie-aspiraties (Dekker et al. 2015). Wel spelen ze een belangrijke rol in het bijsturen van bestaande migratieplannen (Moon et al. 2010; Vilhelmson & Thulin 2013; Thulin & Vilhelmson 2014; Dekker et al. 2015). Mensen met de ambitie naar West-Europa te migreren maken bijvoorbeeld vaker gebruik van sociale media in contacten met mensen aldaar, dan mensen in herkomstlanden die geen ambitie hebben om te migreren (Dekker et al. 2015; Bakewell et al. 2016).

Tot slot

In de voorgaande paragraaf is betoogd dat er sprake is van grootschalig gebruik van sociale media door (potentiële) migranten. Dit betekent niet vanzelfsprekend dat de drempel om te migreren wordt verlaagd en dat meer (asiel)migranten naar West-Europa zullen. Ten eerste bestaan er voor asielmigranten beperkingen in de toegang en het gebruik van sociale media. Recent onderzoek onder Syrische asielmigranten in een vluchtelingenkamp in Jordanië laat zien dat zij obstakels in toegang tot internet en onzekerheid over de betrouwbaarheid van informatie ervaren. Ook waren zij soms huiverig om bepaalde informatie te delen omdat zij verwachtten dat de Syrische overheid mee zou lezen (Wall et al. 2015). En ten tweede impliceert toegang tot sociale media geenszins dat het aanzet tot migratie: de informatie die men verkrijgt of

de feedback die men krijgt via migrantennetwerken, kan migratie juist ook ontmoedigen.

Er is echter weinig onderzoek gedaan naar sociale media gebruik door asielmigranten. Er bestaat dus een behoefte aan wetenschappelijk onderzoek naar hoe asielmigranten sociale media raadplegen bij migratiebesluitvorming, welke informatie en contacten via sociale media gevonden worden en hoe deze meespelen in migratiebesluitvorming. Ook weten we nog weinig over welke rollen gearriveerde asielmigranten vervullen in het delen van informatie via sociale media naar anderen in het herkomstland. Dit onderzoek beoogt hier meer inzicht in te verkrijgen.

3 METHODEN

Het onderzoek bestaat uit semigestructureerde face-to-face interviews met Syrische statushouders die recent naar Nederland zijn gekomen. In dit hoofdstuk wordt de gehanteerde onderzoeksmethode nader toegelicht. Achtereenvolgens komen de locaties, de werving, de achtergrondkenmerken van de respondenten, de wijze van interviewen en de aanpak van de analyse aan bod.

3.1.1 Werving van respondenten

Voor het werven van respondenten is allereerst medewerking voor het onderzoek gevraagd aan het Centraal Orgaan opvang asielzoekers (COA). Het COA verleende dit graag en heeft deze vraag vervolgens neergelegd bij locatiemanagers van locaties in Utrecht en Zuid-Holland. Drie locaties (Wassenaar, Utrecht en Zeist) hebben positief op deze oproep gereageerd. Om de last per asielzoekerscentrum (azc) te verminderen, was het wenselijk om nog minstens één extra azc bij het onderzoek te betrekken. Het COA heeft daarom een verzoek verstuurd naar de locatiemanagers van asielzoekerscentra in het oosten van het land. Eén azc verleende medewerking aan het onderzoek, maar heeft zich vanwege drukte uiteindelijk teruggetrokken. Na een herhaalde oproep vanuit het COA heeft azc Aalten medewerking verleend aan het onderzoek.

De interviews met de respondenten zijn gehouden op vier verschillende asielzoekerscentra, verspreid over het land. De veldwerkperiode heeft plaatsgevonden in de periode van eind februari tot eind maart. Achtereenvolgens zijn de interviews afgenomen op asielzoekerscentra in Wassenaar, Utrecht, Zeist en Aalten.

Met de locatiemanagers van de vier azc's zijn vervolgens afspraken gemaakt over het werven van respondenten. Deze vier locatiemanagers hebben het werven van de respondenten allen uitbesteed aan programmabegeleiders van de betreffende azc's. Deze programmabegeleiders hebben op basis van gegeven criteria (geslacht, leeftijd en opleidingsniveau), bewoners uitgenodigd voor het onderzoek. Deze criteria waren bedoeld om een heterogene steekproef te verkrijgen op persoonskenmerken, literatuur over de 'digital divide' laat namelijk zien dat internet-toegang en -gebruik verschilt naargelang deze demografische kenmerken (Hargittai 2010). Door te variëren op deze kenmerken konden we een breed beeld verkrijgen van het sociale mediagebruik door Syrische asielmigranten. Het doel was niet om een representatieve steekproef te krijgen, maar om voldoende variatie van respondenten te krijgen. Om deze reden is gebruik gemaakt van de methode

van ‘purposive sampling’, daarbij wordt een steekproef getrokken op basis van het oordeel van de onderzoekers.

Behalve de verdeling naar demografische kenmerken zijn nog twee andere aspecten meegenomen bij de selectie van respondenten. Ten eerste zijn uitsluitend respondenten die recent een status hebben gekregen geselecteerd. Zij kunnen namelijk meer in vrijheid vertellen over hun vlucht en de rol van sociale media daarbij, dan asielzoekers die nog geen status hebben gekregen. De focus op recente statushouders bevordert de bereidheid tot deelname aan het onderzoek en verkleint het risico op sociaal wenselijke antwoorden.

Daarnaast werd beoogd alleen respondenten te selecteren die als eerste aanvrager naar Nederland zijn gekomen en dus geen nareizende gezinsleden. Het gaat hier dus uitsluitend om degenen die zelf een asielaanvraag hebben ingediend. Nareizigers zijn in dit verband degenen die via gezinshereniging in Nederland terecht zijn gekomen. Nareizigers zijn in eerste instantie niet geselecteerd, want voor de nareizende familieleden geldt immers dat hun familielid in de meeste gevallen de belangrijkste informatiebron voor het migratieproces is. Het bevragen van deze respondenten zou een ander beeld opleveren van het belang van sociale media[4].

De respondenten ontvingen een waardebon van 15 euro als dank voor deelname aan het onderzoek.

3.1.2 Kenmerken van steekproef respondenten

Om een goed beeld te krijgen van de rol van sociale media voorafgaand, tijdens en na de vlucht, zijn interviews afgenomen met respondenten met verschillende achtergrondkenmerken. De kenmerken van deze verkregen steekproef worden hieronder besproken, nadat kort is toegelicht wat de demografische kenmerken zijn van de totale groep Syrische asielzoekers die in 2015 in Nederland een asielverzoek deed.

47% van het totale aantal asielverzoeken in Nederland in 2015 werd gedaan door Syrische asielmigranten (IND 2015: 4). In totaal werden in 2015 18.670 eerste aanvragen voor asiel en 8.980 aanvragen voor nareis ingediend door Syriërs (tabel 3.1). Nareizigers zijn naaste familieleden van vergunninghouders die Nederland zijn binnen gereisd (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2016). Bijna vier keer zoveel mannen als vrouwen hebben een eerste asielverzoek ingediend (zie tabel 3.1). In tegenstelling tot de eerste aanvragers, bestaat de groep nareizigers uit meer vrouwen dan mannen. Daarnaast is de groep nareizigers op dit moment meer dan twee keer zo klein als de groep eerste aanvragers.

[4] Uiteindelijk zijn er wel drie gezinsherenigers geïnterviewd, dit in verband met het lastig bereiken van vrouwelijke respondenten. In hoofdstuk 4 en 5 wordt belicht hoe hun sociale mediagebruik verschilt van dat van eerste aanvragers.

Tabel 3.1 Aantal eerste asielverzoeken en nareisverzoeken van Syrische asielmigranten Nederland in 2015

	Eerste asielverzoeken	Nareizigers
Mannen totaal	14.790	3.445
Mannen (jonger dan 18 jaar)	*2.870*	*2.930*
Mannen (ouder dan 18 jaar)	*11.920*	*515*
Vrouwen totaal	3.880	5.535
Vrouwen Jonger dan 18 jaar	*1.155*	*2.645*
Vrouwen ouder dan 18 jaar	*2.725*	*2.890*
Mannen en vrouwen Totaal	18.670	8.980

Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek (2016)

In totaal zijn 54 Syrische statushouders geïnterviewd. De meesten van hen zijn in 2015 naar Nederland gekomen. De respondenten behoren allen, uitgezonderd drie gezinsherenigers, tot de doelgroep van eerste aanvragers.

Tabel 3.2 Demografische kenmerken (n=54)

Geslacht	Respons
Vrouw	14
Man	40
Leeftijdscategorie	**Respons**
18-40 jaar	35
Ouder dan 40	19
Opleidingsniveau	**Respons**
Lager opgeleid	12
Middelbaar opgeleid	20
Hoger opgeleid	22
Lengte verblijf in Nederland (maanden)	**Respons**
0 - 2	3
>2 - 4	7
>4 - 6	16
>6 - 8	25
>8 - 10	3

In tabel 3.2 is te zien dat onze steekproef voor ongeveer een kwart (14) uit vrouwen bestaat en voor driekwart (40) uit mannen. Dit is inclusief de drie vrouwelijke gezinsherenigers. De groep respondenten bestaat voor het grootste gedeelte (35) uit 18-40 jarigen. Verder bestaat de grootste groep uit hoger opgeleiden (22) (hoger beroepsonderwijs/universiteit), een bijna even grote groep bestaat uit middelbaar opgeleiden (20) (hoger secundair onderwijs en middelbaar beroepsonderwijs), en twaalf respondenten zijn lager opgeleid (=< basisonderwijs, lager secundair onderwijs).

In tabel 3.2 wordt eveneens weergegeven dat de grootste groep respondenten (25) tussen de 6-8 maanden in Nederland verblijft (ten tijde van het interview). Bijna een derde van de groep respondenten (16) verblijft tussen de 4-6 maanden in Nederland. Slechts een aantal respondenten verbleef op het moment van het interview korter dan 2 maanden of juist langer dan 8 maanden in Nederland.

De non-respons is niet exact geregistreerd door de programmabegeleiders van de azc's. Wel kunnen we enkele algemene trends beschrijven. In AZC Wassenaar hebben ongeveer 12 Syrische statushouders geweigerd om mee te doen aan het onderzoek. Dit waren alleen mannen, maar op deze locatie bestond de doelgroep ook voor 90% uit mannen. In eerste instantie werd niets vermeld over de tegoedbon die de deelnemers zouden krijgen. Op het moment dat dit wel vermeld werd, waren de respondenten makkelijker te motiveren om mee te doen. Daarnaast wilden sommige asielmigranten niet

meedoen aan het onderzoek, omdat ze bang waren dat ze veel details over de reis zouden moeten geven. In Utrecht en in Zeist waren er slechts een paar asielmigranten die niet mee wilden doen aan het onderzoek, en dat waren voornamelijk vrouwen. Tot slot heeft in Aalten de programmabegeleider een selectie gemaakt aan de hand van de gegeven criteria (voorkeur voor vrouwen) en heeft geen enkele bewoner geweigerd mee te doen aan het onderzoek.

Met de respons hebben we, hoewel dit onderzoek niet streeft naar statistische generaliseerbaarheid, een goede spreiding weten te realiseren over - in het kader van dit onderzoek - relevante kenmerken van de groep Syrische asielmigranten.

3.1.3 Wijze van interviewen

Er is een semigestructureerde vragenlijst opgesteld, waarvan iets meer dan de helft van de vragen gestructureerde antwoordcategorieën kent (leidend tot kwantitatieve gegevens) en de andere helft met open vragen (leidend tot kwalitatieve gegevens). Ook was er ruimte voor de respondent om aanvullende vragen of opmerkingen in te brengen tijdens het gesprek.

De vragenlijst kende bewust een brede benadering van het gebruik van verschillende media als informatiebronnen over migratie naar en asiel in West-Europa. In vervolgvragen is verder ingezoomd op het gebruik van sociale media specifiek. We hebben de respondenten ondervraagd over het gebruik van 'internet' in het algemeen omdat het verschil tussen sociale media en Web 1.0 toepassingen niet altijd evident is en zoektermen op verschillende plekken op het internet worden gebruikt.

De vragenlijst is mede op basis van ervaring uit het onderzoek *Theorizing the Evaluation of European Migration Systems (THEMIS)* ontwikkeld. De opgestelde vragenlijst is vervolgens schriftelijk voorgelegd aan de leden van de begeleidingscommissie met het verzoek om commentaar. Het commentaar is verwerkt in de conceptvragenlijst. Vervolgens is de vragenlijst in de praktijk getest. Na drie interviews is gekeken naar de begrijpelijkheid, gevoelige onderwerpen en eventuele ethische kwesties, de volgorde van de afzonderlijke vragen en de totale gespreksduur. Vervolgens zijn nog enkele wijzigingen doorgevoerd. De definitieve vragenlijst is vertaald naar het Engels en Arabisch.

De interviews vonden allemaal plaats in een aparte kamer die zich bevond op het terrein van het desbetreffende azc. De interviews duurden elk 45-60 minuten en bijna alle respondenten gaven toestemming het interview op te laten nemen. In hoofdstuk 4 wordt zichtbaar dat niet elke respondent alle vragen heeft beantwoord, dit heeft te maken met de routing van de vragenlijst. Vandaar dat het aantal respondenten (n) niet bij elke tabel 54 is.

De interviews zijn, met behulp van een tolk, in het Arabisch gevoerd. De 54 interviews zijn verdeeld onder vier verschillende tolken, allen afkomstig uit Syrië. De tolken zijn benaderd om aan dit onderzoek mee te werken via de Stichting voor Vluchteling-Studenten UAF en ze zijn dus zelf ook als asielmigrant naar Nederland gekomen. Het waren drie mannelijke en één vrouwelijke tolk en allen waren reeds actief als tolk bij het COA of bij Vluchtelingenwerk. De tolken beschikten alle vier over een verblijfsvergunning.

Dat de tolken eveneens afkomstig waren uit Syrië, zorgde voor een ontspannen sfeer tijdens het interview. De tolk stelde aan het begin van elk interview de respondent op zijn/haar gemak door middel van enkele vragen over bijvoorbeeld de geboorteplaats. Hierdoor had geen enkele respondent moeite om halverwege het interview ook meer gevoelige vragen te beantwoorden over bijvoorbeeld het gebruik van een smokkelaar. Ondanks de vertrouwde sfeer, heeft sociale wenselijkheid wellicht toch een rol gespeeld bij het beantwoorden van bepaalde vragen, zoals bijvoorbeeld de vraag naar de keuze van Nederland als bestemmingsland.

Tijdens de interviews zijn respondenten gevraagd naar gebruikte zoektermen (bijvoorbeeld in Google) voorafgaand en tijdens de vlucht. Deze zoektermen zijn ter plekke door de tolk in het Arabisch opgeschreven en na het interview in Microsoft Word ingevoerd, inclusief de bijbehorende Nederlandse vertaling. De door de tolk opgeschreven zoektermen zijn vervolgens niet gecontroleerd door de respondent. Deze zoektermenlijst is later vertaald door een Arabisch sprekende expert. Eveneens moet benoemd worden dat de vraag naar zoektermen een lastige vraag is, aangezien respondenten in retrospectief moesten bedenken wat voor zoektermen ze voorafgaand en tijdens de vlucht hebben gebruikt. Niet elke respondent kon de exact gebruikte zoekterm reproduceren.

3.1.4 Analyse

De uitkomsten van de interviews zijn vervolgens verwerkt in Excel en ingelezen in SPSS. Hiermee kon de kwalitatieve en kwantitatieve informatie op een snelle en gestructureerde wijze worden geordend en geanalyseerd. Er zijn analyses gemaakt naar fases in het migratieproces (voor de vlucht, tijdens vlucht en na aankomst) en naar onderscheiden demografische kenmerken (geslacht, leeftijd, opleidingsniveau). In de meeste gevallen waren er geen verschillen te zien in het gebruik van sociale media, wanneer deze gekruist werden met de achtergrondkenmerken van de respondenten. Wanneer deze verschillen wel aanwezig waren, zijn deze benoemd. Dat er weinig verschillen gevonden zijn, wordt (waarschijnlijk) voornamelijk veroorzaakt door het beperkte aantal interviews. De uitkomsten van de analyses zijn te lezen in het volgende hoofdstuk.

4 DE ROL VAN SOCIALE MEDIA IN HET MIGRATIEPROCES VAN SYRISCHE ASIELMIGRANTEN NAAR NEDERLAND

In dit hoofdstuk staan de bevindingen vanuit de interviews onder 54 Syrische statushouders centraal. Deze 54 respondenten zijn bevraagd over hun gebruik van sociale media voorafgaand, tijdens en na de vlucht naar Nederland. Allereerst wordt in paragraaf 4.1 de context geschetst van hoe respondenten in Nederland terecht zijn gekomen. Paragraaf 4.2 beschrijft de beschikbare informatiebronnen voorafgaand en tijdens de reis. In paragraaf 4.3 staat het gebruik van internet (voorafgaand en tijdens de reis) centraal. In paragraaf 4.4 wordt de rol van online informatie en contacten in het migratieproces beschreven en in paragraaf 4.5 komt aan bod hoe respondenten contact onderhouden met achterblijvers in Syrië. Tot slot eindigt het hoofdstuk met een korte samenvatting.

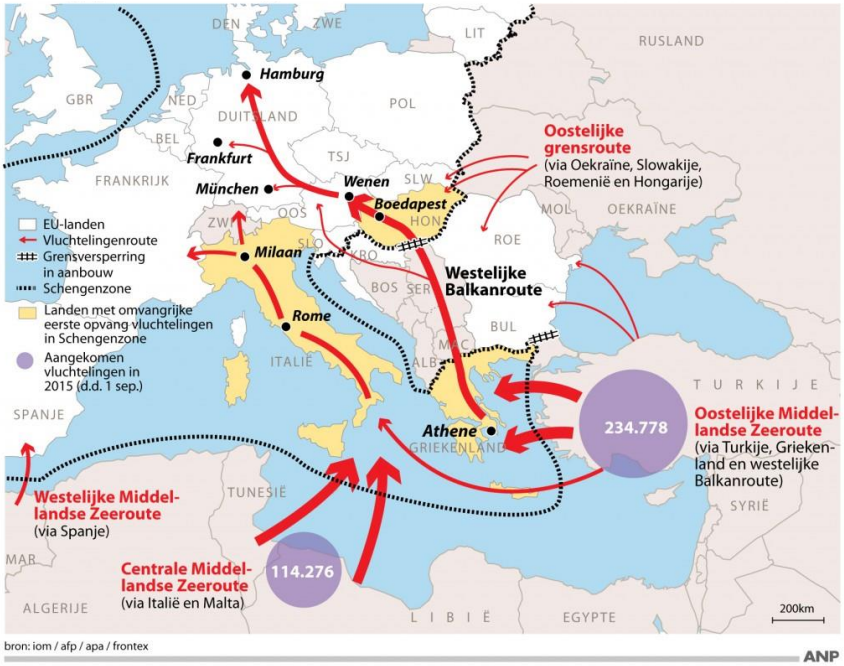
4.1 De reis naar Nederland

In onderstaande paragraaf wordt de context geschetst van hoe respondenten in Nederland terecht zijn gekomen. Achtereenvolgens worden de route, de gebruikte vervoersmiddelen, de reisduur, de gekozen eindbestemming en de voorbereiding op Nederland als eindbestemming beschreven.

4.1.1 De route

De overgrote meerderheid van onze respondenten (90%) is in 2015 naar Nederland gevlucht. De routes van de respondenten uit dit onderzoek lijken veel op wat bekend is over de belangrijkste vluchtroutes in de zomer en het najaar van 2015 (zie ook figuur 4.1). De meest gebruikte route door de respondenten is de zogeheten Balkan route. De meerderheid van de asielmigranten vertrok vanuit Syrië naar Turkije of reisde via Libanon naar Turkije. In Turkije vertrokken ze vanaf de kustplaats Izmir of Bodrum per boot naar een Grieks eiland (van Bodrum naar Kos, van Izmir naar Lesbos of Chios). Vanuit deze eilanden reisden ze naar Athene met een schip. Vanuit Athene vervolgden ze hun route naar Macedonië en naar Servië.

Figuur 4.1 Belangrijkste routes asielmigratie t/m 01-09-2015 (IOM/AFP/APA/Frontex)



Vanuit Servië is een deel van de respondenten via Kroatië, Slovenië, Oostenrijk en Duitsland gereisd met als eindbestemming Nederland. Een ander deel is vanuit Servië via Hongarije naar Oostenrijk, Duitsland naar Nederland gekomen. Sinds het vluchtelingenakkoord dat de EU met Turkije sloot in maart 2016 is het aantal asielmigranten dat via de Balkanroute naar West Europa komt sterk gedaald. Asielmigranten die later naar West Europa zijn gereisd, zullen meestal gebruik hebben gemaakt van andere routes.

Sommige van onze respondenten hebben een andere route genomen. Eén van onze respondenten reisde via Macedonië, Servië en Hongarije door naar Slovenië. Op de grens van Hongarije met Slovenië bleef de respondent steken, vervolgens ging hij terug naar Budapest om via Oostenrijk en Duitsland (München) naar Nederland te reizen.

Een andere respondent is eerst vanuit Macedonië en Servië naar Hongarije gereisd, om vervolgens via Kroatië, Slovenië, Oostenrijk en Duitsland naar Nederland te komen. Eén respondent is vanuit Turkije met een boot naar Bulgarije gegaan, om vervolgens via Servië en Hongarije de bekende route te volgen. Nog weer een andere respondent zegt dat hij direct vanuit Turkije per vrachtwagen naar Nederland is gereisd. De exacte route wist hij niet te benoemen, aangezien hij vanuit de vrachtwagen geen zicht had op de weg.

De drie vrouwelijke gezinsherenigers zijn met het vliegtuig naar Nederland gekomen. Eén vrouw reisde vanuit Damascus naar Beirut om vervolgens met het vliegtuig naar Amsterdam te komen (met een tussenstop in Cairo). Een andere vrouw reisde via Libanon naar Egypte om daar een tijdje te wonen, en om vervolgens ook met het vliegtuig naar Nederland te reizen. De derde

gezinshereniger reisde met het vliegtuig direct vanuit Libanon naar Nederland. Afgezien van deze gezinsherenigers, is er één vrouwelijke respondent die een andere route dan de Balkanroute heeft gevolgd. Zij reisde namelijk via de Centrale Middellandse Zeeroute; vanuit Turkije ging ze via Libië met de boot naar Italië, om vervolgens via Milaan naar het noorden te reizen.

4.1.2 Vervoersmiddelen

Bijna alle respondenten hebben een gedeelte van de reis afgelegd per boot (zie tabel 4.1). De enige uitzonderingen zijn de drie vrouwelijke gezinsherenigers en één respondent die met de vrachtwagen vanuit Turkije naar Nederland is gekomen. Doorgaans gebruikten respondenten de boot om vanuit Turkije naar Griekenland te gaan, een paar respondenten zijn ook van Libanon naar Turkije met de boot gereisd en één respondent is per boot vanuit Turkije naar Italië gevaren.

Iets minder dan de helft van de respondenten (42%) maakte tijdens de reis gebruik van bussen en treinen en een bijna even groot aandeel (39%) maakte gebruik van taxi's of auto's (van bijvoorbeeld kennissen of van smokkelaars). Daarnaast legden sommigen een deel van de reis ook te voet af, voornamelijk in de gevaarlijke grensgebieden.

Tabel 4.1 Gebruik van vervoersmiddelen (n=54, meerdere antwoorden mogelijk)

Vervoersmiddel	%
Boot	93
Bussen en treinen	42
Taxi's/auto's	39
Met vrachtwagen	33
- *Vanuit Griekenland*	*20*
- *Vanuit Macedonië/Servië*	*13*
Vliegtuig	13

Zoals ook in tabel 4.1 is te zien, reisde een vijfde van de respondenten direct vanuit Griekenland met de vrachtwagen naar Nederland. Nog eens 13% reisde vanuit Griekenland eerst door naar Macedonië of Servië met treinen/bussen en te voet om vervolgens met de vrachtwagen naar Nederland te komen.

In totaal is 13% van de respondenten met het vliegtuig naar Nederland gekomen. Zoals eerder benoemd zijn drie vrouwelijke gezinsherenigers met het vliegtuig vanuit Libanon naar Nederland gereisd. Daarnaast zijn er nog vier andere respondenten die de reis voor het grootste deel hebben afgelegd met het vliegtuig. Drie van hen zijn vanuit Athene naar Amsterdam gevlogen en de andere respondent reisde via Turkije naar Amsterdam. Drie van hen hebben

een vals paspoort laten maken, de vierde respondent reisde op uitnodiging van Nederland.

4.1.3 Reisduur

De gemiddelde reisduur van de respondenten bedraagt 21 dagen (zie tabel 4.2). De kortste reistijd is 1 dag (dit is één van de drie gezinsherenigers) en de respondent met de langste reisduur heeft er 60 dagen over gedaan (inclusief een lange tussenstop in Turkije).

Van de 30 respondenten die langer dan 15 dagen over de reis hebben gedaan, heeft 43% een tussenstop gehad in Libanon, Turkije of Griekenland. Deze tussenstop diende in de meeste gevallen om een goede smokkelaar te vinden, in een aantal gevallen om familie te bezoeken, hulp te ontvangen van hulporganisaties en in één geval vanwege een verblijf in detentie voor 15 dagen.

De gemiddelde reisduur van deze respondenten lijkt relatief kort, maar dat heeft te maken met de gehanteerde vraagstelling. Respondenten zijn bevraagd hoelang de reis duurde vanaf het moment dat ze hebben besloten dat ze naar Europa gingen vluchten. Het is dus mogelijk dat respondenten eerst vanuit Syrië naar Turkije zijn gevlucht met de hoop daar te kunnen blijven en pas in Turkije hebben besloten om toch naar Europa te reizen. In dit geval is uitgegaan van de reisduur van Turkije tot Nederland.

Tabel 4.2 Reisduur van respondenten in dagen (n=53)

Reisduur in dagen	%
0-15	38
16-60	62
Totaal	*100*
Gemiddelde duur in dagen	21

4.1.4 Nederland als beoogde eindbestemming?

Voor 87% van de respondenten was Nederland de beoogde eindbestemming. Dit percentage is hoog en werd door ons niet verwacht gelet op het feit dat Nederland tot voor kort een kleine Syrische gemeenschap kende. Rond de eeuwwisseling woonden de meeste Syriërs in Twente (Hengelo en Enschede).[5] Daarbij gaat het vooral om Syriërs met een orthodox-christelijke achtergrond die in Twente een gemeenschap vormen met orthodoxe christenen van Turkse afkomst. De huidige instroom is echter veel diverser in termen van religieuze achtergrond. Daarbij gaat het om een sterk groeiende groep. Op 1 oktober 2015 stonden er 37 duizend Syriërs in Nederland

[5] Zie http://www.pharos.nl/documents/doc/factsheet-syrische-vluchtelingen.pdf.

ingeschreven als inwoner van een gemeente.[6] Dat is vergelijkbaar met het aandeel Amerikanen in de bevolking. Pioniermigratie van nieuwe groepen Syrische asielmigranten brengt *herd effects* ("kuddemigratie") en netwerkeffecten met zich mee, waardoor kettingmigratie ontstaat (Epstein 2008; Goldin et. al. 2010; Castles at. al. 2014). Onze respondenten volgden familieleden en landgenoten die in Nederland terecht zijn gekomen. Het hebben van familie of bekenden in Nederland is de meest genoemde reden voor Nederland als bestemmingsland. Dit wil overigens niet zeggen dat zij geen familie hebben in andere Europese landen, maar dit is niet gevraagd tijdens de interviews.

Eén respondent heeft expliciet voor Nederland gekozen vanwege de verwachting dat hij in Nederland een goede medische behandeling zou kunnen ontvangen.

Zeven respondenten hadden Nederland voorafgaand aan de reis niet als beoogde eindbestemming. Eén van hen besloot uiteindelijk wel kort voorafgaand aan de reis om naar Nederland te gaan.
Van de zeven respondenten hebben zes respondenten niet voorafgaand, maar tijdens de reis besloten om naar Nederland te komen. Eén respondent had Duitsland als eindbestemming, maar voelde zich slecht behandeld door de politie en heeft toen besloten om door te reizen naar Nederland. Twee andere respondenten wilden graag in Turkije blijven. Eén respondent vanwege de wens om terug te keren naar Syrië wanneer het beter zou gaan en de ander vanwege de aanwezigheid van familieleden aldaar. Deze respondent kon geen werk vinden in Turkije en heeft toen besloten om naar West Europa te vluchten. Hij had geen voorkeur voor een bepaald land, maar het valse paspoort dat hij ging gebruiken zou het best te gebruiken zijn als hij naar Amsterdam zou vliegen.

De overige drie respondenten wilden zo snel mogelijk uit Syrië vluchten en beschikten niet over genoeg tijd en informatie om een keus te maken voor de eindbestemming. Tijdens de reis hebben ze de definitieve keuze voor Nederland gemaakt óf deze keuze werd voor hen gemaakt. In het geval van één respondent werd de keuze gemaakt toen ze in Athene te horen kreeg dat Nederland haar wilde ontvangen. De twee andere respondenten hebben zelf tijdens de reis de keuze gemaakt voor hun eindbestemming. Eén van hen vertelt op basis waarvan hij deze keuze heeft gemaakt:

"Toen ik in Budapest was, wilde ik daar zo snel mogelijk weg. Ik wilde niet gevonden worden, in verband met de vingerafdrukken. Ik bleef 3 dagen in Budapest om te bedenken waar ik heen zou gaan. Ik gebruikte internet om te kijken waar ik heen kon, en wat een goede plek zou zijn voor mijn studie. Ik

[6] Zie: https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2015/44/groeiend-aantal-syriers-ingeschreven-bij-gemeenten. Zie ook: https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2016/20/meeste-immigranten-komen-nu-uit-syrie

heb toen de classificatie van universiteiten op een website gelezen en Nederland stond ergens aan de top van de lijsten. Vanaf dat moment heb ik veel gelezen over Nederland en uiteindelijk heb ik besloten om naar Nederland te gaan (hoogopgeleide man van 27 jaar)".

De andere respondent heeft in Oostenrijk besloten naar Nederland te gaan. Hij hoorde dat er in Nederland minder discriminatie zou zijn dan in Duitsland en besloot om die reden naar Nederland te gaan.

4.1.5 Voorbereiding op Nederland als eindbestemming

Internet is een belangrijke bron van informatie voor Syrische asielmigranten. De meeste respondenten (66%) hebben hun keuze voor Nederland gebaseerd op informatie die ze hebben verkregen via bestaande persoonlijke contacten. Het grootste gedeelte van deze groep ontving informatie over Nederland via familie, de overige respondenten ontvingen deze informatie via kennissen of vrienden[7]. Voor een derde van de groep respondenten was de informatie die ze via internet ontvingen (ofwel online contacten, ofwel online informatie) de basis voor het maken van hun keuze om naar Nederland te vluchten.

De vraag is vervolgens wat voor informatie deze persoonlijke contacten en sociale media hen te bieden had, waardoor ze gemotiveerd waren om naar Nederland te komen. Respondenten hebben op basis van verschillende soorten informatie besloten om naar Nederland te komen. Deze redenen kunnen worden ingedeeld in zes verschillende onderwerpen: de reputatie van Nederland als een tolerante samenleving waarin mensen gelijk worden behandeld, Nederland als veilig land, snelle asielprocedures, goede studie/werkmogelijkheden, goede medische voorzieningen en het hebben van persoonlijke contacten in Nederland.

Respondenten benoemen het vaakst (29 keer) dat ze hebben besloten om naar Nederland te komen vanwege positieve beeldvorming over Nederland (Nederland is een tolerante samenleving met weinig discriminatie, Nederlanders gaan goed om met vluchtelingen, en Nederland biedt toekomstmogelijkheden aan asielmigranten).

De snelle asielprocedures en de gunstige procedures voor gezinshereniging worden eveneens als reden benoemd (18 keer) waardoor respondenten voor Nederland hebben gekozen. In onderstaand citaat benoemt de jongeman meerdere redenen om voor Nederland te kiezen, maar de snelle procedures gaven de doorslag:

[7] 85% van de respondenten die informatie kreeg via familie en vrienden, gebruikte hiervoor sociale media. De overige 15% verkreeg deze informatie via face-to-face contact of via het gebruik van traditionele media (zoals de telefoon).

Mijn tante woont in Zweden, dus vandaar dat we (mijn moeder en ik) eerst naar Zweden wilden gaan, maar onderweg kregen we vaak te horen dat de procedures in Nederland sneller zouden zijn en ik wilde graag met het hele gezin herenigd worden, dus vandaar dat we uiteindelijk graag naar Nederland wilden gaan. Ik wilde ook graag doorgaan met mijn studie en Nederland zou goed zijn voor mijn toekomst. Ik had op internet gelezen dat de studie in Nederland goed geregeld is. Ik moest uiteindelijk kiezen tussen Zweden en Nederland (1e jaar universiteit, man van 20 jaar)".

Voor zestien respondenten geldt dat ze het liefste naar Nederland wilden migreren vanwege familie en/of vrienden die in Nederland woonachtig waren. Daarnaast wordt even vaak benoemd dat respondenten naar Nederland zijn gemigreerd op basis van de informatie dat Nederland een veilig land zou zijn (12 keer), óf dat er goede studie/werkmogelijkheden zouden zijn (12 keer). Een aantal respondenten zegt dat ze informatie hebben gekregen dat Nederland over goede medische voorzieningen zou beschikken (waar deze respondenten specifiek baat bij zouden hebben).

4.2 Beschikbare informatiebronnen voorafgaand en tijdens de reis

Hoe belangrijk is internet in vergelijking met andere bronnen van informatie? En hadden de respondenten voorafgaand en tijdens de reis toegang tot internet? Op deze vragen geeft onderstaande paragraaf antwoord.

4.2.1 Beschikbare informatiebronnen voorafgaand aan reis

Voorafgaand aan het vertrek had de meerderheid van de respondenten toegang tot informatie via persoonlijke contacten (zie tabel 4.3). Onder de 40 plussers is dit aantal percentueel gezien nog hoger (N=30, 95%) dan onder de 18-40 jarigen (N=18, 86%). Respondenten gebruiken verschillende middelen om informatie te verkrijgen van hun persoonlijke contacten. Sociale media (gebruikt voor communicatie met bestaande contacten) spelen hierin een zeer belangrijke rol. Meer dan tachtig procent van de respondenten die informatie via persoonlijke contacten beschikbaar had, had via *sociale media* contact met familie en/of vrienden die in Nederland of in een ander Europees land woonachtig zijn. Vijftien procent verkreeg de informatie uitsluitend via *face-to-face* contact met vrienden en/of familie. Een klein deel (4%) had toegang tot informatie via *zowel face-to-face als sociale media* contact met familie en/of vrienden.

Tabel 4.3 Beschikbare informatiebronnen voorafgaand aan de reis (n=54, meerdere antwoorden mogelijk)

Beschikbare informatiebronnen	18-40 jarigen (n=35)	> 40 jarigen (n=19)
1. Informatie via persoonlijke contacten	30	18

	(familie, bekenden, contacten met overheden of organisaties)[8]		
2.	Informatie via traditionele massamedia: kranten[9], televisie, radio	1	5
3.	Informatie en contacten beschikbaar via internet (bestaande contacten, onbekenden, sites van overheden of organisaties)	34	17

Veel minder respondenten beschikten over informatie via traditionele massamedia. Sommige hadden wel beschikking tot massamedia, maar hebben dit niet gebruikt voorafgaand aan vertrek.

Ten slotte had de overgrote meerderheid van de respondenten toegang tot informatie via internet. Deze groep respondenten heeft onder andere gebruik gemaakt van 'Web 1.0' sites (online informatie op basis van 'one-to-many', zoals websites die men via Google heeft gevonden) en van online contacten via sociale media (informatie op 'many-to-many' basis, zoals Facebookgroepen). Zoals ook eerder is vermeld (noot 10), bestaat er enige overlap tussen informatiebron 1 en 3 (tabel 4.3). Een klein deel van de groep respondenten die informatie en contacten beschikbaar hadden via internet (informatiebron 3), bestaat uit respondenten die uitsluitend gebruik hebben gemaakt van sociale media om informatie te verkrijgen via online contacten ('one-to-one').

Het aantal respondenten dat toegang had tot informatie via internet is hoog, zeker in vergelijking met traditionele massamedia als informatiebron. In tegenstelling tot de andere twee informatiebronnen (persoonlijke contacten en massamedia) is het percentage dat toegang had tot informatie via internet iets groter onder de groep 18-40 jarigen dan onder de groep respondenten van ouder dan veertig (respectievelijk 97% en 89%).

Meest gebruikte informatiebron voorafgaand aan de reis

In tabel 4.4[10] is duidelijk te zien dat geen enkele respondent veel gebruik heeft gemaakt van traditionele massamedia en dat bestaande persoonlijke contacten de belangrijkste bron van informatie blijven voor statushouders.

[8] Er zit enige overlap tussen informatiebron 1 en 3 (zie tabel 4.3). Wanneer respondenten voorafgaand aan vertrek beschikten over *informatie via persoonlijke contacten*, ongeacht de wijze van communiceren (face-to-face, via de telefoon of via internet), dan behoren ze tot de eerste categorie. Als respondenten voorafgaand aan vertrek over *informatie via internet* (zoals Google, Facebook, websites) beschikten, dan vielen ze onder categorie 3. Een *klein deel* van de groep in categorie 3 beschikte echter uitsluitend over contacten in Europa via internet (contacten op 'one-to-one' basis, categorie 1) en had verder geen beschikking over andere informatie of contacten via internet (categorie 3). Overigens beschikte de meerderheid van categorie 3 wel over informatie via internet (zoals Google, websites of Facebook).

[9] Kranten kunnen wel via internet geraadpleegd worden, maar behoren via de gehanteerde definitie tot traditionele media. Of respondenten kranten ook via internet hebben gelezen, is niet bekend.

[10] In de categorieën 2 en 4 van tabel 4.4 bestaat dezelfde overlap als in de categorieën 1 en 3 in tabel 4.3.

Opvallend is wel dat jongere statushouders meer gebruikmaken van internet dan de groep oudere statushouders (8 tegenover 2 respondenten; 24% tegenover 12%) en mannen meer dan vrouwen (9 tegenover 1; 24% tegenover 8%). Relatief gezien maakten meer hoger opgeleiden gebruik van informatie via internet dan lager opgeleiden (respectievelijk 6 en 0 respondenten).

Tabel 4.4 Meest gebruikte bron voorafgaand aan de reis? (n=51)

Informatiebron	18-40 jarigen	> 40 jarigen	Lager opgeleiden	Middelbaar opgeleiden	Hoger opgeleiden	Mannen	Vrouwen
Van alle bronnen evenveel	8	4	2	4	6	7	5
Vooral van persoonlijke contacten	18	11	9	11	9	22	7
Vooral van traditionele massamedia	0	0	0	0	0	0	0
Vooral van informatie via internet	8	2	0	4	6	9	1
Totaal	*34*	*17*	*11*	*19*	*21*	*38*	*13*

4.2.2 Beschikbare informatie tijdens de reis

Beschikbare informatiebron tijdens de reis

Tijdens de reis (zie tabel 4.5) had de meerderheid van de statushouders evenals voorafgaand aan de reis beschikking over informatie via persoonlijke contacten (zowel via telefoon als via sociale media). Een kleiner deel van de respondenten beschikte tijdens de reis over informatie via massamedia. De overgrote meerderheid beschikte tijdens de reis over informatie en contacten via internet, net als voorafgaand aan de reis[11]. Daarnaast is het opvallend dat de verschillen die er zijn tussen leeftijdscategorieën in gebruik van informatiebronnen voorafgaand aan de reis, tijdens de reis wegvallen.

Tabel 4.5 Beschikbare informatiebronnen tijdens de reis (n=51, meerdere antwoorden mogelijk)

Beschikbare informatiebronnen	18-40 jarigen (n=35)	> 40 jarigen (n=16)
1. Informatie via persoonlijke contacten (familie, bekenden, contacten met overheden of organisaties)	27	13
2. Informatie via traditionele massamedia: kranten, televisie,	1	0

[11] In de categorieën 1 en 3 van tabel 4.5 bestaat dezelfde overlap als in de categorieën 1 en 3 in tabel 4.3.

	radio		
3.	Informatie en contacten beschikbaar via internet (bestaande contacten, onbekenden, sites van overheden of organisaties)	32	15

De meerderheid van de respondenten kreeg na vertrek uit Syrië behoefte aan nieuwe (of meer recente) informatie over bijvoorbeeld de route, smokkelaars, omgang met autoriteiten en hoe het met hun familie ging. Vijf respondenten hadden geen behoefte aan nieuwe informatie.

Route

Ongeveer twee derde van de geïnterviewden stelt dat ze tijdens de reis behoefte hadden aan informatie over de route (of grenzen open waren, plaatsnamen, de meest geschikte route, het meest geschikte vervoersmiddel, het weer vanwege de omstandigheden op zee, goedkope hotels, informatie over hulporganisaties, ervaringen van anderen over de route, informatie over verschillende landen voor het maken van een keuze etc.). Sommigen gebruikten hiervoor online GPS (zoals Google Maps) en anderen gebruikten offline maps. Een ander deel ontving informatie over de route via hulporganisaties of via de politie. Weer anderen onderhielden contact met vrienden of familie en een aantal respondenten had een WhatsApp groep aangemaakt met een groep asielmigranten die net vóór hen was gereisd, om zo de meest recente informatie over de route te weten te komen.

Smokkelaars

Acht respondenten hadden informatie nodig over smokkelaars (waar ze smokkelaars konden vinden, contactgegevens, informatie over betrouwbaarheid van smokkelaars etc.). Een voorbeeld van hoe een respondent (en velen met hem) aan de informatie over smokkelaars is gekomen:

“Toen ik in Griekenland was, heeft mijn broer advies gegeven over de rest van de reis. We waren eerst met een groep van 40 personen, maar in Griekenland ging ieder zijn eigen weg. Ikzelf ging naar Athene. Mijn broer had me namelijk verteld dat daar een bepaald café zou zijn waar veel smokkelaars te vinden zouden zijn. Ik heb toen in dat café drie uur gezeten en verhalen gehoord van mensen. Uiteindelijk heb ik een smokkelaar ontmoet en heeft hij me verder geholpen om met de vrachtwagen naar Nederland te komen (laagopgeleide man, 29 jaar).”

Omgang met autoriteiten

Negen respondenten hebben tijdens de reis informatie opgezocht over omgang met autoriteiten. Eén respondent vertelt bijvoorbeeld dat hij informatie via vrienden kreeg over het belang van het niet afgeven van vingerafdrukken in Hongarije (dan zouden ze daar asiel moeten aanvragen, terwijl Nederland hun beoogde eindbestemming was). Een andere respondent zegt GPS te hebben gebruikt om de politie te zoeken. De politie werd zichtbaar op het

scherm van zijn smartphone met een rood teken, hij kon op die manier de politie ontlopen. Een ander zette juist GPS uit om op die manier niet zichtbaar te zijn voor de politie.

Omgang met familie
Door zes respondenten is nadrukkelijk gezegd dat contact onderhouden met familie ook tijdens de reis erg belangrijk is geweest. Ze wilden hun partners, ouders of kinderen op de hoogte stellen van het verloop van de reis en hun situatie. Daarnaast vonden ze het belangrijk om ook op de hoogte te zijn van de situatie van hun familie.

Geen behoefte aan nieuwe informatie
Vijf respondenten stellen dat ze tijdens de reis geen behoefte aan nieuwe informatie hadden. Drie van hen zijn gezinsherenigers, één heeft voorafgaand aan de reis voldoende informatie opgezocht en de ander reisde voor een groot deel met een smokkelaar, waardoor nieuwe informatie tijdens de reis niet nodig was.

4.2.3 Toegankelijkheid internet

Uit bovenstaande sub-paragrafen blijkt dat internet een belangrijke bron van informatie was voor onze respondenten voorafgaand en tijdens de reis. In deze sub-paragraaf wordt de vraag beantwoord in hoeverre de respondenten toegang hadden tot internet voorafgaand en tijdens de reis.

De helft van de respondenten had voorafgaand aan de reis goed toegang tot internet, voor de andere helft was het moeilijker om op dat moment toegang te verkrijgen tot internet. Het regelmatig ontbreken van elektriciteit in Syrië is een veel genoemde reden voor de moeizame toegang tot internet.

Tijdens de reis hebben meer respondenten goed toegang gehad tot internet dan voor de reis (respectievelijk 66% en 50%). Deze respondenten regelden in de landen die ze doorkruisten een simkaart van dat land, waardoor ze toegang kregen tot internet. Van de groep die moeilijker toegang had tot internet tijdens de reis (33%), was het ontbreken van een simkaart de meest genoemde reden. Eén respondent heeft tijdens het grootste gedeelte van de reis internet en GPS niet gebruikt, aangezien hij bang was om opgepakt te worden door de politie. Een aantal respondenten die met de vrachtwagen naar Nederland zijn gekomen, moest hun telefoon tijdens de rit uitzetten en aan de vrachtwagenchauffeur geven.

Geen gebruik van internet
Een aantal respondenten heeft voorafgaand en tijdens de reis geen gebruik gemaakt van internet. Eén reden daarvoor is de toegankelijkheid van internet, maar er zijn ook andere redenen genoemd.

Er zijn drie respondenten die geen internet voorafgaand aan de reis hebben gebruikt. Alle drie kregen ze face-to-face of via de telefoon voldoende informatie via vrienden en/of familie. De andere respondent geeft aan dat hij de informatie via internet onbetrouwbaar vindt.

Tijdens de reis hebben 8 respondenten om verschillende redenen geen internetbronnen geraadpleegd. De meest genoemde reden is dat de respondenten geen toegang tot internet of devices hadden. Daarnaast hebben twee respondenten aangegeven dat ze niet goed weten hoe internet werkt én dat iemand anders hun reis organiseerde. Zij hadden daarom geen behoefte aan informatie via internet. Verklaringen voor het ontbreken van toegang tot internet zijn o.a. het ontbreken van de juiste simkaart voor het betreffende land en het achterlaten van een telefoon bij familie vanwege angst voor het laten vallen in de zee.

4.3 Het gebruik van sociale media voorafgaand en tijdens de reis

In deze paragraaf wordt duidelijk op welke wijze respondenten gebruikmaken van internet, op welke wijze ze hebben gezocht op internet en welke websites/applicaties hen het meest geholpen hebben voor en tijdens de reis.

4.3.1 Devices

Het device dat er met kop en schouders boven steekt is de smartphone. Voorafgaand aan de reis is de smartphone door de meerderheid van de respondenten gebruikt (zie tabel 4.6). Sommige respondenten gebruikten hun laptop of pc en nog een aantal respondenten gebruikt hun laptop/pc én hun smartphone. Een enkeling ging in Syrië naar een internetcafé om toegang te verkrijgen tot internet.

Tabel 4.6 Gebruikte devices voorafgaand aan de reis

Devices	Device 1 (n=50)	Device 2 (n=18)
Eigen PC	4	0
Eigen laptop	14	2
Eigen tablet	1	0
Eigen (smart)phone(s)	30	16
Geleende PC, laptop, tablet of (smart)phone	0	0
Internetcafé/bibliotheek etc.	1	0

Tijdens de reis is de smartphone eveneens het meest gebruikte device (zie tabel 4.7). Een aantal migranten gebruikte hun laptop, tablet, geleende tablet/laptop of smartphone of ging naar het internetcafé tijdens de reis.

Tabel 4.7 Gebruikte devices tijdens de reis

Devices	Device 1 (n=47)	Device 2 (n=3)
Eigen PC	0	0
Eigen laptop	1	0
Eigen tablet	1	0
Eigen (smart)phone(s)	43	1
Geleende PC, laptop, tablet of (smart)phone	2	0
Internetcafé/bibliotheek etc	0	2

4.3.2 Platforms en zoektermen

Voorafgaand aan de vlucht
Websites en applicaties die men voorafgaand aan vertrek vooral raadpleegde waren Facebook, WhatsApp, VoIP diensten en Google Maps (zie tabel 4.8). Onder de categorie ‘anders, namelijk’ van tabel 4.8 vallen de respondenten die vertelden dat ze informatie hebben gezocht via Google. Via ‘Google zoekopdrachten’ zijn deze respondenten bij verschillende websites met informatie uitgekomen. Twee respondenten hebben de website van Wikipedia voorafgaand aan de reis bezocht. Ze gebruikten Wikipedia, omdat ze er veel informatie konden vinden over verschillende onderwerpen en omdat de website internationaal bekend is.

WhatsApp en Viber gebruikten respondenten voornamelijk om contact te leggen met kennissen/vrienden en familie die in Europa woonachtig waren. Ze verkregen op die manier ervaringen van hen over de reis, welke route ze het beste konden nemen, tips over smokkelaars etc.
Sommige respondenten gebruikten ook Facebook voor diezelfde doeleinden als zojuist beschreven. Tevens gebruikte de meerderheid Facebook om informatie te verkrijgen. Deze informatie konden ze op verschillende manieren verkrijgen; bijvoorbeeld via links die op Facebook gedeeld werden naar artikelen of websites, via speciale opgerichte groepen met informatie over migratie, via het lezen van ervaringen van anderen, via commentaren en antwoorden van mensen op vragen die gesteld werden en via persoonlijk contact met onbekenden die al naar Europa waren gereisd.
Google Maps gebruikten respondenten om de route te bekijken die ze zouden nemen en om de namen van steden en landen te weten. Google gebruikten ze veelal om informatie op te zoeken over Nederland (asielprocedures, aantal inwoners etc.).

Eén respondent gebruikte YouTube om alvast een beetje de Nederlandse taal te leren, een ander gebruikte bepaalde YouTube kanalen om zaken over

Nederland te weten te komen en weer een ander bekeek filmpjes van een Syrische cabaretier die zijn ervaringen deelde over het leven in Nederland.

Tabel 4.8 Geraadpleegde websites en applicaties voorafgaand en tijdens de reis (meerdere antwoorden mogelijk)

Websites en applicaties	Voorafgaand aan reis % (n=51)	Tijdens de reis % (n=47)
Social networking sites (Facebook, LinkedIn)	80	38
Instant messaging (WhatsApp, Ping)	63	66
VoIP (Skype, Viber)	47	38
(Annotated) maps (Google Maps)	20	64
Videosharing (YouTube, Vine)	14	4
Websites van overheden	2	0
Websites van hulporganisaties	0	0
Fora	0	0
Picture sharing (Pinterest, Instagram)	0	0
Weblogs (Blogger, Wordpress)	0	0
Microblogs (Twitter, Weibo)	0	0
Anders, namelijk (betreft voornamelijk websites gevonden via Google)	41	13

Gedurende de reis

Tijdens de reis zijn WhatsApp en Google Maps applicaties die door de meerderheid zijn gebruikt. VoIP (Skype, Viber, Imo, Line[12]) en Facebook volgen daarna, bijna veertig procent van de migranten hebben die applicaties gebruikt. Een enkeling gebruikte de app ‘Sea Conditions’, om te weten of ze veilig de oversteek zouden kunnen maken en een paar anderen keken naar filmpjes op YouTube over de reis naar Nederland. Een belangrijk verschil in gebruik van applicaties is dat Facebook veel minder en Google Maps juist veel meer wordt gebruikt tijdens de reis dan voorafgaand aan de reis.

De redenen waarom respondenten juist deze applicaties gebruikten voorafgaand en tijdens de reis komt nu aan de orde. WhatsApp en/of Viber gebruikten de migranten tijdens de route om contact te onderhouden met familie en/of vrienden. Via deze kanalen konden ze hun familie/vrienden op de hoogte te stellen van hun situatie of hen om advies vragen over de reis. WhatsApp/Viber gebruikte een deel van de respondenten ook om contact te

[12] Skype, Viber, Imo en Line zijn verschillende applicaties voor internettelefonie

maken met een smokkelaar. Zoals ook eerder vermeld, hadden sommigen contact met de groep die net vóór hen was verder gereisd via WhatsApp groepen, om zo de meest actuele informatie te verkrijgen.

Het is duidelijk waarom de respondenten Google Maps gebruikten: voor het volgen en vinden van de juiste route. Eén respondent verklaarde dat hij ook best zonder internet had kunnen reizen, maar dan wel beschikking had willen hebben over een ouderwetse kaart.

Facebook gebruikten de respondenten om contact te onderhouden met bekenden, om ervaringen van andere migranten over de reis te lezen, om hen direct vragen te stellen voor advies, om een betrouwbare smokkelaar te vinden, of om (net als met de WhatsApp groep) tussen verschillende groepen asielmigranten contact te onderhouden tijdens de reis.

Op de vraag welke applicaties/websites de statushouders het meest geholpen hebben voorafgaand en tijdens de reis wordt eenduidig geantwoord. De volgende applicaties en websites worden door de meerderheid benoemd:

- Facebook
- Google maps/GPS
- Viber/WhatsApp
- Google

De meerderheid van de respondenten geeft aan dat ze informatie hebben gebruikt van zowel publiek toegankelijke websites/applicaties (zoals openbare Facebookgroepen of websites via google) als van besloten communities/ groepen (contacten via Instant Messaging of VoIP). Een veel kleiner deel van de respondenten heeft alleen op publiek toegankelijke websites/applicaties informatie gezocht, of juist alleen op besloten groepen. Tabel 4.9 illustreert dit.

Tabel 4.9 Informatie gezocht op publiek toegankelijke websites/applicaties of meer besloten communities/groepen (n=49)

	%
Alleen publiek	12
Grotendeels publiek	8
Zowel publiek als besloten	64
Grotendeels besloten	12
Alleen besloten	4
Totaal	*100*

Gebruikte zoektermen voorafgaand en tijdens de reis
Bepaalde Facebookgroepen zijn voor een groot deel van de respondenten bekend. Zij zochten op internet gericht naar deze Facebookgroepen. Hier vonden zij informatie over de reis, over Nederland en de asielprocedures, de

beste landen om heen te vluchten en manieren voor het aanvragen van asiel in Europa.

In Google gebruikten ze zoektermen die te maken hadden met de volgende thema's: asielprocedures in Europa/Nederland, informatie over Nederland (studie/werk/tradities), de route en sommigen zochten ook de rechten op die een vluchteling heeft. In onderstaande tabel staat de twaalf meest genoemde zoektermen. Deze zoektermen werden elk door twee of drie respondenten gebruikt.

Tabel 4.10 Twaalf meest genoemde zoektermen[13]

Arabische zoekterm	Nederlandse vertaling	Gebruikte sociale media
اللجوء في أوربا	Asiel in Europa	Google, Facebook
ميزات اللجوء في هولندا	Kenmerken van asiel in Nederland	Google
اللاجئين السوريين في هولندا	Syrische vluchtelingen in Nederland	Google
اللجوء في هولندا	Asiel in Nederland	Facebook
العمل في هولندا	Werken in Nederland	Google, Facebook
الحياة في أوربا	Leven in Europa	Google, Facebook
هولندا بالعربي	Nederland in het Arabisch	Facebook
السفر إلى أوربا	Reizen naar Europa	Google, Facebook
السفر الى هولندا	Reizen naar Nederland	Google, Facebook

[13] Zoektermen die naar een specifieke persoon of (online) groep verwijzen zijn om privacyredenen weggelaten.

اللاجئين السوريين في اوروبا	Syrische vluchtelingen in Europa	Facebook
الهروب الى أوربا	Vluchten naar Europa	Google
عادات الشعب الهولندي	Gewoonten van het Nederlandse volk	Google, Facebook

4.4 De rol van sociale media in het migratieproces

Wat het belang is van sociale media ten opzichte van andere informatiebronnen én de wijze waarop respondenten gebruikmaken van internet, is in de vorige paragrafen uitvoerig aan bod gekomen. Deze paragraaf maakt inzichtelijk hoe de verkregen online informatie de keuze van bestemming en de routes heeft beïnvloed. Eveneens komt aan bod hoe asielmigranten de betrouwbaarheid van de verkregen informatie beoordelen.

4.4.1 Voorbereiding van de vlucht

Voor de meerderheid van de respondenten (80%) heeft de online informatie geholpen bij het voorbereiden van de vlucht naar Europa (voor 62% heeft het zelfs in sterke mate geholpen). Respondenten noemen hiervoor een verscheidenheid aan redenen. De redenen kunnen ruwweg worden ingedeeld in drie categorieën: informatie die ze hebben verkregen over de route (kosten van de reis, veilige reisroutes, contactgegevens van smokkelaars), over het leven in Nederland (tradities, studie- en werkmogelijkheden) en informatie over lengte van asielprocedures.

Onderstaande respondent heeft voorafgaand aan de reis informatie gezocht via Facebook over onder andere de procedures. Hij vertelt waarom de online informatie voor hem belangrijk was:

“Het is voordat je start met de reis erg belangrijk om veel informatie te verzamelen. Het is namelijk een moeilijke beslissing om te vluchten en om weg te gaan van je familie. Je verliest veel door de oorlog en je moet daarom verantwoording kunnen afleggen over je beslissing. Ik heb de beslissing uiteindelijk wel gemaakt om te vluchten, voornamelijk vanwege de studie voor mijn kinderen en hun toekomst en de veiligheid van mijn gezin (hoogopgeleide man, 41 jaar)”.

Een andere respondent verklaart waarom online informatie hem heeft geholpen:

“Het was goed voor mijn carrière om eerst goede informatie via Google op te zoeken over Nederland. Ik wilde namelijk graag weten of er werk te vinden was en hoe het voor mijn kinderen zou zijn in Nederland. Ik wil namelijk graag een goede toekomst voor mijn kinderen (laagopgeleide man van 51 jaar).”

Negen respondenten zijn van mening dat de online informatie niet of nauwelijks heeft geholpen bij het voorbereiden van hun vlucht naar Nederland. Respondenten benoemen dat ze de online informatie niet betrouwbaar vonden of dat de informatie die ze vooraf kregen, niet kloppend bleek te zijn met de werkelijkheid. Zoals bijvoorbeeld het verkrijgen van contactgegevens van een smokkelaar die toch niet betrouwbaar bleek te zijn.

Doelen waarvoor internet is geraadpleegd

Respondenten hebben internet voorafgaand of tijdens de reis het meest geraadpleegd voor het in contact komen met reeds gearriveerde Syriërs en om de reisroute uit te stippelen (70%). Informatie over toegang tot Europa (33%) en een voorkeur bepalen voor een vestigingsland (40%) volgen daarna. Een minderheid heeft internet gebruikt om in contact te komen met smokkelaars (15%).

Tabel 4.11 Doelen waarvoor internet geraadpleegd is, voorafgaand of tijdens de reis (n=52, meerdere antwoorden mogelijk)

	%
Informatie over toegang tot Europa	33
Voorkeur bepalen vestigingsland	40
Reisroute uitstippelen	69
In contact komen met reeds gearriveerde Syriërs	71
In contact komen met (agents/smokkelaars)	15
Anders, namelijk	42

Andere doelen waarvoor respondenten internet raadpleegden zijn het in contact blijven met vrienden/familie (15 keer), het zoeken van informatie over de asielprocedure (1 keer), het op de hoogte blijven van nieuws (1 keer) en sociale media als bron van entertainment (1 keer).

Twee van bovenstaande onderwerpen (zie tabel 4.11) worden in de volgende paragrafen verder behandeld (voorkeur bepalen vestigingsland en in contact komen met smokkelaars).

4.4.2 Rol van sociale media bij voorbereiding op Nederland als bestemming

Zoals ook eerder vermeld, blijkt sociale media een belangrijke bron van informatie te zijn voor respondenten, maar hebben de meeste respondenten

(66%) hun keuze voor Nederland toch gebaseerd op informatie die ze hebben verkregen via bestaande persoonlijke contacten. Deze interpersoonlijke contacten verliepen soms online en soms via andere media of face-to-face. Voor een derde van de groep respondenten was de informatie die ze via sociale media ontvingen de basis voor het maken van hun keuze om naar Nederland te vluchten. Echter, ter voorbereiding van de vlucht heeft een groter deel van de respondenten (57%) wel informatie opgezocht *via sociale media* over de reismogelijkheden naar of asiel in Nederland. Voor hen was online informatie niet doorslaggevend in de keuze naar Nederland te migreren.

Het soort informatie dat respondenten heeft opgezocht over Nederland loopt uiteen van de hoogte van de uitkering, tot aan de snelheid van procedures. Vooral over de snelheid van procedures heeft de meerderheid van onze respondenten informatie opgezocht.

Een aantal respondenten zocht via internet naar informatie over studie- of werkmogelijkheden, een aantal anderen zocht naar informatie over het leven in Nederland (gewoonten, tradities en bezienswaardigheden). Vier respondenten zochten naar informatie over de periode na het verkrijgen van een verblijfsvergunning: over de inburgeringscursus en het tijdsbestek waarin ze Nederlandse taal zouden moeten leren.

Op de vraag of respondenten kennis hadden van wetten en regels voor het aanvragen van asiel in Nederland, antwoordt een grote meerderheid (88%) van de respondenten bevestigend. De meesten erkennen wel dat ze niet tot in detail op de hoogte waren van alle wetten en regels, maar dat ze wel op de hoogte waren van de snelheid van procedures. Dat illustreert onderstaand citaat:

“Ik had wel informatie over de snelheid van procedures, die informatie heb ik via google opgezocht. Via vrienden heb ik daar ook over gehoord. Ze hebben me gezegd dat ik binnen 1 maand een verblijfsvergunning zou krijgen, maar dat het misschien ook wel 6 maanden zou kunnen duren, vanwege de grote instroom van vluchtelingen (laagopgeleide man, 25 jaar)”.

Zoals blijkt uit bovenstaand citaat hebben sommige respondenten via persoonlijke contacten en via online informatie kennis genomen van de Nederlandse wet- en regelgeving over asiel. Een minderheid kon deze informatie enkel via online informatiebronnen en latente contacten verkrijgen (Facebook, Google). Contacten met bestaande relaties (online of offline) blijken de belangrijkste informatiebron wat betreft informatie over de Nederlandse wet- en regelgeving aangaande asiel.

Vier van de zeven respondenten die Nederland in eerste instantie niet als beoogde eindbestemming hadden, raakten door nieuwe informatie op internet gemotiveerd om naar Nederland te komen. In de overige drie gevallen speelde informatie via bestaande contacten de grootste rol. Informatie waarnaar

gezocht werd, waren de studiemogelijkheden, de procedure, het leven in Nederland en de mensenrechten.

4.4.3 Sociale media en inschakelen smokkelaars

Afgezien van de drie vrouwelijke gezinsherenigers, hebben alle overige 51 respondenten gebruik gemaakt van een (of meerdere) smokkelaar(s).
In tegenstelling tot de verwachting, spelen sociale media nauwelijks tot geen rol in het contact leggen met smokkelaars. De meeste respondenten hebben óf contactgegevens van smokkelaars ontvangen via kennissen, óf ze hebben adresjes gekregen van plekken waar ze smokkelaars kunnen vinden, óf ze hebben de smokkelaars op straat, in het café, of op een bekend plein ontmoet. Dit komt duidelijk naar voren in het volgende citaat:

"*Op het grote plein in Izmir zitten veel smokkelaars. Als je daar zit, komen ze naar je toe: 'waar wil je heen, kunnen we je helpen?' "Wij kunnen een tocht regelen voor je, afhankelijk van de beschikbare tochten" (laagopgeleide man, 31 jaar)".*

Pas wanneer het eerste contact is gelegd, spelen sociale media een rol: respondenten gebruiken dan voornamelijk WhatsApp of Viber, Skype of Line om contact te onderhouden met de smokkelaar en om concrete afspraken te maken over de reis. Sociale media worden in dit kader dus wel gebruikt, maar voornamelijk voor reeds gelegde contacten.

"Een smokkelaar is afhankelijk van werk via internet en ze antwoordden niet via gewoon bellen met de telefoon. Over het algemeen moet je ze bellen via Viber, of ze benaderen via WhatsApp, omdat dat voor hen veiliger is (i.v.m. controle door de overheid).Zonder internet had ik de smokkelaars niet kunnen bereiken voor het maken van een afspraak (hoogopgeleide man, 44 jaar)".

Een enkeling maakte gebruik van sociale media om de betrouwbaarheid van een bepaalde smokkelaar te achterhalen. De respondent gebruikte sociale media in dit geval op 'many-to-many' basis als aanvullende informatiebron:

"In Turkije in Izmir, was het de afspraak om meteen naar Griekenland te reizen. We moesten één nacht in een hotel verblijven en werden een beetje zenuwachtig. We hebben toen meteen contact gehad met anderen via Facebook om vragen te stellen over de smokkelaar en of het normaal was dat we moesten wachten (laagopgeleide vrouw, 34 jaar)".

4.4.4 Oordeel over nut en betrouwbaarheid van online informatie en contacten

Door de meeste respondenten worden online informatie en contacten gebruikt bij het plannen van migratie, naast het gebruik van andere informatiebronnen (offline contacten en massamedia). Een klein aantal respondenten gebruikt uitsluitend online informatie en contacten.

De meeste genoemde voordelen van online informatie en contacten ten opzichte van andere informatiebronnen zijn achtereenvolgens: meer informatie beschikbaar (52%), informatie over persoonlijke ervaringen (47%) en actuele informatie (24%) (zie tabel 4.12).

Een groot deel van de respondenten (behorend tot de categorie ‘anders, namelijk’, 43%) stelt dat een groot voordeel van sociale media is, dat ze op een makkelijke manier contact konden maken met vrienden en familie die niet in de buurt waren.

Tabel 4.12 De voordelen van online informatie en contacten in vergelijking met andere informatiebronnen (persoonlijke contacten, traditionele communicatiemedia en massamedia) bij het plannen van migratie (n=51, meerdere antwoorden mogelijk)

	%
Meer informatie beschikbaar	52
Informatie over persoonlijke ervaringen	47
Informatie over niet-officiële routes beschikbaar	18
Betrouwbaarder informatie beschikbaar	12
Actuele informatie	24
Contact hernieuwen met oude bekenden	6
Contact leggen met onbekenden	8
Anonimiteit	0
Lage kosten	20
Anders, namelijk	43

De meest genoemde nadelen van online informatie en contacten in vergelijking met andere informatiebronnen bij het plannen van migratie zijn de onbetrouwbaarheid en de onjuistheid van informatie (zie tabel 4.13).

Een enkeling benoemt dat nadelig is dat online informatie is verouderd, niet officieel is of dat de overheid meeleest. Andere nadelen die worden benoemd (behorend tot de categorie ‘anders, namelijk’) zijn de hoge kosten om toegang te verkrijgen tot internet gedurende de reis (3 keer) en het snelle verspreiden van onjuiste geruchten via sociale media (2 keer). Daarnaast is er een groep die stelt dat ze geen enkel nadeel zien in het gebruik van online informatie (11 keer).

Geruchten gingen voornamelijk over de gevaren tijdens de route (zoals aanwezigheid van dieven en in gevangenis terecht komen), de snelle

procedures van Nederland en over discriminatie (dat er in Duitsland meer discriminatie zou zijn dan in Nederland). De meeste respondenten geven aan dat deze geruchten geen grote rol speelden voor en tijdens de reis; ze hadden hun keuze om te vluchten en hun keuze voor eindbestemming al gemaakt en lieten zich door de geruchten niet weerhouden. Onderstaand citaat maakt duidelijk dat geruchten geen invloed hebben gehad op de uiteindelijke bestemmingskeuze.

"Geruchten speelden een rol. In Syrië is al 5 jaar oorlog. Je hebt minder informatie en je weet niet zeker of het juist is. Soms moet je informatie krijgen van mensen en weet je niet zeker of het waar is, je kunt er niet altijd op vertrouwen. Maar je hebt geen andere kans, je moet er mee leven.
Ook tijdens de reis waren er geruchten, die hebben ook wel effect gehad, maar niet dat ik daardoor van eindbestemming wisselde bijvoorbeeld (hoogopgeleide man van 42 jaar)".

Voor een klein aantal respondenten (4) speelden de geruchten wel een rol. Zij bereidden zich voor op gevaren tijdens de reis zoals dieven, verdrinken gedurende de overtocht op zee, et cetera.

Tabel 4.13 De nadelen van online informatie en contacten in vergelijking met andere informatiebronnen (persoonlijke contacten, traditionele communicatiemedia en massamedia) bij het plannen van migratie (n=51, meerdere antwoorden mogelijk)

	%
Informatie is onbetrouwbaar	55
Informatie is verouderd	10
Informatie is niet officieel	16
Informatie is onjuist	41
Bedrog door anonieme personen online	2
Overheid leest mee	6
Anders, namelijk	45

Wanneer gevraagd wordt naar een voorbeeld van informatie of contacten waar respondenten zonder internet geen toegang toe hadden gehad, dan wordt sociale media voornamelijk geprezen om de mogelijkheden voor het bepalen van de route (plaatsnamen, het weer, contact met smokkelaar), om contact met anderen te behouden (vrienden/familie/kennissen) en om een beeld van de bestemming te vormen (o.a. via het lezen van ervaringen van anderen).

Eén respondent benoemt het extra belang dat internet heeft voor mensen die geen Engels spreken:

“Als je Engels spreekt, dan kun je makkelijk zelf informatie krijgen. Voor mensen die geen Engels spreken, is het moeilijk om zonder internet te reizen. Ikzelf spreek wel Engels dus daar heb ik tijdens mijn reis ook goed gebruik van gemaakt (vrouw, 2e jaar universiteit, 21 jaar)”.

Aan- en afraden van gebruik van internet
De overgrote meerderheid (78%) zou anderen die naar Europa willen komen, aanraden gebruik te maken van internet. De redenen hiervoor overlappen met de eerder benoemde voordelen die sociale media bieden (verkrijgen van actuele informatie over de route, om contact te maken met vrienden/familie en voor het ontvangen van een beeld van bestemming/om een keuze te maken voor een bestemming). Volgens een enkele respondent hebben toekomstige migranten internet momenteel minder nodig, vanwege de sterkere aanwezigheid van hulporganisaties zoals het Rode Kruis. Met het sluiten van de Balkanroute hebben verschillende hulporganisaties zich teruggetrokken en is het de vraag of dit daadwerkelijk het geval is.

Een aantal respondenten zou het niet af- of aanraden gebruik te maken van internet. Eén respondent heeft hiervoor de volgende redenen:

“Internet zie ik slechts als een middel. Europa wordt opgehemeld en dat is niet altijd goed. Als je al ergens bent waar je veilig bent, dan is dat ook goed. Ik zou ook willen adviseren dat mensen zorgvuldig omgaan met internet. Ik zou mensen willen adviseren om de officiële websites te gebruiken, en de meest recente informatie te zoeken. Er zit een groot verschil tussen de officiële websites en Facebook. De beheerders van de Facebook pagina’s, die proberen jonge mensen naar Europa te krijgen. Daar zit ook marketing achter voor smokkelaars. Het zou ook kunnen dat sommige pagina’s van smokkelaars zelf zijn en dat ze er proberen de voordelen uit te halen (met aanprijzen van bijvoorbeeld taxi’s, restaurants etc.). Je moet er dus voorzichtig mee omgaan (hoogopgeleide man, 42 jaar)”.

Een klein deel van de respondenten (8%) zou toekomstige migranten willen afraden gebruik te maken van internet. Redenen hiervoor zijn de onjuiste informatie ze hebben verkregen via internet (over bijvoorbeeld de lengte van procedures die in werkelijkheid tegenviel).*Betrouwbaarheid van informatie*
Iets meer dan een derde van de respondenten beschouwt de informatie die ze via sociale media hebben gekregen als (heel) betrouwbaar. Slechts een klein deel van de respondenten vindt de informatie van sociale media (13%) onbetrouwbaar. Deze groep stelt dat ze meer vertrouwen hebben in informatie die ze via persoonlijke contacten krijgen.

Een kleine meerderheid (52%) scoort neutraal op de vraag of ze de verkregen informatie via sociale media betrouwbaar achten. Een deel van deze groep stelt eveneens meer vertrouwen in informatie via persoonlijke contacten. Een ander deel van de groep vindt bepaalde internetbronnen betrouwbaarder dan andere. Dit komt naar voren in onderstaand citaat:

“De Facebook groepen vind ik niet betrouwbaar, ‘de mensen kunnen zeggen wat ze willen’. Google Maps vind ik wel heel betrouwbaar. De informatie van sociale media vertrouw ik niet. Ik heb via Facebook groepen (Syriërs in Holland) geprobeerd om te kijken naar verschillende ervaringen. Om op deze manier aan informatie te komen, vond ik niet zo handig. Er stonden slechte verhalen op en hij vertrouwde die verhalen niet. Verder kreeg hij alle informatie die hij nodig had van zijn broers (hoogopgeleide man, 30 jaar)”.

Over het algemeen vinden de respondenten online informatie die ze van bestaande contacten ontvingen betrouwbaarder dan berichten die op publiek toegankelijke websites of op Facebook pagina’s stonden.

Het gebruik van sociale media voor het in contact komen met bestaande contacten vinden ze betrouwbaar, evenals het gebruik van GPS (Google Maps) voor de route. Over het algemeen vinden ze officiële websites van overheden/organisaties of andere informatie die ze via Google vinden, betrouwbaarder dan de persoonlijke ervaringen van onbekenden die op Facebook te lezen zijn.

Een veel gebruikte manier om de betrouwbaarheid van online informatie te controleren, was door deze te vergelijken met informatie van verschillende bronnen (bijvoorbeeld met informatie via bestaande persoonlijke contacten of via massamedia).

Een andere manier die ze gebruikten, was om de verschillende commentaren op Facebook te lezen die onder een bericht werden geplaatst. Als deze commentaren het desbetreffende bericht bevestigden, dan werd het bericht als betrouwbaar gezien. Andere respondenten bekeken ook hoeveel ‘likes’ een Facebook pagina had, hoe meer ‘likes’, hoe betrouwbaarder ze de pagina vonden. Ditzelfde geldt voor de berichten die ze op de Facebook pagina’s aantroffen: als deze vaak gelezen waren en meerdere mensen dezelfde soorten berichten plaatsten, dan werd de inhoud van deze berichten ook als betrouwbaar gezien. Daarnaast controleerden sommige respondenten ook of het bericht van een officiële bron afkomstig was, als dit het geval was, beoordeelden ze deze als betrouwbaar.

Invloed van online informatie en contacten op de reis
Ondanks dat de meerderheid van de respondenten af en toe hun vraagtekens zetten bij bepaalde informatie die ze via sociale media verkregen, stelt 80% van de respondenten dat hun reis er anders had uitgezien zonder de informatie en contacten die ze via sociale media hadden (en 64% stelt dat hun reis er héél anders had uitgezien). Hun route- en bestemmingskeuze was dus mede op online informatie gebaseerd.

Door deze respondenten wordt benoemd dat de reis veel lastiger zou zijn geweest als ze geen toegang hadden gehad tot online informatie en

contacten. Ze zouden zonder GPS veel moeite hebben gehad met het vinden van de route. Ze zouden ook moeilijker contact kunnen maken met smokkelaars en ze zouden geen beschikking hebben over informatie over de omgang met autoriteiten.
Een aantal respondenten benoemt eveneens dat ze dan geen contact hadden kunnen onderhouden met familie en/of vrienden en dat ze geen informatie zouden hebben gekregen over het leven in Nederland. Een andere respondent stelt dat hij misschien niet meer in leven zou zijn, aangezien ze als groep hulp hebben ingeschakeld tijdens de overtocht van Turkije naar Griekenland. Tevens wordt benoemd dat de reis naar Nederland zonder informatie via sociale media duurder zou zijn geweest, aangezien ze dan minder beschikking gehad hadden over adviezen over goedkope manieren van reizen.

Slechts 10% van de respondenten stelt dat hun reis er *niet* anders had uitgezien, als ze geen toegang tot online informatie of contacten hadden gehad. Of ze precies dezelfde reis zouden hebben gemaakt, is onbekend. Redenen die genoemd worden zijn bijvoorbeeld dat veel mensen dezelfde route volgen, dat ze internet niet veel hebben gebruikt of dat ze internet alleen hebben gebruikt om contact te onderhouden met vrienden en/of familie.

4.5 Contact met achterblijvers

In deze paragraaf komt aan bod welke rol informatie via internet speelt aan achterblijvers in het faciliteren/ontmoedigen van nieuwe migratie.

Eenmaal in Nederland gebruikt de overgrote meerderheid van de respondenten instant messaging diensten en VoIP om te communiceren met vrienden, kennissen en familie in Syrië. Een kleine meerderheid gebruikt hiervoor Facebook. Een minderheid communiceert met de achterblijvers niet via internettelefonie, maar via de telefoon op de ‘ouderwetse’ manier.

Een beperkt aantal respondenten heeft niet tot nauwelijks contact met mensen in Syrië. Hiervoor zijn verschillen redenen. Sommigen hebben geen familie en vrienden meer in Syrië wonen. Van andere respondenten heeft de familie in Syrië slecht toegang tot internet vanwege het ontbreken van elektriciteit.

Het merendeel van de respondenten wordt met enige regelmaat via internet door mogelijke toekomstige immigranten benaderd voor advies om naar Nederland of Europa te komen (67%). Tabel 4.14 laat zien dat de frequentie waarin dit gebeurt bij de meeste respondenten minder dan eens per maand is; zij worden *af en toe* benaderd (43%). Daarnaast geeft 20 procent van de respondenten aan wekelijks om advies gevraagd te worden omtrent het afreizen naar Nederland of Europa.

Tabel 4.14 Respondenten die door anderen benaderd worden voor advies om naar Nederland of Europa te komen (n=54)

	%
Wekelijks	20
Maandelijks	4
Af en toe (< maandelijks)	43
Nooit	33
Totaal	*100*

Respondenten die via internet benaderd zijn voor advies delen bijna altijd informatie en eigen ervaringen over de vlucht. Slechts acht procent doet dit nooit (‘gateclosers’) terwijl drie kwart (76%) altijd gehoor geeft aan de informatie- of adviesvraag (‘bridgeheads’). Zestien procent geeft in sommige gevallen gehoor aan deze vraag. Zij kunnen gezien worden als ‘gatekeepers’.

Op de vraag of respondenten het andere mensen aan- of afraden om naar Nederland te migreren zijn de antwoorden verdeeld. Een groot deel van de respondenten (43%) raad het soms af en soms aan om naar Nederland te migreren (‘gatekeeping’). Dit zijn 16 respondenten die allemaal informatie en ervaringen delen over de vlucht, als dat aan hen gevraagd worden. Hieronder vallen ook 12 respondenten die het liefste geen advies geven. Zij vertellen in alle eerlijkheid over hun eigen ervaringen en beantwoorden de vragen die aan hen worden gesteld zo volledig mogelijk, maar adviseren niet in de keuze. Volgens deze respondenten moeten anderen zelf hun keuze maken en voor hun eigen toekomst kiezen. Ook willen respondenten niet verantwoordelijk zijn voor eventuele tegenslagen in Nederland; dan krijgen zij namelijk ‘de schuld’ als de asielprocedure voor de nieuwe immigrant langer duurt dan verwacht.

Onder de groep respondenten die het ‘soms aanraadt/soms afraadt’ vallen eveneens 4 respondenten die hun advies afstemmen op de situatie van degene die om het advies vraagt. Een belangrijke factor die hierbij genoemd wordt is de veiligheid van het land/gebied waarin diegene op dat moment verkeert. Wanneer het gebied gevaarlijk is raden de respondenten overigens niet altijd Nederland aan om heen te vluchten. Ook Duitsland is een optie. Eén respondent stelt dat Duitsland een geschikter land is voor een jonge alleenstaande immigrant omdat de studiefaciliteiten daar beter zijn dan in Nederland. Wanneer het echter een gezin betreft zijn de procedures in Nederland gunstiger dan in Duitsland.

Respondenten die Nederland over het algemeen aanraden (‘bridgeheading’) (38%) noemen hiervoor een grote verscheidenheid aan argumenten (zie tabel 4.15). Deze kunnen grofweg ingedeeld worden in inhoudelijke argumenten en morele argumenten. Opvallend is dat deze laatste vorm van argumenten veel vaker wordt ingezet. Hierbij kan gedacht worden aan dat Nederlanders vriendelijk en gastvrij zijn (5 keer), dat de respondent gelukkig is in Nederland (3 keer), of/en dat en het klimaat gunstig is (2 keer). Over het algemeen hebben deze respondenten het ‘fijn’ in Nederland en worden ze goed

behandeld. Als inhoudelijk argument wordt vaak aangedragen dat Nederland een veilig land is ten opzichte van de onveilige situatie van een oorlogsland (4 keer). Tevens zijn er respondenten die wijzen op een snelle asielprocedure (2 keer) en goede studiemogelijkheden (1 keer).

Tabel 4.15 Argumenten voor het aanraden om naar Nederland te komen

Morele argumenten	Aantal keer genoemd
Nederlanders zijn vriendelijk en gastvrij	5
Nederland is een veilig land t.o.v. Syrië	4
Respondent is gelukkig in Nederland	3
Gunstig klimaat	2
Snelle asielprocedure	2
Goede studiemogelijkheden	1

Een minderheid van de respondenten (19%) raadt het anderen af naar Nederland te reizen (‘gateclosing’). De argumenten die hiervoor worden aangedragen hebben te maken met de gevaarlijke vluchtroute (2 keer), de lange asielprocedure of gezinsherenigingsprocedure (2 keer), en dat het moeilijk is om een leven op te bouwen in Nederland (3 keer). Twee respondenten adviseren naar andere landen te vluchten; één respondent denkt dat het in Duitsland makkelijker is om een uitkering aan te vragen; en één respondent is van mening dat Turkije een geschikter land is omdat de cultuurkloof daar minder groot is. Ten slotte wordt het gezinnen met kinderen vaker afgeraden de vlucht te maken. De gedachte is dat het voor (grote) gezinnen moeilijker is in Nederland een bestaan op te bouwen dan voor alleenstaande asielmigranten.

4.6 Samenvatting

Bij wijze van samenvatting worden hieronder puntsgewijs de belangrijkste bevindingen van het veldwerk weergegeven.

Het belang van verschillende informatiebronnen

- Bestaande interpersoonlijke contacten zijn de belangrijkste informatiebron voor Syrische asielmigranten voorafgaand aan hun reis. Vaak wordt met deze relaties gecommuniceerd via sociale media.
- De overgrote meerderheid van de statushouders heeft eveneens beschikking over (algemene) informatie en latente contacten via internet, maar dit is voor veel van hen niet de belangrijkste informatiebron.
- Informatie via traditionele massamedia zoals TV, kranten en radio speelt een zeer beperkte rol.
- We treffen verschillen aan in het gebruik van informatiebronnen op basis van gender, leeftijd en opleidingsniveau. Hoewel ons onderzoek geen representatieve steekproef betreft zien wij dat conform de ‘digital divide’ theorie jongere asielmigranten meer gebruik maken van internet dan

oudere migranten, mannen meer dan vrouwen en hoger opgeleiden meer dan lager opgeleiden.

Toegankelijkheid en gebruik van sociale media

- In Syrië is de toegang tot internet niet altijd vanzelfsprekend als het gevolg van het regelmatig ontbreken van elektriciteit.
- Gedurende de reis had twee derde goede toegang tot internet.
- De smartphone is veruit het meest gebruikte device om internet te raadplegen (zowel voorafgaand als tijdens de vlucht). In de landen die de asielmigranten doorkruisen gebruikt men lokale simkaarten om toegang tot internet te krijgen.
- WhatsApp, Skype, Google Maps en Facebook zijn veel gebruikte platforms om informatie te verkrijgen. Daarnaast wordt veel gebruik gemaakt van Google om informatie over verschillende landen op te zoeken.
- Voorafgaand aan de reis wordt het meest gebruik gemaakt van social networking sites, VoIP diensten en video-sharing applicaties. Tijdens de reis maken de meeste geïnterviewden het meest gebruik van online GPS en kaarten. Instant messaging is op beide momenten in het proces populair.
- De meeste Syrische asielmigranten uit ons onderzoek maken gebruik van zowel publiek toegankelijke websites en applicaties als meer besloten communities of groepen

De rol van online informatie en contacten voor, tijdens en na de vlucht

- Online informatie speelt een aanzienlijke rol bij de voorbereiding op de vlucht. Via internet wordt (praktische) informatie verkregen over de reisroute, over het leven in Nederland en de duur van de asielprocedure.
- Sociale media worden het meest ingezet om informatie te verkrijgen en met bestaande contacten te communiceren en minder om ‘latente contacten’ te zoeken.
- De keuze voor Nederland als bestemming is vooral gebaseerd op informatie die onze respondenten hebben verkregen via bestaande netwerken. Een groot deel van de groep respondenten heeft al familie en/of vrienden in Nederland wonen en dat is voor de meerderheid reden om voor Nederland te kiezen. Slechts een kleine groep baseert de keuze voor Nederland louter op basis van informatie en contacten die ze via sociale media hebben verkregen omdat zij deze informatie niet in hun persoonlijke netwerken ter beschikking hebben.
- De meeste Syrische statushouders hebben voor vertrek kennis van de wetten en regels voor het aanvragen van asiel in Nederland. Ook hier geldt dat persoonlijke contacten de informatiebron zijn waaraan het grootste belang wordt gehecht.
- Bijna alle Syrische statushouders hebben gebruik gemaakt van smokkelaars voor een (deel) van de route. Sociale media spelen nauwelijks een rol bij het leggen van de eerste contacten met smokkelaars. Ook hier speelt informatie via persoonlijke contacten een veel grotere rol. Is het

contact met de smokkelaar eenmaal gelegd, dan spelen sociale media wel een voorname rol voor het maken van concrete afspraken over de reis.

- Belangrijke voordelen van online informatie zijn de hoeveelheid informatie die beschikbaar is, de toegang tot informatie over persoonlijke ervaringen en de actualiteit van de ervaringen. Daar staat tegenover dat niet alle informatie als betrouwbaar wordt gezien.
- Informatie via online contact met bekenden en van officiële bronnen wordt als betrouwbaarder beschouwd dan berichten via publiek toegankelijke websites en Facebook pagina's.
- Een voorbeeld van latente contacten die via sociale media worden gelegd, is contacten met groepen die eerder via dezelfde smokkelaar reisden. Via deze contacten en online reviews wordt de betrouwbaarheid gecontroleerd.

Contacten met achterblijvers na aankomst in Nederland

- Instant messaging- en VoIP-diensten zijn de media die het meest worden gebruikt om te communiceren met achtergebleven familie en vrienden in Syrië.
- Syrische statushouders in Nederland worden met enige regelmaat benaderd voor advies om naar Nederland of Europa te komen. In de meeste gevallen worden informatie en ervaringen over de vlucht en over Nederland gedeeld.
- Twee vijfde van de respondenten raadt het anderen aan om naar Nederland te komen. Zij menen dat Nederlanders vriendelijk en gastvrij zijn en dat Nederland een veilig land is. Eén vijfde van de respondenten raadt het anderen af om naar Nederland te komen. De gevaarlijke vluchtroute en de lengte van de asielprocedure en procedure voor gezinshereniging zijn voorname redenen om mensen af te raden om naar Nederland te komen. De overige twee vijfde raadt anderen in sommige situaties aan om te komen en raadt dit in andere situaties af.

5 CONCLUDERENDE OPMERKINGEN

Dit onderzoek biedt inzicht in het sociale mediagebruik van asielmigranten uit Syrië in relatie tot hun migratiebesluitvorming. De hoofdvraag van dit onderzoek luidt:

Welke rol spelen sociale media bij de verschillende fasen – voor vertrek, tijdens de vlucht en na aankomst in Nederland - van migratie van asielmigranten uit Syrië?

In de beantwoording van deze onderzoeksvraag zijn verschillende deelonderwerpen aan de orde gekomen. Ten eerste de migratieroute vanuit Syrië naar Nederland en de informatiebronnen die geraadpleegd zijn voorafgaand aan vertrek vanuit Syrië. Ten tweede informatiebronnen die geraadpleegd zijn tijdens migratie vanuit Syrië, als ook de percepties en overwegingen bij het gebruik van internet tijdens migratie. En ten slotte het verstrekken van online informatie na aankomst in Nederland.

Een bekende overzichtsstudie over de rol van het internet en mobiele ICT in de moderne netwerksamenleving is getiteld *Networked. The New Social Operating System* (Rainie & Wellman 2012). Deze studie spreekt over een drievoudige revolutie: een *sociale netwerkrevolutie* die het mogelijk maakt om voorbij de eigen, hechte groepen van familie en buurt te reiken, een *internetrevolutie* die veel mensen een grote communicatie- en informatiemacht heeft gegeven, en een *mobiele revolutie* die veel mensen de mogelijkheid biedt om permanent bereikbaar te zijn voor anderen en toegang te krijgen tot anderen. Veel voorbeelden in dit boek gaan over het vinden van een baan, het zorg dragen voor een goede gezondheid, het verkrijgen van meer persoonlijke veiligheid, het aangaan en handhaven van sociale relaties met bekenden en vreemden, en het bewaken van de eigen privacy. Het thema van migratie komt in dit boek *niet* aan de orde.

Binnen wetenschappelijke migratieliteratuur zijn studies naar de rol van het internet en sociale media een relatief nieuw en groeiend onderzoeksterrein. Uit onderzoek weten we inmiddels steeds meer over (1) sociale media als informatiebron, (2) sociale media en feedback, (3) de relatie tussen sociale media en sociale netwerken, (4) en de invloed van sociale media op migratieaspiraties. Naar *asielmigratie* is weinig systematisch onderzoek gedaan. Er bestaat dus een behoefte aan wetenschappelijk onderzoek naar hoe asielmigranten sociale media raadplegen bij migratiebesluitvorming, welke informatie en contacten via sociale media gevonden worden en hoe deze meespelen in migratiebesluitvorming. Ook weten we nog weinig over welke rollen gearriveerde asielmigranten vervullen in het delen van informatie via sociale media naar anderen in het herkomstland. Toch is het vraagstuk van asielmigratie een terrein waarop de betekenis van de geschetste drie

revoluties duidelijk geïllustreerd kan worden. Moderne technologieën in combinatie met grensoverschrijdende sociale netwerken faciliteren het proces van asielmigratie in belangrijke mate.

Uit deze studie blijkt dat het sociale media een cruciale rol vervullen in asielmigratie. De meerderheid van onze respondenten heeft voorafgaand en tijdens de reis gebruik gemaakt van sociale media en is van mening dat hun reis er zonder heel anders uit had gezien. Zij raden anderen aan ook sociale media te gebruiken bij de vlucht uit Syrië. Het meest gebruikte device om sociale media te gebruiken is de smartphone, wat tekenend is voor de *mobiele revolutie.* Via sociale media hebben asielmigranten vooral contact met mensen die men reeds kent, maar soms ook met zogenaamde 'latente contacten'. Dit zijn personen en instanties tot wie sociale media toegang verschaffen (*sociale netwerkrevolutie)*. Ten slotte dragen sociale media bij aan de *informatiemacht* van asielmigranten, voorafgaand aan de reis, tijdens de reis en na afloop. Ze hebben via internet toegang tot meer actuele informatie en informatie gebaseerd op persoonlijke ervaringen.

Deze drievoudige ontwikkeling kent ook zijn keerzijdes. Ten eerste hebben asielmigranten niet altijd goede toegang tot internet. Onze respondenten benoemen vooral voorafgaand aan de reis in Syrië problemen met uitvallende elektriciteit. Ten tweede zien we dat er vooral passief gebruik wordt gemaakt van de sociale netwerk functie van sociale media. Naast het lezen van (semi-)publieke informatie op sociale media wordt er weinig actief gecommuniceerd met latente contacten. Na aankomst in Nederland is niet iedereen bereid om als 'bridgeheads' op te treden en informatie en adviezen te delen via sociale media. Ten slotte is de informatiemacht die sociale media bieden beperkt door onduidelijkheid over de herkomst en betrouwbaarheid van informatie. Onze respondenten spreken over geruchten waarvan moeilijk te beoordelen was in hoeverre deze waar waren.

In het voorgaande hoofdstuk zijn de belangrijkste bevindingen van het onderzoek kort samengevat. Tekenend is dat sociale media enerzijds worden gebruikt als bron van (semi-)openbare informatie en anderzijds worden ingezet voor actieve communicatie met bestaande contacten. In dit concluderende hoofdstuk gaan we nader in op deze twee belangrijke bevindingen: (1) het verwerven van betrouwbare informatie via sociale media, en (2) de rol van (online) sociale netwerken bij het bepalen van het bestemmingsland.

Trusted information

Asielmigratie is een risicovolle onderneming met veel onzekerheden. Om onzekerheden te reduceren en risico's te vermijden is betrouwbare informatie over de reisroute en het land van bestemming van levensbelang. Sociale media waarbinnen 'user generated content' wordt uitgewisseld zijn daarvoor belangrijk. Typerend is dat websites van overheden amper worden geraadpleegd. Slechts twee respondenten raadpleegden websites van overheden voorafgaand aan de reis. Dat wil niet zeggen dat

overheidsinformatie niet bekend is bij respondenten. Maar zij lijken deze informatie vooral te verwerven op websites en applicaties waarin over deze informatie wordt gediscussieerd en waar ook persoonlijke ervaringen van asielmigranten worden uitgewisseld. De Deense overheid heeft recentelijk advertenties geplaatst in Libanese kranten om potentiële asielmigranten te wijzen op het strenge Deense asielbeleid. In een recent rapport over de rol van migratiebeleid in de beslissingen van (asiel-)migranten, wordt hierover het volgende opgemerkt (Hagen-Zanker 2016: 32):

> "Take the Danish newspaper adverts as an example. The information contained within those ads might be perfectly useful and usable. It clearly communicates the country's new asylum law to people who, one might think, would find this highly relevant. But consider the source: a faceless state bureaucracy centred thousands of miles away from the realities of life in Lebanon. The same information coming through a close personal contact, particularly one who has already reached Denmark, would probably mean far more. Indeed, the fact that macro or institutional base trust is often referred to as 'thin trust', whereas more micro, or personalised forms of trust are termed as 'thick trust', is particularly telling (...)"

Deze observatie sluit aan bij onze bevindingen. De open websites en applicaties en de besloten communities en groepen die asielmigranten raadplegen zijn een poging om de kwaliteit van informatie te vergroten. Daarbij spelen overwegingen van vertrouwen een grote rol. Vooral twee functies van vertrouwen zijn belangrijk: vertrouwen om samenwerking mogelijk te maken (bijvoorbeeld met smokkelaars) en vertrouwen om de complexiteit van de asielmigratie te verminderen (Misztal 1996). Natuurlijk zijn respondenten zich bewust van de onbetrouwbaarheid van online informatie. Zij onderkennen dat online informatie onbetrouwbaar, verouderd en onjuist kan zijn. Maar men gaat op zoek naar ‘trusted information’ (Hagen-Zanker & Mallett 2016). Daarbij is ‘interpersonal trust’ (vertrouwen gebaseerd op communicatie tussen personen) belangrijker dan vertrouwen gebaseerd op gezichtsloze, anonieme bureaucratieën (Giddens 1990). Ruim 70% van onze respondenten raadpleegde voorafgaand aan de reis het internet om in contact te komen met reeds gearriveerde Syriërs in Nederland. Deze raden niet in alle gevallen aan om naar Nederland te komen, maar geven ook migratie-ondermijnende adviezen. Het aspect van vertrouwen speelt ook nadrukkelijk een rol bij de keuze voor een smokkelaar. Daar zien we dat informatie op basis van persoonlijke contacten doorslaggevend is in het keuzeproces.

Het onderzoek wijst daarnaast uit dat de smartphone het meest gebruikte device is om het internet te raadplegen. De smartphone maakt het mogelijk om permanent informatie te checken en te verwerven. De smartphone is, om met de antropoloog James Scott (1985) te spreken, een typisch *weapon of the weak*. Het biedt de mogelijkheid om bruikbare, niet-officiële informatie - bijvoorbeeld over vluchtroutes - te achterhalen en te improviseren in reactie op

overheidsmaatregelen. Daarmee is niet gezegd dat de groep asielmigranten louter bestaat uit arme, kwetsbare Syrische burgers. De asielmigranten die naar West-Europa vluchten, beschikten immers over financiële middelen om de reis te bekostigen. Ook is meer dan de helft van onze respondenten middelbaar en/of hoger opgeleid. Maar in hun hoedanigheid als asielmigrant hebben zij een zeer zwakke maatschappelijke positie. Toegang tot informatie versterkt hun positie.

Migrantennetwerken
Een tweede belangrijke bevinding is dat migrantennetwerken van groot belang zijn voor de bepaling van het land van bestemming. Voor 87% van de respondenten was Nederland de beoogde eindbestemming, vooral door de aanwezigheid van landgenoten en familie. Communicatie met hen, via sociale media of anderszins, vormde een belangrijke factor in migratiebesluitvorming en vooral de keuze voor Nederland. Sociale media worden zelden ingezet om latente contacten aan te boren, bijvoorbeeld van Syriërs in Nederland van buiten iemands persoonlijke netwerk

De Syriërs zijn de snelst groeiende immigrantengroep in Nederland. Het CBS telde in oktober 2015 37.000 officieel ingeschreven Syriërs in de Nederlandse bevolking. Dat aantal zal nu boven de 40.000 liggen. Een deel van hen functioneert als bruggenhoofd voor nieuwe asielmigranten, waardoor risico's en kosten voor nieuwe migranten deels kunnen worden gereduceerd (dat geldt in het bijzonder voor de nareizigers) (Castles et. al. 2015). Dit blijkt ook uit onze studie: bijna twee vijfde van de respondenten (38%) raadt anderen aan om naar Nederland te migreren. Maar er zijn ook aarzelingen. Twee vijfde van de respondenten is selectiever: in sommige gevallen raadt men aan om naar Nederland af te reizen, en in andere gevallen niet. En een vijfde van de respondenten raadt juist af om naar Nederland te migreren. De gevaarlijke vluchtroute, de lengte van de asielprocedure en de procedure voor gezinshereniging zijn belangrijke reden om mensen af te raden om naar Nederland te komen.

Samenvattend wijzen de bevindingen uit dat in migrantennetwerken van Syrische asielmigranten migratie-bevorderende feedback en migratie-ondermijnende feedback tegelijkertijd voorkomen. De komende periode zal uitwijzen in welke mate deze accenten gaan verschuiven - bijvoorbeeld als gevolg van het vluchtelingenakkoord van de EU met Turkije en het afsluiten van de Balkanroute en verschillen in bijvoorbeeld de duur van asielprocedures in verschillende Europese landen. Verschuivingen in de feedback op basis van dergelijke veranderingen dragen mede bij aan het doen toe- of afnemen van migratiestromen en ook aan verandering van migrantennetwerken (vgl. ook Schapendonk 2014).

Tot slot
Deze explorerende studie over het gebruik van sociale media door Syrische asielmigranten biedt contextinformatie die gebruikt kan worden bij het

analyseren van online data en het ontwikkelen van prognosemodellen voor migratiestromen. Het laat zien dat een meerderheid van de Syrische asielmigranten gebruik maakt van online informatie en online contacten via sociale media. Relevante informatie en adviezen worden voorafgaand en tijdens de reis gezocht. Tijdens de reis doen asielmigranten ook nieuwe contacten op waarmee men via sociale media het contact behoudt. Voor het onderhouden van bestaande contacten wordt het meest gebruik gemaakt van social networking sites, instant messaging- en VoIP-diensten.

Soms zoekt met via algemene zoekmachines zoals Google, maar ook zoekt men informatie binnen specifieke platforms zoals Facebook of Youtube. Naast openbare informatie, bereikt men ook besloten groepen of netwerken waarin informatie uitgewisseld wordt.

Syrische asielmigranten benoemen verschillende voor- en nadelen die meespelen in hoe zij hun migratiebesluitvorming door online informatie en contacten laten sturen. Zij achten online informatie uitgebreid, actueel en meer persoonlijk en praktisch van aard. Daarnaast menen zij dat online informatie in sommige gevallen onjuist of onbetrouwbaar is. In die gevallen laten zij zich minder door online informatie en contacten leiden. In de meeste gevallen gebruiken onze respondenten verschillende informatiebronnen waarbij informatie met elkaar vergeleken en gevalideerd wordt. Sociale media zijn één factor in meer complexe migratiebesluitvorming. Dit onderzoek sluit aan bij de conclusie uit eerder onderzoek dat sociale media geen eigenstandig effect op (asiel)migratie hebben (Dekker et al. 2015), maar wel een belangrijk medium is geworden dat migranten communicatie- en informatiemacht geeft.

REFERENTIES

Bakewell, O., Engbersen, G., Horst, C. en Fonseca, L. (Red.) (2016). *Beyond Networks. Feedback in International Migration*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Böcker, A. (1994). Chain Migration over Legally Closed Borders: Settled Migrants as Bridgeheads and Gatekeepers. *Netherlands' Journal of Social Sciences*, *30*(2): 87-106.

Boyd, D. en Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *13*, 210-230.

Burrell, J. en Anderson, K. (2008). "I have great desires to look beyond my world": Trajectories of Information and Communication Technology Use among Ghanaians Living Abroad. *New Media & Society, 10*(2), 203-224.

Castles, S., Haas, H. de, en Miller, M. (2014). *The Age of Migration*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2016, 9 juni). *Asielverzoeken en Nareizigers; Nationaliteit, Geslacht en Leeftijd.* [Dataset]. Geraadpleegd van http://statline.cbs.nl/Statweb/publication/?DM=SLNL&PA=83102ned&D1=0-1,3&D2=1-2&D3=1-3&D4=35&D5=48,50-53&HDR=T,G4&STB=G1,G2,G3&VW=T

Dekker, R. en Engbersen, G. (2014). How Social Media Transform Migrant Networks and Facilitate Migration. *Global Networks*, *14*(4), 401-418.

Dekker, R., Engbersen, G. en Faber, M. (2015). The Use of Online Media in Migration Networks*. Population Space and Place*, Early view online.

Engbersen, G., Snel, E. en Horst, C. (2016). Beyond Networks: Insights on Feedback and Mechanisms of the Middle Range. In: Bakewell, O., Engbersen, G., Horst, C. en Fonseca, L. (Red.). *Beyond Networks. Feedback in International Migration* (pp. 231-246). Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Dimenescu, D. (2008). The Connected Migrant: An Epistemological Manifesto. *Social Science Information, 47*(4): 565-579.

Epstein, G. (2008). Herd and Network effects in Migration Decision-making. *Journal of Ethnic and Migration Studies, 34*(4): 567-583.

Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity*. Oxford: Polity Press.

Goldin, I., Cameron, G. en Balarajan, M. (2011). *Exceptional People. How Migration Shaped our World and Will Define Our Future*. Princeton: Princeton University Press.

Haas, H. de (2010). The Internal Dynamics of Migration Processes: A Theoretical Inquiry. *Journal of Ethnic and Migration Studies. 36* (10): 1587-1617.

Hagen-Zanker, J. en Malett, R. (2016). *Journeys to Europe. The role of policy in migrant decision-making*. Londen: Overseas Development Institute (ODI).

Hargittai, E. (2010). Digital Na(t)ives? Variation in Internet Skills and Uses among Members of the “Net Generation”. *Sociological Inquiry, 80*(1): 92-113.

Haythornthwaite, C. (2002). Strong, Weak, and Latent Ties and the Impact of New Media, *The Information Society*, *18*: 385-401.

Haythornthwaite, C. (2005). Social networks and internet connectivity effects. *Information, Communication & Society, 8*(2): 125-147.

Horst, H. (2006). The Blessings and Burdens of Communication: Cell Phones in Jamaican Transnational Social Fields, *Global Networks, 6*(2): 143-159.

Hiller, H. en Franz, T. (2004). New Ties, Old Ties and Lost Ties: The Use of the Internet in Diaspora. *New Media & Society, 6*(6): 731-752.

Immigration and Naturalisation Service (IND) (2015). *Asylum Trends. Monthly Report on Asylum Applications in The Netherlands and Europe. December 2015.* Rijswijk: Immigration and Naturalisation Service Business Information

Center. Retrieved July 25, 2016 from: https://ind.nl/Documents/Asylum%20Trends%20December%202015.pdf

Kaplan, A. , en Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, *53*(1): 59-68.

Madianou, M. (2014). Smartphones as polymedia. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *19*(3): 667-680.

Madianou, M. en Miller, M. (2012). *Migration and New Media. Transnational Families and Polymedia*. London/New York: Routledge.

McGregor, E. en Siegel, M. (2013). *Social Media and Migration Research* (No. 068). United Nations University-Maastricht Economic and Social Research Institute on Innovation and Technology (MERIT).

Misztal, B. (1996). *Trust in Modern Societies*. Oxford: Blackwell.

Moon, J., Park, J., Jung, G. en Choe, Y. (2010). The Impact of IT Use on Migration Intentions in Rural Communities. *Technological Forecasting and Social Change, 77*: 1401-1411.

Nedelcu, M. (2012). Migrants' New Transnational Habitus: Rethinking Migration through a Cosmopolitan Lens in the Digital Age. *Journal of Ethnic and Migration Studies, 38*(9): 1339-1356.

Rainie, L. en Wellman, B. (2012). *Networked. The New Social Operating System*. Cambridge: The MIT Press.

Schapendonk, J. (2012). What if Networks Move? Dynamic Social Networking in the Context of African Migration to Europe. *Population, Space and Place, 21*(8): 809-819.

Scott, J. (1985). *Weapons of the Weak. Everyday Forms of Peasant Resistance*. New Haven: Yale University Press.

Scott, J. (1995). *Domination and the Arts of Resistance: Hidden Transcripts*. New Haven: Yale University Press.

Thulin, E. en Vilhelmson, B. (2014). Virtual Practices and Migration Plans: A Qualitative Study of Urban Young Adults. *Population, Space and Place, 20*(5): 389-401.

Tilly, C. (2007). Trust Networks in Transnational Migration. *Sociological Forum, 22*(1): 3-25.

Vertovec, S. (2004). Cheap Calls: The Social Glue of Migrant Transnationalism, *Global Networks,* 4(2), pp. 216-224.

Vilhelmson, B. en Thulin, E. (2013). Does the Internet Encourage People to move? Investigating Swedish Young Adults' Internal Migration Experiences and Plans, *Geoforum, 47*: 209-216.

Wall, M., Campbell, M. en Janbek, D. (2015). Syrian Refugees and Information Precarity, *New Media & Society*, Early view online.

BIJLAGE 1 ONDERZOEKSVRAGEN

De hoofdvraag is uitgewerkt in de volgende deelonderzoeksvragen:

1. Hoe komt de beslissing om te vertrekken tot stand?
    a. Wie heeft de beslissing hiertoe genomen?
    b. Welke push en pull factoren hebben bij deze beslissing een rol gepeeld?
    c. Wat is de belangrijkste factor geweest om te vertrekken?
2. Op welke manier heeft men informatie verzameld over de vlucht voorafgaande aan het feitelijke vertrek?
    a. Welke bronnen speelden hierbij een rol?
        i. Interpersoonlijke contacten (al dan niet via media waaronder post en telefoon)
        ii. Informatie van massamedia: Kranten, televisie, radio
        iii. Sociale media (typologie van sociale media inclusief, social network sites, weblogs, fora, videosharing sites, VoIP)
    b. In het geval van het gebruik van internet en sociale media **voorafgaande aan vertrek**, welke zoekprogramma's, platforms en termen zijn daarbij gebruikt?
    c. Wat is de belangrijkste reden dat men gebruik maakt van social media voorafgaande aan het vertrek?
3. Wist men voorafgaande aan het vertrek naar welk land men wilde vluchten?
    a. Welk land was dit?
    b. Waarom wilde men naar dit land?
    c. Indien het land een ander was dan Nederland, waarom is Nederland uiteindelijk het bestemmingsland geworden?
    d. Wist men iets van Nederland? Zo ja, van:
        i. Ten aanzien van het migratiebeleid
        ii. Ten aanzien van de economie
        iii. Ten aanzien van de samenleving
    iv. Op welke informatiebron(nen) was dit beeld gebaseerd?
4. Is er tijdens de vlucht naar Nederland gebruik gemaakt van mensensmokkelaars?
    a. Kende men de smokkelaars voorafgaande aan het vertrek?
    b. Op welk manier is men hier mee in contact gekomen?
    c. Heeft sociale media hierin een rol gespeeld? Zo ja, welke?
5. Hoe is de reis vanuit Syrië naar Nederland verlopen?
    a. Via welke landen is men naar Nederland gegaan?
    b. Was deze route vooraf gepland?
    c. Hoe lang heeft men over de gehele vlucht naar Nederland gedaan?

6. Wat is de belangrijkste informatie die men tijdens de vlucht nodig heeft?
    a. Over welke onderwerpen gaat deze informatie?
    b. Waar komt deze informatie vandaan?
        i. Interpersoonlijke contacten (al dan niet via media waaronder post en telefoon)
        ii. Informatie van massamedia: Kranten, televisie, radio
        iii. Sociale media (typologie van sociale media inclusief, social network sites, weblogs, fora, videosharing sites, VoIP)
7. Had men tijdens de vlucht toegang tot internet?
    a. Zo ja, was dat via een eigen apparaat of van een ander?
    b. Hoe vaak gebruikte men internet?
    c. Op welke manier (mobiel, lap top, etc.)?

8. In het geval van het gebruik van internet en sociale media **tijdens de vlucht**, hoe belangrijk is dit geweest?
    a. Welke bronnen en platforms zijn daarbij vooral gebruikt?
    b. Welke zoektermen zijn daarbij gebruikt?
    c. Wat waren de belangrijkste redenen dat men deze sociale media en platforms gebruikte?
9. Heeft informatie die op sociale media beschikbaar was de beslissing om te migreren gestimuleerd of bemoeilijkt?
10. Hoe werd de betrouwbaarheid van informatie van verschillende bronnen (overheid, interpersoonlijke media, massamedia, social media etc.) beoordeeld?
11. Is men **eenmaal in Nederland** nog altijd actief op de netwerken en platforms die men voor en tijdens de vlucht gebruikte?
    a. Op welke programma's, netwerken en platforms is men vooral actief?
    b. Waarom blijft men hierop actief?
    c. Wat voor soort informatie wordt gedeeld?
12. Wordt sociale media gebruikt om contact te onderhouden met familie en vrienden in Syrië, in transitlanden en in Nederland?

BIJLAGE 2 VRAGENLIJST

A. Inleiding

De Nederlandse overheid wil graag beter inzicht krijgen in hoe migratiebesluitvorming tot stand komt en welke informatie belangrijk is voor mensen bij hun migratie naar Europa.

Wij willen u daarom graag wat vragen stellen over de informatie die u tot uw beschikking had over asiel aanvragen in Europa en Nederland voor uw vertrek en tijdens uw reis en het belang van internet hierbij. Het onderzoek wordt uitgevoerd door onafhankelijke onderzoekers van de Erasmus Universiteit Rotterdam/ Regioplan. De informatie die u geeft is volledig anoniem, wij hoeven uw naam niet te weten. Deelname aan het onderzoek heeft geen enkel gevolg voor uw verblijf (of dat van eventuele gezinsleden) in Nederland.

Wij kunnen u als dank voor uw medewerking aan het onderzoek een kleine vergoeding van 15 euro bieden in de vorm van een cadeaubon. Deze bon kunt u bij heel veel winkels in Nederland inwisselen.

Het interview duurt ongeveer 45-60 minuten. Om uw antwoorden goed te kunnen verwerken willen wij het gesprek graag opnemen. Deze opname is alleen bedoeld voor de onderzoekers. Heeft u daar bezwaar tegen?
[Interviewer: indien bezwaar dan aangegeven dat we alleen aantekeningen zullen maken]

We beginnen met een paar algemene vragen over uw vlucht naar Nederland.
[*interviewer: deze inleidende vragen zijn bedoeld om de respondent te laten vertellen over hun reis en de informatie die ze daarbij gebruikt hebben*]

1. Kunt u mij kort vertellen hoe lang u in Nederland bent en hoe het nu gaat in Nederland?

2. Via welke route bent u naar Nederland gekomen (welke landen, tussenstops, manier van reizen, welke vervoersmiddelen, hoe lang bent u onderweg geweest, was NL u bedoelde eindbestemming)? [*Interviewer: laat kaartje van Europa zien als hulpmiddel voor het gesprek*]

3. Op basis van welke informatie heeft u besloten om naar Nederland te komen en waar heeft u die informatie gevonden?

3a. Welke rol speelden geruchten voor en tijdens de reis?

B. Informatiebronnen <u>VOORAFGAAND</u> aan migratie:

Ik wil u nu wat vragen stellen over de <u>informatie</u> die u zelf of via uw reisgenoten had <u>voordat u naar Europa vertrok</u>.

4. Over welke informatiebronnen over asiel in Europa beschikte u zelf (of via uw reisgenoten) voorafgaand aan uw vertrek? (*<u>meerdere antwoorden mogelijk</u>*)
    a. Informatie via persoonlijke contacten (familie, bekenden, contact met overheden of organisaties);
    b. informatie via massamedia: kranten, televisie, radio;
    c. Informatie en contacten beschikbaar via internet (bestaande contacten, onbekenden, sites van overheden of organisaties).

Als 4 = a:

Met wie heeft u contact gehad? En hoe heeft u met hen gecommuniceerd?

[Interviewer: Als vraag 4≠ c (dus <u>geen</u> gebruik internet voorafgaand aan vertrek) => vraag 5; anders door naar vraag 6]

5. Wat was de belangrijkste reden om geen internetbronnen te raadplegen?
    a. Geen toegang tot devices
    a. Geen toegang tot internet
    b. Ik weet niet goed hoe het werkt
    c. Iemand anders organiseerde mijn reis
    d. Er is geen nuttige informatie te vinden
    e. Informatie is onbetrouwbaar
    f. Overheid kijkt mee
    g. Anders, nl …..……

[Interviewer: door naar vraag 16]

6. Van welke informatiebron maakte u het meeste gebruik?
    a. Van alle bronnen evenveel
    b. Vooral van persoonlijke contacten
    c. Vooral van massamedia
    d. Vooral van informatie via internet

7. Welke devices gebruikte u om internet te gebruiken?
    a. Eigen PC
    b. Eigen laptop
    c. Eigen tablet
    d. Eigen (smart)phone
    e. Geleende PC, laptop, tablet of (smart)phone
    f. Internetcafé/bibliotheek etc.
8. Welke websites en applicaties heeft u voorafgaand aan uw reis geraadpleegd? (*meerdere antwoorden mogelijk*) [*Interviewer: vraag eerst open stellen en daarna eventueel opnoemen. Bij a en b: namen van de websites noteren*]
    a. Websites van overheden: zoals ……..
    b. Websites van hulporganisaties: zoals …….
    c. VoIP (Skype, Viber)
    d. Fora
    e. Videosharing (Youtube, Vine)
    f. Picture sharing (Pinterest, Instagram)
    g. Weblogs (Blogger, Wordpress)
    h. Microblogs (Twitter, Weibo)
    i. Social networking sites (Facebook, Linkedin)
    j. Instant messaging (Whatsapp, Ping)
    k. (Annotated) maps (Google maps)
    l. Anders, namelijk….

9. Waarom koos u ervoor dit type websites en applicaties te gebruiken?

10. Heeft de online informatie u geholpen bij het voorbereiden van uw vlucht naar Europa?
    a. Nee, niet of nauwelijks *[Interviewer: Als vraag 9 = a => vraag 12]*
    b. Ja, in enige mate *[Interviewer: Als vraag 9 = b of c => vraag 11]*
    c. Ja, in sterke mate

11. Kunt u hier een voorbeeld van geven?

12. Met welke zoektermen heeft u met een zoekmachine zoals bijvoorbeeld google gezocht naar informatie of contacten op internet?

[Interviewer: zo volledig mogelijk en nauwkeuring mogelijk in het Arabisch noteren plus de Nederlandse of Engelse vertaling]

13. Heeft u ter voorbereiding van uw vlucht naar Europa via internet informatie over reismogelijkheden naar of asiel Nederland opgezocht?
    a. Ja [*Interviewer: Als vraag 13=a => vraag 14*]
    b. Nee [*Interviewer: Als vraag 13= b => vraag 17*]

14. Kunt u een voorbeeld geven van het soort informatie dat u heeft opgezocht?

15. Als Nederland niet uw doel was (*Interviewer: zie vraag 2*) maar een ander land: Welke rol speelde beschikbare informatie op internet bij het feit dat u uiteindelijk in Nederland om asiel vroeg?

16. Had u kennis van wetten en regels voor het aanvragen van asiel in Nederland en hoe bent u aan deze kennis gekomen?

17. Heeft u tijdens een deel van uw reis gebruik gemaakt van een smokkelaar?
    a. Ja [*Interviewer: Als vraag 17=a => vraag 18*]
    b. Nee [*Interviewer: Als vraag 17 = b of c => vraag 19*]
    c. Weet niet/ wil niet zeggen

18. Hoe bent u in contact gekomen met deze persoon? Welke rol speelde social media hierin? Hoe kwam u op deze (Facebook) pagina terecht? Gebruikte u hiervoor zoektermen? Wie raadde deze persoon aan? Had u reviews gelezen? Heeft u nog digitaal contact met deze persoon na uw reis?

C. Informatiebronnen TIJDENS migratie:

Ik wil u nu wat vragen stellen over de informatie die u (via reisgenoten) tot uw beschikking had tijdens de reis naar Europa. *[Interviewer: eerst een wat algemene open vraagstellen, vervolgens de specifieke vragen over informatiebronnen]*

19. Toen u eenmaal op reis was, welke behoefte aan (nieuwe) informatie had u toen? En hoe heeft u die informatie gezocht?

20. Uit welke bronnen heeft u deze informatie en contacten verkregen? *(meerdere antwoorden mogelijk)*
    a. Informatie via persoonlijke contacten (familie, bekenden, contact met overheden of organisaties);
    b. informatie via massamedia: kranten, televisie, radio;
    c. Informatie en contacten beschikbaar via internet (bestaande contacten, onbekenden, sites van overheden of organisaties).

[Interviewer:
Als vraag 20 ≠ c: dus geen gebruik internet tijdens reis, door naar vraag 21;
Als vraag 20 = c: dus wel gebruik internet tijdens reis, door naar vraag22]

21. Wat was de belangrijkste reden om geen internetbronnen te raadplegen?
    b. Geen toegang tot devices
    h. Geen toegang tot internet
    i. Ik weet niet goed hoe het werkt
    j. Iemand anders organiseerde mijn reis
    k. Er is geen nuttige informatie te vinden
    l. Informatie is onbetrouwbaar
    m. Overheid kijkt mee
    n. Anders, nl ……

[Interviewer:
Als vraag 20 ≠ c: dus geen gebruik internet tijdens reis, maar wel gebruik internet voor vertrek naar Europa! => vraag 26;
Als vraag 20 ≠ c: dus geen gebruik internet tijdens reis, en geen gebruik internet voor vertrek naar Europa! => vraag 40]

22. Welke devices gebruikte u tijdens uw reis om internet te gebruiken?
    a. Eigen PC
    b. Eigen laptop
    c. Eigen tablet
    d. Eigen (smart)phone(s)
    e. Geleende PC, laptop, tablet of (smart)phone
    f. Internetcafé/bibliotheek etc.

23. Welke websites en applicaties heeft u tijdens uw reis geraadpleegd? [*Interviewer: vraag eerst open stellen en daarna eventueel opnoemen. Bij a en b: namen van de websites noteren*]
    a. Websites van overheden, zoals ……
    b. Websites van hulporganisaties, zoals …….
    c. VoIP (Skype, Viber)
    d. Fora
    e. Videosharing (Youtube, Vine)
    f. Picture sharing (Pinterest, Instagram)
    g. Weblogs (Blogger, Wordpress)
    h. Microblogs (Twitter, Weibo)
    i. Social networking sites (Facebook, Linkedin)
    j. Instant messaging (Whatsapp, Ping)
    k. (Annotated) maps (Google maps)
    l. Anders, namelijk…

24. Waarom koos u ervoor dit type websites en applicaties te gebruiken?

25. Met welke zoektermen heeft u met een zoekmachine zoals bijvoorbeeld google gezocht naar informatie of contacten op internet? *[Interviewer: zo volledig mogelijk en nauwkeuring mogelijk in het Arabisch noteren plus de Nederlandse of Engelse vertaling]*

D. Algemene perceptie/gebruik internet bij migratie

Ik wil u nu wat vragen stellen over het belang van het gebruik van internet bij uw migratie naar Nederland.

[Interviewer: Blok D is alleen voor respondenten die zelf of via hun reisgenoten gebruik hebben gemaakt van internet voor en/of tijdens de reis]

26. Voor welke doelen heeft u internet geraadpleegd voorafgaand of tijdens uw reis? (*meerdere antwoorden mogelijk*)
    a. Informatie over toegang tot Europa
    b. Voorkeur bepalen vestigingsland
    c. Reisroute uitstippelen
    d. In contact komen met reeds gearriveerde Syriers
    e. In contact komen met [agents/smokkelaars]
    f. Anders , nl…….

27. Was het voor u moeilijk of makkelijk om voor of tijdens de reis toegang te krijgen tot internet? [*Interviewer: vragen om toelichting*]

28. Wat zijn volgens u voordelen van online informatie en contacten in vergelijking met andere informatiebronnen (persoonlijke contacten en traditionele media) bij het plannen van migratie? (*meerdere antwoorden mogelijk*)
    a. Meer informatie beschikbaar
    b. Informatie over persoonlijke ervaringen
    c. Informatie over niet-officiële routes beschikbaar
    d. Betrouwbaarder informatie beschikbaar
    e. Actuele informatie
    f. Contact hernieuwen met oude bekenden
    g. Contact leggen met onbekenden
    h. Anonimiteit
    i. Lage kosten
    j. Anders,
       nl……

29. Wat zijn volgens u nadelen van online informatie en contacten in vergelijking met andere informatiebronnen (persoonlijke contacten en traditionele media) bij het plannen van migratie?
    a. Informatie onbetrouwbaar
    b. Informatie is verouderd
    c. Informatie is niet officieel
    d. Informatie is onjuist
    e. Bedrog door anonieme personen online
    f. Overheid leest mee
    g. Anders,
       nl.……

30. Kunt u een voorbeeld geven van informatie en contacten waar u zonder internet geen toegang toe had gehad?

31. Hoe betrouwbaar acht u de informatie die u via internet kreeg in het algemeen?
    a. Heel betrouwbaar
    b. Betrouwbaar
    c. Neutraal
    d. Onbetrouwbaar
    e. Heel onbetrouwbaar

32. Zijn er bronnen die u meer of minder betrouwbaar acht? Zo ja welke, en waarom?

33. Op welke manieren heeft u de betrouwbaarheid van online informatie en contacten geprobeerd te beoordelen?

34. Vond u informatie die u zocht doorgaans op publiek toegankelijke websites/applicaties of meer besloten communities/groepen?
    a. Alleen publiek
    b. Grotendeels publiek
    c. Zowel publiek als besloten
    d. Grotendeels besloten
    e. Alleen besloten

35. Kunt u drie applicaties/websites noemen die u voorafgaand en gedurende uw reis het meest geholpen hebben?
    [*Interviewer: zo volledig en nauwkeurig mogelijk noteren (in Arabisch indien relevant)*]

36. Had uw reis naar Europa er anders uit gezien zonder de informatie en contacten via internet? [*Interviewer: denk aan bv route, duur reis, gemaakte kosten etc*]
    a. Ja, heel anders [*Interviewer: Als vraag 36 = a of b => vraag 37]*
    b. Ja, enigszins anders
    c. Nee, niet anders [*Interviewer: Als vraag 36 = c of d => vraag 38]*
    d. Weet niet

37. Kunt u hier een voorbeeld van geven?

38. Zou u anderen die naar Europa willen komen aanraden van internet gebruik te maken?
    a. Zeer zeker wel
    b. Waarschijnlijk wel
    c. Neutraal
    d. Waarschijnlijk niet
    e. Zeer zeker niet

39. Waarom is dat?

E. Zenden van informatie na aankomst

Tot slot wil ik u nog wat vragen stellen over hoe u, nu u in Nederland bent, contact onderhoudt met mensen in Syrië.

40. Welke communicatiemiddelen gebruikt u nu vanuit Nederland om te communiceren met mensen in Syrië? (*meerdere antwoorden mogelijk*)
    a. Post
    b. Telefoon
    c. SMS
    d. VoIP
    e. Social networking sites
    f. Instant messaging
    g. Blog/eigen website
    h. Anders, nl……

41. Wordt u wel eens via internet door anderen benaderd voor advies om naar Nederland of Europa te komen?
    a. Wekelijks
    b. Maandelijks
    c. Af en toe (< maandelijks)
    d. Nooit [*Interviewer: als vraag 41 = d door naar vraag 45*]

42. Deelt u dan informatie en uw ervaringen over vluchten naar Nederland of Europa?
    a. Altijd
    b. Soms
    c. Nooit

43. Raadt u via internet mensen af of aan om naar Nederland te migreren?
    a. Over het algemeen aanraden
    b. Soms aanraden/ soms afraden
    c. Over het algemeen afraden

44. Waarom? Kunt u hier een voorbeeld van geven?

F. Afsluitende vragen

Tot slot heb ik nog een paar achtergrondvragen:

45. Geslacht [*invullen door interviewer*]:
    a. Man

b. Vrouw

46. In welk jaar bent u geboren? ----------

47. Wat is uw hoogst genoten opleiding?
    a. =< basisonderwijs
    b. Lager secundair onderwijs
    c. Hoger secundair onderwijs
    d. Middelbaar beroepsonderwijs
    e. Hoger beroepsonderwijs/ Universiteit
    f. Weet niet

48. Uit welke plaats in Syrië bent u afkomstig?
    ……..

49. Huidige verblijfplaats: AZC …… [*invullen door interviewer*]

Dit waren al mijn vragen. Heeft u naar aanleiding van het interview nog andere opmerkingen of vragen?

50. Opmerkingen/ vragen respondent:

Ik wil u heel hartelijk bedanken voor uw medewerking aan het onderzoek!

BIJLAGE 3 VERKLARENDE WOORDENLIJST

Asielmigrant:	Migrant die het doen van een asielaanvraag als migratiemotief heeft.
Asielzoeker:	Migrant die de bescherming van een ander land heeft ingeroepen middels het doen van een asielaanvraag.
Massamedia:	Media die op ‘one-to-many’ basis informatie publiceren voor een groot publiek.
Microblog:	Sociale mediatoepassing die het mogelijk maakt korte tekst- of multimediafragmenten te delen.
Migratiebesluitvorming:	Besluitvormingsproces waarbij men het besluit te migreren en verschillende routes en bestemmingen overweegt.
Online contacten:	Sociale contacten die men op internet kan activeren. Dit kunnen bestaande contacten uit iemands persoonlijke netwerk zijn, maar ook ‘latente contacten’ die door de infrastructuur van sociale media worden gefaciliteerd.
Online forum:	Sociale mediatoepassing waar gebruikers met elkaar in discussie. De discussie is vaak georganiseerd aan de hand van specifieke onderwerpen, ofwel ‘threads’.
Online informatie:	Informatie die op internet te vinden is, zowel ‘user generated content’ als informatie van Web 1.0 websites.
Statushouder:	Asielzoeker die een verblijfsstatus heeft ontvangen.
Social media:	Internettoepassingen die gekenmerkt worden door het delen van ‘user generated content’ en communicatie op ‘many-to-many’ basis.
Social networking site:	Sociale mediatoepassing die gebruikers de mogelijkheid biedt om een persoonlijk profiel aan te maken, een netwerk van contacten op te stellen en content te delen binnen bepaalde netwerken en groepen van gebruikers.

VoIP:	‘Voice over internet protocol’ online telefonie en videobellen.
Weblog:	Webpagina waarop in omgekeerd chronologische volgorde berichten worden geplaatst over een specifiek onderwerp of als persoonlijk dagboek. Lezers kunnen hierbij meestal reacties plaatsen.