

WIE MAAKT HET NIEUWS?

Global Media Monitoring Project 2020

Nationaal verslag Nederland

**FREE
PRESS
UNLIMITED**

**WOMEN
INC**
●



IN SAMENWERKING MET



Global Media
Monitoring
Project

2020

GMMP 2020 is licensed under creative commons using an Attribution- NonCommercial-NoDerivs.
GMMP 2020 is co-ordinated by the World Association for Christian Communication (WACC), an international NGO which promotes communication for social change.

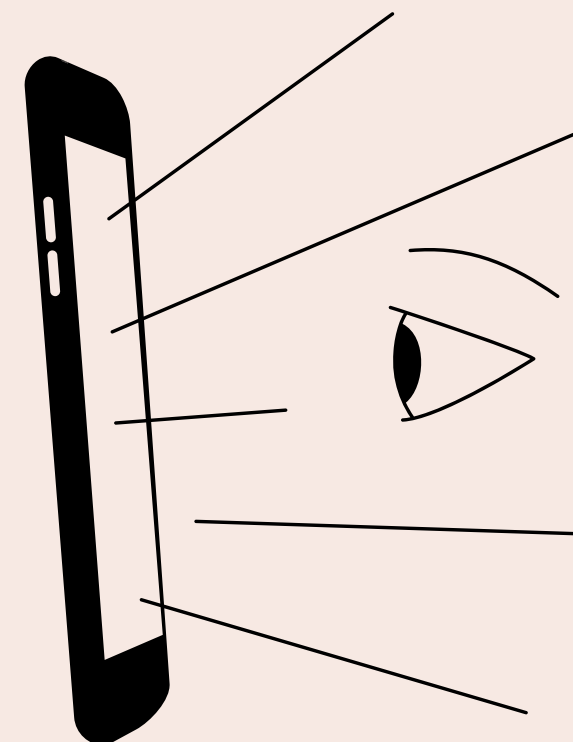
Data for GMMP 2020 were collected through the collective voluntary effort of hundreds of organizations including gender and media activists, grassroots communication groups, university researchers, students, media professionals, journalists associations, alternative media networks and faith groups.

Noncommercial. You may not use this work for commercial purposes.
No derivative Works. You may not alter, transform, or build upon this work.

For any use or distribution, you must make clear to others the license terms of this work. Your fair use and other rights are in no way affected by the above

DANKWOORD

Free Press Unlimited en WOMEN Inc. willen Garjan Sterk en Bernadette van Dijk bedanken voor hun steun tijdens het GMMP 2020 in Nederland. Bijzondere dank gaat uit naar alle vrijwilligers die mee hebben gewerkt aan de monitoring op 29 september 2020.

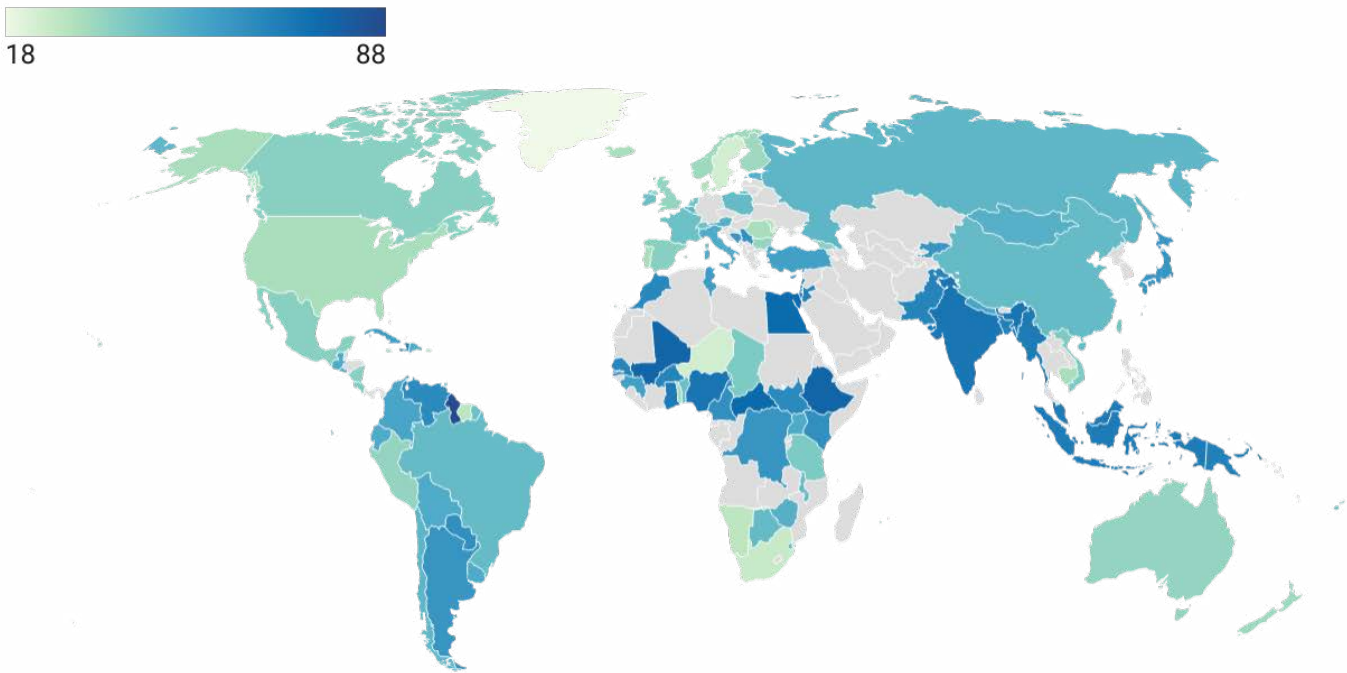


INHOUDSOPGAVE

De wereld in een oogopslag	6
1. OVER GMMP	8
Wereldwijd	
Europees	
Nationaal	
2. SAMENVATTING	12
3. EEN DAG IN HET NIEUWS	13
4. OVER HET ONDERZOEK	13
5. ONDERWERPEN IN HET NIEUWS	14
6. NIEUWSBRONNEN EN –ONDERWERPEN	16
7. GENDER ALS THEMA IN DE JOURNALISTIEK	25
8. JOURNALISTIEK IN DE PRAKTIJK	29
9. NIEUWS OVER COVID-19	29
10. CONCLUSIES	31
11. AANBEVELINGEN EN ACTIEPLAN 2021-2025	32
Bijlages	34

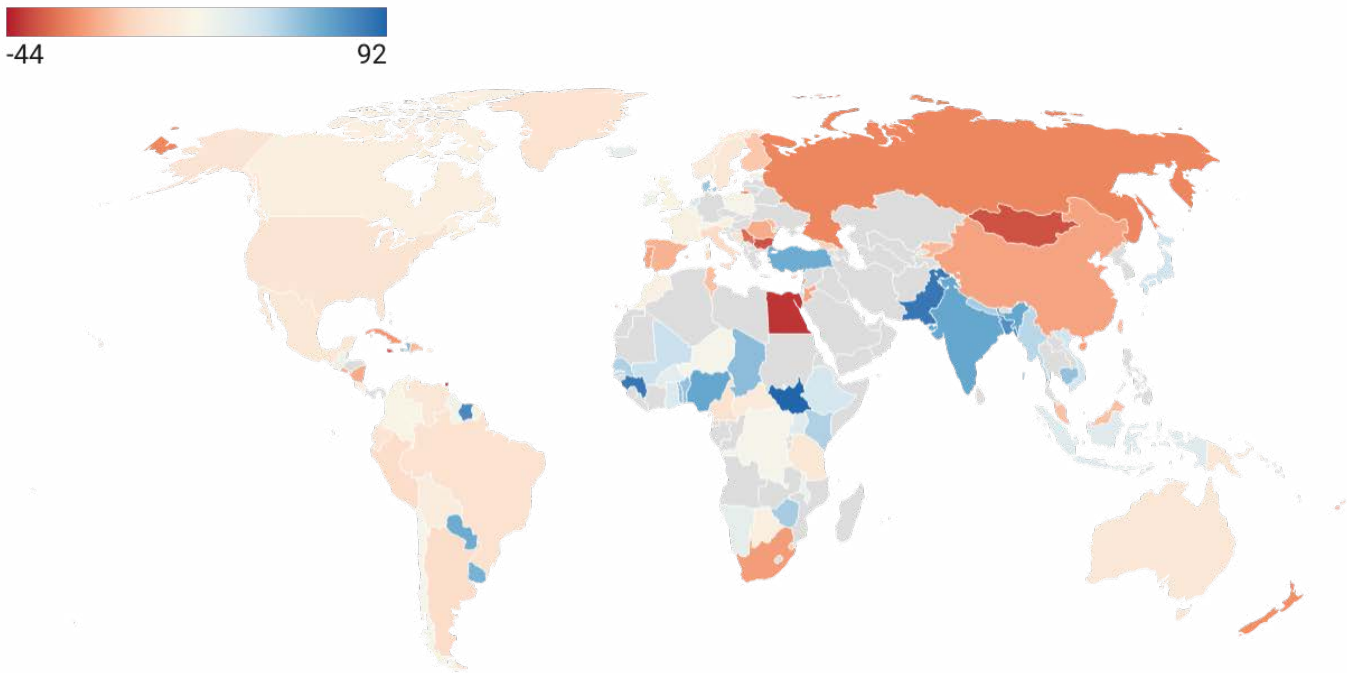
DE WERELD IN EEN OOGOPSLAG - DE GENDERKLOOF IN ONDERWERPEN, BRONNEN EN VERSLAGGEVERS IN HET NIEUWS

GENDERKLOOF : NIEUWSONDERWERPEN EN BRONNEN. KRANTEN-, RADIO- EN TELEVISIE NIEUWS



Deze kaart illustreert de genderkloof per land (waar informatie van beschikbaar is). Hoe donkerder de kleur, hoe groter het verschil in representatie van vrouwen en mannen, in het nadeel van vrouwen. Het percentage geeft het gemiddelde verschil tussen het aantal vrouwen en mannen in beeld weer.

GENDERKLOOF : VERSLAGGEVERS EN JOURNALISTEN. KRANTEN-, RADIO- EN TELEVISIE NIEUWS



Op deze kaart is te zien hoeveel mannen en vrouwen wereldwijd als verslaggever werken. Wanneer het percentage een min-getal is, werken er in het desbetreffende land meer vrouwen dan mannen als verslaggever. Een positief getal houdt juist in dat er meer mannen werkzaam zijn. Wanneer het cijfer bijvoorbeeld -20 is, werken er 20% meer vrouwen als verslaggever in dat land.

1. OVER GMMP

WERELDWIJD

Het Global Media Monitoring Project (GMMP) is 's werelds langstlopende en meest uitgebreide onderzoek naar gender in nieuwsmedia. Het onderzoek is bedoeld om wereldwijd een momentopname vast te leggen van een 'gewone' nieuwsdag. Een 'gewone' nieuwsdag wordt gezien als een dag waarop de nieuwsagenda de alledaagse mix van verhalen en artikelen over politiek, economie, sociale kwesties, misdaad en andere kwesties bevat.

Het eerste onderzoek vond plaats in 1995 en wordt sindsdien elke vijf jaar herhaald. Uit het onderzoek van 1995 bleek dat slechts 17% van de nieuwsonderwerpen – de mensen die worden geïnterviewd of over wie het nieuws gaat – vrouwen waren. De resultaten lieten zien dat gendergelijkheid 'een ver vooruitzicht was voor elk deel van de wereld'. Nieuws werd vaker door vrouwen gepresenteerd dan door mannen, maar het ging zelden over vrouwen.¹

In de edities na 1995 was er sprake van een stijging van de representatie van vrouwen, ondanks het feit dat er wel sprake bleef van een grote ondervertegenwoordiging. Bij de vijfde editie in 2015 suggereerden de resultaten dat de vooruitgang in de richting van gendergelijkheid aan kracht had ingeboet; vrouwen maakten dat jaar slechts 24% uit van de personen die werden gehoord, gezien of gelezen in kranten-, televisie- en radionieuws, precies hetzelfde percentage als in de vierde editie in 2010.

De onzichtbaarheid van vrouwen in traditionele nieuwsmedia is ook overgeslagen naar de online nieuwsplatforms, die voor het eerst in de GMMP-monitoring zijn opgenomen in 2015. Van de mensen in nieuwsitems op reguliere nieuwswebsites was dat jaar 26% vrouw.

Onder-Secretaris-Generaal en Women Executive Director van de VN, Phumzile Mlambo-Ngcuka, onderstreepte dat de manier waarop vrouwen in de media worden afgebeeld "een diepgaand effect heeft op maatschappelijke verhoudingen en tevens traditionele genderrollen versterken. Vrouwen en meisjes verdienen evenveel tijd voor het vertellen van hun verhalen, waarbij ze neergezet worden als positieve rolmodellen en niet als slachtoffers. Dit wordt echter nog te weinig erkend bij het creëren van een betere, vrije wereld voor ons allemaal."²

Deze editie onderzochten GMMP-teams in 116 landen 30.172 nieuwsitems die in kranten werden gepubliceerd, op radio en televisie werden uitgezonden en op nieuwswebsites en via nieuwsmedia-tweets werden verspreid. De verhalen bevatten 58.499 nieuwsonderwerpen en -bronnen en werden gebracht door 28.595 journalisten. Het aantal deelnemende landen is sinds 1995 met 63% gestegen. Het aantal gemonitorde nieuwsberichten is de afgelopen 25 jaar verdubbeld en ten opzichte van de editie van 2015 met meer dan 8.000 gestegen.

Resultaten uit het zesde GMMP laten een gemengd beeld zien van voortgang, stagnatie en achteruitgang. Terwijl in sommige landen glazen plafonds duidelijk naar boven komen, zetten andere landen in op bepaalde belangrijke indicatoren voor gendergelijkheid in de nieuwsmedia. De afgelopen vijf jaar hebben kleine stapsgewijze veranderingen in de richting van gelijkwaardigheid plaatsgevonden, terwijl het algehele tempo van verandering ijsig blijft.

EUROPEES

In 2015 namen 33 Europese landen deel aan het GMMP, in 2020 waren dat er 32. Hoewel er een kerngroep van Europese landen is geweest die

hebben deelgenomen aan (bijna) alle GMMP-monitoringdagen, was 2020 bijzonder uitdagend vanwege Covid-19. Hoewel de impact van de pandemie nog steeds voelbaar is terwijl dit rapport geschreven wordt, is het interessant dat op de monitoringdag van 2020 slechts 27% van de verhalen werd gecodeerd in relatie tot Covid-19. Dit geeft ons het vertrouwen om te suggereren dat de gegevens die in dit rapport worden gepresenteerd, een belangrijke vergelijkende functie blijven vervullen met betrekking tot eerdere edities.

NATIONAAL

Nederland neemt sinds de eerste editie in 1995 deel aan het Global Media Monitoring Project. 25 jaar later blijft de representatie van vrouwen in de Nederlandse media een punt van zorg. Het Commissariaat voor de Media concludeerde dat in 2019 36,6% van de personen die in Nederlandse non-fictie televisieprogramma's te zien waren, vrouwen waren.³ De studie concludeerde ook dat 'vrouwen vaker voorkomen in non-fictie en entertainmentprogramma's (43,5%) dan in nieuws- en actualiteitenprogramma's (33,3%)'. In deze programma's zijn vrouwen vaker de hoofdpresentator (41,8%), het onderwerp van een portret (44,1%) of een deelnemer aan een spelshow (45,0%), en wordt ze minder vaak gezien als verslaggever (23,1%) of nieuwsbron (33,3%).

Een onderzoek naar het aantal vrouwen in talkshows op de publieke omroep concludeerde dat het aandeel vrouwen varieerde van 26,5% tot 42,1%, afhankelijk van het programma⁴. Ook mensen met een niet-westerse migratieachtergrond waren ondervertegenwoordigd.

Daarnaast is in Nederland een toename van bedreigingen en agressie tegen journalisten te zien.⁵ Uit onderzoek blijkt dat de helft van de vrouwen die in Nederland als journalist werkt in hun werk te maken heeft gehad met bedreigingen, intimidatie en geweld. Vooral freelance journalisten en journalisten met een migratieachtergrond hebben hiermee te maken. Dit is niet alleen een bedreiging voor de persvrijheid, maar heeft ook geleid tot zelfcensuur en tot psychische problemen bij vrouwen die journalist zijn.⁶

De publicatie 'Beperkt Zicht' van WOMEN Inc. uit 2016 vat bestaand onderzoek naar genderrepresentatie in Nederlandse media samen en concludeert dat er nog steeds een verschil is in de kwantiteit en kwaliteit van representatie tussen mannen en vrouwen. Mannen worden bijvoorbeeld nog steeds vaker afgebeeld als woordvoerder of expert.⁷ Deze publicatie vormde de basis voor een campagne door WOMEN Inc. over gelijke representatie in de media. Bovendien initieerde de organisatie de 'Coalitie Beeldvorming in de Media', die verschillende mediapartijen samenbrengt om te werken aan een betere afspiegeling van de maatschappij in de Nederlandse media. Free Press Unlimited heeft een aantal initiatieven die gendergelijkheid in en via de media bevorderen. Via haar wereldwijde Media4Women-campagne creëren FPU en haar partners en bondgenoten bewustzijn over genderrepresentatie, zowel in de media als in de inhoud die ze produceren. De Media4Women 2020-campagne belichtte kwesties als ondervertegenwoordiging en misrepresentatie van vrouwen in de media, toonde succesvolle aanpakken om de ongelijkheid te verminderen en riep een aantal internationale donoren en beleidsmakers op om stappen te ondernemen om deze problemen in de media aan te pakken.

¹ Global Media Monitoring Project, Women's participation in the news. National Watch on Images of Women in the Media (MediaWatch) Inc. 1995

² In *Who makes the news? The Global Media Monitoring Project report*, 2015

³ [Representatie van mannen en vrouwen in Nederlandse non-fictie televisieprogramma's](#). Commissariaat voor de Media, 2019

⁴ [Aan tafel!](#) Over het al dan niet problematische gebrek aan diversiteit onder talkshowgasten. Ombudsman voor de publieke omroepen, 2019

⁵ [Agressie en dreigende richting journalisten](#). Persveilig, 2021

⁶ [Bedreigingen vrouwelijke journalisten leiden tot mentale schade en zelfcensuur](#). NVJ, 3 mei 2019

⁷ *Beperkt Zicht*; de rol van mediamakers in beeldvorming. WOMEN Inc., 2016.

2. SAMENVATTING

Dit rapport bevat de bevindingen van het Global Media Monitoring Project 2020 in Nederland. De bevindingen laten zien dat vrouwen, non-binaire personen, transgender personen en mensen van kleur nog steeds ondervertegenwoordigd zijn in de Nederlandse nieuwsmedia. Er is weinig vooruitgang geboekt ten opzichte van voorgaande jaren, ondanks het feit dat verschillende Nederlandse media zich actief hebben ingezet om de representatie van vrouwen in hun berichtgeving te verbeteren.

Slechts 28% van de mensen in het Nederlandse nieuws is vrouw, en er zijn geen non-binaire of transgender personen gevonden in de gemonitorde verhalen. Bovendien zijn slechts 10% van de mensen in het nieuws mensen van kleur. Vrouwen komen het vaakst voor in verhalen over sociale en juridische kwesties, en het minst in verhalen over misdaad en geweld. Als vrouwen in verhalen voorkomen, gaat het vaker om hun privéleven of hun rol in het gezin dan om hun (professionele) expertise. Vrouwen worden minder vaak geciteerd of gepresenteerd als experts dan mannen, slechts 22% van de mensen die in het nieuws als experts werden gepresenteerd, was vrouw. De resultaten laten zien dat kwesties met betrekking tot genderongelijkheid niet veel aandacht krijgen in het Nederlandse nieuws en dat de meeste berichtgeving de heersende genderstereotypen niet ter discussie stelt.

29% van de verslaggevers van het nieuws was vrouw, en geen van de presentatoren op radio en tv waren vrouwen, wat aantoont dat het nieuws nog steeds grotendeels vanuit mannelijk perspectief wordt gebracht. Verhalen over het belangrijkste onderwerp in het nieuws in 2020, de Covid-19 pandemie, werden gedomineerd door mannen; slechts 19% van de verhalen over de pandemie werd gemaakt door vrouwen.

Vrouwen zijn ook ondervertegenwoordigd als bronnen in het nieuws over Covid-19, wat vooral zorgwekkend is omdat er is aangetoond dat de pandemie vrouwen en gemarginaliseerde groepen onevenredig treft en dat vrouwen in deze crisis een meerderheid van cruciale beroepen uitoefenen. Dit suggereert dat de gendergerelateerde impact van de pandemie en de zorgen van vrouwen onvoldoende zijn opgenomen in de berichtgeving over Covid-19.

De ondervertegenwoordiging van vrouwen, mensen van kleur, en transgender en non-binaire personen is een gemiste kans aangezien de media een belangrijke rol spelen als het gaat om inclusieve representatie en gendergelijkheid in de samenleving. Dit rapport wordt afgesloten met een aantal aanbevelingen voor stakeholders in de Nederlandse media om te werken aan gelijkwaardige en evenwichtige beeldvorming.

3. EEN DAG IN HET NIEUWS

Op 29 september 2020 stond het Nederlandse nieuws in het teken van de Covid-19 pandemie. De regering had de dag ervoor nieuwe maatregelen aangekondigd om de pandemie onder controle te krijgen, dus veel nieuwsberichten gingen over deze nieuwe maatregelen en de impact van Covid-19 op verschillende aspecten van de samenleving, zoals de economie en de zorg. Andere belangrijke onderwerpen waren twee rechtszaken, het politieonderzoek naar een moordzaak, de Amerikaanse presidentsverkiezingen en een onderzoekspublicatie over het Nederlandse slavernijverleden.

4. OVER HET ONDERZOEK

Op 29 september 2020 werden de volgende media gemonitord:

- 6 kranten
- 3 radiojournaals
- 3 televisiejournaals
- 4 online nieuwswebsites
- 4 Twitter-nieuwsaccounts

Een lijst van alle gemonitorde media is te vinden in de bijlage van dit rapport. De media zijn geselecteerd op basis van grootte en bereik, wat betekent dat ze de belangrijkste nieuwszenders in het land omvatten. Verder is er naar gestreefd om verschillende mediakanalen niet meerdere keren op te nemen (zo werden bijvoorbeeld de websites van kranten die al in print waren geanalyseerd niet in de steekproef opgenomen). Het onderzoek was specifiek gericht op nieuws, waardoor bijvoorbeeld talkshows, opiniestukken en weerberichten niet in de steekproef zijn opgenomen.

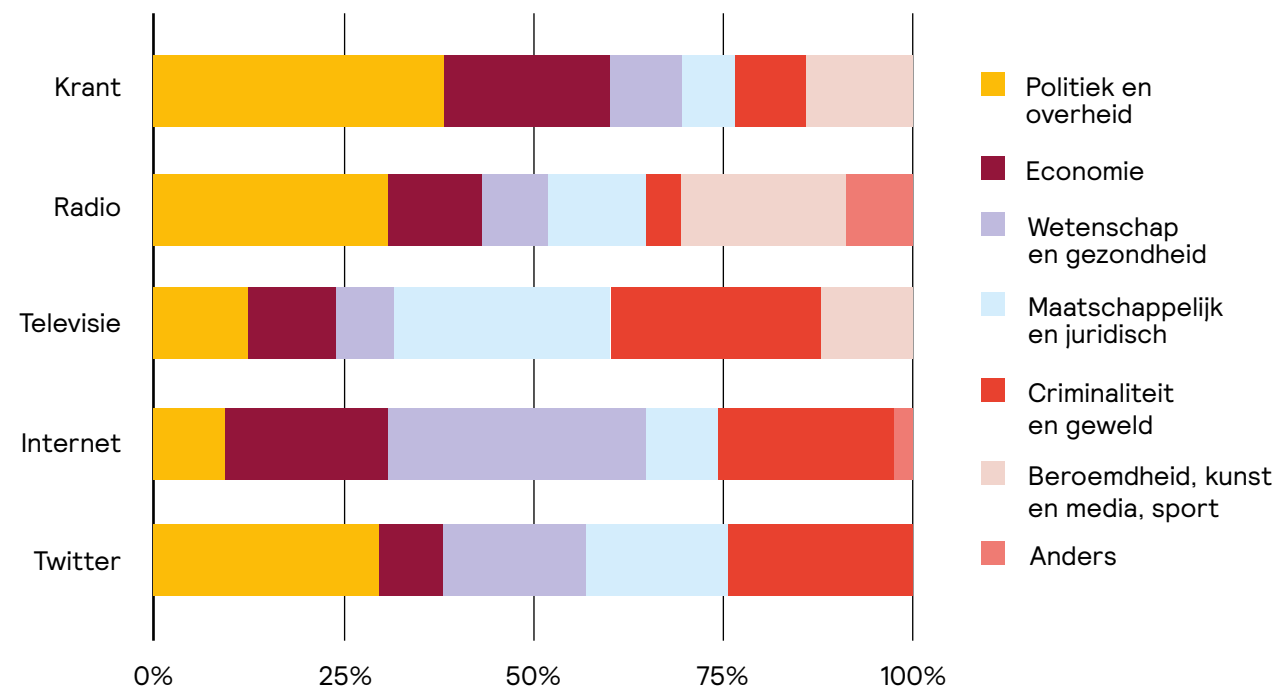
De monitoring werd georganiseerd en gecoördineerd door WOMEN Inc. en Free Press Unlimited, twee organisaties die gelijkwaardige en evenwichtige representatie in de media bevorderen. Zij werden daarbij ondersteund door Garjan Sterk en Bernadette van Dijck, die de afgelopen jaren het Nederlandse GMMP coördineerden. De monitoring werd gedaan door een groep van 24 vrijwilligers. Vanwege de Covid-19-situatie vond alle monitoring online plaats en werkten mensen in tweetallen samen in breakout rooms.

In oktober 2020 is een voorlopig rapport gepubliceerd met de eerste bevindingen van het GMMP in Nederland. Dit rapport presenteert de definitieve en officiële resultaten. Sommige gegevens kunnen enigszins afwijken van de eerste publicatie vanwege verificatie van de gegevens en correctie van fouten.

5. ONDERWERPEN IN HET NIEUWS

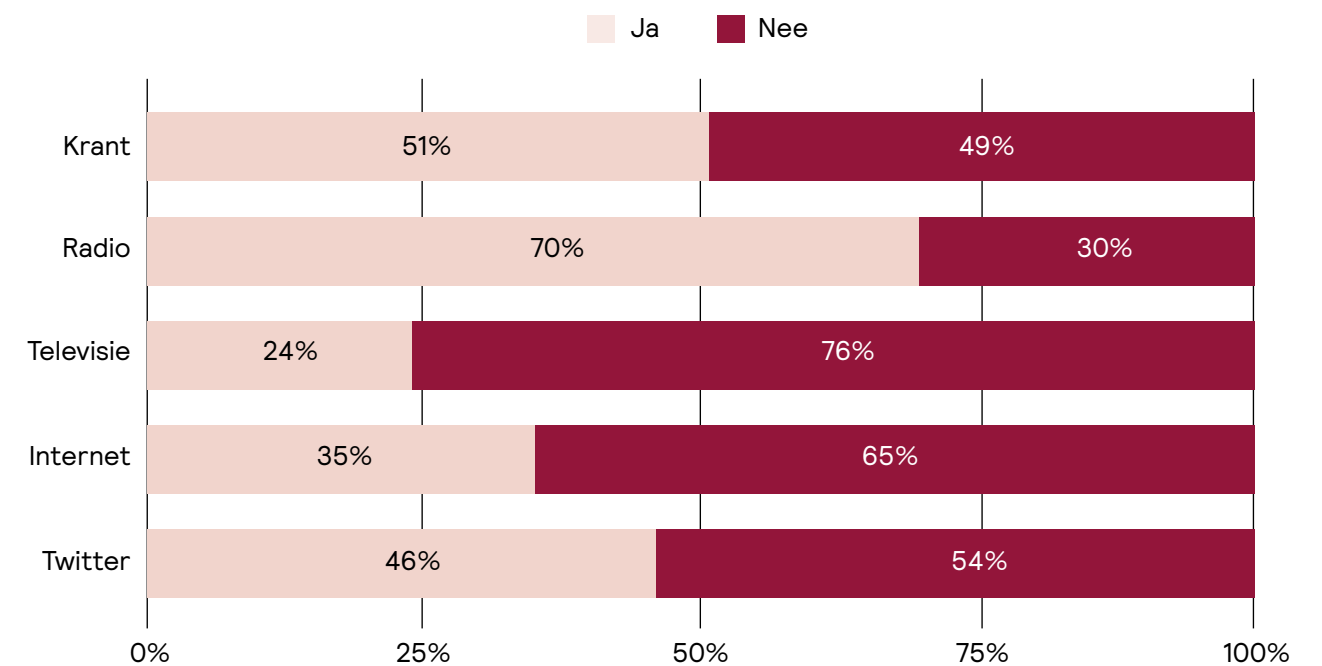
Onderstaande grafiek toont de verschillende onderwerpen van het nieuws in de verschillende mediatypes. Het laat zien dat in print, radio en Twitter-nieuws de meeste verhalen over politiek en bestuur gingen, terwijl op televisie de meeste verhalen over sociale en juridische kwesties gingen, evenals misdaad en geweld. Online nieuws ging vooral over wetenschap en gezondheid en over misdaad en geweld. Het is opmerkelijk dat er geen enkel verhaal ging over genderkwesties.

ONDERWERPEN IN HET NIEUWS



Een groot deel van de nieuwsberichten ging over Covid-19. Dat is begrijpelijk, vooral omdat de regering de avond ervoor nieuwe maatregelen had aangekondigd om de pandemie onder controle te krijgen. Onderstaande grafiek laat zien dat vooral op de radio een grote meerderheid van de verhalen over de pandemie ging, terwijl op tv de meeste verhalen over andere onderwerpen gingen. In totaal ging 45% van de geanalyseerde verhalen over Covid-19.

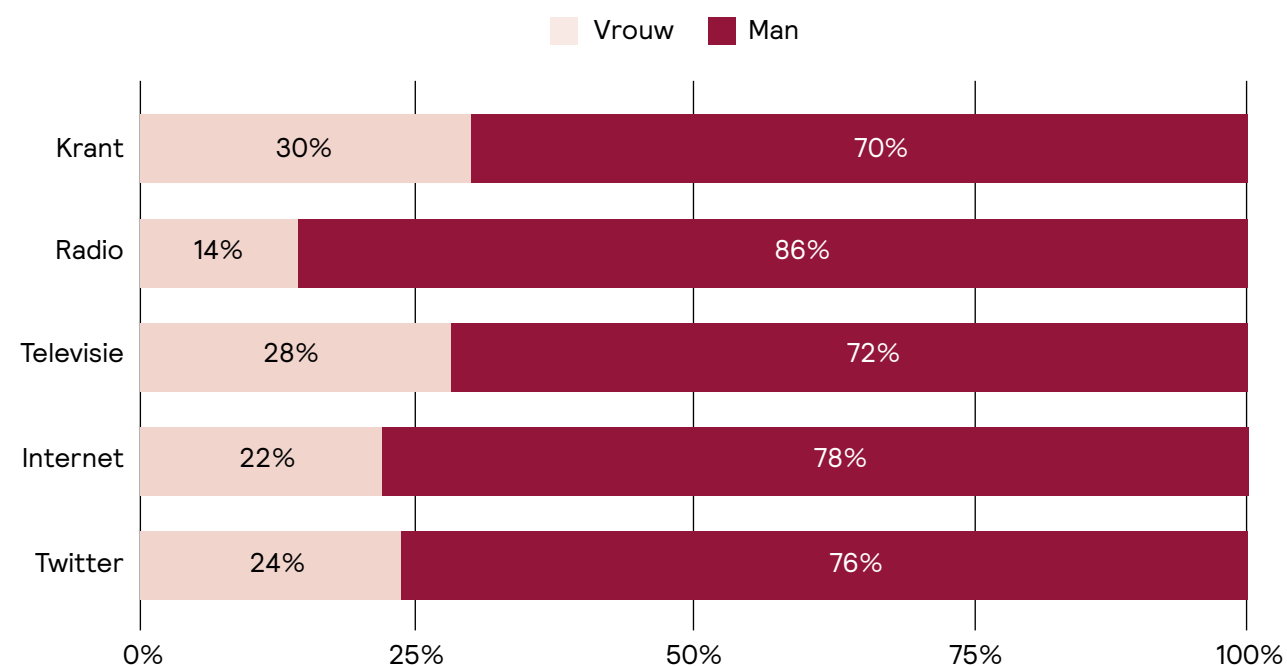
GAAT HET NIEUWSBERICHT OVER COVID-19?



6. NIEUWSBRONNEN EN -ONDERWERPEN

Vrouwen zijn nog steeds grotendeels ondervertegenwoordigd als onderwerp en als bron in het nieuws. In alle nieuwsberichten werden 145 vrouwen (28%) en 382 mannen (72%) gevonden.⁸ Dit is in lijn met het Europese gemiddelde; in alle Europese landen die deelnamen aan het GMMP was ook 28% van de mensen in het nieuws vrouw. Onderstaande grafiek laat zien dat in alle soorten media vrouwen minder dan 30% vertegenwoordigen van de mensen in het nieuws (van wie het geslacht bekend is). In alle gecontroleerde nieuwsitems was geen zichtbare vertegenwoordiging van transgender en non-binaire personen.

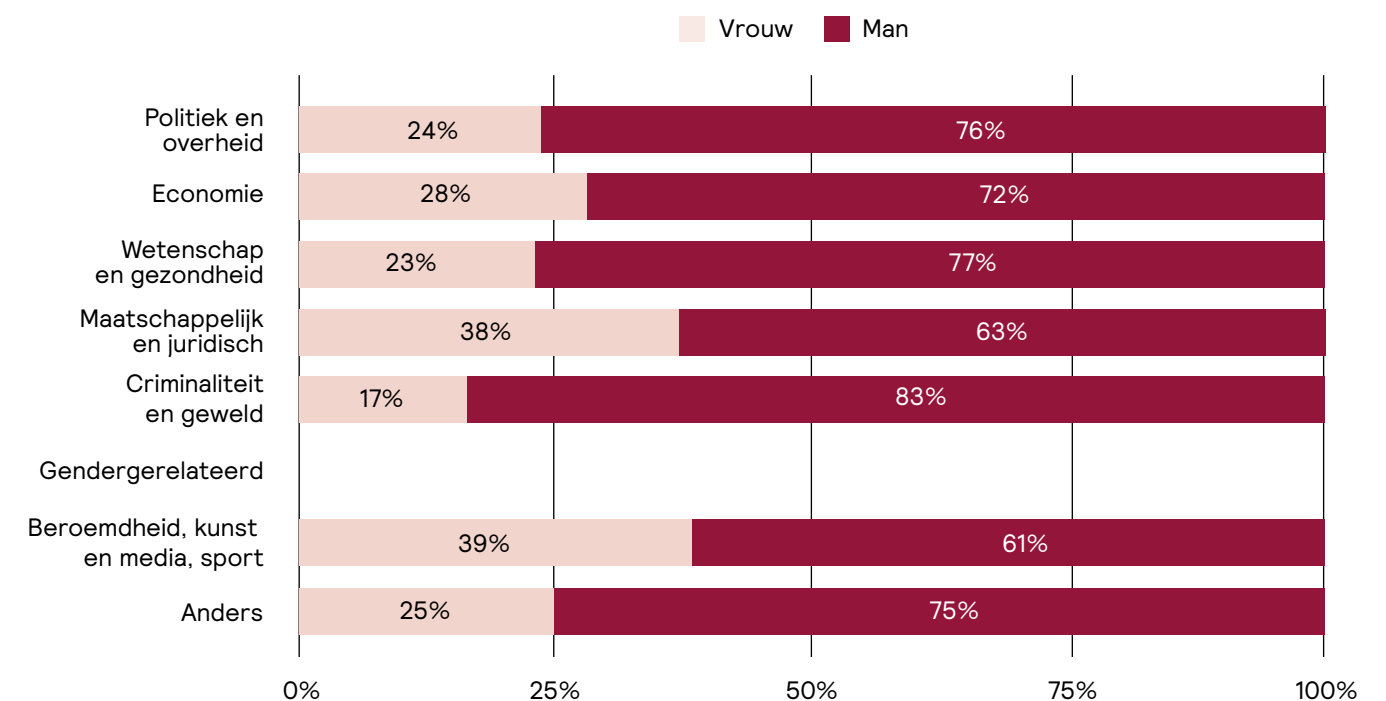
PERCENTAGE VROUWEN IN BEELD PER MEDIUM



⁸ Als je het aantal mensen in het nieuws meet van wie het geslacht onbekend was, waren er 26% vrouwen, 69% mannen en 5% mensen met een onbekend geslacht.

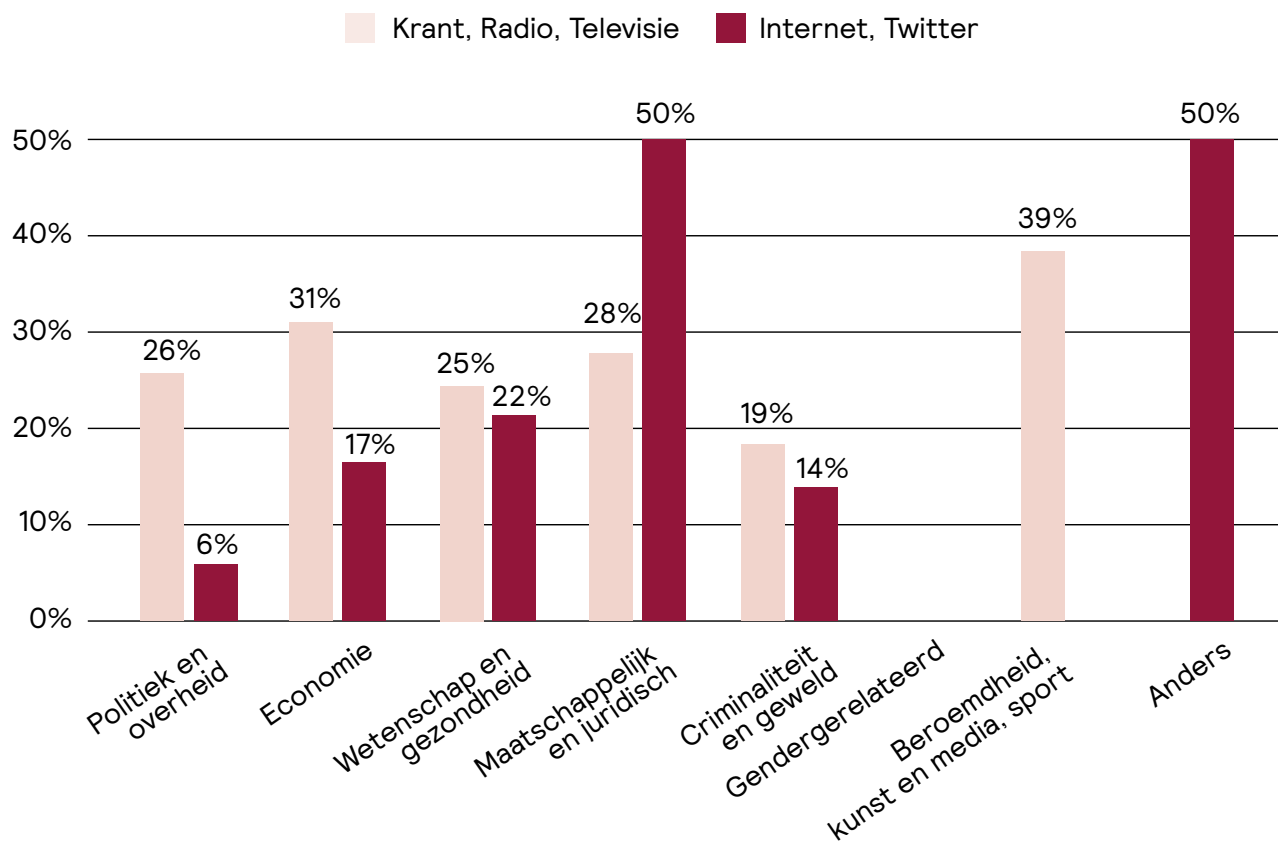
De onderstaande grafiek geeft het percentage van vrouwen en mannen in verschillende onderwerpen weer. Daaruit blijkt dat vrouwen vooral ondervertegenwoordigd zijn in verhalen over misdaad en geweld (17% van alle bronnen), wetenschap en gezondheid (23%) en politiek en overheid (24%).

PERCENTAGE VROUWEN IN BEELD PER ONDERWERP



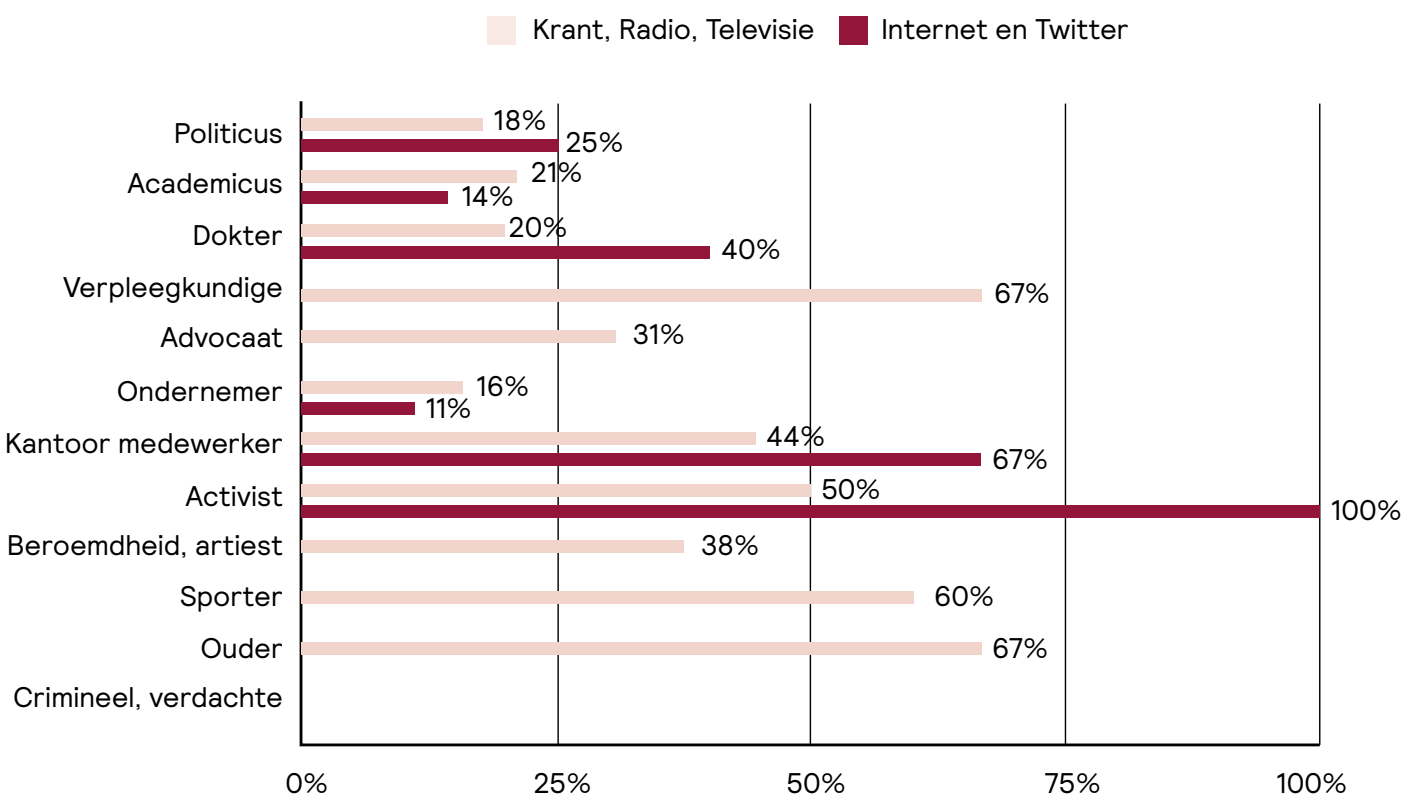
Onderstaande grafiek laat het verschil in representatie zien tussen ‘traditionele’ media (print, radio en televisie) en digitale media. Vrouwen zijn vooral ondervertegenwoordigd in verhalen in digitale media over politiek en overheid, terwijl ze juist beter vertegenwoordigd zijn in verhalen over maatschappelijke en juridische onderwerpen.

PERCENTAGE VROUWEN IN NIEUWSBERICHTEN PER ONDERWERP



De grafiek hieronder laat de enkele beroepen zien die vrouwen hebben in de nieuwsverhalen. Vrouwen zijn sterk ondervertegenwoordigd als politici, academici en zakenmensen in de nieuwsitems, terwijl ze 67% van de weergegeven ouders uitmaken. Noemenswaardig is ook dat vrouwen de meerderheid van de sporters vormen (60%). Bovendien zijn vrouwen ondervertegenwoordigd als artsen en medisch specialisten, maar vormen ze de meerderheid van andere zorgmedewerkers in nieuwsberichten.

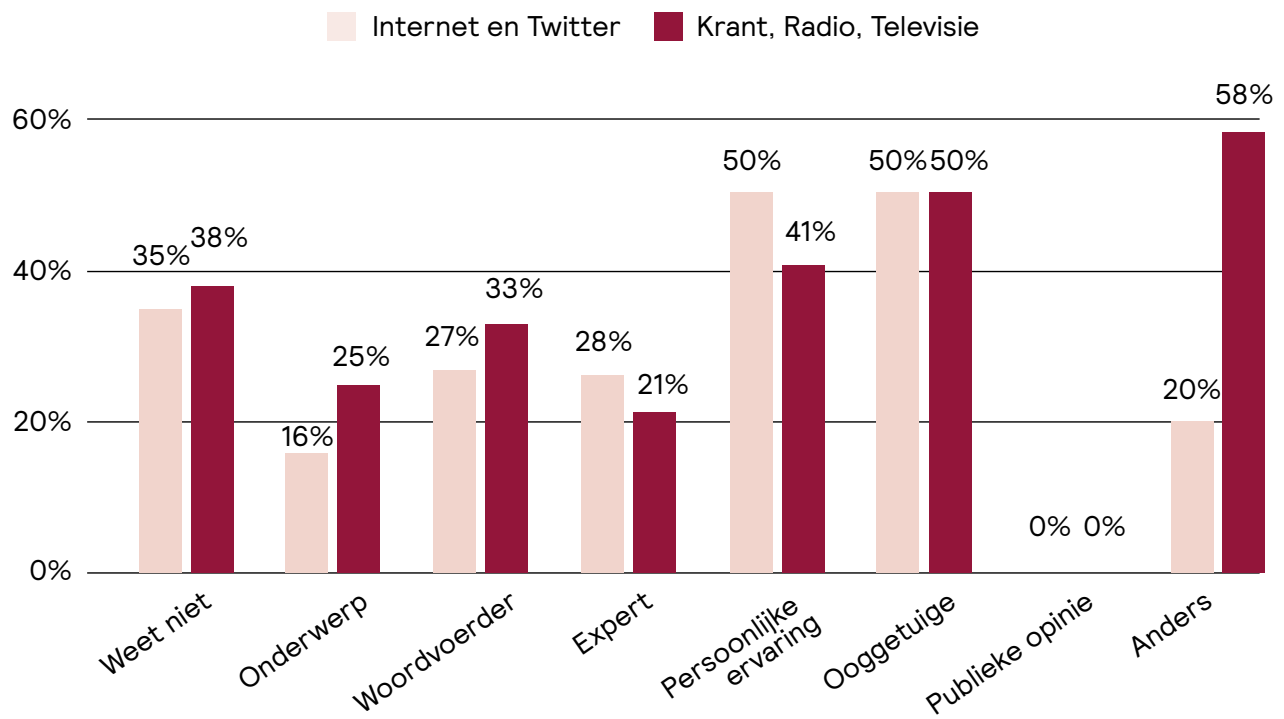
BEROEP VAN VROUWEN IN HET NIEUWS



Femke Halsema, de burgemeester van Amsterdam, was een van de weinige vrouwen die als politicus in het nieuws kwam. Dit weerspiegelt de algemene ondervertegenwoordiging van vrouwen in de politiek in Nederland. In september van 2020 waren slechts 48 van de 150 zetels van de Tweede Kamer bezet door vrouwen.⁹ Verder kwamen de premier en de minister van Volksgezondheid, beiden mannen, in veel items over Covid-19 voor.

Als vrouwen in het nieuws worden afgebeeld, gaat het vaker over hun privéleven of hun gezinsrollen dan over hun (professionele) expertise. Slechts 22% van de mensen die in al het nieuws als experts werden gepresenteerd, was vrouw.

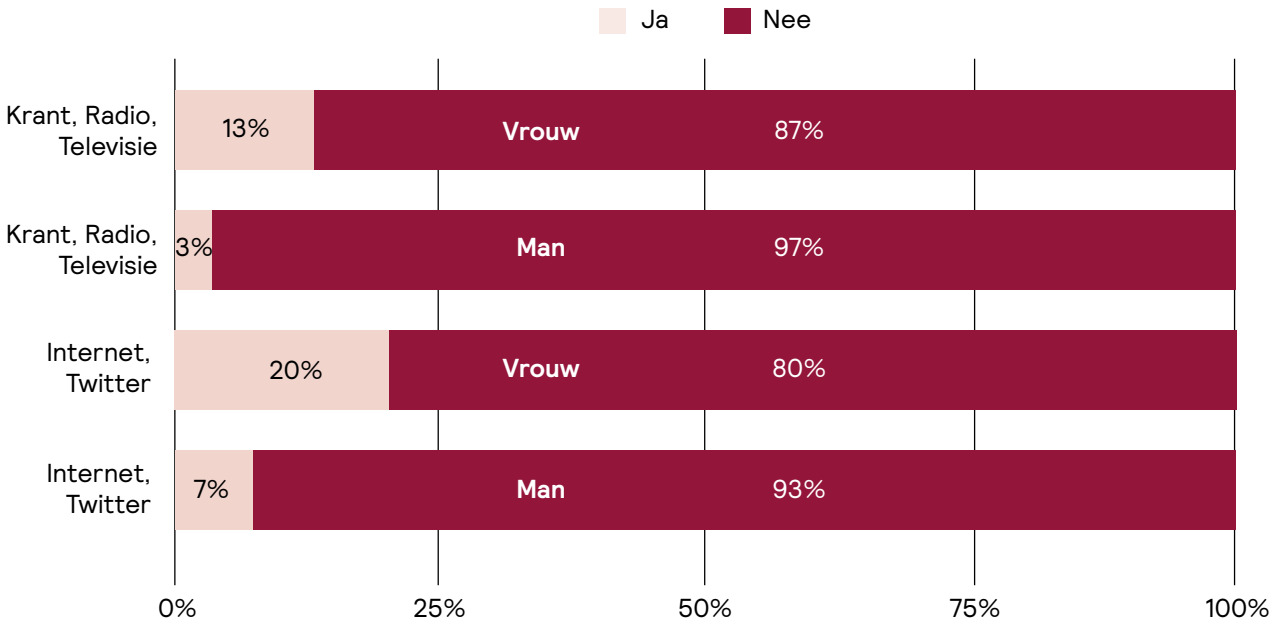
FUNCTIES VAN VROUWEN IN NIEUWSVERHALEN



⁹ Sinds de algemene verkiezingen in maart 2021 zijn 59 van de 150 Tweede Kamerleden vrouw.

Vrouwen worden vaker geïdentificeerd aan de hand van hun gezinssituatie, wat betekent dat in nieuwsberichten vrouwen vaker moeder, dochter of echtgenoot van iemand worden genoemd, terwijl mannen minder vaak vader, zoon of echtgenoot worden genoemd.

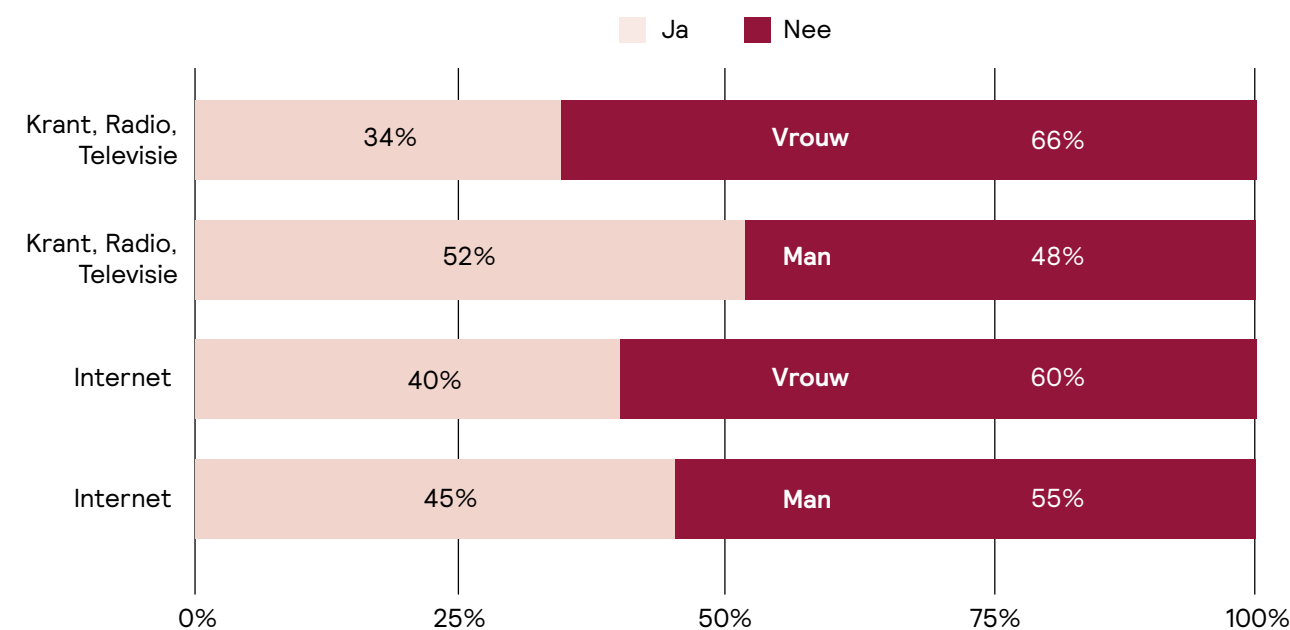
VERWIJZING NAAR FAMILIEROL



Ten slotte wordt er in nieuwsberichten meer over vrouwen gesproken dan dat ze hun eigen verhaal vertellen. Van alle mensen die direct werden geciteerd, was slechts 21% vrouw. Dit lage percentage kan gedeeltelijk worden verklaard door het feit dat er over het algemeen minder vrouwen in het nieuws zijn.

Als we echter kijken naar het percentage van alle vrouwen en mannen dat wordt geciteerd, is het duidelijk dat mannen naar verhouding vaker worden geciteerd dan vrouwen. Zoals te zien is in de onderstaande grafiek, werd in krant-, radio- en televisienieuws slechts 34% van alle vrouwen direct geciteerd, vergeleken met 52% van alle mannen. Het verschil is kleiner bij online nieuws, waar 40% van de vrouwen en 45% van de mannen direct werd geciteerd.

WORDT DE PERSOON DIRECT GECITEERD?



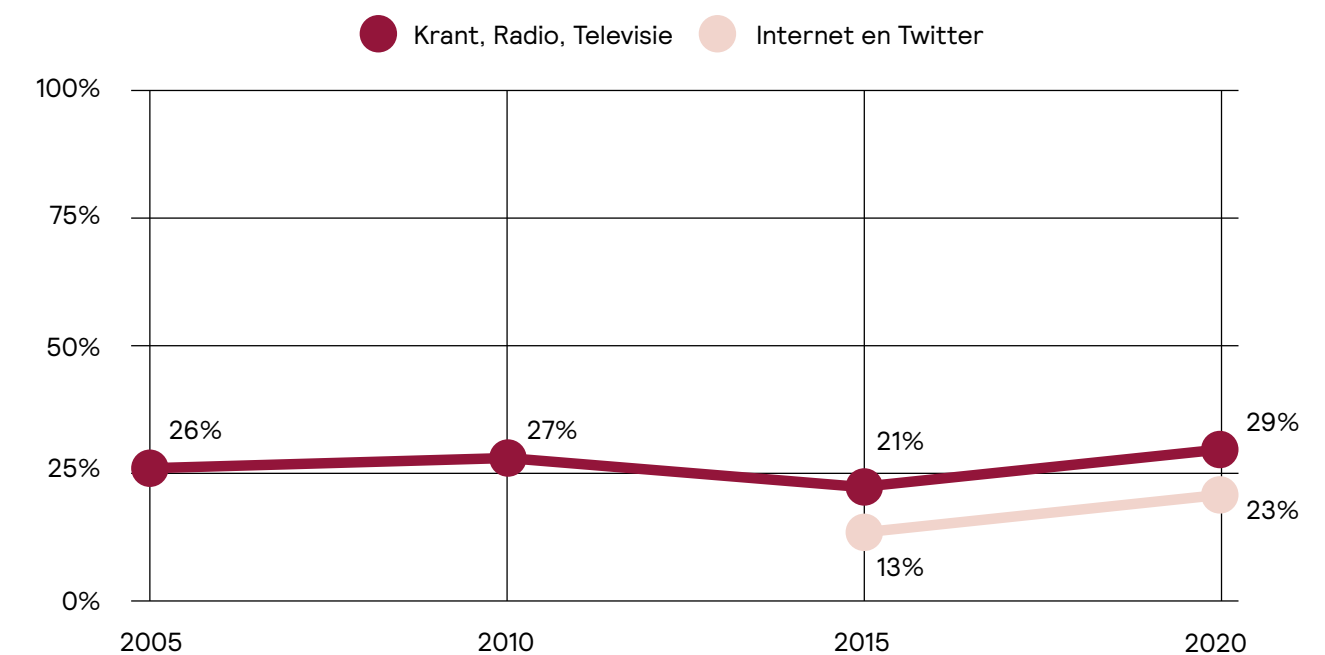
We kunnen concluderen dat het nieuws nog steeds voornamelijk verteld en geïnterpreteerd wordt vanuit het perspectief van mannen. Als gevolg hiervan blijven de perspectieven en bijdragen van vrouwen aan de actualiteit en de samenleving grotendeels onzichtbaar. De directeur van Free Press Unlimited, Ruth Kronenburg, reageert:

“We hebben geconstateerd dat wanneer journalisten op zoek zijn naar experts, vrouwen letterlijk buiten beeld zijn. Media hebben een grote invloed op stereotype beeldvorming, sociale normen en ambities van vrouwen en mannen. Het is teleurstellend om te zien dat, ondanks de aandacht voor dit onderwerp, vrouwen nog steeds ondervertegenwoordigd zijn in het nieuws”.

HISTORISCHE VERGELIJKING

Sinds de eerste meting in 1995 is het percentage vrouwen in het nieuws nooit boven de 30% uitgekomen. Ten opzichte van 2015 is een kleine verbetering te zien, in 2015 was 21% van de mensen in het nieuws vrouw (in krant, radio en televisie). Bernadette van Dijk, Nationaal Coördinator van het Global Media Monitoring Project in Nederland van 1995 tot en met 2015 reageert op de resultaten: “Het gaat langzaam beter, maar zelfs na 25 jaar is het nieuws in Nederland nog steeds niet evenwichtig en representatief.”

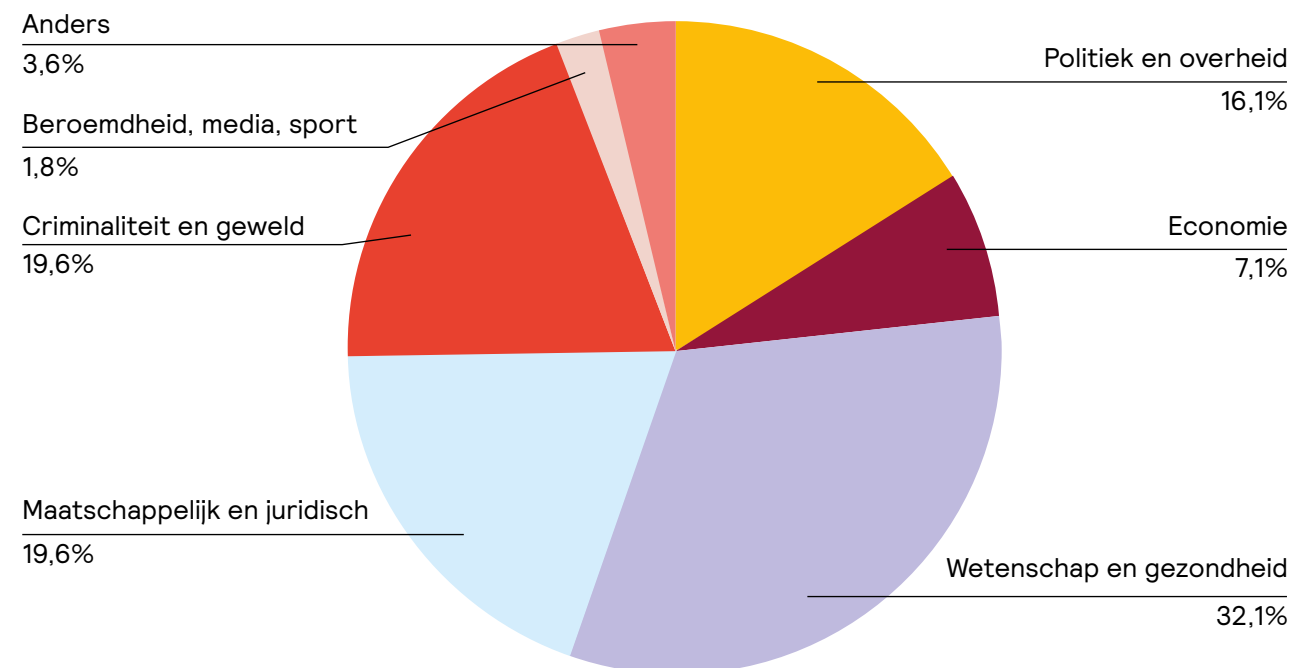
PERCENTAGE VROUWEN IN BEELD DOOR DE JAREN HEEN



MENSEN VAN KLEUR

In deze editie van het GMMP in Nederland is een extra vraag opgenomen om de representatie van mensen van kleur in het nieuws te meten. Slechts 10% van de mensen in het nieuws waren mensen van kleur. Ze waren vooral te zien in verhalen over wetenschap en gezondheid, gevolgd door misdaad en geweld en sociale en juridische kwesties. 63% van de mensen van kleur was man, 21% was vrouw (van 16% was het gender onbekend). Wanneer we slechts naar nationaal en lokaal nieuws kijken, zijn 9% van de mensen in het nieuws mensen van kleur. Wanneer mensen van kleur in het nieuws verschijnen, gaat het vaak over onderwerpen die te maken hebben met criminaliteit, het slavernijverleden, of ligt de nadruk op hun etniciteit. Onderzoek van Cigdem Yuksel en Ewoud Butter naar de representatie van moslim vrouwen in Nederland bevestigt dit. Uit de bevindingen van dit onderzoek blijkt dat moslim vrouwen met een hoofddoek het meest in beeld worden gebracht wanneer ze op de markt zijn, een inburgeringscursus volgen of als kassamedewerker werken.¹⁰

ONDERWERPEN VAN DE VERHALEN DIE MENSEN VAN KLEUR VERTELLEN

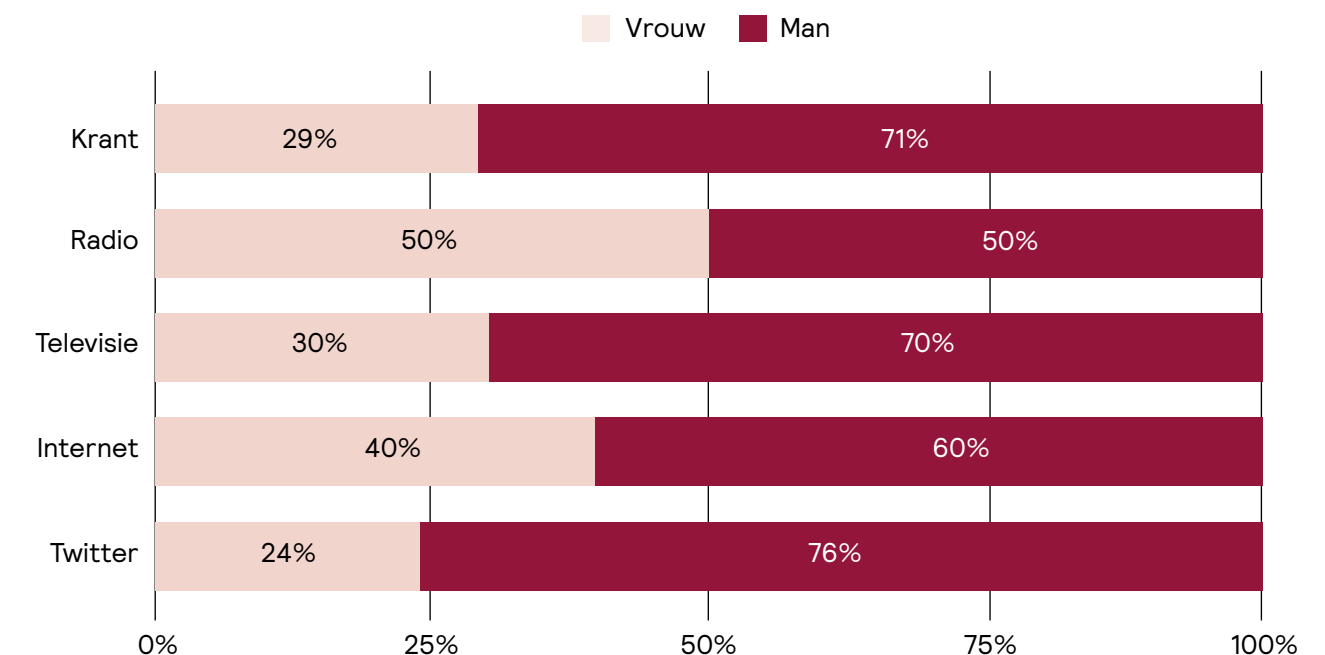


¹⁰ Moslima's in beeld, oktober 2020. Auteurs: Cigdem Yuksel & Ewoud Butter

7. VERSLAGGEVERS

Van alle verslaggevers in Nederland is 29% vrouw. Bij de radio is er sprake van gelijke representatie van mannen en vrouwen, maar er waren slechts twee radioverslaggevers onderdeel van de steekproef. Opvallend genoeg zijn mannen en vrouwen die als verslaggever werken gelijk vertegenwoordigd in digitaal nieuws. Deze bevinden laten zien dat mannen nog steeds het grootste deel van het nieuws dat Nederlanders consumeren schrijven, presenteren en analyseren.

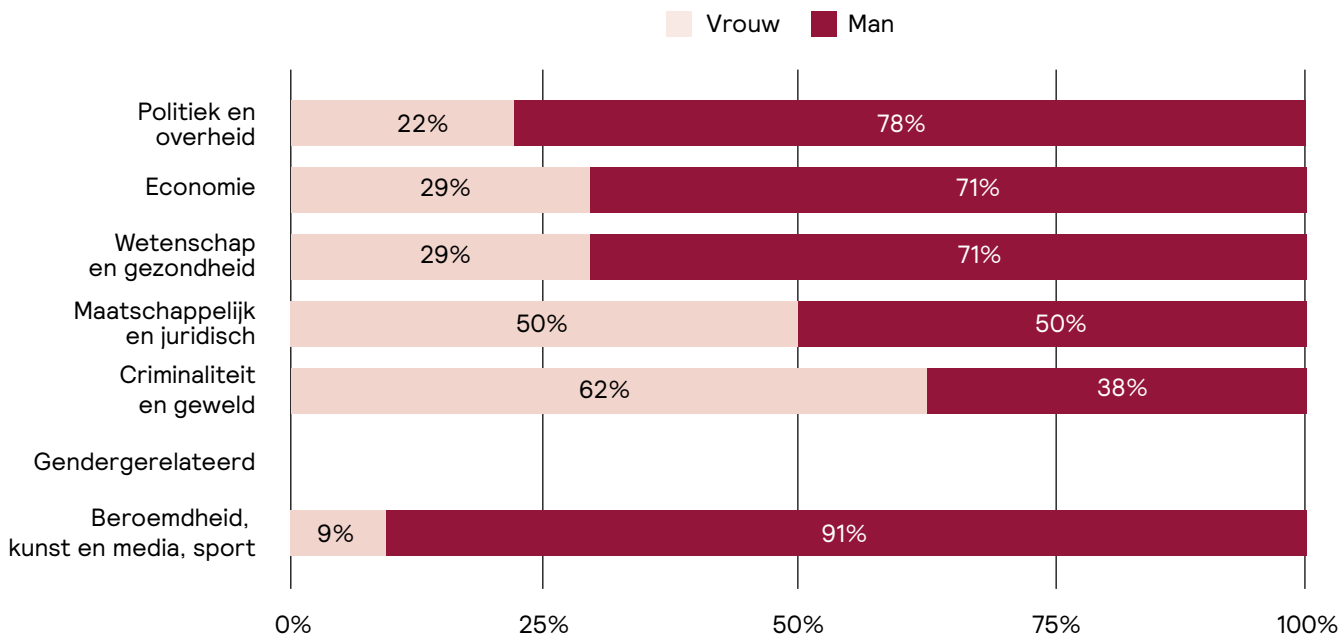
GENDER VAN VERSLAGGEVERS



In nieuwsitems van zowel krant, radio als televisie over kwesties rond misdaad en geweld is de meerderheid van de verslaggevers vrouw. Een gelijk aantal mannen en vrouwen doen verslaglegging van sociale en juridische kwesties. Vrouwen rapporteren het minst over onderwerpen die verband houden met beroemdheid, kunst en media, sport en politiek en overheid.

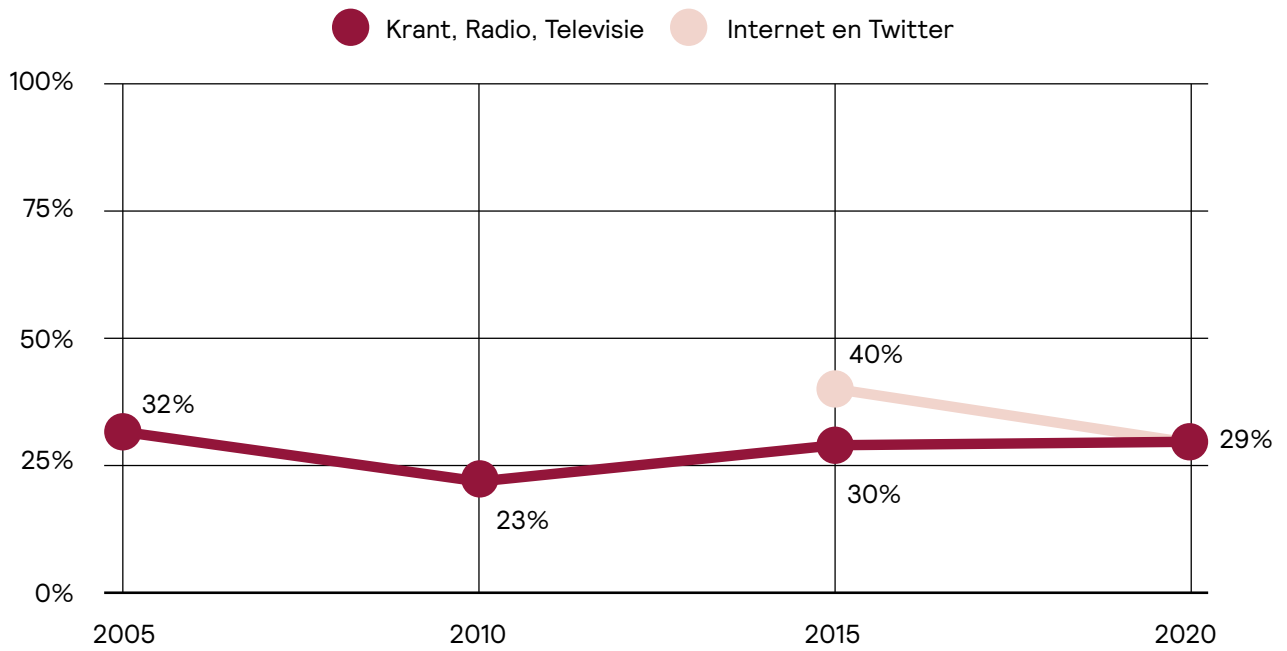
ONDERWERPEN NAAR GENDER VAN VERSLAGGEVER

Nieuws in krant, radio en televisie



In onderstaande grafiek is het percentage vrouwelijke verslaggevers door de jaren heen weergegeven. Het laat zien dat het percentage verslaggevers die vrouw zijn ongeveer op hetzelfde niveau ligt als in 2005 (32%) en 2015 (30%), en het laat een daling zien van het percentage vrouwen die verslaggeven voor Internet en Twitter.¹¹

HISTORISCHE VERGELIJKING - PERCENTAGE VERSLAGGEVERS (V)

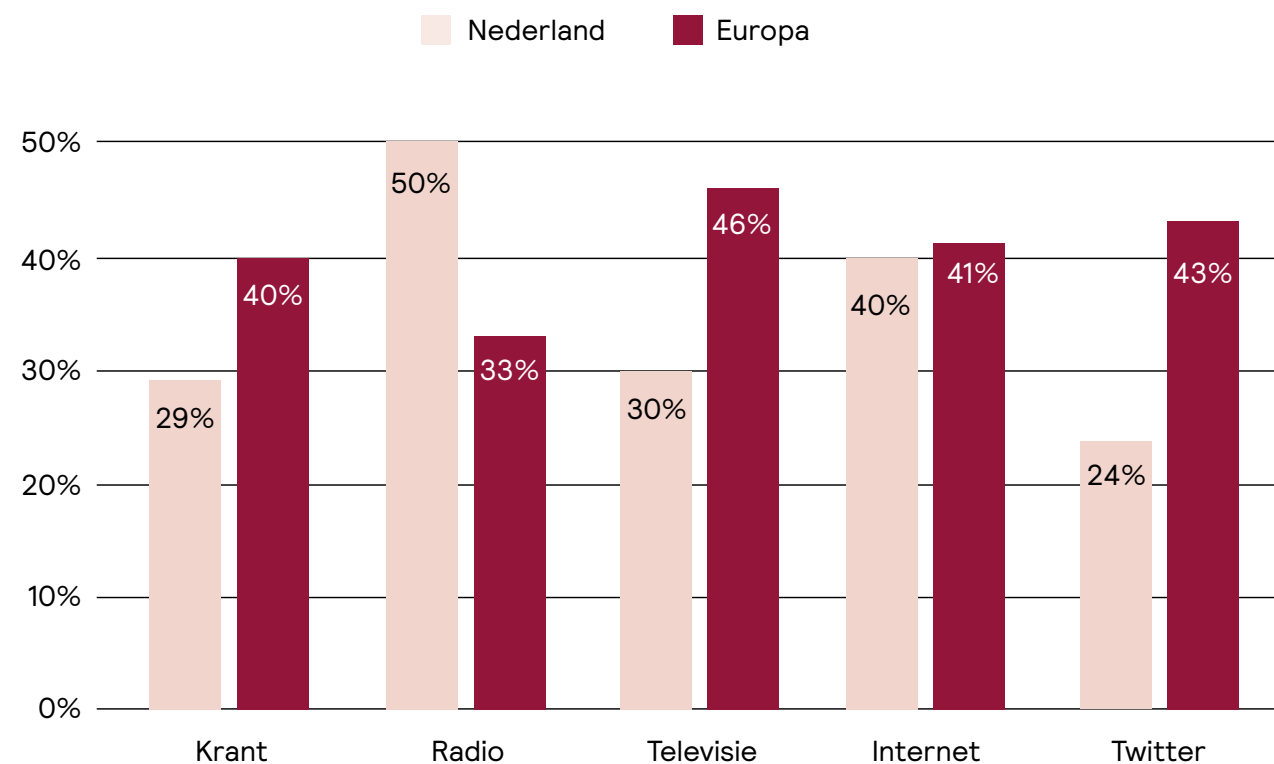


¹¹ Internet en Twitter waren voor 2015 niet opgenomen in het GMMP

8. GENDER ALS THEMA IN DE JOURNALISTIEK

Tot slot, als we de Nederlandse resultaten vergelijken met Europa, kan worden vastgesteld dat het percentage vrouwen die verslaggeven in kranten, op televisie en op Twitter in de meeste gevallen aanzienlijk lager is dan het Europees gemiddelde.

PERCENTAGE VROUWEN ALS VERSLAGGEVER



Zoals eerder vermeld werd er geen enkel verhaal gevonden met gendergelijkheid als centraal thema. Slechts twee nieuwsitems hadden een of meerdere vrouwen als centrale focus van het verhaal, waarbij het ging om verhalen over sociale en juridische onderwerpen. Verder verwees 8% van de items in de krant, radio en televisie en 5% van de items in online nieuws en Twitter

naar gender(on)gelijkheid of beleid en wetgeving rondom gender. Slechts één verhaal bekritiseerde actief genderstereotypen. Hieruit blijkt dat 'vrouwenkwesties' en onderwerpen gerelateerd aan gender(on)gelijkheid niet veel aandacht krijgen in het Nederlandse nieuws en dat de meeste berichtgeving niet bijdraagt aan het bevechten van genderstereotypen.

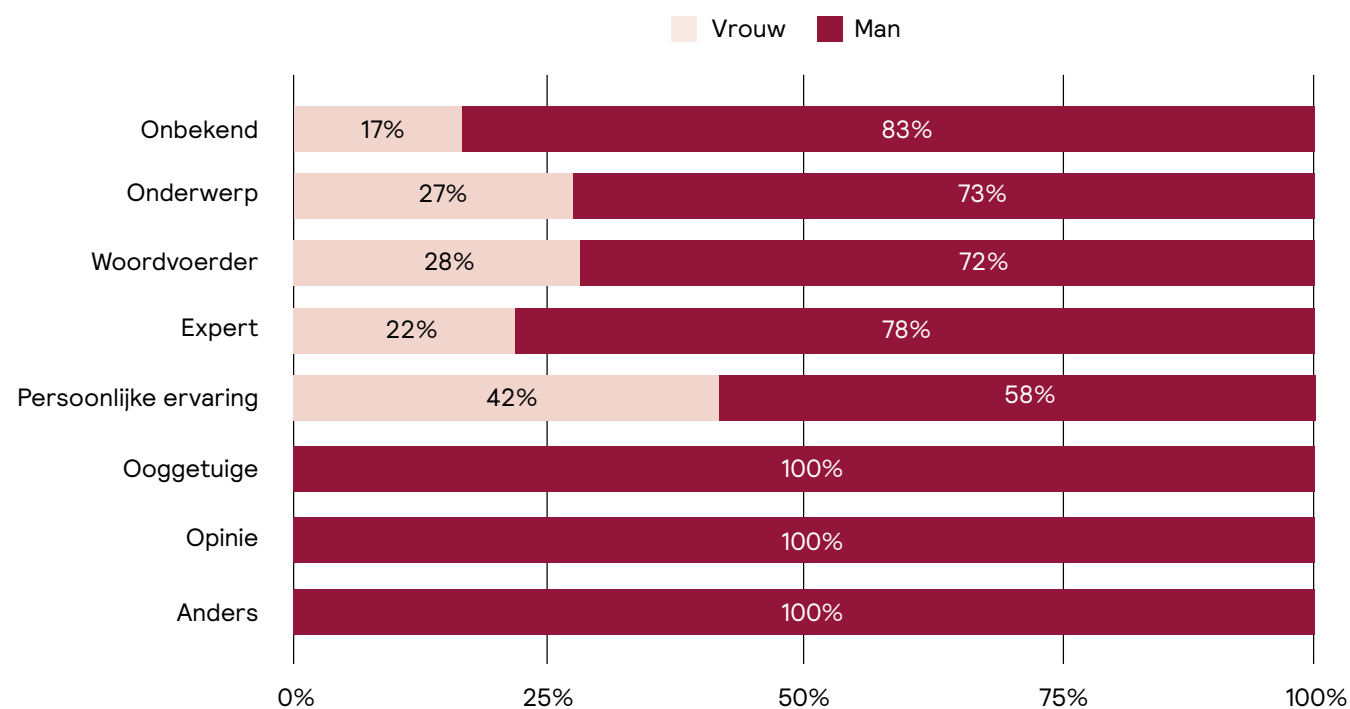
9. NIEUWS OVER COVID-19

Zoals hierboven vermeld ging 45% van de geanalyseerde berichten over Covid-19. Deze werden meestal door mannen gepresenteerd: slechts 19% van de verhalen over Covid-19 werd gepresenteerd door een vrouw. Vrouwen zijn ook ondervetegenwoordigd als bron in verhalen rond Covid-19: 26% van de mensen die te zien of te horen waren in nieuws over dit thema was vrouw.

10. CONCLUSIES

Hoewel is aangetoond dat de pandemie vrouwen en gemarginaliseerde groepen disproportioneel heeft getroffen¹², blijven ze dus ondergerepresenteerd in het nieuws over Covid-19, wat betekent dat hun problemen en zorgen ook niet opgenomen worden in de berichtgeving. Zo belicht slechts 4% van de verhalen over Covid-19 genderongelijkheid. Ondanks dat vrouwen tijdens deze crisis een meerderheid vormen in de cruciale beroepen¹³, wordt hun expertise niet getoond in de media; mannen worden ook in die verhalen vaker als expert afgebeeld.

FUNCTIE VAN BRONNEN IN VERHALEN OVER COVID-19



Uit de bevindingen van het GMMP 2020 blijkt dat vrouwen, non-binaire personen, transgender personen en mensen van kleur ondervertegenwoordigd blijven in het Nederlandse nieuws. Hoewel de bevindingen een lichte verbetering laten zien ten opzichte van de laatste meting in 2015, is de vertegenwoordiging van vrouwen in de afgelopen 25 jaar nooit boven de 30% uitgekomen. Dit ondanks het feit dat verschillende Nederlandse media zich de afgelopen jaren actief hebben ingezet om de vertegenwoordiging van vrouwen in hun berichtgeving te verbeteren.

Slechts 28% van de mensen in het Nederlandse nieuws is vrouw, er zijn geen non-binaire of transgender personen gevonden in de gemonitorde verhalen. Bovendien zijn slechts 10% van de mensen in het nieuws mensen van kleur. Vrouwen komen het vaakst voor in verhalen over sociale en juridische kwesties, en het minst in verhalen over misdaad en geweld. Als vrouwen in nieuwsberichten voorkomen, gaat het vaker over hun privéleven of hun gezinsrol dan over hun (professionele) expertise. Vrouwen worden tevens minder vaak geciteerd of gerepresenteerd als expert dan mannen. De resultaten laten zien dat kwesties als gender(on)gelijkheid niet veel aandacht krijgen in het Nederlandse nieuws en dat de meeste berichtgeving de heersende genderstereotypen niet ter discussie stelt.

Het feit dat sommige media wel een meer evenwichtige vertegenwoordiging laten zien, toont aan dat het mogelijk is. Bernadette van Dijk: "Ik vond het deze editie erg interessant dat sommige media een veel evenwichtiger representatie van vrouwen en mannen lieten zien, terwijl zij over dezelfde onderwerpen berichtten als andere media. Journalistieke keuzes kunnen echt een verschil maken."

29% van de journalisten die van het nieuws verslag doen was vrouw, wat aantoont dat het nieuws

nog steeds grotendeels wordt gedomineerd door het perspectief van mannen. Dit percentage is de afgelopen 15 jaar nauwelijks veranderd, wat zorgwekkend is, met name in de context van toegenomen bedreigingen en geweld tegen journalisten (die vrouw zijn). Verhalen over het belangrijkste nieuwsonderwerp van 2020, de Covid-19 pandemie, werden vooral gedomineerd door mannen; slechts 19% van de verhalen over de pandemie werd gebracht door vrouwen.

Vrouwen zijn in het nieuws over Covid-19 ook ondervertegenwoordigd als bron, wat vooral zorgwekkend is omdat is aangetoond dat de pandemie vrouwen en gemarginaliseerde gemeenschappen onevenredig heeft getroffen en dat vrouwen tijdens deze crisis een meerderheid van de cruciale beroepen vervullen. Dit suggereert dat de gendergerelateerde impact van de pandemie en de zorgen van vrouwen niet zijn opgenomen in de berichtgeving over Covid-19.

De ondervertegenwoordiging van vrouwen, mensen van kleur, transgender en non-binaire personen is een gemiste kans, aangezien de media een belangrijke rol spelen als het gaat om inclusieve representatie en gendergelijkheid in de samenleving.

Emma Lok, directeur van WOMEN Inc.: "Inclusieve vertegenwoordiging in de media draagt bij aan kansgelijkheid op de arbeidsmarkt en een meer gelijke verdeling van werk en zorg tussen mannen en vrouwen. Iedereen moet zichzelf herkennen en zich gerepresenteerd voelen in de media. Representatie vergroot het wederzijds begrip. Daarom is het essentieel dat de media en de overheid structureel monitoren hoe vaak en op welke manier vrouwen en mannen in de media vertegenwoordigd zijn. Hierbij moet rekening worden gehouden met de representatie van mensen van kleur en mensen van verschillende leeftijden, genders en achtergronden".

¹² Zie bijvoorbeeld: "Impact of COVID-19 on minoritized and marginalized communities", AMA, Oktober 2020

¹³ "Bijna twee derde van de zogeheten 'cruciale beroepen' wordt vervuld door vrouwen", Consultancy.nl, Maart 2020

11. AANBEVELINGEN EN ACTIEPLAN 2021-2025

De resultaten laten zien dat er verandering nodig is om de representatie van vrouwen in de Nederlandse media te verbeteren. Onderstaande aanbevelingen beschrijven hoe de mediasector, mediaprofessionals, beleidsmakers, managers en donateurs hieraan kunnen bijdragen.¹⁴

SECTORBREED

Jaarlijks onderzoek doen

Sinds de jaren negentig is er weinig structureel onderzoek gedaan naar representatie in de Nederlandse media en de effecten daarvan in de samenleving. Jaarlijkse monitoring zou inzicht geven in de feitelijke vertegenwoordiging, zodat alle stakeholders kunnen bijsturen waar nodig. Op dit moment vindt er geen structurele monitoring plaats en is de representatie van vrouwen geen onderdeel van de tweejaarlijkse Emancipatiemonitor.

Vrouwen als experts

Stimuleer initiatieven die als doel hebben het aantal vrouwen als experts in de media te vergroten. Daarbij moet ook aandacht worden besteed aan verschillende identiteitskenmerken (zoals etniciteit, seksuele oriëntatie, leeftijd, etc.)

Start pragmatisch en werk toe naar een inclusieve aanpak

Begin met simpele checks in het werkproces (op het gebied van beeld en taal) en werk toe naar een diverse redactie op alle niveaus. Dit zal het bewustzijn op de redactie vergroten. Representatie is een complexe kwestie en gender, etniciteit en leeftijd zijn geen categorieën die onafhankelijk zijn van elkaar. Hierdoor is er niet één simpele oplossing en is een inclusieve aanpak essentieel. Betrek mensen uit zoveel mogelijk

lagen van de organisatie bij dit proces. Ontmoet daarnaast mensen uit alle verschillende hoeken van de sector, wissel ideeën uit en leer van elkaars ervaringen.

MEDIAPROFESSIONALS, BELEIDSMAKERS, MANAGERS, FINANCIERDERS

Erken dat iedereen bevooroordeeld is

Het is belangrijk om te erkennen dat iedereen bevooroordeeld (biased) is en dat dit geen probleem hoeft te zijn, zolang je er maar bewust mee omgaat. Dit kan de spanning uit veel discussies halen. Een training of workshop kan helpen organisaties bewust te maken van hun vooroordelen en leren hoe hiermee om te gaan. Veel mediaorganisaties ontwikkelden of volgden al een dergelijke workshop over onbewuste vooroordelen.

Monitor je eigen media-inhoud

Als onderdeel van het herkennen van je eigen bias, is het belangrijk om je bewust te zijn van de diversiteit en inclusiviteit van de inhoud die je maakt. Om je hiervan bewust te zijn, is het aan te raden om maandelijks je eigen content te monitoren op gelijkwaardige representatie van de samenleving. Houd hierbij rekening met gender, seksuele oriëntatie, etnische diversiteit, eventuele fysieke beperking en leeftijd. Zo ontwikkelde BBC een methode om genderrepresentatie in hun programma's systematisch te monitoren.¹⁵

Maak diversiteit de kern van uw beleid

Een actieve houding is cruciaal om de geldende normen te veranderen. Om tot duurzame verandering te komen, is het essentieel om de diversiteit op alle niveaus van de organisatie te verbeteren, zowel voor als achter de schermen. Organisaties zouden het initiatief moeten nemen om te werken aan een diverser personeelsbestand – inclusief directeurs en management –, richtlijnen voor inclusiviteit vast te stellen en zelfreflectie een standaard onderdeel van het werkproces te maken.

Stel diversiteit centraal bij kwaliteitsbeoordeling

De kwaliteit van mediacontent en experts wordt vaak beoordeeld aan de hand van de heersende norm: de witte, theoretisch opgeleide, cisgender heteroman. Als gevolg hiervan wordt de kwaliteit van alles en iedereen die afwijkt van deze norm niet gezien. Maak de hele organisatie hiervan bewust en houd hier rekening mee bij het opstellen van beoordelingscriteria. Dit vergroot de kans op het vinden van nieuw talent en verhalen, en je bereikt een meer divers publiek.

Werk samen met fondsen en opdrachtgevers aan een duurzaam diversiteitsbeleid

Belangrijke partijen als fondsen en opdrachtgevers kunnen hun invloed uitoefenen door diversiteit onderdeel te maken van toetsingscriteria. Zo kunnen ze bij het toekennen van subsidies voorwaarden stellen aan de samenstelling van het team en de mensen die in de verhalen gerepresenteerd worden.

Bescherm journalisten

Het is cruciaal dat journalisten hun werk kunnen doen zonder bedreiging en geweld. Mediaorganisaties moeten daarom beleid en protocollen implementeren, zodat de veiligheid van hun werknemers gewaarborgd wordt. Hierbij moet rekening worden gehouden met het genderspect van deze bedreigingen en met online intimidatie.

¹⁴ Een deel van deze aanbevelingen komt uit de publicatie 'Beperkt zicht: de rol van mediamakers in Beeldvorming' van WOMEN Inc., september 2018

¹⁵ Voor meer informatie over het BBC 5050 Project, zie: www.bbc.co.uk/5050.

BIJLAGE 1. METHODOLOGIE

Een belangrijk kenmerk van longitudinaal onderzoek is het analyseren van verandering bepaalde variabelen gedurende een lange periode. In het geval van het Global Media Monitoring Project (GMMP), blijft de methode van het verzamelen en analyseren van de gegevens altijd hetzelfde om veranderingen nauwkeurig vast te leggen. Net als voorgaande jaren zijn daarom de methodologie en indicatoren van het onderzoek hetzelfde gebleven, om historische vergelijkingen mogelijk te maken.

PROCES

De wereldwijde monitoringsdag die aanvankelijk voor het eerste kwartaal van 2020 was gepland, werd uitgesteld naar later in het jaar vanwege de wereldwijde eerste golf van het coronavirus (Covid-19). Toen de monitoringsdag in april dichterbij kwam, werd al snel duidelijk dat het monitoren zou resulteren in een editie van het GMMP die bijna volledig gericht zou zijn op verhalen over het coronavirus. De uitdagingen rondom het coronavirus vroegen om een nieuwe datum zodat de monitoring door kon gaan. Er werd een nieuwe datum vastgesteld in september, de coderingstools werden aangepast om Covid-19 verhalen vast te leggen zonder afbreuk te doen aan de mogelijkheid om resultaten in de tijd te vergelijken op basis van de onderwerpen van nieuwsitems en de teams werden opnieuw opgeleid in tal van webinars.

Net als bij eerdere edities van het GMMP werden de eerste gegevens verzameld door een vrijwilligersteams in de 116 deelnemende landen. In de periode voorafgaand aan de monitoringsdag werden regionale en nationale trainingssessies georganiseerd om tot een uniform

begrip over de methodologie en de aanpak van het coderen te komen. De teams kregen een training over mediaselectie, nieuwsuitzendingen en artikelselectie en het aantal mediauitingen dat moest worden gecodeerd. Voor het GMMP van 2020 konden teams kiezen uit twee mogelijke opties voor de monitoring:

Volledige monitoring, waarbij de resultaten een uitgebreid beeld geven van de status van gendergelijkheidsdimensies in de nieuwsmedia Gedeeltelijke monitoring, een verkorte versie die zich richt op de belangrijkste GMMP-indicatoren, voor teams die wilden deelnemen maar beperkt waren in het implementeren van de volledige monitoring.

Om de nauwkeurigheid van het coderingsproces te garanderen, werden radio- en televisieitems opgenomen en werden kopieën van digitale media en kranten verzameld. Om een vergelijking met voorgaande jaren mogelijk te maken, werd een extra vraag opgenomen, namelijk of het item gerelateerd was aan Covid-19. Bij deze items werden de teams gevraagd wat het meest belangrijke, secundaire onderwerp was.

WEGING

Hoewel het GMMP onderzoekt hoe gender wordt weergegeven in de media over de hele wereld, betekenen verschillen in mediatoegang en -impact tussen de deelnemende landen dat een eenvoudige verzameling van de gegevens zou leiden tot vertekende resultaten. Als een land als Frankrijk bijvoorbeeld gegevens van 100 media zou indienen, zouden de inzendingen uit een kleiner land als Fiji weinig of geen invloed hebben op de resultaten. Bovendien, hoewel twee

landen een vergelijkbaar aantal kranten kunnen hebben, kan hun impact, in termen van het aantal mensen dat ze leest, aanzienlijk verschillen. Om deze uitdagingen aan te gaan, heeft GMMP 2020 het weegsysteem bijgewerkt, opnieuw getest en toegepast.

NAUWKEURIGHEID

Bij het GMMP waren enkele duizenden mensen betrokken uit 116 landen van, met verschillende onderzoeksvaardigheden en die in een breed scala aan verschillende talen communiceren. Voor een onderzoek op deze schaal was het van cruciaal belang dat in elke fase rekening werd gehouden met de nauwkeurigheid, om de hoge niveaus van voorgaande jaren te behouden. Gegevensinvoer- en verwerkingsfouten kunnen ernstige vertekende effecten hebben op de gegevensanalyse, wat resulteert in een verkeerde voorstelling van de waargenomen variabelen. Om dit risico te minimaliseren, hebben we gebruik gemaakt van een verscheidenheid aan geautomatiseerde processen, evenals van de uitgebreide ervaring met mediamonitoring van de landencoördinatoren.

BIJLAGE 2. NATIONALE MONITORS

Het GMMP 2020 in Nederland werd gecoördineerd door Free Press Unlimited en WOMEN Inc. De monitoring werd uitgevoerd door een groep van 24 vrijwilligers, waaronder mensen van deze twee organisaties maar ook externe vrijwilligers.

BIJLAGE 3. LIJST GEMONITORDE MEDIA

Kranten

Algemeen Dagblad
NRC Handelsblad
Het Parool
Telegraaf
Trouw
De Volkskrant

Radio

ANP Journaal (uitzending op Q Music, 14.00 uur)
BNR Journaal (14.00 uur)
NPO Radio 1 Journaal (13.00 uur)uur)

Televisie

Hart van Nederland (5.50pm)
NOS Journaal (18:00)
RTL Journaal (18:00)

Online nieuws

Nu.nl
NOS.nl
RTLNieuws.nl
FD.nl (Website van Financieel Dagblad)

Twitter accounts

AT5 (<https://twitter.com/AT5>)
NOS (<https://twitter.com/NOS>)
De Telegraaf (<https://twitter.com/telegraaf>)
De Volkskrant (<https://twitter.com/volkskrant>)



WACC
308 Main Street
Toronto
ON M4C 4X7
Canada

Tel: +1 416 691 1999
gmmp@waccglobal.org
www.whomakesthenews.org
@whomakesthenews



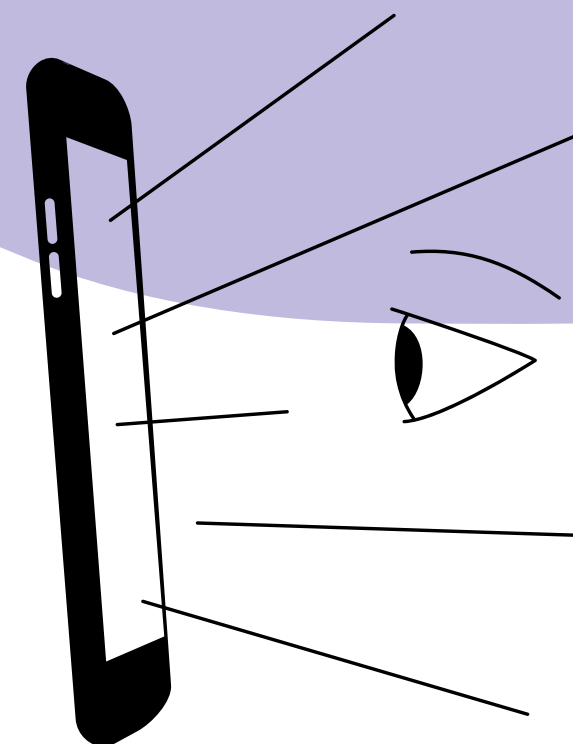
Free Press Unlimited
Weesperstraat 4
1018 DN Amsterdam
The Netherlands

T: +31 20 800 04 00
info@freepressunlimited.org
www.freepressunlimited.org



WOMEN Inc.
Koivistokade 54 III
1013 BB Amsterdam
The Netherlands

T: +31 20 788 42 31
info@womeninc.nl
www.womeninc.nl





FREE PRESS
UNLIMITED

WOMEN
INC
●