

WOMEN'S
RIGHTS =



HUMAN RIGHTS ♀

Vrouwen met een wetenschappelijke achtergrond in online berichtgeving

Onderzoek naar representatie van vrouwen met een wetenschappelijke
achtergrond in online berichtgeving van de grootste Nederlandse nieuwsmedia

Titel

Vrouwen met een wetenschappelijke achtergrond in online berichtgeving

Opleiding

Journalistiek en Nieuwe Media

Universiteit

Universiteit Leiden

Onderwerp

Master scriptie

Student

Jannet Harthoorn

Studentnummer

52343622

Begeleiding

Dr. P. Burger

Collegejaar

2019 - 2020

Inleverdatum

12 juli 2020

Voorwoord

Voor u ligt de scriptie 'Vrouwen met een wetenschappelijke achtergrond in online berichtgeving'. Het onderzoek voor deze scriptie is uitgevoerd in Nederland. Deze scriptie is geschreven in het kader van mijn master Journalistiek en Nieuwe Media aan de Universiteit van Leiden. Van december 2019 t/m juli 2020 ben ik bezig geweest met het schrijven van deze scriptie.

Samen met mijn begeleider Peter Burger en met hulp van studiegenoten heb ik mijn onderzoeksvraag opgesteld voor deze scriptie. Het onderzoek voor deze scriptie bestond uit een kwalitatieve en kwantitatieve inhoudsanalyse. Na het uitvoeren van dit onderzoek heb ik de onderzoeksvraag van mijn scriptie beantwoord. Tijdens het schrijven van deze scriptie stonden mijn begeleider, mijn studiegenoten en vrienden continu voor mij klaar. Zij hielpen mij met complexe vraagstukken en ingewikkelde theorie, waardoor ik verder kon met mijn onderzoek.

Bij deze wil ik mijn begeleider Peter Burger bedanken voor de fijne begeleiding, ondersteuning en goede feedback. Daarnaast kreeg ik morele steun van huisgenoten (Olivier en Sascha), vrienden (Maddy, Leonie, Bram, Peer, Flora, James en Greg), mijn ouders en broertje. Hun wijsheid en motiverende woorden hebben mij geholpen om deze scriptie tot een goed einde te brengen.

Jannet Harthoorn

Leiden, 12 juli 2020

Samenvatting

“Women rights are human rights” of “the future is female”, dit zijn inmiddels veel gehoorde uitspraken. Er is steeds meer aandacht voor gelijkheid tussen vrouwen en mannen. Ook diversiteit in de media is erg belangrijk, schrijven Hoks & Eliasar (2017), diversiteit zorgt voor een meer open blik en acceptatie van diverse standpunten van verschillende groepen. Bovendien is het de taak van de media het goede voorbeeld te geven: wanneer media bestaande verschillen versterken en bevestigen, zal dit bijdragen aan genderongelijkheid (Segijn, et al., 2014: 309).

Naar gelijkheid tussen vrouwen en mannen is al veel onderzoek gedaan, zowel in Nederland als in het buitenland. Deze onderzoeken gingen over de aanwezigheid van vrouwen in de media, maar ook over de aanwezigheid van vrouwelijke wetenschappers in de media. Bij eerder uitgevoerd onderzoek werden vooral offline uitingen onderzocht. Zoals aanwezigheid van vrouwelijke wetenschappers in de krant, op tv of in wetenschappelijke magazines. In deze scriptie wordt onderzoek gedaan naar de online berichtgeving van de drie grootste Nederlandse nieuwsmedia onderzocht op representativiteit.

Het doel van dit onderzoek is een beeld krijgen van hoe de verhouding tussen vrouwen en mannen in online berichtgeving van de grootste Nederlandse nieuwsmedia is. Maar vooral hoe de vrouw met wetenschappelijke achtergrond wordt gerepresenteerd in online berichtgeving en inzicht krijgen in hoe representatief de grootste Nederlandse nieuwsmedia zijn. Om hier achter te komen is voor deze scriptie de volgende onderzoeksvraag opgesteld:

Hoe worden vrouwen met een wetenschappelijke achtergrond gerepresenteerd in online berichtgeving van de grootste Nederlandse nieuwsmedia?

Dit wordt in deze scriptie onderzocht door middel van kwantitatieve en exploratieve kwalitatieve inhoudsanalyse. De kwantitatieve inhoudsanalyse is uitgevoerd door middel van een zogeheten samengestelde week. Berichten uit een periode van 30 juni t/m 31 december 2019 zijn onderzocht. Bij de exploratieve inhoudsanalyse wordt in de gevonden data gezocht naar patronen en overeenkomsten.

De inhoudsanalyse toont aan dat vrouwen in online berichtgeving veel minder aan het woord zijn dan mannen. Van de gevonden rollen werd 63% gevuld door mannen en 20% door vrouwen. Vrouwen zijn in alle onderzochte rollen minder aan het woord dan mannen, het hoogste aandeel vrouwen is 30%, namelijk in een rol als prominent persoon of journalist. Ook zijn vrouwen minder in beeld bij online berichtgeving dan mannen. Bovendien zijn vrouwen anders in beeld dan mannen, blijkt uit de exploratieve kwalitatieve inhoudsanalyse. Vrouwen zijn vaak meer close-up, meer casual gekleed en minder vaak in een werksetting in beeld dan mannen. Van het aantal personen met een wetenschappelijke achtergrond was meer dan drie kwart van de personen mannelijk en iets meer dan een kwart (19%) vrouwelijk. Ook de manier van presenteren van vrouwen met een wetenschappelijke achtergrond verschilt met die van mannen. Mannen worden vaker bij hun achternaam genoemd en de functie van mannen wordt vaker genoemd. Vrouwen worden juist vaker ook bij hun voornaam genoemd. Dit betekent dat vrouwen met een wetenschappelijke achtergrond niet goed gerepresenteerd en gepresenteerd worden in online berichtgeving van de drie grootste Nederlandse nieuwsmedia. Sterker nog, van geen enkele andere onderzochte rol is er sprake van representativiteit in de nieuwsmedia. De verhoudingen tussen vrouwen en mannen aan het woord en in beeld in online berichtgeving zijn scheef en deze komen niet in de buurt van de werkelijke verhoudingen in Nederland.

Een eventueel vervolgonderzoek naar vrouwen met een wetenschappelijke achtergrond in online berichtgeving, kan zich richten op het verzamelen van data via social media, hierbij kan dan ook meer visuele data verzameld worden. Voor het vervolgonderzoek is het dan ook belangrijk om data te verzamelen van alle nieuwsmedia uit Nederland. Zo kan het corpus veel verder worden uitgebreid en ontstaat een vollediger beeld.

Inhoudsopgave

1. Inleiding	
1.1 Aanleiding	6
1.2 Relevantie van onderzoek naar gelijkheid tussen vrouwen en mannen	6
1.3 Onderzoeksvraag en -doel	7
1.4 Leeswijzer	7
2. Theorie: het belang van diversiteit	
2.1 Definities: persoon met wetenschappelijke achtergrond, representativiteit en online berichtgeving	8
2.2 Het belang van diversiteit in de media	9
2.3 Onderzoek naar representatie van vrouwen in de media	10
2.4 Verdeling vrouwelijke en mannelijke wetenschappers	13
2.5 Samenvattend	14
3. De methode: een kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse	
3.1 Onderzoeksmethode per deelvraag	16
3.2 Corpus	17
3.3 Betrouwbaarheid van het onderzoek	18
3.4 Gebruikte categorieën en criteria	19
4. De resultaten van de inhoudsanalyse	
4.1 Resultaten kwantitatieve inhoudsanalyse	21
4.2 Resultaten kwalitatieve inhoudsanalyse	24
5. Conclusie	
5.1 Deelvraag 1: Vrouwen (en mannen) aan het woord in online berichtgeving	27
5.2 Deelvraag 2: Vrouwen (en mannen) in beeld in online berichtgeving	27
5.3 Deelvraag 3: Rollen van vrouwen in online berichtgeving	27
5.4 Antwoord op de onderzoeksvraag	28
6. Discussie	30
Literatuurlijst	31
Bijlagen	
Bijlage 1: Codeboek	35
Bijlage 2: Resultaten kwantitatieve inhoudsanalyse	36
Bijlage 3: Resultaten kwalitatieve inhoudsanalyse	44

Hoofdstuk 1

Inleiding

1.1 Aanleiding

“Women rights are human rights” of “the future is female”, dit zijn inmiddels veel gehoorde uitspraken. Er is steeds meer aandacht voor gelijkheid tussen vrouwen en mannen. De groeiende aandacht voor gelijkheid was zichtbaar bij een succesvolle Women’s March in het centrum van Amsterdam vorig jaar maart. Hier liepen niet alleen vrouwen, maar ook mannen mee. Bij verkiezingen wordt opgeroepen om een voorkeursstem aan een vrouw te geven, wat vorig jaar (2019) resulteerde in meer vrouwen in het Europees Parlement (NRC.nl, 2019). Onlangs maakte de Tweede Kamer bekend dat grote bedrijven een vrouwenquotum krijgen, dat houdt in dat beursgenoteerde bedrijven de raad van commissarissen voor minstens 30 procent uit vrouwen moeten bestaan (Volkskrant, 2019).

Ook diversiteit in de media is erg belangrijk, schrijven Hoks & Eliasar (2017), diversiteit zorgt voor een meer open blik en acceptatie van diverse standpunten van verschillende groepen. Bovendien is het de taak van de media het goede voorbeeld te geven: wanneer media bestaande verschillen versterken en bevestigen, zal dit bijdragen aan genderongelijkheid (Segijn, et al., 2014: 309). In Nederland zijn er verschillende mediaomroepen die streven naar diversiteit. Ombudsman Margot Smit (van NPO1) zegt dat er wordt gestreefd naar diversiteit in het nieuws, in onderwerpskeuzes, verschillende invalshoeken en geïnterviewden. Diversiteit zit bij de omroep niet alleen in gelijke man-vrouwverhouding, ook in migratieachtergrond en linkse en rechtse visie (Ombudsman, 2019).

1.2 Relevantie van onderzoek naar gelijkheid vrouwen en mannen

Gelijkheid tussen vrouwen en mannen is belangrijk. Alle mensen zijn van gelijke waarde en moeten daarom ook gelijk behandeld worden. Tegenwoordig is dat nog steeds niet in alle landen het geval, in veel ontwikkelingslanden is de positie van de vrouw slechter dan die van de man. Vrouwen verrichten hier het meeste onbetaalde werk en dragen zorg voor de kinderen (Amnesty International, 2020). Daarnaast zijn er nog steeds meer mannelijke politici, hoewel het aandeel vrouwen toeneemt. Vrouwen moeten dezelfde kansen krijgen als mannen, om ook mee te kunnen beslissen in bijvoorbeeld de politiek, de economie en het openbare leven (SDG Nederland, 2020).

Naar gelijkheid tussen vrouwen en mannen is al veel onderzoek gedaan, zowel in Nederland als in het buitenland. Deze onderzoeken gingen over de aanwezigheid van vrouwen in de media, maar ook over de aanwezigheid van vrouwelijke wetenschappers in de media. Bij eerder uitgevoerd onderzoek werden vooral offline uitingen onderzocht. Zoals aanwezigheid van vrouwelijke wetenschappers in de krant, op tv of in wetenschappelijke magazines. In deze scriptie ligt de focus op vrouwelijke wetenschappers in online berichtgeving van de drie grootste nieuwsmedia van Nederland. Uitingen online zijn ook belangrijk om te onderzoeken, omdat deze uitingen een andere (vaak jongere) doelgroep hebben in vergelijking met bijvoorbeeld de krant of de televisie. Onderzoek van het Stimuleringsfonds van de Journalistiek laat zien dat in 2015, 73% van de 65+’ers de krant leest. Van mensen in de leeftijdscategorie 13-19 jaar leest maar 31% de krant (Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, 2016). NDP nieuwsmedia toont in een onderzoek aan dat nieuwssites gemiddeld 78% bereiken van de consumenten tussen 20 - 64 jaar (NPD Nieuwsmedia, 2017).

Ook is niet eerder wetenschappelijk onderzoek gedaan naar de representatie van vrouwelijke wetenschappers in Nederland. In tegenstelling tot andere landen. Het is belangrijk om dit soort onderzoek ook uit te voeren in Nederland, zodat de uitkomsten van het onderzoek vergeleken kunnen worden met het aantal Nederlandse vrouwelijke wetenschappers in Nederland. De reden dat de representativiteit van vrouwelijke wetenschappers wordt onderzocht is, omdat eerder onderzoek aantoonde dat vrouwen wel regelmatig in beeld zijn, maar dan in een andere rol dan de rol van wetenschapper. Volgens onderzoek van Atria zijn vrouwen bijvoorbeeld wel te zien, maar dan in een rol als ‘toevallige voorbijganger’ of ‘gewone burger’, waarin toevallig een mening wordt gevraagd. Minder vaak zijn vrouwen te zien in een rol als expert, waarin hen om een deskundige mening wordt gevraagd. (Atria, 2017).

In dit onderzoek wordt online berichtgeving van de drie grootste Nederlandse nieuwsmedia onderzocht op representativiteit. Iets is representatief wanneer het aandeel overeenkomt met de beoogde doelgroep; in dit geval is dat wanneer het aandeel gepresenteerde vrouwelijke wetenschappers gelijk is aan het aandeel vrouwelijke wetenschappers in Nederland.

Hoofdstuk 1

Inleiding

1.3 Onderzoeksvraag en -doel

Uit bovenstaande voorbeelden wordt duidelijk dat de aandacht voor gelijkheid tussen vrouwen en mannen groeit. Maar weerspiegelt zich dat ook in de representatie van vrouwen met een wetenschappelijke achtergrond in berichtgeving van Nederlandse nieuwsmedia? Om hier achter te komen is voor deze scriptie de volgende onderzoeksvraag opgesteld:

Hoe worden vrouwen met een wetenschappelijke achtergrond gerepresenteerd in online berichtgeving van de grootste Nederlandse nieuwsmedia?

Het doel van dit onderzoek is om een beeld te krijgen van hoe de gelijkheid tussen vrouwen en mannen in online berichtgeving van de grootste Nederlandse nieuwsmedia is. Dit wordt in deze scriptie onderzocht door middel van kwantitatieve en exploratieve kwalitatieve inhoudsanalyse.

1.4 Leeswijzer

Deze scriptie is als volgt opgebouwd. Na dit inleidende hoofdstuk volgt in hoofdstuk 2 het theoretisch kader, waar gekeken wordt naar de definities van persoon met een wetenschappelijke achtergrond, representativiteit en online berichtgeving. Daarnaast wordt het belang van diversiteit en eerder onderzoek naar dit onderwerp beschreven. In hoofdstuk 3 volgt de methode van het onderzoek, waarin de globale opzet van het onderzoek wordt besproken met uitleg van het meetinstrument. Ook komt in dit hoofdstuk de betrouwbaarheid aan bod. De resultaten die uit het onderzoek naar voren zijn gekomen staan in hoofdstuk 4. Daarop volgen de conclusies in hoofdstuk 5. In hoofdstuk 6 staat de discussie centraal, waarin kritisch wordt gekeken naar het uitgevoerde onderzoek en eventueel aanvullingen hierop. Hierin wordt ook een suggestie gedaan voor vervolgonderzoek. Deze scriptie sluit af met een literatuurlijst en de bijlagen.

Hoofdstuk 2

Theoretisch kader: het belang van diversiteit

In dit hoofdstuk worden wetenschappelijke theorieën en concepten behandeld die relevant zijn voor het onderzoek. Dit theoriehoofdstuk start met een aantal definities die in deze scriptie gehanteerd worden, zoals een persoon met wetenschappelijke achtergrond, representativiteit en online berichtgeving. Daarna volgen verschillende theorieën over het belang van diversiteit in de media. Zowel Nederlandse als buitenlandse onderzoekers bespreken het belang hiervan. Vervolgens wordt een verzameling van eerdere onderzoeken naar representatie van vrouwen in de media beschreven. Dit sluit af met informatie over hoeveel vrouwelijke wetenschappers er momenteel zijn in Nederland.

2.1 Definities: persoon met wetenschappelijke achtergrond, representativiteit en online berichtgeving

In deze paragraaf komen een aantal definities aan bod die worden gehanteerd in deze scriptie. Definities die aan bod komen zijn: persoon met wetenschappelijke achtergrond, representativiteit en online berichtgeving. Het is van belang om van deze begrippen een duidelijke definitie te hebben en deze te operationaliseren, om te voorkomen dat er onduidelijkheid bestaat over de betekenis van het begrip.

2.1.1 Definitie persoon met wetenschappelijke achtergrond

Allereerst de definitie van 'een persoon met een wetenschappelijke achtergrond', in dit hoofdstuk volgt een definitie van dit begrip, zoals deze gehanteerd zal worden in deze scriptie. Van Schelven (1978) komt met de volgende definitie voor een wetenschapper: "Iemand die minimaal een diploma heeft behaald aan een universiteit of een andere instelling voor hoger wetenschappelijk onderwijs." Daarnaast verricht diegene beroepshalve arbeid in het wetenschappelijk vakgebied. In het werk van een wetenschapper kan onderscheid gemaakt worden tussen wetenschappelijk onderwijs en wetenschappelijk onderzoek (Van Schelven, 1978).

In deze scriptie is de definitie voor een persoon met een wetenschappelijke achtergrond iemand die minimaal een diploma heeft behaald aan een universiteit of andere instelling voor hoger wetenschappelijk onderwijs. Wanneer dit het geval is, wordt in deze scriptie gesproken van een persoon met een wetenschappelijke achtergrond. Daarnaast kan het zo zijn dat een persoon met een wetenschappelijk achtergrond momenteel nog werkzaam is in het wetenschappelijk vakgebied, zoals een docent aan een universiteit of als onderzoeker bij een academisch instituut. In deze scriptie is er voor gekozen om ook personen die alleen een wetenschappelijke studie hebben afgerond mee te tellen bij personen met een wetenschappelijke achtergrond. Dit is tijdens de inhoudsanalyse namelijk makkelijker te meten, het is namelijk niet altijd duidelijk of een persoon nog werkzaam is in het wetenschappelijk vakgebied.

2.1.2 Definitie representativiteit

In deze scriptie wordt gezocht naar een antwoord op de vraag wat betreft de representativiteit van Nederlandse nieuwsmedia. Daarmee wordt bedoeld in hoeverre het beeld dat wordt weergegeven in online berichtgeving van de nieuwsmedia klopt met de realiteit. Dus of de weergegeven man-vrouwverhouding in de media klopt met de man-vrouwverhouding in de Nederlandse samenleving. Daarnaast wordt ook onderzocht of de getoonde rollen in berichtgeving van de nieuwsmedia (die van gewone burger of deskundige) kloppen met de werkelijke verhoudingen in Nederland. Dus klopt het aantal getoonde vrouwelijke wetenschappers in de media met het werkelijke aantal vrouwelijke wetenschappers in Nederland? Wanneer het antwoord op deze vraag ja is, is er sprake van representativiteit in de media. Dit sluit dan aan bij reflectieve diversiteit. In dit hoofdstuk volgt daarom een definitie voor representativiteit.

Wanneer je spreekt over representativiteit gaat het over de mate waarin de mensen uit bijvoorbeeld je steekproef een afspiegeling zijn van de populatie (Van der Kaap, 2011: 100). De steekproef vertegenwoordigt dan een groep of een geheel. Een selectie die een goed beeld geeft van de hele groep. Een manier om te onderzoeken of iets of iemand representatief, kan volgens Van der Kaap (2011: 100) door verhoudingen tussen deelgroepen in je steekproef te vergelijken met de verhoudingen in de populatie. Zoals hier boven ook beschreven, wordt tijdens deze scriptie een selectie genomen uit berichtgeving van de Nederlandse nieuwsmedia om te onderzoeken of dit een goede beeld geeft van de gehele groep. Dat resultaat zegt dan iets over de representativiteit van de Nederlandse nieuwsmedia.

Hoofdstuk 2

Theoretisch kader: het belang van diversiteit

In deze scriptie wordt voor representativiteit uitgegaan van de volgende definitie: een eenheid of selectie die in zijn kenmerken een groep of geheel vertegenwoordigt en een goede afspiegeling geeft van de groep of het geheel. Deze definitie sluit ook aan op reflectieve diversiteit, wat gaat over dat het aanbod van nieuwsmedia een bijna perfecte weerspiegeling is van de wensen van het publiek, zie voor meer hoofdstuk 2.2.

2.1.3 Definitie online berichtgeving

In deze scriptie wordt online berichtgeving van Nederlandse nieuwsmedia onderzocht. Daarom volgt een definitie van wat in deze scriptie bedoeld wordt met 'online berichtgeving'.

Met online berichtgeving wordt in deze scriptie berichtgeving van het desbetreffende nieuwsmedium (NOS, AD of NU.nl) op de website van het nieuwsmedium bedoeld. Deze berichtgeving kan bestaan uit tekst, foto of een combinatie van beide. De online berichtgeving is geplaatst en geschreven door het nieuwsmedium zelf.

2.2 Het belang van diversiteit in de media

In deze paragraaf bespreek ik het belang van diversiteit, waarbij twee soorten diversiteit worden onderscheiden: open en reflectieve diversiteit. Daarna volgt het belang van een gelijke man-vrouwverhouding in de media. Zowel Nederlandse als internationale onderzoekers beschrijven het belang van diversiteit in de media, een overzicht van deze studies volgt.

Allereerst is binnen het vraagstuk van diversiteit het verschil tussen open en reflectieve diversiteit van belang (Van Cuilenburg, 1998). Reflectieve diversiteit impliceert dat het aanbod van een omroep of nieuwsorganisatie een bijna perfecte weerspiegeling is van de wensen van het publiek. Dit zorgt er dus voor dat meerderheidsvoorkeuren aan bod komen. Reflectieve diversiteit wordt vaak gezien als commercialisering van de media, waarbij de voorkeur van de meerderheid toonaangevend is. Media-inhoud weerspiegelt/reflecteert en speelt in op verwachtingen van mediagebruikers (Ministerie van Vlaamse gemeenschap & Vlaamse Mediaraad, 2002). Open diversiteit is een correctie op reflectieve diversiteit, open diversiteit zorgt ervoor dat minderheidsvoorkeuren verhoudingsgewijs meer aan bod komen in de media. Verschillende voorkeuren krijgen gelijke toegang tot de media. Deze extra steun voor minderheidsvoorkeuren wordt vaak als iets belangrijks gezien, ook omdat het kan leiden tot meer innovatie, creativiteit en objectiviteit (Saeyns, et al., 2005: 167).

Over het belang van diversiteit en gelijkheid tussen vrouwen en mannen schrijven de Leidse onderzoekers Van der Lee en Ellemers (Van der Lee, et al., 2015: 12349), zij concluderen allereerst dat diversiteit van groot belang is voor de maatschappij. Volgens hen zorgt gendergelijkheid in organisaties ervoor dat de innovatie en creativiteit wordt gestimuleerd en productiviteit wordt verhoogd. Dat is wel op voorwaarde dat de cultuur in een organisatie open staat voor verandering (Van der Lee, et al., 2015: 12349). Dat geldt ook voor de academische wereld; onderzoeksteams die genderdivers zijn, faciliteren innovatie en excellentie in onderzoek en beleid, zo dragen ze bij aan wetenschappelijke vooruitgang. In dit onderzoek schrijven Van der Lee en Ellemers (2015: 12349) daarnaast dat er momenteel nog een hardnekkige kloof is tussen leiderschap, salaris en financiering voor vrouwen in de academische wereld. Deze wetenschappelijke kloof komt tevens naar voren in het onderzoek van Landelijk Netwerk Vrouwelijke Hoogleraren (LNVH, zie hoofdstuk 2.4). In het onderzoek van LNVH staat ook informatie over de salarissen van vrouwen, deze zijn nog altijd systematisch lager ingeschaald dan die van hun mannelijke collega's. Het aandeel vrouwen in salarisgroepen 15-16 dat in lagere schalen is ingeschaald is van 73,7% ultimo in 2017 naar 76,1% ultimo in 2018 gegaan (LNVH, 2019: 16).

Volgens Van der Lee en Ellemers is leiderschap vaak als stereotype mannelijk en daardoor sterker geassocieerd met stereotypische mannelijke eigenschappen dan met vrouwelijke eigenschappen. Ondanks dat zijn vrouwen waarschijnlijk net zo effectief in leiding geven als mannen. Toch blijven vrouwen achterwege in leidinggevende functies vanwege de invloed van stereotypes omtrent gender (Van der Lee, et al., 2015: 12349). Ook wetenschap wordt vaker geassocieerd met mannen dan met vrouwen. Vrouwen zouden mannelijke eigenschappen missen die gepaard gaan met succes en bekwaamheid in de wetenschap. Volgens de onderzoekers verdienen vrouwen nog steeds 18% minder dan hun mannelijke collega's, terwijl ze wel de dezelfde verantwoordelijkheden en taken hebben.

Hoofdstuk 2

Theoretisch kader: het belang van diversiteit

En juist daarom is het belangrijk om deze kloof tussen vrouwen en mannen te verkleinen of te dichten (Van der Lee, et al., 2015: 12349). Behalve diversiteit in de wetenschap en in de maatschappij is het ook belangrijk om een divers beeld in de media neer te zetten. Volgens Humprecht en Esser (2017) is het zelfs de taak van de media om hun publiek te voorzien van een divers en veelzijdig perspectief op belangrijke (politieke) debatten. Zaken zoals stereotypen passen daar niet bij. Door bepaalde groepen stereotypen neer te zetten versterkt de media bestaande stereotypen, dit zal op zijn minst niet bijdragen aan het verminderen van bestaande verschillen (Segijn, et al., 2014). Onderzoeker Novi (2017: 15) ziet verschillende stereotypen in de media van vrouwen. Categorieën stereotypen die in de media zijn verschenen zijn bijvoorbeeld 'de vrouw in de keuken', terwijl de man altijd het sterkere karakter is. Deze vorm die vaak voorkomt in de media is volgens Novi een 'product van culturele stereotypes' (Novi, 2017: 15). Eind jaren zeventig en begin jaren tachtig ontstond in de media een categorie in de Britse reclames, die voor 13% bestond uit stereotypen. Ook hier verschenen vrouwen herhaaldelijk in de media in de rol van huisvrouw, terwijl de man juist werd gepresenteerd als een krachtig, dominant figuur. (Novi, 2017: 15). Novi concludeert ook dat de man vaker wordt neergezet als een wetenschapper en expert op het gebied van sociale, economische, politieke en medische zaken. Vrouwen worden juist vaker neergezet als consumenten die genieten van huishoudelijke zaken en voor hun mannen zorgen. Doordat de media dit beeld laten zien, kan het label dat hier wordt neergezet (vrouwen in huishoudelijke rol), benadrukt worden. Hiermee laten de media feitelijke gegevens niet duidelijk en niet goed zien (Novi, 2017: 16). Daarmee negeren de media volgens Novi (2017: 16) het volgende: de media tonen afbeeldingen en tekst als een weerspiegeling van de samenleving. Humprecht en Esser delen deze mening, zij schrijven dat van nieuwsmedia wordt verwacht dat ze verschillende visies, opvattingen en belangen weerspiegelen (Humprecht, et al., 2017: 1825).

Zoals al eerder beschreven kan het benadrukken van stereotypen (of het niet verminderen ervan) schadelijke gevolgen hebben. Segijn, Bartholomé, Pennekamp, & Timmers (2014) schrijven dat als de media deze bestaande verschillen of stereotypen bevestigen of erger maken, dit op zijn minst niet zal bijdragen aan het verminderen van de bestaande verschillen (Segijn, et al., 2014: 309). Volgens hen toont recent onderzoek (Davies, Spencer, Quinn & Gerhardstein, 2002) zelfs aan dat blootstelling aan stereotypen in reclames het zelfvertrouwen voor het solliciteren naar wetenschappelijke banen en de interesse in wetenschappelijke banen bij vrouwen kan verminderen (Segijn, et al., 2014: 309). Het dichten van deze kloof tussen vrouwen en mannen en het stoppen van benadrukken van stereotypen is belangrijk, omdat dit er volgens Van der Lee en Ellemers (2015) voor kan zorgen dat vrouwen in de academische wereld aan het werk blijven. Het dichten van de kloof maakt het voor vrouwen namelijk makkelijker om te onderhandelen over salaris, onderzoeksfaciliteiten en promotiekansen in de wetenschappelijke wereld. Met de huidige positie van de vrouw is dat moeilijker (Van der Lee, et al., 2015: 12349). Verschillende onderzoekers beschrijven dus dat als de media bestaande stereotypes laten zien of benadrukken, of vrouwen verkeerd neerzetten, dit genderongelijkheid zeker niet zal verminderen. Het is de taak van de media om een afspiegeling van de maatschappij te tonen en daarbij alle verschillende groepen en verwachtingen te vertegenwoordigen zoals deze zijn. Daarnaast heeft het neerzetten van stereotypen in de media geen positieve invloed op het imago van de vrouw, zeker niet als dit bij de verkeerde mensen terecht komt, schrijft Novi (2017: 16). Zolang de kloof niet gedicht wordt, blijft het voor vrouwen moeilijker om in hoge posities te komen. Daarmee blijft er ook ongelijkheid in salaris. Het dichten van deze kloof is belangrijk en de media spelen daar een rol in. Gelijkheid tussen man en vrouw zorgt voor meer innovatie, creativiteit en wetenschappelijke vooruitgang.

2.3 Onderzoek naar representatie van vrouwen in de media

In deze scriptie wordt, zoals eerder beschreven, de representatie van vrouwen in online berichtgeving van nieuwsmedia onderzocht. Naar representatie van vrouwen in de media is ook al veel onderzoek gedaan door andere onderzoekers. Onderzoek is uitgevoerd in Nederland, maar ook buiten Nederland. In dit hoofdstuk volgt een overzicht van relevante onderzoeken die zijn uitgevoerd buiten Nederland, in het hoofdstuk hierna volgen Nederlandse onderzoeken. Al deze onderzoeken kunnen een leidraad bieden voor dit onderzoek.

2.3.1 Onderzoek buiten Nederland

In dit hoofdstuk een overzicht van verschillende studies die zijn uitgevoerd buiten Nederland naar de representatie van vrouwen in media. Dit zijn studies uit het Verenigd Koninkrijk (Ross, Boyle, Carter & Ging, 2018), Finland (Niemi & Pitkänen, 2016), Spanje (Pilar Matud, Espinosa & Rodríguez Wangüemert, 2019), België (D'Heer, Vergotte,

Hoofdstuk 2

Theoretisch kader: het belang van diversiteit

De Vuyst, & Van Leuven, 2019), Zweden (Edström, 2018) en tot slot een Canadees onderzoek (Loverock & Hart, 2018). Daarbij zijn er drie onderwerpen die van belang zijn, allereerst de rol van vrouwen en mannen in de media, vervolgens hoe worden vrouwen en mannen afgebeeld in de media en als laatst hoe vaak zijn vrouwen of mannen de bron van het nieuws.

Rol van vrouwen en mannen in de media

Allereerst de rol van vrouwen in de media. In welke rol vrouwen in de media verschijnen kan variëren. De Finse onderzoekers Niemi en Pitkänen tonen aan dat wanneer experts in de Finse media verschijnen, dit veel vaker mannen zijn (72%) dan vrouwen (28%). Daarnaast concluderen zij dat van de onderzoekers aan de universiteit, mannen veel vaker worden geïnterviewd dan vrouwen. En dat is opvallend zeggen ze, want er zijn even veel vrouwen als mannen aan het werk als onderzoeker aan Finse universiteiten (Niemi, et al., 2016: 6-7). Ross, Boyle, Carter & Ging (2018), die een onderzoek uitvoerden in Canada, komen tot een vergelijkbare conclusie. Zij onderzoeken ook de rol van vrouwen in nieuwsverhalen, of zoals zij het hier noemen, de 'functie'. De onderzoekers tonen aan dat de stem van vrouwen in de rol van expert of woordvoerder extreem ondervertegenwoordigd is. Vrouwen worden in 2015 maar in 20% van de verhalen gequote als expert, in 2010 was dit nog 25% (Ross, et al., 2018: 831). Bovendien schrijven de onderzoekers dat vrouwen vooral worden aangehaald voor een persoonlijke ervaring of als zogeheten 'populaire mening'. (Ross, et al., 2018: 831). Deze bevindingen tonen dus aan dat vrouwen eerder worden gebruikt voor persoonlijke getuigenissen en leuke anekdotes in de media, dan dat ze worden aangehaald als experts zeggen de onderzoekers (2018: 831).

Edström (2018) komt ook tot deze conclusie. De Zweedse onderzoekster schrijft dat in 1994 een belangrijk resultaat van het onderzoek naar vrouwen in de media was, dat ondanks dat vrouwen en mannen even veel in beeld waren, ze toch anders gepresenteerd werden. Vrouwen werden bijvoorbeeld gepresenteerd in de vorm van stereotypen. In 2014 is daar nog niet veel aan veranderd, vrouwen komen nog vaak voor in verhalen en advertenties en mannen in het nieuws en in fictie (Edström, 2018: 83-84). Ook de Spaanse onderzoekers (Pilar Matud, Espinosa & Rodríguez Wangüemert, 2019) zien verschillen tussen de rollen van vrouwen en mannen in de media. Zij concluderen dat van de onderzochte nieuwsitems 40,7% als hoofdpersonage een man of mannen heeft. Van de nieuwsitems heeft 7,3% een vrouw of vrouwen als hoofdpersonage. 15,2% heeft zowel mannen als vrouwen als hoofdpersonage (Pilar Matud, et al., 2019: 8). Ook de rollen waarin vrouwen en mannen zijn afgebeeld in de nieuwsitems zijn verschillend. Het grootste verschil was zichtbaar bij atleten, 97,1% van de atleten was een man en 0,3% van de atleten was een vrouw. Ook in de categorie 'hooggeplaatste mensen' is een groot verschil zichtbaar. In 77% van de gevallen waren dit mannen en in 7,7% van de gevallen vrouwen (Pilar Matud, et al., 2019: 8). Edström onderscheidt in haar onderzoek ook een aantal stereotypen waarin vrouwen voorkomen zoals *the fashion slave*, *the beauty slave*, *the executive* en *the love goddess*. *The beauty slave* gaat bijvoorbeeld over mode, schoonheid en fitness. Binnen het subonderwerp schoonheid was 90% van de personen een vrouw en geen daarvan was ouder dan zestig jaar (Edström, 2018: 86 – 88).

Tot slot het onderzoek van D'Heer, Vergotte, De Vuyst, & Van Leuven (2019), deze groep deed onderzoek naar nieuwsitems van vice.com. Zij concluderen dat mannen vaak oververtegenwoordigd zijn in de berichtgeving (59,8%) en vrouwen ondervertegenwoordigd (D'Heer, et al., 2020: 264). Bovendien benoemen zij dat vrouwen vaker vertegenwoordigd zijn in soft nieuws 71,8% dan in hard nieuws 28,2% (soft nieuws heeft vaak een ander doel dan hard nieuws, hard nieuws is voor informeren en soft nieuws meer voor vermaak, ook wel infotainment). Mannen verschijnen juist meer in hard nieuws (58,1%) dan in soft nieuws (41,9%). Vrouwen zijn het meest aanwezig in sociale en juridische onderwerpen (40,5%) en mannen het meest in onderwerpen over politiek en overheid (33,4%) (D'Heer, et al., 2020: 265). Tot slot een laatste conclusie, vrouwen (55,1%) worden vaker gequote dan mannen (39,6%), terwijl mannen wel vaker het hoofdonderwerp zijn van een artikel (D'Heer, et al., 2020: 265).

Vrouwen en mannen in beeld

Loverock & Hart onderzoeken hoeveel vrouwen er afgebeeld staan in twee wetenschappelijke tijdschriften. De tijdschriften die zij geanalyseerd hebben zijn de bekende tijdschriften Nature en Science. In het tijdschrift Nature was bij 41% van de advertenties een vrouw te zien, schrijven zij. In tijdschrift Science was dit nog vaker het geval, 77% van de afgebeelde personen in de advertenties was vrouwelijk (2018: 757-758).

Hoofdstuk 2

Theoretisch kader: het belang van diversiteit

In de zogeheten advertising feature (artikelen die gemaakt zijn door externe merken, om betaald te publiceren voor een product of dienst) kwamen vrouwen dan weer veel minder voor, in Nature was dit 21% en in Science 5%. Ook zien Loverock & Hart in de tijdschriften minder vrouwen in beeld als aanbevolen wetenschapper. In Nature in maar 19% van de afbeeldingen en in Science in 39% van de afbeeldingen. Ook bij de stockfotografie zien ze een verschil. In Nature is 40% van de afgebeelde personen een vrouw en in Science 35% van de personen (Loverock, et al., 2018: 757-758). De onderzoekers zeggen dat het niet echt een verrassing is dat alleen in advertenties meer vrouwen te zien zijn: "The use of women in advertising is not surprising, as women models have historically been used to sell products to both women and men" (Loverock, et al., 2018: 759). De Spaanse groep onderzoekers analyseert ook nieuwsitems waarin alleen personen zijn afgebeeld. Zij concluderen dat in 47,4% van de gevallen dit een man was, 8,8% van de keren een vrouw en de overige 43,8% waren dit vrouwen en mannen (Pilar Mutad, et al., 2019: 7).

Naast hoe vrouwen zijn afgebeeld in de wetenschappelijke tijdschriften, hebben Loverock & Hart ook onderzocht wie de auteurs waren van de nieuwsartikelen. Van de gevonden nieuwsartikelen in het tijdschrift Nature is 14% geschreven door vrouwen. Bij het tijdschrift Science was dit iets hoger, hier is 15% geschreven door vrouwen (Loverock, et al., 2018: 756).

Vrouwen of mannen als bron van het nieuws

Naast onderzoek naar rollen van vrouwen en mannen in de media en hoe vrouwen en mannen worden afgebeeld is er ook veel onderzoek naar wie de bron van het nieuws is. De vrouw of de man? Ross, Boyle, Carter & Ging onderzochten dit ook, van de 1960 gecodeerde bronnen in 2015, is bij 28% de bron een vrouw. Vooral bij de nieuwscategorieën 'politiek' en 'regering' is de vrouw minder vaak en nieuwsbron dan de man (Ross, et al., 2018: 830). Ook Pilar Mutad, Espinosa & Rodríguez Wangüemer keken naar de verhoudingen tussen de personen die aan het woord zijn in nieuwsitems. Zij schrijven dat in 14,6% van de nieuwsitems niemand aan het woord was, bij de overige nieuwsitems was in 40,5% een man aan het woord, in 37,4% vrouwen en mannen en in 7,5% alleen vrouwen (Pilar Mutad, et al., 2019: 7). Ook zien zij dat mannen vaker de bron van het nieuws waren, namelijk in 17,4% van de nieuwsitems. Vrouwen waren slechts bij 2,8% van de nieuwsitems de bron van het nieuws (Pilar Mutad, et al., 2019: 10). Niemi & Pitkänen noemen dat dit kan komen doordat vrouwen simpelweg ook minder benaderd werden door de media. Van de vrouwen gaf 92% aan dat zij zelden benaderd werden, van de mannen werd maar 69% zelden benaderd door de media. Bovendien zegt 31% van de mannen dat zij regelmatig worden benaderd, terwijl dit bij vrouwen maar 9% is (Niemi, et al., 2016: 8).

Tot slot speelt leeftijd ook nog een rol volgens Edström (2018) en D'Heer, Vergotte, De Vuyst, & Van Leuven (2020). Jeugdigheid is een belangrijke factor voor het tonen van vrouwen in de media volgens Edström (2018: 85). Hoe jonger een vrouw is, des te meer kans ze heeft op een plek in de media. In tegenstelling tot mannen, die juist meer zichtbaar zijn op hogere leeftijd, tussen de 30 - 44 jaar (Edström, 2018: 85-86). D'Heer, Vergotte, De Vuyst, & Van Leuven concluderen dat bij vrouwen in de media hun leeftijd vaker wordt genoemd, namelijk in 20,2% van de gevallen, bij mannen wordt in 12,5% van de gevallen de leeftijd genoemd (D'Heer, et al., 2020: 265).

Samenvattend

Bovenstaande onderzoeken tonen aan dat de rollen van vrouwen en mannen in de media nogal verschillen. Mannen zijn vaker te zien in een rol als expert, terwijl vrouwen bijvoorbeeld vaker te zien zijn in een rol als 'populaire mening' of in een stereotypische rol. Mannen zijn daarnaast ook vaker het hoofdonderwerp van een artikel dan vrouwen. Ook bij het afbeelden van vrouwen en mannen zijn er verschillen, vrouwen zien we volgens onderzoekers nog steeds veel in advertenties. Tot slot blijkt ook dat mannen vaker bron van het nieuws zijn dan vrouwen en dat mannen vaker aan het woord zijn in berichtgeving. Mannen worden dan ook vaker benaderd door de media.

2.3.2 Onderzoek in Nederland

In dit hoofdstuk staan de belangrijkste bevindingen van twee studies die uitgevoerd zijn in Nederland naar de representatie van vrouwen in Nederlandse media. Atria onderzoekt televisie en krant en een andere Nederlandse groep onderzoekers richt zich op Nederlandse non-fictieprogramma's.

Hoofdstuk 2

Theoretisch kader: het belang van diversiteit

Allereerst een onderzoek van Atria, dit is het kennisinstituut voor Emancipatie en Vrouwengeschiedenis in Nederland. Deze organisatie bracht in 2017 een onderzoek uit over representatie van vrouwen in de media (Atria, 2017). Het onderzoek bevat een analyse van informerende en nieuws-gerelateerde media, over een periode van 5 jaar (2010 – 2015). Het onderzoek dat Atria heeft uitgevoerd richt zich op televisie en krant. Volgens Atria (2017: 3) is het zo dat hoe specifiek de functie is, hoe minder vaak vrouwen in beeld komen. De 'functies' die Atria noemt zijn: vertegenwoordiger van publieke opinie, persoonlijke ervaring, ooggetuige, woordvoerder en expert. Vrouwen zijn dus vaker te vinden in een rol als vertegenwoordiger van publieke opinie, dan in een functie als expert. Mannen zijn vooral oververtegenwoordigd bij 'woordvoerders' en 'experts', bij 'experts' is zelfs maar 12% van de personen in beeld een vrouw. Bij woordvoerders zijn 15% van de afgebeelde personen vrouwelijk (Atria, 2017: 3). Bij het uitgevoerde onderzoek in het Verenigd Koninkrijk dat hiervoor is besproken, kwam hetzelfde resultaat naar voren. Ook in het Verenigd Koninkrijk zijn vrouwen weinig te zien in een rol als expert.

In 2014 voerde een groep Nederlandse onderzoekers een vergelijkbaar onderzoek uit, deze onderzoekers beschrijven hoe vrouwen en mannen worden gepresenteerd in Nederlandse non-fictieprogramma's. Met non-fictie programma's bedoelen de onderzoekers bijvoorbeeld nieuws, actualiteitenprogramma's en spelletjesprogramma's (Segijn, et al., 2014).

In dit onderzoek concluderen ze dat er ook in Nederlandse non-fictieprogramma's meer mannen te zien zijn, 67,3% is mannelijk (Segijn, et al., 2014: 312). Daarnaast worden er, net als bij vorige onderzoeken, verschillen gevonden in de deskundigheid waarmee vrouwen en mannen worden geportretteerd. Een opvallend verschil is daarbij dat mannen veel vaker als deskundige in beeld worden gebracht. In 52,5% van de gevallen is dit een man en slechts 23,6% van de gevallen is dit een vrouw (Segijn, et al., 2014: 313-314). Ook worden vrouwen een stuk vaker als gewone burger in beeld gebracht dan mannen. Bij mannen is dit 26,3% en bij vrouwen is dit 46,9%. Hiermee tonen de onderzoekers aan dat wanneer vrouwen in beeld zijn, dit vaak in een andere rol is dan mannen (Segijn, et al., 2014: 313-314). Dit toont het onderzoek van de Britse onderzoekers ook aan.

Ook in het onderzoek van Atria komt dit naar voren (2017: 7). Mannen komen veel vaker als bron van het nieuws aan bod (als politicus, expert of woordvoerder van organisatie), 78% van de keren is dit een man en maar 22% van de keren is een vrouw de bron van het nieuws. Ook zitten er in verschillende Nederlandse talkshows (De Wereld Draait Door, Jinek, Pauw, RTL Late Night) veel minder vrouwen aan tafel dan mannen (2017: 7-8). Bij De Wereld Draait Door is van de tafelgasten maar 18% een vrouw, RTL Late Night scoort hier nog het beste met van de tafelgasten, 32% vrouw (2017: 8). Kennisinstituut Atria concludeert ook nog dat er sprake is van een ongelijke man-vrouwverhouding bij de Nederlandse Publieke Omroep (2017: 5). Ondanks dat de NPO streeft naar een gelijke verhouding is dat volgens Atria niet het geval. Op NPO 1 was 28% een vrouw, op NPO 2 lag dit aantal iets hoger (36%) en op NPO 3 nog iets hoger (42%). De zenders die het beste scoren zijn niet van de NPO, bij RTL5 is 48% vrouwelijk en bij SBS6 is dit 47% (Atria, 2017: 5).

Segijn, Bartholomé, Pennekamp & Timmers (2014: 314-315) concluderen tot slot nog dat mannen vaker te zien zijn in hoogopgeleide en middelbaar opgeleide functies dan vrouwen. Mannen zijn 32,7% te zien in hoogopgeleide functies en 9,9% in middelbaar opgeleide functies. Daar tegenover staat dat vrouwen maar 16,4% te zien zijn in een hoogopgeleide functie en maar 6,1% in een middelbaar opgeleide functie (Segijn, et al., 2014: 314).

Kortom, ook hier zien we dat vrouwen niet alleen minder in beeld zijn, maar wederom in andere rollen dan mannen. Dit zagen we eerder in dit theoriehoofdstuk ook al bij buitenlands onderzoek. Hier concluderen onderzoekers dat vrouwen vaker te zien zijn in een rol als vertegenwoordiger van publieke opinie of als gewone burger, terwijl mannen als experts worden neergezet. Daarnaast wordt duidelijk dat er in Nederlandse talkshows vaker mannen dan vrouwen aan tafel zitten. Bovendien zijn mannen nog vaker in hoogopgeleide functies te zien.

2.4 Verdeling vrouwelijke en mannelijke wetenschappers

Zoals al eerder beschreven in dit hoofdstuk, wordt onderzocht hoe representatief nieuwsmedia zijn, dus in hoeverre het beeld dat in de media wordt weergegeven klopt met de werkelijkheid in Nederland. Klopt het aantal getoonde wetenschappelijke vrouwen ook met het werkelijke aantal vrouwelijke wetenschappers in Nederland?

Hoofdstuk 2

Theoretisch kader: het belang van diversiteit

Om daar een goed antwoord op te kunnen geven is het van belang om te weten hoe veel wetenschappelijke vrouwen er in Nederland zijn. Pas dan kan een vergelijking worden gemaakt en een antwoord worden gegeven of nieuwsmedia representatief zijn. Hier volgt daarom een overzicht van de verhouding tussen vrouwelijke en mannelijke wetenschappers in Nederland. De gegevens zijn verzameld uit de jaarlijkse monitor van het Landelijk Netwerk Vrouwelijke Hoogleraren.

Volgens het LNVH is eind 2018 het gemiddelde percentage vrouwelijke hoogleraren aan universiteiten in Nederland 23,1%. Dat is een stijging van 2,2 procentpunt ten opzichte van het jaar daarvoor, toen bedroeg het gemiddelde percentage 20,9. Deze toename van het percentage vrouwelijke hoogleraren is de hoogste sinds de start van het verzamelen van de universitaire personeelsdata in Wetenschappelijk Onderwijs Personeel Informatie (WOPI) in 1998 (LNVH, 2019: 6). Het totale aantal hoogleraren in personen in 2018 (werkzaam aan Nederlandse universiteiten) is 3350. Hiervan zijn er volgens het LNVH 2605 man en 745 vrouw. Het totale percentage van vrouwelijke hoogleraren komt daarmee neer op 22,2% (LNVH, 2019: 8). In 2018 kwamen er volgens het LNVH 125 hoogleraren bij, waarvan 94 vrouwelijk en 31 mannelijk. Dat betekent in percentage 75,2% aan vrouwelijke toename (LNVH, 2019: 8). Op bijna alle Nederlandse universiteiten is het aandeel vrouwelijke hoogleraren gestegen. Alleen bij Wageningen University is het percentage licht gedaald. De universiteit in Nederland met de meeste vrouwelijke hoogleraren is de Open Universiteit (34,7%). De Erasmus Universiteit eindigt onderaan met 14,5% vrouwelijke hoogleraren.

Ondanks dat het aantal vrouwelijke hoogleraren aan Nederlandse universiteiten stijgt is er volgens het LNVH nog altijd een verschil per functiecategorie, hoe hoger de functiecategorie, hoe lager het aandeel van vrouwen. De functiecategorieën die LNVH onderscheidt zijn: studenten, geslaagden, promovendi, universitair docent, universitair hoofddocent en hoogleraar (LNVH, 2019: 9). Nederland telt 53,9% vrouwelijke geslaagden, 43% promovendi die vrouwelijk zijn en 41,8% vrouwelijke universitaire docenten. Deze percentages liggen nog redelijk dicht bij elkaar, maar hierna daalt het. Volgens het LNVH is maar 28,4% vrouwelijke universitaire hoofddocent en 23,1% is vrouwelijke hoogleraar. Ter vergelijking, 71,6% van de universitaire hoofddocenten is dus mannelijk en van de hoogleraren is 76,9% mannelijk (LNVH, 2019: 9). Toch is er volgens het LNVH sprake van een groei, vorig jaar was van de hoogleraren namelijk nog maar 20,9% vrouwelijk, een groei van 2,2%. Het Landelijke Netwerk Vrouwelijke Hoogleraren noemt dit zelfs: 'de grootste groei die 1 jaar ooit kent' (LNVH, 2019: 9).

Het LNVH onderzoekt ook de verhoudingen bij de umc's in Nederland. Hier is het percentage vrouwelijke hoogleraren hoger dan dat aan de universiteiten, namelijk 24,9%. Bij bijna alle Nederlandse umc's is een stijging te zien in het percentage vrouwelijke hoogleraren, het VUmc gaat aan kop met 29,7% vrouwelijke hoogleraren (LNVH, 2019: 29).

Kortom, het aantal vrouwelijke hoogleraren aan universiteiten stijgt, maar ondanks dat is er nog steeds sprake van een scheve verhouding. Er zijn in Nederland veel meer mannelijke dan vrouwelijke hoogleraren en dat geldt ook voor andere functiecategorieën. Opvallend is dat het aantal vrouwelijke geslaagden wel hoger is dan het aantal mannelijke geslaagden. Ondanks dat zijn er toch minder vrouwelijke wetenschappers werkzaam aan universiteiten.

2.5 Samenvattend

In dit hoofdstuk zijn wetenschappelijke theorieën en concepten behandeld die relevant zijn voor het onderzoek. In deze paragraaf volgt nog een korte samenvatting.

Allereerst de definities, in deze scriptie zijn drie begrippen belangrijk, namelijk: wetenschapper, representativiteit en online berichtgeving. Gehanteerde definities voor deze begrippen zijn terug te vinden in paragraaf 2.1.

Vervolgens zijn in hoofdstuk 2.2. theorieën behandeld die gaan over het belang van diversiteit in de media. Binnen het vraagstuk van diversiteit is open en reflectieve diversiteit belangrijk. Open diversiteit is een correctie op reflectieve diversiteit, het zorgt ervoor dat minderheidsvoorkeuren verhoudingsgewijs meer aan bod komen in de media ten opzichte van reflectieve diversiteit. En dat is belangrijk, benoemen verschillende onderzoekers.

Hoofdstuk 2

Theoretisch kader: het belang van diversiteit

Diversiteit en gendergelijkheid zorgen voor innovatie, het stimuleren van creativiteit en de productiviteit wordt verhoogd. Bovendien dragen genderdiverse onderzoeksteams bij aan wetenschappelijke vooruitgang, door de kloof tussen vrouw en man te verkleinen. Daarnaast is het ook in de media belangrijk om een genderdivers en representatief beeld te presenteren. Het is de taak van de media om hun publiek te voorzien van een divers en veelzijdig perspectief. Dingen zoals stereotypen passen daar niet bij en zullen niet bijdragen aan het verminderen van bestaande verschillen tussen vrouwen en mannen. Bovendien tonen onderzoekers aan dat blootstelling aan stereotypen in reclames, het zelfvertrouwen voor solliciteren naar wetenschappelijke banen bij vrouwen kan verminderen.

In hoofdstuk 2.3 kwamen relevante onderzoeken aan bod, over rollen van vrouwen en mannen in de media, onderzoek uit Nederland en uit het buitenland. Onderzoeken uit het buitenland toonden aan dat de rollen van vrouwen en mannen in de media nog al verschillen. Mannen zijn vaker te zien in een rol als expert, terwijl vrouwen bijvoorbeeld vaker te zien zijn in een rol als 'populaire mening' of in een stereotypische rol. Mannen zijn daarnaast ook vaker het hoofdonderwerp van een artikel dan vrouwen. Ook bij het afbeelden van vrouwen en mannen zijn er verschillen, vrouwen zien we volgens onderzoekers nog steeds veel in advertenties. Tot slot blijkt ook dat mannen vaker bron van het nieuws zijn dan vrouwen en dat mannen vaker aan het woord zijn in berichtgeving. Mannen worden dan ook vaker benaderd door de media. Hetzelfde resultaat komt naar voren uit uitgevoerde onderzoeken in Nederland. Vrouwen zijn niet alleen minder in beeld, ze worden vaak ook in andere rollen gepresenteerd dan mannen. Ook hier concluderen onderzoekers dat vrouwen vaker te zien zijn in een rol als vertegenwoordiger van publieke opinie of als gewone burger, terwijl mannen als experts worden neergezet.

Tot slot volgde in hoofdstuk 2.4 een overzicht van de verdeling vrouwelijke en mannelijke wetenschappers in Nederland. Hier viel op dat het aantal vrouwelijke hoogleraren aan universiteiten stijgt. Ondanks dat is er sprake van een scheve verhouding. In Nederland zijn er veel meer mannelijke dan vrouwelijke hoogleraren en dat geldt ook voor andere functiecategorieën. Opvallend is dat het aantal vrouwelijke geslaagden wel hoger is dan het aantal mannelijke geslaagden, ondanks dat zijn er toch minder vrouwelijke wetenschappers werkzaam aan universiteiten.

Hoofdstuk 3

De methode: kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse

In dit onderzoek is kwantitatief en kwalitatief onderzoek verricht om antwoord te geven op de hoofdvraag, namelijk hoe representatief de rol van vrouwelijke wetenschappers in online berichtgeving is. In dit hoofdstuk wordt ingegaan op deze onderzoeksmethode (per deelvraag) en de betrouwbaarheid van het onderzoek.

3.1 Onderzoeksmethoden per deelvraag

Hieronder volgen de deelvragen en daarbij een beschrijving van de gebruikte onderzoeksmethode per deelvraag, zie ook tabel 1 op pagina 17.

Deelvraag 1: Wat is verhouding tussen vrouwen en mannen die aan het woord zijn in online berichtgeving van de grootste Nederlandse nieuwsmedia?

Om een goed beeld te krijgen van de genderverdeling in de media is het belang deze verhouding te onderzoeken. Het is hierbij de vraag of de verhouding tussen vrouwen en mannen die aan het woord zijn in online berichtgeving gelijk is. Met 'aan het woord zijn' wordt in deze scriptie bedoeld dat er iemand wordt geciteerd in het nieuwsartikel. Wie aan het woord is wordt onderzocht door middel van een kwantitatieve inhoudsanalyse, dit is een methode die zich richt op de inhoud van (nieuws)media (Van Hout & Koetsenruijter, 2014: 160). De geanalyseerde content is verzameld via websites van de drie grootste nieuwsmedia: NOS, NU.nl & Algemeen Dagblad (AD).

Deelvraag 2: Hoe worden vrouwen en mannen in beeld gebracht in online berichtgeving van de grootste Nederlandse nieuwsmedia?

Om goed beeld te krijgen van de genderverdeling in de media, is het niet alleen van belang om te onderzoeken of de verhouding gelijk is tussen vrouwen of mannen die aan het woord zijn, maar ook hoe de verhouding is tussen vrouwen en mannen die in beeld zijn. Met 'in beeld zijn' wordt in deze scriptie bedoeld, of op de getoonde headerafbeelding bij een nieuwsartikel een man of vrouw zichtbaar is. Wie er in beeld is, wordt ook onderzocht door middel van kwantitatieve inhoudsanalyse. Daarnaast wordt dit ook onderzocht door middel van exploratieve kwalitatieve inhoudsanalyse, waarbij gezocht werd naar opvallende zaken, patronen en overeenkomsten. Mitchell & McKinnon (2019) voerden vergelijkbaar onderzoek uit, zij letten bij de kwalitatieve inhoudsanalyse op bijvoorbeeld kleding en de setting waarin personen zich bevinden. Hier wordt ook tijdens deze analyse op gelet. De geanalyseerde content is verzameld via websites van de drie grootste nieuwsmedia: NOS, NU.nl & AD.

Deelvraag 3: Hoe worden vrouwen opgevoerd (in welke rollen) in online berichtgeving van de grootste Nederlandse nieuwsmedia?

In het theoriehoofdstuk zien we dat de rol waarin vrouwen worden opgevoerd nogal eens kan verschillen. Segijn (2014: 314) geeft hiervoor een aantal categorieën: gewone burger, prominent persoon, ervaringsdeskundige, deskundige of onbekend/anders. Voor deze scriptie zijn daar nog een aantal categorieën aan toegevoegd: politiek persoon, woordvoerder van een organisatie, eigenaar/initiatiefnemer/bestuurder van een organisatie en journalist. In deze scriptie wordt door middel van kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse onderzocht in welke rollen vrouwen worden opgevoerd in online berichtgeving. Daarnaast wordt in deze scriptie ook onderzocht hoe vaak vrouwen en mannen met een wetenschappelijke achtergrond aan het woord komen. Dit is onderzocht door per persoon te onderzoeken of zij een wetenschappelijke achtergrond hebben. Bijvoorbeeld door te kijken of het desbetreffende persoon LinkedIn heeft en hier een wetenschappelijke achtergrond is vermeld, of een curriculum vitae waarin dit wordt vermeld. Door middel van exploratieve kwalitatieve inhoudsanalyse is gezocht naar opvallende zaken, patronen of overeenkomsten in de data die is verzameld bij de kwantitatieve inhoudsanalyse. Zoals eerder vermeld, voerden Mitchell & McKinnon (2019) vergelijkbaar onderzoek uit, waarbij zij ook letten op het vermelden van titels (prof./drs./etc) bij personen, hier wordt ook bij deze kwalitatieve inhoudsanalyse op gelet. De geanalyseerde content is verzameld via websites van de drie grootste nieuwsmedia: NOS, NU.nl & AD.

3.1.1 Dataomschrijving

Allereerst is onderzocht welke nieuwsmedia online het grootste bereik hebben. Deze gegevens zijn verzameld via een onderzoek van het Stimuleringsfonds voor de journalistiek uit 2018.

Hoofdstuk 3

De methode: kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse

	Kwalitatief of kwantitatief	Deskresearch of fieldresearch	Gebruikt onderzoeksmethode
1. Wat is verhouding tussen vrouwen en mannen die aan het woord zijn in online berichtgeving van de grootste Nederlandse nieuwsmedia?	Kwantitatief	Deskresearch	Inhoudsanalyse
2. Hoe worden vrouwen en mannen in beeld gebracht in online berichtgeving van de grootste Nederlandse nieuwsmedia?	Kwantitatief en kwalitatief	Deskresearch	Inhoudsanalyse
3. Hoe worden vrouwen opgevoerd (in welke rollen) in online berichtgeving van de grootste Nederlandse nieuwsmedia?	Kwantitatief en kwalitatief	Deskresearch	Inhoudsanalyse

Tabel 1: onderzoeksmethode per deelvraag

Voor het verzamelen van informatie over het aantal vrouwelijke wetenschappers in Nederland is een monitor van het Landelijke Netwerk Vrouwelijke Hoogleraren van 2019 geraadpleegd (zie voor de resultaten hiervan het theoriehoofdstuk).

Ook bestond het onderzoek uit het uitvoeren van een kwalitatieve en kwantitatieve inhoudsanalyse. Voor de inhoudsanalyse zijn vooraf criteria opgesteld waar de online berichtgeving op beoordeeld werd. Deze categorieën hebben betrekking op de rol waarin de vrouw in online berichtgeving naar voren komt. Dit zijn de categorieën uit het onderzoek van Segijn, zoals in het theoriehoofdstuk beschreven (Segijn, 2014: 314). Deze categorieën zijn aangevuld naar aanleiding van een proefronde met het coderen. Naar deze vrouwelijke rol in online berichtgeving wordt gekeken door middel van kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse. Daarnaast is door middel van een inhoudsanalyse onderzocht of vrouwen in online berichtgeving, in een wetenschappelijke rol of met een wetenschappelijke achtergrond verschijnen. Hiervoor zijn ook criteria opgesteld om een juiste beoordeling te kunnen maken.

Het geanalyseerde materiaal is verzameld via de websites van de drie grootste Nederlandse nieuwsmedia (de drie met het grootste bereik online). Een voorwaarde waar de berichten aan moesten voldoen om mee te kunnen in de analyse is dat het nieuws moet zijn. Een review van een product, of een podcast telt daarbij niet mee als nieuws. Ook zijn liveblogs in de analyse niet meegenomen, nieuwsartikelen over een onderwerp van de liveblog wel. Voor de analyse van de online berichtgeving is gekozen voor berichten die bestaan uit tekst, foto of beide. Video's zijn niet meegenomen in de analyse, dit is vanwege het praktische argument dat dit teveel tijd inneemt.

De categorieën voor rollen waarin vrouwen verschijnen staan in hoofdstuk 3.4. Criteria voor een vrouwelijke wetenschapper staan ook in hoofdstuk 3.4. Het codeboek dat is gebruikt voor de inhoudsanalyse is te vinden in bijlage 1.

3.2 Corpus

Het corpus voor de inhoudsanalyse bestaat uit online berichtgeving van NOS, NU.nl & AD. Dit zijn online de grootste nieuwsmedia, met grootste nieuwsmedia wordt in deze scriptie de nieuwsmedia met het grootste bereik online bedoeld. Onderzoek van het Stimuleringsfonds van de journalistiek toont aan dat dat NOS, NU.nl & AD zijn. NOS heeft een bereik van 6,7 miljoen bezoekers per maand, bij NU.nl zijn dit iets meer dan 7 miljoen bezoekers en bij het AD 6,2 miljoen bezoekers (Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, 2018).

Hoofdstuk 3

De methode: kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse

De 674 nieuwsartikelen zijn verzameld via de websites door middel van de zogeheten samengestelde week. Koetsenruijter & Van Hout (2014: 165) raden deze methode aan wanneer de inhoud van kranten en dergelijke wordt geanalyseerd. Voor de analyse wordt dan de maandag van de ene nieuwsweek gepakt, dinsdag van een andere nieuwsweek enzovoorts. Zo wordt voorkomen dat een bepaalde gebeurtenis het nieuws domineert (Koetsenruijter & Van Hout, 2014: 165). De periode waarin naar nieuwartikelen is gezocht is van 30 juni t/m 31 december 2019.

3.2.1 De afgebakende periode

In totaal zijn er 674 nieuwsartikelen gevonden in de samengestelde onderzoekswEEK. De nieuwsweek bestaat uit de volgende dagen: maandag 8 juli, dinsdag 6 augustus, woensdag 20 november, donderdag 24 oktober, vrijdag 13 september, zaterdag 20 juli en zondag 15 december 2019. De dagen van de kwantitatieve inhoudsanalyse zijn willekeurig gekozen. De berichten van de kwalitatieve inhoudsanalyse zijn geselecteerd op uitingen waarin een vrouw(elijke wetenschapper) te zien was.

3.3 Betrouwbaarheid van het onderzoek

In dit hoofdstuk wordt de betrouwbaarheid van deze scriptie besproken. Volgens Van der Kaap (2011: 77) is een van de kenmerken van wetenschappelijk onderzoek, dat de uitkomsten los staan van de eigen mening van de onderzoeker. Daarom moet een onderzoeker controleerbaar zijn.

Een onderzoek wordt controleerbaar door alle stappen van je onderzoek te beschrijven, deze stappen zijn dan ook beschreven in dit hoofdstuk. Aan bod komt: objectiviteit & herhaalbaarheid, betrouwbaarheid, generaliseerbaarheid, validiteit en intercodeursbetrouwbaarheid.

3.3.1 Objectiviteit & herhaalbaarheid

Volgens Van der Kaap (2011: 78) is één van de criteria voor betrouwbaarheid dat het herhaalbaar is. Dat houdt in dat als een andere onderzoeker het onderzoek opnieuw uitvoert, dezelfde resultaten boven tafel komen. Daarnaast moet onderzoek objectief zijn en los staan van opvattingen van de onderzoeker zelf.

In dit onderzoek is gestreefd naar objectiviteit door aannames en eigen meningen buiten beschouwing te laten tijdens het uitvoeren van het onderzoek. Om dit mogelijk te maken zijn heldere categorieën opgesteld voor de inhoudsanalyse, deze zijn gecontroleerd door de scriptiebegeleider en studiegenoten. Hiermee wordt voorkomen dat er toevallige of systematische fouten in het onderzoek zitten. Daarnaast zijn categorieën opgesteld aan de hand van het theoretisch kader en overgenomen uit eerder wetenschappelijk onderzoek (Segijn, 2014). Deze categorieën zijn ook getest tijdens een proefronde coderen. De opgestelde categorieën worden later in dit hoofdstuk besproken.

3.3.2 Betrouwbaarheid

Volgens Van der Kaap (2011: 78) kan je betrouwbaarheid omschrijven als de mate waarin het onderzoek vrij is van toevallige fouten. Om de betrouwbaarheid te vergroten is met verschillende dingen rekening gehouden, waaronder met een betrouwbaar meetinstrument.

Het meetinstrument

› Deskresearch

In de deskresearch is gebruik gemaakt van zoveel mogelijk recente en relevante bronnen en wetenschappelijke literatuur. Door hiervoor te kiezen wordt voorkomen dat er literatuur, gegevens of aantallen zijn veranderd en er hierdoor fouten in het onderzoek zitten.

› Inhoudsanalyse

Voor de inhoudsanalyse is gekozen voor een samengestelde week, hierbij wordt voorkomen dat grote nieuwsgebeurtenissen het onderzoek beïnvloeden. Daarnaast is gewerkt met een codeboek. Het gebruikte codeboek is te vinden in bijlage 1. Bij het coderen zijn categorieën gebruikt die voortkomen uit eerder wetenschappelijk onderzoek (Segijn, 2014).

Hoofdstuk 3

De methode: kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse

Daarnaast zijn duidelijke criteria opgesteld voor het begrip wetenschapper, om hiermee verwarring tijdens het coderen te voorkomen. Deze criteria zijn ook getest tijdens een steekproef en nogmaals tijdens een steekproef met een tweede codeur.

3.3.3 Generaliseerbaarheid

Onderzoeker Van der Kaap (2011: 79) schrijft dat een onderzoek generaliseerbaar is als de gevonden resultaten niet alleen gelden voor een specifieke groep die je onderzocht hebt. Je resultaten gelden dus voor een grotere groep. Met de kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse naar de online berichtgeving van de drie grootste Nederlandse nieuwsmedia kunnen geen uitspraken worden gedaan over representativiteit van alle nieuwsmedia in Nederland. Wel kunnen hiermee uitspraken worden gedaan over representativiteit van de onderzochte nieuwsmedia. Vermoedelijk geeft de verzamelde data wel een goede indicatie van hoe het bij andere nieuwsmedia kan zijn.

3.3.4 Validiteit

Validiteit gaat om de mate waarin er systematische fouten in het onderzoek zitten. Een onderzoek is valide als het onderzoek de gegevens heeft opgeleverd die de onderzoekers wilde verzamelen (Van der Kaap, 2011: 80). Of zoals Van Hout & Koetsenruijter schrijven (2014: 110) of je wel meet wat je wil meten.

Om de begripsvaliditeit te waarborgen zijn de begrippen uit deelvragen en uit de hoofdvraag meetbaar gemaakt door deze te operationaliseren. Hiermee worden de begrippen zorgvuldig geformuleerd en uitgelegd. Dit is terug te vinden in het theoriehoofdstuk, hoofdstuk 2.1. Ook is het codeboek voor de inhoudsanalyse voorgelegd aan de scriptiebegeleider en aan studiegenoten, dit ter controle dat tijdens het onderzoek gemeten werd wat gemeten moest worden en het onderzoek voldoende valide is. Na goedkeuring van zowel de scriptiebegeleider als studiegenoten is pas gestart met het uitvoeren van het onderzoek.

Daarnaast is om er zeker van te zijn dat het onderzoek de gewenste resultaten oplevert, een steekproef uitgevoerd. Bovendien kan de steekproef nieuwe categorieën opleveren, die in het onderzoek van Segijn (2014), et al., niet naar voren kwamen. Aan de hand van de uitgevoerde steekproef is besloten onderzoek te doen naar de online berichtgeving van de drie grootste nieuwsmedia, in plaats van onderzoek doen naar online content op de Instagrampagina's van de drie grootste nieuwsmedia. De uitgevoerde steekproef toonde aan dat de Instagrampagina's onvoldoende materiaal opleveren, hierdoor kunnen er geen goede conclusies worden getrokken.

3.3.5 Intercodeursbetrouwbaarheid

In dit onderzoek is er met een tweede codeur gewerkt, wat de betrouwbaarheid van het onderzoek vergroot. De intercodeursbetrouwbaarheid meet de consistentie tussen twee verschillende codeurs. Een veel gebruikte methode hiervoor is Cohen's Kappa, dit is een maat voor overeenkomst in scores van twee nominale variabelen.

Per onderdeel in het codeboek is de Cohen's Kappa vastgesteld. Voor onderdeel D (vrouw of man in beeld) was Cohen's Kappa 1. Er werd 100% overeenkomst bereikt met de tweede codeur. Voor de andere categorieën was dit niet het geval. Bij onderdeel E. (vrouw of man aan het woord) was de score als volgt: 0,92. Bij onderdeel G. (rol van de persoon die aan het woord is) was Cohen's Kappa ook voldoende, de score is als volgt: 0,73. Bij onderdeel F (is de persoon aan het woord een wetenschapper) zag de score er als volgt uit: 0,60. Onderdeel F scoort daarmee nog onvoldoende en daarom is voor dit onderdeel de uitleg in het codeboek daarom verder uitgebreid en aangevuld.

3.4 Gebruikte categorieën en criteria

Voor de kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse zijn verschillende categorieën en criteria opgesteld om goed onderzoek te kunnen doen. Allereerst zijn er categorieën opgesteld voor de rol waarin een vrouw wordt gepresenteerd in online berichtgeving, deze categorieën komen uit wetenschappelijk onderzoek (Segijn, et al., 2014). Daarnaast zijn er criteria opgesteld waar een vrouw aan moet voldoen voordat deze als 'wetenschappelijk' kan worden beoordeeld. Deze criteria zijn opgesteld om verwarring te voorkomen tijdens het coderen en analyseren van de uitingen.

Hoofdstuk 3

De methode: kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse

3.4.1 Rollen waarin personen voorkomen

Door middel van inhoudsanalyse wordt onderzocht in welke rollen vrouwen en mannen aan het woord zijn in online berichtgeving van de grootste Nederlandse nieuwsmedia. Voor deze rollen zijn aan de hand van eerder onderzoek (Segijn, 2014: 313 - 314) en na een uitgevoerde steekproef een aantal categorieën opgesteld. De opgestelde categorieën van rollen waarin personen aan het woord in online berichtgeving voorkomen:

Categorie	Uitleg
0. Gewone burger	Aan het woord als toevallige voorbijganger. Dit kan bijvoorbeeld iemand zijn die op straat naar zijn mening wordt gevraagd. Of iemand die ergens zijn mening over geeft. Zoals een moeder die haar mening geeft over zwarte piet.
1. Prominent persoon	Aan het woord op basis van aanzien. Bijvoorbeeld een bekend persoon zoals een bekende acteur/sporter/zanger.
2. Ervaringsdeskundige	Aan het woord op basis van een beleefde ervaring. Bijvoorbeeld een persoon die aanwezig was bij een ongeval en hier verslag van doet. Of een persoon die een ervaring heeft met een bepaald product en daar verslag over doet.
3. Deskundige	Aan het woord in verband met expertise op bepaald gebied. Zoals bijvoorbeeld een tandarts, viroloog of archeoloog.
4. Politiek persoon	Aan het woord op basis van politieke functie, bijvoorbeeld president Mark Rutte of partijleider Jesse Klaver. Kan ook een burgemeester of wethouder zijn.
5. Woordvoerder van een organisatie	Aan het woord op basis van deze positie. Bijvoorbeeld woordvoerder voor Philips of woordvoerder voor een kenniscentrum of voor de politie.
6. Eigenaar/initiatiefnemer/bestuurder van organisatie	Aan het woord op basis van deze positie. Bijvoorbeeld eigenaar voor een onderneming op Instagram.
7. Journalist	Aan het woord op basis van journalistieke kennis of invalshoek.
8. Onbekend	Rol van persoon aan het woord is onbekend.
9. Anders dan bovengenoemd	Rol van de persoon is anders dan bovengenoemde rollen.
10. N.v.t.	Er is geen persoon aan het woord in het nieuwsitem.

Tabel 2: categorieën van rollen waarin personen aan het woord komen in online berichtgeving

3.4.2 Wetenschappelijk criteria

In deze scriptie is door middel van inhoudsanalyse ook onderzocht of vrouwen, wanneer ze aan het woord zijn, wetenschappelijk zijn. Om te kunnen beoordelen zijn voor deze categorie twee criteria opgesteld, wanneer minimaal één van de criteria beantwoord kan worden met ja, dan is er een wetenschappelijke vrouw aan het woord.

De criteria:

- Is deze persoon afgestudeerd aan een universiteit?
- Doet deze persoon nu wetenschappelijk werk, zoals docent aan een universiteit of als onderzoeker bij een wetenschappelijk instituut?

In de 674 gevonden berichten worden al deze criteria beoordeeld.

Hoofdstuk 4

De resultaten van de kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse

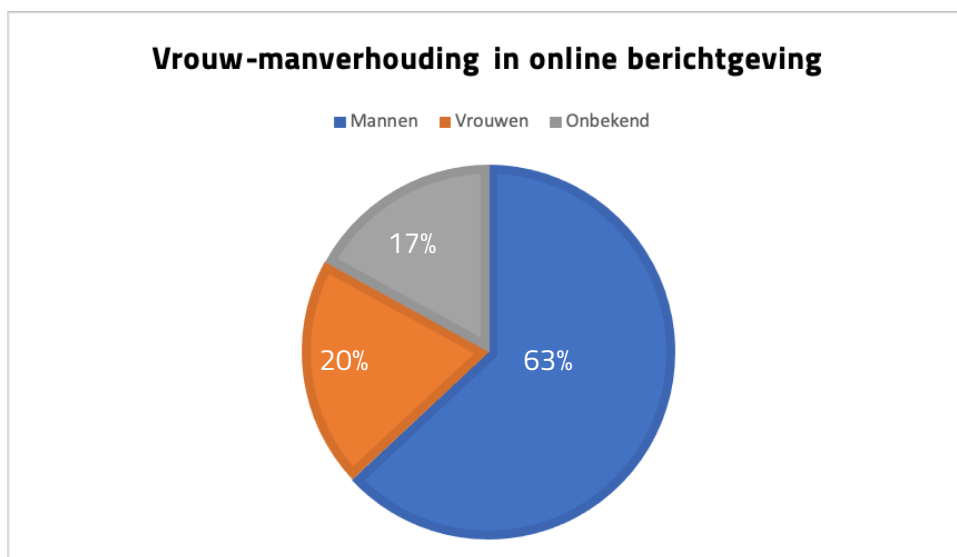
In dit hoofdstuk staan de resultaten van de inhoudsanalyse centraal. In dit hoofdstuk worden eerst de resultaten van de kwantitatieve inhoudsanalyse besproken en vervolgens de resultaten van kwalitatieve inhoudsanalyse. Het bespreken van de resultaten van de kwantitatieve inhoudsanalyse gebeurt per deelvraag.

4.1 De resultaten van de kwantitatieve inhoudsanalyse

In dit hoofdstuk komen de resultaten van de kwantitatieve inhoudsanalyse aan bod. Later in dit hoofdstuk worden de resultaten besproken van de kwalitatieve inhoudsanalyse. In totaal zijn er bij de kwantitatieve inhoudsanalyse door middel van de samengestelde week 674 nieuwsartikelen gevonden. In deze 674 nieuwsartikelen, was in 185 artikelen niemand aan het woord, waardoor er 489 artikelen over blijven. In sommige artikelen waren er meerdere personen aan het woord, waardoor er in totaal in 489 artikelen, 526 rollen zijn gevonden. In 73% van de gevonden nieuwsartikelen was dus een persoon aan het woord, zie ook grafiek 1 in bijlage 2.

4.1.1 De man-vrouwverhouding in online berichtgeving van Nederlandse nieuwsmedia

Zoals eerder ook beschreven werd zijn er in totaal 526 rollen gevonden in de geanalyseerde content. Van deze gevonden rollen werd 63% gevuld door mannen, 20% door vrouwen en bij 17% was het onbekend of er een man of een vrouw aan het woord was. Dit is bijvoorbeeld wanneer nieuwsmedia schrijven dat 'een woordvoerder' aan het woord was. In dit geval is het niet te achterhalen of dit een man of vrouw is. Zie ook grafiek 1 op deze pagina.



Grafiek 1: vrouw-manverhouding in online berichtgeving, n = 526

4.1.2 Vrouwen en mannen in beeld in online berichtgeving van Nederlandse nieuwsmedia

In totaal zijn er bij de inhoudsanalyse 674 nieuwsartikelen gevonden. Bij deze nieuwsartikelen was van de personen in beeld 38% mannelijk, bij 24% van de berichten was er geen persoon in beeld, bij 22% van de berichten waren er vrouwen en mannen in beeld, bij 13% van de berichten waren er vrouwen in beeld en bij 3% was het onbekend of onduidelijk of de persoon in beeld een man of vrouw was. Wanneer dit onbekend of duidelijk was, was er bijvoorbeeld wel een persoon in beeld, maar deze had dan bijvoorbeeld een kostuum aan. Daardoor was het niet goed te beoordelen of dit een man of een vrouw was. Zie hiervoor grafiek 2 in bijlage 2.

4.1.3 Vrouwen en mannen met een wetenschappelijke achtergrond aan het woord in online berichtgeving

Van het totaal aantal keren dat er een persoon aan het woord was, was dit in 59% van de gevallen geen persoon met een wetenschappelijke achtergrond. Bij 30% was dit wel een persoon met een wetenschappelijke achtergrond, bij 11% was het onduidelijk of onbekend of de persoon aan het woord een wetenschappelijke achtergrond heeft. Van deze personen aan het woord met een wetenschappelijke achtergrond, was 81% mannelijk en 19% vrouwelijk, zie ook grafiek 2 op pagina 22.

Hoofdstuk 4

De resultaten van de kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse



Grafiek 2: vrouwen en mannen aan het woord met een wetenschappelijke achtergrond, n = 434

4.1.4 Aandeel vrouwelijke en mannelijke wetenschappers van totaal

Tot slot is onderzocht hoeveel van de vrouwen en mannen, in nieuwsartikelen waarin zij aan het woord waren, een wetenschappelijke achtergrond hebben. Van de vrouwen had 27% een wetenschappelijke achtergrond, bij de nieuwsartikelen waarin mannen aan het woord waren was dit 36%. Van de vrouwen had 71% geen wetenschappelijke achtergrond, bij mannen was dit 63%. Tot slot was er ook nog een deel waarbij het onbekend was of de vrouw of man een wetenschappelijke achtergrond heeft. Voor vrouwen was dit bij 2% en bij mannen 1%. Zie hiervoor ook grafiek 3, 4 en 5 in bijlage 2.

4.1.5 Rollen van vrouwen en mannen in online berichtgeving van Nederlandse nieuwsmedia

Van de online berichtgeving waarin vrouwen en mannen aan het woord waren, is de rol waarin zij aan het woord waren onderzocht. Allereerst volgen de rollen waarin vrouwen en mannen die aan het woord zijn, het meeste voorkomen. Tot slot volgt per rol het aandeel vrouwen en mannen.

Tabel 3: rollen van vrouwen in online berichtgeving, n = 102

Rollen	Vrouwen (%)
Prominent persoon	41 (40%)
Politiek persoon	17 (16%)
Deskundige	14 (14%)
Woordvoerder van een organisatie	8 (8%)
Eigenaar/initiatiefnemer/bestuurder van een organisatie	8 (8%)
Journalist	6 (6%)
Ervaringsdeskundige	4 (4%)
Gewone burger	4 (4%)

Hoofdstuk 4

De resultaten van de kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse

Rollen	Mannen (%)
Prominent persoon	97 (29%)
Politiek persoon	66 (20%)
Eigenaar/initiatiefnemer/bestuurder van een organisatie	53 (16%)
Deskundige	37 (11%)
Woordvoerder van een organisatie	24 (7%)
Gewone burger	22 (7%)
Ervaringsdeskundige	19 (6%)
Journalist	14 (4%)

Tabel 4: rollen van mannen in online berichtgeving, n = 332

Rollen van vrouwen in online berichtgeving

In totaal waren er in de online berichtgeving 102 vrouwen aan het woord, het grootste deel daarvan, namelijk 41 vrouwen (40%) waren aan het woord in een rol als 'prominent persoon'. Ver daar achter volgt de rol als 'politiek persoon', 17 vrouwen (16%) waren in deze rol aan het woord. De minste vrouwen (4) waren aan het woord in een rol als 'ervaringsdeskundige' en in een rol als 'gewone burger' (ook 4). Zie ook tabel 3 voor de andere rollen, op pagina 22 en grafiek 6 in bijlage 2.

Rollen van mannen in online berichtgeving

In totaal waren er in de online berichtgeving 332 mannen aan het woord, het grootste deel van deze mannen (97), waren net als vrouwen aan het woord in een rol van 'prominent persoon' (29%). Daarop volgt de rol van 'politiek persoon', 66 mannen (20%) waren in deze rol aan het woord. Mannen waren het minst aan het woord in een rol als journalist, maar 14 mannen (4%). Zie ook tabel 4 op deze pagina voor de andere rollen en grafiek 7 in bijlage 2.

Percentage vrouwen en mannen per rol

Eerder in dit hoofdstuk werd zowel voor vrouwen als mannen beschreven in hoeveel procent verschillende rollen voorkwamen. Nu volgt een overzicht van het aandeel vrouwen en mannen per rol, van het totaal aan nieuwsartikelen. De rollen die behandeld worden zijn die van gewone burger, prominent persoon, ervaringsdeskundige, deskundige, politiek persoon, woordvoerder van een organisatie, eigenaar/initiatiefnemer/bestuurder van een organisatie en journalist.

Het hoogste aandeel vrouwen is te vinden bij de rollen 'prominent persoon' en 'journalist', hier is het aandeel vrouwen 30% van het totaal. Het laagste aandeel vrouwen is te vinden bij de rol van 'eigenaar/initiatiefnemer/bestuurder van een organisatie', het aandeel vrouwen is hier 13%. In alle rollen is het aandeel mannen veel groter dan vrouwen. Zie ook tabel 5 op pagina 24 voor het aandeel vrouwen en mannen van de andere rollen en grafiek 8 in bijlage 2.

Hoofdstuk 4

De resultaten van de kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse

Rollen	Vrouwen (%)	Mannen (%)
Gewone burger	15%	85%
Prominent persoon	30%	70%
Ervaringsdeskundige	17%	83%
Deskundige	27%	73%
Politiek persoon	20%	80%
Woordvoerder van een organisatie	25%	75%
Eigenaar/initiatiefnemer/bestuurder van een organisatie	13%	87%
Journalist	30%	70%

Tabel 5: rollen van vrouwen en mannen in online berichtgeving, n = 434

4.2 De resultaten van de kwalitatieve inhoudsanalyse

In dit hoofdstuk komen de resultaten van de exploratieve kwalitatieve inhoudsanalyse aan bod. Door middel van kwalitatieve inhoudsanalyse zijn patronen en overeenkomsten gevonden in de manier waarop de grootste Nederlandse nieuwsmedia vrouwelijke wetenschappers presenteren. Daarnaast zijn er ook overeenkomsten gevonden in manieren waarop vrouwen worden afgebeeld in online berichtgeving.

4.2.1 Vrouwelijke wetenschappers in online berichtgeving

In het eerste deel van dit hoofdstuk werd al duidelijk dat er weinig vrouwelijke wetenschappers aan het woord zijn in online berichtgeving, dat maakte het dat er weinig data was om te analyseren. Ondanks dat, vielen er toch een aantal dingen op tijdens de exploratieve kwalitatieve inhoudsanalyse. De volledige berichten zijn te vinden in bijlage 3.

Het eerste dat opviel was de manier van het vermelden van namen van vrouwen en mannen met een wetenschappelijke achtergrond in online berichtgeving. NOS plaatst twee berichten, beide hebben te maken met de zorg. In het eerste bericht komen vrouwen aan het woord en in het tweede bericht een man. Al deze personen zijn werkzaam in de zorg en hebben zij hebben allemaal een wetenschappelijke achtergrond. Toch is er een verschillende manier van vermelden, NOS vermeldt de vrouwen eerst als volgt 'Lisette Carovigno en Wendy de Groof werken beiden als verpleegkundige op de hartafdeling' en later vermelden ze de vrouwen als 'verpleegkundigen'. Bij de man staat de volgende tekst 'Peter Meyer. Hij is anesthesioloog en medisch hoofd van het operatiecentrum, in de rest van het artikel wordt Meyer bij zijn achternaam genoemd in het artikel (NOS, 2019^a en NOS, 2019^b).

Een ander verschil in de vermelding in online berichtgeving is dat wanneer een man aan het woord is, bijvoorbeeld het volgende geschreven wordt: 'zei Peter Hein van Mulligen, CBS-hoofdeconoom' (NOS, 2019^c). Terwijl vrouwen vaak als volgt vermeld worden: 'zei ze' (NOS, 2019^d). Hoewel het een klein verschil is, viel het tijdens de exploratieve inhoudsanalyse toch op dat vrouwen vaker vermeld worden met 'dat zei ze', terwijl bij mannen dan de volledige naam of de achternaam volgt.

Daarnaast is er ook een verschil in vermelding van namen van politieke personen met een wetenschappelijke achtergrond. Wanneer vrouwelijke politieke personen aan het woord zijn wordt zowel hun voornaam als achternaam genoemd, bijvoorbeeld 'Cora van Nieuwenhuizen' (NOS, 2019^e) of 'burgemeester Femke Halsema' (NU.nl, 2019^a). Terwijl bij mannelijke politieke personen alleen de achternaam wordt genoemd, 'staatssecretaris Blokhuis' (AD, 2019^a) of 'minister Slob (NOS, 2019^f).

Hoofdstuk 4

De resultaten van de kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse

Naast het verschil in vermelding viel bij deze berichten over politieke personen ook iets op in het beeldmateriaal. Bij het artikel van Halsema is geen foto toegevoegd van Halsema, bij Van Nieuwenhuizen is wel een foto toegevoegd, maar dit is geen foto van haar tijdens het uitvoeren van haar functie. Bij Van Blokhuis en Slob zijn daartegenover wel foto's toegevoegd van beide mannen, ook beide tijdens het uitvoeren van werkzaamheden. Zie afbeeldingen 1 en 2 op deze pagina en 3 en 4 op pagina 26.

Verschillen in het vermelden van titels (drs., prof. en dergelijke) zijn bij de exploratieve kwalitatieve inhoudsanalyse niet gevonden. Bij zowel vrouwen als mannen werden, bij de gevonden artikelen, geen titels vermeld door nieuwsmedia.

4.2.2 Vrouwen in beeld in online berichtgeving

Bij de exploratieve kwalitatieve inhoudsanalyse zijn naast overeenkomsten in het opvoeren van vrouwen, ook overeenkomsten gevonden in hoe vrouwen in beeld worden gebracht in online berichtgeving. Een overzicht van deze overeenkomsten volgt in dit hoofdstuk.

Bij het analyseren van de data viel het op dat wanneer er mannen in beeld zijn, zij vaak ook het onderwerp van het artikel waren. Dus bijvoorbeeld een artikel dat over Mark Rutte ging, met daar een foto van Mark Rutte bij. Of een artikel over brandweermannen, met daar een foto van brandweermannen bij. Bij vrouwen was dit niet altijd het geval. In sommige gevallen werd er een foto van een vrouw toegevoegd terwijl het artikel niet specifiek over vrouwen ging, of niet over de vrouw op de foto. NOS voegt bijvoorbeeld bij het artikel 'tracking-apps: onschuldige manier om kinderen te volgen of ultieme spionage?' een foto toe van een meisje, dat op de bank op haar telefoon scrollt. Bij een ander artikel van NOS 'Wel of geen Gouden Eeuw: Laten we op zoek gaan naar een nieuwe term' zien we ook een foto van vrouw, in het Rijksmuseum, kijkend naar de Nachtwacht. Tot slot 'winkeliers nemen niet-Europese webshops onder vuur' hier heeft NOS een foto toegevoegd van AliExpress met daarbij een advertentie waarin een vrouw zichtbaar is. Hoewel de onderwerpen van de foto's wel een link hebben met het artikel, hebben deze specifieke vrouwen in de foto's geen functie of link met het artikel. Zie ook afbeelding 5, 6 en 7 op pagina 26.

In de gevonden afbeeldingen waren er ook in de manier van kleden (van vrouwen en mannen) verschillen. Mitchell en McKinnon (2019: 186) onderscheiden in hun onderzoek verschillende manieren voor kleden, namelijk 'professionele kleding', 'formele kleding', 'casual kleding' en 'onbekend'. Tijdens deze analyse blijkt dat vrouwen voornamelijk gekleed zijn in kleding die als casual omschreven kan worden, gevolgd door kleding die formeel is, daarna professioneel en in enkele gevallen was het onbekend wat de vrouw voor kleding aan had.



Afbeelding 1 en 2: afbeeldingen van politieke personen met een wetenschappelijke achtergrond in online berichtgeving

Hoofdstuk 4

De resultaten van de kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse



Afbeelding 3 en 4: afbeeldingen van politieke personen met een wetenschappelijke achtergrond in online berichtgeving

Bij de mannen was dit heel anders, bijna alle mannen waren gekleed in professionele kleding, en een enkeling ging formeel of casual gekleed.

Daarnaast onderzoeken Mitchell en McKinnon (2019) in wat voor setting vrouwen en mannen die afgebeeld zijn zich bevinden, of dit bijvoorbeeld een werksetting is of niet. Bij een werksetting kan gedacht worden aan een kantoor, ziekenhuis of laboratorium. In de afbeeldingen die zijn gevonden tijdens de analyse verschijnt het grootste deel van de vrouwen niet in een werksetting, ongeveer een kwart van de vrouwen bevindt zich wel in een werksetting. Bij mannen was dit andersom, daar bevindt het grootste deel zich juist wel in een werksetting en ongeveer een kwart van de mannen niet. Vooral bij politieke mannelijke personen viel het op dat zij vaak te vinden waren in een werksetting. Naast verschil in setting en kleding, is er nog overeenkomst gevonden in het presenteren van vrouwen. Bij de analyse viel het namelijk op dat vrouwen veel vaker dan mannen close-up in beeld worden gebracht. Bij ongeveer de helft van de berichten waarbij een vrouw in beeld was, kon je alleen haar gezicht zien. Bij ongeveer een kwart van de berichten kon je wel het bovenlichaam van de vrouw zien, maar verder niet. Bij mannen was dit anders, bij meer dan de helft van de afbeeldingen kon je naast het gezicht van de man ook het bovenlichaam zien. Mannen zien we ook vaker volledig in beeld dan vrouwen.

Doordat je bij vrouwen veel vaker alleen het gezicht ziet, is het ook lastiger om de (werk)setting van de vrouw te zien. Dit is ook het geval bij de afbeelding 1 in bijlage 3, op deze afbeelding zie je alleen het gezicht van de vrouwen en is het (zolang je de titel niet leest) niet duidelijk dat het hier gaat om vrouwen uit het medisch vakgebied. Dat is namelijk niet zichtbaar op deze foto.



Afbeelding 5,6 en 7: afbeeldingen van vrouwen in online berichtgeving (NOS, 2019^g, NOS, 2019^h, NOS, 2019ⁱ)

Hoofdstuk 5

Conclusie

In dit hoofdstuk staat de conclusie centraal. De conclusie wordt per deelvraag beantwoord en daarnaast wordt antwoord gegeven op de onderzoeksvraag: *Hoe worden vrouwen met een wetenschappelijke achtergrond gepresenteerd in online berichtgeving van de grootste Nederlandse nieuwsmedia?*

5.1 Deelvraag 1: Vrouwen (en mannen) aan het woord in online berichtgeving

Uit de inhoudsanalyse kwam naar voren dat van de gevonden rollen in geanalyseerde content, in het grootste deel mannen aan het woord waren. Dit was in meer dan de helft, namelijk 63%. Vrouwen waren een stuk minder aan het woord in de gevonden berichten, namelijk maar in 20% van de berichtgeving. Wanneer we dit vergelijken met de vrouw-manverhouding in Nederland, klopt deze verhouding niet. Er zijn veel meer mannen aan het woord in online berichtgeving, terwijl de verhouding vrouwen en mannen in Nederland vrijwel gelijk is.

5.2 Deelvraag 2: Vrouwen (en mannen) in beeld in online berichtgeving

Bij de kwantitatieve inhoudsanalyse kwam naar voren dat bij bijna een kwart van de berichten (24%) geen persoon in beeld was. Wanneer er wel een persoon in beeld was bij berichtgeving, dan was dit wel vaker een man (38%) dan een vrouw (13%). Ook hier blijkt dat wanneer de verhouding tussen vrouwen en mannen bekeken wordt, deze verhouding scheef is. Het grootste deel van de personen in beeld bij online berichtgeving is namelijk mannelijk, terwijl er niet meer mannen dan vrouwen in Nederland zijn.

Daarnaast is er ook door middel van kwalitatieve inhoudsanalyse onderzocht hoe vrouwen in beeld zijn. Daarbij kon allereerst geconcludeerd worden dat er in sommige gevallen foto's van vrouwen bij artikelen geplaatst zijn, terwijl deze artikelen niet specifiek over vrouwen gaan. Bij mannen was dat niet het geval, als er een afbeelding van een man bij een artikel stond, ging het artikel vaak ook over de man. Ten tweede viel op dat vrouwen anders worden gepresenteerd dan mannen. Vrouwen worden vaak in andere kleding gepresenteerd, namelijk in kleding die als casual of formeel omschreven kan worden. Mannen worden juist het vaakst gepresenteerd in professionele kleding en maar nauwelijks in casual of formele kleding. Vrouwen zien we op afbeeldingen ook veel minder vaak in een werksetting dan mannen. Ten derde viel op dat vrouwen vaker dan mannen close-up in beeld worden gebracht. Van mannen zien we dan weer vaker afbeeldingen waarbij hun (boven)lichaam zichtbaar is.

5.3 Deelvraag 3: Rollen van vrouwen in online berichtgeving

Om een goed beeld te krijgen van de rollen van vrouwen in online berichtgeving, is onderzocht hoeveel personen in online berichtgeving een wetenschappelijke achtergrond hebben. Daarnaast is onderzocht in welke andere rollen vrouwen aan het woord zijn in online berichtgeving. Beide zijn onderzocht door middel van kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse.

5.3.1 Wetenschappelijke achtergrond

In totaal had van de geanalyseerde content 30% van de personen een wetenschappelijk achtergrond. Met een wetenschappelijke achtergrond wordt in deze scriptie een 'persoon die is afgestudeerd aan een universiteit en/of doet nu wetenschappelijk werk, zoals docent aan een universiteit of als onderzoeker' bedoeld. Dit is minder dan het aantal personen in Nederland met een wetenschappelijke achtergrond. Van deze personen was 81% mannelijk en 19% vrouwelijk. Dat betekent dus dat wanneer er een persoon in online berichtgeving verschijnt met een wetenschappelijke achtergrond, de kans groot is dat dit een man is. Van het totaal van de berichtgeving waarin vrouwen aan het woord waren, had 27% een wetenschappelijke achtergrond. Bij mannen lag dit percentage wederom hoger, namelijk 36% van het totaal. In ongeveer een kwart van de gevallen heeft een vrouw die aan het woord is in online berichtgeving, dus een wetenschappelijke achtergrond.

De rol van vrouwen met een wetenschappelijke achtergrond is ook onderzocht door middel van exploratieve kwalitatieve inhoudsanalyse. Tijdens deze analyse zijn overeenkomsten gevonden in de manier van vermelden van vrouwen met een wetenschappelijke achtergrond. Bij mannen wordt vaker de hele functie van de persoon genoemd, bij vrouwen is dit niet altijd het geval. Het viel ook op dat in online berichtgeving, mannen vaker bij hun achternaam worden genoemd dan vrouwen. Wanneer over vrouwen met een wetenschappelijke achtergrond wordt geschreven, schrijven media vaker 'zegt ze' in plaats van 'zegt mevrouw Halsema'.

Hoofdstuk 5

Conclusie

Dit is ook het geval bij politieke personen met een wetenschappelijke achtergrond. Bij vrouwen schrijven de media bijvoorbeeld 'burgemeester Femke Halsema' en bij mannen is het 'minister Slob'. Dan wordt dus wederom alleen de achternaam van de man genoemd en bij vrouwen wordt ook de voornaam genoemd. Verschillen in het vermelden van titels (zoals prof./dr./etc.) zijn niet gevonden. Alle onderzochte nieuwsmedia vermelden geen titels in hun nieuwsartikelen. Tot slot viel ook op dat de foto's bij politieke vrouwen met een wetenschappelijke achtergrond anders waren dan bij mannen, bij vrouwen werden geen foto's toegevoegd van de politieke vrouw in functie, bij mannen wel. Uit dit deel van de kwalitatieve inhoudsanalyse kan geconcludeerd dat de manier van presenteren tussen vrouwen en mannen verschilt. Bij mannen wordt vaker een functie vermeldt en bij vrouwen een voornaam.

5.3.2 Rollen van vrouwen

Tot slot zijn de rollen van vrouwen in online berichtgeving onderzocht. Uit de kwantitatieve inhoudsanalyse blijkt dat het grootste deel van vrouwen aan het woord is in een rol als 'prominent persoon'. Een prominent persoon is een persoon die aan het woord is op basis van aanzien, dat kan dus bijvoorbeeld een bekend persoon zijn (sporter, zanger of acteur). Na de rol van 'prominent persoon' volgt de rol van 'politek persoon', vervolgens 'deskundige', daarna 'woordvoerder van een organisatie', daarna 'eigenaar/initiatiefnemer/bestuurder' van een organisatie en vervolgens 'journalist'. Het minst vaak zien we vrouwen als 'ervaringsdeskundige' of als 'gewone burger' (deze percentages zijn gelijk). Voor mannen geldt ook dat ze het vaakst naar voren komen in een rol als 'prominent persoon', gevolgd door een rol als 'politek persoon'. Mannen zien we het minst vaak in een rol als 'journalist'. Hoewel deze percentages redelijk gelijk lijken, zijn de getallen toch heel verschillend. Het aandeel prominente personen is bij vrouwen 40% en bij mannen 29% en politieke personen bij vrouwen 16% en bij mannen 20%. Bij de mannen liggen de percentages veel dicht bij elkaar, waar bij vrouwen toch een grote uitschieter is bij de rol van 'prominent persoon'. Vertiende van de vrouwen verschijnt in een rol als 'prominent persoon'.

Daarnaast blijkt dat het aandeel vrouwen en mannen per rol (van het totaal aan nieuwsartikelen) erg verschilt. In alle eerder genoemde rollen zien we mannen vaker dan vrouwen. Het verschil tussen rollen van vrouwen en mannen is het kleinst bij de rol van 'prominent persoon' en de rol van 'journalist'. Het verschil is het grootste bij de rol van 'eigenaar/initiatiefnemer/bestuurder' van een organisatie. Bij alle rollen is minimaal twee derde van de personen mannelijk. Uit het kwantitatieve deel van de inhoudsanalyse komt dus naar voren dat bij alle rollen de kans groter is dat de persoon aan het woord een man is. Voor alle rollen geldt dan ook dat minimaal 70% van het totaal mannelijk is. Wanneer er vrouwen aan het woord zijn, zien we vrouwen het vaakst in een rol als 'prominent persoon'. Dat geldt ook voor mannen. De rollen die in totaal bij de inhoudsanalyse het minst vaak gevonden werden zijn die van 'ervaringsdeskundige' en 'journalist'.

5.4 Antwoord op de onderzoeksvraag

Na antwoorden op deelvragen eerder in dit hoofdstuk, volgt nu het antwoord op de onderzoeksvraag: *Hoe worden vrouwen met een wetenschappelijke achtergrond gerepresenteerd in online berichtgeving van de grootste Nederlandse nieuwsmedia?*

Zoals eerder duidelijk werd in dit hoofdstuk heeft maar een klein aandeel van de personen die aan het woord was in online berichtgeving een wetenschappelijke achtergrond, namelijk 30%. Van deze personen was het grootste aandeel mannelijk (81%) en maar een klein aandeel vrouwelijk (19%). Dit is geen goede representatie van de werkelijkheid in Nederland. Van de afgestudeerden aan een universiteit in Nederland, is namelijk 53% vrouwelijk volgens het Landelijk Netwerk Vrouwelijke Hoogleraren (LNVH, 2019: 9). De functiecategorie waarin de minste vrouwen voorkomen volgens het LNVH zijn vrouwelijke hoogleraren (23,1%), maar ook dat komt niet overeen met de 19% vrouwelijke wetenschappers, die naar voren kwam uit de inhoudsanalyse. Bovendien blijkt uit de kwantitatieve inhoudsanalyse dat wanneer er vrouwen aan het woord zijn in online berichtgeving met een wetenschappelijke achtergrond, zij niet in alle gevallen nog werkzaam zijn in het wetenschappelijk vakgebied. Zij zijn dan enkel afgestudeerd aan een wetenschappelijke instelling.

Daarnaast zijn er ook in het vermelden van vrouwen met een wetenschappelijke achtergrond verschillen in verge-

Hoofdstuk 5

Conclusie

lijking met hoe mannen worden vermeld, blijkt uit de kwalitatieve inhoudsanalyse.

Bij vrouwen wordt minder vaak een functie vermeld, er wordt vaker een voornaam vermeld bij vrouwen en er wordt vaker gebruik gemaakt van persoonlijke voornaamwoorden (ze) bij vrouwen. Ook in het gebruik van beeldmateriaal bij vrouwen met een wetenschappelijke achtergrond zijn er verschillen te zien. Mannen worden serieuzer gepresenteerd dan vrouwen.

Vrouwelijke wetenschappers worden in de online berichtgeving van de grootste Nederlandse nieuwsmedia niet goed gerepresenteerd als je dit vergelijkt met de werkelijke vrouw-manverhouding (in het wetenschappelijk vakgebied) in Nederland. Bovendien blijkt dat vrouwen met een wetenschappelijke achtergrond, heel anders gepresenteerd worden dan mannen. Vrouwen zijn in alle andere onderzochte rollen (naast die van vrouwen met een wetenschappelijke achtergrond) minder aan het woord dan mannen. Bij het totaal van alle gevonden berichten bleek namelijk dat het hoogste aandeel vrouwen in verhouding met mannen 30% is. Dit is in een rol als 'prominent persoon' en als 'journalist'. Bij de andere rollen zijn deze verschillen nog groter, soms zijn maar 13% van de personen vrouwen.

Kortom, vrouwen met een wetenschappelijke achtergrond worden niet goed gerepresenteerd en gepresenteerd in online berichtgeving van de drie grootste Nederlandse nieuwsmedia. Sterker nog, van geen enkele andere onderzochte rol is er sprake van representativiteit in de nieuwsmedia.

Hoofdstuk 6

Discussie

In dit hoofdstuk staat de discussie centraal, hierin wordt het uitgevoerde onderzoek kritisch bekeken en worden beperkingen van het onderzoek genoemd. Daarnaast volgt een suggestie voor eventueel vervolgonderzoek.

Verwachtingen

In dit onderzoek is een kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse uitgevoerd. Dit is uitgevoerd door middel van een zogeheten samengestelde week. De resultaten die naar voren kwamen uit het kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse kwamen overeen met de vooraf gestelde verwachtingen. Bij eerder onderzoek (door andere onderzoekers) naar de aanwezigheid van vrouwen in de media bleek al dat vrouwen vaak ondervertegenwoordigd zijn in (nieuws)media en uit deze inhoudsanalyse blijkt dat ook. In het grootste deel van online berichtgeving zijn grotendeels mannen aan het woord en geen vrouwen. Ook klopte de verwachting dat vrouwen in hele andere rollen aan het woord zijn dan mannen. Tot slot klopt ook de verwachting wat betreft vrouwen in beeld. Vrouwen zijn veel minder vaak in beeld dan mannen en dat toonde ook eerder onderzoek al aan.

Beperkingen van het onderzoek

Bij deze scriptie waren er ook een aantal dingen die bij een eventueel vervolgonderzoek beter kunnen. Oorspronkelijk was het idee om dit onderzoek uit te voeren op Instagram of Facebook. Dit zijn heel nieuwe media, met een heel nieuwe doelgroep en daarom heel interessant om te onderzoeken, toch is dat voor deze scriptie niet gedaan. Bij een steekproef werd namelijk duidelijk dat Instagram ofwel Facebook niet geschikt was voor het onderzoek. Deze sociale media leverden simpelweg te weinig data op voor dit onderzoek.

Daarnaast zou het voor een vervolgonderzoek goed zijn ook video's te onderzoeken die nieuwsmedia plaatsen. Nieuwsmedia maken steeds meer video's, voor YouTube en ook voor op social media zoals Facebook en Instagram. Het is goed om deze de volgende keer wel mee te nemen in de analyse. Dat is bij dit onderzoek niet gedaan, hoewel het wel interessante informatie op kan leveren. Hetzelfde geldt ook voor podcasts die door nieuwsmedia zijn gemaakt over nieuwsonderwerpen. Deze zijn in dit onderzoek ook niet geanalyseerd.

Een andere beperking van dit onderzoek dat niet alle nieuwsmedia in Nederland zijn onderzocht. Dit maakt het onderzoek niet generaliseerbaar. Hoewel de huidige data wel een indicatie geeft voor hoe het bij andere nieuwsmedia is, kan niet uitgesloten worden dat het toch anders is bij andere nieuwsmedia. Er zijn veel verschillende nieuwsmedia in Nederland die zich ook op online berichtgeving richten zoals Volkskrant, NRC en RTL Nieuws. Bij een vervolgonderzoek zou het nuttig zijn bijvoorbeeld ook data te verzamelen van deze nieuwsmedia en deze te analyseren voor een volledig beeld.

Tot slot bleek dat de kwalitatieve inhoudsanalyse nu nog niet genoeg materiaal opleverde. Om echt duidelijke patronen en overeenkomsten in het materiaal te vinden, is een nog veel groter corpus nodig. Dit corpus bleek daar nog niet voldoende voor, er werden te weinig vrouwelijke wetenschappers gevonden in de data. Wellicht is dit al haalbaarder wanneer alle nieuwsmedia onderzocht worden en er eventueel twee samengestelde onderzoeksweken worden gedaan.

Vervolgonderzoek

Een vervolgonderzoek zou zich dan ook meer kunnen richten op het verzamelen van data via social media. Dan kan er ook meer visuele data verzameld worden zoals video's en foto's. Voor het vervolgonderzoek is het dan ook belangrijk om data te verzamelen van meer nieuwsmedia uit Nederland. Door dit onderzoek verder uit te breiden kan er nog meer specifieke informatie verzameld worden. Daarmee ontstaat een vollediger beeld over de representativiteit van vrouwelijke wetenschappers in online berichtgeving of online uitingen in Nederland. Het onderzoek zou verder op dezelfde manier kunnen worden uitgevoerd als dit huidige onderzoek, met een uitgebreider kwalitatief onderzoek, maar wel met hetzelfde codeboek.

Tot slot is het met deze resultaten duidelijk dat de verhoudingen in de media niet gelijk zijn tussen vrouwen en mannen. Daarom dus het advies aan Nederlandse media, om wanneer zij de keuze hebben uit een vrouw en man met dezelfde eigenschappen, te kiezen voor een vrouw in de media.

Literatuurlijst

Algemeen Dagblad. (2019^a, 13 september). Maatschappelijke diensttijd met vertraging van start. Geraadpleegd op 11 juli 2020, van <https://www.ad.nl/politiek/maatschappelijke-diensttijd-met-vertraging-van-start~a62354e-8/#:~:text=%C2%A9-,Maatschappelijke%20diensttijd%20met%20vertraging%20van%20start,werd%20nog%20september%202019%20gemeld>.

Amnesty International. (2020, 8 maart). Vrouwen, vrouwenrechten en Vrouwenverdrag. Geraadpleegd op 19 maart 2020, van <https://www.amnesty.nl/encyclopedie/vrouwen-vrouwenrechten-en-vrouwenverdrag>

Atria. (2017). Representatie van vrouwen in de media. Geraadpleegd van https://www.womeninc.nl/Uploaded_files/DownloadLinks/representatie-van-vrouwen-in-de-media-atria.165bfe.pdf

ANW. (2020). Wetenschapper 1.0. Geraadpleegd van <http://anw.inl.nl/article/wetenschapper#el:bet1.0>

Davies, P.G., Spencer, S.J., Quinn, D.M. & Gerhardstein, R. (2002). Consuming images: How television commercial that elicit stereotype threat can restrain women academically and professionally. *Personality & Social Psychology Bulletin*, 28, 1615–1628. doi: 10.1177/014616702237644

D'Heer, J., Vergotte, J., De Vuyst, S., & Van Leuven, S. (2019). The bits and bytes of gender bias in online news: a quantitative content analysis of the representation of women in Vice.com. *Feminist Media Studies*, 20(2), 256–272. <https://doi.org/10.1080/14680777.2019.1574858>

Edström, M. (2018). Visibility patterns of gendered ageism in the media buzz: a study of the representation of gender and age over three decades. *Feminist Media Studies*, 18(1), 77–93. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1409989>

Hall, S. (1997). *The work of representation*. London, Engeland: SAGE Publications.

Hoks, A. J. W. M., & Eliasar, T. E. (2017). Plasticiteit als Lens. Hoe ontstaat genderongelijkheid aan de Nederlandse universiteiten? Geraadpleegd van <https://dspace.library.uu.nl/bitstream/handle/1874/353530/Genderongelijkheid%20aan%20de%20Nederlandse%20universiteiten%20versie%201%20-%20Thyrza%20Eliasar%20%20en%20Anne%20Hoks%204114086%20%281%29.docx?sequence=2&isAllowed=y>

Humphrecht, E., & Esser, F. (2017). Diversity in Online News. On the importance of ownership types and media system types. *Journalism Studies*, 19(12), 1825–1847. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1308229>

Kik, Q., Medendorp, M., & Ruigrok, N. (2019). Pas op! Breekbaar. Geraadpleegd van <https://www.svdj.nl/wp-content/uploads/2019/04/pasop-breekbaar.pdf>

Koetsenruijter, W., & Van Hout, T. (2014). *Methoden voor Journalism Studies*. Amsterdam: Boom.

Landelijk Netwerk Vrouwelijke Hoogleraren. (2019). *Monitor Vrouwelijke Hoogleraren 2019*. Geraadpleegd van <https://monitor.lnvh.nl/>

Lexico. (2020, 20 maart). Meaning of representation in English. Geraadpleegd op 20 maart 2020, van <https://www.lexico.com/definition/representation>

LinkedIn. (2020). Marije Jeltjes. Geraadpleegd op 11 juni 2020, van <https://nl.linkedin.com/in/marije-jeltjes-0b5b65>

Loverock, B., & Hart, M. (2018). What a scientist looks like: Portraying gender in the scientific media. *Facets*, (3), 754–763.

Malik, S. (2001). *Representing Black Britain: A history of Black and Asian images on television*. London, Sage, 202.

Literatuurlijst

Meijer, M. (2005). In tekst gevat: Inleiding tot een kritiek van representatie. Amsterdam, Nederland: Amsterdam University Press, 6-7

Ministerie van Vlaamse gemeenschap, & Vlaamse mediaraad. (2002). Mediaconcentratie en pluralisme/diversiteit. Geraadpleegd van <https://cjsm.be/sarc/historiek/mediaraad/adviezen/2002/MR02-005.pdf>

Newcom Research & Consultancy B.V. (2019). Nationale Social Media Onderzoek 2019. Geraadpleegd van https://www.newcom.nl/downloads/Newcom_Nationaal_Social-Media_Onderzoek_2019.pdf

Mitchell, M., & McKinnon, M. (2019). 'Human' or 'objective' faces of science? Gender stereotypes and the representation of scientists in the media. *Public Understanding of Science*, 28(2), 177–190. <https://doi.org/10.1177/0963662518801257>

Niemi, M. K., & Pitkänen, V. (2016). Gendered use of experts in the media: Analysis of the gender gap in Finnish news journalism. *Public Understanding of Science*, 1–14. <https://doi.org/10.1177/0963662515621470>

NOS. (2019^a, 20 november). "Ik ben er trots op dat verpleegkundigen eindelijk in opstand willen komen". Geraadpleegd op 11 juli 2020, van <https://nos.nl/artikel/2311230-ik-ben-er-trots-op-dat-verpleegkundigen-eindelijk-in-opstand-willen-komen.html#:~:text=2019%2C%2006%3A16-,Ik%20ben%20er%20trots%20op%20dat%20verpleegkundigen%20eindelijk%20in%20opstand,noodzakelijke%20zorg%20wordt%20nog%20overleend>.

NOS. (2019^b, 8 juli). Minder operaties door hardnekkig personeelstekort UMCG. Geraadpleegd op 11 juli 2020, van <https://nos.nl/artikel/2292557-minder-operaties-door-hardnekkig-personeelstekort-umcg.html>

NOS. (2019^c, 13 september). Al die koopkrachtramingen, wat zeggen die nou? Geraadpleegd op 11 juli 2020, van <https://nos.nl/artikel/2301591-al-die-koopkrachtramingen-wat-zeggen-die-nou.html>

NOS. (2019^d, 20 juli). Duitsland staat stil bij 75ste verjaardag aanslag op Hitler. Geraadpleegd op 11 juli 2020, van <https://nos.nl/artikel/2294245-duitsland-staat-stil-bij-75ste-verjaardag-aanslag-op-hitler.html>

NOS. (2019^e, 8 juli). Cora van Nieuwenhuizen wil eerste vrouwelijke premier worden. Geraadpleegd op 17 juni 2020, van <https://nos.nl/artikel/2292650-cora-van-nieuwenhuizen-wil-eerste-vrouwelijke-premier-worden.html>

NOS. (2019^f, 8 juli). Leerlingen in voortgezet speciaal onderwijs krijgen straks diploma. Geraadpleegd op 11 juli 2020, van <https://nos.nl/artikel/2292547-leerlingen-in-voortgezet-speciaal-onderwijs-krijgen-straks-diploma.html>

NOS. (2019^g, 20 juli). Tracking-apps: onschuldige manier om kinderen te volgen of ultieme spionage? Geraadpleegd op 11 juli 2020, van <https://nos.nl/artikel/2294260-tracking-apps-onschuldige-manier-om-kinderen-te-volgen-of-ultieme-spionage.html>

NOS. (2019^h, 13 september). Wel of geen Gouden Eeuw: "Laten we op zoek gaan naar een nieuwe term". Geraadpleegd op 11 juli 2020, van <https://nos.nl/artikel/2301599-wel-of-geen-gouden-eeuw-laten-we-op-zoek-gaan-naar-een-nieuwe-term.html#:~:text=2019%2C%2022%3A01-,Wel%20of%20geen%20Gouden%20Eeuw%3A%20'Laten%20we%20op%20zoek%20gaan,de%20schaduwkant%20van%20deze%20periode>.

NOS. (2019ⁱ, 8 juli). Winkeliers nemen niet-Europese webshops onder vuur. Geraadpleegd op 11 juli 2020, van <https://nos.nl/artikel/2292620-winkeliers-nemen-niet-europese-webshops-onder-vuur.html#:~:text=Volgens%20brancheorganisatie%20Detailhandel%20Nederland%20overtreden,respecteren%22%2C%20zegt%20een%20woordvoerder>.

Novi Andayani Praptiningsih, H. J. (2017). Representation of women in media sites online. *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Indonesia*, 2(1), 14–19.

Literatuurlijst

NPD Nieuwsmedia. (2017, 10 oktober). Online nieuwsmedia populair bij reclamedoelgroepen. Geraadpleegd op 19 maart 2020, van <https://www.ndpnieuwsmedia.nl/2017/10/10/online-nieuwsmedia-populair-reclamedoelgroepen/>

NRC.nl. (2019, 28 mei). Drie vrouwen dankzij voorkeursstemmen in Europees Parlement. Geraadpleegd van <https://www.nrc.nl/nieuws/2019/05/28/drie-vrouwen-dankzij-voorkeursstemmen-in-europees-parlement-a3961961>

NU.nl. (2019^a, 24 oktober). Amsterdam zet 3 miljoen euro opzij voor viering 750-jarig bestaan in 2025. Geraadpleegd op 11 juli 2020, van <https://www.nu.nl/amsterdam/6006211/amsterdam-zet-3-miljoen-euro-opzij-voor-viering-750-jarig-bestaan-in-2025.html#:~:text=2%20live-,Amsterdam%20zet%203%20miljoen%20euro%20opzij,750%2Djarig%20bestaan%20in%202025&text=De%20gemeente%20zet%203%20miljoen,stad%20tot%20een%20festivalterrein%20overwordt.>

Ombudsman. (2019, 13 mei). Diversiteit op radio NPO1. Geraadpleegd op van <https://ombudsman.npo.nl/uitspraken-en-columns/diversiteit-op-npo-radio-1>

Pauwels, L., Peters, J.M. (2005) Denken over beelden: theorie en analyse van het beeld en de beeldcultuur. Leuven, Acco, 199.

Pilar Matud, M., Espinosa, I., & Rodríguez Wangüemert, C. (2019). Women and men portrayal on television news: a study of Spanish television newscast. *Feminist Media Studies*, 2–17. <https://doi.org/10.1080/14680777.2019.1681489>

PO Raad. (2020). Dagelijks bestuur. Geraadpleegd op 11 juni 2020, van <https://www.poraad.nl/over-de-po-raad/over-de-po-raad/dagelijks-bestuur-0>

Ross, K., Boyle, K., Carter, C., & Ging, D. (2018). Women, Men and News. *Journalism Studies*, 19(6), 824–845. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1222884>

SDG Nederland. (2020, 19 maart). Doel 5 vrouwen en mannen gelijk. Geraadpleegd op 19 maart 2020, van <https://www.sdgnederland.nl/sdgs/doel-5-vrouwen-en-mannen-gelijk/>

Segijn, C., Bartholomé, G., Pennekamp, S., & Timmers, M. (2014). De afbeelding van statusverschillen in sekse en etniciteit in Nederlandse non- fictieprogramma's. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 42(3), 305–320.
Saeys, F., & Verstraeten, H. (2005). *De media in maatschappelijk perspectief*. . Gent, België: Academia Press.

Stimuleringsfonds voor de Journalistiek. (2016, 22 juni). Het profiel van de krantenlezer: sekse, leeftijd en welstand. Geraadpleegd op 19 maart 2020, van <https://www.svdj.nl/de-stand-van-de-nieuwsmedia/het-profiel-van-de-krantenlezer-sexe-leeftijd-en-welstand/>

Stimuleringsfonds voor de Journalistiek. (2018, 16 mei). Dit zijn de 39 Nederlandse online nieuwsmerken met het grootste bereik. Geraadpleegd op 19 maart 2020, van <https://www.svdj.nl/de-stand-van-de-nieuwsmedia/39-online-nieuwsmerken-bereik/>

SWOV. (2019). Dr Ragnhild Davidse | SWOV. Geraadpleegd op 11 juni 2020, van <https://www.swov.nl/experts/davidse>

Truyts, A. (2016). Vrouwen op het scherm: De genderrepresentatie en beeldvorming van vrouwen bij de openbare omroep. Een kwalitatieve analyse van het beleid en de praktijk. Geraadpleegd van https://www.vlaamseregulator-media.be/sites/default/files/masterproef_truyts.pdf

Van Dale. (2020a). Betekenis "wetenschapper". Geraadpleegd van <https://www.vandale.nl/gratis-woordenboek/>

Literatuurlijst

nederlands/betekenis/wetenschapper#.Xh2_Q5NKi_t

Van Dale. (2020b). Betekenis "representatie". Geraadpleegd van https://www.vandale.nl/gratis-woordenboek/nederlands/betekenis/representatie#.Xh3GK5NKi_s

Van Dijk, T.A. (1995). Power and the news media. In D. Paletz (ed.), *Political Communication and Action*, 9-36. Cresskill, NJ: Hampton Press.

Van der Kaap, G. (2011). *Toegepast communicatieonderzoek* (2de editie). Den Haag, Nederland: Boom Lemma.

Van der Lee, R., & Ellemers, N. (2015). Gender contributes to personal research funding success in The Netherlands. *PNAS*, 112(40), 12349–12353.

Van Schelven, A.L. (1978). "Ontwikkelingen in wetenschap en techniek", in: *Sociale problemen*, L. Rademaker (red.), Utrecht: Het Spectrum.

Van Cuilenburg, J. (1998). 'New perspectives on media diversity. Toward a critical-rational approach to media performance', in Zassoursky, Y. & Vartanova, E. (eds). *Changing Media and Communications. Concepts, Technologies and Ethics in Global and National Perspectives* (pp. 71-85), Moscow: Faculty of Journalism/IKAR.

Westerik, H., Douma, L. & Konig, R. (2007). Tv-kijken, stereotypering, attitudevorming en discriminatie van Duitsers. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 35(1), 37-58.

Woorden.org. (2020a). De Wetenschapper. Geraadpleegd van <https://www.woorden.org/woord/wetenschapper>

Woorden.org. (2020b). De representatie. Geraadpleegd van <https://www.woorden.org/woord/representatie>

Bijlage 1

Gebruikt codeboek

Codeboek

A. Datum

Voer hier de datum in waarop het artikel gepubliceerd werd (DD-MM-YYYY)

B. Titel

Voeg hier de titel van het artikel in

C. Nieuwsmedium

0. NOS

1. AD

2. NU.nl

D. Vrouw of man in beeld?

0. Vrouw

1. Man

2. Geen persoon in beeld

3. Vrouwen en mannen

4. Onbekend of het een man of vrouw is

E. Vrouw of man aan het woord?

0. Vrouw

1. Man

2. Geen persoon aan het woord

3. Vrouwen en mannen

4. Onbekend of het een man of vrouw is

F. Heeft de persoon aan het woord een wetenschappelijke achtergrond?

0. Nee

De persoon aan het woord heeft geen wetenschappelijke achtergrond.

1. Ja

De persoon is afgestudeerd aan een universiteit en/of doet nu wetenschappelijk werk, zoals docent aan een universiteit of als onderzoeker.

2. N.v.t.

Er is geen persoon aan het woord in het nieuwsitem.

3. Onbekend

Het is onbekend of de persoon aan het woord een wetenschappelijke achtergrond heeft.

G. Rol van persoon die aan het woord is?

0. Gewone burger.

Aan het woord als toevallige voorbijganger. Dit kan bijvoorbeeld iemand zijn die op straat naar zijn mening wordt gevraagd. Of iemand die ergens zijn mening over geeft. Zoals een moeder die haar mening geeft over zwarte piet.

1. Prominent persoon.

Aan het woord op basis van aanzien. Bijvoorbeeld een bekend persoon zoals een bekende acteur/sporter/zanger.

2. Ervaringsdeskundige

Aan het woord op basis van een beleefde ervaring. Bijvoorbeeld een persoon die aanwezig was bij een ongeval en hier verslag van doet. Of een persoon die een ervaring heeft met een bepaald product en daar verslag over doet.

3. Deskundige

Aan het woord in verband met expertise op bepaald gebied. Zoals bijvoorbeeld een tandarts, viroloog of archeoloog.

4. Politiek persoon

Aan het woord op basis van politieke functie, bijvoorbeeld president Mark Rutte of partijleider Jesse Klaver. Kan ook een burgemeester of wethouder zijn.

5. Woordvoerder van organisatie

Aan het woord op basis van deze positie. Bijvoorbeeld woordvoerder voor Philips of woordvoerder voor een kenniscentrum.

6. Eigenaar/initiatiefnemer /bestuurder organisatie

Aan het woord op basis van deze positie. Bijvoorbeeld eigenaar voor een onderneming op Instagram.

7. Journalist

Aan het woord op basis van journalistieke kennis of invalshoek.

8. Onbekend

Rol van persoon aan het woord is onbekend.

9. Anders dan bovengenoemd

Rol van de persoon is anders dan bovengenoemd.

10. N.v.t.

Er is geen persoon aan het woord in het nieuwsitem.

Bijlage 2

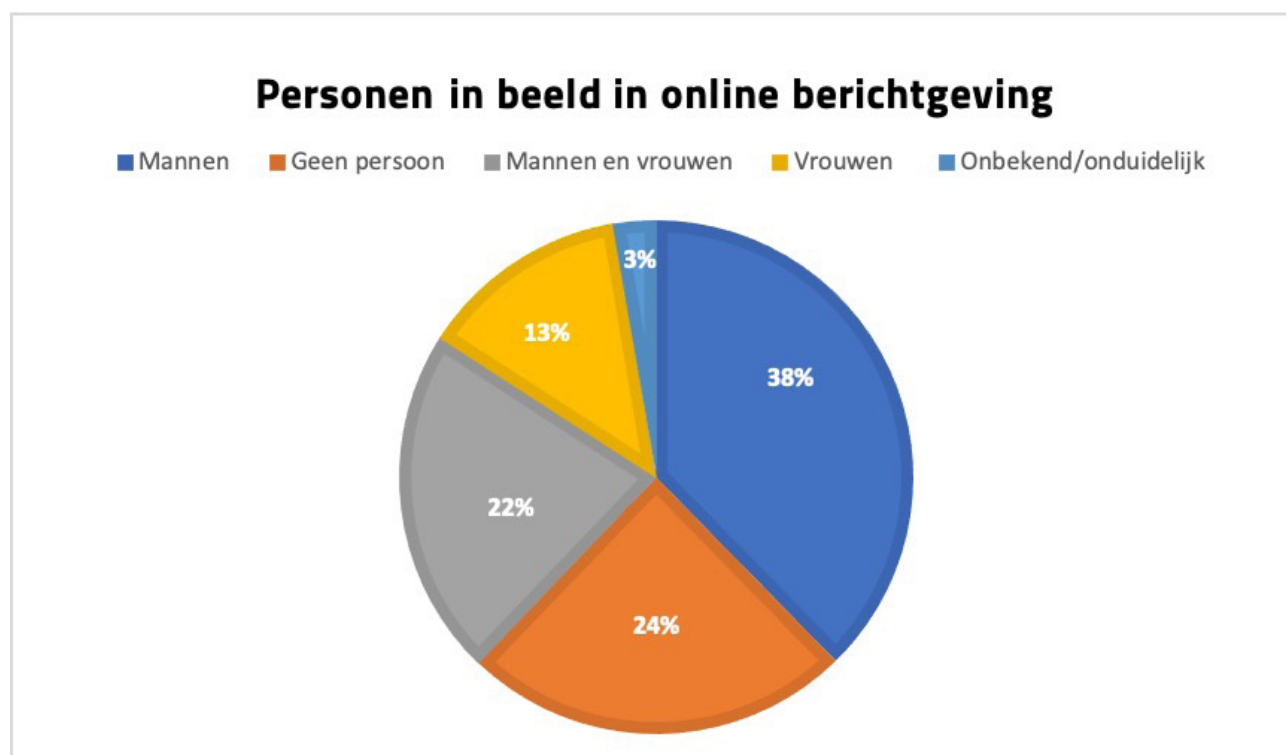
Resultaten kwantitatieve inhoudsanalyse



Grafiek 1: aantal keren dat er geen persoon aan het woord was, n = 674

Bijlage 2

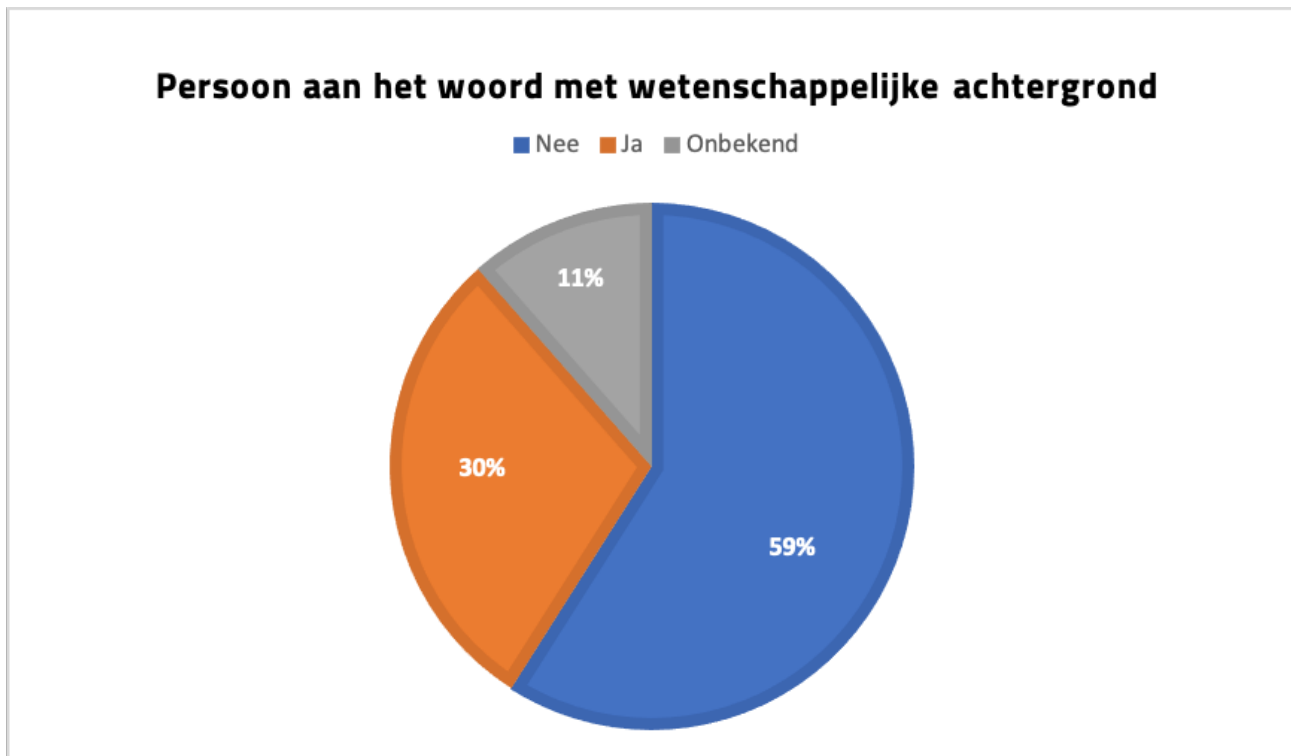
Resultaten kwantitatieve inhoudsanalyse



Grafiek 2: personen in beeld in online berichtgeving, n = 674

Bijlage 2

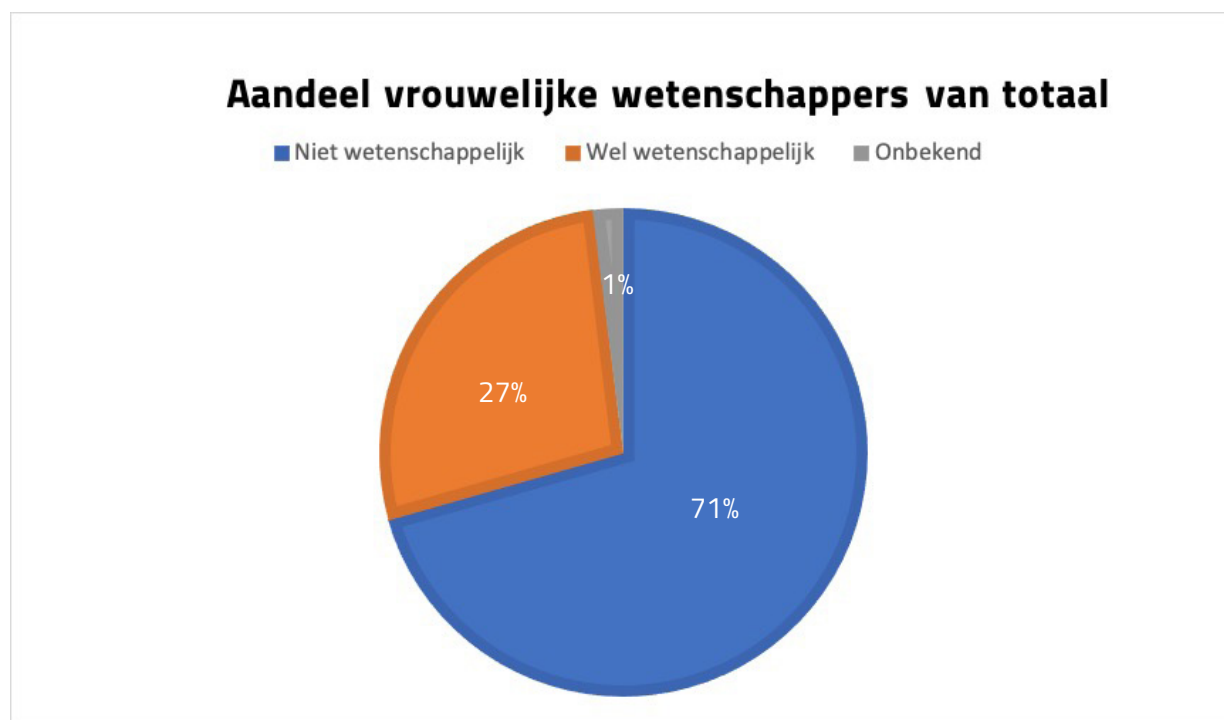
Resultaten kwantitatieve inhoudsanalyse



Grafiek 3: persoon aan het woord met wetenschappelijke achtergrond, n = 526

Bijlage 2

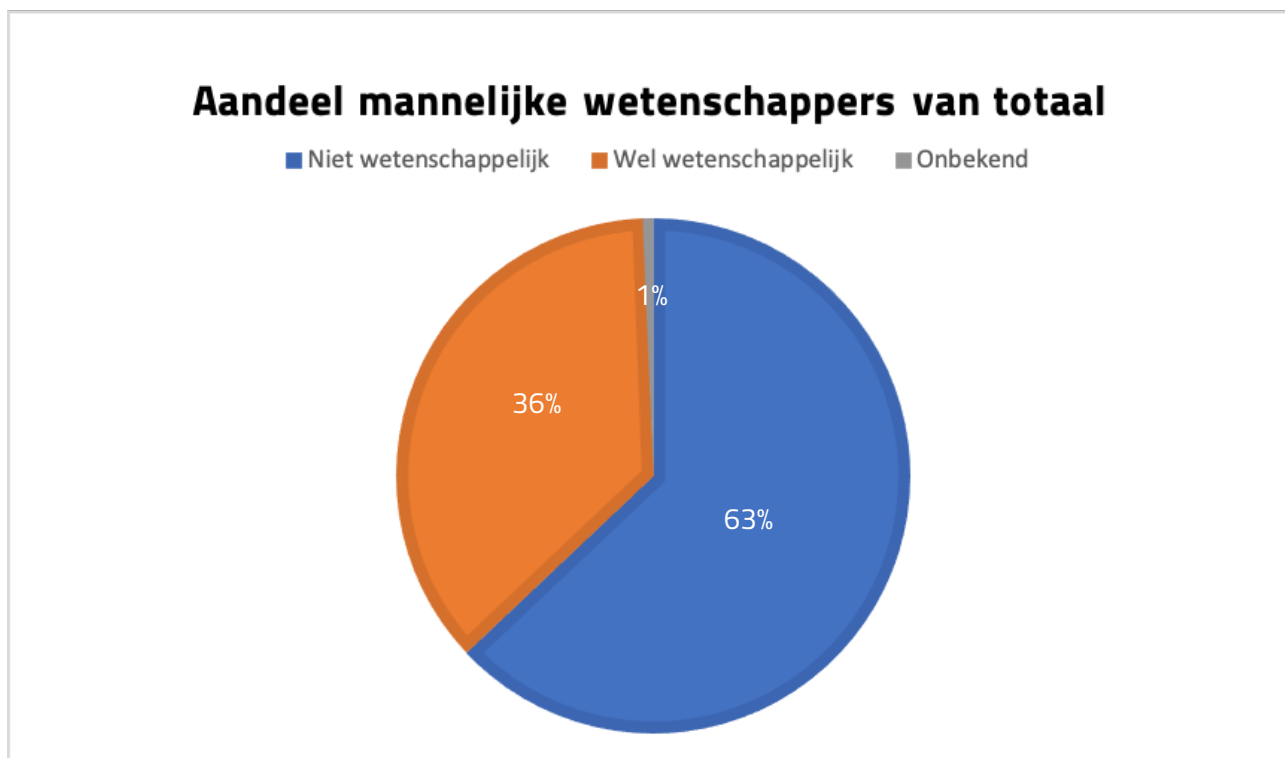
Resultaten kwantitatieve inhoudsanalyse



Grafiek 4: aandeel vrouwelijke wetenschappers van totaal, n = 102

Bijlage 2

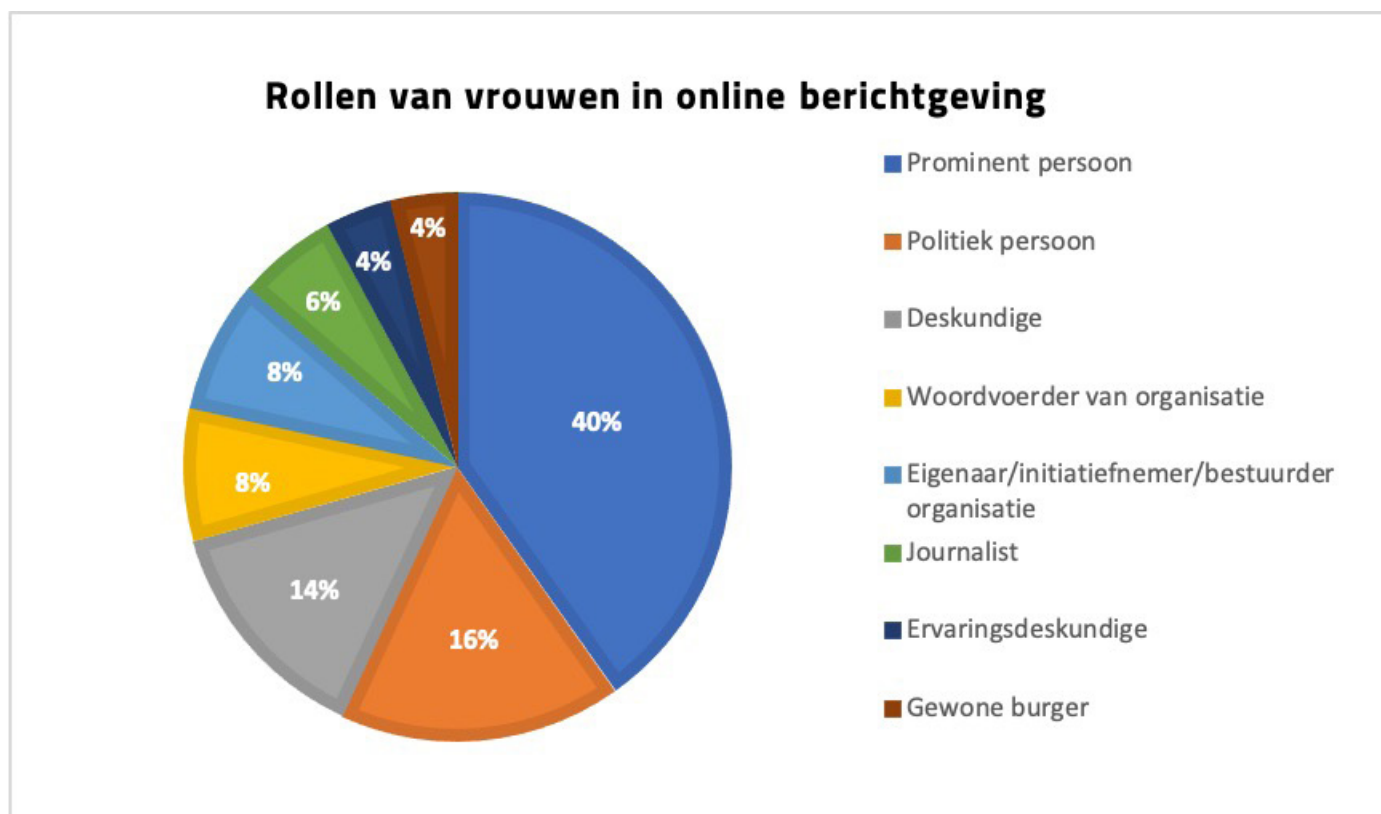
Resultaten kwantitatieve inhoudsanalyse



Grafiek 5: aandeel mannelijke wetenschappers van totaal, n = 332

Bijlage 2

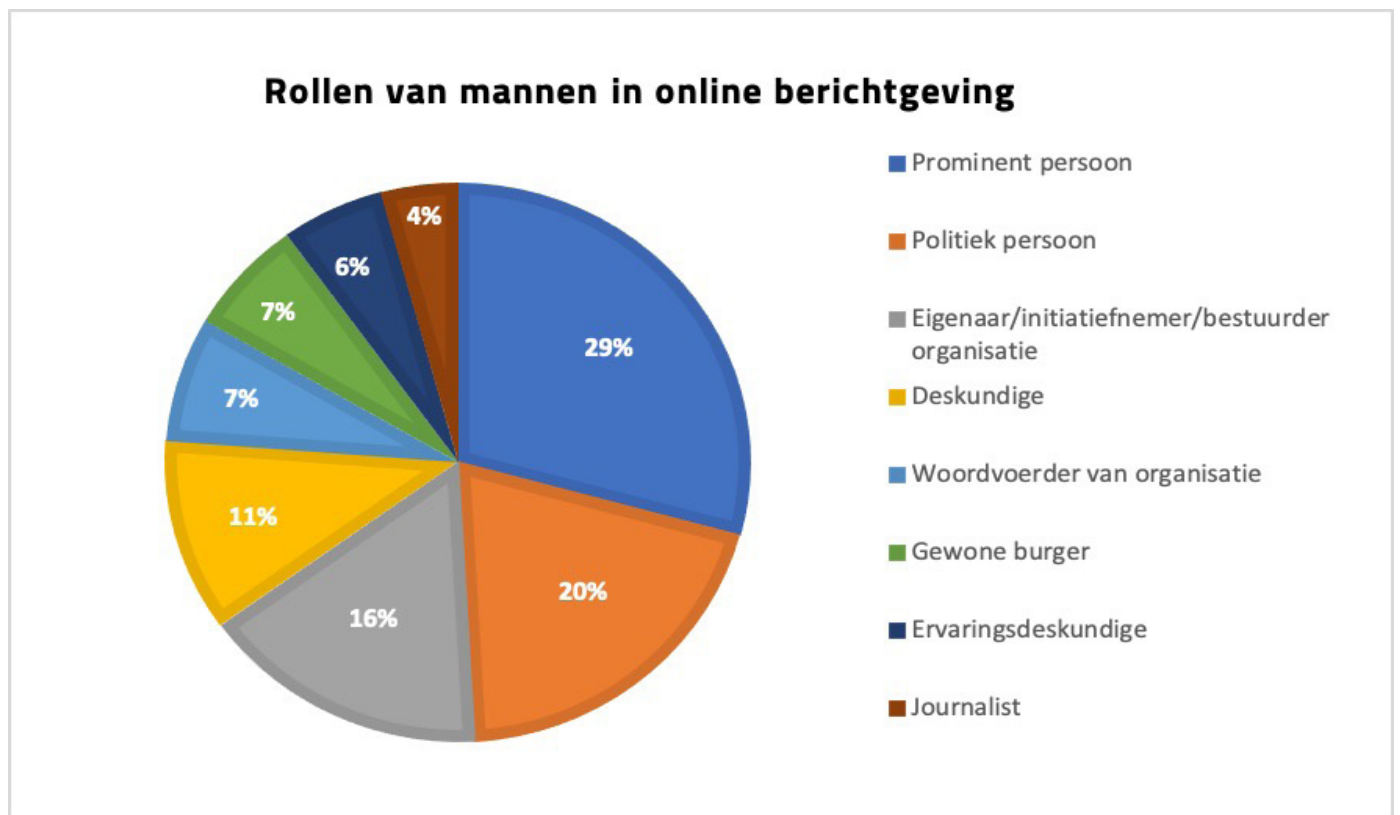
Resultaten kwantitatieve inhoudsanalyse



Grafiek 6: rollen van vrouwen in online berichtgeving, n = 102

Bijlage 2

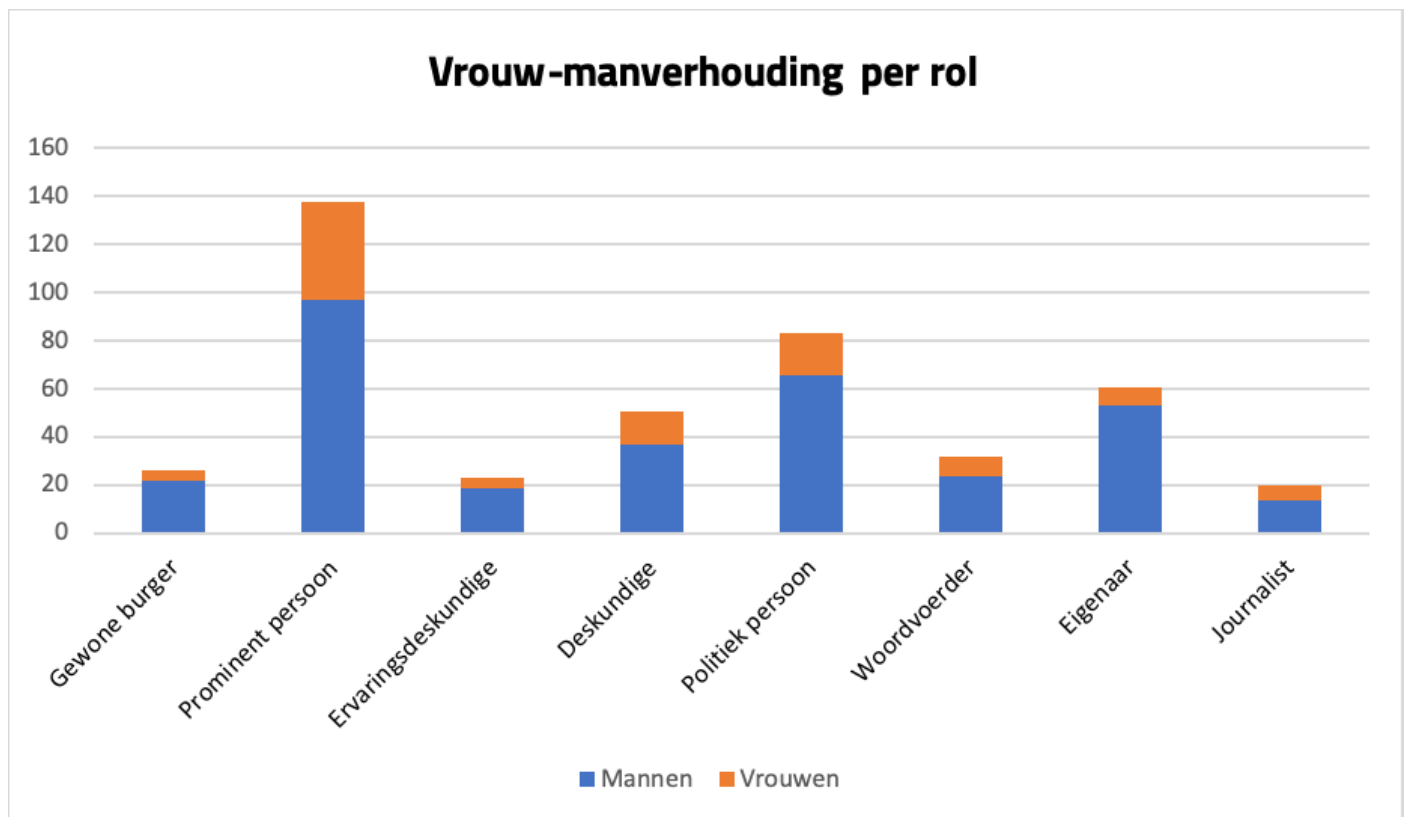
Resultaten kwantitatieve inhoudsanalyse



Grafiek 7: rollen van mannen in online berichtgeving, n = 332

Bijlage 2

Resultaten kwantitatieve inhoudsanalyse



Grafiek 8: vrouw-manverhouding per rol, n = 434

Bijlage 3

Resultaten kwalitatieve inhoudsanalyse

**'Ik ben er trots op dat
verpleegkundigen eindelijk in
opstand willen komen'**



Afbeelding 1: afbeelding van vrouwen in online berichtgeving (NOS, 2019^a)

Bijlage 3

Resultaten kwalitatieve inhoudsanalyse

Voorbeeld 1

'Ik ben er trots op dat verpleegkundigen eindelijk in opstand willen komen'

In heel het land leggen werknemers in de algemene ziekenhuizen vandaag het werk neer en werken ze volgens een zondagsrooster. Alleen de meest noodzakelijke zorg wordt nog verleend. Volgens de vakbonden staakt driekwart van alle werknemers in algemene ziekenhuizen op 119 locaties.

De vakbonden willen een structurele salarisverhoging van vijf procent en een extra toeslag op loon als medewerkers op het laatste moment worden opgeroepen om te werken. Daarnaast willen ze maatregelen om de werkdruk te verlichten.

Ook in het Zuyderland ziekenhuis Sittard-Geleen doen ze mee aan de staking. Lisette Carovigno en Wendy de Groof werken beiden als verpleegkundige op de hartafdeling.

Volgens Carovigno is de staking absoluut noodzakelijk: "We moeten aan de toekomst denken, want als het op deze manier door blijft gaan, dan wil niemand meer in de zorg werken." Ook de Groof vindt dat de werkdruk omhoog en het salaris omhoog moet. "Je leeft ervoor om patiënten te verzorgen, maar ik vind het heel goed dat we nu eindelijk een vuist maken."

De verpleegkundigen leggen uit waar ze op de hartafdeling iedere dag mee te maken hebben en waarom de werkdruk zo hoog is:

(NOS, 2019^a)

Bijlage 3

Resultaten kwalitatieve inhoudsanalyse

Voorbeeld 2

Minder operaties door hardnekkig personeelstekort UMCG

Het personeelstekort bij het UMCG in Groningen is zo hardnekkig dat het ziekenhuis al een jaar lang vier operatiekamers dichthoudt. Ook zijn er minder bedden beschikbaar, schrijft RTV Noord.

Dat komt door een gebrek aan specialistisch personeel in de operatiekamers. Daarom sloot het ziekenhuis vorig jaar vier van de 29 operatiekamers. Ook kwamen er minder bedden op de intensive care.

Voor een aantal patiënten betekent het dat ze naar andere ziekenhuizen doorverwezen worden. De patiënten die onder de zogeheten hoogcomplexe zorg vallen, probeert het ziekenhuis zelf te opereren. Het ziekenhuis kijkt dan welke patiënt het meest urgent is.

De noodmaatregel zou een half jaar gelden, maar een jaar later zijn de vier ok's nog steeds dicht. En het einde is nog niet in zicht. "We hebben deze personeelsdip in de zorg niet voorzien. Het afgelopen jaar zijn mensen met pensioen gegaan en zijn er mensen uitgestroomd naar andere beroepen zoals de ambulancezorg", zegt Peter Meyer. Hij is anesthesioloog en medisch hoofd van het operatiecentrum.

Premies voor personeel

Het Groningse ziekenhuis nam het afgelopen jaar verschillende maatregelen. Zo kregen medewerkers een premie van 5000 euro als ze drie jaar zouden blijven. Daarnaast gingen parttime medewerkers van het operatiecentrum extra uren werken. Ook trok het ziekenhuis extra personeel aan. Het hielp, maar niet genoeg.

"De werkdruk is waanzinnig hoog", zegt Meyer. "Onze mensen werken meer en nemen minder vakantie op. We waarderen die inzet enorm, want daardoor kunnen we de huidige operatiecapaciteit overeind houden."

Die toch al hoge werkdruk is een belangrijke reden om de vier operatiekamers toch langer dicht te houden. "Anders gaan we mensen overbelasten en creëren we nieuwe uitstroom."

Landelijk probleem

Nog meer mensen van buiten aantrekken gaat niet, want het gebrek aan gespecialiseerd ok-personeel is een landelijk probleem. "Daarom is bij ons de opleidingscapaciteit verhoogd", zegt Meyer. "En er zijn leerwerkplekken ingericht, zodat mensen sneller ervaring op kunnen doen. Maar het opleiden van personeel kost jaren."

Waarschijnlijk gaat het niet meer lukken om dit jaar alle operatiekamers weer open te hebben.

(NOS, 2019^b)

Bijlage 3

Resultaten kwalitatieve inhoudsanalyse

Voorbeeld 3

Al die koopkrachtramingen, wat zeggen die nou?

Rond Prinsjesdag regent het koopkrachtcijfers. Zo ook dit jaar. Het doorsnee huishouden gaat er volgend jaar 2,1 procent op vooruit, zo lekte vanmiddag uit. En de groep werkenden nog meer: +2,4 procent. De koopkracht van uitkeringsgerechtigden (+1,2 procent) en gepensioneerden (+1,1 procent) stijgt minder hard. Maar wat betekenen die koopkrachtramingen voor jou persoonlijk?

Niet zo heel veel. Ten eerste zijn het toekomstvoorspellingen, die door allerlei onvoorziene ontwikkelingen nog flink kunnen tegen- of meevallen.

Ten tweede gaat het altijd om de koopkrachtontwikkeling van grote groepen, zoals heel Nederland, alle werkenden, of alle gepensioneerden, terwijl er binnen die groep grote verschillen zijn.

En ten derde bekijkt het Centraal Planbureau (CPB) alleen de effecten van kabinetsmaatregelen, de inflatie en de ontwikkeling van de lonen. Het CPB houdt daarbij geen rekening met persoonlijke ontwikkelingen in jouw leven, waardoor je inkomen flink kan veranderen. Denk dan aan het veranderen van baan, een kind krijgen of scheiden.

Raming versus uitkomst

Om te zien of ramingen in het verleden zijn uitgekomen, hebben we de koopkrachtvoorspelling en uitkomst voor een doorsnee-huishouden van de afgelopen jaren op een rij gezet.

In de grafiek zie je steeds de voorspelling van de zogeheten statische koopkracht van het CPB en de uitkomst dat jaar. En we hebben ook de uiteindelijke dynamische koopkracht erbij gezet. Die koopkracht wordt net iets anders berekend door een ander instituut: het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS).

Het verschil tussen de statische koopkracht van het CPB en de dynamische van het CBS is dat die laatste achteraf ook meet wat er daadwerkelijk gebeurt met iemands koopkracht door veranderingen in zijn of haar persoonlijke situatie. Daar is dus ook de koopkrachtstijging door het switchen van baan in verwerkt. Of koopkrachtverlies doordat je bijvoorbeeld een kind kreeg en minder bent gaan werken.

We zien dat de laatste paar jaar de voorspelde statische koopkracht steeds wat hoger was dan de uitkomst. Dat kwam mede doordat de lonen minder stegen dan eerder verwacht.

“We ramen op Prinsjesdag volgens de actuele inzichten op dat moment”, zegt Patrick Koot, koopkrachtspecialist van het CPB. “Maar in een paar maanden tijd kan er van alles gebeuren in de wereld. Onzekerheid is onlosmakelijk verbonden aan het maken van een raming. En over een langere periode zie je dat we er zowel naar boven als naar beneden naast zitten.”

En dat klopt. Zo voorspelde het CPB voor 2016 een koopkrachtplus van 1,4 procent en werd het uiteindelijk een stuk meer: een statische koopkrachtstijging van 2,6 procent. En de dynamische koopkracht steeg nog meer, namelijk 3 procent.

Bijlage 3

Resultaten kwalitatieve inhoudsanalyse

Voorbeeld 3 (vervolg)

Volgend jaar? Flinke plus verwacht

De koopkrachtraming voor het doorsnee huishouden voor volgend jaar is dus uitgelekt: er wordt een plus van 2,1 procent verwacht. Dan gaat het dus om de statische koopkrachtraming van het CPB.

Het is meestal zo dat de daadwerkelijke dynamische koopkracht ietsje hoger uitkomt dan de statische. Dat komt bijvoorbeeld doordat mensen die van baan wisselen en meer gaan verdienen de koopkracht verder omhoog stuwten. "Zogenaemde life events hebben voor veel mensen veel meer invloed op de koopkracht dan beleidsveranderingen", zei Peter Hein van Mulligen, CBS-hoofdeconoom hier eerder over.

'Raming is voor beleidsmakers'

Dat het CPB zich beperkt tot de statische koopkracht heeft ook een reden. "Wij zijn er in eerste instantie voor beleidsmakers", zegt Patrick Koot van het CPB. "Wat zijn de effecten van beleid? Slaan maatregelen evenwichtig neer over verschillende inkomensgroepen? Dat beeld geven we in augustus en het kabinet kan dan kijken of er nog groepen achterblijven en of ze willen bijsturen. De statische koopkrachtberekening is daar het meest geschikt voor."

En het CPB voorspelt dus, terwijl het CBS alleen achteraf berekent. "En trouwen, scheiden, een baan vinden, dat soort dingen zijn haast niet te voorspellen", zegt Koot.

(NOS, 2019^c)

Bijlage 3

Resultaten kwalitatieve inhoudsanalyse

Voorbeeld 4

Duitsland staat stil bij 75ste verjaardag aanslag op Hitler

In Duitsland wordt herdacht dat kolonel Claus von Stauffenberg 75 jaar geleden zijn mislukte moordaanslag op Hitler pleegde. Bondskanselier Merkel prees hem en zijn medestanders gisteren in een videoboodschap al als symbool van het Duitse verzet tegen de nazi-dictatuur.

“Zij hebben laten zien dat ze hun geweten volgden. Daarmee hebben ze een deel van de Duitse geschiedenis vormgegeven, die verder door de duisternis van het nationaal-socialisme bepaald werd”, zei ze.

Merkel benadrukte de actuele betekenis van de aanslag, door te wijzen op de toenemende aanhang van het rechts-extremisme en de moord op de regionale politicus Walter Lübcke door een rechts-extremist. “Deze verschrikkelijke moord laat zien hoe belangrijk het is allen te ondersteunen die de democratie verdedigen.”

Merkel zal vandaag ook spreken bij een herdenking na de beëdiging van 400 militairen van de Bundeswehr. Voor het Duitse leger zijn de nagedachtenis van graaf Von Stauffenberg en zijn militaire medestanders van grote betekenis. Zij gelden als voorbeeld van goede militairen omdat ze laten zien dat Duitse militairen niet blind moeten gehoorzamen, maar als “als burgers in uniform” zelf moeten denken.

Samenzwering

De aanslag op Adolf Hitler maakte deel uit van een samenzwering van officieren en burgerlijke critici van het naziregime. Stauffenberg zou Hitler bij een vergadering in zijn hoofdkwartier ‘De Wolfsschanze’ in Oost-Pruisen met een bomaanslag om het leven brengen en daarna van de verwarring gebruikmaken om het nazi-regime omver te werpen.

Op 20 juli 1944 slaagde hij erin een bom in een tas naar binnen te brengen in de barak waar Hitler met anderen vergaderde. Na Stauffenbergs overhaaste vertrek ging de bom af en vernietigde de barak. Vier officieren kwamen om, maar Hitler overleefde het, al liep hij, zoals de historicus Volker Ullrich laat zien in zijn recente Hitler-biografie, meer schade op dan lange tijd werd gedacht.

Hoewel de aanslag mislukte, wist Stauffenberg Berlijn te bereiken, waar hij probeerde de staatsgreep door te zetten. Nog dezelfde avond werden hij en een aantal andere samenzweeiders gearresteerd en de volgende dag gefusilleerd.

Nieuwe discussie

In de nazipropaganda werden ze neergezet als een kleine groep lafhartige verraders, en dat bleef ook nog na de oorlog lange tijd een dominant beeld in Duitsland. Pas geleidelijk werden ze bekend als helden en symbolen van het betere Duitsland.

Recent is er weer discussie ontstaan over de motieven van Stauffenberg. In zijn recente biografie Stauffenberg. Portret van een moordenaar beweert Thomas Karlauf dat Stauffenberg net als andere adellijke officieren tot de zomer van 1942 de politiek van Hitler volgde en daarna niet zozeer gedreven werd door morele verontwaardiging als wel door de behoefte de schade van de oorlog voor Duitsland te beperken.

In een discussie met Karlauf veegde Johannes Tuchel, het hoofd van het museum voor het Duitse verzet in Berlijn, de vloer aan met diens argumenten. Volgens hem en andere historici speelden morele motieven wel degelijk een belangrijke rol. De discussie onder historici blijft wel wat Stauffenberg en de zijnen wisten van de Holocaust en in hoeverre dit een motief was voor hun plannen.

(NOS, 2019^d)

Bijlage 3

Resultaten kwalitatieve inhoudsanalyse

Voorbeeld 5

Cora van Nieuwenhuizen wil eerste vrouwelijke premier worden

Minister Cora van Nieuwenhuizen ziet zichzelf als kandidaat voor de opvolging van Mark Rutte. De 56-jarige VVD-minister van Infrastructuur en Waterstaat wil graag de eerste vrouwelijke premier worden.

“Dat zou zeker mooi zijn”, antwoordt ze in een gesprek met Elsevier Weekblad op de vraag of ze die ambitie heeft. Als ze geen minister-president kan worden, ziet ze een positie als eerste vrouwelijke minister van Financiën ook zitten.

Zwijgende meerderheid

In Elsevier kenschetst ze zichzelf als iemand die het opneemt voor “de zwijgende meerderheid”. Daarom keert ze zich bijvoorbeeld tegen milieuactivisten en tegen rekeningrijden.

Volgens haar creëren activisten een volstrekt verkeerd beeld. Zo ergert ze zich aan het begrip ‘vliegschaamte’. “Uit onderzoek blijkt dat maar heel weinig mensen daaronder gebukt gaan. De meesten weten niet eens wat dat is. Ze werken het hele jaar hard. Mogen ze dan alsjeblieft een keer naar Antalya.” Als ze op bezoek is in het land “spreekt niemand me aan op de milieueffecten van de luchtvaart, hoor”.

Rekeningrijden

Tegen haar zin besloot het kabinet dat er een onderzoek naar rekeningrijden komt. In Elsevier zegt ze dat dat onderzoek van haar niet had hoeven en dat ze zich in elk geval blijft verzetten tegen een spitsheffing. “Ik vind niet dat je mensen moet beboeten als ze geen andere keus hebben dan in de spits naar het werk gaan. Het allerbelangrijkste is dat autorijden voor iedereen betaalbaar is en blijft, dus ook voor de mensen die zich geen elektrische auto kunnen veroorloven.”

Van Nieuwenhuizen werd in 2017 de enige vrouwelijke VVD-minister in het derde kabinet-Rutte. Daarvoor was ze lid van de Tweede Kamer (van 2010 tot 2014) en van het Europees Parlement (van 2014 tot 2017). Ze begon haar carrière als lokaal politicus in haar woonplaats Oisterwijk, waar ze zich aansloot bij de VVD om haar kenniskring uit te breiden.

(NOS, 2019^e)

Bijlage 3

Resultaten kwalitatieve inhoudsanalyse

Voorbeeld 6

Amsterdam zet 3 miljoen euro opzij voor viering 750-jarig bestaan in 2025

De gemeente zet 3 miljoen euro opzij voor de viering van het 750-jarig bestaan van Amsterdam in 2025. Het college is van plan een feest voor alle Amsterdammers te organiseren, zonder dat de stad tot een festivalterrein wordt. Dat schrijft burgemeester Femke Halsema in een brief aan de gemeenteraad.

Halsema vergelijkt de viering met de grootse viering van het zevenhonderdjarig bestaan van de stad in 1975, waaruit evenementen als Sail, de Amsterdam Marathon en het Kwaku Summer Festival werden geboren. In dat jaar werd ook het Amsterdams Historisch Museum, tegenwoordig Amsterdam Museum, geopend.

Vanaf 2020 wordt er begonnen met de voorbereidingen. De viering moet volgens het stadsbestuur niet de promotie, maar de identiteit van de stad versterken en een katalysator vormen voor veranderingen in de stad, met tastbare erfenissen.

“Maar het kan ook dienen als vliegwiel voor belangrijke (beleids)kwesties die gaan over de toekomst van de stad”, aldus Halsema.

Denktank voor advies over plan dat college voor ogen heeft

De burgemeester heeft een groep creatieve denkers en organisatoren uitgenodigd om als denktank advies te geven over hoe het 750-jarig jubileum gevierd kan worden zoals het college voor ogen heeft. Alle wethouders worden vanwege het brede draagvlak dat nodig is voor de plannen bij de voorbereidingen betrokken.

Voor de viering heeft het stadsbestuur dit jaar 3 miljoen euro opzij gezet. Via een speciaal fonds kunnen bewoners van de stad een bijdrage aanvragen voor een goed idee om in hun eigen buurt de verjaardag van de stad te vieren. De Stichting 750 jaar Amsterdam, een burgerinitiatief van verschillende Amsterdammers, beoordeelt die aanvragen.

“2025 lijkt misschien nog ver weg, maar met de ambities die we voor ogen hebben, is nu starten voorwaarde. Een goede samenwerking van de gemeente met organisaties en bewoners zorgvuldig vormgeven, vergt tijd. Het komende jaar werken we aan de hoofdlijnen voor de weg naar 2025”, meldt Halsema.

(NU.nl, 2019³)

Bijlage 3

Resultaten kwalitatieve inhoudsanalyse

Voorbeeld 7

Maatschappelijke diensttijd met vertraging van start

De maatschappelijke diensttijd voor jongeren, een afspraak in het regeerakkoord, gaat in februari 2020 officieel van start. Dat is maanden later dan verwacht: eerder werd nog september 2019 gemeld.

Tijdens de maatschappelijke diensttijd leren jongeren nieuwe vaardigheden en ze doen iets voor een ander. Bijvoorbeeld door te helpen bij de reddingsbrigade en te zorgen voor een veilige zee of strand. Of door ouderen bij te staan met activiteiten in een zorgcentrum.

Deze diensttijd is vrijwillig. De projecten gaan zich richten op jongeren tussen 14 en 27 jaar. Het is de bedoeling dat zij daar minimaal 80 uur aan besteden binnen een periode van zes maanden.

Sinds de zomer van afgelopen jaar lopen door heel Nederland overigens al 75 experimentele projecten, waarvoor tot nu toe bijna 10.000 jongeren zijn geworven. „Ik heb daar iets langer de tijd voor genomen”, vertelt staatssecretaris Blokhuis (Volksgezondheid) over de vertraagde officiële start.

Blokhuis: „Inmiddels denk ik dat we zoveel informatie hebben dat we op basis daarvan het concept, het ontwerp, heel goed kunnen neerzetten en in februari 2020 van start kunnen laten gaan.”

Erkenning krijgen

Tot nu toe werkt de werving via school of opleiding het best. Zo'n 38 procent van de deelnemers startte zo met hun diensttijd. Jongeren noemen als hun belangrijkste motivatie om mee te doen dat ze anderen willen helpen en daarvoor erkenning willen krijgen.

Ze willen ook vaardigheden ontwikkelen en zinvol werk doen, hun leven weer op de rit krijgen, grip krijgen op baan of studiekeuze en de kans op succes daarin vergroten. Als het organisaties lukt om hierop aan te sluiten, spreekt dit volgens onderzoek een potentieel van bijna 600.000 jongeren aan.

Samen met jongeren, gemeenten, werkgevers, organisaties en scholen wordt komende tijd verkend of er een landelijk certificaat kan komen, ter waardering van opgedane vaardigheden en kennis.

De diensttijd zou oorspronkelijk al in 2018 ingaan, maar liep meermalen vertraging op.

(Algemeen Dagblad, 2019^a)

Bijlage 3

Resultaten kwalitatieve inhoudsanalyse

Voorbeeld 8

Leerlingen in voortgezet speciaal onderwijs krijgen straks diploma

Voortaan krijgen alle leerlingen in het voortgezet speciaal onderwijs een schooldiploma. Minister Slob voor Basis- en Voortgezet Onderwijs wil de leerlingen meer erkenning geven.

De wet moet er nog wel voor worden aangepast. Omdat daarvoor een wetgevingstraject moet worden doorlopen, krijgen leerlingen waarschijnlijk pas in het schooljaar 2021-2022 voor het eerst een diploma, zegt een woordvoerder van het ministerie.

Getuigschrift

Het voortgezet speciaal onderwijs is er voor leerlingen die specialistische of intensieve begeleiding nodig hebben. Het gaat dan om kinderen met een beperking, chronische ziekte of stoornis. Een deel van die leerlingen doet geen eindexamen. Voor hen is dat te lastig; zij kunnen niet op het vereiste diplomaniveau komen.

Leerlingen in het profiel arbeidsmarkt worden door de leraren voorbereid op het doen van eenvoudig werk, veelal bij een sociale werkvoorziening. Ook is er het profiel dagbesteding. Jongeren die dat doen, zijn vaak verstandelijk of meervoudig gehandicapt. Leerlingen in de profielen dagbesteding en arbeidsmarkt krijgen nu nog een getuigschrift, dat wordt dus een diploma.

Het voortgezet speciaal onderwijs telt in totaal zo'n 37.500 leerlingen. Er zijn ook leerlingen die op een school voor voortgezet speciaal onderwijs een vmbo-opleiding, havo of vwo volgen. Zij krijgen aan het eind van hun schooltijd al het diploma dat daarbij hoort.

Bekroning

"Alle leerlingen verdienen een bekroning op het einde van hun middelbare schooltijd", zegt de minister in een persbericht. "Daarom gaan we ervoor zorgen dat ook leerlingen in het voortgezet speciaal onderwijs voortaan een schooldiploma krijgen."

Door de wetwijziging krijgen nu alle leerlingen op het voortgezet onderwijs een diploma. Eerder kondigde minister Slob aan dat alle leerlingen in het praktijkonderwijs ook een diploma krijgen.

(NOS, 2019^f)