

## **Vrouwen in een mannenwereld**

De betekenisgeving van Nederlandse voetbal-mediaprofessionals aan gender en  
vrouwenvoetbal in het productieproces

Frank Zoethoutmaar

Studentnummer: 402869

E-mail: Zoethoutmaar.frank@gmail.com

Telefoon: (06)53677902

---

Master Thesis Media Studies (Media en Cultuur)

Erasmus School of History, Culture and Communication. Erasmus Universiteit Rotterdam

Begeleider: Dr. Jacco van Sterkenburg

21 juni 2018

# Vrouwen in een mannenwereld

De betekenisgeving van Nederlandse voetbal-mediaprofessionals aan gender en  
vrouwenvoetbal in het productieproces

## Abstract

*Dit onderzoek is een aanvulling op eerder onderzoek naar de relatie tussen sportverslaggeving en gender, met de focus op vrouwenvoetbal in het jaar na het succesvolle EK 2017. Eerder onderzoek bestaat voornamelijk uit inhoudsanalyses. Uit deze inhoudsanalyses is gebleken dat vrouwensport significant minder aandacht krijgt in de media dan mannensport. Wanneer vrouwensport wel de aandacht krijgt, laat eerder onderzoek zien dat dit vaak gepaard gaat met genderstereotyperingen terwijl dit bij mannensport niet of nauwelijks het geval is. Vrouwen worden als fysiek minder sterk, emotioneler, afhankelijk van mannen of seksueel aantrekkelijk neergezet in de verslaggeving. Daarnaast liet eerder onderzoek zien dat vrouwenvoetbal als minderwaardig werd gezien en zelfs niet als topsport. Dit onderzoek focust zich op hoe Nederlandse voetbal-mediaprofessionals zelf betekenisgeven aan gender en vrouwenvoetbal in het productieproces, en hiermee ook het gebruik van stereotyperingen in de verslaggeving. Doordat dit onderzoek zich focust op het productieproces, is het een relevante aanvulling op bestaand onderzoek. Aangezien hier nauwelijks recent onderzoek naar gedaan is kan deze studie nieuwe inzichten bieden in het bestaande onderzoeksveld naar dit onderwerp. Voor dit onderzoek zijn er tien interviews met voetbal-mediaprofessionals afgenomen, die vervolgens thematisch geanalyseerd zijn. Uit de analyse zijn drie hoofdthema's naar voren gekomen: 'Routines in het productieproces', 'Diversiteit op redacties' en 'Betekenisgeving aan vrouwenvoetbal'. Hieruit is gebleken dat door de tijdsdruk die de voetbal-mediaprofessionals ervaren en de machocultuur die heerst op sportredacties genderstereotyperingen nog steeds voorkomen. Tevens is dit ook de reden waarom er weinig tot geen reflectie over dit thema plaatsvindt op redacties. Mannelijke journalisten vinden zichzelf over het algemeen genderneutraal en zien daardoor niet de noodzaak om hierop te reflecteren. Uit de interviews is gebleken dat de respondenten hier de noodzaak inderdaad niet van inzien en de hand niet in eigen boezem steken voor het nog steeds aanwezig zijn van genderstereotyperingen. De respondenten stellen dat ze de machocultuur niet snel zien veranderen door het gebrek aan vrouwelijke sportjournalisten, waardoor de huidige status quo behouden blijft. Verder is gebleken uit de interviews dat mannenvoetbal nog steeds de norm is. Door de heersende machocultuur zal het vrouwenvoetbal voorlopig onderbelicht blijven en de huidige vorm van verslaggeving bestaan. Huidig onderzoek toont echter wel aan, in tegenstelling tot voorgaand onderzoek, dat de aandacht voor vrouwenvoetbal een ontwikkeling heeft gemaakt en inmiddels als topsport wordt beschouwd en daardoor langzamerhand een plek begint te veroveren op de sportradar.*

Keywords: Gender, stereotyperingen, routines, voetbal-mediaprofessionals, kwalitatief onderzoek

# Inhoudsopgave

<b><u>Abstract</u></b>	2
1. Inleiding	5
1.1 <i>Onderzoeksvraag</i>	8
1.2 <i>Wetenschappelijke relevantie</i>	9
1.3 <i>Maatschappelijke relevantie</i>	9
1.4 <i>Leeswijzer</i>	10
2. Theoretisch kader	12
2.1 <i>Gender</i>	12
2.2 <i>Gender in media</i>	13
2.3 <i>Gender in sportmedia</i>	13
2.4 <i>Gender en het productieproces</i>	15
3. Methode en analyse	18
3.1 <i>Dataverzameling</i>	18
3.2 <i>Respondenten</i>	20
3.3 <i>Analyse</i>	21
3.4 <i>Betrouwbaarheid en validiteit</i>	22
4. Resultaten	24
4.1 <i>Routines in het productieproces</i>	25
4.1.1 <i>Vaste routines</i>	25
4.1.2 <i>Objectiviteit</i>	28
4.1.3 <i>Veranderingen door digitalisering</i>	30
4.2 <i>Diversiteit op redacties</i>	34
4.2.1 <i>Blank en man</i>	34
4.2.2 <i>Toegevoegde waarde vrouwelijke voetbal-mediaprofessionals</i>	36
4.2.3 <i>Kwaliteit boven kwantiteit</i>	37
4.3 <i>Betekenisgeving aan vrouwenvoetbal</i>	38
4.3.1 <i>Stereotyperingen in de sportjournalistiek</i>	39
4.3.2 <i>Niveau vrouwenvoetbal</i>	44
4.3.3 <i>Populariteit vrouwen en misère van de mannen</i>	46
5. Discussie en conclusie	48
5.1 <i>Routines en stereotyperingen</i>	48
5.1.1 <i>Routines en tijdsdruk</i>	48
5.1.2 <i>Stereotyperingen en hand in eigen boezem</i>	49
5.2 <i>Diversiteit: Mannewereld</i>	50

<i>5.3 Plaats van vrouwenvoetbal in de sport</i>	52
<i>5.4 Implicaties</i>	53
<i>Conclusie</i>	55
<i>Aanbevelingen vervolgonderzoek</i>	56
Referentielijst	57
Bijlage I	63

## 1. Inleiding

“Historische avond: Nederlandse vrouwenploeg voor het eerst Europees Kampioen voetbal.” (de Volkskrant, 6 augustus 2017). In de zomer van 2017 werd het Nederlandse Vrouwenelftal Europees Kampioen in eigen land. In de finale werd Denemarken met 4-2 verslagen. Historie was geschreven. Tijdens het toernooi werd er verschillende malen het kijkcijferrecord naar een vrouwenvoetbalwedstrijd verbroken, naar de finale keken maar liefst 4,1 miljoen kijkers (Algemeen Dagblad, 7 augustus 2017).

Het vrouwenvoetbal zit in de lift, het is de snelst groeiende sport onder vrouwen (Romijn & Elling, 2017) en daarnaast zijn de vrouwen zeer succesvol. De populariteit en het succes van het vrouwenvoetbal enerzijds en de malaise van het nationale mannenelftal anderzijds, creëert een unieke situatie om de aandacht aan vrouwenvoetbal in sportmedia te onderzoeken. Uit verschillende onderzoeken blijkt namelijk dat vrouwenvoetbal en vrouwensport veel minder aandacht krijgen dan mannensport en mannenvoetbal door internationale en Nederlandse media. (Duncan & Messner, 1998; Kinkema & Harris, 1998; Tuggle, 1997; Lumpkin & Williams, 1991; Peeters & Elling, 2015).

### *Onderzoeksveld van gender en sportmedia*

Er zijn meerdere studies gedaan naar gender en sportmedia. De meeste daarvan waren kwantitatieve of kwalitatieve inhoudsanalyses. Echter zijn er ook studies gedaan naar het productieproces omtrent sportmedia, hierover later meer.

Allereerst zullen de kwantitatieve content analyses aan bod komen. Er is in verschillende landen onderzoek gedaan naar de verhouding van sportverslagen over mannen en over vrouwensport. Het maakt niet uit welk onderzoek erbij gepakt wordt, er wordt over vrouwensport relatief veel minder geschreven dan over mannensport. Uit onderzoek is gebleken dat sportverslagen in media als kranten, televisie en magazines gemiddeld maar 5-10% over vrouwensport gaan (Tuggle, 1997; Lumpkin & Williams, 1991). Daarnaast worden de vrouwensporten neergezet als minder spannend en minder nieuwswaardig (Duncan & Messner, 1998; Kinkema & Harris, 1998). De hiervoor genoemde onderzoeken zijn redelijk verouderd gezien ze in de vorige eeuw geschreven zijn. Het kwantitatieve onderzoek van Peeters en Elling (2015) is een stuk recenter. In dit onderzoek is de sportverslaggeving omtrent vrouwenvoetbal in Nederland onder de loep genomen. Uit het onderzoek is gebleken dat tussen 1993 en 2013 vrouwenvoetbal een stuk populairder geworden is, er is een significante toename in de verslaggeving over vrouwenvoetbal, maar mannenvoetbal blijft nog wel vele

malen populairder. Bruce (2013) laat daarnaast zien dat vrouwensporten wereldwijd minder aandacht krijgen, ook hier komt naar voren dat mannensport vaak gezien wordt als de norm. Ondanks dat de eerder genoemde artikelen enigszins verouderd waren, laten deze onderzoeken zien dat de eerdere bevindingen nog steeds relevant zijn.

De kwalitatieve inhoudsanalyse in het onderzoek van Peeters en Elling (2015) laat zien dat voetbal echter nog steeds in verband gebracht wordt met mannelijkheid en mannenvoetbal nog steeds de norm is. Met de kwalitatieve inhoudsanalyse methode is er onderzocht hoe er verslag gedaan wordt over vrouwensport. Uit het onderzoek van Kinnick (1998) blijkt dat vrouwen worden neergezet als emotioneel en fysiek zwakker dan mannen. Meerdere onderzoeken weerleggen het fysieke gedeelte van dit standpunt, deze onderzoeken laten zien dat zowel mannen als vrouwen worden omschreven als competent en fysiek sterk (Birrell & Theberge, 1994; Knoppers & Elling, 1999, 2001a; Van der Lippe, 2002; Elling & Luijt, 2009). Toch worden vrouwelijke sporters anders omschreven dan mannen. Vrouwen worden vaak neergezet als afhankelijk van mannen. Vrouwelijke sportprestaties worden deels toegeschreven aan de mannen in hun omgeving, zoals coaches, echtgenoten of vaders. Daarnaast worden ze emotioneler neergezet maar ook omschreven als aantrekkelijk. Door dit soort associaties als emotioneel zwakker, of aantrekkelijkheid, te linken aan hun prestaties, worden de prestaties van de vrouwelijke sporters afgezwakt (Birrell & Theberge, 1994; Billings & Eastman, 2002; Knoppers & Elling, 1999; 2001a).

Dat vrouwen door sportmedia omschreven worden als emotioneel zwak of afhankelijk van mannen kan kwalijk zijn voor de beeldvorming van vrouwen in het algemeen. Volgens Hall (1995) en Bruce (2013) spelen de media een grote rol in deze beeldvorming. Doordat het publiek op een constante manier wordt blootgesteld aan een bepaald beeld over de vrouw, wordt dit beeld genaturaliseerd, het wordt als het ware gezien als 'natuurlijk'. Hierdoor kan het beeld dat vrouwen emotioneler zijn en afhankelijk van mannen door de maatschappij als normaal gezien worden. De manier waarop de vrouwen gerepresenteerd worden, wordt ook wel *framing* (Entman, 1993) genoemd. Groepen in de samenleving krijgen hierbij bepaalde stereotype beelden toegewezen. Vrouwen krijgen door de verslaggeving van sport de frames 'emotioneel', 'fysiek minder sterk dan mannen' en 'afhankelijk van mannen' toegewezen.

Onderzoeken naar de verslaggeving omtrent de Olympische Spelen laten echter weer wat anders zien. Kwantitatieve content analyses laten zien dat de verhouding van verslaggeving over mannen- en vrouwensport nagenoeg gelijk is of zelfs in het voordeel van vrouwen (Elling & Luijt, 2009; Daddario & Wigley, 2007). Tijdens zo een belangrijk sportevenement worden sporters uit eigen land belangrijker gevonden dan sporters uit andere

landen. Nationalisme en het gevoel van wij versus zij lijkt tijdens dat soort evenementen belangrijker dan gender, dus als vrouwen goed presteren worden ze bij dit evenement even vaak als de mannen weergegeven (Billings & Eastman, 2002; Jackson, Andrews & Cole, 1998). Echter is ook bij de verslaggeving over de Olympische Spelen de tendens zichtbaar dat vrouwen als afhankelijk, emotioneel en fysiek aantrekkelijk worden omschreven (Elling & Luijt, 2009; Daddario & Wigley, 2007).

### *Onderzoeksveld naar het productieproces*

Uit het overzicht hierboven blijkt dat er veel kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse onderzoeken zijn gehouden. Deze inhoudsanalyses geven een goed beeld hoeveel er over vrouwensport geschreven wordt en op welke manier. Echter wordt hierin niet het productieproces onderzocht. Terwijl de artikelen gemaakt worden en tot stand komen in het productieproces. Onderzoek hiernaar zal inzichten bieden hoe de sportverslaggeving tot stand komt. Volgens Ong (2014) wordt er in studies waar er een stereotype beeld van een ander wordt weergegeven, voornamelijk onderzoek gedaan naar de inhoud van de mediaberichten. Het ontstaan van deze berichten wordt vaak niet meegenomen. Het meenemen van het productieproces wordt volgens Ong een holistische aanpak genoemd.

Uit verschillende studies blijkt dat (sport)journalistiek een mannenwereld is (Deuze, 2001; Knoppers & Elling, 2001b; Ordman & Zillman, 1994; Ross, 2001; Salwen & Garrison, 1998). Sportjournalistiek is hierdoor niet alleen *gendered* in content maar ook in het productieproces. Maar voordat er hier verder overgegaan wordt, is het van belang om kort iets te zeggen over het algemene productieproces in de media.

Verschillende onderzoekers (Van Zoonen, 1998; Rowe, 1999) stellen dat journalistiek uit twee dimensies bestaat, *institutional* en *contemporary* journalistiek. *Institutional* wordt gezien als algemene nieuws dat bestaat om het publiek te informeren. *Contemporary* journalistiek wordt gezien als de menselijke interesse journalistiek, hieronder wordt entertainment geschaard. Van Zoonen (1998) schaaft sportjournalistiek onder entertainment, terwijl Rowe (1999) vindt dat sportjournalistiek een combinatie van beide is. Sport heeft namelijk in reguliere nieuwsuitzendingen vaak een prominente plek. Daarnaast worden grote sportevenementen als de Olympische Spelen uitgezonden door de publieke omroep in Nederland. Hierdoor is sportjournalistiek niet alleen maar louter entertainment.

Volgens Deuze (2001) moeten journalisten tijdens hun werk rekening houden met verschillende facetten die invloed hebben op wat ze wel en niet kunnen schrijven, zoals de organisatie waar ze voor werken of de relatie met bronnen. Andere onderzoekers hebben

bestudeerd hoe deze facetten in relatie staan met de routine van de journalisten (Davis, 1997; Knoppers & Elling, 2001b; Lowes, 1999; Theberge & Cronk, 1986). Eerdere onderzoeken laten zien dat de praktijk van journalistiek wordt bepaald door structurele kenmerken zoals bijvoorbeeld tijdsdruk, winst maken, kijkcijfers en beslissingen van redacteuren. Van Zoonen (1998) benadrukt dat de *agency* van journalisten niet vergeten moet worden, dat wil zeggen dat journalisten zelf ook vormgeven aan de keuze van hun selectie en verslaggeving. Onder andere rondom vrouwenvoetbal bijvoorbeeld.

Knoppers en Elling (2004) hebben eveneens onderzoek gedaan naar de eerder genoemde rol van *agency* door journalisten. Er was weinig onderzoek gedaan naar hoe journalisten zelf kijken naar hun rol in het productieproces, en de keuzes die journalisten zelf hebben en maken om over bepaalde dingen wel of niet te schrijven of om bijvoorbeeld bepaalde invalshoeken te kiezen. In de studie van Knoppers en Elling (2004) worden journalisten onder andere geconfronteerd met bevindingen uit eerdere studies omtrent het verschil tussen de verslaggeving over mannen- en vrouwensport. De journalisten erkennen dat vrouwen in sommige sporten, zoals hockey of tennis, vaker dan mannen seksueel aantrekkelijk worden neergezet. Echter blijkt dat de journalisten het er niet mee eens zijn dat er structureel een verschil gemaakt wordt tussen mannen en vrouwen, puur en alleen omdat het mannen of vrouwen zijn. Hun selectieproces is namelijk volgens henzelf gebaseerd op objectiviteit, interesses en traditie (Knoppers & Elling, 2004). Hierover later meer.

### *1.1 Onderzoeksvraag*

Onderzoek als die van Knoppers en Elling (2004) hebben belangrijke inzichten opgeleverd voor deze thesis, echter is het productieproces in de afgelopen decennia ingrijpend veranderd (Bardoel en Wijfjes, 2015). Hierbij kan gedacht worden aan de komst van sociale media, die ervoor gezorgd hebben dat nieuwswaardige gebeurtenissen vrijwel meteen online geplaatst moeten worden. Daarnaast zouden sommige redenen voor sportjournalisten om minder over vrouwenvoetbal te schrijven uit het onderzoek van Knoppers en Elling (2004) niet meer van toepassing moeten zijn. Zo zei een journalist die in de betreffende studie werd geïnterviewd dat de reden waarom er weinig aandacht aan vrouwenvoetbal geschonken wordt, is dat er geen topprestaties geleverd worden. Gezien het succes van het Nederlands Vrouwenelftal op het Europees Kampioenschap van 2017 zou je verwachten dat dit soort opmerkingen niet meer naar voren moeten komen. Vandaar dat het een unieke kans is om te kijken hoe de houding van voetbalmedia-professionals tegenover vrouwenvoetbal nu is, in het jaar na het Europees Kampioenschap. Daarom staat in dit onderzoek de volgende onderzoeksvraag centraal: Hoe



geven Nederlandse voetbalmedia-professionals betekenis aan gender en vrouwenvoetbal in het productieproces in het jaar na het succesvolle EK 2017? Onder voetbalmedia-professionals vallen zowel redacteurs als journalisten.

### *1.2 Wetenschappelijke relevantie*

Onderzoek naar het productieproces in sportmedia is schaars. De onderzoeken die wel gehouden zijn, zijn voornamelijk gedaan in de Verenigde Staten (Bruce, 2004; 2013). In Nederland is er ook weinig onderzoek gedaan naar het productieproces in relatie tot gender, alleen door Knoppers en Elling (2004). Bovendien is er sindsdien veel veranderd, niet alleen in de wereld van de media maar ook rondom het vrouwenvoetbal. Hierbij kan gedacht worden aan het recente succes van de vrouwen op het Europees Kampioenschap 2017. Dit onderzoek maakt gebruik van eerdere kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyses studies naar gender in sportmedia. Dit onderzoek focust zich echter op de productiefase en niet op de inhoud van de verslaggeving zelf, hierdoor is deze thesis een aanvulling op het huidige wetenschappelijke debat rondom gender. Dit onderzoek levert daarom een theoretische bijdrage aan de al besproken literatuur in de inleiding. Dit onderzoek neemt ook de ontwikkelingen die zich hebben voortgedaan sinds 2004 mee, zoals de sportieve prestaties van het vrouwenvoetbal en de veranderingen in het medialandschap zoals de komst van de sociale media (Bardoel & Wijfjes, 2015). Dit onderzoek focust zich vooral op de productiekant, in samenhang met de eerder genoemde studies kan dit onderzoek echter wel holistische inzichten opleveren omdat het onderzoek naar het productieproces gelinkt wordt aan onderzoeken naar de inhoud van berichtgeving.

### *1.3 Maatschappelijke relevantie*

“Het realiseren van gendergelijkheid en gelijkheid wat betreft seksuele oriëntatie, genderidentiteit en geslachtskenmerken in de Nederlandse samenleving. Dit dient te geschieden op in ieder geval de terreinen: onderwijs, veiligheid, gezondheid, arbeidsmarkt, media, politiek, recht en leefvormen.” (Artikel 25 Emancipatie Rijksbegroting, 2018). Uit dit beleidsstuk van de Nederlandse overheid, blijkt dat het realiseren van gendergelijkheid een belangrijk thema is in de Nederlandse samenleving. Hieronder valt ook gendergelijkheid in de sportmedia. Gelijkwaardigheid wat betreft gender is nog niet gerealiseerd, de eerder genoemde studies laten namelijk zien dat mannen en vrouwen anders worden weergegeven in de sportmedia. Vrouwen krijgen namelijk in sportverslaggeving volgens de eerder genoemde

onderzoeken, stereotype beelden toegewezen. Dit soort stereotyperende beelden kunnen genaturaliseerd worden door het publiek wanneer ze vaak herhaald worden.

Knoppers en Elling (2004) laten in hun artikel zien dat sportmedia een belangrijke maatschappelijke functie hebben. De constante aandacht die door het ‘reguliere’ nieuws aan sport wordt gegeven en de populariteit van sportprogramma’s bevestigen dit beeld. Vrouwen worden stereotyperend neergezet als emotioneel zwak, afhankelijk van mannen of dat hun sport minder belangrijk is (Birrell & Theberge, 1994; Billings & Eastman, 2002; Knoppers & Elling, 1999; 2001a). Bij constante herhaling van deze stereotypingen kunnen deze beelden worden overgenomen door het publiek (Hall, 1995; Bruce, 2013). Dit kan negatieve gevolgen hebben voor de beeldvorming over vrouwen in de samenleving.

Sportjournalisten hebben volgens Knoppers en Elling (2004) weinig reflectie op dit soort onderwerpen en de rol die zij spelen. Bruce (2013) sluit zich hierbij aan dat sportjournalisten zich er ook niet bewust van zijn dat ze dit gebruiken. Dit onderzoek zou kunnen bijdragen in de bewustwording van professionals in de sportmedia over hun rol wat betreft beeldvorming over gendergelijkheid in de Nederlandse samenleving. Door het laten zien dat gendergelijkwaardigheid een thema is dat nog steeds niet besproken wordt op redacties. Dit onderzoek zou kunnen laten zien dat het probleem omtrent genderstereotypingen aan het begin van het productieproces ligt. Zij zijn namelijk verantwoordelijk voor de verslaggeving over, in dit geval, vrouwenvoetbal.

#### *1.4 Leeswijzer*

In dit gedeelte wordt de structuur van de thesis weergegeven.

#### Hoofdstuk 2: Theoretisch Kader

In de inleiding worden de eerdere onderzoeken genoemd. In het theoretisch kader zal er dieper ingegaan worden op bestaand onderzoek om deze thesis in te bedden in de literatuur. De inbedding is gedaan aan de hand van vier thema’s. Allereest wordt gender als begrip in het algemeen besproken. Vervolgens zal er stapsgewijs toegewerkt worden naar een smallere inkadering van het onderzoek. Ten tweede wordt namelijk gender in media besproken. Daarna wordt er stilgestaan bij gender in sportmedia om vervolgens wordt er afgesloten met gender en het productieproces.

#### Hoofdstuk 4: Methode

In hoofdstuk 4 wordt beargumenteerd waarom de gekozen onderzoeksmethode, kwalitatieve diepte-interviews, de juiste methode is om de onderzoeksvraag van deze thesis te beantwoorden. Het hoofdstuk is opgedeeld in twee hoofddelen, namelijk in de data verzameling en de data analyse. In het gedeelte van de data verzameling wordt besproken hoe de data vergaard wordt. Hierin zal uiteengezet worden hoe de respondenten voor de interviews gezocht worden en waarom er gekozen is om sportmedia-professionals van verschillende media te interviewen. In het gedeelte van de data analyse zal besproken worden hoe de data verwerkt wordt. Hierin zal de thematische analyse beschreven worden en hoe de drie stappen van het coderingsproces van Boeije (2010) zijn toegepast: open codering, axiale codering en selectieve codering.

#### Hoofdstuk 5: Resultaten

In hoofdstuk 5 zullen de resultaten van het onderzoek worden weergegeven. Uit de analyse van de getranscribeerde interviews zullen thema's naar voren komen. De thema's zullen in dit hoofdstuk worden toegelicht. Om de resultaten van de thema's te versterken, zullen er citaten uit de getranscribeerde interviews worden toegevoegd. Hierdoor zal er een duidelijker beeld ontstaan van de resultaten. Daarnaast zal er een overkoepelende samenhang van de resultaten besproken worden.

#### Hoofdstuk 6: Discussie en conclusie

Een samenvatting van de resultaten en een antwoord op de onderzoeksvraag zal gegeven worden in de discussie en conclusie. De resultaten zullen worden vergeleken met de literatuur uit het theoretisch kader om te zien of hier verschillen of overeenkomsten in zijn. Daarna zal het onderzoek geëvalueerd worden en mogelijke beperkingen benoemd worden en de wetenschappelijke bijdrage van dit onderzoek benadrukt worden. Tot slot zullen er aanbevelingen gedaan worden voor toekomstig onderzoek.

## **2. Theoretisch kader**

Zoals uit de inleiding is gebleken staat in deze thesis gender in en het productieproces van de Nederlandse sportmedia centraal. In dit gedeelte van het thesisvoorstel zullen de belangrijkste concepten uitgebreider besproken worden. Dit om meer context te geven aan het onderzoek en het onderzoek in te kaderen. Allereerst zal de term gender in het algemeen besproken worden. Daarna zal er stapsgewijs toegewerkt worden naar gender en het productieproces in sportmedia. Tussentussen die ook behandeld zullen worden zijn de rol van gender in de media in het algemeen, en gender in de sportmedia.

## *2.1 Gender*

Gender kan uitgelegd worden op twee verschillende manieren, puur naar geslacht kijken waarbij een persoon als bijvoorbeeld man of vrouw wordt neergezet of als een sociale constructie. In dit onderzoek wordt de sociale constructie van de mens gebruikt. Dit betekent dat gender door de tijd heen gevormd wordt door sociale, economische en politieke krachten (Dines & Lumez, 2003). Vanuit het biologisch determinisme wordt aangenomen dat mensen worden geboren als man of vrouw. Terwijl in culturele theorieën wordt beweerd dat de mens wordt geconstrueerd als mannelijk of vrouwelijk. In dit onderzoek wordt er vanuit gegaan dat personen geconstrueerd worden als mannelijk of vrouwelijk (Van Damme, 2010). Dit houdt in dat er vanuit gegaan wordt dat gender, dat wat gezien wordt als mannelijk of vrouwelijk, wordt gecreëerd door de maatschappij. Eigenschappen die worden toegeschreven aan mannelijk en vrouwelijk veranderen door de jaren heen. Hierbij kan bijvoorbeeld gedacht worden aan het gedachtegoed dat de man de kostwinner is in de familie, terwijl het beeld over de vrouw die thuis zit achterhaald is. Dines en Lumez (2003) omschrijven gender als een dynamisch en onstabiel concept.

Het beeld over gender komt terug in onze dagelijkse routines en handelingen. Doordat dit dagelijks herhaald wordt, wordt dit geconstrueerde beeld een vanzelfsprekendheid (Butler, 2006). Het beeld dat is ontstaan formeert zich voornamelijk op een rangschikking van prestige en macht. In deze machtsrelaties is er sprake van een mannelijke hegemonie, mannelijkheid is dominant over vrouwelijkheid. Daarnaast wordt de blanke heteroseksuele man over het algemeen op de top van de ladder geplaatst in deze hiërarchie (Hermes, 2007). Dit stamt af van vroeger waar blanke mannen sinds oudsher in westerse samenlevingen de belangrijke posities in zowel de politiek als het bedrijfsleven in handen hebben. Blanke heteroseksuele mannen zijn daardoor de norm geworden in dergelijke posities. Media spelen een belangrijke rol in het verspreiden van deze beeldvorming over gender (Hall, 1995; Bruce, 2013). Het beeld

dat is gecreëerd over de verhouding tussen man en vrouw, of mannelijk en vrouwelijk, wordt hier dagelijks herhaald. De verhoudingen worden op deze manier als natuurlijk en normaal ervaren.

## *2.2 Gender in media*

Zoals eerder aangegeven hebben de media een rol in de beeldvorming en het in stand houden hiervan in de gender verhoudingen. Maar wat zijn nou precies de beelden die geconstrueerd worden omtrent gender in de media? Dit gedeelte zal hier kort aandacht aan besteden, om de stap naar gender in sportmedia beter te begrijpen.

Er zijn verschillende studies gedaan hoe media gender construeren, vanuit culturele studies maar ook vanuit feministische studies (Hermes, 2007). Mannen en vrouwen worden in de media relatief vaak stereotyperend gepresenteerd. Mannen worden als sterk en dominant geportretteerd terwijl vrouwen vaak als afhankelijk maar ook seksueel aantrekkelijk worden neergezet (Gill, 2007). Uit deze representatie komt de vrouw vaak als mindere van de man naar voren (Gauntlett, 2002). Echter wordt er gesteld dat het feminisme een steeds grotere invloed krijgt op de media (Gauntlett, 2002). Vrouwen worden steeds vaker als sterke en onafhankelijke personen neergezet. Maar toch is er nog steeds een verschil zichtbaar tussen mannelijke en vrouwelijke eigenschappen. Vrouwen worden vaak als afhankelijk van mannen neergezet. Terwijl mannen leidinggevend en sterk worden gepresenteerd. De media bevestigen en versterken een status quo in Westerse maatschappijen, waarin stereotyperende mannelijke eigenschappen waardevoller worden gezien dan stereotyperende vrouwelijke eigenschappen. Het idee wordt in stand gehouden dat de meeste mannen en vrouwen vallen onder de stereotypingen. Het versterkt een hiërarchisch beeld dat mannen een meer waardevolle positie hebben dan vrouwen. (Hall, 1996). In een mannenwereld zoals de sportmediawereld zal dit waarschijnlijk niet anders zijn.

## *2.3 Gender in sportmedia*

Kwantitatieve inhoudsanalyses hebben aangetoond dat er in de sportmedia relatief veel minder over vrouwensport verslag gedaan wordt dan over mannensport (Duncan en Messner, 1998; Kinkema & Harris, 1998). Peeters en Elling (2015) tonen echter wel aan dat er in de afgelopen decennia een toename is in het aantal verslaggevingen over vrouwensport. Wanneer er wel over vrouwelijke sporters geschreven wordt, is het interessant om te kijken hoe de vrouwen dan worden neergezet. (Sport)media maken namelijk gebruik van een discours waar het

publiek berichten uitplukt die beeldvorming over gender en stereotypering in de hand kunnen werken. (Hargreaves, 1986; Hall, 1995; Bruce, 2013).

Uit verschillende onderzoeken is gebleken dat vrouwen als emotioneler, afhankelijk van mannen of seksueel aantrekkelijk worden neergezet (Birrell & Theberge, 1994; Billings & Eastman, 2002; Knoppers & Elling, 1999; 2001a). Knoppers en Elling (2004) laten in hun onderzoek zien dat vrouwelijke tennissers of hockeysters vaak in korte rokjes worden gefotografeerd en aantrekkelijk worden afgebeeld. Het onderzoek van Elling & Luijt (2009) geeft het verschil in verslaggeving tussen mannen en vrouwen goed weer. Het onderzoek focust zich op de verslaggeving omtrent de Olympische Spelen van 2004. Inge de Bruijn won meerdere gouden medailles tijdens dit evenement, zeer succesvol dus. De foto's die van haar geplaatst werden tijdens het evenement in de krant lieten echter maar twee actiefoto's zien van het zwemmen, terwijl er wel zeven foto's werden geplaatst waarop Inge de Bruijn als seksueel aantrekkelijk werd afgebeeld (Elling & Luijt, 2009). Daarnaast werden haar lichamelijke kenmerken ook nadrukkelijk benadrukt in de krant. Haar lichaam werd omschreven als het ideale lichaam (Algemeen Dagblad, 12 augustus 2004) of werd zichzelf omschreven als Inky: het lichaam (Algemeen Dagblad, 12 augustus 2004). In de krantenartikelen werd ook de rol van haar Amerikaanse coach benadrukt, waardoor ze als vrouw toch afhankelijk werd neergezet van een man.

Tijdens dit evenement werd tevens duidelijk dat er een verschil in berichtgeving was tussen Inge de Bruijn en Pieter van de Hoogenband. Beide zwemmers verloren een finale tijdens dit evenement. Pieter van de Hoogenband werd na deze finale neergezet als een sportieve verliezer. Pieter van de Hoogenband verloor de titanenstrijd van Ian Thorpe en kon daar niks aan doen (Algemeen Dagblad, 17 augustus 2004). Terwijl Inge de Bruin na het verlies van een finale omschreven werd als 'nog geen heldin' (Algemeen Dagblad, 20 augustus 2004). Er is een duidelijk verschil te zien omtrent de verslaggeving tussen de vrouwelijke en de mannelijke zwemmer. Bruce (2013) toont met recent onderzoek aan dat dit soort beeldvorming niet alleen vorige eeuw of begin deze eeuw speelden, maar dat het nog steeds relevant is. Het is interessant om dieper in te zoomen op de mechanismen die een rol spelen bij de verslaggeving over mannen en vrouwen in de sport. Het volgende gedeelte gaat daarom over het productieproces van de verslaggeving.

#### *2.4 Gender en het productieproces*

De sportjournalistiek is voornamelijk een blanke mannenwereld (Claringbould, Knoppers & Elling, 2004). Alhoewel de berichtgeving in de media gaat over mensen van verschillende gender en afkomst, zijn het voornamelijk blanke mannelijke redacties die berichtgeven over iedereen. De blanke mannelijke achtergrond speelt een rol in het selectie proces van de journalisten (Nishikawa, Towner, Clawson & Waltenburg, 2009). In het *hierarchy of influences* model van Shoemaker en Reese (2016) worden factoren genoemd die een rol kunnen spelen in het selectieproces van journalisten. Het selectieproces is nooit geheel subjectief omdat demografische gegevens, zoals geslacht en etniciteit, een rol spelen in dit selectieproces. Dit houdt bijvoorbeeld in dat mannelijke verslaggevers niet doorhebben dat ze gebruik maken van stereotyperingen. Doordat ze man zijn hebben ze niet ervaren dat bepaalde uitspraken of verslaggeving stereotype beelden bevat, hierdoor blijven ze dit soort beelden gebruik vanuit hun achtergrond als man zijnde. Dit sluit aan op het onderzoek van Van Zoonen (1998). Van Zoonen stelt dat de selectie van onderwerpen niet alleen maar komt door structurele kenmerken zoals bijvoorbeeld tijdsdruk, winst maken, kijkcijfers en beslissingen van redacteuren, maar ook dat *agency* van de journalisten een grote rol speelt in de keuze waarover verslag gedaan wordt. Onder *agency* vallen bijvoorbeeld routines als ervaring en raamwerken uit eerdere verslagen. Hierdoor kunnen stereotyperingen van vroeger bijvoorbeeld terugkerend zijn in verslagen.

Knoppers en Elling (2004) hebben specifiek onderzoek gedaan naar het productieproces van sportmedia in Nederland. Zij interviewden verschillende sportjournalisten omtrent het productieproces en hoe de selectie van sportnieuws tot stand komt. Knoppers en Elling stellen dat de keuzes veelal gebaseerd zijn op routines. Hier vallen zowel de structurele kenmerken als de *agency* van de journalisten onder. De tijdsdruk die journalisten ervaren zorgt ervoor dat journalisten terugvallen op deze routines (Silk, Slack & Amis, 2007). Bruce (2004) en Drok en Hermans (2016) stellen eveneens dat de snelheid en tijdsdruk die de journalisten ervaren van invloed kunnen zijn op keuzes die stereotypering in de hand werken. Journalisten grijpen namelijk terug op ervaring en gewoonte in hun keuze van bewoording, waardoor deze stereotyperingen al snel herhaald worden. De ervaring en gewoonte berust op de mannelijke machocultuur die heerst in de sportjournalistiekwereld (Bruce, 2013). Door de tijdsdruk worden namelijk de subjectieve keuzes gemaakt, waarin het eigen gender een rol speelt, zoals Shoemaker en Reese (2016) weergeven het *hierarchy of influences* model. Dit houdt in dat routines, en achtergronden van de journalist zoals gender en etniciteit van de journalist zelf aan de basis staan van keuzes die ze maken tijdens de verslaggeving, al dan niet onbewust. Ondanks de professionaliteit van de journalisten, spelen

deze dingen altijd mee op de achtergrond waardoor het haast onmogelijk is om objectief te zijn.

Journalisten zelf geloven echter wel dat ze objectief zijn. Knoppers en Elling (2004) identificeerden in de interviews drie criteria die journalisten gebruiken in het selectieproces: Objectiviteit, belangstelling en gewoonte. De journalisten stellen dat ze objectief het nieuws bekijken en dat wanneer vrouwen beter presteren dan mannen, daar meer over geschreven zal worden dan over slecht presterende mannen. Dat er meer over mannensport geschreven wordt dan vrouwensport, betekent volgens deze logica dat ze vinden dat mannen beter presteren dan vrouwen. Door het succes van het Nederlands Vrouwenelftal zou verwacht kunnen worden dat er in het jaar na het gewonnen EK (zomer 2017) meer over de vrouwen wordt geschreven dan over het Nederlands Mannenelftal. Hier komt echter het tweede criterium, belangstelling, om de hoek kijken. Volgens de journalisten wordt mannenvoetbal gezien als A-categorie sport, hieronder vallen de meest populaire sporten zoals voetbal en seizoenssporten als schaatsen in de winter. Dit soort sporten worden gezien als A-categorie omdat ze populair zijn bij het publiek, zelfs ondanks slechte prestaties. Het derde criterium is de gewoonte. Sportjournalistiek is een mannenwereld (Knoppers en Elling, 2004). In deze mannenwereld wordt mannenvoetbal als de norm aanschouwd en vrouwenvoetbal minderwaardig. De reden voor dit verschil in aanzien ligt volgens de journalisten puur aan het niveau en niet door het verschil in gender. Zo zei bijvoorbeeld een journalist: “Soccer? That is only men, that is natural. We never cover women’s soccer!! Never!! Those women do not perform well and that is why they will never appear in the newspaper!” (Knoppers en Elling, 2004, p.63).

Alhoewel journalisten zichzelf als objectief zien en wars van gendervoorkeur, laten verschillende studies zien dat het vrijwel onmogelijk is om in het selectieproces puur objectief te zijn (Claringbould et al., 2004; Knoppers & Elling, 2004; Nishikawa et al., 2009; Shoemaker & Reese, 2016). Op basis van hiervoor genoemde onderzoeken lijkt dit ook te gelden voor vrouwenvoetbal. Journalisten geven aan dat ze objectief kijken naar sporten en hun selectie berust op objectiviteit en nieuwswaardig, toch laat eerder onderzoek zien dat er wel degelijk stereotypering voorkomt in de verslaggeving en selectiekeuzes die niet per se ‘objectief’ zijn. In deze thesis zal het selectieproces van voetbalmedia-professionals in Nederland omtrent vrouwenvoetbal, na een historische prestatie van het Nederlandse vrouwenelftal op het Europees Kampioenschap 2017, een prominente rol innemen. Alhoewel de bestaande literatuur waardevol onderzoek laat zien, is het gezien de ontwikkeling van het vrouwenvoetbal redelijk gedateerd. De ontwikkelingen die zich hebben voorgedaan qua



niveau zou een andere kijk op vrouwenvoetbal moeten geven, gezien de criteria die sportjournalisten in voorgaand onderzoek gegeven hebben. Het bewustzijn van sportjournalisten omtrent gendergelijkwaardigheid kan door dit onderzoek vergroot worden. Dit vernieuwde onderzoek naar het productieproces is daarom een waardevolle toevoeging op bestaand onderzoek.

### **3. Methode en Analyse**

In dit hoofdstuk zal de onderzoeksmethode en de analyse hiervan uiteengezet worden. Uit dit hoofdstuk zal blijken waarom de gekozen onderzoeksmethode de juiste is voor deze Master Thesis. Verder zal er stilgestaan worden bij de groep respondenten en de betrouwbaarheid en validiteit van deze thesis.

### *3.1 Dataverzameling*

De onderzoeksvraag richt zich op de betekenisgeving die gegeven wordt aan het Nederlandse vrouwenvoetbal door Nederlandse voetbalmedia-professionals. Om deze betekenisgeving te achterhalen was het noodzakelijk om kwalitatieve diepte interviews te houden (Kvale, 2007). Omdat er in dit onderzoek niet gezocht werd naar cijfermatige kennis of data over hoe vaak er geschreven wordt over het Nederlandse vrouwenvoetbal maar naar de betekenisgeving die eraan gegeven wordt, is dit onderzoek kwalitatief van aard en niet kwantitatief. Er werd onderzocht hoe individuen de betekenisgeving op hun respectievelijke redacties ervaren (Strauss & Corbin, 1998). Deze interviews hebben inzicht geboden in hoe de betekenisgeving aan het Nederlandse vrouwenvoetbal is op dit moment, een jaar na het succes van het vrouwenelftal op de Europees Kampioenschap van 2017, op het gebied van routines, opvattingen, selectiecriteria en qua mate van belangrijkheid. De ervaringen van deze mensen staan centraal.

Om een antwoord te geven op de onderzoeksvraag was het van belang om de juiste respondenten te zoeken. Omdat de betekenisgeving op Nederlandse redacties onderzocht werd, was het van belang om zowel journalisten als redacteuren te vinden voor een interview. Zodat de betekenisgeving die aan het Nederlandse vrouwenvoetbal gegeven wordt vanuit meerdere perspectieven belicht werd. De respondenten moesten dus aan een bepaald criteria voldoen en worden hierop uitgekozen. Vandaar dat er in het begin gebruik gemaakt werd van *purposive sampling* (Boeije, 2010). De eerste contacten met respondenten kwamen voort uit het netwerk van mijn vader. Mijn vader is adjunct-directeur bij Rotterdam Topsport en heeft door zijn werk contacten met journalisten van onder meer de NOS en het Algemeen Dagblad. Zelf ken ik een redacteur bij het online voetbalplatform FC Afkicken, waardoor er ook bij dit medium een ingang is. Daarnaast is er gebruik gemaakt van het netwerk van mijn begeleider om met nog meer respondenten in contact te komen. Tot slot is er nog gebruik gemaakt van het sneeuwbaaleffect (Biernacki & Waldorf, 1981), aan het einde van enkele interviews is aan de respondent gevraagd of zij contactgegevens hadden van andere voetbal-mediaprofessionals die ik kon benaderen voor een interview. De geïnterviewde respondenten beschikken natuurlijk over het beste netwerk op de redacties en daardoor ben ik via hen in aanraking

gekomen met nog meer geschikte respondenten voor dit onderzoek. Op deze manier is er getracht een afspiegeling te geven van respondenten verspreid over de meer traditionele media en nieuwere online media. Zodat niet alleen de betekenisgeving aan vrouwenvoetbal van de traditionele media beschreven werden, maar ook die van opkomende nieuwe online platformen. Om deze afspiegeling te geven was het van belang dat de respondenten zoveel mogelijk verschillende media representeren.

De interviews werden afgenomen aan de hand van een topiclijst, zodat er een houvast was om op terug te vallen tijdens deze gesprekken. De topiclijst is in verschillende delen opgebouwd, zoals te zien is in de bijlage. Volgens Hermanowicz (2002) bestaat een goed interview namelijk uit drie delen. Allereerst moet een interview begonnen worden met een aantal algemene vragen. Voorbeeldtopics voor het introducerende gedeelte waren carrière, werkbeschrijving en routines (Nishikawa et al., 2009). Het doel hiervan was dat de respondent zich op zijn gemak voelt waardoor in het tweede gedeelte serieuzere topics aan bod kunnen komen gebaseerd op het theoretisch kader, zoals 'diversiteit op sportredacties', 'gender en verslaggeving', 'objectiviteit', 'EK-2017' en 'reflectie op eigen werk'. Deze topics zijn voortgekomen uit het theoretisch kader. 'Diversiteit op sportredacties' komt voort uit voorgaand onderzoek dat sportredacties voornamelijk bestaan uit mannen (Claringbould, et al., 2004). 'Gender en verslaggeving' komt voort uit onderzoeken waarin gesteld wordt dat vrouwelijke sporters relatief vaak stereotyperend worden beschreven in sportverslaggeving (Birrell & Theberge, 1994; Knoppers & Elling, 1999, 2001a; Van der Lippe, 2002; Elling & Luijt, 2009). 'Objectiviteit' en 'Reflectie op eigen werk' komen voort uit onderzoeken van Knoppers en Elling (2004) en Bruce (2013) waarin gesteld wordt dat sportjournalisten zichzelf als objectief zien en niet reflecteren op thema's als gendergelijkheid. Doordat de respondenten een prettige sfeer ervaarden door de introductievragen, gaven de respondenten ook antwoord op de moeilijkere en diepere vragen. Vervolgens werd het interview afgesloten en de respondent gevraagd of er nog zaken niet aan bod waren gekomen. De expertise van de respondent bracht namelijk bij verschillende interviews nog onderwerpen aan het daglicht die bruikbaar waren voor dit onderzoek.

Voor dit onderzoek is er een punt van saturatie (Schreier, 2013) bereikt na het afnemen van tien interviews. Op een gegeven moment gaven de interviews meer herhaling en kwamen er geen baanbrekende nieuwe thema's meer aan bod die relevant waren voor dit onderzoek, vandaar dat het punt van saturatie is bereikt.

### *3.2 Respondenten*

In dit gedeelte zal er kort uiteengezet worden welke respondenten er zijn geïnterviewd en waarom. Dit wordt gedaan om te laten zien dat er zo een divers mogelijke groep respondenten binnen het vakgebied is geïnterviewd.

Voor dit onderzoek zijn er tien voetbal-mediaprofessionals geïnterviewd. Er is een zorgvuldige afweging gemaakt om respondenten te zoeken werkzaam bij sportredacties van de krant, televisie en internetplatforms. Het is van belang om de digitale media mee te nemen in dit onderzoek, omdat de komst van televisie en later de sociale media een grote verandering teweeg heeft gebracht in de journalistiek (Bardeel & Wijfjes, 2015). Dit onderzoek zou niet volledig zijn wanneer deze media achterwege gelaten zouden zijn. Voor deze thesis zijn er daarom voor de geschreven media respondenten geïnterviewd van De Volkskrant, Het Algemeen Dagblad, De Trouw, De Telegraaf en voetbalmagazine Staantribune. Voor de televisiemedia zijn er respondenten geïnterviewd van NOS Studio Sport, RTV Rijnmond en Ziggo Sport. Voor het internetplatform is er een respondent geïnterviewd van FC Afkicken. Tot slot is er ook een respondent geïnterviewd die voor zowel kranten als televisie werkzaam is, voornamelijk bij Rijnmond en Ziggo Sport. De functies die de respondenten bekleeden bij de verschillende media zijn journalist, redactielid, hoofdredacteur en eindredacteur. Deze diversiteit is gekozen zodat er verschillende lagen in het productieproces aan bod kwamen.

Zoals in het theoretisch kader naar voren kwam, is de sportjournalistiek voornamelijk een mannenwereld (Claringbould, Knoppers & Elling, 2004). In het zoeken naar respondenten bleek dit vandaag de dag nog steeds van toepassing in de Nederlandse sportjournalistiek. Alhoewel er bij verschillende media op televisie steeds vaker vrouwen te zien zijn bij voetbalprogramma's, was het niet mogelijk om een vrouwelijke voetbal-mediaprofessional te interviewen voor dit onderzoek. Door gebruik van *snowball sampling* bij de ondervraagde respondenten is geprobeerd om een vrouwelijke journalist te benaderen voor een interview, dit leverde echter geen resultaat op. Vandaar dat de groep respondenten voor dit interview bestaat uit louter blanke mannen, wat in feite eigenlijk een reflectie is van de algehele beroepsgroep. Het overgrote gedeelte van de respondenten had de leeftijd van veertig jaar al gepasseerd, echter is er voor dit interview ook een respondent van 23 jaar en 35 jaar geïnterviewd. Ondanks dat er geen vrouwelijke voetbal-mediaprofessional is geïnterviewd, laat de verscheidenheid van zowel geschreven als digitale media een representatief beeld zijn van de Nederlandse sportjournalistiek.

### 3.3 Analyse

De getranscribeerde interviews zijn gecodeerd aan de hand van een thematische analyse (Boeije, 2010). Er is gekozen voor een thematische analyse omdat het onderzoek op zoek thema's in zowel de latente als manifeste betekenis, waarin theorie gekoppeld wordt aan de onderzoeksresultaten (Braun & Clarke, 2008). Gebruik maken van concepten op deze manier wordt ook wel het gebruik van *sensitizing concepts* genoemd (Bowen, 2006). "Social researchers now tend to view sensitizing concepts as interpretive devices and as a starting point for a qualitative study" (Bowen, 2006, p. 2). Voor dit onderzoek zijn 'gender' en 'stereotypering' bijvoorbeeld *sensitizing concepts*. De sensitizing concepts hebben geholpen bij het identificeren van bevindingen en betekenissen, maar tegelijkertijd is er wel met een open blik gekeken naar mogelijke andere bevindingen en betekenissen. Het thematisch analyseren bestaat uit verschillende stappen (Boeije, 2010). Allereerst werd de data open gecodeerd. Alle getranscribeerde interviews zijn opgebroken in verschillende tekstfragmenten. Deze fragmenten krijgen tijdens deze fase allemaal een code toebedeeld, een code bestaat uit een woord of een aantal woorden, dus een label, dat de gedachte of inhoud van het fragment bevat. Dit was noodzakelijk zodat daarna alle fragmenten met elkaar vergeleken konden worden en ingedeeld konden worden in overkoepelende thema's.

Hiermee is de tweede stap in de thematische analyse van de interviews bereikt, het axiaal coderen. Alle codes van de interviews zijn opnieuw doorgenomen en is er gezocht naar verbanden tussen de codes. Tijdens deze stap zijn er meer specifieke categorieën en overkoepelende thema's geformuleerd op basis van de literatuur. De literatuur heeft geholpen om thema's te formuleren zoals 'diversiteit op redacties', maar tegelijkertijd is er ook goed gelet op mogelijke tegengeluiden van de journalisten en andere zaken die de literatuur tegenspreken, zo zal bijvoorbeeld blijken dat sommige sportjournalisten vrouwenvoetbal leuker vinden dan mannenvoetbal. Tijdens deze stap zijn codes die bij elkaar hoorden gegroepeerd in thema's. Daarna is er een onderverdeling gemaakt wat hoofd- en subthema's waren. Bepaalde subthema's ondersteunden namelijk een meer overkoepelende gedachte. Op deze manier zijn er hoofd- en subthema's gevonden in de verzamelde data.

Dat luidt de laatste stap in, in de analysefase namelijk: de selectieve codering. Tijdens deze stap zijn er verbanden tussen de thema's gemaakt. In deze fase is er gezocht naar het verband tussen de verschillende thema's die de hoofdgedachte van de data weergeeft. Hierbij kan bijvoorbeeld gedacht worden aan het verband tussen het gebruik van stereotypingen voortgekomen uit routines en de diversiteit op redacties, hier wordt in de discussie dieper op ingegaan. In deze fase werd goed duidelijk welke boodschappen er naar voren kwamen uit de

verschillende interviews. Op die manier is er getracht om een overkoepelend antwoord uit meerdere interviews te geven op de onderzoeksvraag.

### *3.4 Betrouwbaarheid en validiteit*

In dit gedeelte zal de betrouwbaarheid en de validiteit van deze thesis uiteengezet worden. Allereerst zal besproken worden hoe er in dit onderzoek is gezorgd voor betrouwbare data. Vervolgens zal er besproken worden hoe de validiteit van dit onderzoek tot stand is gekomen.

De betrouwbaarheid in een sociaal wetenschappelijk onderzoek houdt in dat dezelfde data en onderzoeksmethode in ander vergelijkend onderzoek dezelfde uitkomsten biedt. Er kan gesproken worden over een hoge mate van betrouwbaarheid wanneer andere onderzoekers dezelfde resultaten vinden wanneer ze dezelfde onderzoeksmethode hanteren voor een vergelijkbaar onderzoek (Babbie, 2014). In dit onderzoek komt de betrouwbaarheid naar voren door het gebruik van concepten die voortvloeien uit de theorie. Uit het theoretisch kader zijn verschillende thema's en onderwerpen naar voren gekomen waar de interviews op gebaseerd zijn. Om de betrouwbaarheid te testen is er zorgvuldig beschreven worden welke stappen er zijn genomen tijdens de analyse en waar de codes, thema's en categorieën op gebaseerd zijn. Hiermee kan de interpretatie van de interviews getest worden en tevens zal de bijgevoegde topiclijst een houvast bieden aan onderzoekers die een vergelijkbaar onderzoek willen uitvoeren. In dit onderzoek is er tevens gezocht naar patronen die terugkwamen in de data en is er doorgedaan tot er een punt van saturatie is bereikt op de eerder genoemde belangrijke thema's, hierdoor is het aannemelijk dat onderzoekers die een gelijke studie uitvoeren op dezelfde bevindingen stuiten. Doordat de belangrijke thema's herhaaldelijke voorkwamen in verschillende interviews, kan er gesteld worden dat de bevindingen geen toevalstreffers zijn.

In sociaal wetenschappelijk onderzoek wordt validiteit gemeten door te kijken in hoeverre de onderzoeksmethode gevolgd wordt tijdens het verzamelen van de data. Dat wil zeggen dat er gekeken wordt of er tijdens het onderzoek gemeten wordt, wat er gemeten moet worden om een antwoord te geven op de onderzoeksvraag. Dit wordt ook wel constructvaliditeit genoemd (Babbie, 2014). Voor deze thesis wordt de validiteit gewaarborgd op verschillende manieren. Allereerst wordt de validiteit gewaarborgd door de juiste groep respondenten te interviewen. Doordat er gezocht wordt naar de betekenisgeving van voetbalmediaprofessionals aan vrouwenvoetbal, is het van belang dat er alleen voetbalmediaprofessionals geïnterviewd worden. Door middel van *purposive sampling* is er voor deze thesis een groep van tien voetbalmediaprofessionals geïnterviewd, zowel redacteurs als

journalisten werkzaam bij kranten, internetplatforms en televisie. Hierdoor kan er gesteld worden dat de geïnterviewde respondenten, de juiste zijn om antwoord te vinden op de onderzoeksvraag. Daarnaast is er gebruik gemaakt van een topiclijst die uitvoerig is besproken met de begeleider van de scriptie. De topiclijst heeft ervoor gezorgd dat de juiste vragen zijn gesteld aan de respondenten ten aanzien hetgeen we wilden onderzoeken. Op deze manier is er gezorgd dat er een grote mate van validiteit is ontstaan (Babbie, 2014).

Een andere vorm van validiteit is externe validiteit. Deze vorm van validiteit bepaalt in hoeverre data generaliseerbaar zijn in een andere tijd of plaats. Alhoewel data in kwalitatief onderzoek haast niet generaliseerbaar zijn, zijn er wel patronen gevonden die duiden op saturatie wat toch generaliseerbaarheid waarschijnlijk maakt. Daarnaast is generaliseerbaarheid met andere landen niet het doel van deze studie, maar door de koppeling te leggen met andere literatuur draagt deze studie bij aan het grotere plaatje naar gendergelijkwaardigheid in mediastudies.

#### **4. Resultaten**

In dit hoofdstuk zullen de resultaten besproken worden die voortgekomen zijn uit de tien afgenomen interviews. De interviews zijn getranscribeerd en daarna gecodeerd. Uit het coderingsproces zijn drie hoofdthema's naar voren gekomen, die weer onderverdeeld zijn in

subthema's. Het eerste hoofdthema dat besproken zal worden is het thema: Routines in het productieproces. Vervolgens zal het tweede hoofdthema besproken worden genaamd: Diversiteit op redacties. Tot slot luidt het derde hoofdthema: Betekenisgeving aan vrouwenvoetbal. Deze thema's zijn opgesteld om een antwoord op de onderzoeksvraag van deze thesis te geven. De onderzoeksvraag luidde: Hoe geven Nederlandse voetbalmedia-professionals betekenis aan gender en vrouwenvoetbal in het productieproces in het jaar na het succesvolle EK 2017? Elk thema zal bijdragen aan het beantwoorden van deze vraag. In dit hoofdstuk zal de nadruk gelegd worden op de informatie die uit de interviews gekomen is. De koppeling met de literatuur zal voornamelijk gelegd worden in het hoofdstuk 'Discussie & conclusie'

Elk hoofdthema heeft een eigen subtitel in dit hoofdstuk en is onderverdeeld in verschillende subthemas. Het hoofdthema 'Routines in het productieproces' zal worden opgesplitst in de subthema's: Vaste routines, Objectiviteit en Veranderingen door digitalisering. 'Diversiteit op redacties' zal bestaan uit drie subthema's, namelijk: Blank en man, Toegevoegde waarde vrouwelijke voetbal-mediaprofessionals en Kwaliteit boven kwantiteit. Tot slot zal het laatste hoofdthema 'Betekenisgeving aan vrouwenvoetbal' worden opgedeeld in: Stereotypering in de sportjournalistiek, Niveau vrouwenvoetbal en Populariteit vrouwen en misère van de mannen.

Voordat er ingegaan wordt op de resultaten van de interviews, is het belangrijk om het volgende over de respondenten te melden. De antwoorden die de respondenten hebben gegeven, is de persoonlijke mening van de respondenten. Tijdens de interviews is er specifiek gevraagd naar de eigen mening en niet de mening van het medium waarvoor de betreffende respondent werkt. Vandaar dat in dit hoofdstuk ook niet vermeld wordt dat een respondent van een bepaald medium dit heeft gezegd. Het enige wat bij de citaten vermeld wordt is de functie van de respondent. Het doel van dit onderzoek is namelijk ook niet wat bepaalde media van vrouwenvoetbal vinden, maar wat de betekenisgeving is aan vrouwenvoetbal van de voetbal-mediaprofessionals.

#### **4.1 Routines in het productieproces**

In dit hoofdthema wordt besproken welke routines van invloed zijn op het productieproces van de voetbal-mediaprofessionals. Uit het theoretisch kader is naar voren gekomen dat deze routines invloed kunnen hebben op het mogelijke gebruik van stereotypingen bij de verslaggeving. Bruce (2004), Knoppers en Elling (2004) en Drok en Hermans (2016) stellen



in hun onderzoek dat de keuze van verslaggeving veelal voortkomt uit deze routines. Dit komt omdat journalisten tegenwoordig steeds meer last hebben van tijdsdruk, journalistiek werk is haast niet meer te doen zonder terug te vallen op routines als gewoonte en raamwerken uit eerdere verslagen (Silk, Slack & Amis, 2007). Knoppers en Elling (2004) stellen daarnaast dat objectiviteit een grote rol speelt in het selectieproces volgens de journalisten. Shoemaker en Reese (2016) stellen echter dat pure objectiviteit niet mogelijk is in het selectieproces. In het *hierarchy of influences* model laten zij zien dat demografische factoren zoals geslacht of etniciteit altijd meespelen op de achtergrond. Hierdoor zijn keuzes in het productieproces altijd al subjectief.

Dit hoofdthema is opgesplitst in drie subthema's. (1) vaste routines, (2) objectiviteit en (3) veranderingen door digitalisering. Uit de analyse zal blijken dat er verschil en consensus bestaat tussen de respondenten over de verschillende thema's. Sommige respondenten omarmen de digitalisering, terwijl andere de digitalisering als een bedreiging zien voor de journalistiek. Daarnaast liggen de meningen over de vraag of objectiviteit bestaat, ook niet op één lijn. Voordat de analyse uiteengezet wordt, is het belangrijk om te melden dat tijdens dit gedeelte van de interviews de link tussen routines en gender nog niet direct werd gelegd door de respondenten. Het kan echter wel inzichten bieden hoe de voetbal-mediaprofessionals te werk gaan, of ze inderdaad gebruik maken van routines die stereotyperingen in de hand werken.

#### *4.1.1 Vaste routines*

Uit de interviews met de voetbal-mediaprofessionals kwam naar voren dat er veel vergelijkingen vallen te trekken qua werkwijze van de respondenten. Vrijwel elke respondent gaf aan dat informatie inwinnen en daardoor kennis van zaken verkrijgen, belangrijk is in de voorbereiding op een interview of tijdens het verslaggeven. Respondenten gaven aan dat ze van te voren zoveel mogelijk over een persoon of club te weten willen komen. Voor een interview geldt dat je mensen bijvoorbeeld belt die positieve dingen hebben te vertellen over iemand, maar ook negatieve. Op die manier krijg je een goed beeld van een persoon en levert dit kleurige een mooie gesprekken op. Een andere respondent sprak over zijn voorbereidend werk als commentator, waarop hij aangaf dat goed verslaggeven van een wedstrijd alleen kan wanneer de sport je eigen is.

'Ja ik heb van Ziggo wat uitgebreide samenvattingen gekregen bijvoorbeeld. Ik heb op internet wat links gevonden van wedstrijden van het Nederlands team, die ga ik terugkijken. Als ik dat

gedaan heb dan schrijf ik de terminologie op bijvoorbeeld. Ik vind gewoon dat ik moet zorgen dat die sport mij eigen wordt.’

Eén van de respondenten gaf daarnaast wel meteen aan dat het inwinnen van informatie cruciaal is, maar dat het ook valkuilen met zich meebrengt. Het is belangrijk om niet te verdwalen in een vooraf opgestelde mindset:

‘Je ziet heel vaak interviews van mensen die hebben echt heel veel interviews over iemand gelezen en die gaan dan toch dat interview een beetje nadoen en ik hou daar niet zo erg van. De verleiding is heel groot om dan die leuke dingen die de ander gezegd heeft weer een beetje op te roepen. Waardoor die daar dan misschien weer wat meer over vertelt en waardoor je toch een soort van een beetje hetzelfde verhaal krijgt.’

In het theoretisch kader bleek al dat journalisten in de sportverslaggeving vaak teruggrijpen naar routines in het productieproces. Uit voorgaande onderzoeken bleek dat journalisten onder tijdsdruk teruggrepen naar ervaring. Keuzes tijdens het productieproces worden vaak bepaald aan de hand van ervaring. Alhoewel de respondenten niet direct een link legden tussen tijdsdruk en ervaring, kwam ervaring wel vaak ter sprake in de werkwijze van de respondenten. “Dus ja ik moet gewoon kiezen. Dus ik kies voor waar ik denk dat er een leuk verhaal te halen valt.”. De desbetreffende respondent deed deze uitspraak omdat hij de enige voetbaljournalist is van de krant waarvoor hij werkt. De krant kan daardoor bijvoorbeeld niet verslag doen van alle Eredivisiewedstrijden en op basis van zijn ervaring kiest hij bijvoorbeeld de wedstrijd die hij het meest nieuwswaardig acht. Dit zou mogelijk een verklaring zijn dat er minder voor gekozen wordt om naar vrouwenwedstrijden te gaan, uit ervaring kan een sportjournalist denken dat de mannenwedstrijden meer nieuwswaardig zijn.

In dit specifieke voorbeeld gaat het om de keuze voor het bezoeken van een wedstrijd. Een andere respondent refereert daarentegen naar zijn ervaring als voetbalcommentator in zijn verslaggeving. Hij vertrouwt op zijn jarenlange ervaring als het gaat om commentaar leveren tijdens wedstrijden: “Maar ik vind het fantastisch om mensen mee te nemen in de sfeer van de wedstrijd. Ik ben daar zo vaak geweest, ik ken die spelers, ik bedoel ik weet wel ‘ik heb wel know-how’”. Hier geeft de respondent aan dat hij op basis van zijn ervaring de kijker van goed commentaar kan leveren. Een andere respondent, een eindredacteur, gaf eveneens aan dat wanneer een journalist veel ervaring heeft, dat de journalist verslag kan doen vanuit zijn woonkamer en kijkend naar de televisie: “Je kan het best een keertje van een tv, als je goede

bagage hebt dan kan je dat best een keer doen.”. De redacteur gaf aan dat journalisten ter plekke moeten zijn willen ze echt goed verslag geven, maar het wel mogelijk is om terug te vallen op ervaring. Hier geven de respondenten aan dat het mogelijk is om te putten uit ervaring. Uit het theoretisch kader is gebleken dat het putten uit ervaring, die in de sportjournalistiek toch vaak bestaat uit een idee van ‘mannelijkheid is de norm’, kan leiden tot het herhalen van stereotype denkbeelden rondom gender van vroeger.

Hierboven werd eigenlijk al direct aangegeven wat volgens een aantal respondenten cruciaal is om goed journalistiek werk te leveren, namelijk ‘op locatie zijn’. Door zelf de wedstrijden of evenementen te beleven kan er met een meer open blik naar de wedstrijd gekeken worden en zal de kwaliteit van de verslaggeving hoger zijn. De volgende citaten uit de interviews ondersteunen dit gedachtegoed:

‘..je moet om het authentieke eigen verhaal te behouden, is het zelf beleven, en dan voorkom je ook een fake news, door gewoon zelf de vinger aan de pols te houden, zelf je eigen ervaring, dan blijft het ook authentiek.’

‘Maar gedegen voorbereiden vind ik belangrijk en een gedegen voorbereiding kun je niet alleen opzoeken, maar vind ik ook naar een laatste training gaan, even praten met de trainer, vlak voor de wedstrijd even naar de trainer gaan, even naar de tourmanager, joh ik zie dat die er niet bij is wat is er aan de hand, ja geblesseerd oké. Dus het is meer dan alleen Google gebruiken.’

Het op locatie zijn zorgt ervoor dat de routine ‘netwerk’ voor de journalisten behouden blijft. Het hebben en vertrouwen op een goed netwerk is cruciaal voor het uitvoeren van het journalistieke vak. Het zorgt ervoor dat bronnen jou als journalist het laatste nieuws toevertrouwen of dat je als journalist erop geattendeerd wordt dat er nieuwswaardige gebeurtenissen plaatsvinden of nieuwtjes zijn. Een eindredacteur stelde zelfs dat het medium waar hij voor werkt niet bestaat zonder netwerk. De kracht van zijn medium is dat ze een uitstekend netwerk hebben waar nieuwtjes van grote voetbalclubs en een Max Verstappen altijd als eerste bij hen vandaan komt. Het onderhouden van een netwerk vergt daarom ook veel geslijm bij de juiste mensen, aldus een ondervraagde journalist, anders krijg je het nieuws niet. Het hebben van een netwerk kan de objectiviteit van een journalist beïnvloeden, omdat journalisten hun bron niet kwijt willen. In het volgende subthema zal dit behandeld worden.

‘Want dat is natuurlijk onze kracht nog steeds, hè dan kunnen ze allerlei nieuwtjes hebben, maar als het om het Nederlands elftal gaat, Feyenoord, Ajax, PSV, de grote jongens, Max Verstappen, 90 procent staat bij ons als eerste erop. En dat heeft puur te maken met het netwerk, het aanwezig zijn bij evenementen, gewoon zorgen dat je actief bent op het front, en niet vanaf de zijlijn... door er te zijn, toevallig kom ik Lewis Hamilton tegen, heb ik ineens een verhaal wat niemand heeft.’

‘.en de een is beter in het onderhouden van contacten met veel mensen. Nou daar moet je een bepaalde figuur voor zijn, je moet af en toe moet je een beetje kunnen slijmen. En maar sommigen zijn daar heel goed in, en het is ook heel nuttig want door die goede contacten krijg je informatie, en nieuws los, dus dat is een belangrijke factor.’

Uit de interviews is kortom gezegd naar voren gekomen dat de werkwijze en routines die gebruikt worden door de voetbal-mediaprofessionals bestaan uit: informatie inwinnen waardoor een journalist goed voorbereid is, ervaring, op locatie zijn, en het hebben van een netwerk.

#### *4.1.2 Objectiviteit*

Het volgende subthema dat besproken zal worden staat in nauw verband met het vorige subthema. In de verschillende interviews kwam namelijk naar voren dat bijvoorbeeld het hebben van een netwerk de objectiviteit van journalisten kan beïnvloeden. Het schrijven van kritische artikelen kan er namelijk voor zorgen dat lijntjes worden doorgeknipt waar je informatie vandaan haalt. Een eindredacteur zei hierover dat het een lastige afweging is wat je schrijft of zegt over iemand. Objectiviteit zou op één moeten staan, maar volgens hem wordt dat in de sportwereld toch stiekem opzij geschoven af en toe. Dit om nieuws te blijven ontvangen van een bron en te zorgen dat het lijntje niet doorgeknipt wordt.

Deze eindredacteur gaf aan dat objectiviteit op één zou moeten staan bij journalisten, maar dat gebeurt niet altijd. In andere interviews kwam zelfs naar voren dat pure objectiviteit niet bestaat. Iedereen heeft voorkeuren of heeft tijdens zijn opvoeding bepaalde voorkeuren meegekregen waardoor hij of zij nooit helemaal objectief verslag kan doen. Een hoofdredacteur bevestigde dit door te stellen dat sportjournalisten ook maar mensen zijn, iedereen heeft zijn of haar voorkeur en eigen denkbeelden over sport. De volgende citaten geven dit standpunt van verschillende respondenten goed weer:

‘Naja, objectiviteit bestaat in zeker zin niet... Je kunt niet in mijn hersenen iets uitschakelen van ‘jij mag niet Messi een betere voetballer vinden dan Ronaldo, dat mag niet je moet alleen maar naar feiten’... omdat er ook andere dingen dan cijfers tellen. Het is net als met een vrouw, de ene vrouw kan misschien veel mooier zijn dan de andere vrouw maar toch vind jij die vrouw, die misschien minder mooi is, veel leuker. Of man of wat of wie dan ook. Dus pure objectiviteit bestaat eigenlijk niet en die moet je ook niet nastreven.’

‘Iedereen heeft voorkeuren... probleem is dat sportjournalistiek vol zit met supporters. En mensen die veel te veel mee gaan zitten juichen en dat is echt wel een gevaar vind ik ja... Maar ik begrijp wel dat het moeilijk is. Ik bedoel als je het hele jaar achter Max Verstappen aan reist, dan ben je geneigd om hem wel te geloven. Het gevaar van journalistiek is om altijd in een tunnel te zitten van opvattingen en je moet altijd openstaan voor andere gedachten.’

Tijdens de interviews werd duidelijk dat er geen consensus heerst tussen de respondenten of objectiviteit bestaat. Hierboven werd gesteld dat objectiviteit niet bestaat en dat dit gevaren met zich mee kan brengen. Andere respondenten gaven daarentegen aan dat objectiviteit wel bestaat of gaven aan dat een gebrek aan objectiviteit geen invloed heeft op verslaggeving in negatieve zin. Dat een journalist of commentator bepaalde voorkeuren heeft doet niks af aan zijn of haar kwaliteiten, aldus een respondent. Hij stelde dat collega’s van hem die een bepaalde club aanhangen, niet mindere sportjournalisten zijn. Hij stelde dat wanneer ze over hun eigen club schrijven, ze vaak kritischer zijn dan over andere clubs. Een eindredacteur van een medium dat zich onder andere richt op regionale sporten, stelde dat objectiviteit bestaat maar dat chauvinisme daar af en toe boven staat. Dat soort keuzes worden gemaakt omdat het publiek daarom vraagt.

Het publiek speelt volgens deze eindredacteur een grote rol. Media gaan naar evenementen toe waar ze denken dat het publiek interesse in heeft, wat het publiek interessant vindt is nieuwswaardig. Uit het theoretisch kader bleek verder dat niveau ook belangrijk is in de keuzes die gemaakt worden, wat nieuwswaardig is. Kijkend naar vrouwenvoetbal wordt dit criteria ook toegepast. Een journalist bevestigt dit beeld, na een discussie met een collega werd hij erop gewezen dat hij nu ook naar alle wedstrijden van de vrouwen in de Eredivisie moet gaan. Hij deed dit af omdat het niveau daar te laag ligt, zoals blijkt uit het volgende citaat:

‘..dat hij nu verwacht dat ik nu ook naar alle wedstrijden in de competitie ga. Maar we gaan ook niet naar de handbalcompetitie of de volleybalcompetitie voor vrouwen, behalve als er

iemand kampioen kan worden. Maar het niveau is daar gewoon een stuk lager dan het nationaal team bij die sporten, daar gaan we dan wel naar toe.'

Hiermee wordt gerechtvaardigd waarom vrouwenvoetbal nog steeds marginale aandacht krijgt ten opzichte van het mannenvoetbal. Het ervaren van niveau van sporten door de journalisten hoort dus ook bij de 'objectieve' keuzes.

#### *4.1.3 Veranderingen door digitalisering*

Bardoel en Wijfjes (2015) stellen dat het medialandschap in de afgelopen jaren drastisch is veranderd, mede dankzij de komst van het internet en daarmee de sociale media. In de interviews is aan de respondenten gevraagd wat volgens hen de grootste verandering is in het medialandschap in de laatste tien à twintig jaar of tijdens hun loopbaan. Hier kwam wel een eenduidig antwoord op: de digitalisering, waaronder de komst van de commerciële televisie en het internet vallen. Waar vroeger de media bestond uit kranten, nationale radio en nationale televisie, is er tegenwoordig commerciële televisie en de komst van het internet bijgekomen. De respondenten gaven aan dat er tegenwoordig een groter aantal platformen is waarop nieuws wordt verspreid.

'De grootste verandering is A eerst de komst van het internet, waardoor je sneller kan publiceren, en daarbij gekomen social media, waardoor je op locatie al dingen kan doen, via Facebook, Twitter, Snapchat, noem ze allemaal maar op.'

De respondenten erkennen dat de komst van online een belangrijke verandering is in het medialandschap, echter hoor je onder de respondenten veel geluiden dat niemand nog weet hoe het gebruikt moet worden in de sportjournalistiek, of journalistiek in het algemeen. Een eindredacteur gaf bijvoorbeeld aan dat het medium waarvoor hij werkt heel veel gratis weggeeft via het internet. De reden hiervoor is omdat anderen het ook doen en ze niet achter willen lopen. Daarnaast gaven hij en een andere eindredacteur aan dat ze de onrust rondom het gebruik van het internet voorlopig niet zien veranderen, omdat niemand nog de juiste formule gevonden heeft om er geld mee te verdienen. De volgende uitspraak van een eindredacteur geeft dit goed weer:

'Heel lang is dat een van de grootste best bezochte websites geweest, en is dat volgens mij nu nog, alleen het probleem is, verdien er maar geld mee. Dat is de grote crux... . En het zal ook

nog steeds jaren, denk ik, de best bezochte sportwebsite blijven, alleen rijk word je er niet van. En dat gouden ei heeft nog niemand uitgevonden. Iedereen kan wel zeggen, wij weten nu hoe het moet, maar niemand weet het nog. Iedereen probeert maar wat.'

Naast dat een aantal respondenten aangeeft dat niemand nog precies weet hoe het internet gebruikt moet worden om bijvoorbeeld geld te verdienen, heeft de komst van het internet voor nog meer negatieve gevolgen gezorgd. Door de komst van het internet zijn de oude deadlines zo goed als vervallen. Vroeger hadden journalisten heel de dag de tijd voor een artikel, of zelfs een week bij weekbladen, maar verschillende respondenten gaven aan dat tegenwoordig er de hele dag door sprake van een deadline is. Nieuwswaardige berichten moeten zo snel mogelijk gepost worden en dat brengt grote tijdsdruk met zich mee. De tijdsdruk voor journalisten is daarmee verhoogd en de digitalisering heeft ervoor gezorgd dat de kwaliteit van verslaggeving daar soms ook onder te lijden heeft. Zo worden bijvoorbeeld nieuwsberichten niet altijd meer geverifieerd door de tijdsdruk. Daarnaast kan de tijdsdruk ervoor zorgen dat er minder gereflecteerd wordt op wat wordt opgeschreven wat betreft stereotypingen. Doordat er door de snelheid geput wordt uit eerdere ervaringen, kunnen ingesleten beeldvormingen terugkerend zijn in de verslaggeving. Hieronder zal een aantal citaten volgen waarin dit terug te zien is:

'Het vak is drukker geworden, zwaarder geworden, absoluut. Er zijn heel veel deadlines, de hele dag door is een deadline eigenlijk door de opkomst van het internet eigenlijk... Dingen worden niet meer gecheckt, worden met één bron gelijk het net opgegooid. En wij kunnen dat als serieuzer medium wel negeren, maar dat is heel moeilijk als iets al een zaak is. Dus absoluut heeft de opkomst van online de journalistiek niet goed gedaan nee.... Dus mijn vaste Max Verstappen verslaggever, die maakt niet even drie stukken zoals vroeger in drie dagen. Nee die moet online video's maken, die moet blijven Twitteren, die moet ieder nieuws wat hij even hoort gauw op de site zetten, ja dat zijn drukke banen. Veel druk... maar ik maak mij vooral ook zorgen over de werkdruk van de mensen zelf.'

'Jazeker, zonder dat ik het gecheckt heb zou het al op Twitter staan bijvoorbeeld. Anders ben ik te laat, dan heeft iemand anders het al geplaatst.'

Naast de tijdsdruk als reden voor de verminderde kwaliteit van verslaggeving, geven sommige respondenten ook aan dat er steeds meer van ze gevraagd wordt. De verbeterde techniek in compacte en kleine camera's heeft ervoor gezorgd dat journalisten alleen op pad moeten voor

een interview. Hierdoor moeten ze met meer zaken rekening houding dan voorheen waardoor de interviews oppervlakkig blijven. Een journalist gaf aan dat hij vroeger met vier man op pad ging voor een interview: een producer, cameraman, geluidsman en zichzelf als verslaggever. Tegenwoordig gaat hij vaak alleen en is hij volgens eigen zeggen alles in één. Tijdens het stellen van de vragen wordt er nu van hem verwacht dat hij er ook op let of de geïnterviewde wel midden in het beeld staat en of het beeld goed is belicht. Dit zorgt ervoor dat tijdens het afnemen van een interview minder goed naar de antwoorden wordt geluisterd “Ja dan moet je dus gaan opletten dat wanneer diegene als antwoord geeft ‘joh ik heb vandaag mijn vrouw in stukken gesneden en die ligt nu in de vriezer’ en ik sta net alleen te kijken naar het beeld, dan ontgaat je dat gewoon. En dan ga jij vragen, en wat gebeurde er bij de tweede goal.”. Deze respondent gaf dan misschien een extreem voorbeeld, maar een andere journalist bevestigde deze uitspraak door te stellen dat er veel meer over randzaken nagedacht moet worden en de kwaliteit van berichtgeving achteruit gaat door de digitalisering.

‘Tijdens een interview ben je live op de radio, maar daarnaast moet je het tegelijk filmen voor de beelden, tegelijkertijd moet je ook nadenken over het stellen van goede vragen en je moet zorgen dat het ook weer zo snel mogelijk wordt doorgestuurd dat filmpje zodat het direct online kan. Dat kan ervoor zorgen dat de kwaliteit van de gesprekken minder wordt, omdat je aan zoveel dingen moet denken. Dat is echt lastig om dat te doen.’

Onder de respondenten heersen verschillende opvattingen over de komst van de digitalisering. Waar een aantal respondenten aangaf dat de social media bijvoorbeeld heeft gezorgd voor een oneindige lawine aan rotzooi. Zijn er ook respondenten die een stuk positiever gestemd zijn jegens de digitalisering. Ondanks dat de digitalisering heeft gezorgd voor meer tijdsdruk en dat het niet altijd de kwaliteit van berichten ten goede komt. Hebben verschillende respondenten aangegeven dat het internet ook kansen biedt, of dat de kwaliteit van het journalistieke werk er niet onder lijdt bij hun medium.

‘Ze sneuvelden door de snelheid, door de spanning, door de druk, wat voor ons gewoon in ons DNA zit, fluitend één seconde voor tijd de finish halen, anderen die gaan blokkeren. En dus ja we zijn het gewend, dus het is dat doen we zonder met de ogen te knippen. Dus ook in het sociale media terrein.’

‘Maar de live blogs zijn natuurlijk fantastisch, ik bedoel het is toch heerlijk om als je in een gezelschap bent en niet met een televisietje aan maar wel op je telefoon kijkt, om toch op de



hoogte te blijven. Heel even snel kijken, oh het staat 2-1 daar, ik noem maar wat. Ja dat is informatievoorziening, dat is journalistiek, dus dat is prima.'

Een eindredacteur van een online voetbalmedium geeft daarnaast bijvoorbeeld aan dat zijn medium niet had bestaan zonder het internet. Hij benadrukte in het interview dus ook voornamelijk de voordelen van het internet. Op het internet is volgens hem alles mogelijk en kan men het zo gek niet bedenken. Online hoeft zijn medium niet rekening te houden met een tijdsstap wat televisieprogramma's wel moeten: "We streamen via Youtube en we maken bijvoorbeeld een liveshow, stel ik denk we kunnen nu acht uur live gaan dan gaan we acht uur live.". De digitalisering brengt dus zeker ook voordelen met zich mee volgens verschillende respondenten

Dat de digitalisering veel veranderingen met zich mee heeft gebracht in de wereld van de voetbal-mediaprofessionals staat volgens de respondenten buiten kijf, bijvoorbeeld door de komst van knip- en plakberichtgeving. Berichten worden klakkeloos overgenomen zonder het te verifiëren of te reflecteren op de inhoud. Door het gebrek aan reflectie is niet alleen de waarheid van sommige berichten twijfelachtig, maar het gebrek hieraan kan er ook voor zorgen dat stereotyperende beelden terugkerend zijn in de verslaggeving. Het gebrek aan reflectie op onderwerpen zoals stereotyperende beeldvorming blijkt uit de antwoorden die door de respondenten gegeven werden op de vraag hoe ze zich onderscheiden van knip- en plakberichtgeving. De respondenten spraken namelijk alleen over dat de kwaliteit van de berichten en het geven van achtergronden het onderscheid maken. Met kwaliteit doelden ze op de kracht van het medium of de journalist en niet op de reflectie op berichten:

'Hadden wij 's middags op de website een primeur. Tien minuten later stond het in heel Nederland met overal bij vermeldt Voetbal International, heel goed. Ik weet zeker dat als Voetbalzone dat gemeld had, had niemand dat overgenomen. Dat betekent toch dat op dat moment VI werd gezien als ware bron en Voetbalzone niet, en nou dat wilden wij zo houden.'

'Dus als De Telegraaf van morgen meldt van Labyad gaat naar Utrecht, of naar Ajax, dan moet je dat iets breder trekken en bijvoorbeeld wat heeft het voor gevolgen voor Utrecht die de laatste jaren al zoveel van de topspelers zijn kwijtgeraakt en nu Ayoub en Labyad zien vertrekken. Ik noem maar wat, dat is een creatieve insteek van zo'n nieuwsbericht. Je moet niet meer melden Labyad voor vier jaar naar Ajax, want dat weet iedereen al. Dus op die manier

verandert het. Ja en je blad zelf wordt ook anders, je moet meer en meer beschrijvend en analyserend te werk gaan.'

## **4.2 Diversiteit op redacties**

In het theoretisch kader is naar voren gekomen dat de wereld van de sportjournalistiek vooral een blanke mannenwereld is (Claringbould, Knoppers & Elling, 2004). In dit thema staat de diversiteit op redacties centraal en wordt getoetst of de bevinding van Claringbould, Knoppers en Elling uit 2004 nog steeds van toepassing is op de redacties van de respondenten. Daarnaast wordt er ook stilgestaan bij wat de respondenten vinden van de samenstelling van hun eigen redactie. Gender en het productieproces komen in dit gedeelte veelvuldig aan bod. Waardoor dit een zeer belangrijk thema is binnen dit onderzoek, omdat het mannen-gehalte op de redactie van invloed kan zijn op de betekenisgeving aan vrouwenvoetbal en het gebruik van stereotypingen hierdoor. Hierover later meer.

Allereest zal er stilgestaan worden bij de eenzijdigheid van de samenstelling van redacties. In dit subthema zal blijken dat de samenstelling van redacties van de verschillende media een eenzijdig beeld tonen. Daarna worden de resultaten weergegeven over hoe de respondenten aankijken tegen meer vrouwelijke collega's in het veld van voetbal-mediaprofessionals. Gerelateerd aan het tweede subthema is het laatste subthema 'Kwaliteit boven kwantiteit'. Ondanks de vele raakvlakken tussen de twee thema's werden ze allebei in de interviews door de respondenten zo belangrijk gemaakt, dat het allebei een apart thema moest vormen. Uit het lezen van deze subthema's zal blijken waarom.

### *4.2.1 Blank en man*

In dit subthema zal weergegeven worden wat voor antwoorden de respondenten gaven op de vraag hoe de eigen redactie er uitziet in termen van gender en etniciteit. Uit de antwoorden is gebleken dat de redacties vrijwel volledig uit mannen bestaat. De respondenten gaven aan dat er op een enkele vrouw na, de redacties gedomineerd worden door mannen. Daarnaast bleek dat het overgrote deel blank is en er weinig voetbal-mediaprofessionals werkzaam zijn met een andere etnische achtergrond dan blank.

'Nou met gender, we hadden alleen maar mannen op het redactiewerk, op de vormgeving hadden we wel een of twee vrouwen, en in het secretariaat, maar verder alleen maar mannen eigenlijk. En qua etniciteit we hebben, nou ja ik weet niet eens of Süleyman Ostürk ook een Turks paspoort heeft eerlijk gezegd, zou goed kunnen dat hij gewoon een Nederlands paspoort

heeft, maar dat is de enige die ik me voor de geest haal waarvan je zou kunnen zeggen dat hij een dubbel paspoort heeft of zo maar voor de rest.’

‘Nou ik moet eerlijk zeggen, bij ons zijn het alleen mannen.’

Tijdens de interviews zijn de respondenten gevraagd hoe het naar hun mening komt dat er weinig vrouwen werkzaam zijn in de sportjournalistiek. De meeste respondenten gaven als reden aan dat er simpelweg weinig aanwas is wat betreft vrouwelijke sportjournalisten. Er komen amper vrouwelijke sollicitaties binnen bij de desbetreffende redacties. Zo gaf een journalist aan dat hij een jaar chef geweest is en toen op zoek ging naar een freelance voetbalverslaggever. Op de vacature die hij uitschreef kwamen tweehonderd brieven binnen waarvan er vier vrouwelijke sollicitaties tussen zaten. Een eindredacteur bevestigt dit beeld door te stellen dat in alle jaren dat hij stagiaires aan heeft genomen, er geen enkele keer een vrouwelijke aanmelding tussen zat. Volgens een aantal respondenten komt het lage aantal vrouwen op de redactie voort uit de lage interesse voor vrouwen in de sportjournalistiek en dat er daardoor weinig reacties zijn van vrouwelijke journalisten op vacatures bij een sportredactie. De reden hiervoor volgens een aantal respondenten is dat vrouwen misschien minder interesse hebben in sport dan in mannen. Vrouwen vinden het leuk om te sporten volgens de journalisten, maar voelen niet de behoefte om er continue mee bezig te zijn terwijl mannen dat wel hebben.

Een andere reden die gegeven wordt door respondenten op de vraag waarom er weinig vrouwelijke sportjournalisten zijn, is dat de sportwereld en sportjournalistiek een mannenwereld is. De respondenten denken dat het voor veel vrouwen een drempel is om binnen te stappen in een zogenaamde wereld vol met macho's. Een eindredacteur gaf aan dat dit eigenlijk niet hoort maar dat het historisch zo is gegroeid. Hij vertelde dat er op zijn sportredactie een mannenwereld is ontstaan waarin veel alfa mannetjes, macho's en ego's werkzaam zijn. Een andere eindredacteur gaf eenzelfde soort antwoord dat op de sportredactie een machocultuur heerst. Hij ging daarnaast nog een stap verder door te stellen dat bij sommige mannen op de redactie het idee leeft dat vrouwen niet over voetbal horen te praten omdat ze er geen verstand van hebben. Een andere respondent, een journalist, stelt eveneens dat vrouwen een drempel over moeten voordat ze werkzaam raken in de sportjournalistiek:

‘Alleen zij moeten alleen de schaamte voorbij gaan om zich te durven mengen met dat mannen over voetbal gaan praten, omdat nog steeds de illusie bestaat dat ze niet eens weten wat

buitenspel is... En ook ik denk dat vrouwen dat niet aandurven. Bang zijn om gefileerd te worden door de mannengemeenschap.'

Uit de bovenstaande antwoorden blijkt dat er weinig vrouwelijke sportjournalisten zijn en dat de respondenten niet verwachten dat dit snel zal veranderen. Dit komt volgens hen mede door de geringe aanwas van vrouwelijke sportjournalisten en de machocultuur die heerst op de verschillende sportredacties.

#### *4.2.2 Toegevoegde waarde vrouwelijke voetbal-mediaprofessionals*

Uit een groot gedeelte van de interviews is gebleken dat de respondenten vinden dat meer vrouwelijke sportjournalisten een waardevolle toevoeging zouden zijn aan de redactie. De volgende respondenten geven aan dat meer vrouwen op de redactie zouden zorgen voor een andere kijk op de verslaggeving. Zo stelde een journalist dat vrouwelijke journalisten voor een verfrissend effect zouden zorgen in de verslaggeving omdat ze een iets andere kijk en insteek kunnen hebben om verhalen te maken. Een eindredacteur haakt hier met zijn antwoord op in:

'Ze hebben toch een andere kijk en andere vragen en zorgen voor een andere dynamiek op de redactie. Ik zou het gewoon heel erg fijn vinden als er weer een vrouw op de redactie kwam... Vrouwen schrijven ook weer anders, denk ik. Die zijn misschien wat meer invoelend of wat minder kritisch, minder cynisch of wat minder hard denk ik gemiddeld gesproken.'

Twee redactieleden sluiten hier op aan en komen met concrete voorbeelden wat vrouwen in het verleden hebben toegevoegd aan de verslaggeving over voetbal:

'Nou ja ik weet niet of je het je nog kan herinneren met het laatste WK vrouwen in Canada, het meest spraakmakende verhaal kwam van Mascha Kramer... Miedema die was op een gegeven moment uit vorm. Wat bleek nou, ze zat in de menstruatie. En toen heeft Mascha met haar een interview gemaakt over dat proces... Dus een goed voorbeeld, het verhaal van het WK was dat verhaal. Daar had iedereen het over.

'Moet ook zeggen dat ze meer verstand hadden van vrouwenvoetbal dan ik. Ik deed de eindredactie maar zij hadden meer voetbalknowhow in het vrouwenvoetbal dan ik. Ik moest me inlezen maar bij hun zat het gewoon van nature erin. Ik heb toen van hen bijna alle informatie gebruikt voor de shows.'

Los van de eerder genoemde verruimende werking van vrouwelijke sportjournalisten, geven twee respondenten aan dat meer vrouwen op de redactie ervoor zouden zorgen dat het de dynamiek van de redactie verbeterd. Volgens één van hen zou de wereld vol alfa mannen een stuk zachter worden, de sfeer zou veranderen. Er zou een minder egoïstische, machocultuur heersen wanneer er meer vrouwen werkzaam zouden zijn op de redactie. Bruce (2013) stelt dat deze machocultuur het idee in stand houdt dat mannensport de norm is, meer vrouwen op de sportredactie zou dit mogelijk kunnen veranderen omdat de machocultuur doorbroken kan worden aldus de respondenten. Hier zal in de discussie dieper op worden ingegaan.

#### *4.2.3 Kwaliteit boven kwantiteit*

Hierboven valt te lezen dat het wordt toegejuicht door de respondenten wanneer er meer vrouwen werkzaam zouden zijn als sportjournalist. Door de respondenten werd hier echter wel meteen een kanttekening bij geplaatst. Wanneer er een vacature zou ontstaan, staat kwaliteit nog altijd boven kwantiteit. Hiermee bedoelden de respondenten dat vrouwen geen voorkeursbehandeling krijgen bij het bekijken van de sollicitaties. Sollicitanten worden beoordeeld op hun kwaliteiten, niet op het gegeven of ze een man of vrouw zijn. Slechts bij een gelijke stand aan kwaliteiten, dan zou het feit dat de sollicitante een vrouw is de doorslag kunnen geven.

‘Als je 195 mannen hebt en vijf vrouwen en van die 195 mannen zijn er tien beter dan de beste vrouw, dan kan je wel zeggen ik ga die vrouw aannemen maar dat vind ik ook nergens op slaan. Je moet ook gewoon kijken naar wie de beste is. Als ze even goed zijn dan kan je zeggen voor het evenwicht neem ik een vrouw, dat vind ik tenminste.’

De respondenten gaven tevens aan dat het ze niet uitmaakt of een sollicitant een vrouw of een man is. Volgens hen staat kwaliteit voorop en gender zou geen rol moeten spelen in het kiezen van de geschikte journalist voor de functie. Twee respondenten gaven daarbij ook aan dat ze het eveneens slecht zouden vinden wanneer vrouwen geselecteerd worden omdat ze vrouw zijn. Een eindredacteur gaf aan dat je als bedrijf moet streven naar balans qua verhoudingen met betrekking tot gender en etniciteit. Maar om vrouwen te kiezen omdat het vrouwen zijn is niet de manier, omdat hiermee de positie van de vrouw in het bedrijf, of in dit geval redactie, meteen ondermijnd zou worden wanneer ze op basis van dit criterium geselecteerd zou worden. Hij gaf hierbij aan dat hij ook nooit een vacature zou opstellen waarin het medium uitsluitend op zoek is naar vrouwelijke sollicitanten. Een andere journalist sluit zich aan bij deze gedachte dat het selecteren van vrouwen omdat ze vrouw zijn niet de manier is:

Je had bij Ziggo Sport, weet niet of je wel eens naar het Engelse voetbal hebt gekeken daar, daar had je die twee meiden die dan zogenaamd leuke weetjes gaan vertellen. Daar zat natuurlijk zo een Marokkaans meisje bij, ze wilden daar natuurlijk gewoon A: twee lekkere wijven hebben en als het kan ook nog een allochtoon. Dat gevoel had ik gewoon heel erg, het was sowieso al een stom concept vond ik. Ze gaan gelukkig ook niet meer door geloof ik daarmee. Maar je moet gewoon iemand kiezen omdat hij of zij goed is, niet omdat ze een vrouw of een man is of buitenlands is. Ze moeten gewoon goed zijn.'

De respondenten gaven unaniem aan dat kwaliteit altijd nog de maatstaf is. In een wereld waar een machocultuur heerst en waarin sommige mannen vinden dat vrouwen niet zouden moeten meepraten over voetbal, lijkt het dat de status quo, de machocultuur, in stand gehouden wordt en vrouwen niet snel een positie zullen veroveren in sportredacties. In de discussie zal hier dieper op ingegaan worden.

#### **4.3 Betekenisgeving aan vrouwenvoetbal**

In het theoretisch kader is naar voren gekomen dat uit eerdere onderzoeken bleek dat vrouwen anders worden beschreven in sportverslaggeving dan mannen. 'Anders' zou in principe niet zozeer een probleem moeten zijn, echter is het wel een probleem wanneer er stereotypingen gebruikt worden waarin eigenschappen worden toegekend waardoor een groep als minder beschouwd wordt door de maatschappij dan een andere groep. Uit de onderzoeken kwam naar voren dat vrouwen als fysiek minder sterk, emotioneel of afhankelijk van mannen beschreven werden en daarnaast wordt de seksuele aantrekkingskracht van vrouwen vaak benadrukt (Birrell & Theberge, 1994; Billings & Eastman, 2002; Knoppers & Elling, 1999; 2001a). Daarnaast bleek uit onderzoek van Knoppers en Elling (2004) dat vrouwenvoetbal niet serieus werd genomen als topsport door verschillende journalisten. Een reden hiervoor was bijvoorbeeld dat er geen topprestaties worden geleverd in het vrouwenvoetbal. De respondenten zijn in de interviews gevraagd naar hun mening over de uitkomsten van deze onderzoeken en of het nog steeds herkenbaar is in de praktijk.

In het eerste subthema wordt er aandacht besteed aan de stereotypingen in de sportjournalistiek. Vervolgens wordt er in het tweede subthema aandacht besteed aan de mening van de respondenten over het niveau van het hedendaagse vrouwenvoetbal. Tot slot wordt in het laatste subthema de huidige populariteit van de vrouwen in het voetbal en de misère van de mannen besproken.

#### *4.3.1 Stereotyperingen in de sportjournalistiek*

In het theoretisch kader is naar voren gekomen dat stereotyperingen over vrouwenvoetballers als emotioneel, afhankelijk van mannen en seksueel aantrekkelijk voorkomen in de verslaggeving van sportjournalisten (Birrell & Theberge, 1994; Billings & Eastman, 2002; Knoppers & Elling, 1999; 2001a). In de interviews zijn de respondenten met de uitspraken uit deze onderzoeken geconfronteerd en gevraagd of deze stereotyperingen vandaag de dag nog steeds voorkomen. Een aantal respondenten stelt dat dit soort stereotyperingen nog steeds voorkomen in de hedendaagse sportjournalistiek. Een eindredacteur bevestigde het beeld dat vrouwen vaak als afhankelijk van mannen worden afgeschilderd. Hij gaf aan dat hij tijdens het EK 2017 “wel honderd keer” het verhaal had gehoord dat Foppe de Haan de assistent-trainer was en dat zijn aanwezigheid zoveel impact heeft. De eindredacteur gaf aan dat het geweldig was dat Foppe de Haan met al zijn ervaring betrokken was bij dit team, maar dat het succes te danken was aan de vrouwen zelf en niet aan hem.

Een commentator van sportwedstrijden gaf aan dat hij merkt dat veel commentatoren anders verslag doen over vrouwenvoetbal dan over mannenvoetbal, zelf heeft hij nog nooit een vrouwenvoetbalwedstrijd van commentaar voorzien maar hij gaf wel aan dat hij waarschijnlijk hetzelfde zou doen. Het volgende citaat geeft goed weer hoe er volgens de commentator verschil zit in de verslaggeving:

‘Je merkt gewoon dat heel veel sportcommentatoren toch op het moment dat zij laat maar zeggen een wedstrijd bijvoorbeeld van het Nederlands team becommentariëren, een andere modus aannemen. Ze zijn veel minder kritisch, dus ik noem maar wat: er komt een bal die wordt links het penalty gebied in geschoten en die wordt dan door Lieke Martens, ons supertalent, gekapt naar haar rechterbeen en ze produceert echt een rolletje van niks, dan zeggen ze dat was dan een mooie poging van Lieke Martens. Als Boëtius zoiets zou doen, krijg je van hoe kan je nou die bal zo matig inschieten.. En dat verschil is er wel. En dan vraag je je af van oké, die nemen het wel serieus maar je voelt ook wel dat er nu een druk op komt te zitten van hé het wordt steeds groter het wordt steeds populairder, dus we moeten het niet té kritisch benaderen... Ik denk dat ik daar ook in mee ga, ja. Ja ik denk ook niet dat ik echt superkritisch ga worden, omdat ze dat gewoon niet verdienen.’

Een uitspraak van een andere respondent benadrukt dat er inderdaad verschil is in verslaggeving over vrouwenvoetballers en mannenvoetballers. De respondent herinnerde zich namelijk dat voorafgaand aan het EK tijdens een interview aan de damesvoetballers werd

gevraagd welke gala jurk ze zouden aantrekken. De respondent vond dit belachelijk omdat eenzelfde soort vraag nooit aan Arjen Robben, destijds een speler van het Nederlands mannenvoetbal, gesteld zou worden. Uit de uitspraken van deze respondenten valt op te maken dat het vrouwenvoetbal en de vrouwenvoetballers in de media anders behandeld worden dan het mannenvoetbal en de mannenvoetballers. Vooral de vergelijking over hoe er verslag gedaan wordt over een schot van Lieke Martens en Boëtius, laat zien dat mannenvoetbal nog steeds de norm is.

Er zijn echter ook respondenten die stellen dat de eerder genoemde onderzoeken gedateerd zijn. Mannen en vrouwen worden volgens hen vandaag de dag op dezelfde manier omschreven in de sportjournalistiek:

‘Je schrijft wel eens iets over uiterlijk maar dat doe ik ook over mannen. Ik bedoel bij mannen schrijf je ook over dat hij heel erg gespierd is of dat hij vol met tatoeages zit en noem maar op. Je schrijf over uiterlijke kenmerken, dus dat doe je ook wel eens over vrouwen.’

Een andere respondent gaf als reden dat er nu hetzelfde geschreven wordt over vrouwenvoetbal, dat de vrouwen succes hebben behaald. Daardoor wordt het veel serieuzer genomen en herkent de respondent de stereotyperingen niet meer terug in de verslaggeving.

De hierboven genoemde respondenten waren echter wel een uitzondering. De andere respondenten gaven, zoals gezegd, wel aan dat stereotyperingen nog steeds aanwezig zijn. De respondenten die wel hebben aangegeven dat stereotyperingen nog steeds aanwezig zijn in de sportverslaggeving, hebben in de interviews redenen aangedragen waarom dit nog steeds het geval is. Een aantal respondenten geeft aan dat het vrij logisch is dat dit soort stereotyperingen nog steeds aanwezig zijn. Dit soort stereotyperingen komen voort uit het feit dat mannen en vrouwen nou eenmaal verschillend zijn, zo is de redenering. Vrouwelijke voetballers hebben volgens hen inderdaad ook minder kracht dan mannen en dat wordt daarom ook aangegeven in de verslaggeving. Een journalist zei bijvoorbeeld dat hij genderstereotyperingen logisch vindt: “Het is toch ook minder? Ze zijn toch ook minder sterk?”. Een eindredacteur stelde daarbij dat mannen ook altijd fysiek sterker zullen blijven dan vrouwen en dat opmerkingen over fysieke gesteldheid ook altijd zullen blijven.

Een journalist gaf als redenen voor het nog steeds aanwezig zijn van stereotyperende beelden, het niveau van vrouwensport als reden aan: “Omdat wij ook gewoon gewend zijn om mannenvoetbal te zien, de intensiteit en de snelheid noem maar op. Vrouwenvoetbal is een stuk trager over het algemeen.”. Hieruit blijkt wederom dat mannensport de norm is volgens



de journalisten. Een eindredacteur bevestigde dit door te stellen dat vrouwenwielrennen, waarbij een Nederlandse won, maar dertig seconden aandacht kreeg in de uitzending. Terwijl de mannenvariant een samenvatting van enkele minuten kreeg, waarbij er geen Nederlands succes was. Het volgende citaat van een andere eindredacteur geeft aan dat deze huidige verhouding van aandacht die gegeven wordt aan mannen en vrouwensport, op dit moment ook terecht is:

‘We kunnen wel zeggen dat vrouwen precies evenveel aandacht moeten krijgen als mannen, precies dezelfde beloning en misschien is dat ook wel terecht. Maar vanuit sportief oogpunt is dat niet terecht. Vrouwensport staat gewoon nog, niet overal, maar bij heel veel takken van sport nog echt in de kinderschoenen.’

Gevraagd of het eigen geslacht een rol speelt, al dan niet op de achtergrond, in de verslaggeving, gaven de mannelijke respondenten aan dat dit wel zo zou kunnen zijn. Ze benadrukten dat het feit dat ze een man zijn kan meespelen in de verslaggeving, hun eigen achtergrond kunnen ze niet uitschakelen.

‘Ja dat zal best invloed hebben, maar ik probeer dat gewoon te voorkomen. In het begin heb ik het heel vaak met mannen vergeleken. Dat probeer ik nu steeds niet te doen, ik probeer nu steeds het nu meer als vrouwenvoetbal te zien. Maar dat is gewoon lastig, ik ben een man dat kan ik niet uitschakelen.’

Andere respondenten stellen dat het niet zozeer aan de wereld van de sportjournalistiek ligt dat gender stereotypingen nog steeds gebruikt worden. Het probleem ligt volgens hen veel dieper. Een eindredacteur gaf aan dat de ongelijkheid tussen mannen en vrouwen die terug te zien is in de sportjournalistiek wereld, en sportwereld in het algemeen, een projectie is van de verhoudingen in de maatschappij. Een hoofdredacteur zei een soortgelijk iets door te zeggen dat het een algemeen probleem is van de samenleving, vrouwen worden volgens hem buiten de sport vaak ook als minder gezien en dat het daardoor net zo erg is terug te zien in de sportwereld. Volgens hen is dit de reden waarom er nog steeds stereotyperende beelden terug te zien zijn in de sportverslaggeving.

Twee andere respondenten gaven daarnaast aan dat de vrouwelijke sporters ook zelf verantwoordelijk zijn voor het in stand houden van de stereotypingen. Zo kwam in een

interview naar voren dat vrouwen er zelf voor kiezen om strakkere shirts te dragen dan mannen:

‘Ja maar daar doen we met zijn allen en de vrouwen zelf ook aan mee heh, want de vrouwen hebben zelf aangegeven dat ze liever wat strakkere shirts dragen dan de mannenvoetballers. En Leontien van Moorsel zat op de fiets volkomen opgemaakt. Dus ze doen er zelf ook aan mee... het grappige is ook dat die personen die dan als aantrekkelijk worden omschreven, daar ook wel dankbaar gebruik van gemaakt heh, dat is dan ook wel zo... want als ik nou laatst beelden van een fotoshoot zag van Lieke Martens. Ja, dat is toch best wel uitdagend, Nike die speelt daar er wel op in. En ik lig er niet wakker van, maar ik vind het wel grappig contrast, als je aan Lieke Martens vraagt, ben jij een lustobject, wil je zo gezien worden, nee nee nee. Ik denk ja waarom ga je dan zo op de foto terwijl het om je schoenen gaat.’

Een andere journalist zei ongeveer hetzelfde als wat beschreven staat in het citaat hierboven, echter bracht deze journalist wel de nuance aan dat er eerder naar het uiterlijk van vrouwen gekeken wordt door mannen: “Bij vrouwen als ze er goed uitzien dan roepen ze toch wat op bij mannelijk verslaggevers van hé dat is wel echt een leuke meid om te zien, daar wil ik wel eens mee praten. Het is oneerlijk maar dat werkt wel zo in de wereld.”. Hiermee stelt de journalist dat mannelijke verslaggevers gevoelig zijn voor de aantrekkelijkheid van de vrouwelijke sporters. Dit zou mogelijk invloed kunnen hebben op de verslaggeving en het gebruik van stereotyperingen wanneer er verslag gedaan wordt over vrouwenvoetbal. In een sportjournalistiekwereld die gedomineerd wordt door mannen, zal dit ook niet snel veranderen.

Overigens kwam tijdens de interviews wel naar voren hoe de bovengenoemde stereotyperingen kunnen verdwijnen uit de verslaggeving van de sportjournalistiek, volgens de voetbal-mediaprofessionals. Een aantal respondenten gaf aan dat het een langzame ontwikkeling is maar dat wanneer vrouwenvoetbal objectief benaderd wordt door sportverslaggevers, dat wil zeggen ook kritisch en niet met fluwelen handschoen, dan wordt het vanzelf serieuzer genomen. Wanneer er ook terechte kritiek geuit mag worden, zal het vrouwenvoetbal voor vol worden aangezien.

‘Nou ja, ik merk dat mijn collega's die dan zeg maar dat Nederlands elftal volgen, ik vond ze erg mild. En toen dacht nou dit is volgens mij wat je als vrouw net niet moet willen. Dat ze je een soort van geinig dingetje vinden, nee ze moeten je ook serieus beoordelen. Dus als een

wedstrijd niet goed is, moeten ook de mannen van Studio Voetbal bij wijze van ook zeggen dit was niet goed.’

‘Het moet alleen wel door een normale journalistieke bril bekeken worden, goed is goed en slecht is slecht... Je moet daardoor ook niet gaan zeggen in je verslag van Lieke Martens wat heeft ze leuke paardenstaartjes in of wat heeft ze mooie benen. Dat doe je bij het kapsel van Memphis Depay toch ook niet.’

Twee respondenten gaan hier echter tegenin en stellen dat de stereotyperingen niet kwalijk zijn of dat het niet aan de sportjournalistiek is om dit aan te pakken. Zij stellen dat het een persoonlijke kwestie is en dat mensen zelf moeten bepalen om naar dit soort uitspraken te luisteren of te lezen of niet. Wanneer het niet bevalt, dan kan het geluid ook worden uitgezet bijvoorbeeld. Een journalist stelde dat wat een verslaggever schrijft of zegt, de mening of het gedachtegoed is van de verslaggever. Als kijker kan je volgens hem hier dan zelf mee doen wat je wilt, maar volgens de journalist hoeft er niet tegen de verslaggever gezegd te worden over wat wel of niet correct is. Een andere journalist zegt daarnaast dat het helemaal niet erg is dat vrouwen en mannen anders worden omschreven, omdat we volgens hem nou eenmaal anders zijn. Volgens de journalist moeten we daarom niet in de verslaggeving doen alsof we wel allemaal hetzelfde zijn. Een geïnterviewde eindredacteur vindt daarnaast dat genderstereotyperingen ook niet al te serieus genomen moeten worden. Als dat soort opmerkingen naar voren komen in praatprogramma's moet dat gezien worden als "kleedkamerhumor". Volgens de eindredacteur is dat niet schadelijk en moeten mensen dat niet al te serieus nemen. Hij vermeldde daarbij ook dat opmerkingen over genderstereotyperingen ook voorbij komen op redactievergaderingen:

‘Ja, dan krijg je van die, bij zo'n redactievergadering ook, van die flauwe dingen, weet je wel, van die typische mannendingen, van ah ja, ja over lekker wijven en dat soort dingen... maar goed daar doe je voor de rest niks mee. Dat is niet serieus, zeg maar, dat zijn gewoon van die mannenopmerkingen. Ja, dat is gewoon, dat noemen ze dan kleedkamerhumor, zeggen ze dan, ja, je moet dat een beetje aanvoelen, maar je moet het ook niet te serieus nemen allemaal.’

Hieruit blijkt dat stereotyperende beelden niet alleen in de verslaggeving naar voren komen, maar dat zulk soort opmerkingen ook gebruikt worden tijdens redactievergaderingen. Dit wordt gezien als normaal en zou mogelijk kunnen verklaren dat journalisten onder tijdsdruk stereotyperingen gebruiken. Ze grijpen namelijk terug op ervaring en gewoontes.

#### 4.3.2 Niveau vrouwenvoetbal

In dit subthema wordt behandeld wat de respondenten vinden van het huidige niveau van het vrouwenvoetbal. Uit de literatuur kwam naar voren dat het vrouwenvoetbal voorheen niet serieus genomen werd of niet als topsport werd gezien (Knoppers & Elling, 2004). De geïnterviewde voetbal-mediaprofessionals zijn gevraagd naar hun mening over de sport. Hieruit zijn verschillende antwoorden naar voren gekomen. Een aantal van de respondenten gaf aan dat zij het leuk vinden om naar vrouwenvoetbal te kijken. Zij zijn van mening dat het Nederlands team - de eredivisie werd door geen enkele respondent omschreven als goed - van een hoog niveau is. Een eindredacteur stelde bijvoorbeeld dat tijdens het EK er schitterend voetbal gespeeld werd met prachtige aanvallen en mooie goals, hij gaf hierbij aan dat hij vrouwenvoetbal sindsdien met plezier bekijkt. Een journalist sluit zich hierbij aan door zelfs te stellen dat hij vrouwenvoetbal leuker vindt dan mannenvoetbal:

‘Maar ik vind vrouwenvoetbal vaak veel leuker om te zien... Wat bij vrouwenvoetbal juist zo leuk was, was dat het zo open was. Wedstrijden waren heel erg open, ogenschijnlijk zonder tactiek. Waardoor je geweldig open wedstrijden kreeg die spectaculair waren om naar te kijken.’

Andere respondenten gaven echter aan dat zij het niveau van het vrouwenvoetbal heel laag vinden. Zij vinden het niet leuk om te kijken en geven aan dat ze veel liever naar het mannenvoetbal kijken. Een aantal respondenten gaf aan dat ze het EK heel leuk vonden om te kijken, maar dat kwam meer door het sfeertje eromheen en hoe het leefde in het land. Ze zeiden daarbij dat ze het niveau namelijk niet hoog vonden, vooral de keepers waren van een “dusdanig matig niveau”. Een eindredacteur bevestigde het eerder genoemde fenomeen dat mannenvoetbal de norm is. Hij zei dat hij “gewoon het beste voetbal wil zien” en dat dit over het algemeen niet door vrouwen wordt gespeeld. Het volgende citaat van een andere respondent laat eveneens zien dat het vrouwenvoetbal niet door alle journalisten als van hoogstaand niveau wordt beschouwd, en dat mannenvoetbal eigenlijk nog steeds de norm is.

‘Nou ja goed, ik heb heel erg genoten van het EK, in eigen land, dat was ook leuk voor mijn kinderen om te kijken die daar ook heel veel lol in hadden, die vonden dat erg leuk om te zien, waren heel erg voor Nederland. Alleen ja ik kreeg een beetje hetzelfde gevoel als wat ik heb als ik bij mijn zoontje die voetbalt hier in de buurt langs de kant sta bij de D-pupillen van, ah jongen goed gedaan weet je wel, en als het mis gaat, ah jammer. In plaats van dat je daar een

professionele kijk op los laat... Lieke Martens, waarbij mij zoontje zegt, pap ze kan helemaal niet hard schieten, ze doet alles met de binnenkant, hoe kan je... maar die wordt tot de beste voetbalster op het schild gehesen. En terwijl mijn zoon van 11 zegt van, en die heeft gelijk, ze kan niet eens schieten.'

De respondenten werden tijdens de interviews geconfronteerd met de uitspraak van vroegere journalisten dat vrouwenvoetbal geen topsport is. Uit de antwoorden van de respondenten komt unaniem naar voren dat het hedendaagse vrouwenvoetbal wel degelijk een topsport is. Een aantal respondenten was hier zeer stellig in de formulering. Een eindredacteur vindt het bijvoorbeeld lachwekkend wanneer verslaggevers roepen dat het geen topsport is of dat het vrouwenvoetbal er niet uitziet. Volgens hem snappen de verslaggevers die dat roepen "er geen ene moer van.". Een andere respondent gaf eveneens aan dat hij er niks van snapt wanneer mensen het vrouwen voetbal geen topsport vinden, zoals het volgende citaat laat zien:

'Ik vind dat wel bizar... Vrouwenvoetbal, die meiden werken er nu nog gewoon naast. Voor hen is het geen fulltime job, behalve voor diegene die bij een Arsenal of Bayern München zitten. In Nederland moet je er gewoon nog werken naast. Het is gewoon nog niet zover, maar het is wel degelijk topsport. Ze geven alles, ze trainen vijf keer per week en hebben nog een baan ernaast. Dat vind ik best wel topsport.'

Eén enkele respondent twijfelde in eerste instantie of hij vrouwenvoetbal een topsport vond. Hij vergeleek het hierbij zelfs met de Paralympische Spelen ten opzichte van de Olympische Spelen. Nadat hij doorging met zijn antwoord rectificeerde de respondent zelf zijn antwoord door het wel degelijk topsport te noemen.

Het niveau van de eredivisie is hoger dan het niveau wat de vrouwen spelen en ja het is net, nou ja ik vind het niet zo netjes om zoiets te zeggen, het is net als de Paralympische Spelen. Ja, dat vind ik ook niet zo, vind ik persoonlijk ook niet zo interessant. Het is heel goed dat het gedaan wordt, maar het is op ander niveau en dus wat we ermee vergelijken maar ja, vrouwenvoetbal is ook een ander niveau dan mannenvoetbal, dus ja, het is wat minder goed... Maar op hun manier bedrijven ze wel topsport natuurlijk, want ze doen er wel alles aan. Ze leven wel als een topsporter. Dus ja, het is wel, goed nadenken, het is natuurlijk wel, ze bedrijven wel topsport, net zoals je hockeydames of atletiek, dat is ook allemaal topsport, natuurlijk. Dus dat geldt voor het voetbal ook.

#### *4.3.3 Populariteit vrouwen en misère van de mannen*

Het Nederlands dameselftal was tijdens de zomer van 2017 enorm populair. De Oranjeleeuwinnen werden Europees kampioen en de belangstelling van het publiek was groot. De prestaties en populariteit van de vrouwen kwamen in een tijd waarin het mannenelftal al een aantal jaren slecht presteert. Tijdens de interviews kwam de populariteit van de vrouwen en de misère van de mannen ook aan bod. Een gedeelte van de respondenten stelde dat de populariteit van de vrouwen niets te maken had met de misère van de mannen. Een veelgehoorde opmerking was dat Nederlanders sowieso gek zijn op sporten waarin we goed zijn. Als er succes gehaald wordt dan is iedereen opeens fan. Naast het vrouwenvoetbal werden het vrouwen handbalteam en Max Verstappen als voorbeeld gegeven. Voorheen was er volgens de respondenten weinig interesse voor deze takken van sport, terwijl nu iedereen het erover heeft: “Nederlanders hunkeren naar gezelligheid, we vinden het leuk om als hoompapa-volkje in het oranje naar sportwedstrijden te gaan, zo ook naar het Nederlands vrouwenelftal.”. Een respondent gaf daarbij aan dat het publiek dat naar vrouwenvoetbal gaat, een heel ander publiek is dan dat naar mannenvoetbal gaat en dat het daardoor geen invloed op elkaar heeft. Vandaar dat deze respondenten stellen dat de misère van de mannen geen enkele invloed had.

‘Nee, dat denk ik echt niet. Het is echt een heel ander publiek dat naar het vrouwenvoetbal gaat. Het zijn gezinnetjes en de voetballende meisjes. Het gewone publiek dat naar Feyenoord gaat of naar het Nederlands Elftal is toch anders. Ik denk niet dat daar een verband tussen zit.’

Antwoorden dat de misère van de mannen wel degelijk invloed had op de populariteit van de vrouwen, kwamen ook naar voren uit de interviews. De vrouwen gaven voldoening aan de hunkering naar succes van de mannen bijvoorbeeld. Een geïnterviewde journalist gaf bijvoorbeeld aan dat hij in aanloop naar het EK graag meer over het vrouwenelftal had geschreven. Zijn chef gaf echter aan dat er niet veel belangstelling was voor het vrouwenvoetbal. Toen echter bleek dat de vrouwen heel populair werden, moest de journalist van zijn chef alsnog de verhalen schrijven over het vrouwenelftal. Verhalen over het vrouwenvoetbal kregen op die manier meer aandacht dan het mannenvoetbal, waar op dat moment niet veel positiefs over te schrijven was. Een eindredacteur gaf daarnaast ook aan dat het fijn was om over de vrouwenvoetballers verslag te doen, volgens hem had het publiek hier ook behoefte aan:

‘Maar dat veel mensen veel voetballiefhebbers het Nederlands Elftal zat waren en al dat gedoe, en het slechte voetbal en slechte prestaties, dat was ook ontegenzeggelijk een feit. En dan komt er zo'n vrolijke huppelbende, die wel successen haalt, hoe dan ook, volle tribunes, Oranje-sfeertje, dat herkennen ze dan weer wel. Dat was laat maar zeggen de overeenkomst, het Oranje-sfeertje.’

## **5. Discussie & conclusie**

In het vorige hoofdstuk zijn de resultaten die naar voren zijn gekomen uit de interviews weergegeven. In dit hoofdstuk zullen de belangrijkste resultaten worden gekoppeld aan de literatuur, zodat duidelijk wordt waar de resultaten uit dit onderzoek staan ten opzichte van de bevindingen uit eerder onderzoek. Allereerst zullen de routines en stereotyperingen besproken worden. Vervolgens zal de diversiteit op redacties, of wel het gebrek hieraan, besproken worden. Daarna zal de plaats van vrouwenvoetbal in de sport worden besproken om tot slot af te sluiten met implicaties.

### **5.1 Routines en stereotyperingen**

In het resultatenhoofdstuk is naar voren gekomen dat de voetbal-mediaprofessionals die zijn geïnterviewd, terugvallen op routines om verslaggeving te doen. Ze vallen bijvoorbeeld terug op ervaring en hun netwerk wanneer ze last hebben van tijdsdruk. Allereerst zullen de uitspraken van de respondenten omtrent dit onderwerp gekoppeld worden aan de literatuur. Hierdoor kan er een verband gelegd worden tussen het gebruik van routines en het ontstaan van stereotyperingen. Vervolgens zullen de uitspraken over stereotyperingen omtrent gender,

die nog steeds aanwezig zijn, naast de literatuur gelegd worden. Tevens zal er in dit gedeelte ook gesproken worden over de reflectiviteit van de respondenten omtrent dit thema.

### *5.1.1 Routines en tijdsdruk*

Tijdens de interviews gaven de respondenten aan dat door de komst van digitalisering de tijdsdruk voor journalisten en redacteuren enorm is toegenomen. In plaats dat er aan het einde van de dag voor kranten, of aan het einde van de week voor weekbladen, een deadline was, is er vandaag de dag een 24/7 deadline. Als een journalist een nieuwtje te horen krijgt, voelt de journalist zich vandaag de dag eigenlijk verplicht om het meteen op internet te plaatsen. Tijdens de interviews werd aangegeven dat deze druk ontstaat omdat anders de concurrentie het desbetreffende nieuws al geplaatst heeft. Mede hierdoor wordt in de haast vaak vergeten het bericht te checken of te verifiëren. Hoewel de respondenten aangaven dat ze wel willen dat de berichten juist zijn en de kwaliteit hoog, zorgt de tijdsdruk er echter voor dat de kwaliteit niet altijd gewaarborgd blijft. Daarnaast werd door respondenten aangegeven dat verslaggevers steeds meer zelf moeten doen, bijvoorbeeld zelf een interview filmen. Hierdoor voelen de journalisten nog meer druk en heeft ook deze vorm van digitalisering invloed op de kwaliteit.

Tijdens de momenten van tijdsdruk geven de respondenten aan dat ze terugvallen op de routine ervaring. Hiermee kan de eigen bagage worden bedoeld of voorgaand werk van anderen waar ze inspiratie uit putten. Hiermee bevestigen de respondenten bevindingen uit voorgaand onderzoek dat journalisten door tijdsdruk terugvallen op routines in hun keuzes qua verslaggeving (Silk, et al., 2007). Drok en Hermans (2016) en Bruce (2004) stellen dat de keuzes die journalisten maken op basis van routines, stereotyperingen over bijvoorbeeld gender in de verslaggeving in de hand werken. In een wereld die al decennialang gedomineerd wordt door mannen, zoals de sportmediawereld (Claringbould, et al., 2004), wordt er dus al snel teruggegrepen naar denkbeelden waarin mannelijkheid en mannensport de norm is. Later in het stuk over diversiteit op redacties zal er dieper ingegaan worden op de sportjournalistieke mannenwereld en het gebruik van stereotype denkbeelden. Maar de tijdsdruk die journalisten nu nog steeds ervaren, is een mogelijke verklaring dat stereotyperingen over onder andere gender, nu nog steeds terug te vinden zijn in de sportverslaggeving. Bruce (2004) stelt namelijk dat het logisch is dat verslaggevers dit soort stereotyperingen gebruiken. Verslaggevers doen hun uitspraken of schrijven dingen op onder hoge druk omstandigheden. Volgens haar is het daardoor niet verrassend dat verslaggevers onder zulk soort



omstandigheden gebruik maken van bijvoorbeeld stereotype denkbeelden over gender, omdat ze gebruik maken van een discours dat hieruit bestaat.

### *5.1.2 Stereotyperingen en hand in eigen boezem*

Zoals in het theoretisch kader valt te lezen, is uit eerdere onderzoeken gebleken dat vrouwelijke sporters in tegenstelling tot mannen vaak omschreven worden als fysiek minder sterk, emotioneler of afhankelijk van mannen (Birrell & Theberge, 1994; Billings & Eastman, 2002; Knoppers & Elling, 1999; 2001a). In de interviews geven een aantal respondenten aan dat stereotyperingen nog steeds voorkomen. Echter wordt er door de respondenten niet specifiek gesproken over typeringen als emotioneel of afhankelijk, het fysieke aspect komt echter wel aan bod.

Wanneer het gebruik van stereotyperingen ter sprake komt, wordt zelden de hand in eigen boezem gestoken. Op een enkeling na die toegeeft zelf tijdens het verslag van een vrouwenwedstrijd zich er ook schuldig aan te maken, of dat het onbewust gebeurt, wordt er door een groot deel van de respondenten vooral over gesproken dat ze het gebruik van stereotyperingen bij anderen zien. Meerdere malen is er aangegeven dat ze dit niet ervaren op de eigen redactie, maar terugzien bij verslagen van andere media. Of het inderdaad niet bij de redacties van de respondenten voorkomt valt door dit onderzoek niet te zeggen omdat er geen inhoudsanalyses van de desbetreffende media gemaakt is voor deze thesis. Dat in het midden gelaten, valt er wel een parallel te trekken met eerdere onderzoeken, in de zin dat er niet op de eigen rol in het gebruik van stereotyperingen kritisch gereflecteerd wordt. De redactievloer is niet een plek waar veel wordt gereflecteerd over complexe zaken als gebruik van stereotyperingen rondom gender (Gibbs & Warhover, 2002; Drok & Hermans, 2016). Volgens Bruce (2013) vinden mannelijke sportjournalisten daarnaast dat ze genderneutraal zijn wanneer ze sport beoordelen. Dit kan ook een reden zijn waarom er niet over dit soort complexe zaken op de eigen redactie gereflecteerd wordt.

Daarnaast kwam uit de interviews naar voren dat niet alleen journalisten zorgen voor de gender stereotyperingen. De vrouwelijke sporters zijn er volgens de journalisten zelf ook verantwoordelijk voor dat uiterlijke kenmerken naar voren komen. De sporters kiezen er namelijk zelf voor om strakkere shirts dan de mannen te dragen of mee te werken in commercials waar ze schaars gekleed worden afgebeeld. Pfister (2015) heeft onderzoek gedaan naar dit fenomeen en hieruit bleek dat vrouwelijke sporters druk voelen om er seksueel aantrekkelijk uit te zien. Wanneer ze er niet aantrekkelijk uitzien krijgen de vrouwen volgens haar namelijk minder aandacht van mannelijke journalisten en sponsors. Uit de interviews

kwam dit ook naar voren, een journalist beaamde dat vrouwelijke sporters meer aandacht krijgen van mannelijke journalisten wanneer ze er goed uitzien. Omdat de sportjournalistiekwereld gedomineerd wordt door mannen, moeten vrouwen zich haast wel seksueel aantrekkelijk laten voorkomen om aandacht te krijgen (Pfister, 2015). De uitspraken van de respondenten die vrouwen ook schuldig achten aan dat de nadruk gelegd wordt op uiterlijk, laat zien dat er een gebrek aan reflectie is op dit onderwerp. De schuld wordt bij de vrouw gelegd en niet zozeer bij de mannelijke journalist. Voor een aantal respondenten was het daarnaast overigens ook geen issue waarover gesproken hoeft te worden. Als mensen het commentaar niet bevalt moeten ze maar het geluid uitzetten en moeten dat soort stereotyperingen niet serieus genomen worden, en wordt het gebruik daarvan afgedaan als niet kwalijk bedoelde kleedkamerhumor.

## **5.2 Diversiteit: Mannenwereld**

Het is in deze thesis al vaker naar voren gekomen dat de sportjournalistiek een wereld is die gedomineerd wordt door mannen (Claringbould, et al., 2004). In het resultatenhoofdstuk viel te lezen dat de respondenten dit bevestigden. In dit gedeelte zal het gebrek aan diversiteit dat naar voren kwam in de interviews, in het licht van de literatuur hierover, besproken worden. Allereerst wordt er stilgestaan bij de machocultuur die heerst op sportredacties. Vervolgens zal de rol van vrouwelijke journalisten en de toekomst hiervan op een sportredactie besproken worden.

Op de redactie van de respondenten waren nauwelijks vrouwen werkzaam, bij de meeste respondenten waren er helemaal geen vrouwen werkzaam. Dit houdt in dat het vooral mannen zijn die schrijven over sport en bepalen wat de norm en het niveau is. In deze mannenwereld is een cultuur gecreëerd waar mannensport de norm is (Bruce, 2013). Er is als het ware op die manier een machocultuur ontstaan waar mannen voornamelijk over mannen schrijven. Een hoofdredacteur erkent dat er inderdaad een machocultuur is ontstaan op de sportredactie. Hij vertelde dat in de sportjournalistiek veel ego's rondlopen en er een harde sfeer is ontstaan. Een andere respondent bevestigt dit met zijn uitspraken over een harde mannenwereld waar velen nog de clichés geloven dat vrouwen niet weten wat buitenspel is. Een eindredacteur beaamt ook dat het een echte mannenwereld is, waar tijdens redactievergaderingen opmerkingen naar voren komen als 'Lekkere wijven' wanneer over vrouwelijke sporters gesproken wordt.

Bruce (2013) stelt dat mannensport de norm blijft, omdat in deze machocultuur vrouwelijke sporters vaak kleinerend worden neergezet. Wanneer er verslaggeving over

vrouwelijke sporters wordt gedaan, worden ze vaak omschreven als *girls* in plaats van vrouwen, terwijl mannen over het algemeen man genoemd worden in plaats van jongens. Tijdens de interviews werd duidelijk dat dit soort omschrijvingen onbewust door de respondenten gebruikt worden. Terwijl ze een positief verhaal over het vrouwenvoetbal of vrouwelijke voetballers vertelden, gebruikten ze termen als ‘die meiden’ of ‘vrolijke huppelbende’. In de interviews kwam daardoor goed naar voren dat ook al worden er positieve berichten verteld, er toch een kleinerende toon inzit wanneer vrouwenvoetballers of –sporters worden benoemd. Op die manier blijft mannensport onbewust toch als norm beschouwd en wordt het publiek geconfronteerd met kleinerende woorden over vrouwen tijdens verslaggeving. Dat dit veelal onbewust gebeurt, laat zien dat ook over dit soort uitspraken nauwelijks gereflecteerd wordt op sportredacties.

Tijdens de interviews werd er door een aantal respondenten gesteld ze graag zouden willen dat er meer vrouwen werkzaam worden in de sportjournalistiek. Volgens hen zou de dynamiek veranderen en zou de cultuur op het werk zachter worden, en daarmee verbeteren. Daarnaast zouden ze een verfrissende invalshoek kunnen hebben wat betreft verslaggeving. Een andere journalist zei echter dat hij niet snel ziet gebeuren dat meer vrouwen zich in de voetbaljournalistiek zullen mengen. Volgens hem is er voor vrouwen een drempel om binnen te stappen omdat ze bang zijn gefileerd te worden door de mannengemeenschap. Volgens deze journalist staan vrouwen niet te trappelen om te gaan werken in de huidige machocultuur.

Daarnaast laat onderzoek zien dat vrouwen die toch werkzaam raken in de sportjournalistiek, zich de machocultuur aanmeten om te overleven (Claringbould, et al., 2004; Scott-Chapman, 2012). Ze willen niet ondersneeuwen voor de alfamannetjes werkzaam binnen de sportjournalistiek en nemen daardoor dezelfde gewoontes en denkbeelden over. Tijdens één van de interviews gaf een respondent aan op de vraag of door meer vrouwen de berichtgeving zou veranderen, zijn antwoord daarop luidde dat hij dacht van niet. Hij gaf als voorbeeld aan dat er een vrouw werkzaam was vroeger op zijn sportredactie, maar dat zij dacht als een man en je daardoor geen verschil merkte. Verder denken de meeste respondenten dat er voorlopig niet snel verandering komt in de samenstelling van de redacties qua genderdiversiteit. Er zijn volgens hen op dit moment nog te weinig goede vrouwelijke sportjournalisten en kijkend naar de eenzijdigheid van de sollicitaties, zien ze hier niet snel verandering in komen.

### **5.3 Plaats van vrouwenvoetbal in de sport**

In het onderzoek van Knoppers en Elling (2004) werd onder andere onderzocht wat sportjournalisten vonden van vrouwenvoetbal. Uit deze antwoorden bleek dat de journalisten het vrouwenvoetbal niet hoog hadden zitten. Er werden uitspraken gedaan dat vrouwenvoetbal geen topsport was en dat er geen prestaties geleverd werden. Vandaar dat er weinig verslaggeving over werd gedaan. Dit onderzoek toont echter aan dat deze mening niet leeft onder de respondenten. Uit de interviews kwam naar voren dat het vrouwenvoetbal wel degelijk topsport is. De respondenten gaven aan dat het vrouwenvoetbal in de afgelopen tien jaar een enorme ontwikkeling heeft doorgemaakt in Nederland. Het niveau is veel hoger geworden, hetgeen heeft geresulteerd in prestaties van het nationale vrouwenelftal op mondiaal niveau. Daarnaast gaven verschillende respondenten aan dat zij het erg leuk vinden om naar vrouwenvoetbal te kijken. Er waren echter respondenten die aangaven nog steeds niet graag naar vrouwenvoetbal te kijken. Daarbij werden echter ook opmerkingen geplaatst dat niet iedereen alles leuk kan vinden, de één vind curling leuk en de ander niet.

Tijdens de interviews werd tevens duidelijk dat de voetbal-mediaprofessionals inzien dat het publiek het vrouwenvoetbal omarmt, vooral het nationale team. Het succes in de zomer van 2017 heeft hier een belangrijke bijdrage in geleverd. Respondenten gaven aan dat er steeds meer aandacht geschonken wordt op de redacties aan vrouwenvoetbal. Een eindredacteur gaf daarbij aan dat er een journalist in zijn team vrouwenvoetbal in de portefeuille heeft, hij is hun expert in vrouwenvoetbal. Dit soort ontwikkelingen zijn in lijn met de bevindingen van Peeters en Elling (2015) dat er een significante toename is in het aantal verslaggevingen over vrouwenvoetbal. De interviews laten zien dat er een ontwikkeling gaande is en dat de verslaggeving omtrent vrouwenvoetbal serieuzer wordt en toeneemt.

Dat het vrouwenvoetbal een aanzienlijke ontwikkeling heeft doorgemaakt wordt door elke respondent erkend. Echter komt in de interviews duidelijk naar voren dat het vrouwenvoetbal nog altijd een straatlengte achterligt op het mannenvoetbal. Respondenten benadrukken dat het mannenvoetbal vele malen verder ontwikkeld is dan het vrouwenvoetbal en dat dit nog lang zo zal blijven. Het niveau en de aandacht voor het mannenvoetbal is vele malen groter en de respondenten zien dit niet snel verdwijnen. Hierdoor zal er aan de cijfers dat vrouwensport maar ongeveer vijf procent van de zendtijd van sportprogramma's op televisie innemen en ongeveer tien procent in kranten in beslag nemen (Bruce et al., 2010; Markula, 2009) weinig veranderen. Een respondent gaf bijvoorbeeld aan dat zijn medium vier keer naar een vrouwenvoetbalteam was gegaan afgelopen jaar en impliceerde hiermee dat ze er zeker verslag over doen, daarnaast gaf hij aan dat ze elke week naar het mannenvoetbal gaan. Hierin is duidelijk het verschil te zien dat er geen gelijkheid bestaat tussen hoeveelheid

verslaggeving over mannenvoetbal en vrouwenvoetbal, terwijl journalisten zelf wel die indruk lijken te willen wekken. Zoals eerder aangegeven, mannenvoetbal blijft de norm. Daardoor blijven uitspraken uit het onderzoek van Knoppers en Elling (2004) dat mannenvoetbal de buitencategorie is van toepassing.

#### **5.4 Implicaties**

Huidig onderzoek is een aanvulling op eerder uitgevoerde inhoudsanalyses. In die studies werd vastgesteld dat er een verschil in verslaggeving bestaat over mannen en vrouwen in de sport, die verschillen lieten zich zien door het gebruik van stereotyperingen om vrouwelijke sporters te omschrijven (Birrell & Theberge, 1994; Knoppers & Elling, 1999, 2001a; Van der Lippe, 2002; Elling & Luijt, 2009). Er is echter nauwelijks onderzoek gedaan naar het productieproces van de verslaggeving van sportmedia en het gebruik van genderstereotyperingen. Dit onderzoek heeft zich juist gericht op het productieproces. Dit onderzoek toont aan dat er in de mannenwereld van de sportjournalistiek weinig aandacht besteed wordt aan genderstereotyperingen. Een groot deel van de respondenten erkent dat de stereotyperingen bestaan, maar wijzen voornamelijk naar andere factoren dan zichzelf. Dit valt te verklaren vanuit de theorie dat mannelijke verslaggevers onbewust zijn van het gebruik van stereotyperingen en zichzelf veelal als genderneutraal zien (Schoch & Ohl, 2011; Bruce, 2013).

Verder helpt de machocultuur, die nog steeds aanwezig is op redacties, niet in het debat rondom de discussie over gender. De machocultuur zorgt er namelijk voor dat de journalisten putten uit een discours waar mannelijkheid en mannensport de norm is. Een aantal respondenten gaf aan dat het ook niet nodig is om hier discussie over te voeren op redacties, het is namelijk meer een algemeen probleem in de samenleving dat terug te zien is in de sportjournalistiek. Verder moeten mensen stereotyperende opmerkingen niet serieus nemen, het wordt afgedaan als 'onschuldige' kledkamerhumor. Huidig onderzoek toont aan dat de drang om te reflecteren op kwesties rondom gender niet leeft, mede doordat journalisten zelf genderneutraal menen te zijn. Dit onderzoek toont verder aan dat de machocultuur volgens geïnterviewde voorlopig ook niet zal veranderen. Alhoewel een merendeel van de respondenten aangeven graag meer vrouwen te verwelkomen op de redactievloer, zal dit niet snel gebeuren. Kwaliteit staat boven kwantiteit en op een handjevol goede vrouwelijke sportjournalisten na, zijn er volgens hen op dit moment simpelweg niet genoeg. De respondenten verwachten ook niet dat dit heel snel zal veranderen.

Dit onderzoek toont aan dat de mannenvariant van de sport de norm blijft onder sportjournalisten. Ondanks dat het vrouwenvoetbal aan populariteit wint en het gewonnen het EK, blijft het ondergeschikt aan mannenvoetbal. Bruce (2013) stelt in haar onderzoek dat een trend als deze, waarin mannensport boven vrouwensport worden gesteld, helpt bijdragen van het in stand houden dat vrouwen een minderwaardige positie hebben in de maatschappij. Sportverslaggeving wordt namelijk meestal uitgezonden of geprint voor het publiek in een setting die betrouwbaarheid uitstraalt, rondom een uitzending van regulier nieuws of in de krant naast het reguliere nieuws. Hierdoor ervaart het publiek de sportuitzendingen als waarheidsgetrouw, waaronder het verschil tussen man en vrouw dat tijdens de verslaggeving, onbewust, wordt weergegeven. Het kleinerende, zoals de vrouwen 'meiden' noemen, en stereotyperende beeld over de vrouw wordt hierdoor genormaliseerd en overgenomen. Het gebrek aan reflectiviteit en de gevolgen van dit soort berichtgeving op het publiek, vraagt om meer bewustwording in de wereld van sportjournalistiek. Dit onderzoek hoopt daar een bijdrage aan te leveren, door aan te tonen dat het productieproces een belangrijke fase is in het ontstaan van gebruik van stereotyperingen in verslaggeving.

## **Conclusie**

Deze thesis beoogt een antwoord te geven op de onderzoeksvraag: Hoe geven Nederlandse voetbalmedia-professionals betekenis aan gender en vrouwenvoetbal in het productieproces in het jaar na het succesvolle EK 2017? Uit de tien interviews zijn er drie hoofdthema's naar voren gekomen. Allereerst 'Routines en stereotyperingen'. Hierin is naar voren gekomen dat door de digitalisering het medialandschap drastisch is veranderd en er hierdoor meer tijdsdruk is gekomen voor de sportjournalisten. Die tijdsdruk zorgt ervoor dat er door de voetbalmediaprofessionals wordt teruggegrepen naar routines als ervaring en raamwerken van vroeger. Hierdoor worden genderstereotyperingen van vroeger nog steeds herhaald. Vervolgens is in het tweede thema 'Diversiteit op redacties' aandacht besteedt aan de man-vrouw verhouding op de redacties van de respondenten. Hieruit is naar voren gekomen dat de wereld van de sportjournalistiek een echte mannenwereld is, waar nog steeds een machocultuur heerst. Het is lastig voor vrouwen om zich hierin te mengen en voorlopig ziet het er niet naar uit dat er een balans in de diversiteit komt. Als laatste is de 'Betekenisgeving aan vrouwenvoetbal' aan bod gekomen. Alhoewel de respondenten allemaal aangeven dat het vrouwenvoetbal flinke stappen heeft gemaakt en sommige aangeven er graag naar te kijken,

is het mannenvoetbal nog steeds de norm. Qua ontwikkeling ligt het vrouwenvoetbal mijlenver achter volgens de respondenten en zal het vrouwenvoetbal in de schaduw blijven staan van het mannenvoetbal in de verslaggeving.

Uit de drie thema's is gebleken dat er vandaag de dag door voetbal-mediaprofessionals nog niet veel aandacht besteedt wordt aan reflecteren op gender in het productieproces. Het onbewust zijn van het verschil in verslaggeving zorgt er mede voor dat het vandaag de dag gender geen discussiepunt is op de redacties. Een aantal respondenten gaf namelijk na het interview aan dat ze het een interessant gesprek vonden en het nog nooit eerder zo bekeken hebben. Dit illustreert dat de discussie rondom gender op de werkvloer en genderstereotypingen in de verslaggeving geen thema is op de redacties. Daarnaast zorgt de aanwezige machocultuur op redacties ervoor dat de huidige vorm van verslaggeving blijft bestaan en vrouwenvoetbal onderbelicht blijft in vergelijking met mannenvoetbal. Hierbij moet wel gezegd worden dat het vrouwenvoetbal steeds serieuzer genomen wordt door de voetbalmedia-professionals. In tegenstelling tot de uitspraken in eerdere onderzoeken, begint het vrouwenvoetbal wel een plek te veroveren op de sportradar.

#### *Aanbevelingen vervolgonderzoek*

In dit onderzoek is naar voren gekomen dat de Nederlandse sportjournalistiek nog steeds gedomineerd wordt door mannen. Vrouwelijke sportjournalisten zijn erg in de minderheid. Voor dit onderzoek was het noodzakelijk dat er voetbal-mediaprofessionals geïnterviewd werden die werkzaam zijn voor Nederlandse media. Aangezien dit al een vrij selecte groep is en die groep vrijwel alleen uit mannen bestaat, ontbreekt het ook in dit onderzoek aan genderdiversiteit. Er is geprobeerd om vrouwelijke voetbal-mediaprofessionals te vinden die bereid waren om mee te werken aan dit onderzoek, echter is dit niet gelukt. Een aanbeveling voor vervolgonderzoek is daarom ook dat de onderwerpen en thema's uit dit onderzoek, te bespreken met vrouwelijke voetbal-mediaprofessionals. Het zou interessant zijn om te zien hoe zij tegen vrouwenvoetbal aankijken en tegen de heersende machocultuur in de sportjournalistiekwereld.

Dit onderzoek laat zien dat er langzaamaan een ontwikkeling gaande is waar vrouwenvoetbal een plek op de sportradar begint te veroveren. Het zou interessant zijn om een vergelijkbaar onderzoek over tien jaar nog een keer uit te voeren. Dit om te zien hoe er in die tijd wordt aangekeken tegen de vraagstukken uit deze thesis. Het zou interessant zijn te onderzoeken of de ontwikkeling zich heeft doorgezet of niet, en zo ja in welk tempo? Wordt

er dan nog steeds gebruik gemaakt van genderstereotyperingen? Hoe ziet de diversiteit op redacties eruit? Waar staat het vrouwenvoetbal ten opzichte van het mannenvoetbal in die tijd?

In deze thesis ontbreekt het aan een inhoudsanalyse naar genderstereotyperingen in de Nederlandse sportmedia. In het algemeen is hier weinig recent onderzoek naar gedaan. Een aanbeveling is daarom dat er wel een inhoudsanalyse naar dit onderwerp gedaan wordt in de Nederlandse sportmedia. Een inhoudsanalyse waarin cijfermatige feiten eventueel gekoppeld kunnen worden aan dit onderzoek, zou het bewustwordingsproces van de voetbalmediaprofessionals kunnen bevorderen.

## Referentielijst

Babbie, E. (2014). *The basics of social research*. Wadsworth: Cengage Learning

Bardoel, J., & Wijfjes, H. (2015). Journalistieke cultuur in Nederland. Een profetie tussen traditie en toekomst. In J. Bardoel & H. Wijfjes (Red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp.11-29). Amsterdam: Amsterdam University Press.

Biernacki, P., & Waldorf, D. (1981). Snowball sampling: Problems and techniques of chain referral sampling. *Sociological methods & research*, 10(2), 141-163.  
DOI 10.1177/004912418101000205.

Billings, A.C., & Eastman, S. (2002). Selective representation of gender, ethnicity, and nationality in American television coverage of the 2000 summer Olympics. *International Review for the Sociology of Sport*, 37(3-4), 351-370.  
DOI 10.1177/101269020203700302.

Birrell, S., & Theberge, N. (1994). Ideological control of women in sport. In D.M.



- Costa & S.R. Guthrie (Eds.), *Women and sport: Interdisciplinary perspectives*. (pp. 341-359). Champaign (IL): Human Kinetics.
- Boeije, H.R. (2010). *Analysis in qualitative research*. London: Sage.
- Bowen, G.A. (2006). Grounded theory and sensitizing concepts. *International Journal of Qualitative Methods*, 3, 1-9. Geraadpleegd op: [http://www.ualberta.ca/~iiqm/backissues/5\\_3/pdf/bowen.pdf](http://www.ualberta.ca/~iiqm/backissues/5_3/pdf/bowen.pdf).
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101. DOI 10.1191/1478088706qp063oa
- Bruce, T. (2004). Marking the boundaries of the 'normal' in televised sports: the play-by-play of race. *Media, Culture & Society*, 6, 861-879.  
DOI 10.1177/0163443704047030.
- Bruce, T. (2013). Reflections on communication and sport: On women and femininities. *Communication & Sport*, 1, 125-137. DOI 10.1177/2167479512472883
- Butler, J. (2006). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. New York, NY: Routledge.
- Claringbould, I., Knoppers, A., & Elling, A. (2004). Exclusionary practices in sport journalism. *Sex Roles*, 51(11-12), 709-718. DOI 10.1007/s11199-004-0720-3.
- Daddario, G., & Wigley, B. J. (2007). Gender marking and racial stereotyping at the 2004 Athens Games. *Journal of Sports Media*, 2(1), 29-51. DOI 10.1353/jsm.0.0003.
- Damme, E. van (2010). Gender and sexual scripts in popular US teen series: A study on the gendered discourses in *One Tree Hill* and *Gossip Girl*. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 2(1), 77-92. DOI 10.1386/cjcs.2.1.77\_1.
- Davis, L. (1997). *The swimsuit issue and sport: Hegemonic masculinity in Sports Illustrated*. New York: SUNY Press.

- Deuze, M. (2001). *Journalists in the Netherlands: An analysis of the people, the issues and the (inter-)national professional environment*. Amsterdam: Aksant Publishing.
- Dines, G., & Humez, J.M. (2003). A cultural studies approach to gender, race and class in media. In G. Dines & J.M. Humez (Eds.), *Gender, race and class in media: A tekst-reader* (pp. 1-8). London: Sage Publications Ltd.
- Drok, N., & Hermans, L. (2016). Is there a future for slow journalism? The perspective of younger users. *Journalism Practice*, 4, 539-544.  
DOI 10.1080/17512786.2015.1102604.
- Duncan, M.C., & Messner, M. (1998). The media image of sport and gender. In L. Wenner (Ed.), *MediaSport* (pp. 170-185). London: Routledge.
- Elling, A., & Luijt, R. (2009). Different shades of orange? Media representations of Dutch women medallists. In: P. Markula (Ed.), *Olympic women and the media. Global culture and sport*. London: Palgrave Macmillan.
- Gauntlett, D. (2002). *Media, gender and identity: An introduction*. London: Routledge.
- Gibbs, C., & Warhover, T. (2002) *Getting the whole story: Reporting and writing the news*. Guilford Press
- Gill, R. (2007). *Gender and the media*. Cambridge: Politiy Press.
- Hall, S. (1995). The whites of their eyes. Racist ideologies and the media. In Dines, G. & Humez, J.(Red.), *Gender, race and class in Media* (pp. 18-22). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Hall, M.A. (1996). *Feminism and Sporting Bodies: Essays on Theory and Practice*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Hargreaves, J. (1986). *Sport, Power and Culture: A Social and Historical Analysis of Popular Sports in Britain*. New York: St Martins Press.

- Hermanowicz, J.C. (2002). The great interview: 25 strategies for studying people in bed. *Qualitative Sociology*, 25, 479-499. DOI 10.1023/A:1021062932081.
- Hermes, J. (2007). Media representations of social structure: Gender. In E. Devereux (Ed.), *Media Studies. Key issues and debates* (pp. 191-210). London: Sage Publications Ltd.
- Jackson, S.J., Andrews, D.L., & Cole, C.L. (1998). Race, nation and authenticity: A comparative analysis - The Everywhere Man (Michael Jordan) and the Nowhere Man (Ben Johnson). *Journal of Immigrants and Minorities*, 17(1), 82-102.
- Kinkema, K.M., & Harris, J.C. (1998). Media sport studies: Key research and emerging issues. In L. Wenner (Ed.). *MediaSport* (pp. 27-54). London: Routledge.
- Kinnick, K. (1998). Gender bias in newspaper profiles of 1996 Olympic athletes: A content analysis of five major dailies. *Women's Studies in Communication*, 21(2), 212-237. DOI 10.1080/07491409.1998.10162557.
- Knoppers, A., & Elling, A. (1999). *Gender, etniciteit en de sportmedia. Een inventarisatie van 'reguliere' en Olympische berichtgeving*. Utrecht: CBM (UU)/ Tilburg: Vrijetijds wetenschappen (KUB).
- Knoppers, A., & Elling, A. (2001a). *Gender, etniciteit en de sportmedia: selectie en interpretatie*. Arnhem: NOC\*NSF.
- Knoppers, A., & Elling, A. (2001b). Sport and the media: Race and gender in the representation of athletes and events. In J. Steenbergen, P. De Knop, & A. Elling (Eds.), *Values & norms in sport* (pp.281-300). Oxford: Meyer & Meyer Sport.
- Knoppers, A., & Elling, A. (2004). 'We do not engage in promotional journalism'. Discursive strategies used by sport journalists to describe the selection process.

*International Review for the Sociology of Sport*, 57, 57-73.

DOI 10.1177/1012690204040523.

Kvale, S. (2007). Interview variations. In *Doing interviews* (pp.68-77). London: Sage.

Lippe, G., von der (2002). Media Image: Sport, gender and national identities in five European countries. *International Review for the Sociology of Sport*, 37(3-4), 351-370. DOI 10.1177/101269020203700306.

Lowes, M.D. (1999). *Inside the sports pages: Work routines, professional ideologies and the manufacture of sport news*. Toronto: University of Toronto Press.

Lumpkin, A., & Williams, L. D. (1991). An analysis of Sports Illustrated feature articles, 1954-1987. *Sociology of Sport Journal*, 8, 16-32. Opgehaald van: <https://kuscholarworks.ku.edu/handle/1808/11412> .

Markula, P. (2009). *Olympic women and the media: International perspectives*. New York, NY: Palgrave Macmillan.

Nishikawa, K.A., Towner, T.L., Clawson, R.A., & Waltenburg, E. N. (2009). Interviewing the interviewers: Journalistic norms and racial diversity in the newsroom. *The Howard Journal of Communications*, 3, 242-259.  
DOI 10.1080/10646170903070175.

Ordman, V., & Zillmann, D. (1994). Women sports reporters: Have they caught up?. *Journal of Sport and Social Issues*, 18, 66-75. DOI 10.1177/019372394018001005.

Peeters, R., & Elling, A. (2015). The coming of age of women's football in the Dutch sports media, 1995-2013. *Soccer & Society*, 16(5-6), 620-638,

DOI: 10.1080/14660970.2014.963313.

Pfister, G. (2015). Sportswomen in the German popular press: a study carried out in the context of the 2011 Women's Football World Cup. *Soccer & Society*, 16(5-6), 639-656 DOI: 10.1080/14660970.2014.963314

Rijksbegroting (2018). *Artikel 25: Emancipatie*. Opgehaald van:

[http://www.rijksbegroting.nl/2011/voorbereiding/begroting,kst148632\\_20.html](http://www.rijksbegroting.nl/2011/voorbereiding/begroting,kst148632_20.html).

Romijn, D., & Elling, A. (2017). *Vrouwenvoetbal is de snelst groeiende sport. Over ontwikkelingen in deelname van meisjes- en vrouwenvoetbal*. Utrecht: Mulier Instituut.

Ross, K. (2001). Women at work: Journalism as an engendered practice. *Journalism Studies*, 2, 531–44. DOI 10.1080/14616700120086404.

Rowe, D. (1999). *Sport, culture and the media: The unruly trinity*. Philadelphia, PA: Open University Press.

Salwen, M., & Garrison, B. (1998). Finding their place in journalism. *Journal of Sport and Social Issues*, 22, 88–102. DOI 10.1177/019372398022001008.

Schoch, L., & Ohl, F. (2011). Women sports journalists in Switzerland: Between assignment and negotiation of roles. *Sociology of Sport Journal*, 28, 189–208.

Schreier, M. (2013). Qualitative content analysis. In: U. Flick (Ed.), *The SAGE handbook of qualitative data analysis* (pp. 170-183). DOI 10.4135/9781446282243.

Shoemaker, P.J., & Reese, S.D. (2016). Media sociology and the hierarchy of influences model: A levels-of-analysis perspective on the networked public sphere. *Mass Communication and Society*, 19, 389-410. DOI 10.1080/15205436.2016.1174268.

Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research. Techniques and procedures*

*for developing grounded theory*. London: Sage.

Theberge, N., & Cronk, A. (1986). Work routines in newspaper sports departments and the coverage of women's sports. *Sociology of Sport Journal*, 3, 195–203.

DOI 10.1123/ssj.3.3.195.

Tuggle, C. A. (1997). Differences in television sports reporting of men's and women's athletics: ESPN Sports Center and CNN Sports Tonight. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 41, 14-24. DOI 10.1080/08838159709364387.

Zoonen, L. van, (1998) A professional, unreliable, heroic marionette (M/F): Structure, agency and subjectivity in contemporary journalisms. *European Journal of Cultural Studies*, 1(1), 123–43. DOI 10.1177/136754949800100108.

## **Bijlage I:** Topicijst interview

*Allereerst wil ik u graag bedanken voor uw medewerking aan mijn afstudeeronderzoek naar het productieproces in de Nederlandse sportmedia. Met uw goedkeuren wordt dit interview opgenomen, vervolgens wordt het interview geanonimiseerd dus uw antwoorden zullen niet terug te traceren zijn naar u. Laten we beginnen!*

<b>Topics</b>	<b>Vragen</b>
<b>Introductievragen</b>	- Hoe bent u terecht gekomen bij uw huidige functie? - Wat heeft u doen besluiten om te gaan werken in de sportmedia?
<b>Beschrijven van werk</b>	- Waar staat (medium waarvoor de respondent werkt) voor als het gaat om het produceren van sportnieuws? → Wat is uw functie daarin? → Kunt u een doorsnee werkdag beschrijven?  - Wat is volgens u een goede sportjournalist? → Wat houdt objectiviteit in volgens u?

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe bereidt u zich voor op het afnemen van interviews / schrijven van artikelen / het leveren van commentaar?</li> <li>- Wat zijn volgens u de grootste veranderingen in het medialandschap?</li> <li>→ sneller -&gt; tijdsdruk, hoe ervaart u dit?.</li> <li>→ welk effect heeft dat op de kwaliteit en het reflecteren van het werk?</li> </ul>
<b>Rol van sportmedia in de samenleving</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe zou u het publiek omschrijven waarvoor u werkt?</li> <li>→ In termen van gender mocht dit niet naar voren komen.</li> <li>- Welke rol speelt sport in de samenleving?</li> <li>→ Welke rol spelen sportmedia hierin?</li> </ul>
<b>Redactie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat maakt volgens u een goede redactie?</li> <li>- Hoe ziet de redactie qua gender en etnische achtergrond er uit op uw werk?</li> <li>- Wat vindt u van deze samenstelling?</li> <li>→ Wanneer eenzijdig: hoe verklaart u dit?</li> <li>→ Is dit een probleem volgens u? Waarom?</li> <li>→ Heeft de eenzijdigheid invloed op de berichtgeving van (medium van de respondent)? Hoe dan</li> </ul>
<b>Stereotypering gender in sportmedia (Veel doorvraag vragen hangen af van de antwoorden van de respondent)</b>	<p>Vrouwenvoetbal wordt in Nederland steeds populairder, zowel om als sport te beoefenen als het kijken ernaar (de EK 2017 als voorbeeld). Uit onderzoeken uit de vorige eeuw en begin van deze eeuw blijkt dat sportverslaggevers geneigd zijn om gender stereotyperingen te benoemen bij het schrijven of praten over sporters. Dit komt voornamelijk voor bij vrouwelijke sporters, die gezien worden als fysiek minder sterk dan mannen, emotioneler en vaak afhankelijk van mannen (zoals de vader of coach). Waardoor de sportieve prestaties van vrouwen enigszins als minder bijzonder afgedaan worden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is uw mening over de uitspraken van deze onderzoeken?</li> </ul>

- Zoals ik al zei zijn deze onderzoeken enigszins gedateerd.  
Denkt u dat de verslaggeving over vrouwensport is veranderd en nu minder stereotyperingen bevat of zijn ze nog steeds aanwezig?

→ Wat zijn de mogelijke gevolgen hiervan?

Een andere uitspraak uit de onderzoeken is dat vrouwenvoetbal geen echte topsport is in vergelijking met mannenvoetbal, omdat er geen echte topprestaties geleverd worden.

- Hoe kijkt u hier tegenaan?

- Wat vindt u van het niveau van het hedendaagse vrouwenvoetbal?

→ Heeft het succes van de vrouwen en de misère van de mannen invloed op hoe er tegen het vrouwenvoetbal aangekeken wordt?

**Reflectie eigen gender** Heeft uw eigen achtergrond wat betreft uw geslacht een rol binnen uw eigen verslaggeving een rol denkt u?

**Afsluitend**  
- Zijn er nog zaken onbesproken gebleven die u graag zou willen toevoegen aan dit interview?  
- Bedanken voor de medewerking aan het interview