

***De betekenis van diversiteit, etniciteit en het
gebruik van stereotypen in het productieproces van
sportmedia in Nederland***

Een thematische analyse van kwalitatieve interviews met
professionals werkzaam in de Nederlandse sportmedia

Matthias de Heer

Matthias de Heer

Studentnummer: 385913

E-mail: matthiasdeheer@hotmail.com

Telefoon: (06)36591461

Master Thesis Media Studies (Media en Journalistiek)

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

Begeleider: Dr. Jacco van Sterkenburg

22 juni 2017

De betekenis van diversiteit, etniciteit en het gebruik van stereotypen in het productieproces van sportmedia in Nederland

Een thematische analyse van kwalitatieve interviews met professionals werkzaam in de Nederlandse sportmedia

ABSTRACT

Dit onderzoek vertrekt vanuit het onderzoeksveld van sportmedia in relatie tot etniciteit. De onderzoeken binnen dit veld bestaan voornamelijk uit inhoudsanalyses en in mindere mate receptiestudies. De inhoudsanalyses, die voornamelijk een Engelse en Amerikaanse context hebben, concluderen dat met name het stereotype van de fysiek sterke zwarte sporter in sterke mate naar voren komt in de sportverslaggeving. De receptiestudies geven inzicht in hoe dit stereotype ook leeft bij de consumenten van sportmedia. Huidig onderzoek stelt de vraag hoe professionals werkzaam in de sportmedia zelf betekenis geven aan diversiteit, etniciteit en het gebruik van stereotypen in het productieproces om te achterhalen of en waarom er al dan niet bewustzijn bestaat over dit soort onderwerpen. Door het centraal stellen van het productieproces, vormt dit onderzoek een uitzondering op de bestaande recente studies binnen dit veld en geeft het nieuwe relevante inzichten voor theorievorming en vervolgonderzoek. Uit een thematische analyse van de kwalitatieve interviews met tien professionals uit de Nederlandse sportmedia komen drie thema's naar voren: (1) routines, (2) diversiteit en etniciteit en (3) betekenisgeving aan stereotypen. Binnen elk thema bestaat een spanningsveld tussen twee stromingen, waarbij de ene stroming wel ruimte laat voor reflectie op etniciteit, diversiteit en het gebruik van stereotypen en de tweede, meest dominante stroming andere zaken binnen de werkrouines als snelheid en speed ambition, kwaliteit, objectiviteit en de openheid van de Nederlandse samenleving voorop stelt. Zo bestaat er binnen de werkrouines een duidelijk onderscheid tussen het werk op de (online) sportnieuwsredactie - waar reflectie in het algemeen belemmerd wordt door tijdsdruk - en het maken van achtergrondverhalen - waar meer tijd en ruimte lijkt te zijn voor reflectie en duiding. Wat betreft het denken over diversiteit en etniciteit en de betekenisgeving aan stereotypen bestaat er bij de meeste respondenten een notie van kleurenblindheid, waardoor zij journalistieke kwaliteit loskoppelen van de eigen etniciteit en een debat over diversiteit op de redactie niet als relevant beschouwen. Ook distanceren zij zich daarmee van de onderzoeken naar stereotypering in de berichtgeving. Hoewel een kleinere groep respondenten inziet hoe de eigen etniciteit wel de verslaggeving kan beïnvloeden en zij daarom diversiteit als een aanvulling zien van de sportredactie, zijn alle respondenten het er over eens dat er geen daadwerkelijk debat over diversiteit of het gebruik van stereotypen leeft in de Nederlandse sportmedia. Daarmee kan gesteld worden dat reflectie op etniciteit, diversiteit en het gebruik van stereotypen geenszins gestimuleerd in de mediapraktijk van de Nederlandse sportmedia, hetgeen onbewustheid over deze onderwerpen in de hand werkt.

KEYWORDS: *Etniciteit, diversiteit, stereotypering, kwalitatieve interviews, sportmedia*

INHOUDSOPGAVE

ABSTRACT	2
1. INLEIDING	4
<i>Het onderzoeksveld van etniciteit en sportmedia: inhoudsanalyses en receptiestudies</i>	4
<i>Het onderzoeken van het productieproces: onderzoeksvraag en wetenschappelijk belang</i>	7
<i>Maatschappelijke relevantie</i>	9
<i>Hoofdstukindeling</i>	10
2. THEORETISCH KADER	11
<i>Etniciteit, otherness, whiteness en stereotypering</i>	11
<i>Stereotypen in de sportmedia en receptie van het publiek</i>	13
<i>Het productieproces van media in de Nederlandse context</i>	16
3. METHODE VAN ONDERZOEK	19
<i>Dataverzameling</i>	19
<i>Thematische analyse</i>	21
4. RESULTATEN	23
<i>(1) Routines in het productieproces</i>	24
<i>(2) De rol van diversiteit en etniciteit in het productieproces</i>	29
<i>(3) Betekenisgeving aan stereotypering in de berichtgeving</i>	35
5. DISCUSSIE	40
<i>Routines en het gebruik van stereotypen</i>	40
<i>Kleurenblindheid en de onbewuste verslaglegging van etnische minderheidsgroepen</i>	42
<i>Diversiteit en gelijkwaardige berichtgeving</i>	44
<i>Implicaties voor wetenschap en maatschappij</i>	45
6. CONCLUSIE	47
<i>Aanbevelingen vervolgonderzoek</i>	47
LITERATUUR	49
APPENDIX	53

1. INLEIDING

‘Johan, jij zegt net: Ziyech is de nieuwe Pogba van Ajax.’ Presentator Wilfred Genee van het voetbaldiscussieprogramma *Voetbal Inside* stelt de uitspraak van zijn tafelgenoot Johan Derksen ter discussie in de uitzending van 21 oktober 2016. Genee: ‘Maar hij [Hakim Ziyech] voetbalt toch veel meer op techniek dan op de kracht die Pogba heeft?’ Derksen reageert als volgt: ‘Jawel, maar Pogba moeten we niet wegzetten als iemand die alleen maar krachtvoetbal speelt, die kan heel goed voetballen’ (Voetbal Inside, 21 oktober 2016).

Paul Pogba, een zwarte Franse voetballer die in 2016 voor het recordbedrag van 110 miljoen euro door Manchester United gekocht werd, wordt in dit voorbeeld door Genee als vanzelfsprekend gekoppeld aan enkel zijn fysieke kwaliteiten. Hoewel Derksen nog wel het technische vermogen van de speler wil benadrukken, past de uitspraak van presentator Genee in een tendens die volgens verschillende onderzoeken naar etniciteit in relatie tot sportmedia binnen de sportverslaggeving en het praten over sport waar te nemen is.

Het onderzoeksveld van etniciteit en sportmedia: inhoudsanalyses en receptiestudies

Verschillende inhoudsanalyses naar sportcommentaar- en verslaggeving concluderen dat commentatoren en journalisten zwarte sporters structureel meer fysieke kwaliteiten toeschrijven dan bij witte sporters het geval is (Tyler Eastman & Billings, 2001; McCarthy, Jones & Potrac, 2003; Bruce, 2004; Spencer, 2004; Hylton & Law, 2008). Deze onderzoeken zijn vooral gedaan in Engeland en Amerika, waar het voor onderzoekers gebruikelijk is een onderscheid te maken tussen ‘zwarte’ sporters en ‘witte’ sporters. Omdat de huidige studie voor een groot deel is gedaan in de context van deze onderzoeken, wordt de terminologie van zwart en wit overgenomen bij het beschrijven van deze werken.

Zo onderzochten McCarthy, Jones en Potrac (2003) Engels voetbalcommentaar, waaruit zij concluderen dat er een dominante beeldvorming leeft van de zwarte voetballer die als van nature fysiek aangelegd is. Daarmee ligt de nadruk bij het commentaar veel sterker dan bij de witte voetballers op fysieke eigenschappen bij het beschrijven van de speler. Bruce (2004) schrijft in de conclusie van haar onderzoek naar Amerikaans basketbalcommentaar dat “representations of natural black physicality continue to be reproduced in live sports television” (p. 875). Spencer (2004) omschrijft de representatie van de zwarte tennissters Serena en Venus Williams op televisie, foto’s en in geschreven media als van nature atletisch. Hylton en Law (2008) onderzochten de sportkranten *Observer Sport Monthly* en *Sports Illustrated* met

soortgelijke conclusies over zwarte sporters. Gesteld kan worden dat dit beeld van de natuurlijk fysiek sterke sporter voortkomt uit een breder geracialiseerd discours dat leeft in de Westerse samenleving (Long & Hylton, 2002; McCarthy, Jones & Potrac, 2003; Azzarito & Harrison, 2008). Met andere woorden krijgt de zwarte huidskleur door de representatie van zwarte sporters in de media een bepaalde betekenis en wordt deze betekenis zo telkens opnieuw geconstrueerd, hetgeen het begrip ‘discours’ uitdrukt (Van Sterkenburg, 2010).

Bruce (2004, p. 862) stelt dat “in sports discourses particularly, black bodies are consistently marked as Other”. Door het herhaaldelijk gebruik van het stereotype van de fysiek sterke zwarter sporter in de media wordt zo een ‘wij versus zij’ frame gecreëerd, het proces van *othering* waar Bruce naar verwijst, van een etnische minderheidsgroep (Figenschou, Beyer & Thorbjørnsrud, 2015): “the out-group is ... related to practices and roles lacking in any positive quality” (p. 69). Hoewel het hebben van fysieke kwaliteiten als sporter gezien kan worden als een positieve eigenschap, wat in tegenspraak is met ‘lacking in any positive quality’, kan de nadruk op deze eigenschappen zorgen voor een eendimensionaal beeld van de vaardigheden die de sporter heeft, omdat de rol van spelintellect en hard werk ondergesneeuwd kan raken (Spencer, 2004). Zo worden volgens de bestaande onderzoeken – die voornamelijk een Engelse en Amerikaanse context hebben – in de berichtgeving structureel natuurlijke fysieke kenmerken toebedeeld aan sporters met een zwarte huidskleur, wat in veel mindere mate gebeurt bij witte sporters. Dit duidt erop dat zwarte sporters als ‘anders’ gezien kunnen worden vergeleken met witte sporters, waarbij hun lichaam voornamelijk als symbool van hun *otherness* (Staszak, 2008) gezien wordt (Long & Hylton, 2002; Bruce, 2004; Spencer, 2004; Hylton, 2008; Ferrucci, Tandoc, Painter & Leshner, 2013). Op die manier worden zwarte sporters ‘geracialiseerd’ omdat een breder levend discours van de zwarte huidskleur als van nature sterk en dus verschillend van de witte huidskleur terug te zien is in de media-inhoud (Hylton & Law, 2008).

Alle relevante onderzoeken die hier besproken worden, zijn in overeenstemming wat betreft deze koppeling tussen zwarte sporters en het benadrukken van hun fysiek. Het onderzoek van Van Sterkenburg, Knoppers en De Leeuw (2012), die nagingen of het fysieke thema ook doordrong in het Nederlandse commentaar in de wedstrijdsamenvattingen van *RTL Voetbal*, is hier een kleine uitzondering op, omdat zij niet het onderscheid hebben gemaakt tussen zwarte en witte sporters, maar naar etnische groepen keken. De conclusie dat spelers met een Surinaamse achtergrond (en daarmee met een zwarte huidskleur) het meest in fysieke termen worden omschreven, past echter wel precies binnen de andere onderzoeken.

Hoewel sommige studies suggereren dat de witte sporter meer in psychologische termen van mentaliteit (zoals inzet en doorzettingsvermogen) en intellect worden omschreven dan zwarte sporters (Tyler Eastman & Billings, 2001; Bruce, 2004; Azzarito & Harrison, 2008; Hylton, 2008; De Bruycker, 2012; Ferrucci et al., 2014), vinden andere studies deze resultaten niet (McCarthy et al., 2003; Van Sterkenburg et al., 2012). In het eerste geval krijgt de witte huidskleur dus wel een speciaal kenmerk toebedeeld, namelijk de mentale en psychologische kwaliteiten binnen de sport. In het tweede geval werden geen in het oog springende eigenschappen van de witte huidskleur gevonden, waardoor de witte huidskleur als onzichtbaar en standaard gezien wordt. Wanneer huidskleur en etniciteit besproken worden in sportmedia, is het dus voornamelijk de zwarte huidskleur waarover gedebatteerd wordt, terwijl de witte sporter vaker gezien wordt als normale atleet: “blackness [is] often the *a priori* object for debate where ‘race’ and racism are concerned, whilst whiteness and the power that is privileged by it remain untheorised, unexamined and invisible” (Hylton, 2008, p. 65). Dit proces waarbij wit de norm is en derhalve onzichtbaar (te denken valt aan de term ‘blank’) ofwel onbesproken blijft, staat bekend als *whiteness* (Long & Hylton, 2002; Hylton, 2008; Brandbury, 2013).

Volgens Hylton (2008) zijn witte mensen zich vaak niet bewust van de eigen huidskleur en zijn zij over het algemeen ook minder kritisch in het reflecteren op hun beeldvorming van de zwarte huidskleur. De productie van (sport)media is daarbij voor een overgroot deel in handen van witte manen (Claringbould, Knoppers, & Elling, 2004), terwijl sport en voetbal in het bijzonder, zeker ook in Nederland, een domein is waar mensen van allerlei afkomst in actief zijn (Van Sterkenburg, 2010; Van Sterkenburg et al., 2012).

Onderzoeken naar stereotypen over etnische minderheden in de media, zoals dat van Hall (1995), Devroe (2007) en Van Sterkenburg (2010) stellen dat stereotype berichtgeving de beeldvorming van het publiek over etnische minderheden in het algemeen versterkt. Media construeren, aldus Hall, het idee van wat ‘rassen’ zijn en welke kenmerken daarbij horen: “the media construct for us a definition of what ‘race’ is, what meaning the imagery of ‘race’ carries” (Hall, 1995, p. 20). Ook McCarthy et al. (2003, p. 218) zien dit verband: “Hence, through their language, the commentators ‘frame’ the event, which, in turn profoundly affects the viewer’s construction of the programme’s meaning”. Hoe etnische minderheden in de (sport)media gepresenteerd of in andere woorden *geframed* (Entman, 1993) worden is dus van belang voor de beeldvorming bij het publiek. De hiervoor genoemde studies toonden aan dat het *framen* van zwarte sporters voornamelijk gebeurt aan de hand van het fysieke stereotype.

Hoe de relatie tussen tekst en mediabeelden enerzijds en receptie bij het publiek anderzijds ligt, is echter een van de meest gecompliceerde vragen in de communicatiewetenschap (De-

vroe, 2007, p. 28). Shadid (2009), Ferrucci et al. (2013) en ook Figenschou et al. (2015) halen de *priming* theorie aan door te stellen dat individuen media-inhoud over etnische minderheden op de meest cognitief gangbare en eenvoudige manier interpreteren. Verschillende onderzoeken naar de receptie van deze stereotypen binnen de sportmedia, bevestigen dat het beeld van de fysiek sterke zwarte sporter in de meeste gevallen door het publiek overgenomen en gereproduceerd wordt (McCarthy et al., 2003; Van Sterkenburg & Knoppers, 2004; Azzarito & Harrison, 2008; Ferrucci et al., 2013).

Het onderzoeken van het productieproces: onderzoeksvraag en wetenschappelijk belang

Uit het voorgaande overzicht blijkt dat het discours van de zwarte sporter al veel onderzocht is in de vorm van inhoudsanalyses en (in mindere mate) receptiestudies. Ong (2014) stelt dat onderzoek naar representaties van de Ander zich vaak alleen richt op tekst en de inhoud daarvan. Naast het bestuderen van de receptie van het publiek, is het onderzoeken van het productieproces ook van groot belang. Ong noemt dit een “holistische aanpak” (Ong, 2014, p. 179-180). Het productieproces van sportmedia staat hier dan ook centraal. Dit is namelijk de plaats waar de *framing* van zwarte sporters aan de hand van stereotypen plaatsvindt. Door hier op te richten, draagt dit onderzoek theoretisch bij aan een breder begrip binnen het onderzoeksveld van de relatie tussen sportmedia en etniciteit, waar tot zoverre de nadruk vooral heeft gelegen op de media-inhoud zelf en de receptie daarvan bij het publiek. Hoewel inhoudsanalyses en receptiestudies dus van belang zijn om het huidige onderzoek in te kaderen in een breder onderzoeksveld, is het doel hier nadrukkelijk niet om een dergelijke studie uit te voeren, maar juist om een aanvulling te geven op deze studies door het productieproces van Nederlandse sportmedia te bestuderen.

Twee eerdere studies over het productieproces van sportmedia zijn hierbij belangrijk. Bruce (2004) heeft naast een inhoudsanalyse ook diepte interviews met Amerikaanse basketbalcommentatoren uitgevoerd. Hieruit blijkt dat deze commentatoren erkenden dat zwarte basketballers extra worden beschreven in termen van fysiek. De individueel geïnterviewde commentatoren zagen zichzelf echter wel als objectief en rasneutraal, wat wil zeggen dat zij het idee hadden zelf de stereotypen van de zwarte basketballers niet te gebruiken in hun verslaggeving. Zo spelen sportjournalisten in haar onderzoek de bal naar andere collega's in hetzelfde werkterrein waar het gaat om het reproduceren van stereotypen in het commentaar, in de veronderstelling dit zelf niet te doen. Bovendien achterhaalt Bruce routines binnen het basketbalcommentaar die het gebruik van stereotypen kunnen beïnvloeden, zoals de tijds- en prestatiedruk van live televisie. Knoppers en Elling (2004) onderzochten het Nederlandse

sportmedialandschap door sportjournalisten te interviewen over de rol van gender in hun verslaggeving. Knoppers en Elling vertrekken vanuit verschillende kwantitatieve en kwalitatieve onderzoeken die aantonen dat binnen de sportjournalistiek een sterk onderscheid bestaat tussen de verslaggeving van mannen- en vrouwensport. Zo is er sprake van de onderrepresentatie van vrouwensporten in de sportmedia en bestaat er een frame dat vrouwensport minder spannend en derhalve minder nieuwswaardig is dan mannensport. Ook in deze studie komt naar voren dat de journalisten zich niet herkennen in deze resultaten en zich daarmee over het algemeen als objectief en niet bevooroordeeld zien.

Zowel Bruce (2004) als Knoppers en Elling (2004) zijn belangrijke werken binnen dit onderzoek omdat het productieproces en daarmee motivaties, meningen en betekenisgeving van sportjournalisten zelf centraal staan. Desalniettemin vult het huidige onderzoek beide studies aan. Bruce (2004) richt zich in haar onderzoek naar het gebruik van raciale stereotypen namelijk enkel op het Amerikaanse productieproces, waar dit onderzoek zich zal richten op de Nederlandse context. Wekker (2016) stelt dat het onderzoeken van discoursen van etniciteit en het denken over etnische minderheden juist in Nederland relevant is. Zij spreekt van een “strong paradox” (p. 1): hoewel de gedachte dominant is dat Nederland kleurenblind en vrij van racisme is, speelt tegelijkertijd ongelijkheid van etnische minderheden op de achtergrond een rol en wordt dit door de etnische meerderheid veelal ontkent. Knoppers en Elling (2004) behandelen in tegenstelling tot Bruce (2004) wel het Nederlandse productieproces, maar doen dit in relatie tot gender en de onderrepresentatie van vrouwensport, terwijl etnische stereotypering en diversiteit hier centraal staat. Bovendien komt het onderzoek van Knoppers en Elling uit 2004 en is in het afgelopen decennium het productieproces van Nederlandse (sport)media ingrijpend veranderd, door onder andere de opkomst van internet en sociale media (Bardoel & Wijfjes, 2015). Met de volgende onderzoeksvraag, geeft dit onderzoek daarom een aanvulling op de bestaande literatuur: hoe geven Nederlandse sportmediaprofessionals betekenis aan diversiteit, etniciteit en het gebruik van stereotypen in het productieproces van sportmedia?

Zo combineert deze vraag elementen van Bruce (centraal stellen van het productieproces van sportmedia bij onderzoek naar etnische stereotyperingen in de verslaggeving) en Knoppers en Elling (onderzoek naar het productieproces in het Nederlandse sportmedialandschap) en vindt het daarmee nieuwe theoretische inzichten in het onderzoeksveld van de relatie tussen sport en etniciteit, specifiek in Nederland.

Maatschappelijke relevantie

Zoals gezegd is de Nederlandse sport een domein binnen de samenleving waar etnische minderheden in de vorm van sporters sterk in vertegenwoordigd zijn. Met een positief ingestelde visie kan dan ook gesteld worden dat sport een mooi voorbeeld is van verbinding tussen verschillende etniciteiten binnen de samenleving, de etnische diversiteit in het Nederlands voetbalelftal als voorbeeld nemend (Van Sterkenburg, 2010). Wie kritischer naar het (inter)nationale sportlandschap kijkt, ziet echter ook processen van uitsluiting, zoals in de hogere functies binnen de sport (Brandbury 2013) en de hiervoor besproken ‘verborgen’ stereotype beeldvorming van zwarte sporters in de sportmedia en tot slot ook de onderrepresentatie van etnische minderheden in de sportmedia (Claringbould et al., 2004; Van Sterkenburg, 2010). Deze stereotypering en onderrepresentatie van minderheden in de sportmedia is wat hier centraal staat.

Sportmedia worden vaak als entertainmentjournalistiek gezien. Stelling hier is dat de rol van sportmedia binnen de samenleving niet onderschat moet worden wat betreft de beeldvorming van etnische minderheden. Knoppers en Elling (2004) stellen dat sportmedia onderdeel zijn van het Nederlandse cultureel burgerschap, gezien de constante aanwezigheid in nieuwsprogramma's en de hoge populariteit bij het publiek. Bruce (2004) is van mening dat binnen die media dezelfde waarden als neutraliteit en objectiviteit gelden zoals bij traditionele journalistiek het geval is. Volgens Hylton (2008) moeten sportmedia daarom niet vergeten worden als een invloedrijk domein waar debatten en visies op etniciteit en huidskleur gevormd worden, juist omdat er zoveel etnische diversiteit onder sporters is. Wanneer de betekenisgeving van de zwarte huidskleur voornamelijk bestaat uit een stereotype eendimensionaal beeld van het natuurlijke fysieke lichaam (zo bleek uit de inhoudsanalyses) en deze beeldvorming wordt overgenomen door het publiek (zo bleek uit de receptiestudies), heeft dit invloed op de beeldvorming van de zwarte huidskleur en daarmee op een etnische minderheidsgroep in het algemeen.

Bruce (2004) en Knoppers en Elling (2004) stellen dat sportjournalisten weinig reflecteren op dit soort onderwerpen. Dit onderzoek kan daarom een belangrijke maatschappelijke bijdrage leveren in de bewustwording onder professionals binnen de sportmedia wat betreft diversiteit, de huidige stereotypering en het belang van gelijkwaardige beeldvorming van etnische minderheden en wil daarmee als materiaal dienen tot reflectie binnen het productieproces en zodoende zelfreflectie binnen de sportmedia bevorderen.

Hoofdstukindeling

In de nu volgende hoofdstukken wordt stapsgewijs een antwoord gevonden op de centrale onderzoeksvraag. Het theoretisch kader heeft daarbij als doel een overzicht te bieden van de belangrijkste inzichten uit het onderzoeksveld van sportmedia en etniciteit alsook het productieproces van Nederlandse media in het algemeen. In het methodehoofdstuk wordt de hier gebruikte methode van kwalitatieve interviews besproken en een beschrijving gegeven van de respondenten binnen dit onderzoek. De resultaten uit de interviews met Nederlandse sportmediaprofessionals worden per gevonden thema behandeld in het vierde hoofdstuk. Tot slot vindt er een terugkoppeling van deze resultaten plaats met de literatuur uit het theoretisch kader in de discussie en conclusie.

2. THEORETISCH KADER

Zoals in de inleiding is gebleken, staat in dit onderzoek naar sportmedia en de rol van etniciteit het productieproces van Nederlandse sportmedia centraal. Het doel van dit hoofdstuk is het geven van een literatuuroverzicht met theorieën en bevindingen die van belang zijn om dit centrale thema van context te voorzien. Daarom worden eerst theoretische begrippen als ‘eticiteit’, ‘otherness’, ‘whiteness’ en ‘stereotyperingen’ gedefinieerd. Omdat in het onderzoeksveld van etniciteit in relatie tot sportmedia voornamelijk inhoudsanalyses en receptiestudies zijn gedaan, worden de belangrijkste conclusies hier nogmaals uiteengezet om huidig onderzoek naar het productieproces in te kaderen. Zo wordt aan het einde van dit hoofdstuk de algemene theorievorming over productieprocessen van media besproken in de bredere context van het onderzoeksveld van etniciteit en sportmedia.

Etniciteit, otherness, whiteness en stereotypering

Etniciteit is in de huidige studie een kernbegrip en is in het voorgaande al een aantal keren genoemd. Het is daarom goed deze term nu van een heldere definitie te voorzien. In deze studie wordt bewust gekozen om te spreken van etniciteit. Hoewel in Engelse of Amerikaanse context vaak gesproken wordt van het begrip ‘race’, is ‘ras’ een omstreden begrip in Nederland (Essed & Trienekens, 2008; Wekker, 2016). Hoewel het in Nederland gebruikelijker was een onderscheid te maken tussen autochtonen en allochtonen (Essed & Trienekens, 2008; Van Sterkenburg et al., 2012; Wekker, 2016), worden deze begrippen naar aanleiding van een recent rapport van de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid in de overheid en in de media niet meer gebruikt (Bovens, Bokhorst, Jennissen & Engbersen, 2016). In Nederland is het wel nog steeds gebruikelijk te spreken van etnische minderheden (Wekker, 2016). Devroe (2007) noemt etniciteit een moeilijk te definiëren begrip. Hij laat in zijn onderzoek naar de voorstelling van etnische minderheden in het nieuws verschillende definities passeren, die onder te verdelen zijn in twee visies. Etniciteit kan ten eerste gezien worden in relatie tot afstamming. Individuen die nagenoeg dezelfde afkomst hebben, voelen zich met elkaar verbonden door een gemeenschappelijke cultuur: een gemeenschappelijke etniciteit. Andere onderzoekers zien etniciteit veel meer als sociale constructie en dus los van het begrip afstamming. Bepaalde kenmerken worden volgens deze visie toegewezen door anderen of door het individu zelf. Daarmee heeft een etnische groep bepaalde sociale en fysieke kenmerken die het zichzelf toewijst of door andere (meerderheids)groepen toegewezen krijgt. De media spelen

hierin een belangrijke rol (Hall, 1995). In die zin wordt etniciteit meer een sociale constructie (Wekker, 2016). Dit laatste is de visie die hier aangehaald wordt, omdat onderzoeken binnen huidig onderzoeksveld laten zien dat sporters uit etnische minderheidsgroepen een bepaalde betekenis toebedeeld krijgen binnen de media, die onderdeel zijn van de cultuur.

De onderverdeling van huidskleur in zwart en wit is, zoals gezegd in de inleiding, ontleend aan Engelse en Amerikaanse onderzoeken die schrijven over ‘black’ en ‘white’. Daar is dit onderscheid ook veel meer dan in Nederland onderdeel van het maatschappelijke denken (Essed & Trienekens, 2008). Devroe (2007) laat zien dat huidskleur over het algemeen in Nederlandstalige media juist niet expliciet benoemd wordt bij het spreken over etnische minderheden.

Hoewel het hebben van een zwarte huidskleur dus over het algemeen niet nadrukkelijk naar voren komt in de Nederlandse media, toonden studies in de inleiding aan dat de zwarte huidskleur wel degelijk als ‘anders’ gezien worden, ook in de Nederlandse sportmedia. Belangrijk hierbij is dat in het maatschappelijke denken over etniciteit vaak als vanzelfsprekend etnische minderheden centraal staan (Shadid, 2009; Helsloot, 2012; Wekker, 2016). Het fenomeen, dat in discussies over etniciteit de aandacht al snel gaat naar etnische minderheden of degene die niet-Wit is en dat daarmee de beeldvorming van etniciteit in de media gecentreerd is rond etnische minderheden, staat bekend als *othering* (Said, 1978; Staszak, 2008).

Etnische minderheden worden zo als ‘anders’ getypeerd, terwijl de witte huidskleur vaak de onbesproken norm blijft. Dit proces van de onzichtbaarheid van de witte huidskleur staat bekend als *whiteness* (Long & Hylton, 2002; Hylton, 2008; Wekker, 2016). Studies naar *whiteness* gaan tegen de stroom in door juist wel de focus te leggen op de witte huidskleur. Resultaten uit dit soort onderzoeken laten zien dat wit ook een kleur is en dat reflectie op de eigen huidskleur invloed kan hebben op de beeldvorming van etnische minderheidsgroepen (Essed & Trienekens, 2008; Hylton, 2008). Deze beeldvorming is bijvoorbeeld vaak beïnvloed door stereotypen. Stereotypen zijn vermeende kenmerken van bepaalde groepen die als natuurlijk of in andere woorden aangeboren worden gezien en standvastig blijven bestaan in het denken over etnische minderheden in samenleving (Devroe, 2007). Brandbury (2013) past de term *whiteness* toe bij het beschrijven van de ‘onzichtbare’ dominantie van de witte huidskleur in de belangrijke posities in de voetbalwereld. Dit is ook terug te zien in de hoeveelheid witte werknemers binnen Nederlandse sportmedia (Claringbould et al., 2004). Het gaat hier niet om bewuste processen van uitsluiting, maar om de onbewuste aanname dat wit de norm is. Het onbewust niet inzien van eigen geracialiseerde gebruiken wordt ook wel *colonial aphasia* (Stoler, 2011) of *cultural aphasia* (Helsloot, 2012) genoemd.

Kortom, hoewel de witte huidskleur vaak onzichtbaar blijft, tonen studies naar *whiteness* aan dat de witte etnische meerderheidsgroep vaak op een stereotype wijze denkt over etnische minderheidsgroepen, zoals mensen met een zwarte huidskleur. Bovendien wordt verondersteld dat op deze beeldvorming weinig reflectie bestaat. Zo kan er binnen de (sport)media, waar sprake is van een witte dominantie, dus sprake zijn van onbewuste praktijken van *othering*.

Stereotypen in de sportmedia en receptie van het publiek

Hoe deze *othering* naar voren komt in de (Nederlandse) sportmedia, werd in de inleiding al duidelijk. Verschillende inhoudsanalyses laten zien dat binnen de sportverslaggeving het stereotype van de natuurlijk fysieke sterke zwarte sporter doordringt (Tyler Eastman & Billings, 2001; McCarthy et al., 2003; Bruce, 2004; Spencer, 2004; Hylton & Law, 2008; Van Sterkenburg et al., 2012). De nadruk ligt hierbij veel meer op de fysieke eigenschappen van deze sporters, dan bij witte sporters het geval is. Zwarte sporters worden daarom voornamelijk als fysiek sterk *geframed*. Entman (1993, p. 52) omschrijft framing als een proces waardoor met bepaalde nadrukken *een* weergave van de realiteit wordt gegeven vanuit een bepaald perspectief: “To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described”. Volgens de inhoudsanalyses zijn het dus voornamelijk de fysieke kenmerken die in het geval van zwarte sporters worden benadrukt. Azzarito en Harrison (2008) noemen het frame van de natuurlijk fysiek sterke zwarte sporter het *black edge discourse*.

De Engelse sportonderzoeker Hylton (2008) stelt hierbij het volgende: “In sport what we often get are versions of conceptual whiteness or blackness that themselves signify notions of ‘achievement’, ‘middleclassness’, ‘intelligence’ and ‘education’ as normative characteristics of whiteness while ‘gangs’, ‘basketball player’, ‘entertainer’, ‘sprinter’ become the marginalised and delegitimated categories of blackness” (p. 70). Hylton ziet, in andere woorden, een onderscheid tussen de voornamelijk mentale kenmerken die witte sporters toegewezen krijgen en de voornamelijk (natuurlijke) fysieke termen waarin zwarte sporters worden omschreven. Opvallend in dit citaat is ook de koppeling tussen ‘blackness’ en termen als ‘entertainer’ en ‘gangs’, die lager op de maatschappelijke ladder staan dan termen als ‘education’ en ‘intelligence’. Hylton haalt nog een ander treffend citaat aan:

If you close your eyes and listen, you can tell whether a commentator is discussing a White or a Black athlete when he says that somebody is ‘natural’ ... you know he’s talking about a

Black performer. When you hear that this other guy's a hard worker, or that he comes to play everydady on the strength on guts and intelligence, you know that the player in question is White. Just open your eyes (p. 83-84).

In het Amerikaanse onderzoek van Ferruci et al. (2014, p. 310) wordt ook gesproken van een dusdanig onderscheid "intelligence is typically mentioned when describing a White athlete, whereas physical strength is a characteristic that tends to be used when describing Black athletes." Tyler Eastman en Billings (2001) tonen significante verschillen in hoe Amerikaanse basketbalcommentatoren zwarte en witte sporters typeren in respectievelijk fysieke termen en in termen van intellect en mentaliteit. Bruce (2004, p. 862) komt tot eenzelfde conclusie en hanteert hierbij de term "*the mind-body dualism*". De inhoudsanalyse van De Bruycker (2012) naar de Vlaamse voetbalverslaggeving laat in de resultaten eenzelfde dualisme zien. De beeldvorming van een *mind-body dualism* en daarmee van twee als het ware binaire groepen (Staszak, 2008) is een duidelijke manifestatie van *othering* en draagt bij aan het discours van een natuurlijk verschil tussen zwarte en witte sporters.

Enkele andere studies laten een genuanceerder beeld zien. McCarthy et al. (2003) vonden bijvoorbeeld alleen een verschil in omschrijvingen van fysiek. Zwarte voetballers werden volgens hun kwantitatieve inhoudsanalyse inderdaad structureel vaker beschreven en in termen van fysiek, maar een onderscheid tussen zwarte en witte voetballers wat betreft mentaliteit werd niet gevonden. Van Sterkenburg et al. (2012) vonden in hun analyse van Nederlands voetbalcommentaar een sterkere nadruk op het fysiek bij wat zij als voetballers met een Surinaamse achtergrond categoriseren dan de andere groepen. Een mogelijk verschil in mentaliteit werd ook in dit onderzoek niet bevestigd. Desalniettemin zijn conclusies over het koppelen van natuurlijke fysieke kenmerken aan zwarte sporters en daarmee "black bodies ... as Other" (Bruce, 2004, p. 862) wel eenduidig en is het stereotype van het *black edge discourse* een dominant thema in de sportverslaggeving, zowel in Amerika als in Nederland en andere West-Europese landen.

Hoewel het hebben van een goed fysiek als sporter een belangrijke kwaliteit kan zijn, ontstaat er door de constante nadruk op de fysieke eigenschappen een eindimensionaal beeld van de capaciteiten van zwarte sporters (Spencer, 2004). Tyler Eastman en Billings (2001, p. 185) stellen dat dit frame door kan werken in de verdere maatschappij buiten de sportwereld:

And the impact goes beyond sports: Ways of thinking that are endemic in sports can frame unconscious thinking about racial and gender groups in nonathletic situations, such as hiring and promoting in the business and educational worlds, and utilizing inappropriate stereotypes can have a pernicious impact on large-scale and small-scale social relations.

Ook Van Sterkenburg (2010) schrijft dat het beeld van de ‘natuurlijke’ in plaats van de ‘intellectuele’ zwarte sporter etnische gelijkwaardigheid in de maatschappij kan ondermijnen.

De vraag rijst nu in hoeverre de stereotypen in de sportmedia-inhoud daadwerkelijk gevolgen hebben op de beeldvorming van het publiek over etnische minderheden. Zoals gezegd is de relatie tussen tekst en mediabeelden enerzijds en receptie bij het publiek anderzijds een gecompliceerd vraagstuk (Devroe, 2007, p. 28). Verschillende studies die zich richten op de receptie van stereotypen binnen de sportmedia bij het publiek, vaak gericht op studenten tonen aan dat deze stereotypen over het algemeen inderdaad worden overgenomen in het denken van de respondenten (McCarthy et al., 2003; Van Sterkenburg & Knoppers 2004; Azzarito & Harrison, 2008; Ferrucci et al., 2013). In de sample van Van Sterkenburg en Knoppers (2004) bleken zowel respondenten met een witte als zwarte huidskleur het stereotype van de fysiek sterke zwarte sporter te gebruiken. McCarthy et al. (2003) en ook Azzarito en Harrison (2008) brengen hier echter een relevante nuance aan door te laten zien dat respondenten in hun onderzoeken met een zwarte minderheidsachtergrond kritischer en daarmee veel minder geneigd waren de stereotypegedachte over te nemen in vergelijking met de witte respondenten, die het stereotypebeeld makkelijk accepteerden. Wat betreft de koppeling van het mentale thema aan de witte huidskleur bestaan er ook verschillen tussen de studies. Alleen witte respondenten in het onderzoek van Van Sterkenburg en Knoppers (2004) gebruikten het mentale discours bij het beschrijven van witte sporters, terwijl Ferrucci et al. (2013) geen beschrijvingen vonden van de witte sporters als meer intellectueel vaardig. Daarmee kan gesteld worden dat het voornamelijk het stereotype van de fysiek sterke zwarte sporter is die in de bekende receptieonderzoeken wordt overgenomen door het publiek, in de meeste gevallen door witte respondenten, wat duidt op *othering*:

Our respondents, who were largely White, might have ascribed to stereotypes about Black athletes (who are more different from themselves)... Because people tend to stereotype the other, the predominantly White sample was likely to stereotype Black athletes. This is consistent with the concepts of in-groups and out-groups (Ferrucci et al., 2013, p. 320).

Sportmedia, die een witte dominantie kennen (Claringbould et al., 2004), reproduceren zo stereotypen uit een breder discours binnen de samenleving en meer specifiek uit de etnische meerderheidsgroep – hierover wordt uitgeweid in de volgende paragraaf – en versterken daarmee de geracialiseerde beeldvorming onder het publiek over etnische minderheden in het algemeen (Tyler Eastman & Billings, 2001; Devroe, 2007; Hylton, 2008; Hylton & Law, 2008). Hoewel sportmedia vaak over het hoofd worden gezien als het gaat om de wisselwerking tussen media en het denken over etnische minderheden (Knoppers & Elling, 2004), to-

nen deze onderzoeken dat sportmedia wel degelijk een rol hierin spelen. In de volgende paragraaf wordt gekeken naar het productieproces van media dat deze *framing* voortbrengt.

Het productieproces van media in de Nederlandse context

Omdat theorieën over productieprocessen van (Nederlandse) sportmedia nog gering zijn, wordt in deze paragraaf ook het productieproces van mainstream media besproken. Deze inzichten kunnen namelijk ook toegepast worden op de productie van sportmedia.

Nederland is multicultureel en pluralistisch wat betekent dat bevolkingsgroepen van verschillende etnische achtergronden zich begeven in de samenleving. Willemars (2014) en ook Devroe (2007) beargumenteren daarom dat journalisten en de media de taak hebben om alle onder de bevolking levende visies recht te doen in de verslaggeving zodat er “maximale ruimte komt voor de diverse stemmen en opvattingen die in moderne samenlevingen te vinden zijn” (Willemars, 2014, p. 48). Dit betekent dat pluralisme binnen de journalistiek een thema behoort te zijn. Zowel in de redacties als de mediaproducten die zij maken moet er aandacht zijn “voor de verschillen en het conflict in de samenleving, en met speciale aandacht voor die discoursen en identiteiten die in het niet dreigen te vallen bij de bijdragen van de meerderheid” (p. 49).

Verschillende onderzoeken wijzen echter uit dat het witte perspectief heersend is binnen alle westerse media, ook in Nederland (Devroe, 2007). Zo is er sprake van onderrepresentatie van etnische minderheden in de alledaagse berichtgeving en wanneer deze minderheden wel aan bod komen, gebeurt dit veelal vanuit een negatief oogpunt en aan de hand van stereotypen. Bovendien zijn etnische minderheden sterk ondervertegenwoordigd in de productie van (sport)media (Claringbould et al., 2004) en bestaat er dus weinig diversiteit op dat gebied: “Journalisten worden vooral gerekruteerd uit de autochtone middenklasse” (Shadid, 2009, p. 182). Met andere woorden: voornamelijk witte redacties berichten over alle verschillende bevolkingsgroepen in hun samenleving.

De mediaberichtgeving vanuit dit witte perspectief is daarbij nooit objectief, maar komt voort uit een subjectief selectieproces (Nishikawa, Towner, Clawson & Waltenburg, 2009). Shoemaker en Reese (2016) beschrijven in hun *hierarchy of influences* model de factoren die een rol spelen in de keuzes die journalisten maken in hun dagelijkse werk om media te produceren. Werkroutines op de redacties, het aan te spreken publiek en ook demografische gegevens van de journalisten zelf zoals geslacht en etniciteit, staan aan de basis van dit keuzeproces, wat objectiviteit onmogelijk maakt: “In spite of the traditional notion of professional ‘ob-

jective' detachment, we assume these characteristics affect their work" (Shoemaker & Reese, 2016, p. 398).

Knoppers en Elling (2004, p. 59) passen de termen 'routines' en 'karakteristieken van de individuele journalisten' ook toe bij het beschrijven van hoe sportjournalisten beïnvloed worden. Bruce (2004) geeft met de prestatiedruk van sportcommentatoren, die een groot publiek hebben en op live televisie veel moeten improviseren door de snelheid van het werk, een voorbeeld van zo'n routine die van invloed kan zijn. Drok en Hermans (2016) veronderstellen eveneens dat de snelheid van de hedendaagse journalistiek een routine is die het gebruik van stereotypen in de hand kan werken. Naast routines is volgens Knoppers en Elling (2004) dus ook de persoonlijke achtergrond van de (sport)journalist voor een groot deel bepalend is in *wat* de journalist bericht en *hoe* hij of zij dat doet, aangezien persoonlijke denkkaders een rol spelen in het selectieproces. Hoewel journalisten zichzelf als objectief neigen te zien, is journalistiek daarmee voor een groot deel interpretatief en gekenmerkt door een grote mate van subjectiviteit (Claringbould et al., 2004; Knoppers & Elling, 2004; Nishikawa et al., 2009; Shadid, 2009; Broersma, 2015).

Vanuit de *hierarchy of influences* en andere literatuur kan gesteld worden dat Nederlandse sportjournalisten, die voor het overgrote deel wit zijn, in hun berichtgeving waarschijnlijk beïnvloed worden door het breder levende discours van de *otherness* van de zwarte huidskleur, terwijl studies naar *whiteness* concluderen dat zij hun eigen huidskleur mogelijk als neutraal ervaren en niet op hun beeldvorming reflecteren. Sportjournalisten lijken zich volgens Bruce (2004) niet bewust te zijn van de eigen geracialiseerde keuzes die worden gemaakt in de verslaggeving. Hoewel zij zichzelf als "colour blind" zien en daarmee niet bewust naar huidskleur kijken, gebruiken zij etnische stereotypen zonder hier op te reflecteren, zo bleek uit de interviews met Amerikaanse basketbalcommentators (Bruce, 2004). Hoewel uit haar onderzoek blijkt dat deze sportproducenten deels bewust waren van het gebruik van stereotypen in de sportmedia in het algemeen, beschouwden zij zichzelf over het algemeen als objectief en neutraal en zagen zodoende geen noodzaak tot reflectie. Knoppers en Elling (2004) interviewden Nederlandse sportjournalisten over de rol van gender in hun verslaggeving. Hoofddlijn van de resultaten uit deze interviews wat betreft het reflecteren is hetzelfde als bij Bruce.

Sportjournalisten worden, samengevat, gedwongen keuzes te maken in hun verslaggeving. Binnen deze keuzes in het productieproces blijken geracialiseerde opvattingen van de zwarte huidskleur verborgen te zitten, zo bleek al uit verschillende inhoudsanalyses. Er spelen ook nog andere keuzes een rol in het productieproces naast de keuzes in hoe verslaggevers spelers

omschrijven. Nishikawa et al. (2009) geven hiervan enkele voorbeelden, zoals wie de redacties vormen en of er sprake is van etnische diversiteit, wie als experts of autoriteiten op een bepaald gezien worden en wie een stem krijgen in de media en waarom dat zo is. Hoe de machtsverhoudingen in de Nederlandse sportmedia liggen of in andere woorden welke media en welke personen daarin dominant zijn, is dus een belangrijk aandachtspunt in huidig onderzoek evenals welke routines en normen gelden in de Nederlandse sportjournalistiek.

Uit eerder Amerikaans onderzoek blijkt dus dat producenten zelf onbewust zijn van de subjectiviteit voorafgaand aan dit soort keuzes en hier niet op reflecteren met betrekking tot etniciteit en in Nederlandse context met betrekking tot gender. Huidige studie onderzoekt de relatie tussen etniciteit en keuzes binnen het productieproces van sportmedia in het Nederland van 2017 en geeft daarmee een theoretische bijdrage aan de in dit hoofdstuk besproken literatuur. Waar in 2004 wel een onderzoek naar het productieproces van Nederlandse sportmedia in relatie tot gender is gedaan (Knoppers & Elling, 2004) is er namelijk geen recent onderzoek bekend naar dit productieproces in relatie tot etniciteit, diversiteit en het gebruik van stereotypen.

3. METHODE VAN ONDERZOEK

In dit hoofdstuk wordt beargumenteert waarom de methode van kwalitatieve interviews de juiste is om de onderzoeksvraag te beantwoorden. Verder wordt de sample aan respondenten beschreven en het proces van thematisch analyseren uiteengezet.

Dataverzameling

Omdat de onderzoeksvraag zich richt op het productieproces rondom het produceren van sportmedia, is het doen van kwalitatieve diepte-interviews (Legard, Keegan & Ward, 2003) de juiste methode om deze vraag te beantwoorden. Deze methode wordt kwalitatief genoemd omdat het zich niet richt op metingen en het verkrijgen van cijfermatige kennis, zoals bij de inhoudsanalyses naar etnische stereotypen binnen sportmedia het geval is, maar juist op betekenisgeving en een beter begrip van hoe individuen de wereld of in dit geval hun werkveld ervaren (Strauss & Corbin, 1998). Het interviewen van professionals uit de Nederlandse sportmedia kan zo een beter inzicht geven in hoe het productieproces rondom het produceren van sportmedia in zijn werk gaat en welke routines, keuzes, opvattingen en selectiecriteria hierbij een rol spelen in relatie tot etniciteit en stereotypen. Bovendien staat de ervaring van deze professionals centraal. Het zijn volgens Strauss en Corbin dus juist kwalitatieve interviews die nuttig zijn om deze ervaringen te achterhalen door het gesprek erover aan te gaan.

Bij de werving van respondenten was het van belang dat deze respondenten werkzaam zijn binnen de Nederlandse sportmedia. Bewust is in de onderzoeksvraag gekozen voor de term sportmediaprofessionals, zodat bij het rekruteren van respondenten niet alleen gekeken kon worden naar journalisten maar ook naar bijvoorbeeld webredacteuren en hoofdredacteuren zodat er een zo breed mogelijk beeld is ontstaan van de Nederlandse sportjournalistiek. Omdat er op die manier specifiek gezocht werd naar een bepaalde groep om te interviewen is er in eerste instantie sprake van *purposive sampling* (Boeije, 2010). De eerste contacten met mogelijke respondenten werden gelegd vanuit het netwerk van de begeleider van dit onderzoek. Hierna ging rekrutering via de sneeuwbalmethode: na de interviews gaven de respondenten namen door uit hun eigen netwerk voor verdere interviews. Boeije (2010) schrijft dat dit een methode is die van pas komt bij het bespreken van gevoelige onderwerpen en bij doelgroepen die moeilijker te bereiken zijn, waar sportjournalisten onder vallen. Hierbij is rekening gehouden dat respondenten niet uit een te eenzijdig netwerk moeten komen. Zo is er gesproken met in totaal tien professionals met werkervaring (zowel vast of als freelancer) in

verschillende functies bij NOS Sport, Voetbal International, VICE Sports, Staantribune, NRC, AD, Trouw, Leidsch Dagblad, de Gelderlander en het voormalig persbureau GPD. Gesteld kan worden dat er met de interviews een goed beeld is ontstaan van de verschillende takken van de Nederlandse sportmedia, aangezien respondenten werkervaring hadden in kranten, tijdschriften, radio, webredacties en in de sportliteratuur. Professionals werkzaam op televisie bleken een te lastig bereiken doelgroep te vormen binnen het kader van huidig onderzoek.¹

Voorafgaand aan de werving van respondenten werd aangenomen dat door de sneeuwbal-methode de respondenten een goede weerspiegeling zouden zijn van de Nederlandse sport-media zoals die is. De bekende dominantie van witte mannen in de Nederlandse (sport)media (Claringbould et al., 2004) is naar deze verwachting doorgedrongen in de sample aan respondenten. Allemaal zijn zij mannen, van wie twee een etnische minderheidsachtergrond hebben en er dus sprake is van een dominantie van de etnische meerderheid binnen de respondenten.

Omdat mediaprofessionals veelal een druk tijdschema hebben, vonden de interviews plaats op locaties die voor de respondenten tijdschnisch het meest praktisch waren. In de praktijk waren dit redacties, koffiezaken en cafés, voornamelijk in Utrecht en verder in Leiden en Rotterdam. Een interview werd vanuit praktisch oogpunt afgenomen via Skype.

De interviews werden gehouden aan de hand van een topiclijst. In de kern wil de huidige studie meer inzicht krijgen in het productieproces van sportmedia in relatie tot etniciteit. Hoewel in de Engelstalige literatuur bij het onderwerp etniciteit een onderscheid gemaakt worden tussen ‘black’ en ‘white’, viel tijdens de interviews de termen ‘zwart’ niet en ‘wit’ sporadisch, daar het in Nederland minder gebruikelijke termen zijn. Bovendien was het belangrijk alvorens het onderwerp etniciteit tijdens de interviews ter sprake kwam, het gesprek te beginnen met meer algemene vragen. Volgens Hermanowicz (2002) bestaat een goed interview namelijk uit drie delen. Het introducerende gedeelte, met vragen die voor de respondent makkelijk te beantwoorden zijn, is er op gericht een prettige verhouding te creëren tussen de interviewer en de geïnterviewde, zodat de respondent een sfeer ervaart waarin hij of zij het prettig vindt om te vertellen. Voorbeeldtopics hierbij zijn ‘carrière’, ‘werkbeschrijving’, ‘routines’ en ‘publiek’ (Nishikawa et al., 2009). Moeilijkere en meer gevoelige gespreksonderwerpen kwamen pas na deze introductievragen. Er was immers inmiddels een zekere vertrouwelijke sfeer opgebouwd, waarin de respondent ook deze vragen beantwoorden wilde. Hier kwamen topics als ‘diversiteit op redacties’, ‘etnische stereotyperingen binnen de ver-

¹ Wel kan het materiaal uit de media binnen het sample gebruikt worden op televisie. Media binnen het gehele productieproces van de Nederlandse sportmedia beïnvloeden namelijk elkaar. Bovendien maken tijdschriften en websites steeds vaker gebruik van (zelfgeproduceerd) videomateriaal.

slaggeving’, ‘objectiviteit’ en ‘reflectie op eigen etniciteit’ ter sprake. Tot slot zegt Hermanowicz dat het van belang is het interview in een ontspannen sfeer af te sluiten, hetgeen steeds ook gebeurd is.

Bij de interviews werd gebruik gemaakt van een informed consent formulier, waarin de geïnterviewde akkoord ging met het deelnemen aan dit onderzoek en ook toestemming gaf voor het gebruik van een opnameapparaat. De opnames van de interviews werden vervolgens getranscribeerd, waarbij de anonimiteit van de respondent gewaarborgd is gebleven.

Idealiter wordt doorgegaan met de dataverzameling totdat saturatie (Boeije, 2010, p. 84) is bereikt en uit nieuwe interviews geen vernieuwende data meer verkregen wordt. In huidige onderzoek geldt een minimum aantal van tien interviews (Janssen & Verboord, 2015), het aantal dat hier dus ook aangehouden is. Binnen de tien interviews bleek in de antwoorden van de respondenten al veel herhaling te zitten, hetgeen duidt op een zekere mate van saturatie.

Thematische analyse

De getranscribeerde interviews werden gecodeerd en zodoende thematisch geanalyseerd (Braun & Clarke, 2006; Boeije, 2010). Hoewel de codeermethode afgeleid is van *grounded theory*, wordt de analysemethode hier bewust thematische analyse genoemd om twee redenen. Ten eerste maakt dit onderzoek gebruik van een theoretisch kader, wat als zoeklicht dient bij het coderen. Bowen (2006) omschrijft deze ‘zoeklichten’ ook wel als *sensitizing concepts*: “Social researchers now tend to view sensitizing concepts as interpretive devices and as a starting point for a qualitative study” (Bowen, 2006, p. 2). In de huidige studie zijn *whiteness* en gebruik van stereotypen mogelijke *sensitizing concepts*. Hoewel met een zo neutrale mogelijke blik naar de data gekeken werd en het van groot belang één van de doelen was open te staan voor alternatieve bevindingen, zullen deze *sensitizing concepts* op de achtergrond een rol hebben gespeeld bij het coderen, terwijl *grounded theory* er vanuit gaat dat de data volledig voor zichzelf spreekt. Ten tweede is het te ambitieus om binnen het tijdsbestek van dit onderzoek te spreken van theorievorming, zoals *grounded theory* voorstaat.

Thematische analyse heeft als doel een breder inzicht te krijgen en bij te dragen aan theorievorming, maar niet zelf een volledige theorie te ontwikkelen:

However, in our experience, grounded theory seems increasingly to be used in a way that is essentially grounded theory ‘lite’ – as a set of procedures for coding data very much akin to thematic analysis ... thematic analysis means researchers need not subscribe to the implicit theoretical commitments of grounded theory if they do not wish to produce a fully worked-up grounded-theory analysis (Braun & Clarke, 2006, p. 81).

Boeije (2010) beschrijft verschillende stappen voor een kwalitatieve thematische analyse. In de eerste stap, het open coderen, vindt nog geen selectie van data plaats. Alle data wordt gesegmenteerd door woorden of zinnen, die belangrijk zijn voor het beantwoorden van de onderzoeksvraag, van een bepaald code te voorzien. Het selectieproces van deze relevante codes vindt plaats tijdens het axiaal coderen. De tekstsegmenten worden met elkaar vergeleken om ze te groeperen in meer overkoepelende thema's en er wordt een beslissing gemaakt wat hoofd- en subthema's zijn. De laatste stap is het selectief coderen. In deze fase wordt duidelijk hoe de thema's in relatie tot elkaar staan en wat de hoofdgedachte van de data is, om zo het aantal hoofdthema's te beperken tussen de drie en tien. Het is echter belangrijk uitspraken uit interviews die niet in deze dominante thema's vallen en dus een ander geluid laten horen, ook mee te nemen in de analyse en de beschrijving van de interviews.

Bij het bespreken van deze resultaten in de discussie, zullen de gevonden thema's gekoppeld worden aan de concepten uit de literatuur zoals besproken in het theoretisch kader, zoals 'whiteness', 'reflectie op etniciteit' en 'gebruik stereotypen'.

4. RESULTATEN

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste thema's besproken die voortgekomen zijn uit de thematische analyse van de interviews met de tien respondenten, namelijk (1) routines in het productieproces, (2) diversiteit en de rol van etniciteit in het productieproces en tot slot (3) betekenisgeving aan stereotypering in de berichtgeving. Alle thema's geven een antwoord op de onderzoeksvraag, die als volgt luidde: hoe geven Nederlandse sportmediaprofessionals betekenis aan diversiteit, etniciteit en het gebruik van stereotypen in het productieproces van sportmedia? Waar dit hoofdstuk voornamelijk een beschrijving zal zijn van de inhoud van de verschillende thema's met slechts enkele verwijzen naar het theoretisch kader, zullen in het volgende hoofdstuk deze bevindingen gekoppeld worden aan de literatuur.

Belangrijk is te vermelden dat de tien respondenten gesproken hebben op persoonlijke titel vanuit eigen ervaring bij de mediabedrijven die in de reportage genoemd zullen worden en dus niet officieel spreken namens deze bedrijven, bijvoorbeeld op het gebied van beleidsvoering. Aangezien de sportjournalistiek steeds meer op freelancerbasis draait, zijn veel van de respondenten logischerwijs ook werkzaam als freelancer bij de eerder genoemde mediabedrijven.

Binnen elk thema kunnen twee dominante tegenstellingen geïdentificeerd worden wat betreft betekenisgeving aan reflectie en meer specifiek reflectie op etniciteit. Voor het thema (1) routines in het productieproces bestaat dit onderscheid uit het werk op de (online) sportnieuwsredactie enerzijds en de toenemende nadruk op het maken van achtergrondverhalen anderzijds. In de snelle sportniewsberichtgeving blijkt weinig tijd en ruimte te zijn voor reflectie in het algemeen, terwijl bij het maken van achtergrondverhalen meer tijd en ruimte voor bezinking van het werk is. Wat het thema (2) diversiteit en etniciteit betreft, is er een onderscheid te maken tussen respondenten die etniciteit en diversiteit als niet relevant thema beschouwen binnen de sportjournalistiek, terwijl een andere groep stelt dat etniciteit en diversiteit wel een invloed hebben op de productie van sportmedia. In het laatste thema (3) betekenisgeving aan stereotypering in de berichtgeving, zijn uitspraken van respondenten onder te verdelen in aan de ene kant een distantiëring van de conclusies uit onderzoeken naar stereotypen in de sportmedia en aan de andere kant de opvatting dat het onbewuste gebruik van stereotypen meer bewustzijn onder de professionals behoeft. Elk thema zal nu in een aparte paragraaf behandeld worden, te beginnen bij het thema routines.

(1) Routines in het productieproces

Shoemaker en Reese (2016) beschrijven in hun *hierarchy of influences* dat werkrouines de objectiviteit van een journalist belemmeren, waar Nishikawa et al. (2009) stellen dat deze journalistieke normen en routines specifiek het denken over etniciteit en diversiteit kan beïnvloeden. Uit het onderzoek van Bruce (2004) bleek dan ook dat er onder de geïnterviewde sportjournalisten weinig ruimte bestaat tot reflecteren op de rol van de eigen etniciteit in de verslaggeving vanwege de bestaande routines en de snelheid waarmee gewerkt wordt. Binnen huidig onderzoek maakten respondenten zelf niet een directe koppeling tussen het hoofdthema van het interview - te weten diversiteit en etniciteit - enerzijds en het praten over routines in het productieproces van sportmedia anderzijds. Aangezien het praten over het werk en de uitdagingen daarbij in het algemeen voor de respondenten een gewild onderwerp was om over te praten, zonder dat daarbij in het gesprek meteen de koppeling werd gelegd met etniciteit en diversiteit, is deze paragraaf in vergelijking met de volgende twee paragrafen relatief algemeen van aard. Desalniettemin kan de koppeling met het hoofdthema in deze paragraaf al wel indirect gelegd worden. In het praten over werkrouines in het algemeen komen namelijk barrières tot reflectie op de eigen mediapraktijk in het algemeen naar voren.

Uit de analyse van het thema blijkt allereerst dat vaste routines enerzijds en vernieuwing anderzijds een discussiepunt is in de sportmedia. Ten tweede kunnen de werkzaamheden binnen de sportjournalistiek onderverdeeld worden in twee takken, met elk een eigen karakter en eigen uitdagingen en normen: nieuwsproductie enerzijds en het maken van achtergrondverhalen anderzijds.

Vaste routines en vernieuwing in de sportjournalistiek

Verschillende respondenten stellen dat er veel vaste tradities bestaan in de sportmedia. Zo omschrijft een hoofdredacteur de dominante verhalen en de reacties daarop als “super opportunistisch... Dan wordt er gezegd: Ajax heeft maar zes punten om in te halen, dat lukt misschien nog wel. Ja, dat gebeurt al honderd jaar. Die quotes zijn ook altijd hetzelfde en het is dus zelden dat iets origineels wordt gezegd.” Een andere respondent geeft een soortgelijke reactie naar aanleiding van de verslaggeving van de Champions League: “Ik bedoel meer met vooringenomen dat... als je naar de Champions League finale gaat... hoef je amper research te doen omdat je vaak al die wedstrijden al hebt gekeken, je kent het spelletje.” Deze respondent stelt dat verslag doen over een meer onbekende sport, zorgt voor een veel meer open blik, minder vooringenomenheid en een leerzame ervaring. Volgens deze en andere respondenten gebeurt dit echter weinig doordat voetbal en wielrennen veruit de meeste aandacht opeisen.

Niet alleen in de werkzaamheden en wat er gezegd of geschreven wordt zit veel herhaling, ook in de mensen die deze werkzaamheden verrichten zitten volgens een van de respondenten vaste lijnen:

In principe moet je er natuurlijk geen boodschap aan hebben, maar wat ik zeg het blijft mensenwerk ... Voor een deel is sportjournalistiek ook netwerken. Sportjournalistiek is meer entertainment dan binnenlandjournalistiek of buitenlandjournalistiek, dat is nu eenmaal zo. En het is geen RTL Boulevard qua lijntjes en wat doen we wel en niet, wie behandelen we wel en niet. Maar het zit wel meer in die richting dan bijvoorbeeld een reguliere binnenlandverslaggever.

Een andere respondenten bevestigt dit: “Kijk als je dertig jaar in de journalistiek werkt heb je lijntjes, belangetjes en ben je misschien wat minder kritisch.” Het gevolg van deze vaste lijntjes wordt als volgt beschreven:

Je ziet het ook in sportbestuur, je komt overal dezelfde mensen tegen. Het is een soort carrousselletje dat rond draait. Vooral bij de kleine bonden, omdat het klein is. Je ziet vaak pas op het moment dat sport groot wordt, dat er mensen van buiten bij komen.

Hoewel respondenten dat hier zelf hier nog niet zeggen, zal in de volgende paragraaf blijken dat deze vaste netwerken voor een overgroot deel wit zijn.

Er bestaan dus vaste tradities in de vorm van vaste contacten en lijntjes binnen de sport(journalistiek) en veel vaste dominante narratieven. In relatie tot etniciteit zou dit kunnen betekenen dat bepaalde frames rondom etniciteit, die uit de inhoudsanalyses in het theoretisch kader naar voren zijn gekomen, moeilijk te doorbreken zijn omdat er weinig buiten de bestaande patronen wordt gedacht. Aangezien vernieuwing en verjonging en het zoeken naar een nieuwe online identiteit van het mediabedrijf een ander centraal thema is voor de gesproken professionals, wat volgens een aantal journalisten zorgt voor een zeker generatieconflict, kan dit zorgen voor een mogelijke verschuiving van de machtsverhoudingen.

Concreet heeft deze digitale vernieuwing voor de werkzaamheden twee gevolgen die van belang zijn waar het gaat om ruimte en tijd voor reflectie op de eigen mediapraktijk. Beiden worden nu besproken, te beginnen bij de gevolgen voor de productie van sportnieuws.

Nieuwsproductie in de sportjournalistiek: tijdsdruk, machinewerk en geen bezinking

De vernieuwingen door het internet brengen een tijdsdruk met zich mee om continue en voortdurend nieuwsartikelen te produceren, wat reflectie op de eigen mediapraktijk in het algemeen belemmert. Hoewel sommige respondenten zich distantiëren van de snelle nieuwsproductie (hierover wordt uitgewijd in de volgende paragraaf) is gesproken met diverse pro-

professionals van wie het maken van (online) nieuwsberichten een hoofdtaak was. Beschrijvingen van die werkzaamheden op deze nieuwsredacties, zijn steeds soortgelijk. Een respondent met een verleden als chef sport op een nieuwsredactie geeft een goede samenvatting van hetgeen er speelt: “Het was natuurlijk altijd print en dat moest zorgvuldig en je had wel deadlines, maar nu heb je 24 uur zeven dagen in de week deadline en dat leidt natuurlijk tot heel veel leverdruk en dat gaat soms ten koste van de kwaliteit.” De combinatie tussen druk (de druk om nieuwsartikelen te leveren en tijdsdruk) enerzijds en achteruitgang van kwaliteit van deze berichten anderzijds wordt gelegd door drie andere respondenten.

Deze druk heeft ten eerste te maken met de toename van online concurrentie. Dit brengt in de woorden van een webredacteur een uitdaging naar voren in het brengen primeurs: “Ja, dan gaat het echt om snelheid want als je daar een halfuur mee wacht hebben andere sites het ook al. Dan levert het veel minder op.” Een andere respondent beaamt: “En het gevolg daarvan is dat iedereen de eerste wil zijn en het dan vaak maar doet, op internet zetten, zonder het goed te checken ... Dat gaat ten koste van de ethiek in de journalistiek”. Desalniettemin stellen deze professionals kwaliteit en betrouwbaarheid van het nieuws hoog in het vaandel, waarmee zij zich af willen zetten tegen gratis knip- en plakwebsites. Zo wijzen verschillende respondenten zichzelf een autoriteitsrol toe op het gebied van betrouwbaarheid van het nieuws dat zij leveren. Daarnaast wordt de tijds- en leverdruk veroorzaakt door het online consumentengedrag van de gebruikers, die altijd op elk moment geïnformeerd willen zijn. Samenvattend: “De kracht van online is dat het snel is. Maar dat gaat soms wel eens ten koste van de zorgvuldigheid. En ik denk dat er op de journalisten ook druk ligt om het nu, nu, nu te doen, anders doet iemand anders het”.

Hoe de professionals deze actualiteitsdruk ervaren, laat zich het best verwoorden in de beeldspraak die zij zelf gebruiken. Een freelancer, die als stagiair actief was op een sportnieuwsredactie spreekt van “een massa aan informatie” en “lopende bandwerk”. Een webredacteur beschrijft zijn werkzaamheden op een soortgelijke manier: “Hier ben ik eigenlijk... machine klinkt een beetje neerbuigend, maar ja een beetje meer machinewerk zeg maar”. Door de beperkte mankracht op een regionale redactie, ervaart een sportredacteur van een regionale krant dezelfde druk voor het schrijven van de nieuwsblokken in de papieren krant: “Ja, dat de kwaliteit eronder te lijden heeft... want dan neem je net wat minder tijd voor een stuk dan je zou willen... Dan is het even rats, rats, rats tot het vol is. Vroeger was ik in de supermarkt vakkenvuller en nu soms ook”.

Als gevolg van dit werk gefocust op tijdsdruk ervaren deze drie respondenten weinig mogelijkheid tot zelf onderzoeken, creativiteit maar ook weinig mogelijkheid tot bezinking en controleren van de stukken, of hoe een van de professionals het verwoordt:

Je voelt de deadline naderen en dat begint te spelen in je hoofd ... Ja het is beetje een cliché maar je zit echt in die tunnel van het artikel en dan is het soms moeilijk om uit te zoomen en kijken ben ik wel goed bezig... je maakt een verhaal en je bent al bezig met het volgende. Het was ook heel hectisch, heel veel hectiek op de redactie... en je hebt ook niet zo veel tijd om stil te staan.

Met andere woorden ondervinden respondenten weinig ruimte tot reflectie en stil staan bij het eigen werk in het algemeen en dus ook weinig ruimte tot reflectie op diversiteit en etniciteit. Een respondent met veel werkervaring voor de papieren krant alsook online stelt:

Waar je voorheen, dat is nog maar tien jaar geleden, gewoon heel rustig je verhaal kon tikken, nergens jezelf iets van aan hoefde te trekken, is het nu twitteren, een kort stukje voor de website en ... voor in de krant. In plaats van je aandacht op één ding richten, is het dus op drie.

Slechts één webredacteur vormt hier een uitzondering op, wanneer hij positief praat over tijdsdruk en dit niet als belemmering ziet maar hier juist voldoening uithaalt.

De mogelijkheden tot “uitzoomen” of “de aandacht op één ding richten” worden in meerdere mate wél ervaren bij de omschrijving die deze zelfde alsook andere respondenten geven van werkzaamheden bij andere mediaplatformen waar zij eveneens werkzaam zijn. Daar ligt de nadruk minder op nieuws en actualiteit en meer op achtergrond, hetgeen deze journalist als volgt verwoordt: “Maar je hebt [op de webredactie] vaak wat korter de tijd, dus je kunt het niet laten bezinken en dat kan bij een reportage voor [een ander platform] bijvoorbeeld wel.”

Nieuwe focus op achtergrondverhalen: onderzoek, duiding en bezinking

Hoewel bij vernieuwing in eerste instantie vaak gedacht wordt aan de snelheid van het internet, zoals beschreven in de vorige paragraaf, is het brengen van achtergrond en duiding een rol die een groot deel van de sportjournalisten zichzelf toewijzen, juist ook door de komst van de laagdrempeligheid van het internet. Het is dan ook niet verrassend dat nagenoeg alle professionals “het geven van achtergrond bij het nieuws” noemen bij een beschrijving van het doel van het mediabedrijf, of dat nu een online platform, een krant of een tijdschrift is.

Bij het beschrijven van deze werkzaamheden zijn ‘onderzoeken’ en het geven van ‘duiding’ kernbegrippen. Een respondent stelt dat de focus bij het bij hem bekende mediabedrijf steeds meer komt te liggen op “verdieping en long reach”: “Je moet zelf duiding geven aan dat nieuws. Dat is het onderscheid dat je kan maken. Dat is zo langzamerhand veel interessan-

ter dan zo'n push notificatoin die ik al lang ... heb gekregen". Sportjournalisten maken het onderscheid tussen een nieuwsbericht en een achtergrondverhaal als volgt: "Meer iets, dat je de krant leest en denkt goh, zo had ik het nog niet gezien, zo had ik het nog niet gelezen" en "De korte berichten vertellen wat er is gebeurd en wij proberen dan te vertellen hoe het is gebeurd of waarom".

Aangezien kranten als traag medium worden beschouwd, worden actuele nieuwsberichten op zichzelf een steeds minder belangrijk onderdeel van de sportkranten. De hiervoor in de plaats komende achtergrondverhalen worden in mindere mate beïnvloed door tijdsdruk, terwijl tijd voor de webpagina's juist van doorslaggevend belang is: "Het belangrijkste verschil is tijd. Voor de website heb je minder tijd ... dus dat betekent bureau artikelen. Terwijl bij de papieren krant ... kun je meer tijd nemen en meer de verdieping zoeken". Ook gaat het werk steeds vaker via freelancers. Een respondent beschrijft dat hij de manier van werken als freelancer prettiger vindt qua tijdsdruk en ruimte voor onderzoek dan werken op een vaste redactie:

Bijvoorbeeld als ik nu aan een onderwerp denk, dan kan ik nu al dingen gaan opzoeken voordat ik het idee aanbreng ... heb je al voorkennis. Terwijl als je op een redactie werkt, krijg je dan een onderwerp. Dan moet je er helemaal induiken en je hebt geen tijd om erover na te denken.

Waar in de vorige sectie tijdsgebrek een belemmering vormde ten aanzien van reflectie op etniciteit, hetgeen overeen kwam met studies zoals Bruce (2004) en Drok en Hermans (2016), blijkt uit de beschrijvingen binnen deze sectie dat bij het maken van meer diepgaandere achtergrondverhalen juist wel ruimte voor onderzoek, bezinking en duiding bestaat. In relatie tot etniciteit zou dit dus kunnen betekenen dat de routines binnen het maken van achtergrondverhalen wel ruimte laten voor reflectie op de eigen mediapraktijk en de rol van etniciteit daarin.

Kortom, de vernieuwingen in het productieproces van de sportmedia brengen twee ontwikkeling met zich voort. Aan de ene kant moeten mediabedrijven mee met de concurrentie in snelle nieuwsvoorziening. Anderzijds bestaat er een ontwikkeling die zich laat kenmerken door een groter wordende focus op het brengen van achtergrond bij het nieuws, waar het geven van duiding en het zoeken naar nieuwe en bijzondere perspectieven belangrijke criteria zijn. Waar voor de eerste ontwikkeling reflectie en controle op het werk in het algemeen te lijden heeft onder tijdsdruk, is bezinking en het geven van duiding juist wel een thema bij de ontwikkeling naar meer achtergrond in de sportjournalistiek. In de volgende sectie komt ondermeer naar

voren in hoeverre de professionals dan daadwerkelijk reflecteren op zaken als diversiteit op de redactie en de rol van etniciteit in de eigen verslaggeving.

(2) De rol van diversiteit en etniciteit in het productieproces

Uit de analyse van het tweede thema, diversiteit en etniciteit, komen drie subthema's naar voren. De eerste sectie beschrijft het denken van de respondenten over de mate van diversiteit op de redactie. Hieruit volgen twee groepen, die elk behandeld zullen worden in twee aparte secties. De eerste groep bevat meningen van respondenten waar de centrale gedachte is dat diversiteit en etniciteit geen gevolgen heeft voor de verslaggeving. Bij de tweede groep komt naar voren dat etniciteit juist wel een zekere invloed kan hebben.

Weinig diversiteit op de redactie en in de freelancerpool: realisering en reactie

De vraag in hoeverre de respondenten zich herkenden in de berwering dat de Nederlandse sportmedia een witte manneninstituut vormen (Claringbould et al., 2004) was voor een groot deel van de respondenten een zeker realiseringsmoment dat dit inderdaad zo is, zonder hier zelf eerder bij stil te hebben gestaan. De volgende reacties van vijf respondenten illustreren dit realiseringsmoment:

Ha, ja, dat is een goede. Nou ja het is bij ons grotendeels wel een witte mannenwereld. We hebben één jongen die is wat getint omdat hij Indonesische ouders heeft. En verder is het alleen maar wit, blank ... Nee ik sta er nu pas voor het eerst bij stil. Want ja, deels is die freelancerpool al jaren hetzelfde en is dat een gegeven. Het is blijkbaar gewoon een beetje een witte mannenwereld, ja.

Ik denk dat het wel redelijk klopt ja. Maar ik zit even te denken of ik niemand vergeet... Ja ik vind het ook pijnlijk, of raar. Maar volgens mij is het wel zo, ja apart

Ja goede vraag. Laten we zeggen dat we vooral blanke mensen hebben als je het zo zou willen formuleren. En we hebben een Turkse collega, die buitenlands voetbal doet, topper. En verder zijn dat vooral allemaal eh, blanke Nederlandse mensen. Ik zit even hardop te denken hoor... Kijk ik naar voetbal en voetbalmedia en ik kijk ook naar onze concullega's, de Telegraaf, AD, NUsport enzovoorts dan zijn het nauwelijks buitenlandse mensen die er bij betrokken zijn.

Qua etniciteit, is het, ik denk wel dat je gelijk hebt dat het een witte mannen instituut is... Ik zit even te denken hoe we qua etniciteit zaten in het aanbod. Volgens mij was dat vrij bedroevend. Het feit dat ik moet nadenken zegt genoeg denk ik.

Ja je hebt er niet zo heel veel van allochtone achtergrond zeg maar. Ik zou er niet drie op kunnen noemen volgens mij nee... Nee het is dat jij dat zegt nu, maar ik heb er nog nooit eerder bij stilgestaan.

Deze greep uit reacties bevestigt hetgeen verondersteld is in de inleiding, namelijk dat etnische minderheden ondervertegenwoordigd zijn in de Nederlandse sportmedia. Bovendien blijkt uit deze reacties dat er voorheen weinig over etnische diversiteit in de redactie of in de freelancerpool nagedacht is. Een uitzondering vormt een van de respondenten met een etnische minderheidsachtergrond, die uit zichzelf begon te spreken over het belang van diversiteit en een anekdote vertelde hoe een collega zelf een keer de opmerking maakte hoe wit de redactie eigenlijk is.

De meningen over een mogelijke invloed van (een gebrek aan) diversiteit aan etniciteiten op de verslaggeving zijn onder te verdelen in twee stromen. Eén groep respondenten ziet geen gevolgen voor de verslaggeving en ziet het vraagstuk van diversiteit en etniciteit als een discussie die buiten de sportmedia valt. Andere respondenten beschrijven dat etniciteit wel een factor is die meespeelt in de verslaggeving, waardoor weinig diversiteit een invloed kan hebben op de productie van de Nederlandse sportmedia. Beide groepen worden nu besproken, te beginnen bij de groep respondenten die geen gevolgen voor het werk ziet.

Kleurenblindheid: kwaliteit belangrijker dan etniciteit

Zoals gezegd bestaat de eerste groep uit respondenten met de opvatting dat etniciteit en daarmee diversiteit een niet relevant thema is binnen de sportmedia. Ten eerste omdat etniciteit geen rol van betekenis speelt binnen het productieproces, aangezien veel meer gekeken wordt naar kwaliteit. Een hoofdredacteur stelt bijvoorbeeld niet het idee te hebben iets te missen omdat hij geen journalisten van een etnische minderheidsachtergrond tot zijn beschikking heeft:

Kijk voor ons, maakt het [etniciteit] niet uit als je maar goed bent. Maar dat zal iedere hoofdredacteur zeggen... Nee het heeft geen gevolgen voor onze bedrijfsvoering, zal ik maar zeggen. Ik denk niet dat we echt iets missen, zeg maar. Als iemand een goed idee heeft en het bij ons past dan kan diegene erover schrijven en dan maakt het mij niet uit dat diegene zwart of blank of Marokkaans of Turks is... Nee, dat is geen issue.

De respondenten binnen deze groep praten veel meer over het belang van journalistieke kwaliteiten:

Punt is dat je moet begrijpen voor welk medium je schrijft. Of voor welk medium je filmt. Dat is het belangrijkste. Dat je begrijpt, oké dit is mijn lezerspubliek, kijkersgroep, dus moet ik het op die manier doen... Maakt het totaal niet uit of hij Touzani heet of Jansen. Dat speelt totaal

geen rol en dat is het mooie van voetbal. Het klinkt bijna als Sepp Blatter: voetbal is universeel en van ons allemaal, bla, bla. Maar zo is het wel. Dat is het mooie van het spelletje en laten we dat vooral zo houden en niet teveel gaan wijzen en te kijken naar etniciteit. Dat is totaal niet van belang joh, nee... Iedereen die solliciteert met een goede [professionele] achtergrond maakt kans.

Andere journalisten zien exact dezelfde hiërarchie tussen kwaliteit en etniciteit en noemen de sportjournalistiek daarmee kleurenblind: “De sportjournalistiek is een beetje kleurenblind als het ware, het maakt helemaal niet uit wat voor achtergrond iemand heeft” en “Ik kijk niet naar kleur... Mijn collega’s, geen van allen kijkt naar kleur. Als je goed bent, ben je goed en wees welkom. Het gaat om je kwaliteit en niet om je achtergrond”.

Twee andere respondenten nemen een meer genuanceerd standpunt in. De eerste twijfelt enigszins of afkomst van belang is, maar stelt tevens dat kwaliteit de doorslaggevende factor is in de verslaggeving: “Als iemand een hele goede journalist zou zijn en ook een Turkse achtergrond of Marokkaanse achtergrond heeft zou dat misschien net wat helpen, maar ik geloof er toch meer in dat het met kwaliteit te maken heeft.” De tweede professional stelt dat etniciteit en diversiteit wel een zekere invloed kunnen hebben, maar geen rol van betekenis spelen in de grote lijnen van het werk. In die zin denkt hij hetzelfde als de vorige respondenten die spreken over het bepalende belang van journalistieke kwaliteiten.

Wanneer gevraagd wordt wat deze kwaliteiten dan precies zijn, verwijzen verschillende respondenten naar traditionele journalistieke waarden als het controleren van meerdere bronnen en taalkundig sterk zijn. Onderzoekers die in het theoretisch kader aan het woord kwamen, zoals Devroe (2007) en Willemars (2014) voegden aan deze traditionele waarden nog een andere waarde toe. Vanuit het vertrekpunt dat Nederland multicultureel en pluralistisch is, beargumenteren zij dat journalisten de taak hebben alle verschillende stemmen recht te doen in de verslaggeving. In andere woorden stellen zij dat diversiteit in de journalistiek en daarmee het vertegenwoordigen van alle lagen in de pluriforme samenleving ook zo’n belangrijke kernwaarde behoort te zijn op de redacties van vandaag de dag. In de uitspraken van respondenten binnen deze groep wordt etniciteit en diversiteit juist losgekoppeld van journalistieke kwaliteit.

De respondenten binnen deze groep stellen bovendien dat er over etniciteit en diversiteit weinig tot geen discussie bestaat binnen de Nederlandse sportmedia: “Onder de sportjournalisten leeft het verder niet zo... Je hebt het er nooit over wat dat betreft.” Enerzijds is dit omdat dit niet als taak van sportjournalisten wordt gezien om het daar over te hebben. Zij zijn namelijk bezig met de “waan van de dag” en “gewoon bezig met een leuke krant maken”. Met

andere woorden zijn het de werkrouines beschreven in de vorige paragraaf waar de opletendheid naar uitgaat. De rol om te reflecteren op de rol van etniciteit binnen de eigen media-praktijk wordt zo door een van de respondenten ergens anders neergelegd: “Ik denk niet dat het echt een thema is, nee. Het is niet iets waar bij stil wordt gestaan en dat is meer iets voor beleidsmakers zeg maar, om de grote lijnen te bewaken en op dat soort dingen te letten.”

Anderzijds omschrijven respondenten het Nederlandse medialandschap als “open minded” en zien de discussie omtrent etniciteit en discussie als een reeds of nagenoeg gepasseerd station. Een journalist omschrijft die open blik als volgt:

Dus er wordt echt wel met open vizier naar gekeken: we zeggen dit, maar klopt dit en zijn we zelf niet schuldig? Dat is heel anders dan twintig jaar geleden. Die tijd is voorbij. Ik heb in Nederland absoluut niet het idee dat mensen met een andere etniciteit anders worden behandeld of over wordt geschreven.

Deze open blik bestaat volgens deze respondent, ondanks het feit dat er (nog) weinig diversiteit bestaat op de redacties:

Wat wel belangrijk is dat een krantenredactie bestaat uit alle lagen van de bevolking en alle groeperingen die samen Nederland vormen om een eenduidig gemengd uitgebalanceerd geluid kan laten horen. Er wordt aan alle kanten heel veel tijd en energie gestoken om een uitgebalanceerd geluid te laten horen. Ik heb het idee dat dat wordt rechtgetrokken.

Een andere professional beaamt: “Die bewustzijn wordt groter, dat zie je overal over discriminatie en geslachtsongelijkheid. Sportjournalistiek is onderdeel van de samenleving dus daar zal het ook groter worden, maar dat kost tijd”.

Deze veronderstellingen kunnen anders geformuleerd worden als de kleurenblindheid waar respondenten al eerder over spraken: omdat de Nederlandse sportjournalistiek kleurenblind is, is in de opvatting van deze groep professionals reflectie op etniciteit en diversiteit niet een relevant thema. Veel meer wordt gekeken naar kwaliteit binnen de werkrouines, zoals objectiviteit, taalkundig sterk zijn, duiding geven bij het sportnieuws en het om kunnen gaan met deadlines en tijdsdruk, wat reeds in het eerste thema beschreven is.

Hoe diversiteit en etniciteit wel de verslaggeving kan beïnvloeden

Een tweede groep, bestaande uit iets minder dan de helft van de geïnterviewde professionals ziet echter ook hoe etniciteit en diversiteit wel een invloed kan hebben op de sportverslaggeving. Zij noemen drie manieren waarop deze invloed naar voren komt. Ten eerste stelt een van de respondenten dat de eigen etniciteit van een (sport)journalist zijn of haar objectiviteit in de regel belemmert:

Je kunt stug volhouden dat alle journalisten objectief zijn maar dat is gewoon niet zo. Je hebt altijd je eigen [etnische] achtergrond, je eigen mening. Je vindt toch bepaalde dingen interessanter dan anderen. Eh, dus, laten we zeggen dat het aan de randjes dat het zeker iets uitmaakt. Hoewel dit de enige journalist is die dit verband tussen objectiviteit en etniciteit expliciet maakt, zoals ook Shoemaker en Reese (2016) doen, komt dit verband impliciet terug in de andere twee manieren waarop etniciteit en diversiteit een invloed kan hebben.

De respondenten binnen deze groep stellen dat meer diversiteit op de sportredactie een toegevoegde waarde kan zijn omdat het zorgt voor meer aansluiting bij spelers met een etnische minderheidsachtergrond of bij clubs waar veel spelers met zo'n achtergrond actief zijn. Een van de professionals stelt "dat het heel moeilijk is voor een blanke man in de vijftig om zich te verplaatsen in Memphis Depay" en dat dit "niet begrijpen" wellicht kan leiden tot minder goede verslaggeving omtrent deze voetballer met een etnische minderheidsachtergrond. In dit verband stelt een respondent met een etnische minderheidsachtergrond dat diversiteit voor nuance kan zorgen:

Daarom, ik kan het niet genoeg zeggen, is diversiteit zo belangrijk om nuance te brengen. En niet per se om heel de redactie kleur... want er wordt veel gediscussieerd op redacties, maar als het alleen maar tussen blanke mensen gebeurt, dan is het eindresultaat minder juist denk ik.

Een andere, enigszins twijfelende, sportjournalist noemt het "misschien de ideale situatie" om op de redactie bijvoorbeeld ook "een verslaggeefster met een hoofddoek te hebben, omdat je dan misschien ... bij bepaalde mensen andere verhalen makkelijker loskrijgt misschien. Een respondent die in het interview in eerste instantie geen gevolgen zag voor de verslaggeving, is na een gesprek over diversiteit op de voetbalvelden in Nederland het volgende van mening: "Daarom zou het misschien ook wel goed zijn juist als [diversiteit] in de sportjournalistiek ook zo zou zijn... En het zou ook logisch zijn eerlijk gezegd". Een respondent met een etnische minderheidsachtergrond stelt dan ook dat hij sneller aansluiting kan vinden bij sporters met eenzelfde achtergrond, omdat deze zich meer op hun gemak zouden voelen: "Want je kan bijvoorbeeld een gekleurde speler of een moslimspeler als witte man gewoon minder begrijpen. Je kent zijn wereldje minder. Dus dat is wel gewoon een gemis dat die balans zo is doorgeschooten... Ik kom daar toch makkelijker, bij die jongens dan iemand anders".

De gedachte dat meer diversiteit zorgt voor meer aansluiting bij sporters met een diverse achtergrond, kwam bij nog meer respondenten terug. Deze respondenten, onder wie de hierboven vermelde twijfelende sportjournalist, plaatsten echter een kanttekening bij de gedachte. Een sportjournalist verwoordt deze relativering als volgt: "Hoe zou je dat willen zien? Een

Marokkaanse verslaggever die mensen van Marokkaanse achtergrond gaat interviewen? Ik weet niet of dat heel goed is. Want dan, dan segregeer je op die basis.” Desalniettemin blijkt de verbinding tussen diversiteit en aansluiting bij sporters met een diverse achtergrond dus weldegelijk een thema binnen de betekenisgeving aan etniciteit en diversiteit te zijn bij een deel van de respondenten.

Een andere manier van invloed wordt benadrukt door twee professionals met een etnische minderheidsachtergrond, namelijk dat meer diversiteit zorgt voor meer oog voor nieuwe perspectieven en invalshoeken in de verslaggeving. Zo wordt het volgende verondersteld: “Ja, door eigenlijk zo'n witte redactie te hebben, wat niet met opzet is of zo denk ik, sluit je bepaalde bevolkingsgroepen uit, onbewust denk ik, en bepaalde onderwerpen krijg je niet aan bod, die krijgen geen aandacht.” Zo geeft deze respondent zelf een voorbeeld van een idee voor een artikel over de invloed van de ramadan op de sportprestaties van atleten, waar hij op kwam door de deels islamitische achtergrond binnen zijn familie en trekt daarbij een vergelijking tussen collega's met een volledig witte achtergrond:

Dat komt dus, ik ben daar in geïnteresseerd omdat ik ook natuurlijk zelf van andere [afkomst ben]... Ik heb ook met mijn collega's erover gesproken, zij zouden er nooit op zijn gekomen... Daarom is diversiteit op redacties ook zo belangrijk, zodat je niet alleen uitgaat... dat is nu misschien een beetje denigrerend maar van die eigen blanke, eh, die eigen Nederlandse visie. Het is duidelijk belangrijk dat je veel diversiteit hebt.

De andere respondent met een etnische minderheidsachtergrond trekt eenzelfde conclusie: “Ik maak ook gewoon nog steeds af en toe verhalen met Marokkaans Nederlandse voetballers”, waarbij het belangrijk te vermelden is dat dit vaak om andere voetballers gaat dan de spelers die welbekend zijn onder alle journalisten: “Ik heb ook een netwerk van mensen, zodat je niet steeds bij dezelfde usual suspects komt.”

Opvallend is ook dat beide respondenten aangeven meerdere keren gevraagd te zijn om over dit soort onderwerpen verhalen te maken, juist gezien hun achtergrond. Een andere journalist ziet dit precies zo wanneer hij spreekt over verhaalonderwerpen die diversiteit aangaan: “Het is altijd beter om een pleitverzorger er voor te hebben... Daarvoor zou diversiteit een bijdrage kunnen leveren, voor dat soort dingen.”

Hoewel is gebleken dat diversiteit en etniciteit volgens een aantal respondenten onderwerpen van belang zijn omdat het op verschillende manieren de verslaggeving kan beïnvloeden, blijkt tegelijkertijd dat het geen werkelijk thema of discussiepunt is in de sportjournalistiek zelf, hetgeen ook gold voor de hiervoor besproken groep respondenten. De koppeling tussen het

vooropstellen van werkrouines en kwaliteit en de beperkte tijd en ruimte om überhaupt bij deze thema's stil te staan, geldt ook voor deze groep. Wel bestaat er dus een verschil in mening over de relevantie van het nadenken over het thema en de invloed die diversiteit kan hebben in een redactie en op de daadwerkelijke verslaggeving.

(3) Betekenisgeving aan stereotypering in de berichtgeving

Zoals in het theoretisch kader besproken is, laten veel onderzoeken zien dat een stereotype beeld van de zwarte sporter als 'van nature' fysiek sterk dominant is in de sportverslaggeving. Het praten over deze stereotypen was daarom een noodzakelijk onderdeel van de interviews. De betekenisgeving van de respondenten is onder te verdelen in wederom drie subthema's. Eerst wordt de herkenning van het stereotype als zijnde een traditionele gedachte besproken. Daarna zijn er twee stromingen, ten eerste de distantiëring van zulke onderzoeken die concluderen dat deze stereotypen gebruikt worden en ten tweede de opvatting dat het onbewuste gebruik van stereotypen meer bewustzijn behoeft onder mediaprofessionals.

Het stereotype van de fysiek sterke zwarte sporter als cliché

Een klein aantal respondenten herkent het stereotype van de fysiek sterke zwarte sporter waar de onderzoeken uit het theoretisch kader voornamelijk over gaan. Bij deze herkenning vallen de woorden "cliché" en "traditioneel". Zo denkt een van de respondenten dat de stereotypen zullen blijven bestaan: "Dat wordt van een donkere jongen vaak gezegd, die is snel, of eh, die is gespierd of krachtig. Maar dat, dat zijn van die clichés en die zullen ook wel blijven denk ik." Een andere professional is juist van mening dat de stereotypen aan het verdwijnen zijn, ondermeer door de opkomst van vernieuwingen in de journalistiek zoals het gebruik van data:

Die onderzoeken, het verbaast me niks. Ik denk dat je dat wat breder kan trekken dan voetbal naar sport in het algemeen. Het is een hele traditionele benadering, hè. En die traditionele benadering vervalt op het moment, kom ik weer, data en statistieken in je analyses gaat maken... Dus deze opmerking, als we hier over een jaar weer koffie drinken, zul je hem niet eens meer maken want de journalistiek is veranderd.

Met andere woorden maakt deze respondent een koppeling met het eerste thema aangaande routines, namelijk de veronderstelling dat vernieuwingen het denken in vaste routines en vaste frames kan doorbreken.

Een groot aantal respondenten gaat voorbij aan het typeren van het stereotypegebruik als traditioneel of cliché of aan de vraag of dit zal veranderen of niet. Veel meer wordt er in de interviews dan ook de mening aangaande de onderzoeken naar stereotypering geuit. Zoals gezegd vallen deze meningen uiteen in distantiëring en het creëren van bewustzijn.

Distantiëring onderzoeken naar stereotypen: objectieve verslaglegging etnische minderheden

De veruit meest gehoorde reactie die in de interviews naar voren komt na een gesprek over onderzoeken naar stereotypering van zwarte sporters in de sportmedia, is die van de distantiëring. Respondenten distantiëren zich van deze onderzoeken door te stellen dat zij op een objectieve manier verslag doen van de werkelijkheid en dus ook van etnische minderheden.

Deze respondenten herkennen de omschrijvingen van de voornamelijk fysieke zwarte sporter niet als stereotiep, maar als een correcte omschrijving. Zo stelt een respondent: “Ik denk dat het bij donkere spelers wel vaak over hun fysiek gaat. Maar in de voetbalwereld zijn het inderdaad wel sterke of snelle jongens. Maar ook als je amateurvoetballer bent valt het op dat als je tegen een donkere jongen speelt dat ze sterk en vaak ook heel snel zijn.” Een andere professional is dezelfde mening toegedaan: “Ik bedoel als jij naar de honderd meter sprint kijkt zul je toch zien dat er minder blanken lopen. Ja, dat heeft dan toch een fysieke oorzaak dus moet je dat ook gaan beschrijven anders ben je ook geen goede sportjournalist natuurlijk”. Een derde stelt dat het “menselijk” is om deze sporters zo te omschrijven: “Maar dat is ook menselijk denk ik. Omdat donkere mensen vaak, die zijn ook fysiek vaak heel intimiderend. Of niet intimiderend, maar zij stralen fysieke kracht ook uit”. Ook een andere respondent heeft het over het uitstralen van fysieke kracht: “Misschien omdat je het meer ziet? ... Laatst was er Wijnaldum, die foto van een been van hem. Ik weet niet of je het gezien hebt, die foto. Een enorme spierbundel.”

Belangrijk hierbij is de volgende uitspraak: “Maar ik denk niet dat mensen het opschrijven omdat ze donker zijn”. Ook andere witte journalisten beamen niet naar kleur te kijken bij het beschrijven van de sporters, hetgeen overeenkomt met de notie van kleurenblind bij het vorige thema. Dit wil zeggen dat zij, hoewel in de bovenstaande citaten de koppeling tussen een zwarte huidskleur en fysieke kracht steeds gemaakt wordt, vanuit een objectiviteitsgedachte hun werk doen: “Ik kijk gewoon naar karakters van spelers, naar hoe ze zich presenteren, hoe ze zich gedragen... Tenminste ik, ik ben helemaal niet racistisch of zo of, dus [huidskleur/ethniciteit] maakt mij niets uit. Ik beoordeel puur op hoe iemand zich presenteert en ik denk ook echt wel van mezelf kan zeggen dat het weinig verschil maakt”.

Dit leidt er volgens dezelfde journalist toe dat beschrijvingen die binnen het stereotype vallen, gebruikt worden wanneer deze functioneel zijn:

Je zegt ook vaak de boomlange verdediger, maar dat is dan vaak ook gewoon omdat iemand heel opvallend lang of krachtig is. En ja, als toevallig net wat meer mensen lang en krachtig

zijn. Ik gebruik alleen dat soort dingen als het functioneel is... Het is gewoon, ik ben wel van het beeldend schrijven soms.

Een andere journalist ziet de beschrijvingen die binnen het stereotype vallen als bevestiging van de werkelijke situatie vanuit een objectieve waarneming:

Zo kun je elke open deur intrappen... Dat gebeurt in elke journalistieke tak. Ook omdat ik als lezer de bevestiging wil hebben. Ja ik heb inderdaad gezien dat Dolberg flegmatiek is, inderdaad gezien dat Kongolo dat kopduel heeft gewonnen. Het is waarnemen wat je ziet en op een gegeven moment zou ik het ook raar vinden als mij niet meer verteld wordt dat een sterke speler, of hij donker is of blank, elk duel wel of niet wint.

Deze gedachte van bevestiging van de werkelijkheid komt zowel terug bij het stereotype van de fysiek sterke zwarte sporters, als bij andere stereotypen die leven in de sportmedia:

Kijk er komen wel eens stereotypen naar voren van, van een luie Braziliaan weet je wel. Maar vaak kloppen die ook wel een beetje... De trotse Marokkaan... misschien zie je dan ook de bevestiging omdat de stereotypen er zijn. Maar vaak kloppen ze ook wel een beetje.

Een andere respondent stelt het volgende over Marokkaanse sporters:

Alleen heb je wel een cliché waar een kern van een waarheid in zit. De Marokkaanse voetballer, zeer getalenteerd maar halen nooit de top, terwijl ze in potentie als achttienjarige de nieuwe Bergkamp of Van Basten of Kluivert kunnen worden. Maar dat is wel redelijk eerlijk en daar is de Marokkaanse gemeenschap zelf ook wel mee bezig.

Voor dit soort beschrijvingen van etnische minderheden, die volgens deze respondenten dus een beschrijving zijn van de werkelijkheid, moet dus plaats zijn in de verslaggeving, juist door de koppeling aan termen als “bevestiging” en “werkelijkheid”:

Voetbal is ook emotie, hè. Dat moet de journalist er ook wel in blijven brengen. Als hij dit niet meer op deze manier kan omschrijven, dan verliest hij ook een beetje, wordt het bijna FIFA 17. Dan gaat de werkelijkheid wat verder weg. Die jongen is ook sterk, daarom wint hij kopduels. Feit. Dat wil ik best bevestigd hebben in een verhaal. Dus laten we ook zorgen, want dat wou ik zeggen, dat die emotie er in blijft... Dat moet er in blijven, ook in de verhalen.

Deze notie van objectieve en juiste verslaggeving over etnische minderheden, wordt extra kracht bijgezet door een van de journalisten die stelt dat er in Nederland, of in ieder geval op de eigen redactie, bewustzijn bestaat wat betreft het schrijven over etnische minderheidsgroepen:

Ik vind dat dit in Nederland totaal niet ter zake doet. Voor mij persoonlijk al totaal niet... Natuurlijk zijn er een aantal uitzonderingen dat je het een keer zegt, de krachtpatser. Maar als het een blanke is die een krachtpatser is, wordt dat net zo hard gezegd. En als het een donkere of een Marokkaanse jongen is die het team op sleeptouw neemt... Of het bij andere redacties

meespeelt, kan ik niet zeggen. Bij ons in ieder geval niet. Maar het is mij nooit opgevallen, echt niet... Natuurlijk is er bewustzijn. Bij ons wordt er altijd wel over nagedacht.

Belangrijk is dat deze respondent eraan toevoegt dat dit “nadenken” vooral geldt voor andere deelredacties binnen dezelfde organisatie, aangezien dit bij de sport “nooit speelt” en “geen issue” is. Dit wijst erop dat er, hoewel uit bovenstaande reacties blijkt dat respondenten het idee hebben objectieve beschrijvingen te geven, er tegelijkertijd weinig wordt gereflecteerd op de verslaggeving over verschillende etniciteiten. Een hoofdredacteur stelt dan ook het volgende: “Maar hier is niemand bezig als diegene aan het schrijven is nee”. Zo wordt de objectiviteit van de eigen verslaggeving over minderheden niet getoetst door de respondenten, hetgeen het eventuele gebruik van stereotypen in de hand kan werken. Deze uitspraken worden gestaafd door de conclusies uit voorgaande paragrafen dat er weinig reflectie plaatsvindt wat betreft etniciteit en diversiteit.

Het onbewuste gebruik van stereotypen behoeft meer bewustzijn

Twee respondenten vormen een uitzondering op bovengenoemde groep en zij geven op een andere manier betekenis aan de onderzoeken naar stereotypering. Zij concentreren zich niet op de objectiviteitsgedachte, maar op het feit dat deze stereotypering een onbewust proces kan zijn in de verslaggeving, waarbij meer bewustzijn binnen de sportmedia inzicht zou geven in dit onbewuste proces.

Zo stelt een journalist met een etnische minderheidsachtergrond dat hij de stereotypen al meerdere malen had herkend in de verslaggeving: “Toen ik eindredacteur was haalde ik er ook wel dingen uit, bijvoorbeeld als Mulenga bij Utrecht vaak de oersterke Zambiaan wordt genoemd, dat haal ik er wel uit”. Dat dit soort omschrijvingen naar voren komen, gebeurt volgens deze respondent “altijd onbewust”. Juist daarom is bewustzijn nodig: “Het is op zich wel herkenbaar en het is altijd wel goed als mensen zich daarvan bewust van zijn, want eigenlijk altijd gebeurt dit onbewust”.

Dezelfde redenering komt terug bij een andere professional, die na het gesprek over stereotypen het idee heeft dat dit soort beschrijvingen hem nu zouden opvallen wanneer hij (eigen) stukken zou teruglezen: “Daar staat bijvoorbeeld de snelle Ruben Schaken... van hé hier heb je een stereotype. Een donkere voetballer en die is dan snel.” Hij voegt hier aan toe dat “het wel goed is dat mensen daar bewust van worden” en “als je er over na gaat denken is dat best wel vreemd en zou je daar op moeten letten bij verslaggeving”. Tegelijkertijd is het dezelfde respondent die in de vorige sectie stelde dat geen van de hem bekende journalisten bewust bezig is met dit thema, waardoor wederom de conclusie aan het licht komt dat dit “nadenken”

over diversiteit en het verslag doen over etnische minderheden niet tot nauwelijks een onderwerp is in de Nederlandse sportmedia. Bovendien blijkt uit de uitspraken van deze respondenten alleen dat zij het belangrijk vinden om op stereotypeverslaggeving te letten en niet waarom dat belangrijk is.

Zo herkennen de meeste respondenten zich niet in de onderzoeken naar stereotypen en zij vertrouwen daarmee op de eigen objectiviteit wat betreft de verslaggeving omtrent etnische minderheden. Twee respondenten reageerden op een andere manier, maar uit slechts één reactie blijkt dat de verslaggeving omtrent etnische minderheden wel eens onder de loep ligt in de Nederlandse sportmedia. Een andere respondent stelde dat een kritische blik naar de verslaggeving wel relevant is in andere takken van de Nederlandse media, maar niet zozeer in de sport. De grootste groep respondenten bevestigt dit door te zeggen dat stereotypering en ongelijkwaardige berichtgeving niet van toepassing is op de sportverslaggeving.

5. DISCUSSIE

De belangrijkste resultaten die in het vorige hoofdstuk aan het licht zijn gekomen, zullen in dit hoofdstuk in perspectief worden geplaatst aan de hand van literatuur. Ten eerste wordt het thema routines in verband gebracht met het gebruik van stereotypen. Ten tweede wordt stilgestaan bij de objectiviteits- en kleurenblindgedachte onder een groep van de respondenten. Tot slot wordt de discussie omtrent diversiteit behandeld.

Routines en het gebruik van stereotypen

Uit het resultatenhoofdstuk bleek een dominante tweedeling te bestaan in werkzaamheden binnen de Nederlandse sportmedia. Aan de ene kant is gesproken met professionals die zich richten op snelle en online sportnieuwsvoorziening. Andere respondenten distantiëren zich juist van deze snelle nieuwsvoorziening door te stellen dat tijd veel minder van invloed was bij het maken van achtergrondverhalen en het geven van duiding bij het nieuws. Stelling hier is dat beide routines een invloed kunnen hebben op het wel of niet gebruiken van stereotypen in de berichtgeving.

'Speed ambition' en onnauwkeurigheid

De professionals, voornamelijk webredacteurs, die zich bezig hielden met de snelle online nieuwsproductie gebruikten treffende beeldspraak in de beschrijving van hun routines: lopen-de bandwerk, machinewerk en vakkenvullen. Zij gaven aan dat snelheid van doorslaggevend belang was bij het publiceren van berichten. Hoewel werd aangegeven dat het waarheidsgehalte van de berichten hoog moet zijn en de tekst bovendien taalkundig correct, het liefst aangevuld met videomateriaal, veronderstelden de respondenten dat snelheid die de online nieuwsvoorziening eist de kwaliteit van de berichtgeving belemmert.

In haar onderzoek naar Amerikaans basketbalcommentaar schrijft Bruce (2004, p. 864) van een nagenoeg identieke druk:

Given ... that live sports commentary takes place in a high pressure, fast-paced environment where heat-of-the-moment statements cannot be retracted, it should not be surprising that commentary is marked by errors, clichés, stereotypes and dominant ideologies ... many of which relate to race.

Het niet kunnen reflecteren op opmerkingen in de berichtgeving komt zowel in het onderzoek van Bruce als huidig onderzoek naar voren, waardoor een vergelijking tussen het verzorgen

van live commentaar bij sportwedstrijden en het publiceren van up to date online nieuwsberichten getrokken kan worden. Met andere woorden, door de opkomst van liveblogs en de 24/7 tijdsdruk die ervaren wordt, werken webredacteurs tevens met een ‘live druk’.

In het citaat van Bruce komt verder naar voren dat door die tijdsdruk (sport)journalisten putten uit dominante ideologieën in de vorm van clichés en stereotypen. Drok en Hermans (2016, p. 540) noemen dit een serieus nadeel van wat zij typeren als *fast journalism* en *speed ambition*: “In the race to be the first, journalism is at risk of oversimplification and stereotyping”. Verder citeren ze uit het werk van Gibbs en Warhover uit 2002: “The average newsroom is not an environment that nurtures reflection on the complexity of the human race. In the haste to label, categorize and synthesize, the more complex aspects of real life can be overlooked”. Door deze routine van *speed ambition* die is ontwikkeld als gevolg van online concurrentie en het grote belang van snelheid, wordt volgens Drok en Hermans (2016) op de doorsnee nieuwsvloer weinig tot niet nagedacht over complexe zaken als etniciteit, waardoor in de berichtgeving eerder dominante ideologieën over etniciteit gebruikt worden. Deze uitspraak wordt gestaafd in de interviews binnen huidig onderzoek. Hoewel een deel van de respondenten van mening was dat het van belang was om stil te staan bij etniciteit en diversiteit op de redactie, bleek hiervoor geen tijd en ruimte te bestaan door de waan van de dag, veroorzaakt door de tijdsdruk. De andere groep respondenten achtte het sowieso niet van belang hieromtrent een discussie over te voeren. Hier wordt later over uitgewijd.

Achtergronden in de sportjournalistiek als ‘deep picture’

Respondenten die zich richtten op het maken van achtergrondverhalen, ervaren echter veel minder tijdsdruk. Zij onderscheiden zich niet door nieuws zo snel mogelijk te brengen maar door een interessante en weldoordachte duiding te geven bij het nieuws. Ook al wordt bij vernieuwing en bij het aanspreken van jong publiek vaak gedacht aan snelle, korte berichten - Costera Meijer en Groot Kormelink (2015, p. 296-297) gebruiken hierbij de term ‘snackberichten’ - relativeren Drok en Hermans (2016) deze gedachte in het volgende citaat:

“Our research among Dutch users in the age range of 15–39 ... showed that - indeed - an overwhelming majority finds that news should be available anytime, anywhere, and for free. However, we also found that a considerable proportion of younger users want journalism to be more investigative, inclusive, co-operative and constructive” (p. 539).

Zij stellen verderop dat ook het jongere publiek is warm te maken voor trage journalistiek, waar de “*deep picture*” centraal staat: een complexe en meer doordachte manier van berichtgeving (p. 543). In het resultatenhoofdstuk is gebleken dat nagenoeg alle respondenten zich-

zelf deze rol om achtergronden te geven bij het nieuws, ten behoeve van de *deep picture* of in hun eigen woorden duiding, toewijzen. Drok en Hermans stellen dat de nadelen die aan het licht komen bij *speed ambition*, zoals stereotypering en het gebruik van dominante clichés, kunnen worden voorkomen door het gebruik van trage journalistiek dat zich richt op achtergrond en duiding ofwel *the deep picture*. Een van de respondenten was dezelfde mening toegedaan bij het beschrijven van de opkomst van datajournalistiek om duiding te geven bij de sport. Als gevolg van data-analyses zou volgens deze respondent de traditionele stereotypebe-richtgeving van de fysiek sterke zwarte sporter doorbroken kunnen worden.

Aangezien slechts een van de respondenten zo de koppeling legt tussen een nieuwe vorm van duiding en het gebruiken van stereotypen, is het de vraag of de tijd en ruimte tot onderzoek en reflectie, wat het maken van achtergrondverhalen in meerdere mate biedt, daadwerkelijk gebruikt zal worden op de redacties om tevens te reflecteren op etniciteit en stereotypering. Andere respondenten bevestigen dat over dit thema weinig wordt stilgestaan tijdens het werk. Daarmee lijkt, hoewel de nadruk in het productieproces minder op tijd komt te liggen, wat Drok en Hermans veronderstellen alsnog op te gaan: “The average newsroom is not an environment that nurtures reflection on the complexity of the human race”.

Kleurenblindheid en de onbewuste verslaggeving van etnische minderheidsgroepen

In overeenstemming met de uitspraak van Drok en Hermans, wijzen verschillende onderzoeken uit dat (sport)journalisten zichzelf als objectief beschouwen, waardoor er op redacties niet tot weinig wordt nagedacht bij de rol van de eigen etniciteit in de verslaggeving (Bruce, 2004; Knoppers & Elling, 2004, p. 61; Shadid, 2009; Broersma, 2015; Shoemaker & Reese, 2016). Deze bewering kan deels ondersteund worden aan de hand van de interviews uitgevoerd in huidig onderzoek. De resultaten die deze bewering inderdaad bekrachtigen, worden hieronder nu bediscussieerd.

De grootste groep respondenten was namelijk van mening dat de eigen etniciteit de traditionele journalistieke waarden als objectiviteit, taalkundig sterk zijn en het hebben van meerdere bronnen niet beïnvloedde. Twee respondenten gebruikten hierbij de term kleurenblind, een term die ook in het werk van Bruce (2004) en Van Sterkenburg et al. (2012) terugkomt en inhoudt dat journalisten het idee hebben zelf niet naar de huidskleur of etniciteit van spelers te kijken, maar objectief verslag te doen. Zij stelden bovendien dat de Nederlandse sport en de Nederlandse journalistiek in het algemeen al een proces heeft doorgemaakt en daardoor niet naar etniciteit of huidskleur kijkt en dus kleurenblind is. Van Sterkenburg (2010) noemt deze visie de *sport-als-progressieve-maatschappelijke-kracht-ideologie*, die voorbij gaat aan pro-

cessen van uitsluiting in de sport. Devroe (2007) laat zien dat huidskleur over het algemeen in de media inderdaad niet expliciet benoemd, maar dat het op de achtergrond wel onbewust mee kan spelen in de berichtgeving.

Waar onderzoek dus uitwijst dat objectiviteit en kleurenblindheid in de berichtgeving niet mogelijk is, te denken valt aan het *hierarchy of influences* model van Shoemaker en Reese (2016), is de grootste groep respondenten binnen huidig onderzoek juist van mening dat dit wel het geval is: etniciteit wordt losgekoppeld van de journalistieke praktijk. Dit betekent dat er bij deze groep respondenten geen noodzaak tot reflecteren op de rol van etniciteit in de verslaggeving bestaat, wat in overeenstemming is met onderzoeken als die van Bruce (2004) en Knoppers en Elling (2004).

In het praten over het gebruik van etnische stereotypen, stelde het grootste deel van de respondenten beschrijvingen niet aan kleur te koppelen, maar aan de eigen objectieve waarneming. Uit het voorgaande blijkt echter dat binnen deze waarneming in de meeste gevallen geen reflectie bestaat over etniciteit en het gebruik van stereotypen. Dit werkt in de hand dat onbewust stereotypen in de berichtgeving gebruikt kunnen worden, aangezien respondenten hier niet op reflecteren. Onderzoeken naar stereotypering in de berichtgeving veronderstelden al dat het gebruik van etnische stereotypen altijd een onbewust proces is (Tyler Eastman & Billings, 2001; McCarthy et al., 2003; Bruce, 2004, Van Sterkenburg et al., 2012). Op de vraag of respondenten binnen dit onderzoek daadwerkelijk ook stereotypen gebruiken in hun berichtgeving, kan huidig onderzoek geen antwoord geven. Wat hier wel bevestigd kan worden, is dat er nauwelijks reflectie op dit onderwerp plaatsvindt binnen het productieproces van Nederlandse sportmedia. Daarmee biedt huidig onderzoek een nieuw inzicht voor het onderzoeksveld van sportmedia en etniciteit, waar eerdere studies zich hebben gericht op inhoudsanalyses en receptiestudies.

Interessant is dat respondenten ook andere stereotypen noemden, zoals de “luie Braziliaan” en de “trotse Marokkaan”. Net als bij de basketbalcommentatoren die Bruce (2004) interviewde, bestaat er dus een zeker besef van het bestaan van stereotypen in de sportmedia in het algemeen. De vraag is echter hoe er met deze stereotypen om wordt gegaan. Net als bij de gedachte van de fysiek sterke zwarte sporter, leefde het idee onder de respondenten uit huidig onderzoek dat deze stereotypen toch zeker deels klopten. Tegelijkertijd vindt er door het onbewustheid weinig reflectie plaats wat betreft de vraag of dit inderdaad zo is. In die zin doen de respondenten, die binnen deze groep allen een witte huidskleur hebben, uitspraken over etnische minderheden, zonder zich daarbij bewust te zijn dat deze uitspraken beïnvloed kunnen worden door dominante ideologieën over minderheden die leven in de etnische meerder-

heidsgroep, hetgeen het begrip *whiteness* uitdrukt (Long & Hylton, 2002; Hylton, 2008; Brandbury, 2013). Met andere woorden: zij zien uitspraken die vallen binnen een stereotype juist niet als stereotiep, maar als een juiste beschrijving van de werkelijkheid. De onbewuste herhaling en bevestiging van dit soort karaktereigenschappen in de berichtgeving, kan bijdragen aan een proces dat deze eigenschappen inderdaad als *common sense* en waarheid op zich worden gezien, wat invloed kan hebben op de beeldvorming van deze groepen onder het publiek aangezien media bijdragen aan de betekenisgeving aan etniciteiten in de samenleving (Hall, 1995; McCarthy et al., 2003; Devroe, 2007; Van Sterkenburg, 2010). Wanneer in de beeldvorming dan onbewust vooral de karaktereigenschappen benadrukt worden die als ‘anders’ worden beschouwd - zoals het fysieke sterke lichaam bij zwarte sporters - draagt dit bij aan *othering* van etnische minderheden in de sportmediaberichtgeving (Long & Hylton, 2002; Bruce, 2004; Spencer, 2004; Hylton, 2008; Ferrucci et al., 2013).

Diversiteit en gelijkwaardige berichtgeving

In tegenstelling tot de meest dominante opvatting, komt in een kleinere groep uitspraken juist wel terug hoe etniciteit en meer specifiek diversiteit de verslaggeving kunnen beïnvloeden. In het resultatenhoofdstuk zijn verschillende citaten voorbijgekomen waarin het belang van diversiteit werd benadrukt. Uit de uitspraken van twee professionals met een etnische minderheidsachtergrond blijkt dat zij, juist door hun achtergrond, een ander perspectief kunnen brengen in de verslaggeving, waar hun witte collega's in mindere mate in slagen. Dit is in lijn met de resultaten die Nishikawa et al. (2009, p. 254) verkregen in hun interviews met journalisten met een etnische minderheidsachtergrond:

The interviews also illustrate that some minority journalists engage in ‘stealth advocacy’ or even openly engage in advocacy, thus bringing a unique perspective to the newsroom. These journalists generally agree that their presence aids in news coverage that reflects the entire community fully and fairly, noting that they consciously consider the diversity of their audience... Our interviews show that minority journalists believe they raise new issues in the newsroom, even if covertly presented, that their colleagues overlook. Other journalists say they bring in fresh perspectives.

Nishikawa et al. stellen bovendien dat witte journalisten leerden van hun niet-witte collega's wat betreft culturele verschillen en het brengen van nuance in discussies hierover. Een respondent met een etnische minderheidsachtergrond vertolkte dit op eenzelfde manier door te stellen dat diversiteit belangrijk is om nuance te brengen in de berichtgeving en discussies over etnische minderheden. In relatie tot het gebruik van stereotypen betekent dit dat meer diversiteit nuance in de stereotypeberichtgeving kan brengen. Een van de journalisten met een

etnische minderheidsachtergrond die werkzaam geweest is als eindredacteur, stelde bijvoorbeeld stereotype beschrijvingen van een fysiek sterke zwarte voetballer aan te passen. Ook een witte journalist stelde dat het belangrijk was om een “pleitbezorger” te hebben om diversiteit op de redacties te bevorderen. In overeenstemming hiermee concluderen Nishikawa et al. dan ook dat een meer diverse redactie zorgt voor een beter geïnformeerd publiek.

Hoewel verschillende respondenten dus pleitten voor meer diversiteit op de redactie ter bevordering van een gelijkwaardige berichtgeving of in meer pragmatische zin veronderstellen dat diversiteit op redacties belangrijk is, bleek dit echter geen werkelijk thema te zijn op diezelfde redacties. Hoewel sommige professionals stelden dat deze discussie al op gang was gekomen of in de nabije toekomst zal ontstaan, blijkt uit de resultaten dat dit tot op heden dus niet het geval is. Een gebrek aan diversiteit kan leiden tot een gebrek aan nuance waardoor dezelfde discoursen (zoals het *black edge discourse*), machtsverhoudingen en tradities blijven bestaan in de Nederlandse sportjournalistiek.

Implicaties voor wetenschap en maatschappij

Hoewel stereotypering van sporters een centraal thema is binnen dit werk, heeft huidig onderzoek zelf zich niet gericht op het onderzoeken van deze stereotypen. Veel onderzoek is namelijk al gedaan, voornamelijk in Engeland en Amerika, naar de stereotypering van zwarte sporters. Wat dit onderzoek daarentegen wel aantoonde is dat binnen het productieproces van de Nederlandse sportmedia reflectie op etniciteit, diversiteit en het gebruik van stereotypen geen thema is. Een kleinere groep respondenten was wel van mening dat dit een onderwerp tot discussie zou moeten zijn, terwijl de visie dat er binnen de Nederlandse sportmedia geen noodzaak is tot reflectie het meest dominant is gebleken. Reflectie op etniciteit, diversiteit en het gebruik van stereotypen wordt derhalve niet tot weinig gestimuleerd vanuit de sportmediaprofessionals zelf. Stelling hier is dat er daarmee een zekere mate van onbewustheid bestaat in relatie tot de diversiteit en de rol van de eigen etniciteit in de verslaggeving. Veel respondenten gaven namelijk aan bij de interviews pas stil te staan bij de geringe mate van diversiteit op de redacties en bovendien stelden veel professionals dat hun journalistieke kwaliteiten niet belemmerd werden door de eigen etnische achtergrond, waardoor er over eventuele vooringenomenheid wordt heengekeken: ook al bestaat het idee onder de meeste respondenten dat zij objectief verslag doen van etnische minderheden, staan zij tegelijkertijd niet stil of dit inderdaad zo is.

Huidig onderzoek beargumenteert dus dat deze reflectie op dit moment gering is binnen de Nederlandse sportmedia. Wanneer reflectie op de eigen mediapraktijk niet gestimuleerd

wordt, werkt dit een mogelijk gebruik van stereotypen in de hand. Dit is een relevante toevoeging op de studies die al gedaan zijn binnen het onderzoeksveld van sportmedia in relatie tot etniciteit, die al suggereerden dat er onder sportjournalisten zelf onbewustheid bestaat over dit onderwerp. Hier is aangetoond *dat* reflectie op etniciteit, diversiteit en het gebruik van stereotypen voor de meeste sportmediaprofessionals geen relevant thema is en *waarom* dit zo is, met name de snelheid in de wekroutines en een sterke notie van kleurenblindheid.

Aangezien de Nederlandse media streven naar gelijkwaardige berichtgeving van alle bevolkingsgroepen binnen de samenleving (Willemars, 2014) is het vanuit maatschappelijk oogpunt van belang dat bewustwording over het gebrek aan diversiteit op sportredacties en het eventuele gebruik van etnische stereotypen in de sportverslaggeving, groeit onder professionals werkzaam binnen de sportmedia. Deze opvatting, en dan met name de opvatting dat meer diversiteit de kwaliteit van de sportredacties kan laten toenemen, werd al een aantal keer gedeeld door respondenten binnen dit onderzoek. Een breder bewustzijn van dit debat onder de Nederlandse sportmedia als geheel kan leiden tot meer reflectie en derhalve meer gelijkwaardige berichtgeving (Nishikawa et al. 2009), waar dit onderzoek heeft aangetoond dat bewustzijn over diversiteit, etniciteit en het gebruik van stereotypen nog geen daadwerkelijk thema onder Nederlandse sportmediaprofessionals is.

6. CONCLUSIE

Dit onderzoek heeft antwoord gegeven op de volgende onderzoeksvraag: hoe geven Nederlandse sportmediaprofessionals betekenis aan diversiteit, etniciteit en het gebruik van stereotypen in het productieproces van sportmedia? Uit de thematische analyse van interviews met tien respondenten werkzaam in de Nederlandse sportmedia, volgden drie thema's. Uit het eerste thema, (1) routines in het productieproces, bleek dat er, hoewel sportmediabedrijven steeds meer inzetten op vernieuwing, vaste routines en narratieven bestaan wat het denken buiten dominante discoursen kan belemmeren. Bovendien bleek er een onderscheid te bestaan tussen (online) sportnieuwsproductie en het maken van achtergrondverhalen. Tijdsruk bleek vooral bij de nieuwsproductie een belangrijke factor, wat mogelijkheden tot reflectie beperkt. Een nieuwe focus op het maken van achtergrondverhalen en het geven van duiding biedt meer tijd en ruimte voor reflectie in het algemeen. Desalniettemin wees het tweede thema, (2) diversiteit en etniciteit, uit dat er in de regel weinig reflectie plaatsvindt wat betreft diversiteit op de redactie en de rol van de eigen etniciteit in de verslaggeving. Ook ziet een meerderheid van de respondenten hier geen noodzaak toe. Deze notie van kleurenblindheid kwam bovendien terug in het derde thema, (3) betekenisgeving aan stereotypering in de berichtgeving, waar de meest dominante opvatting onder de professionals was dat er op een objectieve manier verslag wordt gedaan van etnische minderheden en zij zich dus niet herkenden in de onderzoeken naar stereotypering.

Hoewel er, weliswaar in mindere mate, ook geluiden waren te horen van respondenten die pleitten voor meer diversiteit op redacties vanuit de opvatting dat de eigen etniciteit weldegelijk invloed heeft op de eigen verslaggeving, bleek er ook volgens deze respondenten in de praktijk weinig discussie te bestaan tussen deze manier van betekenisgeving en die van de meest dominante groep. Kortom, hoewel een minderheid van de geïnterviewden van mening is dat een discussie over etniciteit, diversiteit en het gebruik van stereotypen een thema zou moeten zijn in de Nederlandse sportmedia, bestaat deze discussie tot op heden niet tot nauwelijks, waardoor reflectie op dit onderwerp geenszins wordt gestimuleerd.

Aanbevelingen vervolgonderzoek

Interessant is dat deze alternatieve geluiden het sterkst te horen waren bij de twee professionals met een etnische minderheidsachtergrond. Eén van hen zag zichzelf als pleitbezorger voor meer diversiteit op de redacties, terwijl de andere in zijn tijd als eindredacteur alert was

op het gebruik van stereotypen in de berichtgeving van zijn collega's. In andere woorden lijkt er bij deze twee respondenten een sterker bewustzijn over de invloed van diversiteit en etniciteit op de verslaggeving te zijn en laten zij het sterkst een alternatief geluid horen in vergelijking met de andere respondenten. Vervolgonderzoek naar het productieproces van Nederlandse sportmedia kan meer uitsluitel geven of deze opvatting inderdaad breder gedeeld wordt onder professionals met een minderheidsachtergrond dan die met een meerderheidsachtergrond. De sample aan respondenten binnen huidig onderzoek is te klein om hier volledig uitsluitel over te geven. In navolging van Nishkiawa et al. (2009) zou er bij de werving van respondenten dan specifiek gericht kunnen worden op professionals met een minderheidsachtergrond, hetgeen hier door de keuze van werving via het sneeuwbal effect bewust niet is gebeurd.

Een tweede suggestie is om in een nieuw onderzoek naar het productieproces van de Nederlandse sportmedia de theoretische lens te verschuiven naar de reflectie wat betreft gender, in bijvoorbeeld de verslaggeving van vrouwensporten. Een dusdanig onderzoek zou een zekere herhaling zijn van het onderzoek van Knoppers en Elling uit 2004. Aangezien er nu meer dan een decennium verstreken is sinds dit onderzoek, is het relevant om te kijken of de betekenisgeving aan gender onder sportjournalisten is veranderd en of bij de reflectie op dit onderwerp dezelfde of juist andere belemmeringen naar voren komen als in huidig onderzoek.

Een laatste aanbeveling heeft betrekking op de inhoudsanalyses die achterhalen of er al dan niet stereotypen in de berichtgeving verborgen zitten. Tot dusver hebben dat soort onderzoeken zich voornamelijk gericht op meer *mainstream* media als krant en televisie. Aangezien in huidig onderzoek gesproken is met webredacteuren die, net als sportcommentatoren, op televisie een sterke mate van tijdsdruk tijdens hun werkzaamheden ervaren, is het relevant om te bestuderen of stereotype beschrijvingen ook doordringen in de internetberichtgeving. Dit kan vervolgens gerelateerd worden aan de productie van online sportnieuws, zoals beschreven in huidig onderzoek.

LITERATUUR

- Azzarito, L. & Harrison, L. (2008). 'White men can't jump'. Race, gender and natural athleticism. *International Review for the Sociology of Sport*, 4, 347-364. DOI 10.1177/1012690208099871.
- 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.
- Boeije, H.R. (2010). *Analysis in qualitative research*. London: Sage.
- Bovens, M., Bokhorst, M., Jennissen, R. & Engbersen, G. (2016). *Migratie en classificatie: naar een meervoudig migratie-idioom*. Den Haag: Wetenschappelijke Raad voor het Regeeringsbeleid.
- 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.
- Brandbury, S. (2013). Institutional racism, whiteness and the under-representation of minorities in leadership positions in football in Europe. *Soccer & Society*, 3, 296-314.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 2, 77-101.
- Broersma, M. (2015). Objectiviteit als professionele strategie. Nut en functie van een omstreden begrip. In J. Bardoel & H. Wijfjes (Red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 163-182). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- 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.
- Bruycker, de G. (2012). *Zwarte parels. Een inhoudsanalyse naar het gebruik van raciale stereotypen in Belgische sportkranten*. Proefschrift Universiteit Gent.
- Claringbould, I., Knoppers, A., & Elling, A. (2004). Exclusionary practices in sport journalism. *Sex Roles*, 11, 709-718.
- Devroe, I. (2007). *Gekleurd nieuws? De voorstelling van etnische minderheden in het nieuws in Vlaanderen. Context, methodologische aspecten en onderzoeksresultaten*. Gent: Universiteit Gent, Vakgroep Communicatiewetenschappen.
- 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.

- Entman, R.M. (1993). Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 4, 51-58.
- Essed, P. & Trienekens, S. (2008). 'Who wants to feel white?' Race, Dutch culture and contested identities. *Ethnic and Racial Studies*, 1, 52-72. DOI 10.1080/01419870701538885.
- Ferrucci, P., Tandoc, E.C., Painter, C.E. & Leshner, G. (2013). A black and white game: racial stereotypes in baseball. *The Howard Journal of Communications*, 24, 309-225. DOI 10.1080/10646175.2013.805971.
- Figenschou, T.U., Beyer, A., & Thorbjørnsrud, K. (2015). The moral police. *Nordicom Review*, 1, 65-78.
- 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.
- Helsloot, J. (2012). Zwarte Piet and cultural aphasia in the Netherlands. *Quotidian: Journal for the Study of Everyday Life*, 1, 1-20.
- Hermanowicz, J.C. (2002). The great interview: 25 strategies for studying people in bed. *Qualitative Sociology*, 25, 479-499.
- Hylton, K. (2008). Whiteness and sport. In Hylton, K. (Red.), *'Race' and sport. Critical race theory* (pp. 64-80).
- Hylton, K. & Law, I. (2008). 'Race', sport and the media. In Hylton, K. (Red.), *'Race' and sport. Critical race theory* (pp. 81-105).
- Janssen, S. & Verboord, M. (2015). *Methodological guidelines thesis research*. Rotterdam: Department of Media and Communication, Erasmus School of History, Culture and Communication.
- 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.
- Legard, R., Keegan, J., & Ward, K. (2003). In-depth interviews. In J. Ritchie & J. Lewis (Red.) *Qualitative research practice: A guide for social science students and researchers* (pp. 138-169). London: Sage.
- Long, J. & Hylton, K. (2002). Shades of white: an examination of whiteness in sport. *Leisure Studies*, 21, 87-103.
- McCarthy, D., Jones, R. L., & Potrac, P. (2003). Constructing images and interpreting

- realities: the case of the black soccer player on television. *International Review for the Sociology of Sport*, 2, 217-238.
- 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.
- Ong, J.C. (2014). "Witnessing" or "mediating" distant suffering? Ethical questions across moments of text, production, and reception. *Television & New Media*, 3, 179-196.
- Said, E. (1978). *Orientalism*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Shadid, W.A.R. (2009). Moslems in de media. De mythe van de registrerende journalistiek. In S. Vellenga, Et al. (Red.), *Mist in de polder. Zicht op ontwikkelingen omtrent de Islam in Nederland* (pp. 173-193). Amsterdam: Aksant.
- 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.
- Spencer, N.E. (2004). Sister Act VI: Venus and Serena Williams at Indian Wells: "Sincere fictions" and white racism. *Journal of Sport & Social Issues*, 2, 115-135.
- Staszak, J.F. (2008). Other/Otherness. *International encyclopedia of human geography*. Geraadpleegd op unige.ch/sciences-societe/geo/files/3214/4464/7634/OtherOtherness.pdf.
- Sterkenburg, J. van (2010). De medaille heeft twee kanten: de rol van voetbal in de Nederlandse multi-etnische samenleving. In F. Kemper (Red.) *Samenspel. Studies over etniciteit, integratie en sport* (pp. 1-11). Bennekom: NISB.
- Sterkenburg, J. van & Knoppers, A. (2004). Dominant discourses about race/ethnicity and gender in sport practice and performance. *International Review for the Sociology of Sport*, 3, 301-321.
- Sterkenburg, J. van, Knoppers, A. & Leeuw, S. de (2012). Constructing racial/ethnic difference in and through Dutch televised soccer commentary. *Journal of Sport and Social Issues*, 4, 422-442. DOI 10.1177/0193723512448664.
- Stoler, A.L. (2011) Colonial aphasia: race and disabled histories in France. *Public Culture*, 1, 121-156. DOI 10.1215/08992363-2010-018.
- Strauss, A. & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research. Techniques and procedures for developing grounded theory*. London: Sage.
- Tyler Eastman, S. & Billings, A.C.. (2001). Biased voices of sports: Racial and gender stereotyping in college basketball announcing. *Howard Journal of Communication*, 4, 183-201.

- Voetbal Inside, (21 oktober 2016). 'Ziyech is de Pogba van Ajax' - VOETBAL INSIDE
[Videobestand]. Geraadpleegd op <https://www.youtube.com/watch?v=SkHnHQsQR60>.
- Wekker, G. (2016). Introduction. In Wekker, G. (Red.) *White innocence. Paradoxes of colonialism and race* (pp. 1-29). Durham and London: Duke University Press.
- Willemars, M. (2014). *Journalisten, publiek debat en democratie. Nieuwe rollen voor journalisten in maatschappelijke en politieke discussies*. Proefschrift Radboud Universiteit Nijmegen.

APPENDIX

Beschrijving sample respondenten

In de periode van 24 maart tot en met 9 mei is er gesproken met in totaal tien respondenten werkzaam in de Nederlandse sportmedia. Deze sportmediaprofessionals zijn in vaste dienst of actief als freelancer bij de volgende mediabedrijven: Algemeen Dagblad, de Gelderlander, het voormalig persbureau GPD, Leidsch Dagblad, NOS Sport, NRC, Staantribune, Trouw, VICE Sports, Voetbal International. De respondenten hebben werkervaring in kranten, tijdschriften, radio, webredacties en in de sportliteratuur. Allen hebben zij een HBO- of een universitaire opleiding gevolgd. Voorafgaand aan de interviews hebben de respondenten een anoniem consent formulier ondertekend, waarin zij akkoord zijn gegaan met deelname aan dit onderzoek. Op verzoek kan inzage geboden worden in de ondertekende formulieren.

Topiclijst interviews

Allereerst hartelijk dank voor uw medewerking aan dit onderzoek naar het productieproces van Nederlandse sportmedia. Dit interview wordt met uw goedkeuren opgenomen (verwijzen consent form). Deze opname wordt verwerkt tot een geanonimiseerde transcriptie om zo als data te dienen voor mijn afstudeeronderzoek.

Topics	Voorbeeldvragen
Persoonlijke carrière	• Vragen naar persoonlijke gegevens • Hoe bent u op uw huidige werkfunctie terechtgekomen? • Wat heeft u doen besluiten om de sportwereld in te gaan?
Werkbeschrijving en routines	• Wat produceert het mediabedrijf waar u voor werkt precies? • Kunt u beschrijven wat uw huidige functie daarin precies inhoudt? → Beschrijft u eens een doorsnee werkdag. • Wat is volgens u een goede sportjournalist? → Wat verstaat u onder objectiviteit? • Hoe ziet uw voorbereiding eruit op het doen van interviews / het schrijven van artikelen / het leveren van commentaar? • Het medialandschap wordt steeds sneller. Hoe ervaart u tijdsdruk tijdens (de voorbereiding van) uw werk? → welk effect heeft dat op de kwaliteit en het reflecteren van het

	werk?
<i>Publiek en samenleving</i>	• Hoe zou u het publiek waarvoor u werkt omschrijven? → meer specifiek: in termen van gender (man / vrouw) en etniciteit (voornamelijk wit of divers?) • Wat verstaat u onder de rol van sport in de samenleving? → Doorvragen / opbrengen onderwerp 'verbinding'. → Welke rol spelen de sportmedia hierbij?
<i>Samenstelling redactie</i>	• Wat maakt volgens u een goede redactie? • Hoe is de verdeling qua etnische achtergrond op de redactie waarbinnen u werkzaam bent? → Wat vindt u van deze samenstelling? Waarom is het goed / niet goed? → (Wanneer eenzijdig): hoe verklaart u dit? → Bent u hier zich wel eens bewust van geweest? Heeft die eenzijdige etnische achtergrond een mogelijke impact op de eigen verslaggeving? → Is dit een probleem volgens u / is dit een thema tijdens bijvoorbeeld redactievergaderingen? → Hoe? Heeft dit gevolgen voor de verslaggeving of niet, en hoe dan? → Wat betekent het voor het aannemen van nieuwe mensen, in termen van diversiteit?
<i>Etnische stereotypen in de sportmedia</i> (Hier veelal doorvragen afgaande op wat de respondent zegt)	Voetbal en ook andere sporten zijn qua etniciteit heel divers. Engelse en Amerikaanse onderzoeken wijzen uit dat sportverslaggevers geneigd zijn etnische stereotypen te beschrijven bij het schrijven of praten over spelers. Dit komt voornamelijk tot uiting bij het beeld van sporters met een donkere huidskleur die vooral gezien worden als fysiek sterk, waardoor andere aspecten van hun spel onderbelicht blijven. • Wat is uw mening over de conclusies van deze onderzoeken? • Houdt u rekening met die etnische diversiteit binnen de sport tijdens uw werk? • Zoals ik zei: deze onderzoeken hebben voornamelijk een Engelse en

	Amerikaanse context. Denkt u dat het gebruik van stereotypen ook speelt in de Nederlandse sportmedia? • Wat zouden volgens u de hier mogelijke gevolgen van zijn?
<i>Reflectie op eigen ethniciteit / objectiviteit</i>	• Speelt uw eigen achtergrond een rol binnen uw eigen verslaggeving denkt u?
<i>Afsluitend</i>	• Ruimte voor toevoegingen. • Voor vragen of opmerkingen naderhand bestaat er altijd een mogelijkheid tot bellen en mailen.