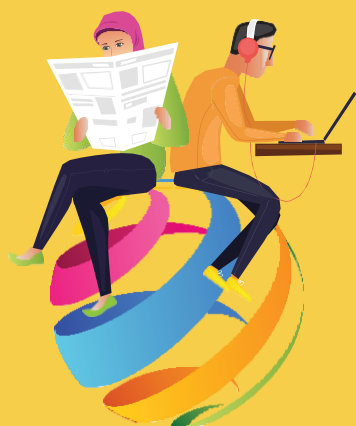


WHO MAKES THE NEWS?



GMMP

Global Media
Monitoring
Project

2020

SURINAME

NATIONAAL RAPPORT



GMMP

Global Media
Monitoring
Project

2020



GMMP 2020 is licensed under creative commons using an Attribution-NonCommercial-NoDerivs.

GMMP 2020 is co-ordinated by the World Association for Christian Communication (WACC), an international NGO which promotes communication for social change.



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

Noncommercial. You may not use this work for commercial purposes.

No derivative Works. You may not alter, transform, or build upon this work.

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



In Partnership with



Inhoudsopgave

INLEIDING	1
Globale context	2
Nationale Context	4
SAMENVATTING	5
EEN DAG IN HET NIEUWS VAN SURINAME	6
THE CONTEXT	7
HOOFDPUNTEN IN THE NIEUWS	8
NIEUWSONDERWERPEN EN BRONNEN	9
JOURNALISTEN EN VERSLAGGEVERS	11
FOCUS OP COVID-19 NIEUWS	13
CASE STUDIES	14
SAMENVATTING EN CONCLUSIES	15
AANBEVELINGEN EN ACTIE PLAN 2021-2025	16
Annex 1. Methodologie	17
Annex 2. Lijst van Monitoren	20

THE WORLD AT A GLANCE
GENDER GAP IN SUBJECTS, SOURCES AND REPORTERS IN THE NEWS.

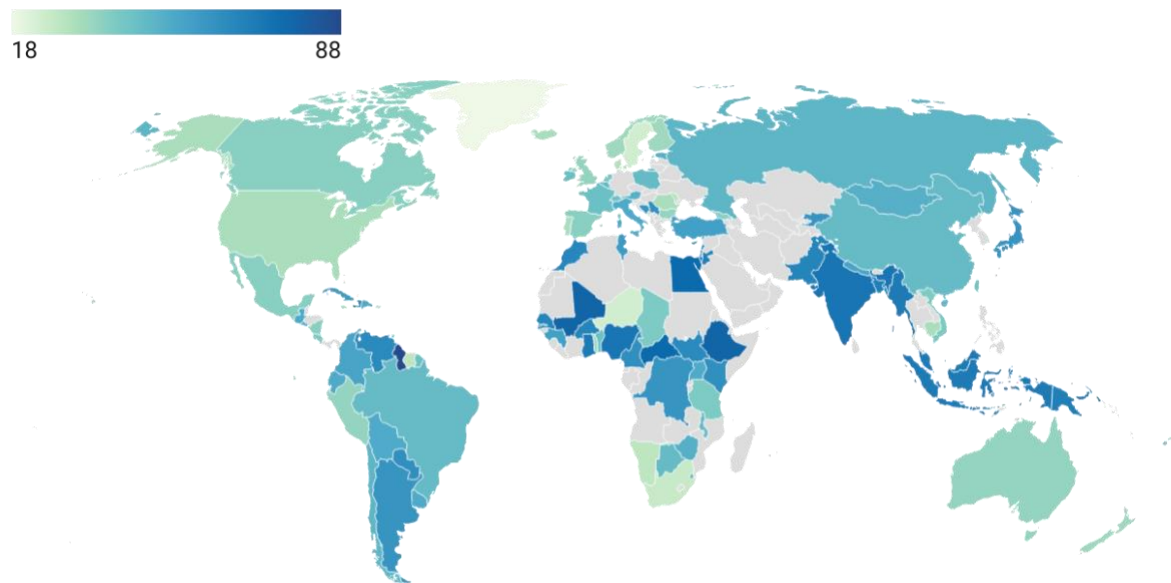


Figure 1. Gender Gap: News Subjects & Sources. Newspaper, radio and television news.

Data source: Global Media Monitoring Project, 2020

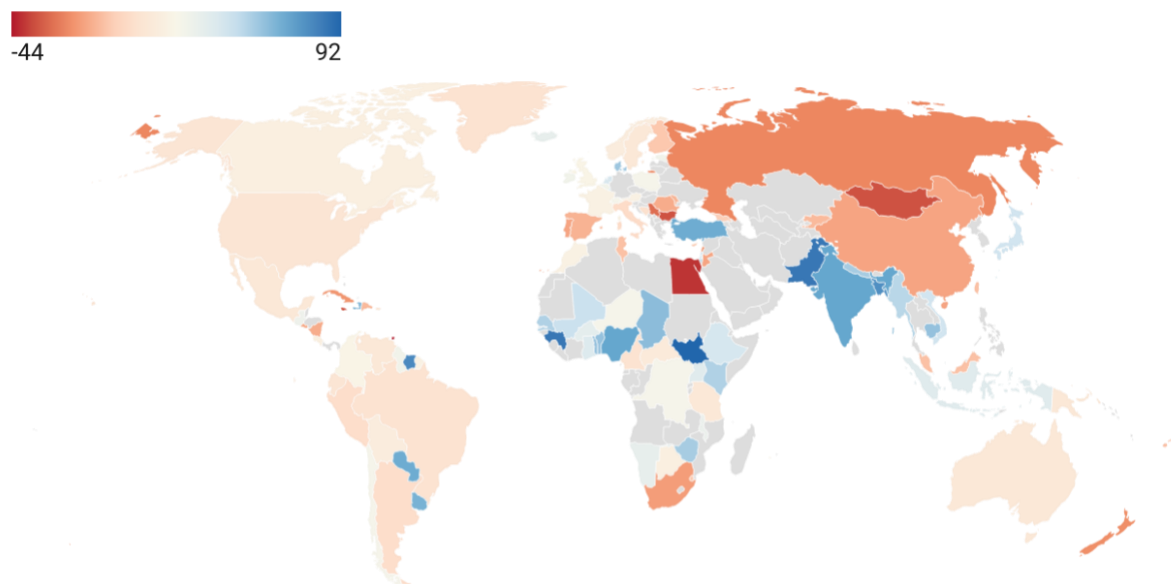


Figure 2. Gender gap: Reporters in the stories. Newspaper, radio and television news.

Data source: Global Media Monitoring Project, 2020

INLEIDING

Globale context

- Het Global Media Monitoring Project (GMMP) is 's werelds langstlopende en meest uitgebreide onderzoek naar gender in de nieuwsmedia. Het onderzoek is ontworpen om een momentopname van gender vast te leggen op één 'gewone' nieuwsdag in de wereldnieuwsmedia. Een gewone nieuwsdag wordt gedefinieerd als een dag waarop de nieuwsagenda de alledaagse mix van verhalen, alledaagse artikelen over politiek, economie, sociale kwesties, misdaad en andere kwesties bevat.
- Het begon in 1995 toen vrijwilligers in 71 landen over de hele wereld de aanwezigheid van vrouwen in hun nationale radio-, televisie- en krantennieuws controleerden. De mediamonitoring wordt sindsdien om de vijf jaar herhaald, waarbij de balans wordt opgemaakt van veranderingen in de genderdimensies van nieuwsmedia-inhoud en statistische gegevens over nieuwe indicatoren worden verzameld.
- Uit het onderzoek van 1995 bleek dat slechts 17% van de nieuwsonderwerpen – de mensen die worden geïnterviewd of over wie het nieuws gaat – vrouwen waren. Het stelde vast dat 'genderpariteit' een ver vooruitzicht was in elke regio van de wereld. Nieuws [werd] vaker gepresenteerd door vrouwen, maar [ze waren] nog steeds zelden over vrouwen.¹
- De eerste opmerkelijke verandering in de algemene aanwezigheid van vrouwen in het nieuws werd geregistreerd in 2005 in de derde opeenvolgende keer van het onderzoek.² Tijdens die monitoring werd 21% van de nieuwsonderwerpen aan vrouwen besteed, een stijging van drie procentpunten over de periode 2000 tot 2005. Hun bijna onzichtbaarheid ging echter door, met slechts 10% van de berichten die centraal op vrouwen gericht waren, ondervertegenwoordiging in de belangrijkste nieuwsonderwerpen en als stemmen in het nieuws.
- Tegen de vijfde GMMP in 2015 was het duidelijk dat "gewone" nieuwsdagen niet van tevoren konden worden voorspeld of gepland: onverwachte gebeurtenissen vinden plaats die het nieuws domineren, van de aardbeving in Kobe in 1995 tot de vliegtuigcrash van Germanwings in de Alpen in 2015.
- Het onderzoek van 2015 dat in 114 landen is uitgevoerd, toonde aanhoudende ernstige genderverschillen in de inhoud van nieuwsmedia aan. Uit de bevindingen over de belangrijkste indicatoren bleek dat de vooruitgang op weg naar gendergelijkheid aan kracht had verloren; vrouwen bleven slechts 24% van de personen die in kranten-, televisie- en radionieuws werden gehoord, gelezen of gezien, precies hetzelfde niveau als in de vierde golf van het onderzoek in 2010. Drie edities van het onderzoek – in 2005, 2010 en 2015 – vonden geen verandering in de indicator die de deelname van vrouwen aan het nieuws als verslaggevers meet; slechts 37% van de verhalen in de traditionele media werd gerapporteerd door vrouwen.

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

² Gallagher, Margaret. *Who makes the news? Global Media Monitoring Project*, 2005. World Association for Christian Communication

- De relatieve onzichtbaarheid van vrouwen in traditionele nieuwsmedia was ook voor het eerst overgegaan naar de digitale nieuwsleveringsplatforms die deel uitmaken van de GMMP-monitoring. Slechts 26% van de mensen in verhalen op reguliere nieuwswebsites en medianieuws Tweets samen, waren vrouwen. De uitdagingen van nieuwsmediaseksisme, genderstereotypering en genderbias waren blijkbaar onhandelbaar in tijd-, ruimte- en content leveringsplatforms.
- Phumzile Mlambo-Ngcuka, ondersecretaris-generaal van de VN tevens uitvoerend directeur van de VN-vrouwen, benadrukte dat de manieren waarop vrouwen in de media worden afgebeeld "een diepgaand effect hebben op de maatschappelijke attitudes en de traditionele genderrollen versterken. Vrouwen en meisjes zijn de helft van de mensheid. Het geven van gelijke aandacht en gewicht aan hun verhalen, met hen als positieve modellen, geen slachtoffers, speelt een ondergewaardeerde rol in het creëren van een betere, vrijere wereld voor ons allemaal." ³
- De gebeurtenissen in het GMMP-jaar 2020 waren nog buitengewoner; vanaf eind 2019 en intensivering gedurende het jaar, werd de wereld geteisterd door het nieuwe coronavirus Covid-19. Deze zesde golf van het onderzoek bood de mogelijkheid om gender in de media te onderzoeken tijdens een wereldwijde catastrofe, een tijd die werd gekenmerkt door een wereldwijde gezondheidscrisis en de toegenomen ongelijkheden die gepaard gaan met de crisis.
- GMMP-teams in 116 landen volgden 30172 nieuwsberichten gepubliceerd in kranten, uitgezonden op radio en televisie, en verspreid op nieuwswebsites en via nieuwsmedia tweets in 2251 nieuwskanalen. Het aantal deelnemende landen is sinds 1995 met 63% gestegen, aangezien bij het eerste onderzoek acht landen aan de studie deelnamen. Het aantal gemonitorde nieuwsberichten is de afgelopen 25 jaar verdubbeld en sinds de editie van 2015 met meer dan 8.000 gestegen.
- Bevindingen van de zesde GMMP laten een wisselvallig beeld zien van vooruitgang, stagnatie en regressie. Terwijl sommige glazen plafonds duidelijk naar boven worden getrokken zijn er anderen die zich inzetten voor bepaalde belangrijke indicatoren voor gendergelijkheid in de nieuwsmedia. De afgelopen vijf jaar zijn er kleine incidentele veranderingen in de richting van pariteit geweest, terwijl tegelijkertijd het algehele tempo van verandering glaciaal blijft.

³ In *Who makes the news? The Global Media Monitoring Project report*, 2015

Nationale Context

Suriname heeft sinds 2000 geparticipeerd aan het GMMP. De participatie is van belang omdat Suriname evenals andere landen in 1995 partij is geweest van de resolutie welke tijdens de Vierde Vrouwenconferentie in Beijing is getekend. In de resolutie zijn er 12 actiepunten opgenomen, waarvan “Vrouwen en Media” een van is. Volgens dit actiepunt moeten landen erop toezien dat vrouwen in leiderschap en goedopgeleide vrouwen in voldoende mate zichtbaar zijn in de media.

In Suriname is het steeds de nationale vertegenwoordiger van de Caribbean Association for Feminist Research and Action (CAFRA) later i.s.m. team World Association for Christian Communication (WACC) en Stichting Kulturu Krakti geweest, die heeft gezorgd voor de nationale monitoring. Op grond van de resultaten zijn er diverse presentaties gehouden voor vertegenwoordigers van de media, de voorzitter van de Nationale Assemblée, de Minister van Binnenlandse zaken en andere regeringsautoriteiten, vrouwenorganisaties, mediastudenten en anderen focusgroepen.

In 2017 is aan de hand van de resultaten een workshop gehouden voor de medewerkers van de Surinaamse Televisie Stichting (STVS) over een gendercode voor Suriname.

In figuur 1 is er een overzicht van de resultaten over de periode 2005 – 2015. Let wel dat in 2005 en 2010 werden slechts de traditionele media (Radio, Televisie en Krant) meegenomen. In 2015 is online nieuws ook meegenomen.



Figuur 1: Gemiddelde vertegenwoordiging van vrouwen in de media

SAMENVATTING

De resultaten van de 6^{de} Global Media Monitoring Project (GMMP) laten zien dat vrouwen voor 38% vertegenwoordigd zijn in de traditionele media (Radio, Televisie en Krant) en 9 % in de online media. Dit is voor de traditionele media een enorme stijging ten opzichte van de resultaten van 2015 terwijl de online media (Internet en Twitter) drastisch terug is gevallen met 29% (2015: 38% versus 2020: 9%). Representatie en stereotypering van mannen en vrouwen blijft kenmerkend in de media. Aan de ene kant gaat het om het numerieke voorkomen van vrouwen ten opzichte van mannen terwijl het aan de andere kant te maken heeft met cultuur waarbij taal, symbolen en beelden een belangrijke rol spelen.

Stereotypering is een vorm van representatie. Het gaat bij stereotypering om de beeldvorming die niet (volledig) overeenkomt met de werkelijkheid. (Hall et al, 2013). De karaktertrekken van de beeldvorming zijn verbonden aan een complexe sociale structuur die afhankelijk is van de politieke, sociale, culturele en economische factoren in een bepaalde tijd en op een bepaalde plaats.

De media gebruikt stereotypen, omdat de boodschap die ze willen overbrengen snel duidelijk moet zijn. Genderstereotypen zorgen ervoor dat bepaalde eigenschappen aan een geslacht toegekend worden, dat ze gezien worden als homogene groep.

Het vertekend beeld in de media geeft een onjuiste weergave van de verhouding mannen en vrouwen in de samenleving. De weerspiegeling kan dan ook effecten hebben op hoe wij beleid maken, uitvoeren en controleren.

Onderzoeken hebben uitgewezen dat mannen meer voorkomen in de publieke sfeer die bestaat uit werk, terwijl vrouwen vaker voorkomen in de privé sfeer van het gezin, de familie en vrienden (Van Zoonen, 1999, p. 94-100; Macdonald, 1995; Smelik, 1999; Milestone & Meyer, 2012). Hierdoor worden mannen vaker gelinkt aan harde beroepen zoals zakelijke of gerechtelijke functies of sportfuncties terwijl vrouwen aan zachte beroepen zoals onderwijs of gezondheidssector, als activist of medewerker van een ngo of als bekend persoon wordt gelinkt. (Vuyst et al., 2016). In de 6^e editie van GMMP is gebleken dat vrouwen het meest vertegenwoordigd zijn in sociale en wetgevende onderwerpen (40%) hetgeen valt onder soft news terwijl mannen goed vertegenwoordigd zijn bij hard news onderwerpen zoals politiek en economie (78%).

In veel opzichten blijkt dat de bewustwording van gender balans in de journalistiek ontbreekt. Hoewel er vele trainingen aan media werkers zijn gegeven in de afgelopen periode blijkt dit in veel gevallen niet de nodige effecten te hebben. Veel onderzoekers maken gebruik van het GMMP materiaal, maar de impact van gendergelijkheid in de media is nog niet zichtbaar. Ook is de rol die de diverse overheidsinstanties kunnen vervullen als het gaat om gendergelijkheid in de media onduidelijk. In Suriname is het mediabeleid een aangelegenheid van het Ministerie van Onderwijs, Wetenschap en Cultuur terwijl het Ministerie van Transport Communicatie en Toerisme belast is met het vergunningenbeleid. Daarnaast is het Ministerie van Binnenlandse zaken belast met het genderbeleid waar bij het Nationaal Bureau Genderbeleid een leidende rol heeft in het verder ontwikkelen, implementeren en uitdragen van het nationaal genderbeleid, draagt bij aan een evenwichtige ontwikkeling van mannen en vrouwen en het creëren van gelijke kansen voor iedereen. De hoofdtaak van het Nationaal Bureau Genderbeleid is de implementatie van het Integraal Gender Actie Plan zodanig te coördineren in samenwerking met de uitvoerende partners. Voor een goede aanpak van gendergelijkheid in de media is een integrale aanpak alsook een goede samenwerking met de journalistenvereniging alsook vrouwenorganisaties nodig.

EEN DAG IN HET NIEUWS VAN SURINAME

29 SEPTEMBER 2020. Deze dag is door het Global media monitoringteam geselecteerd om het nieuwsberichten in de media te volgen. De meeste nieuwsberichten van deze dag waren gericht op de begrotingsbehandeling (36.8%) alsook de maatregelen, in het kader van de bestrijding van de Covid-19 pandemie (13.4%) met name opening van het nieuwe schooljaar. (Zie figuur 2). In figuur is er een overzicht van de onderwerpen die in het nieuws van deze dag is opgenomen. Daaruit blijkt met uitzondering van de televisiestations de overige media huizen de meeste aandacht hebben besteed aan de **economie** m.n. de begrotingsbehandeling en de effecten van de covid-19 maatregelen op de binnenlandse economie. De televisiestations in dit onderzoek hebben op deze dag veel meer aandacht besteed aan interviews met diverse politici over hun opinie van het beleid van de regering.

Enkele indrukken van de vrijwillige monitoren in actie



DE CONTEXT

Achtergrond informatie:

De mediahuizen in Suriname zijn voor meer dan 80% in handen van particulieren. Een deel van de media huizen van de overheid hebben een stichtingsvorm waardoor de invloed van de overheid op het beleid van het medium theoretisch moeilijk is. De overheid heeft veelal invloed op het aantrekken van personeel.

Een nieuwste ontwikkeling is de communicatie diensten van de overheid die opnames van en voor de overheid maken die naar verschillende mediahuizen wordt gekanaliseerd.

Het ministerie van Transport Communicatie en Toerisme (TCT) is belast met het verstrekken van een mediavergunning voortvloeiende uit de nationale wettelijke bepalingen zoals de Grondwet, de Telegraaf- en Telefoonwet en het Wetboek van Strafrecht. Ook de door Suriname geratificeerde internationale verdragen en conventies zoals het "Internationaal Verdrag Inzake Burgerrechten en Politieke rechten", zijn van belang voor het verstrekken van vergunningen.

Voor dit onderzoek is er op basis van online gegevens over de media in Suriname een lijst gemaakt. (zie bijlage) Deze bestaat uit:

Televisie stations:

Radio stations:

Online nieuws:

Twitter:

Kranten:

Media opgenomen in dit onderzoek:

Kranten (2) :

1. De Ware Tijd (DWT)
2. Times of Suriname

Radio (4):

1. Koyeba- 104.9 FM (Marron taal)
2. RAPAR (ACME) – 91.3 FM (Sarnami taal)
3. Garuda – 105.7 FM – (Javaanse taal)
4. Radio 10 – 88.1 FM – (Nederlands)

Televisie (6)

1. Apintie Televisie – kanaal 10.1
2. TBN/Trishul- kanaal 22.1
3. RTV- kanaal 7.1
4. ATV- kanaal 12.1
5. STVS- kanaal 8.1
6. ABC- kanaal 4.1

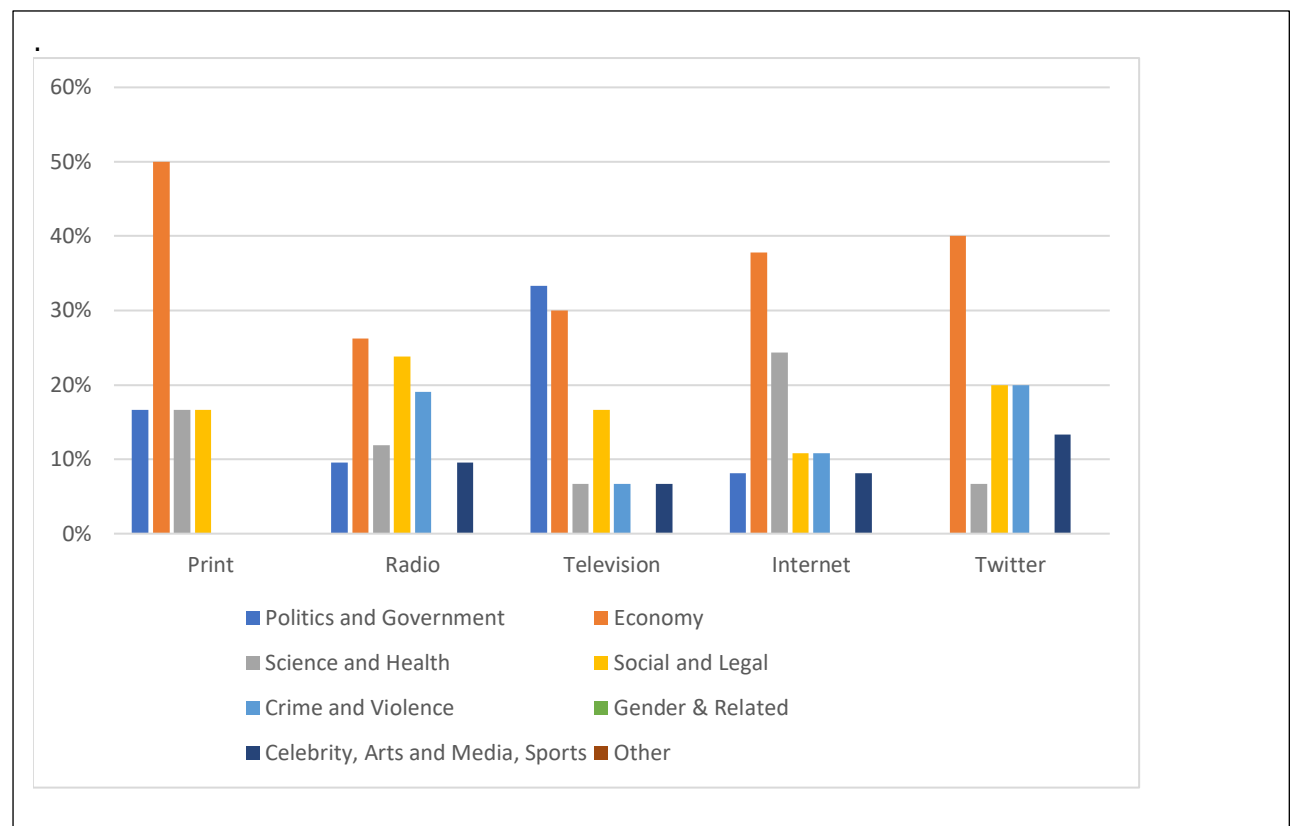
Twitter (2)

1. Waterkant.net
2. Suriname Herald

Internet (3)

1. www.starnieuws.com
2. www.waterkant.net
3. www.gfcnieuws.com

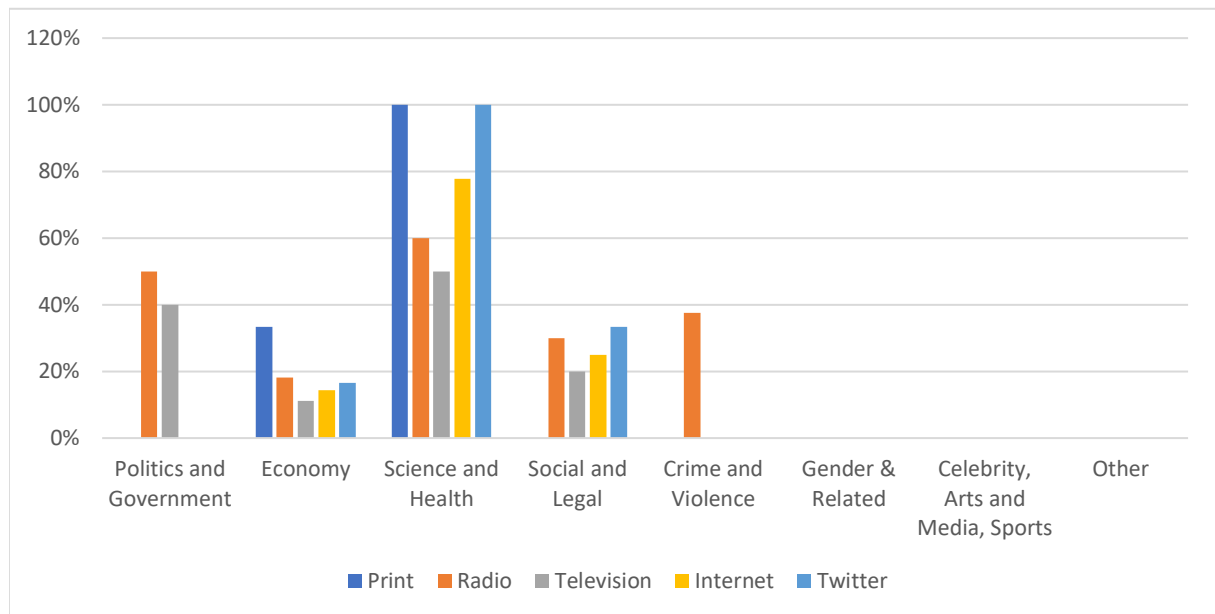
HOOFPUNTEN IN HET NIEUWS



Figuur 2: Hoofdonderwerpen in het nieuws

Het feit dat er voor 36.8% van het nieuws dat werd gepresenteerd op deze dag gericht was op de economie heeft te maken met de begrotingsbehandeling. Ingevolge artikel 156 van de Grondwet van Suriname dient de begroting van het komend jaar uiterlijk op de eerste werkdag in oktober aan de Nationale Assemblée worden aangeboden.

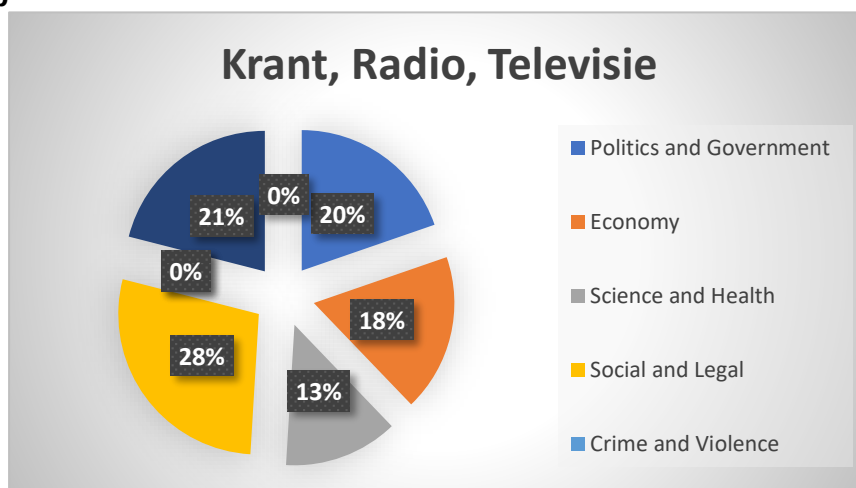
Figuur 3: Covid-19 gerelateerde onderwerpen per medium



Figuur 3 geeft een beeld van de covid-19 gerelateerde onderwerpen. Op de radio werd 50% van de politieke en overheidsnieuwsberichten gewijd aan covid-19, terwijl dat bij de televisie 40% was. In de krant, internet en Twitter waren geen politieke/ overheidsnieuwsberichten, die handelde over covid-19. Bij voornoemde media was bij wetenschap en gezondheid bij de krant en twitter 100% en bij internet 78% Covid-19 gerelateerd.

Zoals eerder aangegeven is GMMP gericht op de zichtbaarheid van vrouwen in de media. In de figuur 4 en 5 wordt een algemeen beeld gegeven van de vertegenwoordiging van vrouwen. De figuren zijn gegroepeerd in traditionele media (krant, televisie en radio) en online media (internet en Twitter).

Figuur 5 : Gemiddelde vertegenwoordiging van vrouwen in de traditionele media per onderwerp



Uit figuur 4 blijkt dat vrouwen voor 28% zichtbaar zijn in berichten die handelen over sociale en wettelijke aangelegenheden. In deze zijn vrouwen in het onderwijs aan het woord geweest. Belangrijk is aan te merken dat onder andere de Bond van Leraren door een vrouw wordt geleid. Vervolgens is 21 % van de nieuwsberichten waarbij politieke of overheidsvertegenwoordigers aan het woord zijn vrouw. Verder zijn vrouwen voor 20% zichtbaar bij onderwerpen die handelen over criminaliteit en geweld, bij economie voor 18% en bij wetenschap en gezondheid voor 13%.

Figuur 6 : Gemiddelde vertegenwoordiging van vrouwen in de online media per onderwerp

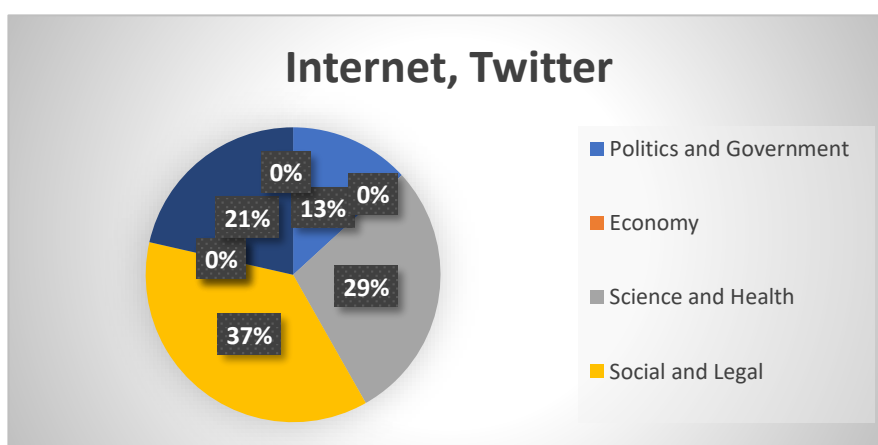


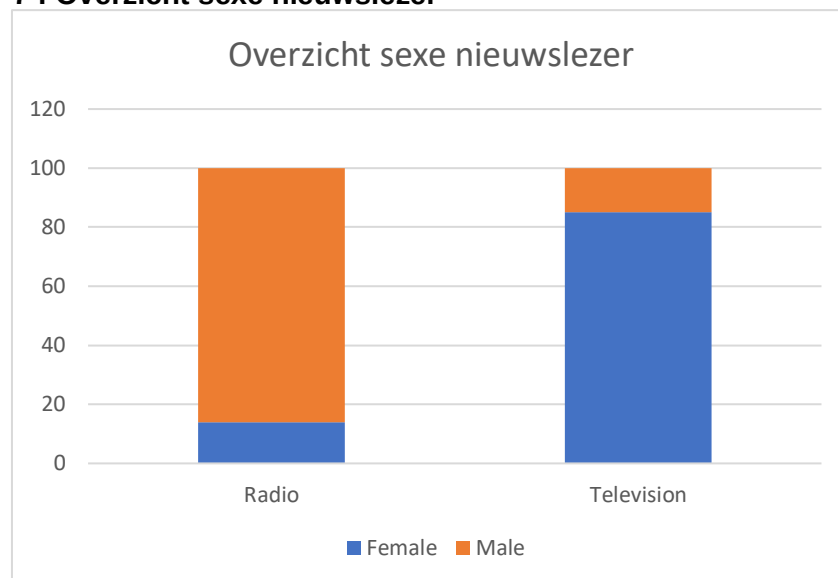
Fig.

Het beeld van de vertegenwoordiging van vrouwen in de online media is toch wel anders. Vrouwen zijn slechts op 4 gebieden vertegenwoordigd, Sociaal en wetgeving 37%, Wetenschap en gezondheid 29%, Politiek en overheid 21% en criminaliteit en geweld 13%, in tegenstelling tot de traditionele media waar vrouwen in 5 gebieden vertegenwoordigd zijn.

JOURNALISTEN EN VERSLAGGEVERS

De verdeling van mannen en vrouwen in de journalistiek is nog steeds ongelijk. Volgens GMMP 2020 is de verhouding van verslaggevers bij de internet en Twitter het grootst (100% mannen) gevolgd door de radio (12% vrouwen, versus, 88% mannen) en de krant (25% vrouwen, versus, 75% mannen). Een zeer opvallend verschil is bij de televisie waar de vertegenwoordiging van 63% vrouwen versus 37% mannen is.

Figuur 7 : Overzicht sexe nieuwslezer



Figuur

In figuur 7 is duidelijk te zien dat vrouwen eerder worden ingezet als nieuwslezer op de televisie (86%) ten opzichte van mannen (14%). Op de radio zijn vrouwen (14%) in de minderheid ten opzichte van mannen (86%).

Voorts blijkt dat de grootste groep vrouwen op de televisie in de leeftijdscategorie 35 – 49 is, terwijl vrouwen boven de 50 jaar niet meer zichtbaar zijn.

Ook op het gebied van onderwerpen is er een verschil. Velen maken het onderscheid tussen hard news met onderwerpen als politiek, economie en technologie waar voornamelijk mannen in voorkomen, tegenover soft news met onderwerpen als gezondheid, sociale topics en onderwijs, waar vooral vrouwelijke actoren in voorkomen.

Tabel 1 : Overzicht sexe per onderwerp

Suriname				
	Female		Male	
	%	N	%	N
Politiek en Overheid	0%	0	17%	3
Economie	0%	0	61%	11
Wetenschap en Gezondheid	50%	1	6%	1
Social and Legal	50%	1	11%	2
Crime and Violence	0%	0	0%	0
Gender & Related	0%	0	0%	0
Celebrity, Arts and Media, Sports	0%	0	6%	1
Other	0%	0	0%	0
	100%		100%	

Uit tabel 1 blijkt duidelijk dat mannelijke journalisten meer economische nieuwsberichten (61%) aan de orde stellen. De vrouwelijke journalisten besteden meer aandacht aan wetenschap en gezondheid (50%) en Sociaal en wetgeving (50%). Ook hieruit blijkt dat mannen verantwoordelijk zijn voor de hard news en vrouwen voor de soft news.

Tabel 2 : Breakdown onderwerpen waarin wordt gerefereerd naar gendergelijkheid/ mensenrechten/ beleid

Onderwerp	Ja		N
	%	%	
Politiek en overheid	27%	73%	15
Economie	35%	65%	23
Wetenschap en gezondheid	50%	50%	8
Sociaal en wetgeving	44%	56%	16
Criminaliteit en geweld	40%	60%	10
Gender & gender gerelateerd	0%	0%	0
Beroemdheden, Kunst en Media, Sport	33%	67%	6
Anders	0%	0%	0
Overall	37%		

In 37% van de van de nieuwsberichten wordt er gerefereerd naar de categorie gendergelijkheid/ mensenrechten/ beleid. Hiervan is 50% gericht op wetenschap en gezondheid (50%), sociale en wetgeving (44%) en economie (35%). Hier blijkt dat in geen van de berichten is verwezen naar de categorie gender en gender gerelateerd.

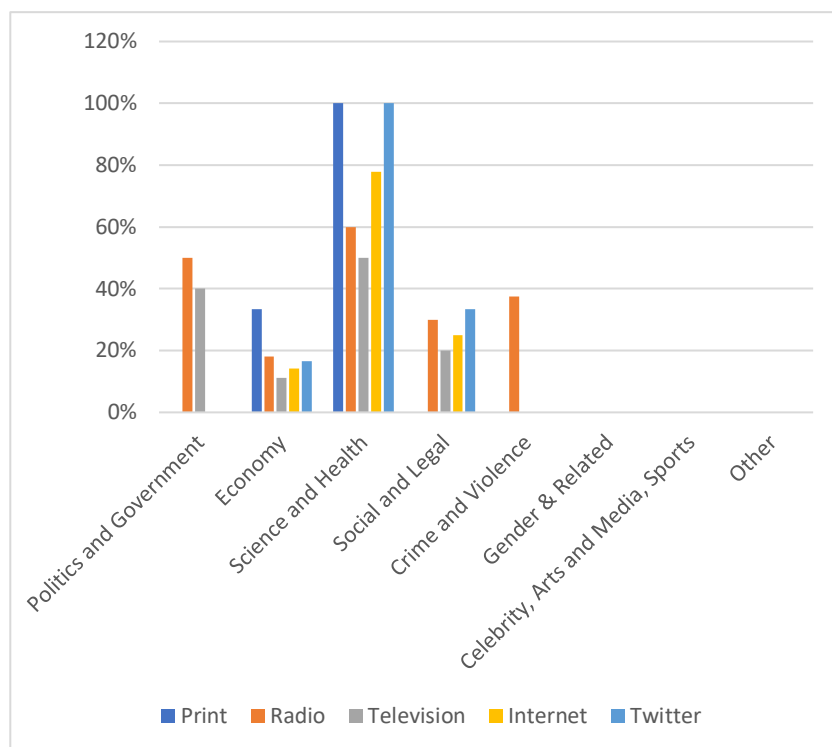
Tabel 3 : Overzicht onderwerp per sexe verslaglegger

	Vrouw			Man		
	Ja	Nee		Ja	Nee	
	%	%	N	%	%	N
Politiek en overheid	13%	88%	8	43%	57%	7
Economie	22%	78%	9	30%	70%	20
Wetenschap en gezondheid	0%	100%	2	67%	33%	6
Sociaal en wetenschap	40%	60%	5	45%	55%	11
Criminaliteit en Geweld	50%	50%	2	38%	63%	8
Gender & gender gerelateerd	0%	0%	0	0%	0%	0
Beroemdheden, Kunst en Media, Sport	0%	100%	4	100%	0%	2
Anders	0%	0%	0	0%	0%	0
Overall	20%			43%		

Tabel 3 laat zien dat vrouwelijke journalisten in 50% over criminaliteit en geweld refereren naar gendergelijkheid/ mensenrechten/ beleid terwijl de mannelijke journalisten dat voor 38% doen. De mannelijke journalisten refereren daarentegen voor 67% van hun berichten over wetenschap en gezondheid naar gendergelijkheid/ mensenrechten/ beleid.

FOCUS OP COVID-19 NIEUWS

Grafiek 8 : Covid-19 gerelateerde berichten per onderwerp per medium



Van de covid gerelateerde berichten had 78% te maken met wetenschappelijke of gezondheidsonderwerpen. In de krant (100%) en op twitter (100%) is dat breed uitgemeten.

Tabel 4 : Overzicht sexe verslaggever covid nieuws

	Vrouw		Man	
	%	N	%	N
Politiek en overheid	67%	4	33%	2
Economie	25%	1	75%	3
Wetenschap en Gezondheid	29%	2	71%	5
Sociaal en Wetgeving	25%	1	75%	3
Criminaliteit en Geweld	33%	1	67%	2
Gender & gender gerelateerde	0%	0	0%	0
Beroemdheden, kunst en Media, Sport	0%	0	0%	0
Anders	0%	0	0%	0
Overall Vrouw		38%		

Covid-19 heeft zoals eerder aangegeven een belangrijk deel van het nieuws in beslag genomen. Uit tabel 4 blijkt dat covid-19 nieuws over politiek en overheid voor 67% is gebracht door een vrouw versus 33% man. Terwijl covid-19 nieuws over criminaliteit en geweld voor 67% is gebracht door een man versus 33% vrouw.

Hoewel de interesse van vrouwen voor politiek en overheid in deze tabel hoog is, blijft is de interesse voor hard news slechts 38%.

Verder is gebleken dat in 31% van de 35 covid nieuwsberichten gender ongelijkheid geïdentificeerd. Hierbij gaat het is gender ongelijkheid waargenomen bij televisie en krant.

CASE STUDIES

Uit het nieuws zijn 3 berichten die als voorbeeld kunnen dienen van stereotypering. Over het algemeen is de genderstereotypering 1% :

Case 1: Openlijke Stereotypering

In de Ware Tijd is er 1 voorbeeld van openlijke stereotypering waargenomen. Het gaat hier om een artikel met als kop: **“Beste stuurlui?”**.

Dit bericht is voorzien van een foto met mannelijke bootsmannen op de foto die bezig zijn de veersteiger te Meerzorg te renoveren. De foto geeft de betrokkenheid en samenwerking van mannen als bootlieden. Het idee kan ontstaan dat alleen mannen bootlieden kunnen zijn. Ook geeft de titel de gezamenlijke inzet van mannen aan als het gaat zelfinitiatief.

Case 2: Subtiële Stereotypering

In de Ware Tijd is er een 2^e voorbeeld van stereotypering geconstateerd. Het betreft het kopstuk: **“Herstart staatsvervoer 1 oktober niet mogelijk”**

De foto die gebruikt is in dit artikel laat enkele bussen zien waarvan haast 90% man is. Degene die op de foto naar de bus lopen zijn allen vrouwen. Dit weergeeft op een subtiële de personen die daadwerkelijk de dupe zijn van het feit dat de bussen niet rijden. Ze zijn afhankelijk van het openbaar vervoer om zich te verplaatsen.

Case 3: Gemiste kansen of gender blind

In het artikel van Suriname herald (online) is een artikel geïdentificeerd dat als voorbeeld kan worden genomen van “gemiste kansen of gender blind. Het betreft het artikel met het kopstuk: **“Minister Levens: “Ouderbijdrage welkom, maar niet verplicht”**

In dit artikel geeft de Minister van Onderwijs, Wetenschap en Cultuur een analyse welke in overweging is genomen om een besluit te nemen over ouder bijdrage voor schoolgaanden of niet. In de overweging is er veel meer rekening gehouden met gezinnen bestaande uit man-vrouw terwijl bekend is dat er veel eenoudergezinnen in ons land voorkomen. Het benoemen van eenouder gezinnen is zeer belangrijk bij sociaal beleid.

SAMVATTING EN CONCLUSIES

- De resultaten van 2020 laten een enorme terugval zien van de vertegenwoordiging van vrouwen in het online nieuws. Waren vrouwen bij de GMMP 2015 nog voor 56% zichtbaar als het gaat om economische vraagstukken, in 2020 bedroeg het 18%. Vrouwen zijn veelal vertegenwoordigd in onderwerpen. Vrouwen zijn voor 87% vertegenwoordigd in online berichten betreffende Gender en gender gerelateerde nieuwsberichten. In de traditionele media is dat 65%. Vrouwen zijn ook goed vertegenwoordigd in sociale onderwerpen en wetgeving. Voor de traditionele media is dat 42% en online media 38%.
- Vrouwelijke overheidsfunctionarissen (47%) en –politici (27%) behoren tot de grootste categorie die worden geïnterviewd. Vrouwelijke academici worden zoals blijkt in dit onderzoek haast niet benaderd, maar dat geldt voor zowel mannen als vrouwen.
- Op de televisie zijn vrouwen het best vertegenwoordigd (44%) in de leeftijdsklasse 35-49 jaar op een geheel van 18 personen. Wat ook opvalt is dat 75% van de 4 personen in de leeftijd van 65-79 jaar op de televisie vrouw was.
- De zichtbaarheid van vrouwen in de traditionele media is dankzij de representatie op de televisie (38%) met 15% toegenomen ten opzichte van de resultaten van 2015. Aan de andere kant is het online nieuws drastisch teruggefallen (-29%).
- Vrouwen worden nog steeds te weinig gezien en gehoord. Zowel in traditionele media als online komen vrouwelijke actoren meer voor in soft dan in hard news terwijl mannelijke actoren evenveel aan bod komen in zowel hard als soft news. Mannen domineren nog steeds als het gaat om politiek en economie terwijl vrouwen nog steeds het meest voorkomen in het nieuws als het sociale problemen betreft.

AANBEVELINGEN EN ACTIE PLAN 2021-2025

Dat er een verandering moet komen in het zichtbaar maken van vrouwen in de media is hard nodig. Dit vereist een gezamenlijke aanpak van media en medianetwerken, NGO's/ vrouwenorganisaties, de overheid en haar instituten.

Educatie/ Training

- Het ontwikkelen van lesbrieven over representatie en stereotypering in de media voor jongeren (0 – 18 jaar)
- Het ontwikkelen van lesbrieven over representatie voor volwassenen (Ouder dan 18 jaar)
- Modules ontwikkelen voor beeldvorming en taalgebruik voor journalisten (studenten) en mediahuizen.
- Korte cursussen over gender en media online en on site beschikbaar stellen
- Trainingspakketten ontwikkelen voor nationale en regionale coördinatoren in het analyseren van GMMP resultaten.

Beleid

- Overheidsinstanties en mediahuizen moeten worden begeleid om te komen tot een transparant mediabeleid waarin de acties van Convention of All Form of Discrimination (CEDAW) en Beijing Platform for Action (BEA) sectie J zijn opgenomen.

Onderzoek

- De onderzoekresultaten van de GMMP moeten niet alleen digitaal beschikbaar zijn voor belangstellenden, maar ook in boekvorm (Diverse talen) beschikbaar zijn.
- Overheden/ NGO's kunnen op regelmatige basis onderzoek doen/ laten uitvoeren naar de zichtbaarheid van vrouwen in de media

Annex 1. Methodologie⁴

Een belangrijk kenmerk van longitudinaal onderzoek is de beoordeling van veranderingen in de tijd van de waargenomen variabelen. In het geval van het Global Media Monitoring Project (GMMP) dat de gendergelijkheidsdimensies van nieuwsmedia-inhoud bestudeert, blijven de methoden voor het verzamelen en analyseren van gegevens in de loop van de tijd consistent om veranderingen nauwkeurig vast te leggen. Net als voorgaande jaren zijn de bestudeerde methodologie en indicatoren relatief stabiel gebleven om de historische vergelijkingen mogelijk te maken.

Proces

De wereldwijde monitoringsdag die aanvankelijk gepland stond voor het eerste kwartaal van 2020 werd uitgesteld naar later in het jaar vanwege de veranderingen veroorzaakt door de eerste coronavirushoofdgolfe (Covid-19) wereldwijd. Toen de monitoringsdag van april naderde, werd al snel duidelijk dat doorgaan zoals gepland zou resulteren in een nieuwsvoorbeeld dat bijna volledig gericht zou zijn op coronavirusverhalen. Er ontstond een nieuwe behoefte om de praktische aspecten van monitoring tijdens de lockdowns en avondklok aan te pakken die werd opgelegd om de verspreiding van het virus in te dammen, omdat de reguliere sit-down gemeenschappelijke coderingssessies nu voor de meeste teams uit den boze waren. De risico's voor de gezondheid en het levensonderhoud, de noodzaak om manieren te vinden om het dagelijks leven het hoofd te kunnen geven, zouden het GMMP op de ladder van prioriteiten voor de vrijwilligers zetten, waardoor het uitvalpercentage mogelijk zou toenemen. Deze nieuwe uitdagingen vroegen om een pauze in de plannen om naar oplossingen te zoeken en de instrumenten en middelen in te voeren die nodig zijn voordat de monitoring kon worden voortgezet.

De technische adviesgroep van GMMP en het databaseontwikkelingsteam Code for Africa hebben gewerkt om de problemen systematisch aan te pakken. Een nieuwe monitoringdatum werd vastgesteld voor september, de coderingstools werden aangepast om Covid-19-verhalen vast te leggen zonder concessies te doen aan de mogelijkheid om resultaten in de tijd te vergelijken op basis van verhaalonderwerpen, uitgebreide audiovisuele trainingsbronnen over hoe te coderen in een pandemie werden ingevoerd, elektronische coderingsinstrumenten werden ontwikkeld en de teams werden opnieuw getraind in tal van webinars.

Net als bij eerdere edities van het GMMP werd de eerste data-capture offline uitgevoerd door vrijwilligersteams in de 116 deelnemende landen. Voor het GMMP 2020 werd een spreadsheetversie van de coderingsbladen verstrekt, zodat de waarnemingen elektronisch kunnen worden vastgelegd.

In de periode voorafgaand aan de monitoringdag werden regionale en nationale trainingen georganiseerd om een uniform begrip van de teams op te bouwen over de methodologie en aanpak van codering. De teams kregen training over mediaselectie, nieuwsuitzending en artikelselectie, het aantal te coderen media en hoe de contextuele informatie van elk land te selecteren.

Voor de GMMP 2020 konden teams kiezen uit twee mogelijke opties voor de monitoring:

- **Volledige monitoring**, waarvan de resultaten een volledig beeld geven van de status van gendergelijkheidsdimensies in nieuwsmedia.

⁴ See the global report for the extended discussion on the GMMP 2020 methodology

- **Korte monitoring**, een kortere versie die zich richt op de belangrijkste GMMP-indicatoren, voor teams die willen deelnemen, maar mogelijk worden beperkt om de volledige monitoring uit te voeren.

Om de nauwkeurigheid in het coderingsproces te garanderen, werden radio- en televisiebulletins opgenomen en kopieën van digitale en gedrukte mediastukken verzameld. In de verschillende mediatypen, zowel voor volledige als korte monitoring, legden monitoren informatie vast over het verhaal, de hoofdthema's en de mensen in het verhaal, als journalisten, als verhaalonderwerpen en bronnen. Bovendien stelden drie facultatieve speciale vragen, die uniek zijn voor elk land, individuele landen in staat om kwesties van nationaal belang te analyseren. Voor normalisatiedoeleinden en het meertalige karakter van deze studie werden alle antwoorden numeriek gecodeerd uit vaste lijsten.

Om de vergelijkbaarheid van gegevens uit een pandemie-zware nieuwsagenda met de historische resultaten mogelijk te maken, werd een aanvullende vraag opgenomen waarin werd gevraagd of het verhaal verband hield met Covid-19. Voor dergelijke verhalen werden monitoren gevraagd om het meest relevante secundaire onderwerp te coderen. Hoewel wereldwijde nieuwsverhalen door de wereldwijde monitoringdag waren gediversifieerd tot het niveau van vóór de pandemie, toonde de regionale analyse het belang van deze vraag aan, met name voor Noord-Amerika en het Midden-Oosten, dat respectievelijk 37% en 36% van de Covid-19-gerelateerde verhalen registreerde.

Mediabanden

Het mediabandensysteem werd in 2005 ingevoerd om een gelijkmatigere verspreiding van gegevens te garanderen en dient ook als referentiepunt van elk land over het minimumaantal te monitoren media. Dit systeem werd gehandhaafd voor het GMMP 2020 en werd ontwikkeld met de input van de landencoördinatoren.

Gewicht

Hoewel het GMMP probeert te begrijpen hoe gender wordt vertegenwoordigd in media over de hele wereld, betekenen verschillen in mediatoegang en -impact tussen de deelnemende landen dat een eenvoudige aggregatie van de gegevens zou leiden tot bevooroordeelde resultaten. Als een land als Frankrijk bijvoorbeeld gegevens van 100 media zou indienen, zouden de vermeldingen uit een kleiner land als Fiji weinig of geen invloed hebben op de resultaten.

Als een land als Frankrijk bijvoorbeeld gegevens van 100 media zou indienen, zouden de vermeldingen uit een kleiner land als Fiji weinig of geen invloed hebben op de resultaten. Hoewel twee landen vergelijkbare aantallen kranten kunnen hebben, kan hun impact, in termen van het aantal mensen dat ze leest, aanzienlijk verschillen. Om deze uitdagingen aan te pakken, heeft GMMP 2020 het wegingssysteem dat voor het eerst is ontwikkeld voor de editie van 2005 bijgewerkt, opnieuw getest en toegepast.

Nauwkeurigheid

De GMMP omvatte enkele duizenden mensen in 116 landen uit verschillende gender- en media-stakeholdergroepen, met verschillende onderzoeksvaardigheden en werkend in een breed scala aan talen. Voor een studie van deze schaal was het van cruciaal belang dat in elke fase rekening werd gehouden met nauwkeurigheid, om de hoge niveaus die in voorgaande jaren werden bereikt, te handhaven.

Fouten bij het invoeren en verwerken van gegevens kunnen ernstige biasing-effecten hebben op de gegevensanalyse, wat resulteert in een verkeerde voorstelling van de waargenomen variabelen. Om dit risico tot een minimum te beperken, hebben we gebruik gemaakt van een verscheidenheid aan geautomatiseerde processen, evenals de uitgebreide mediamonitoring-ervaring van de landencoördinatoren.

Beperkingen

Zoals bij elk onderzoek is er veel moeite gedaan om de juistheid van de gegevens te waarborgen. Zoals waargenomen in eerdere GMMPs, kan een exacte meetfout niet worden bepaald vanwege de omvang van het onderzoek. Conventionele foutmeting zou inhouden dat verschillende onderzoekers

hetzelfde verhaal coderen en vervolgens een foutenniveau berekenen van de verschillen tussen de resultaten. Hoewel dit niet mogelijk was voor GMMP, hebben we best practice-mechanismen gevolgd om ervoor te zorgen dat er minimale fouten waren in het proces voor het vastleggen en genereren van gegevens.

Over Code for Africa

[Code for Africa](#) (CfA) is het grootste netwerk van inheemse Afrikaanse laboratoria voor burgertechnologie en onderzoeksdata journalistiek, met meer dan 70 medewerkers in 19 landen, die digitale democratieoplossingen bouwen die bedoeld zijn om burgers onbelemmerde toegang te geven tot bruikbare informatie die hen in staat stelt weloverwogen beslissingen te nemen en die de maatschappelijke betrokkenheid versterken voor een beter openbaar bestuur en verantwoordingsplicht.

Annex 2. Lijst van Monitoren

1. Mr. David Bijlhout (Manager)
2. Ms. Sandra Clenem (WACC/ CAFRA/ Stichting Kulturu Krakti)
3. Ms Sharon Linger (Social worker/ Manager)
4. Ms Jo-Ann Misiekaba (Sociologist/ Researcher)
5. Ms Vidya Narain (Sociologist/ Researcher)
6. Ms Saskia Paiman (Cultural Researcher)
7. Ms Chalessa Paulus (Historian)
8. Ms Janiva Samuels (Legal expert)

WACC

Report produced by
Ms. Sandra Clenem (BA/Bsc/MA)



WACC
308 Main Street
Toronto
ON M4C 4X7
Canada

Tel: +1 416 691 1999
gmmp@waccglobal.org
www.whomakesthenews.org
[@whomakesthenews](https://twitter.com/whomakesthenews)

Foundation Kulturu Krakti
Harry Vosstraat #5
Paramaribo
Suriname
Tel: 597-401653
kulturukrakti@hotmail.com