

WHO
MAKES THE
NEWS?



GMMP
Global Media
Monitoring Project
WACC

SURINAME

Global Media Monitoring Project 2015 Nationaal Rapport



Met dank aan



GMMP 2015 is gelicentieerd onder Creative Commons, die gebruik maakt van Attribution-Non-Commercial-No Derivs.

GMMP 2015 is gecoördineerd door de World Association for Christian Communication (WACC), een internationale NGO die communicatie voor sociale verandering promoot, in samenwerking met het data analyse instituut, Media Monitoring Afrika (MMA) in Zuid Afrika.

De gegevens voor GMMP 2015 zijn tot stand gekomen door de collectieve vrijwillige inspanningen van honderden organisaties bestaande uit gender- en media activisten, grassroots communicatiegroepen, academici en studenten communicatie, mediaprofessionals, verenigingen van journalisten, alternatieve media netwerken en kerkelijke groeperingen.



Niet commercieel. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze publicatie mag voor commerciële doeleinden worden gebruikt. Voorts mag men niets uit deze uitgave wijzigen, transformeren of voortbouwen op dit werk.

Voor het gebruik of distributie, moet u de licentievoorwaarden van dit werk duidelijk kenbaar maken aan anderen.

Het juiste gebruik en andere rechten zijn op geen enkele wijze beïnvloed door het bovenstaande.



comunicación para *todas y todos*



With support from



Globale Context

- Honderden vrijwilligers hebben in 114 landen onder leiding van een managementteam voor de vijfde keer het Global Media Monitoring Project (GMMP) gemonitord.
- Het Global Media Monitoring Project (GMMP) is werelds langst lopende en meest uitgebreide onderzoek op grond van gender in de nieuwsmedia. Het begon in 1995 toen vrijwilligers in 71 landen over de hele wereld de aanwezigheid van vrouwen in nieuws items op hun nationale radio, de televisie in de krant controleerden. Uit dat onderzoek bleek dat slechts 17% van de nieuws onderwerpen over vrouwen ging. Hiermede was gendergelijkheid nog ver in het vooruitzicht in elke regio van de wereld. Hoewel nieuws vaker door vrouwen werd gepresenteerd, handelde deze zelden over vrouwen.¹
- In 2000 participeerden zeventig landen aan de Tweede GMMP. Deze werden ook door de *World Association for Christian Communication (WACC)* gecoördineerd. De resultaten van dit onderzoek waren vrijwel statisch; slechts 18% handelde over vrouwen issues. Statistisch is dat insignificant voor een periode van 5 jaren., a statistically insignificant change over the 5-year period.²
- Bij de vierde GMMP in 2010 waren 108 landen betrokken. Daar was enige progressie te bespeuren in de aanwezigheid van vrouwen in het nieuws.³ Vrouwen maakten voor 24% deel uit van het nieuws, hetgeen een stijging is van 6% voor een periode van vijf jaar. Toch blijven vrouwen onzichtbaar in het nieuws, omdat er slechts 13% van het nieuws specifiek over vrouwen ging. Zelden stonden vrouwen centraal in nieuws items, die betrekking hadden op politiek, bestuur en economie. Vrouwen waren in de minderheid ten opzichte van mannen als nieuwsmakers als het ging om zwaarwichtige onderwerpen. Andere resultaten waren:

44% van de mensen die de publieke opinie in het nieuws gaven waren vrouwen, hetgeen een stijging van 10% is vanaf 2005. Als nieuwsmakers waren vrouwen ondervertegenwoordigd in de beroepsgroepen. Bij de vierde GMMP is voorts gebleken dat geslacht van de journalist bepalend kan zijn voor het al of niet opnemen van vrouwen in het nieuws. Van de nieuws items waarin vrouwen als onderwerp waren opgenomen kwam het bericht voor 28% van vrouwelijke journalisten.

In deze editie is er een pilot monitoring gedaan van online nieuws. Hierbij zijn 76 nieuws websites in 16 landen en 8 internationale nieuwssites als onderdeel van de GMMP in 2010 onderzocht. De resultaten toonden aan dat slechts 23% van de nieuws onderwerpen over vrouwen ging, wat aangeeft dat de onzichtbaarheid van vrouwen in de traditionele media ook werd weerspiegeld in het online nieuws.

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

² Spears, George and Kasia Seydegart, Erin Research. With additional analysis by Margaret Gallagher. *Who makes the news? Global Media Monitoring Project.* 2000

³ Macharia, Sarah, Dermot O'Connor and Lilian Ndangam, World Association for Christian Communication. *Who makes the news? Global Media Monitoring Project.* 2010

- De eerste GMMP en, zoals blijken zal, de vijfde GMMP onthullen dat de wereld meestal melding maakt van mannen in het nieuws. Twintig jaar sinds de eerste GMMP, blijken de uitdagingen van de nieuwsmedia op basis van sekse, genderstereotypen en gender bias nog steeds een ingewikkelde zaak te zijn die gaat over tijd, ruimte en bijdrage van diverse platformen. Op hetzelfde moment zijn er een paar voorbeelden van successen op weg naar genderbalans in de media. Hoewel de statistieken in vijf jaar steeds met 3% stijgen is er toch geruststellend nieuws vanwege het feit dat vrouwen steeds minder zichtbaar zijn in het nieuws.

Nationale context

- Nieuws in de media is de meest invloedrijke bron van informatie, ideeën en opinies voor heel veel mensen. Het nieuws geeft de basis van de publieke en private sferen aan, waarbinnen mensen, naties en samenlevingen zich bewegen. Een natie of samenleving dat zichzelf niet kent, kan niet inspelen op de behoefte van de bevolking. Wie en wat er in het nieuws verschijnt en hoe personen en activiteiten worden gepresenteerd. Wie erbuiten wordt gelaten en wat niet wordt behandeld is even erg.
Over de gehele wereld is er sprake van genderongelijkheid en discriminatie in de media. Dit onderzoek is voor Suriname van belang vanwege het feit dat:
 - Suriname behoort tot een van de 100 landen die de “Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination Against Women (CEDAW)”, dat door de VN is geadopteerd, heeft geratificeerd.
 - Het feit dat de implementatie in vele landen nog niet heeft plaatsgevonden.
 - In het Beijing Platform for Action (BFA) , dat in 1995 tijdens de Vierde Wereldconferentie voor vrouwen onder Sectie J is aangegeven dat met betrekking tot Massa Media, de media een belangrijke rol moet spelen bij issues van genderongelijkheid, toegang van vrouwen tot de media, nagaan in hoeverre vrouwen deel uitmaken van de besluitvorming, en het zichtbaar maken van genderstereotypen.
- Suriname heeft eerder geparticipeerd in de GMMP van 2005 en 2010. Deze resultaten hebben laten zien, dat vrouwen ondervertegenwoordigd zijn in de media. Verder is gebleken dat 3 van de 4 personen, die in het nieuws verschijnen man is. Hoewel er door de jaren heen procentuele stijgingen zijn met betrekking tot de vertegenwoordiging van vrouwen was de verhouding bij de resultaten van 2010 in de regio en voor Suriname 25% vrouw en 75% man. Soms zijn er variaties, waarbij vrouwen beter vertegenwoordigd zijn. Er werd bijvoorbeeld voor de radio geconstateerd dat vrouwen beter vertegenwoordigd waren dan mannen als het gaat om de onderwerpen: binnenlandse politiek en economische issues.

Executive Summary

De resultaten voor Suriname als het gaat om de vertegenwoordiging van vrouwen in de traditionele media, zijn met 1% teruggenomen. Was de vertegenwoordiging van vrouwen in 2010 24%, dan is deze voor 2015 gesteld op 23%. In de vijfde editie is de digitale media meegenomen, waar de vertegenwoordiging van vrouwen gesteld is op 38%.

Bij geraadpleegde bronnen blijken vrouwen in de traditionele media in items die gaan over vrede en veiligheid het meest gehoord, terwijl dat bij de digitale media bij politieke items is geweest. De algehele vertegenwoordiging van vrouwen als het gaat om items bij de traditionele media over vrede en veiligheid is 44% terwijl de vertegenwoordiging bij politieke items 30% bedraagt.

De uitkomsten geven een vertekent beeld van wat zich daadwerkelijk afspeelt in de samenleving. Deze weerspiegeling, die wordt gegeven in de media kan ook effecten op het maatschappelijk gebeuren hebben, hoe wij beleid maken, uitvoeren en controleren.

Het is meer dan wenselijk dat de werkers in de media meer gaan nadenken over hun rol in de samenleving en de wijze waarop zij de samenleving projecteren. Ook in de nieuwsmedia hoort er een genderbalans te zijn tussen verslaggevers, presentatoren, bronnen en nieuwsonderwerpen.

EEN DAG VAN HET NIEUWS IN SURINAME

- 25 maart 2015. Het nieuws op deze dag was veelal geconcentreerd op de nationale verkiezingen, die voor 25 mei 2015 waren gepland, maar ook de binnenlandse economie was aan de orde van de dag. Over het algemeen is gebleken dat mannen toch zichtbaarder dan vrouwen blijken te zijn in het nieuws.

DE CONTEXT

- **Achtergrond informatie:** In Suriname kennen wij een scala aan particuliere media huizen. Van de bijkans 50 mediahuizen zijn slechts 3 (STVS, SRS, Radio Boskopu) in handen van de overheid en is 1 parastataal (ATV). Het opvallende voor Suriname is dat de enkele mediahuizen, vanuit de etnische groepen in Suriname zijn ontstaan en al zodanig worden beïnvloed in de programmering en de luisterdichtheid. De taal in de media is overwegend nederlands, terwijl er ook nieuws is in het hindi, javaans, chinees sranantongo en engels wordt uitgezonden.
- **Gemonitord Media:** Uit een steekproef op basis van bandbreedte en spreiding zijn de volgende media door de monitoren geselecteerd:

Televisie:

1. ATV
2. STVS
3. RTV (Rasonic Nickerie)

Radio:

1. Apintie
2. FM Gold
3. SCCN

Dagbladen:

1. DWT
2. Times of Suriname

Online nieuws:

Starnieuws Suriname

Twitter:

1. Suriname nieuws.sr
2. Apintie.sr

Deze media zijn op 25 maart 2015 van 00.15u -23.15 door totaal 5 personen gevolgd, vastgelegd en conform de richtlijnen van het Global Media Monitoring Team beoordeeld ..

Onderstaand is er een overzicht van de verzamelde informatie

Tabel A Artikelen/ items

Krant	Radio	Televisie	Internet	Twitter
N (aantal)	N (aantal)	N (aantal)	N (aantal)	N (aantal)
13	21	20	11	16

Tabel B Bronnen die in het nieuws zijn gebruikt

Krant	Radio	Televisie	Internet	Twitter
N (aantal)	N (aantal)	N (aantal)	N (aantal)	N (aantal)
18	29	36	17	17

Tabel C Verslaggevers/ Journalisten

Krant	Radio	Televisie	Internet	Twitter
N (aantal)	N (aantal)	N (aantal)	N (aantal)	N (aantal)
13	21	30	11	16

HOOFPUNTEN IN HET NIEUWS

- De hoofdpunten in het nieuws betroffen:
 - Politiek: voorbereidingen van de nationale verkiezingen in Suriname
 - Economie: lancering van de tweede Staatsolie obligatielening
 - Economie: straat protestacties van rijstboeren in Nickerie
- De verslaggeving van deze hoofdpunten zag er als volgt uit:

Tabel 1

	Krant, Radio, Televisie			Internet, Twitter		
	Vrouw	Man	N	Vrouw	Man	N
	%	%	N	%	%	N
Politiek en Overheid	6%	94%	16	30%	70%	10
Economie	16%	84%	25	56%	44%	9

Haast in alle media zijn de mannelijke verslaggevers oververtegenwoordigd als het gaat om politiek en economie. Slechts bij Internet en Twitter is de verhouding bij economie: 56% vrouw en 44% man. Dit is een positieve zaak voor de resultaten op de vertegenwoordiging

van vrouwen. Het is de eerste keer dat internet en twitter sites in Suriname zijn gemeten, dus er kan geen uitspraak worden gedaan over de vordering.

HET NIEUWS

Vertegenwoordiging van vrouwen in het nieuws met als onderwerp :

Tabel 2

	Krant, Radio, Televisie			Internet, Twitter		
	Vrouw	Man		Vrouw	Man	
	%	%	N	%	%	N
Politiek en Overheid	6%	94%	16	30%	70%	10
Economie	16%	84%	25	56%	44%	9
Wetenschap en Gezondheid	25%	75%	8	50%	50%	2
Sociaal en wetgeving	44%	56%	18	20%	80%	5
Criminaliteit en Geweld	27%	73%	15	0%	0%	0
Beroemdheden, Kunst en Media, Sport	0%	100%	1	0%	0%	0
Anders	0%	0%	0	0%	0%	0
Overall F	23%			38%		

Uit de resultaten blijkt dat vrouwen slechts voor 23% zichtbaar is in de traditionele media. Op de internet en Twitter sites scoren vrouwen bij economie meer dan de mannen, terwijl de verhouding bij wetenschap en gezondheid fifty/fifty is. Daarentegen is het verschil bij sociale en wettelijke onderwerpen niet zo groot bij radio, krant en televisie. De vertegenwoordiging van mannen is 9% meer dan de vrouwen.

Tabel 3

Zichtbaarheid van vrouwen in berichten op lokale, nationale, regionale en internationale niveau

	Female	
	%	N
Local	30%	30
National	18%	49
Sub-Regional	0%	0
Foreign/International	25%	4

Als we kijken naar de vertegenwoordiging op verschillende niveaus blijkt dat de vertegenwoordiging van vrouwen in lokale, nationale, regionale en internationale berichten gemiddeld niet meer dan 30% is. Aangemerkt moet worden dat de geselecteerde artikelen op die dag geen regionale berichten hadden.

Tabel 4

Beschikbare ruimte voor onderwerp in de krant

	Full page	Half page	One third page	Quarter page	Less than quarter page
	%	%	%	%	%
Politiek en Overheid	0%	0%	0%	0%	25%
Economie	0%	0%	0%	40%	0%
Wetenschap en gezondheid	0%	0%	0%	20%	0%
Sociaal en wetgeving	0%	0%	0%	20%	13%
Criminaliteit en Geweld	0%	0%	0%	20%	63%
Beroemdheden, Kunst en Media, Sport	0%	0%	0%	0%	0%
Other	0%	0%	0%	0%	0%

Als we kijken naar de ruimte die in de kranten wordt gereserveerd, dan blijkt dat voor criminaliteit en geweld 63% minder dan ¼ van de voorpagina besteed aan deze onderwerpen. Voor economische onderwerpen wordt voor 40% , ¼ pagina gereserveerd.

Tabel 5

Positie of beroep van geraadpleegde bron op basis van sexe

De resultaten zagen er als volgt uit:

	Vrouw	
	%	N
Koning, monarch, afgevaardigde van de monarch, etc.	0%	0
Overheid, politicus of minister, vertegenwoordiger.	8%	26
Overheidsfunktionaris, Directeur, etc.	45%	11
Politie, militair, para-militair, militia, brandweer	0%	3
Academische expert, Docent, Onderwijzer/es	67%	3
Arts, Tandarts, Medische specialist	0%	3
Gezondheids werker, sociaal werker, kinder/ jeugdwerker	0%	1
Wetenschapper/ Technische deskundige, ingenieur, etc.	0%	1
Media deskundige, journalist, filmmaker, etc.	50%	2
Jurist, auditeur militair, rechter, advocaat, etc.	0%	0
Business persoon, executor, manager, inklaarder.	19%	16
Kantoormedewerker of dienstverlener, Lager personeel	0%	0
Handelspersoon, artisan, arbeider, truck chauffeur, etc.	100%	1
Landbouw, mijnwerker, visser, boswachter	0%	3
Religieuze figuren, priester, monk, rabbi, mullah, nun	0%	0
Activist of werker in Civil Society organisatie, NGO, Vakbeweging	33%	6
Sexueel werker	0%	0
Beroemdheden, artiesten, acteurs, schrijvers, zangers, TV persoonlijkheden	0%	0
Sportpersoon, atleet, speler, coach, scheidrechter	0%	0
Student, leerling	50%	4
Huismoeder, ouder (man of vrouw) allen als er geen beroep is aangegeven	0%	0
Kind, jonge personen zonder werk	0%	0

	Vrouw	
	%	N
Dorpeling of bewoner zonder werk	0%	0
Gepensioneerde, oudere waar geen beroep is aangegeven	0%	0
Crimineel, verdachte zonder beroep	0%	1
Werkloze	0%	0
Anders	0%	1

De grootste groep die door de media zijn geraadpleegd zijn politici gevolgd door ondernemers en daarna overheidsfunctionarissen. Ook in deze categorieën blijkt de vertegenwoordiging van vrouwen laag te zijn. Zij beslaan 8% van de geraadpleegde politici of ministers, 45% van de overheidsfunctionarissen en 19% van de ondernemers.

Tabel 6
Functie in het onderwerp

	Vrouw	
	%	N
Weet niet	0%	0
Onderwerp	40%	10
Vertegenwoordiger	24%	33
Expert/ Leveren van commentaar	21%	34
Persoonlijke Ervaring	0%	6
Ooggetuige	0%	0
Mening	0%	0
Anders	0%	0

De grootste groep vrouwen kwam aan het woord omdat het onderwerp over hen handelde 40%. Als vertegenwoordiger van een organisatie 24% en als expert of commentator is dat 21% geweest.

Tabel 7
Overzicht van slachtoffer

	Vrouw		Man	
	%	N	%	N
Niet van toepassing	0%	0	0%	0
Slachtoffer van aanrijding, natuurramp, armoede	0%	0	0%	0
Slachtoffer van huiselijk geweld, verkrachting, moord, etc.	0%	0	0%	0
Slachtoffer van niet huiselijk sexueel geweld, verkrachting, aanranding, etc (sexueel geweld alleen)	33%	1	13%	1
Slachtoffers van andere niet-huiselijke criminaliteit, overvallen , etc.	33%	1	50%	4
Slachtoffers op basis van religie of traditie	0%	0	0%	0
Slachtoffer van oorlog, terrorisme, opstanden, geweld van de staat.	0%	0	0%	0
Slachtoffer van discriminatie gebaseerd op gender, ras, etniciteit, leeftijd, religie,geestelijke/ lichamelijke gesteldheid, etc	0%	0	0%	0
Andere slachtoffers	33%	1	38%	3
Weet niet, kan niet inschatten	0%	0	0%	0

33% van de slachtoffers onder vrouwen is slachtoffer van geweld. 33% zijn ze slachtoffer van diefstal of oplichting en wederom 33% wegens andere feiten zoals bedreigingen of beschuldigingen.

Tabel 8
Breakdown van nieuws op basis van familie status

	Vrouw	Man
	%	%
Ja	5%	3%
Nee	95%	97%

Uit het onderzoek is gebleken dat wij geen traditie hebben, om familierelaties uitgebreid te beschrijven in een bericht. Dit is in 8% van de berichten uit de media het geval geweest, waarvan 5% vrouw en 3% man.

WIE VERZORGT HET NIEUWS?

Bij dit onderdeel is gekeken naar de verslaggevers en presentatoren van het nieuws.

De resultaten zagen er als volgt uit:

Tabel 9
Breakdown of reporters & presenters by medium

Krant				Radio				Televisie			
Vrouw		Man		Vrouw		Man		Vrouw		Man	
%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N
11%	1	89%	8	32%	6	68%	13	43%	13	57%	17

De mannen blijken uit de resultaten ook hoog te scoren als het gaat om de verslaggevers en presentatoren. Slechts bij de televisie is het verschil niet zo groot. Daar zijn vrouwen voor 43% vertegenwoordigd, terwijl de mannen voor 57% zijn vertegenwoordigd. Bij de krant scoren vrouwen het laagst en wel 11%.

Tabel 10
Leeftijd van de televisie verslaggever.

	Vrouw	Man	N
	%	%	
Weet niet	33%	67%	3
Jonger dan 12	67%	33%	3
13-18	0%	0%	0
19-34	50%	50%	2
35-49	25%	75%	8
50-64	12%	88%	17
65 jaar en ouder	0%	100%	3

Uit de resultaten blijkt dat vrouwen in de leeftijdsklasse van 19 – 34 jaar evenveel in het nieuws zijn als de mannen. In tegenstelling tot de regionale cijfers, waarbij dit dan ook de grootste leeftijdsklasse is, is de grootste leeftijdsklasse in Suriname 50 – 64 jaar. De leeftijden zijn op basis van schattingen vastgesteld. Want de leeftijden worden niet als onderschrift vermeld. In de leeftijdsklasse 65 jaar en ouder zijn vrouwen helemaal niet zichtbaar op de televisie. Bij de kinderen beneden de 12 jaar blijkt dat meisje eerder in het nieuws zijn (67%).

GENDER IN HET NIEUWS

Tabel 11

Uit het onderzoek is gebleken, dat er weinig onderwerpen zijn die echt handelde over vrouwen.

Uit onderstaande tabel is gebleken dat op basis van sexe 25% van de verhalen over vrouwen door een vrouwelijke verslaggever is gebracht terwijl 4 % van de artikelen over mannen door vrouwen is gebracht.

	Vrouw	Man
	%	%
Ja	25%	4%
Nee	75%	96%

Tabel 12

Thema's waar vrouwen centraal staan:

	Ja	Nee	
	%	%	N
Politiek en Overheid	0%	100%	12
Economie	0%	100%	16
Wetenschap en Gezondheid	0%	100%	5
Sociaal en Wetgeving	20%	80%	10
Criminaliteit en Geweld	0%	100%	9
Beroemdheden, Kunst en Media, Sport	50%	50%	2
Anders	0%	0%	0

Overall staat de vrouw in 6% van de artikelen centraal.

Daarnaast is ook gebleken, dat gendergelijkheid of genderongelijkheid haast niet aan de orde komt.

GENDER TRENDS IN HET INTERNET AND TWITTER NIEUWS

Overzicht van de digitale wereld

Tabel 15

Politiek en Overheid	Economie	Wetenschap en Gezondheid	Sociaal en Wetgeving	Criminaliteit en Geweld	Celebrity, Arts and Media, Sports	Anders	
%	%	%	%	%	%	%	N
36%	27%	18%	18%	0%	0%	0%	11

De meeste thema's op het internet handelden over de politiek en wel de voorbereiding op de verkiezing, gevolgd door de Surinaamse economie. Deze items zijn niet gedeeld via twitter.

Tabel 16 Vertegenwoordiging van Vrouwelijke verslaggevers

Politiek en Overheid		Economie		Wetenschap en Gezondheid		Sociaal en Wetgeving		Criminaliteit en Geweld		Beroemdheden, Kunst en Media, Sport		Anders	
Vrouw		Vrouw		Vrouw		Vrouw		Vrouw		Vrouw		Vrouw	
%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N
0%	5	50%	2	50%	2	0%	2	0%	0	0%	0	0%	0

De overall vertegenwoordiging van vrouwelijke verslaggever op het internet is bij economie en wetenschap en gezondheid 50%, terwijl de vertegenwoordiging bij politiek 0% is.

Tabel 17 a

Politiek en Overheid					Economie					Wetenschap en Gezondheid				
Vrouw	Man	Anders (transgender, etc.)	Weet niet		Vrouw	Man	Anders (transgender, etc.)	Weet niet		Vrouw	Man	Anders (transgender, etc.)	Weet niet	
%	%	%	%	N	%	%	%	%	N	%	%	%	%	N
33%	67%	0%	0%	6	67%	33%	0%	0%	6	50%	50%	0%	0%	2

Tabel 17b

Sociaal en Wetgeving					Criminaliteit en Geweld				
Vrouw	Man	Anders (transgender, etc.)	Weet niet		Vrouw	Man	Anders (transgender, etc.)	Weet niet	
%	%	%	%	N	%	%	%	%	N
0%	100%	0%	0%	3	0%	0%	0%	0%	0

Tabel 17c

Beroemdheden, Kunst en Media, Sport					Anders				
Vrouw	Man	Anders (transgender, etc.)	Weet niet	N	Vrouw	Man	Anders (transgender, etc.)	Weet niet	N
%	%	%	%		%	%	%	%	
0%	0%	0%	0%	0	0%	0%	0%	0%	0

Tabel 18**Functie van het onderwerp**

Weet niet	Onderwerp	Woordvoerder	Expert of verslaggever	Personal Ervaring	Ooggetuige	Populaire Opinie	Anders	N
%	%	%	%	%	%	%	%	
0%	0%	65%	18%	18%	0%	0%	0%	17

Tabel 19**Internet - Nieuws onderwerpen die worden gerelateerd aan de familie status**

	Vrouw	Man	Anders (transgender, etc.)	Weet niet	Totaal
	%	%	%	%	
Ja	0%	0%	0%	0%	0
Nee	41%	59%	0%	0%	17

Suriname blijkt niet de traditie te hebben om berichten direct te relateren aan de familie status. Dat betekent niet dat het niet gebeurt, maar het blijkt geen gewoonte.

Tabel 20 Internet – nieuws onderwerpen die ook in de multimedia web voorkomen

	Vrouw	Man	Anders (transgender, etc.)	Weet niet	Totaal
	%	%	%	%	
Ja	20%	80%	0%	0%	5
Nee	50%	50%	0%	0%	10
Weet niet	50%	50%	0%	0%	2

Tabel 21 Internet – Selectie van de nieuws onderwerpen op basis van het geslacht van de verslaggever (kolommen) en de keuze van het geslacht in het onderwerp (rijen)

Geslacht verslaggever	Vrouw	Man	Anders (transgender, etc.)	Weet niet
	%	%	%	%
Vrouw	80%	20%	0%	29%

Man	20%	80%	0%	71%
Anders (transgender, etc.)	0%	0%	0%	0%
Weet niet	0%	0%	0%	0%

Uit de internet uitkomsten blijkt dat het vrouwen zijn die verslag doen over een item dat handelt over de vrouw.

Tabel 22

	Vrouw	Man	Anders (transgender, etc.)	Weet niet	Totaal
	%	%	%	%	
Weet niet	40%	60%	0%	0%	15
12 en jonger	50%	50%	0%	0%	2
13-18	0%	0%	0%	0%	0
19-34	0%	0%	0%	0%	0
35-49	0%	0%	0%	0%	0
50-64	0%	0%	0%	0%	0
65 jaar en ouder	0%	0%	0%	0%	0

Leeftijden worden slechts bij kinderen beneden 12 jaar vermeld. Daarboven worden er in de nieuwsberichten geen leeftijden gegeven.

Tabel 23

	Vrouw	Man	Anders (transgender, etc.)	Weet niet	
	%	%	%	%	
Ja	55%	45%	0%	0%	11
Nee	17%	83%	0%	0%	6

Vrouwen worden voor 10% (55%) meer geciteerd in de nieuwsberichten dan mannen (45%).

Tabel 24 Internet –Berichten waarbij Vrouwen centraal staan

24a

	Andere lokale politiek, overheid, etc.	Verdragen	Economisch beleid, strategies, modules, indicatoren, effecten beurzen, etc
	%	%	%
Ja	0%	0%	0%
Nee	18%	18%	9%

24b

	Lokale economie, landbouw, veeteelt, lander rechten	Andere economische berichten	Milieu, vervuiling, toerisme
	%	%	%
Ja	0%	0%	0%
Nee	9%	9%	9%

24c

	Onderwijs, kinderopas, verpleging, universiteit, literatuur	Vrouwen beweging, activisme, demonstraties, etc	Rellen, demonstraties, publieke ongehoorzaamheid, etc.	Anders
	%	%	%	%
Ja	0%	0%	0%	0%
Nee	9%	9%	9%	11%

Twitter - Originale tweet or retweet

De berichten waren allen een originele tweet.

Tabel 25a

	Vrouwelijke politici, vrouwelijke kandidaten...	Andere lokale politici, overheid, etc.
	%	%
Vrouw	33%	0%
Man	0%	50%
Anders (transgender, etc.)	0%	0%
Weet niet	0%	13%

Tabel 25b

	Economisch beleid, strategies, modules, indicatoren, effectenbeurzen, etc	Werkgelegenheid	Lokale economie, landbouw, veeteelt, grondenrechten
	%	%	%
Vrouw	0%	33%	0%
Man	17%	0%	17%
Anders (transgender, etc)	0%	0%	0%
Weet niet	25%	0%	0%

Tabel 25c

	Wettelijke systemen, jurisdictie, wetgeving naast de familiebanden	Rellen, demonstraties, publieke ongehoorzaamheid, etc.	Ander crimineel gedrag/ geweld
	%	%	%
Vrouw	0%	33%	0%
Man	17%	0%	0%
Anders (transgender, etc)	0%	0%	0%
Weet niet	13%	0%	13%

In de twitter berichten hebben slechts in items over vrouwelijke politici, werkgelegenheid, rellen/ demonstraties/ publieke ongehoorzaamheid vrouwen centraal gestaan. In de berichten, die handelden over andere lokale politici, overheid, economisch beleid/ wetgeving en jurisdictie, criminaliteit en geweld hebben vrouwen ondanks het feit dat ze niet centraal stonden, een rol gespeeld.

GENDER EN JOURNALISTIEK IN DE PRAKTIJK

Van de berichten die op deze dag zijn verschenen kunnen 2 als voorbeeld dienen voor hoe genderstereotypering werkt in de praktijk:

Het eerste artikel komt uit TIMES of Suriname:

Kop van dit stuk: **“DC weerlegt mishandeling op Commissariaat”**

Het stuk handelt over een mevrouw, die haar beklag doet op het Commissariaat over een medewerker, die haar zou hebben mishandelt. Er wordt in dit bericht weinig gesproken over de mishandeling, maar meer over het probleem van de vrouw zelf al zou zij een trauma hebben van het overlijden van haar ouders. Hoewel de schrijver contact heeft gemaakt met de politie om te vragen of de mevrouw in kwestie aangifte heeft gedaan, wordt de focus meer gelegd op het weerleggen van de mishandeling.

De issue over mishandeling wordt niet verder besproken.

Ook als gekeken wordt naar de aanpak van de DC, dan heeft de DC slechts gewerkt met de informatie welke hij heeft gekregen van de medewerker in kwestie en diens collega's. Hier is dan een voorbeeld van “Missed opportunity/ Gender blind”. Er zijn geen gelijke kansen geven aan de vrouw om zich te verdedigen in de krant.

Het tweede bericht een een twitter item van Suriname nieuws [twitter@srnieuws.com](https://twitter.com/srnieuws.com): **“VHP-ondernemers tegen kandidatuur Harriet Ramdien: Er is weer ontevredenheid over een kandidaat”**.

In dit bericht wordt een uitdaging beschreven voor de vrouw in de politiek. Terwijl met name personen uit de economische sector kritiek hebben dat een vrouw in het rijstdistrict wordt gekandideerd om op de politieke lijst te staan, wordt deze vrouw uiteindelijk toch als kandidaat gesteld. Hoewel dit niet helemaal naar voren komt, laat dit bericht zien dat vrouwen ook al komen zij niet uit de landbouwsector, de mogelijkheid moeten hebben om een landbouwdistrict te vertegenwoordigen. ..

Dit item kan gebruikt worden als “challenges genderstereotypes”.

SAMMENVATTING EN CONCLUSIE

- De resultaten laten zien, dat vrouwen in het online nieuws voor 56% zichtbaar zijn als het gaat om economische vraagstukken, terwijl zij in de traditionele media (krant, radio, televisie) voor 16% zichtbaar zijn.
- In de kranten blijkt dat er over het algemeen voor 40%, ¼ pagina wordt gewijd aan economische vraagstukken, terwijl er voor 20%, ¼ pagina wordt gewijd of aan wetenschap en gezondheid of aan sociale- en wetgevende vraagstukken of aan criminaliteit en geweld. Het onderzoek heeft zich geconcentreerd op de hoofd/voorpagina's van de dagbladen.
- De vrouwen, die als bron worden geraadpleegd zijn:

Overheidsfunctionarissen/ Directeuren	45% (11)
Academische experts, docent, onderwijzeres	67% (3)
Media deskundige, journalist	50% (2)
Business persoon	19% (16)
Handels persoon, artisan, arbeider, truckchauffeur, etc	100% (1)
Activist of werker in Civil Society organisatie	33% (6)
Student, leerling	50% (4)
- Vrouwen zijn beter vertegenwoordigd. Daar is de vertegenwoordiging 43%. In de leeftijdsklasse 19 – 34 jaar is er een balans tussen mannen en vrouwen. Naarmate de leeftijd hoger is verdwijnt het beeld en hebben mannen een overwicht.
- Vrouwen staan centraal in sociale- en wetgevende onderwerpen en beroemdheden, kunst en media en sport.
- De zichtbaarheid van vrouwen in de traditionele media is 23% terwijl dat 38% is in de online media. De zichtbaarheid van vrouwen is niet veel veranderd ten opzichte van 2010.
- Vrouwen worden nog te weinig gezien en gehoord
- Er blijkt geen genderbalans te zijn in berichtgevingen. Er kan geconcludeerd worden, dat journalisten/ verslaggevers zich niet bewust bezighouden met genderbalans in de media.

ACTIONS IN THE POST-2015 ERA: A five-year plan

Het zichtbaar maken van vrouwen in de media is een samenwerkende actie tussen de media en medianetwerken, NGO's/ vrouwenorganisaties en de overheid en haar instituten.

Personen in de media en journalisten zijn weinig op de hoogte van de verdragen, die zijn getekend om genderongelijkheid in de media op alle niveau's weg te werken. Er kunnen acties worden ondernomen om gerichte modules te ontwikkelen over gender in de media op de verschillende opleidingen en instituten zoals: de studierichting journalistiek van AHKCO en Public Administration van de ADEKUS.

Er zullen verder ook modules en programma's moeten worden gemaakt om stereotypering in de media te elimineren, omdat er door de stereotypering in de media een vertekend beeld wordt gegeven van wat zich daadwerkelijk in de samenleving afspeelt.

Het opzetten van een transparant mediabeleid, waarbij alle actoren/ stakeholders worden geraadpleegd. In het mediabeleid zal ook rekening moeten worden gehouden met de "Convention of All Form of Discrimination (CEDAW) en het Beijing Platform for Action (BEA) sectie J.

Annex 1. Methodologie

Aan elk participierend land is een specifiek aantal kranten, radio en televisie nieuwsuitzendingen, online nieuwssites en twitter-feeds toegewezen om te controleren op basis van de nationale media spreiding. Dit werd gedaan om ervoor te zorgen dat globale resultaten de verdeling van de nieuwsmedia van de wereld vertegenwoordigen, met inachtneming van het noodzakelijke evenwicht tussen enerzijds de resultaten uit kleinere landen en die van de grotere landen. Het aantal en de selectie van media die zijn gecontroleerd, weerspiegelt de dichtheid en diversiteit-publiek, eigendom, taal-media in elk land.

Inspanningen zijn gepleegd om te zorgen dat alles uniform gebeurde en dat de toepassing van de methodologie over de hele wereld hetzelfde was. Er zijn duidelijke instructies gegeven over hoe de codering moet geschieden. Sommige regionale en nationale coördinatoren hebben gebruik gemaakt van face-to-face virtuele opleidingen, terwijl er ook gebruik gemaakt kon worden van online tutors. In één regio (Caribische) zijn de nationale coördinatoren opgeleid door een trainingsteam van Jamaica.

In elk land hebben de monitoren de belangrijkste televisie en radio nieuwsuitzendingen van de dag in hun geheel gecodeerd.

Voor de kranten, zijn 12 tot 14 berichten gekozen, die op de belangrijkste nieuws pagina verschijnen. Zowel nationale, internationale en, in sommige gevallen, regionaal nieuws werden gecodeerd.

De landen konden op basis van hun kennis van het belang van deze kanalen voor nieuws levering aan lokaal publiek kiezen of zij de online en twitter nieuws zouden coderen.

Het kwantitatieve onderzoek was gericht op het verzamelen van statistische gegevens van nieuws onderwerpen, vrouwen en mannen in het nieuws, de soorten nieuwsverhalen waarin ze verschenen, en hun functie in het nieuws.

Media Monitoring Afrika (MMA) in Zuid-Afrika was verantwoordelijk voor het beheer en de monitoring van de verkregen gegevens en het verwerken daarvan. Een diepgaande en meer genuanceerde analyse van geselecteerde nieuwsverhalen onderzocht de middelen, de thema's en de patronen van gender in het nieuws. Deze kwalitatieve analyse heeft in aanmerking genomen de rol van de optiek van het verhaal, de taal en visuele zichtbaarheid in bouwen en ondersteunen van uitdagende genderstereotypen. Een volledige bespreking van de methodologie, met inbegrip van overwegingen op betrouwbaarheid, nauwkeurigheid en beperkingen, is opgenomen in het wereldrapport *Who Makes the News? The Global Media Monitoring Project 2015*.



WACC
308 Main Street
Toronto
ON M4C 4X7
Canada

Tel: +1 416 691 1999
Fax: +1 416 691 1997
gmmp@waccglobal.org
www.waccglobal.org
www.whomakesthenews.org

Nationale Coördinator GMMP Suriname:
Sandra Clenem

Contactadres: Van Rooseveltkade 3
Paramaribo – Suriname

Tel: (597) 520582

E-mail: clenem_sa@yahoo.com