

# VAKER



# INDE

# MEDIA

**Onderzoek naar  
de representatie van vrouwen  
in nieuwsberichten en talkshows**

Met een bijdrage van



## Inhoudsopgave

Inhoudsopgave .....	3
<b>Inleiding</b> .....	5
<b>Nieuwsitems</b> .....	7
1. Journalisten .....	7
2. Mannen en vrouwen totaal in nieuwsitems.....	9
3. Mensen direct gequoteerd in nieuwsitems.....	10
4. In de expertrol in nieuwsitems .....	11
5. Politici in nieuwsitems.....	12
6. Business in nieuwsbericht .....	13
7. Foto's .....	13
8. Migratie .....	13
9. Maatschappelijke organisaties .....	13
10. BN'ers en mensen werkzaam in culturele sector .....	13
11. Advocaten en andere legal experts .....	13
12. Inwoners.....	14
13. Berichten tegen stereotype in .....	14
<b>Talkshows</b> .....	16
1. Aandeel vrouwen .....	16
2. Aandeel vrouwelijke experts .....	17
3. Aandeel vrouwelijke politici .....	18
4. Journalist als talkshowgast.....	19
5. Leeftijd talkshowgasten.....	20
6. <b>Humberto</b> .....	21
7. <b>Sophie &amp; Jeroen</b> .....	23
8. <b>Vandaag Inside</b> .....	24
9. <b>Op1</b> .....	26
<b>Vrouwelijke experts in de media: aanbevelingen &amp; ervaringen</b> .....	28
<b>Over het onderzoek</b> .....	30
1. Onderzoekers.....	30
2. Onderzoek nieuwsitems .....	30
3. Media in het onderzoek .....	30
4. Onderzoeksmethode .....	31
<b>Uitspraken van vrouwelijke experts over hun media-ervaring</b> .....	32
1. Belang van representatie / rolmodellen / tegengaan stereotypen .....	33

2.	Belang media-aandacht voor experts.....	37
3.	Werkwijze/rol media .....	40
4.	Interviewsetting.....	44
5.	Afweging om 'ja' of 'nee' te zeggen .....	49
6.	Nare reacties .....	51
7.	Quotes overig .....	56

## Inleiding

Cijfers blijven nodig. Als er maar een aantal vrouwen zichtbaar zijn wordt er al snel gedacht dat het goed genoeg gaat met het aandeel vrouwen in de media. Een extra stap zou daarom niet meer nodig zijn. Totdat de cijfers de realiteit laten zien.

Dit rapport bevat twee onderzoeken.

### Onderzoek 1: Nieuwsitems

We hebben een steekproef van één dag (16 januari 2024) genomen om de aanwezigheid van mannen en vrouwen in nieuwsitems te onderzoeken. We codeerden hiervoor de belangrijkste nieuwsitems uit 7 landelijke dagbladen, 29 regionale dagbladen, de nieuwssite NU.nl, 4 radiojournalen en 3 televisiejournalen. Dit deden we aan de hand van de Global Media Monitoring Project-methode. In totaal werden 1.398 personen uit deze nieuwsitems gecodeerd.

### Onderzoek 2: Talkshows

Daarnaast hebben we van 29 januari tot 25 februari 2024, 4 weken lang, de aanwezigheid van mannen en vrouwen bijgehouden van de talkshows Sophie & Jeroen, Humberto, Op1 en Vandaag Inside. In totaal waren dat 453 talkshowgasten.

Niet alleen de verhouding doet ertoe. Ook de rol waarin mannen en vrouwen worden geportretteerd, hoeveel ruimte ze krijgen en hoe ze behandeld worden. Uit eerder onderzoek van NRC (eind oktober 2023) bleek al dat vrouwen bij Op1 vaker dan mannen gevraagd wordt naar persoonlijke zaken. Daar wordt met 42 procent van de vrouwen gesproken over hun privéleven, maar slechts met 23 procent van de mannelijke gasten. Ook worden vrouwen 60 procent vaker door de presentatoren onderbroken dan mannen en krijgen ze minder spreektijd.

### Tipje van de sluier: Op1 achteruit in aandeel vrouwen

Uit een onderzoek naar de representatie van vrouwen in non-fictieprogramma's dat het Commissariaat voor de Media uitvoerde in opdracht van het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW) bleek dat vorig televisieseizoen 37,2 procent van de Op1-gasten vrouw was (bron: NRC, eind oktober 2023). Dat is nu teruggezakt naar 29 procent.

Wij hebben ons in dit onderzoek vooral gericht op de representatie van mannen en vrouwen en in welke rol ze in nieuwsitems en talkshows voorbij komen.

### Aanleiding

Aanleiding voor deze onderzoeken is het boek *Vaker in de Media, Zo kom je als vrouwelijke expert in beeld* van Janneke van Heugten (directeur expertdatabase Vaker in de Media, voor meer diversiteit in de media). Het boek helpt vrouwelijke experts vaker in de media te komen. Met deze onderzoeken laten we zien dat het noodzakelijk is dat de media daarnaast nog meer hun verantwoordelijkheid pakken.

Janneke van Heugten:

“Vrouwen in een expertrol zijn in de media een uitzondering en dit staat kansen van meiden en vrouwen in de weg. De media hebben een belangrijke rol om meer vrouwen aan het woord te laten en te laten zien dat de expert ook een vrouw is. Het normaliseren van de vrouw in de expertrol draagt bij aan meer kansengelijkheid in de maatschappij.

Media scheppen een kader van waaruit wij de wereld bekijken. Het beïnvloedt hoe we onszelf, anderen en onze omgeving zien. Hoe we elkaar behandelen, en welke keuzes we maken. Wanneer de media de vrouw in beperkte rollen laten zien, voeden zij vooroordelen en stereotypen. Daarmee beperken ze kanselijkheid op meerdere gebieden en gaat veel vrouwelijk potentieel verloren.

Mannelijke experts zijn ruim vertegenwoordigd in de media en zijn daardoor de norm voor 'de deskundige'. Daardoor roepen mannen minder weerstand op als ze hun positie als expert in de media innemen, en worden zij meer dan vrouwen op inhoud beoordeeld. Er komen te weinig vrouwelijke experts aan het woord. Komen ze wel aan het woord dan lopen ze het risico met stereotype framing te maken te krijgen. De ondervertegenwoordiging van vrouwelijke experts in de media en de stereotype framing waar vrouwen mee te maken kunnen krijgen, zorgt ervoor dat vrouwelijke experts in de maatschappij harder moeten werken om op waarde geschat te worden, dezelfde kansen te krijgen en dezelfde beloning te ontvangen.

Het podium moet dus eerlijker verdeeld worden. En op dat podium moet de behandeling van experts gelijkwaardiger.

Waarom is het belangrijk dat voor vrouwen meer en gelijkwaardiger in de media komen?

1. Vrouwen krijgen gelijke invloed op het maatschappelijk debat en op de politieke agenda, ze kunnen misstanden aankaarten zoals de toeslagenaffaire, en krijgen gelijke carrièrekansen.
2. De opleidingskeuze van mensen wordt beïnvloed door stereotype beelden die ze zelf en hun omgeving hebben. Rolmodellen van vrouwen als expert in de media, zonder het stereotype beeld van de ondersteunende vrouw leidt ertoe dat vrouwen en meiden eerder kiezen uit de volle breedte van alle opleidingen, zodat zij hun potentie benutten.
3. Ook op de werkvloer wordt vrouwelijk potentieel beter benut, bijvoorbeeld in leidinggevende posities en technische functies – waar nu veel tekorten in zijn.

De media scheppen een beeld van een werkelijkheid die mensen al snel voor volledig aannemen. Maar de helft van de samenleving is daarin onvoldoende vertegenwoordigd. We kunnen de wereld om ons heen beter begrijpen, realistischer zien en betere beslissingen maken als het perspectief van vrouwen ook vertegenwoordigd wordt in de media. Meer vrouwen in de media biedt een breder scala aan perspectieven, ervaringen en standpunten.

Ten slotte raken de media vrouwen als nieuwsconsument langzaam kwijt als ze zich niet herkennen in wie ze ziet.”

### **Verantwoording onderzoek**

Achter in dit rapport staat hoe en door wie de onderzoeken zijn uitgevoerd.

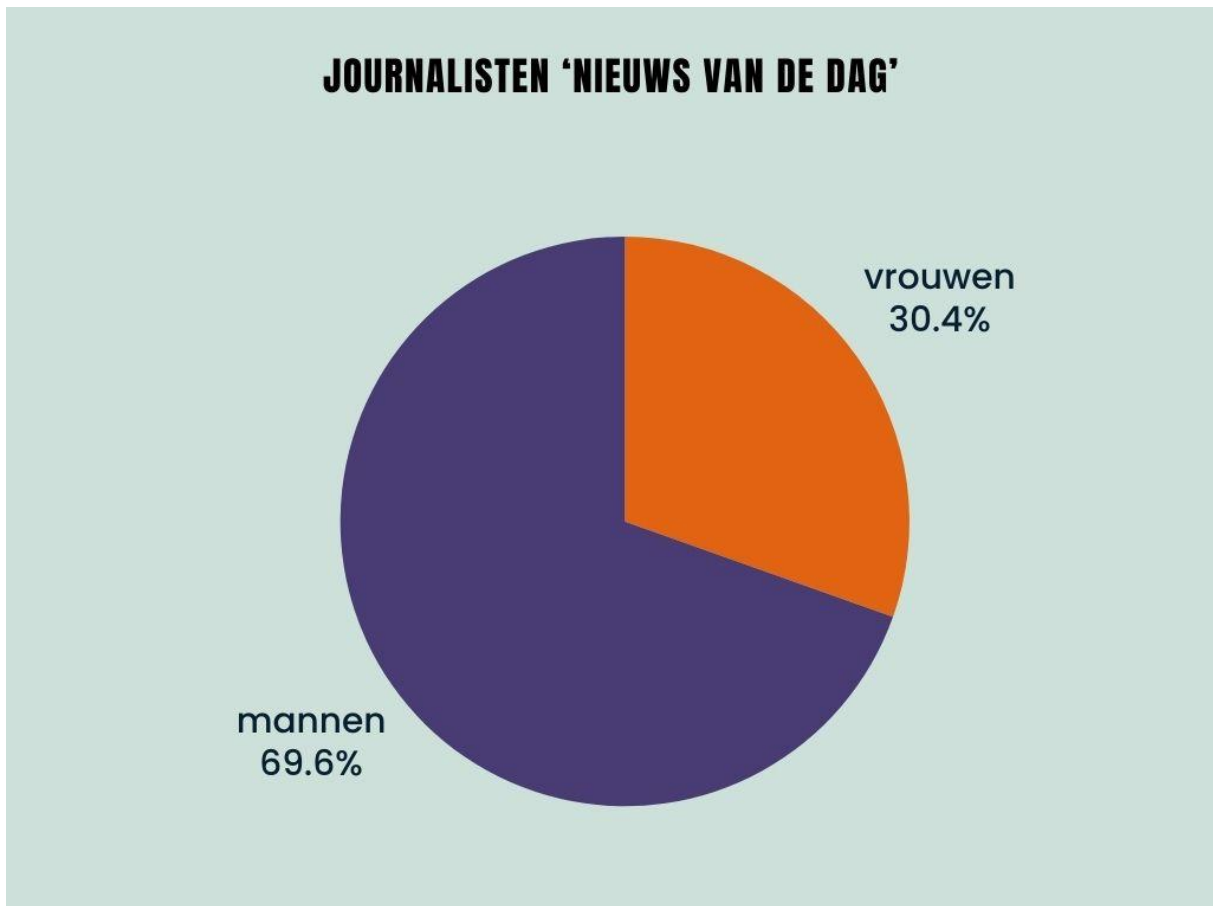
Later dit jaar (2024) volgt een uitgebreider rapport over de data uit de nieuwsitems. Er zijn geen mensen geconstateerd die non-binair zijn.

## Nieuwsitems

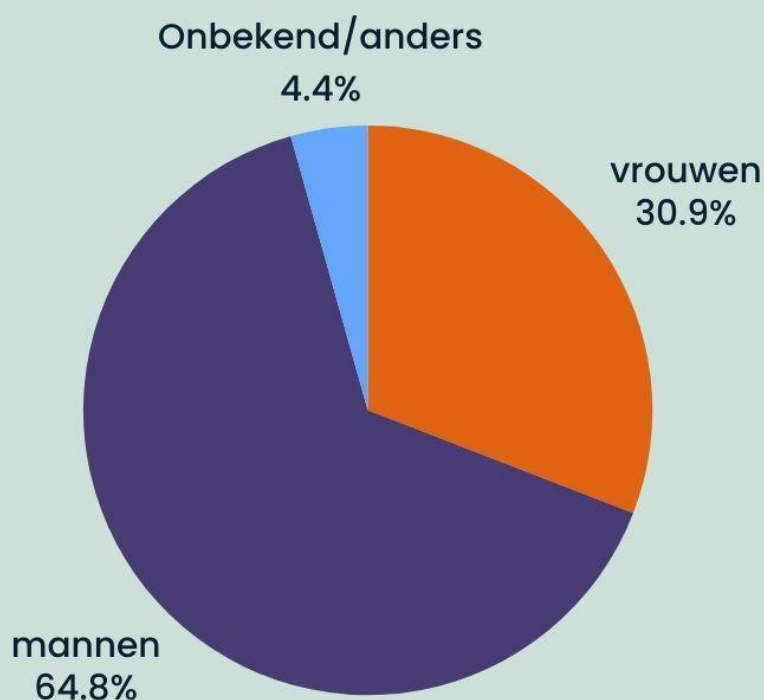
We hebben kranten op dinsdag 16 januari 2024 gecodeerd. Dit waren zowel landelijke als regionale kranten. Daarnaast hebben we ook de nieuwsberichten van NU.nl, journaals van NPO Radio 1, BNR en televisiejournals van het RTL Nieuws en de NOS gecodeerd.

### 1. Journalisten

Van 358 journalisten die met name genoemd zijn bij de nieuwsitems en waarvan de gender bekend is, was 30 procent vrouw en 70 procent man.



## MANNEN EN VROUWEN IN NIEUWSITEMS

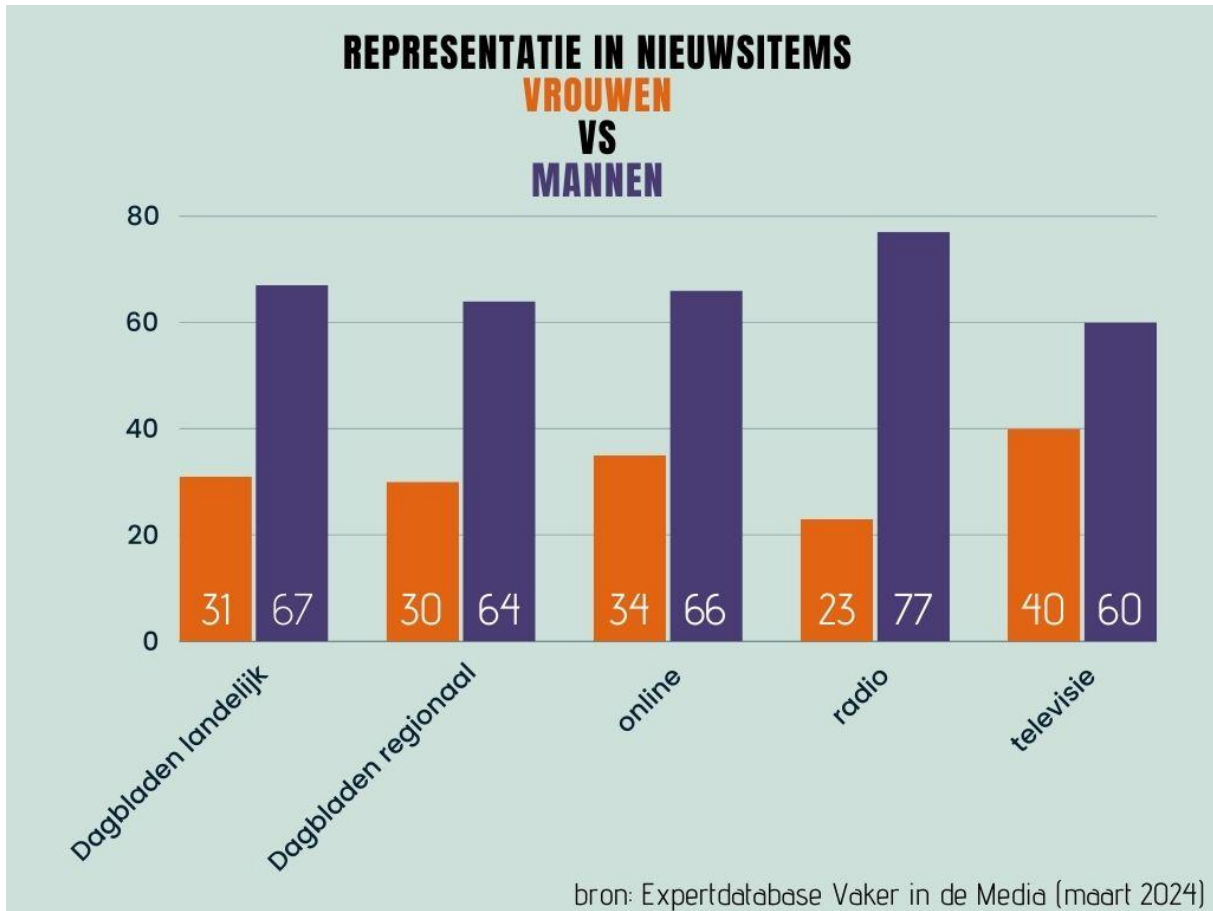


In 2020 werden in 28 procent van de nieuwsitems vrouwen genoemd. Dat percentage is in 2024 gestegen naar 31 procent. Vrouwen die in een expertrol werden genoemd zijn gestegen van 21 procent in 2020 naar 26 procent in 2024. Ondanks dat er beweging in de cijfers zit, zijn vrouwen dus nog steeds flink ondervertegenwoordigd.

Van alle politici in nieuwsitems is 29 procent vrouw. Opvallend is dat er groot verschil is tussen landelijke (41 procent) en regionale (21 procent) dagbladen. Van alle zakenmensen (directeuren, ondernemers, financieel experts, economen, managers) is 23 procent vrouw. Van alle advocaten en andere legal experts is 9 procent vrouw. Op 31 procent van de foto's staat een vrouw.

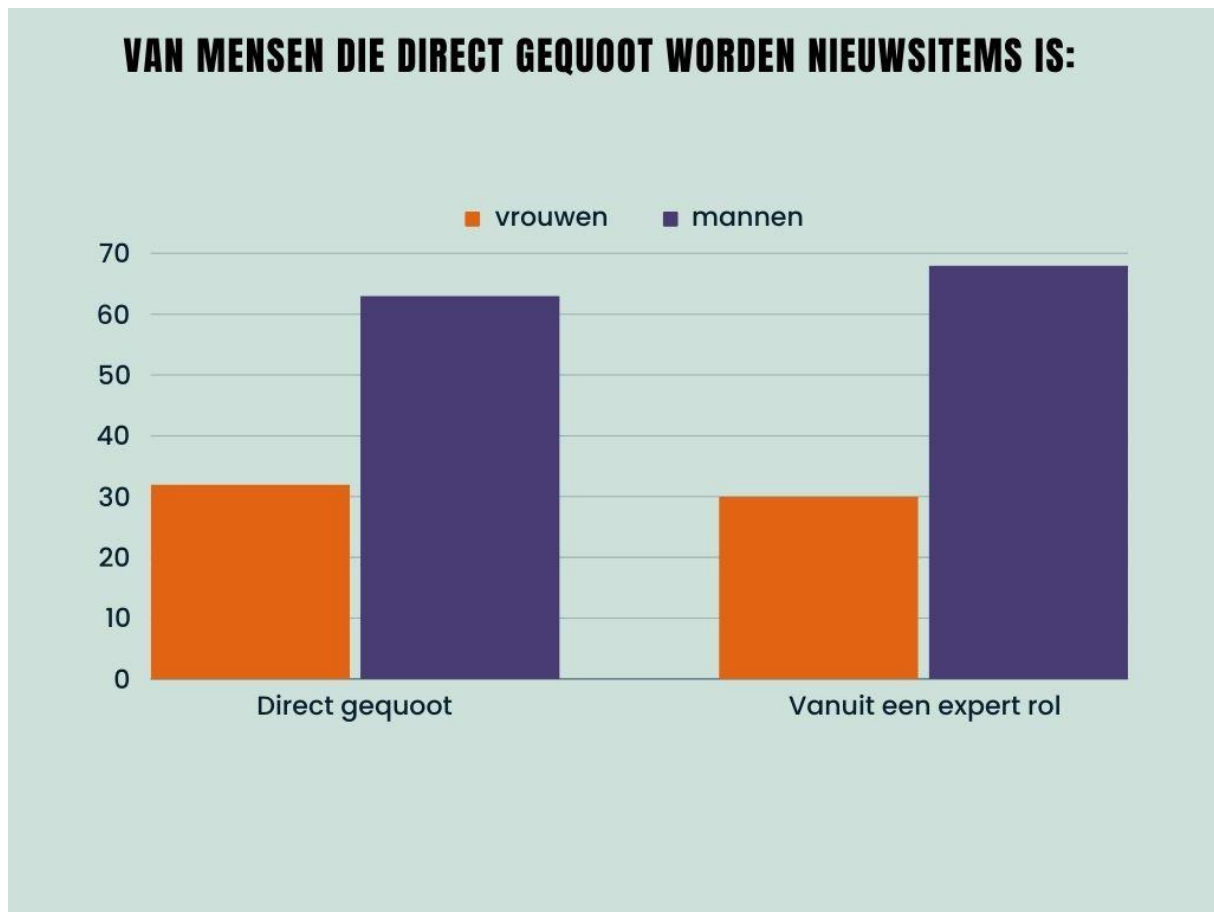


## 2. Mannen en vrouwen totaal in nieuwsitems



overzicht:	totaal	Dagbladen totaal (landelijk en regionaal)	dagbladen landelijk	dagbladen regionaal	online	radio	televisie
percentage vrouw	30,88%	30,29%	31,05%	30,04%	34,29%	22,73%	40,32%
percentage man	64,75%	64,75%	67,12%	63,98%	65,71%	77,27%	59,68%
percentage 'anders'	0,10%	0,11%	0,00%	0,15%	0,00%	0,00%	0,00%
percentage onbekend	4,27%	4,84%	1,83%	5,83%	0,00%	0,00%	0,00%

### 3. Mensen direct gequote in nieuwsitems



	Direct gequote	Expert rol
percentage vrouw	32,20%	29,66%
percentage man	63,39%	68,06%
percentage 'anders'	0,00%	0,00%
percentage onbekend	4,41%	2,28%

#### 4. In de expertrol in nieuwsitems

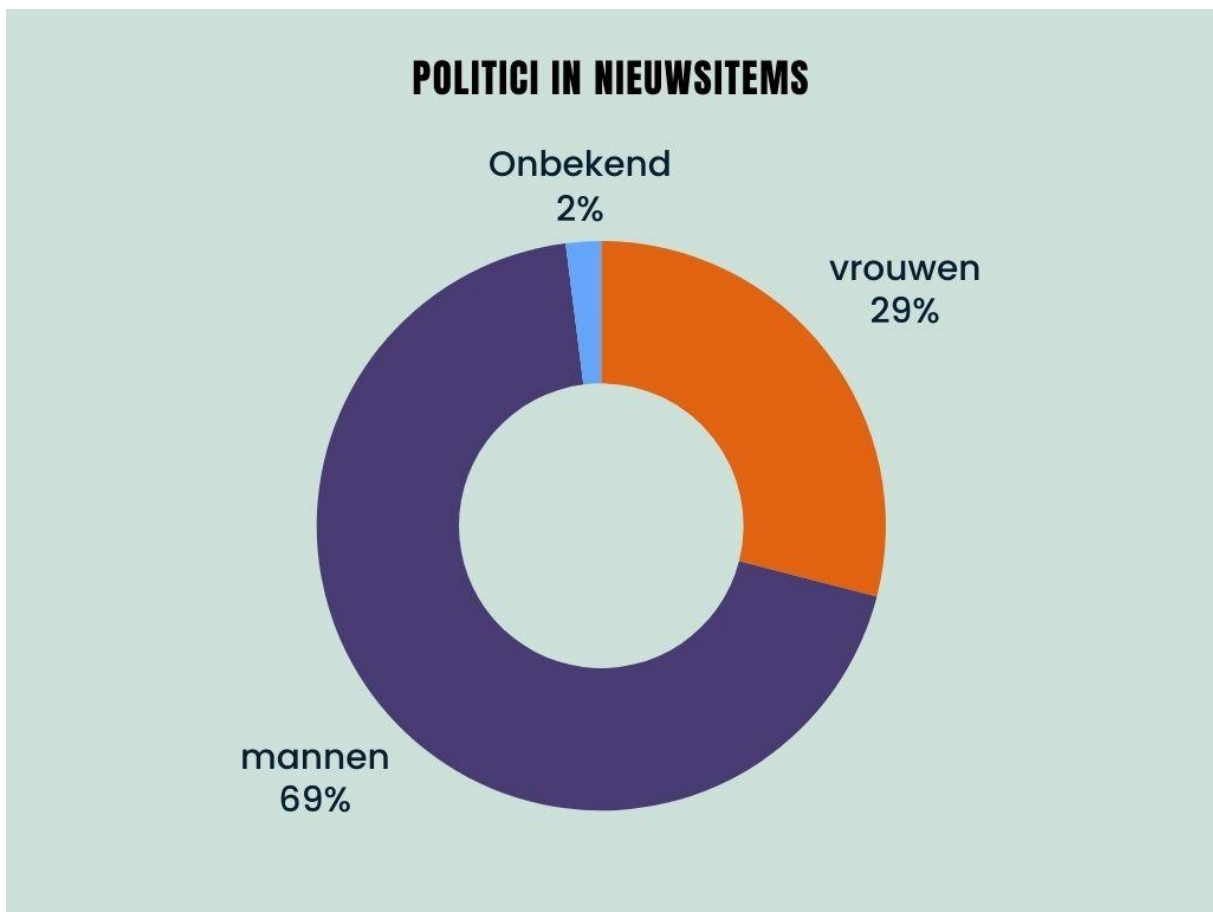


Van de 345 mensen die in een expertrol in het nieuws waren, is 25,5 procent vrouw, 72,6 procent man en 2 procent onbekend.

<b>dagbladen landelijk</b>		<b>dagbladen regionaal</b>		<b>online</b>		<b>televisie</b>	
expert rol	102	expert rol	218	expert rol	17	expert rol	8
percentage vrouw	24,51%	percentage vrouw	25,69%	percentage vrouw	35,29%	percentage vrouw	12,50%
percentage man	73,53%	percentage man	70,64%	percentage man	64,71%	percentage man	87,50%
percentage 'anders'	1,96%	percentage 'anders'	0,00%	percentage 'anders'	0	percentage 'anders'	0
percentage onbekend	0,00%	percentage onbekend	3,67%	percentage onbekend	0	percentage onbekend	0

(geen mensen in een expertrol op in de radiojournaals)

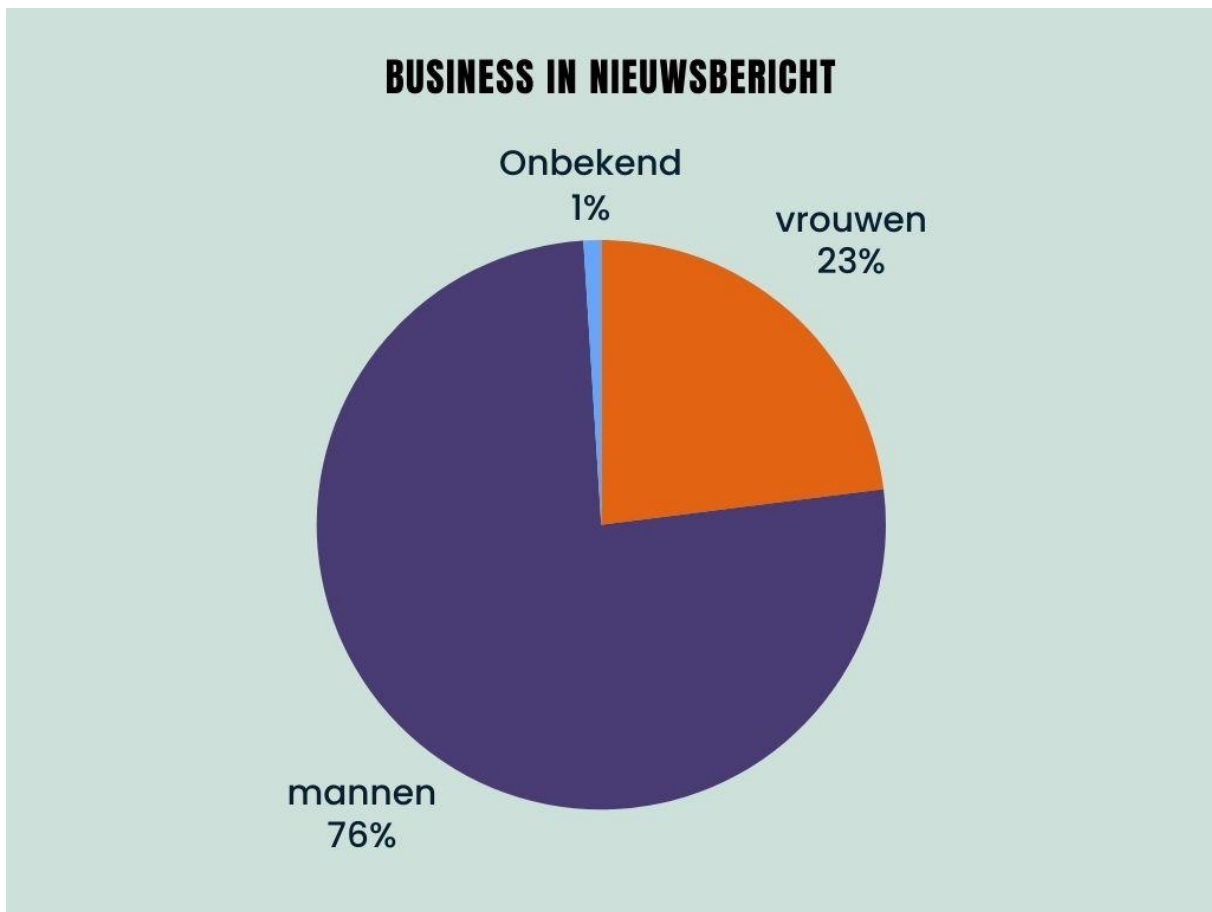
## 5. Politici in nieuwsitems



Er kwamen 221 politici in de nieuwsitems voor: 29 procent vrouw, 69 procent man en 2 procent onbekend.

	dagbladen landelijk	dagbladen regionaal	online	radio	televisie
Vrouw	41,27%	21,43%	27,27%	25,00%	38,46%
Man	58,73%	74,60%	72,73%	75,00%	61,54%
'anders'	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Onbekend	0,00%	3,97%	0,00%	0,00%	0,00%

## 6. Business in nieuwsbericht



In de nieuwsitems stonden 154 zakenmensen (directeuren, ondernemers, financieel experts, economen, managers), hiervan is: 23 procent vrouw, 76 procent man en 1 procent onbekend.

### 7. Foto's

Op 31 procent van de foto's staat een vrouw

### 8. Migratie

Van alle mensen die in nieuwsmedia aan het woord gelaten worden over migratie is 35 procent vrouw.

### 9. Maatschappelijke organisaties

Van alle mensen die vanuit een maatschappelijke organisatie in de nieuwsmedia komen is 31 procent vrouw.

### 10. BN'ers en mensen werkzaam in culturele sector

Van alle BN'ers en mensen vanuit de cultuursector waren in de nieuwsmedia 34 procent vrouw.

### 11. Advocaten en andere legal experts

Van alle advocaten en andere legal experts in nieuwsmedia is 9 procent vrouw.

Voorbeeld: In een artikel over het tuchtcollege worden 13 mensen genoemd en een aantal van hen

aan het woord gelaten. De enige vrouw is advocaat Inez Weski, die wordt genoemd omdat ze aangehouden is.

### 12. Inwoners

Van alle inwoners in nieuwsmedia is 57 procent vrouw.

### 13. Berichten tegen stereotype in

Slechts 1 procent van alle nieuwsitems gaat tegen een heersend stereotiep beeld in.

Voorbeeld 1: Twee vrouwen van twee verschillende scholen die vanuit de directie het woord voeren (over de ov-kaart) in het Noordhollands Dagblad.

Voorbeeld 2: Sarina Wiegman krijgt een award voor haar rol als coach.

Noot: mogelijk zaten er meer berichten tussen die tegen een heersend stereotiep beeld ingaan. De vraag van de GMMP-methode luidt: 'This story clearly challenges gender stereotypes'. De 18 onderzoekers vonden deze 2 voorbeelden daarin voldoende overtuigend en onderscheidend ten opzichte van alle berichten die ze onderzochten.

Een voorbeeld van een artikel wat het niet redde:

Parool: Vrouwen ijshockeyteam onder de 18. Het had de stereotiepe beelden kunnen tegengaan, als het niet vooral benadrukt was hoe bijzonder dit is; ze zijn een attractie tussen de jongens.

Een voorbeeld van een gemiste kans is een artikel over robottaxi's: geschreven door een man die alleen vier mannen als technische expert aanhaalt.

### Voorbeelden

Het komt niet vaak voor dat er twee volledige pagina's over een vrouw gaan. Als dat wel het geval is, is de kans groot dat de vrouw niet vanuit een beroep aan het woord komt.

Een interview van een vrouw over twee volledige pagina's gaat over haar baarmoederhalskanker.

Kop: 'Ben ik er de volgende verjaardag van de tweeling nog wel?' Er wordt een patiëntenorganisatie (Olijf) geciteerd maar zonder naam van woordvoerder. Daar had een vrouwelijke expert aan het woord gelaten kunnen worden. Gemiste kans.

In een artikel over de sneakers die Trump lanceerde komt eerst een vrouwelijke expert van een sneakeratelier aan het woord die onder andere zegt dat ze het niet zou verkopen en dat mensen het alleen zullen kopen als hebbeding. Daarna wordt haar mannelijke collega van een andere bedrijf als expert aan het woord gelaten. Dat wordt ingeleid met: "Hij is meer uitgesproken over de sneaker". Dit heeft geen toegevoegde waarde en is een stereotiepe benadering, omdat de vrouw niet uitgesproken zou zijn.

In een stuk over tuinieren ondanks natte bodem komt als eerste persoon aan het woord 'tuinexpert Thom de Jong, weet van de hoed en de rand'. Hij blijkt een hoveniersbedrijf te hebben. Dan volgt een vrouwelijke inwoner van 88 die achter de geraniums zitten beu is en wil tuinieren. Gevolgd door Daniëlle Klein Rot, mede-eigenaar van een groencentrum. Haar bijdrage is net zo inhoudelijk als die van de mannelijke expert. Maar zij wordt niet aangeduid als expert, enkel als mede-eigenaar. Terwijl

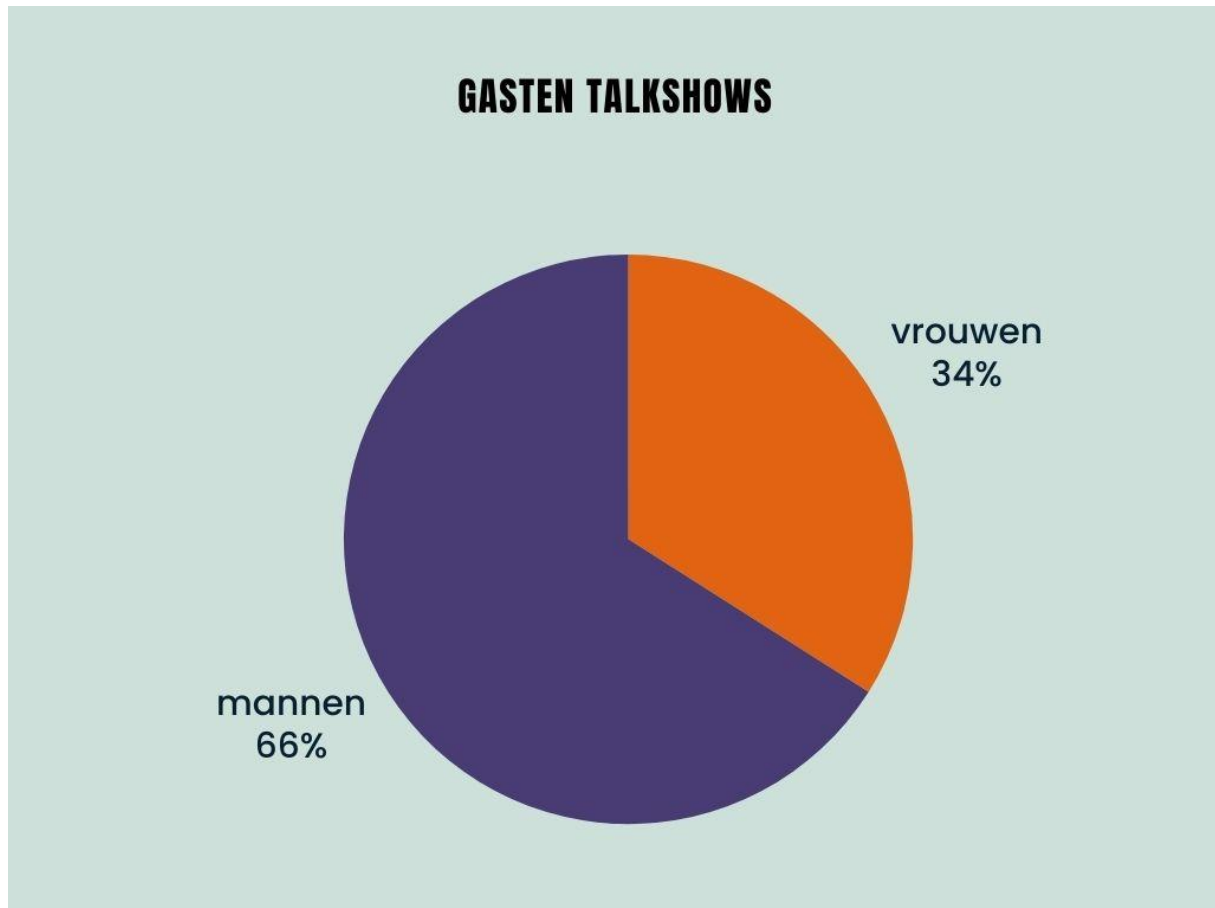
beide experts groene ondernemers met vergelijkbare kennis zijn. Daarnaast krijgt ze beduidend minder ruimte in het artikel en wordt ze niet direct geciteerd.

Opvallend is dat mannelijke experts vaak eerst in een artikel worden opgevoerd en daarna pas de vrouwelijke experts. Bovendien lijken vrouwelijke experts minder ruimte te krijgen. Zo ook bij een artikel over de overlast door aanhoudende regenval. In een volledige pagina worden vijf mensen aangehaald. Vier mannen en een vrouw. De vrouwelijke hoogleraar komt met één zin achter in het stuk voor. Een mannelijke hydroloog krijgt zowel voor als na haar meer ruimte. Net als alle andere opgevoerde mannen in het artikel.

We hebben een mooi voorbeeld van hoe het ook kan. In een artikel over praktijkscholen die boos zijn omdat hun leerlingen geen ov-kaart krijgen komen twee vrouwen uit de directie van twee verschillende scholen aan het woord, op de voorpagina van het regiokatern, door een mannelijke verslaggever (Martin Menger). De vrouwelijke directeur staat op de foto, de andere vrouw is vanuit de directie aan het woord. Nergens wordt het stereotype gelinkt aan hun vrouw-zijn en ze zijn in een bestuursfunctie en een leidinggevende rol aan het woord.

# Talkshows

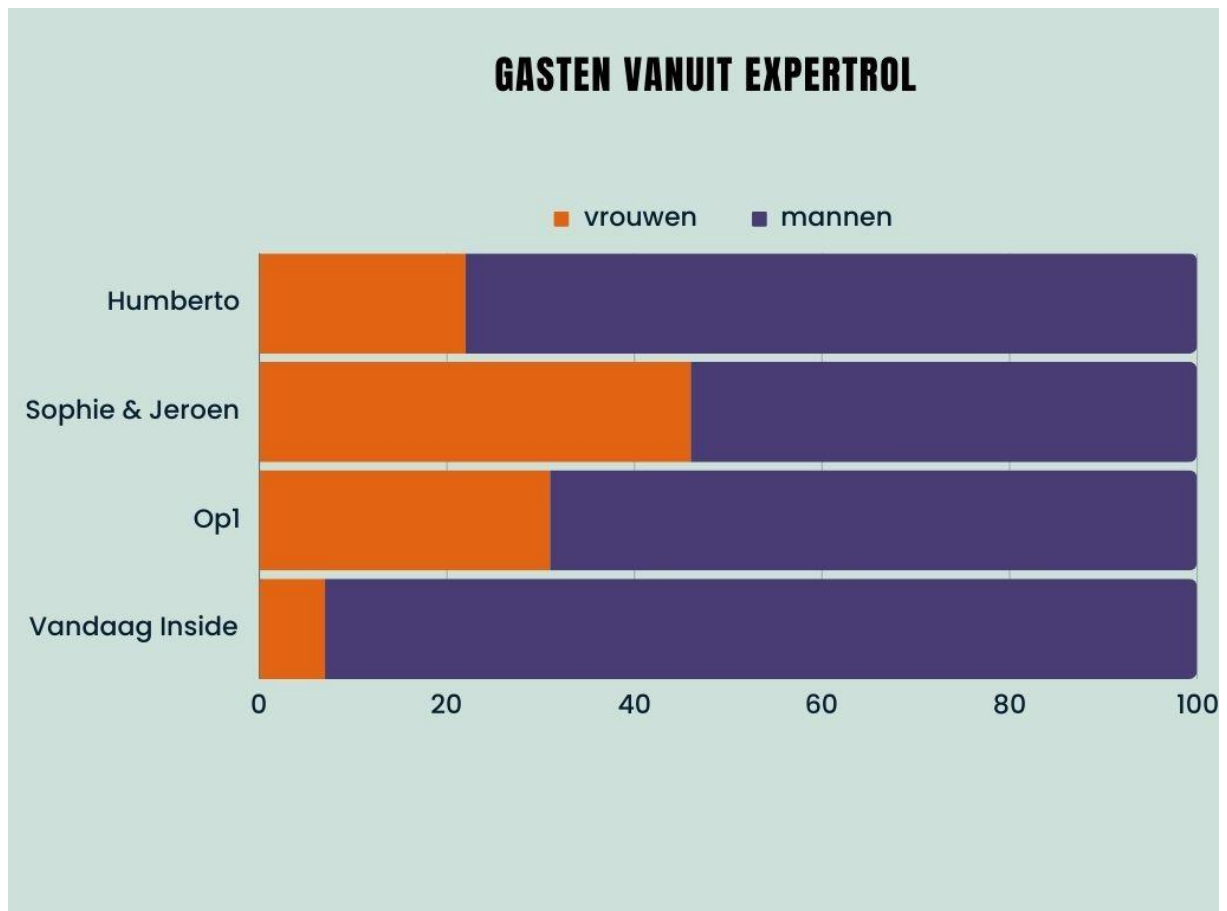
## 1. Aandeel vrouwen



Van alle 453 talkshowgasten in de vier weken van 29 januari tot 25 februari 2024 zijn er 156 vrouw; 34 procent. Sophie & Jeroen steken er met 47 procent met kop en schouders bovenuit.

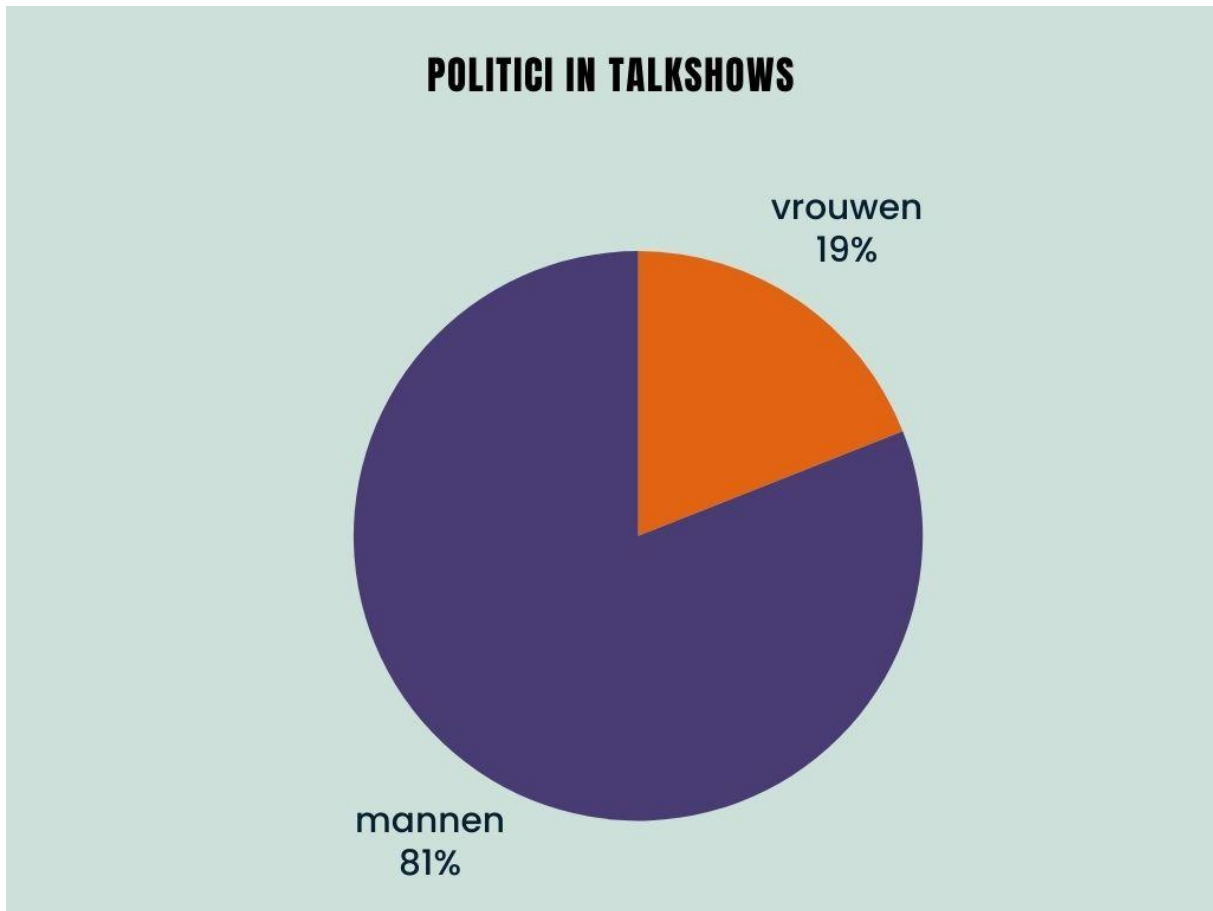


## 2. Aandeel vrouwelijke experts



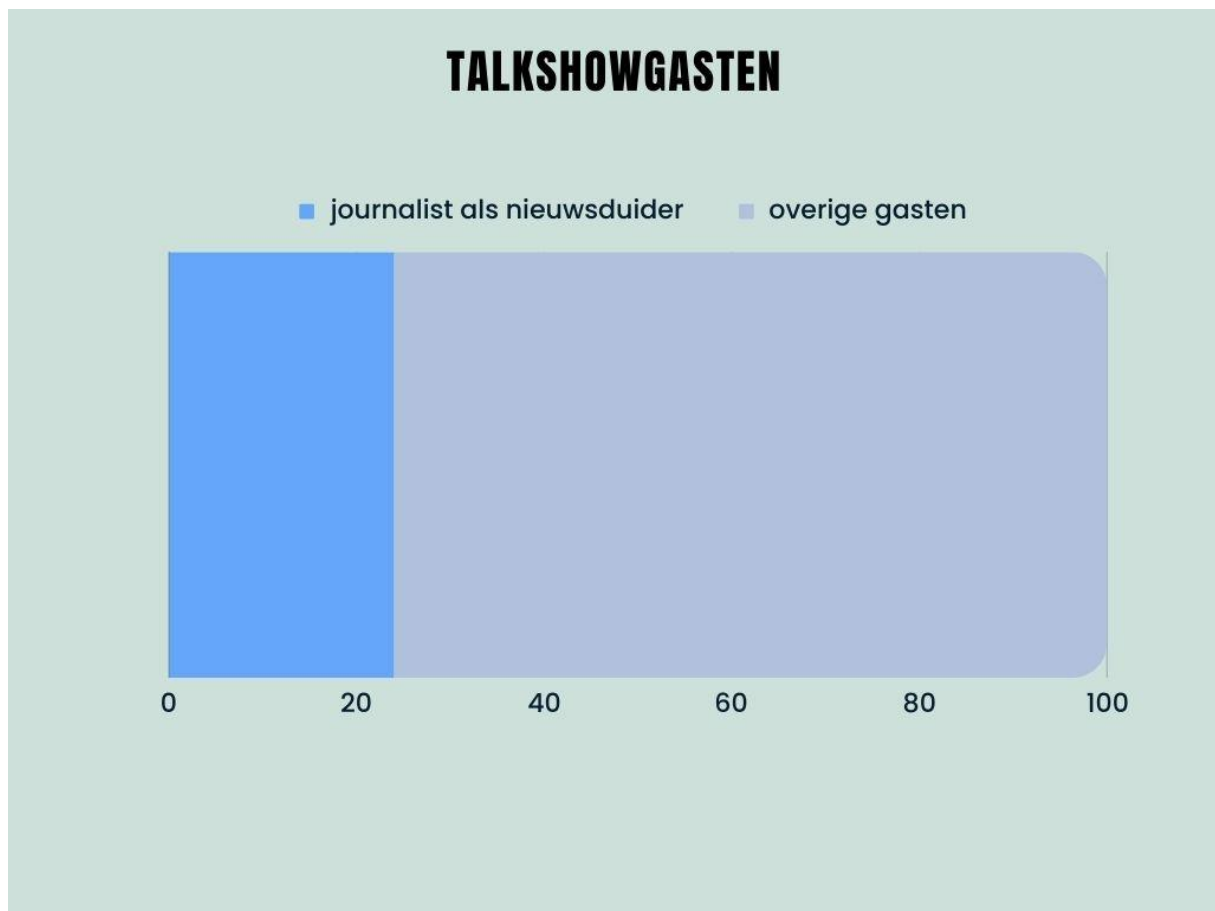
Van alle talkshowgasten schoven 143 in de rol van expert of woordvoerder aan, waarvan gemiddeld 34 procent vrouw. Bij Humberto lag dit percentage op 22 procent en bij Vandaag Inside op 7 procent.

### 3. Aandeel vrouwelijke politici



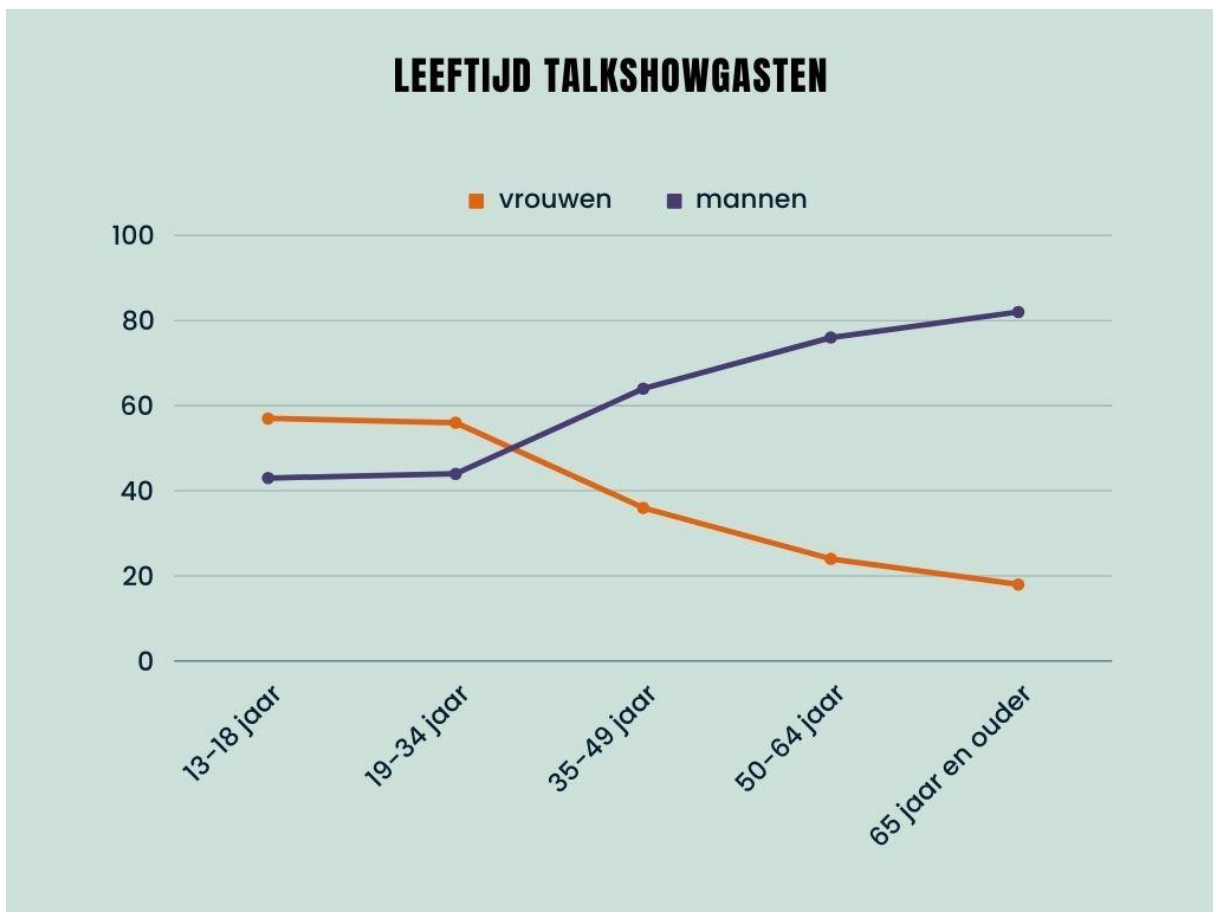
Van de 37 politici die aanschoven zijn er 7 vrouw; 19 procent.

#### 4. Journalist als talkshowgast



Van alle gasten waren er 108 duider als journalist of redacteur, hiervan waren 39 vrouw; 36 procent.

## 5. Leeftijd talkshowgasten



Leeftijd vrouw	Leeftijd Man
13-18 (57%)	13-18 (43%)
19-34 (56%)	19-34 (44%)
35-49 (36%)	35-49 (64%)
50-64 (24%)	50-64 (76%)
65 en ouder (18%)	65 en ouder (82%)

## 6. Humberto

120 gasten, 37 vrouw, 31 procent vrouw

18 in rol van expert/woordvoerder, 4 hiervan vrouw, 22 procent

32 waren zelf het centrale onderwerp. 10 hiervan vrouw, 31 procent

6 politici, allen man

40 duiders als journalist of redacteur, 15 vrouw, 37,5 procent

22 persoonlijke ervaring, 7 vrouw, 32 procent

### Leeftijd Vrouw

13-18 (2) 6 procent

19-34 (11) 31 procent

35-49 (12) 34 procent

50-64 (9) 25 procent

65 en ouder (1) 3 procent

35 leeftijd bekend

### Leeftijd Man

13-18 (2) 2 procent

19-34 (12) 15 procent

35-49 (29) 35 procent

50-64 (31) 38 procent

65 en ouder (8) 10 procent

82 leeftijd bekend

16 x was sport het onderwerp van een item. 5 x vrouwelijke gasten (31,5 procent)

44 x item over Beroemdheden, kunst, media 11 x vrouw (25 procent)

9 x item over Misdad en geweld 3 x vrouw (33 procent)

27 x item over Politiek en overheid 8 x vrouw (30 procent)

10 x item over Sociaal en juridisch 5 x vrouw (50 procent)

9 x item over Wetenschap en gezondheid 2 x vrouw (22 procent)

### Frequentie gasten

- 4 Gijs Rademaker journalist/opiniepeiler
- 4 Floor Bremer journalist
- 3 Joost Vullings journalist
- 3 Tina Nijkamp journalist
- 2 Tim de Wit journalist
- 2 Saskia Belleman journalist
- 2 Olaf Koens journalist
- 2 Mick van Wely journalist
- 2 Marieke Smits journalist
- 2 Olaf Koens journalist
- 2 Elodie Verwey journalist
- 2 Douwe Bob zanger, was één dag na vorige optreden om een stel toe te zingen op Valentijn

## 7. Sophie & Jeroen

139 gasten, 64 vrouw, 46 procent vrouw

54 in rol van expert/woordvoerder, 25 hiervan vrouw, 46 procent

18 waren zelf het centrale onderwerp, 10 hiervan vrouw, 56 procent

8 politici, 2 hiervan vrouw, 25 procent

28 duiders als journalist of redacteur, 15 vrouw, 54 procent

19 persoonlijke ervaring, 8 vrouw 42 procent

### Leeftijd Vrouw

13-18 (2) 3 procent

19-34 (18) 29 procent

35-49 (22) 35 procent

50-64 (16) 26 procent

65 en ouder (4) 6 procent

62 leeftijd bekend

### Leeftijd Man

13-18 (1) 1 procent

19-34 (5) 7 procent

35-49 (26) 36 procent

50-64 (32) 44 procent

65 en ouder (9) 12 procent

73 leeftijd bekend

15 x was sport het onderwerp van een item, 10 x vrouwelijke gasten (67 procent)

54 x item over Beroemdheden, kunst, media, 25 x vrouw (46 procent)

17 x item over Misdad en geweld, 6 x vrouw (35 procent)

28 x item over Politiek en overheid, 9 x vrouw (32 procent)

13 x item over Sociaal en juridisch, 9 x vrouw (69 procent)

4 x item over Wetenschap en gezondheid, 3 x vrouw (75 procent)

4 x item over Economie, 0 x een man (0 procent)

De gasten die 2 keer aanschoven waren: Quinty Misdiedjan, Raymond Mens, Splinter Chabot, Suse van Kleef, Veronica van Hoogdalem, Elodie Verweij, Heleen van Royen, Jip van den Toorn, Ron Keller.

## 8. *Vandaag Inside*

46 gasten, 12 vrouw, 26 procent vrouw

14 in rol van expert/woordvoerder, 1 hiervan vrouw, 7 procent (Esther de Snoo)

1 was zelf het centrale onderwerp, 0 hiervan vrouw, 0 procent

2 politici, alle twee de keer was dat Lilian Marijnissen

10 duider als journalist of redacteur, 1 vrouw, 10 procent

### Leeftijd Vrouw

13-18 (0) 0 procent

19-34 (3) 27 procent

35-49 (8) 73 procent

50-64 (0) 0 procent

65 en ouder (0) 0 procent

11 leeftijd bekend

### Leeftijd Man

13-18 (0) procent

19-34 (7) 23 procent

35-49 (10) 32 procent

50-64 (10) 32 procent

65 en ouder (4) 13 procent

31 leeftijd bekend

6 x was sport het onderwerp van een item. 3 x vrouwelijke gasten (50 procent)

7 x item over Beroemdheden, kunst, media 3 x vrouw ( procent)

2 x item over Misdaad en geweld 0 x vrouw (0 procent)

13 x item over Politiek en overheid 3 x vrouw (23 procent)

3 x item over Sociaal en juridisch 0 x vrouw (0 procent)

1 x item over Wetenschap en gezondheid 0 x vrouw (0 procent)



### Frequentie gasten

18 verschillende gasten in totaal.

De top drie van gasten die het vaakst aanschoven:

Sam Haagens 5 x

Hélène Hendriks 4 x

Albert Verlinde 3 x

Merel Ek 3 x

Özcan Akyol 3 x

Raymond Mens 3 x

## 9. Op1

Uit een onderzoek naar de representatie van vrouwen in non-fictieprogramma's dat het Commissariaat voor de Media uitvoerde in opdracht van het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW) bleek dat vorig televisieseizoen 37,2 procent van de Op1-gasten vrouw was (bron: NRC, eind oktober 2023). Dat is nu teruggezakt naar 29 procent.

148 gasten, 43 vrouw, 29 procent vrouw.

2 waren zelf het onderwerp, hiervan 0 vrouw, 0 procent

57 in de rol van expert/woordvoerder, 18 hiervan vrouw, 31 procent

21 politici, 3 hiervan vrouw, 14 procent

30 duiders als journalist of redacteur, 8 hiervan vrouw, 26 procent

34 persoonlijke ervaring/ooggetuige, 13 hiervan vrouw, 38 procent

4 beroemdheid/populaire mening, 1 vrouw, 25 procent

### Leeftijd Vrouw

13-18 (0) 0 procent

19-34 (6) 14 procent

35-49 (25) 58 procent

50-64 (10) 23 procent

65 en ouder (2) 5 procent

43 leeftijd bekend

### Leeftijd Man

13-18 (0) 0 procent

19-34 (6) 6 procent

35-49 (52) 50 procent

50-64 (36) 33 procent

65 en ouder (10) 10 procent

1 onbekend 1 procent

104 leeftijd bekend

8 x was sport het onderwerp van een item. 1 x vrouwelijke gast (12,5 procent)

18 x item over Beroemdheden, kunst, media 5 x vrouw (27 procent)

- 5 x item over economie 2x vrouw (40 procent)
- 5 x item gendergerelateerd 4 x vrouw (80 procent)
- 22 x item over Misdaad en geweld 6 x vrouw (27 procent)
- 58 x item over Politiek en overheid 14 x vrouw (24 procent)
- 12 x item over Sociaal en juridisch 4 x vrouw (33 procent)
- 17 x item over Wetenschap en gezondheid 6 x vrouw (35 procent)
- 3 x item overig 1x vrouw (33 procent)

#### Frequentie gasten

- 7 Thomas van Groningen journalist
- 4 Raymond Mens politicoloog/journalist
- 3 Helga Salemon Rusland Expert
- 2 Henri Bontenbal politicus
- 2 Rob Jetten politicus
- 2 Maurice de Hond
- 2 Vita Kovelenco burger
- 2 Ed Nijpels politicus
- 2 Wouter de Winther journalist
- 2 Wim Voermans hoogleraar staats en bestuursrecht
- 2 Julia Wouters politicoloog /auteur

# Vrouwelijke experts in de media: aanbevelingen & ervaringen

## Naschrift *Vaker in de Media, zo kom je als vrouwelijke expert in beeld*

Beste mediamakers,

We staan naast elkaar in de wens om meer vrouwelijke experts in de media te realiseren. Dat vrouwen vaker vanuit hun expertise het nieuws duiden en 'ja' zeggen als jullie bellen. De groei van het aantal vrouwelijke experts in nieuwsmedia gaat echter niet hard genoeg. Ik stel daarom in het naschrift van mijn boek *Vaker in de Media, zo kom je als vrouwelijke expert in beeld (1 maart 2024)* drie vragen aan jullie, mediamakers.

### Beleid

Mijn eerste vraag is om op de redactie langetermijnbeleid te maken om deze trage ontwikkeling te doorbreken, zoals jullie dat ook voor andere onderwerpen hebben. Hoe hoog staat het momenteel echt op jullie agenda? We weten dat als de aandacht verslapt, het elastiekje weer terugveert naar de oude situatie. Vrouwen, zeker in een expertrol, zijn nog steeds ondervertegenwoordigd in de media. Vanzelf gaat dit dus niet veranderen. Door jullie, mediamakers, is zo'n doorbraak echter wél mogelijk.

### Usual suspects

We staan naast elkaar in onze wens een realistische afspiegeling van de maatschappij te zien in de media. Ook jullie willen niet steeds dezelfde gezichten opvoeren, die over heel verschillende onderwerpen als deskundige bekendstaan. Weer de *usual suspects* aan het woord laten, maakt ook jullie programma niet beter.

Geef ons met die nieuwe, vrouwelijke expert een frisse en andere blik op een onderwerp. En verrijk onze interne beeldbank met meer experts die vrouw zijn, zodat de vrouwelijke deskundige loskomt van het beeld dat ze de uitzondering is. 'Netvliestraining' om ons beeld van 'de deskundige' te veranderen, zegt politicoloog Julia Wouters daarover. En geef zo ook onze kinderen de mogelijkheid van identificatie met vrouwelijke rolmodellen mee.

### Risico

Mijn tweede vraag is om onder journalisten en redacteuren bekendheid te geven aan waarom er vrouwelijke experts zijn die in eerste instantie 'nee' zeggen. De 'nee' is nooit zomaar een 'nee'. Vrouwelijke experts hebben kort door de bocht gezegd andere drijfveren om in de media te komen dan hun mannelijke collega's. Wie als vrouw in de media verschijnt, loopt een groot risico op snoeiharde kritiek op haar uiterlijk, nare reacties, haatberichten en soms zelfs bedreigingen.

Vraag je een vrouw haar hoofd boven het maaiveld te steken door haar expertise te delen? Dan is het voor haar belangrijk dat ze inhoudelijk de ruimte krijgt om echt iets bij te dragen. Stel aan een vrouwelijke expert eens de vraag wat voor haar een voorwaarde is om mee te werken. Wat zij op het onderwerp belangrijk vindt dat het publiek echt moet weten. Neem de tijd voor een echte kennismaking.

### Buitenproportioneel

Mijn derde vraag is om kritisch te kijken naar het format van jullie praatprogramma's. Media zijn weliswaar zoveel meer dan alleen de praatprogramma's en toch is speciale aandacht voor praatprogramma's van belang. Gesprekken met bewegende beelden doen iets extra's met onze beleving. Komt de vrouwelijke expert er bekaaid vanaf aan de talkshowtafel? Dan is de kritiek zo buitenproportioneel hard, dat het de positie van de vrouwelijke expert op vele vlakken onderuithaalt. Het laat ook aan andere vrouwen zien dat de setting een risicovolle plek is.

Wat zegt het ons dat het voor vrouwen soms voelt dat je je leven riskeert door aan te schuiven aan de talkshowtafel? En is dit het format dat de samenleving echt verder brengt? Waar de inhoud te vaak verdrinkt in een wildemeningezee? De vrouwelijke expert wil niet uitgebuit worden voor entertainment. Ze wil inhoudelijk van waarde zijn. Creëer een klimaat waarin het ook voor de vrouwelijke expert uitnodigend is om daar aan tafel te gaan zitten. Wees kritisch op het format, maar ook op hoe je de vrouwelijke expert behandelt.

#### Dezelfde spreektijd

Laat haar uitspreken als ze haar punt maakt, geef haar dezelfde spreektijd als haar mannelijke vakgenoot en spreek haar aan met de eerbied die haar expertise verdient. Leg de nadruk niet op haar uiterlijk. Frame haar rol in de maatschappij niet als ondersteunend en lief. Laat het aan de vrouwenbladen over om te vragen hoe ze die drukke tachtigjarige werkweek met haar vier kinderen combineert. Zet haar aan tafel met een gelijkwaardige gesprekspartner en dus niet met iemand die uit de losse pols ook van alles mag roepen over een onderwerp waar hij nauwelijks kennis over heeft.

Zet je als redactie tegenover – bijvoorbeeld – een vrouwelijke epidemioloog iemand die voornamelijk als functie heeft om het vuurtje vooral goed op te stoken, dan krijg je daarmee een valse balans tussen gevoel en feitelijke waarheid, zoals Sanne Breimer (Inclusive Journalism) dat ook benoemt in ons interview voor het boek. Je helpt het onderwerp er niet mee en je ondermijnt ook nog eens de positie van de vrouwelijke expert.

#### Gendervinkje

Zet je een zeer ervaren debater tegenover een vrouwelijke expert die hierin nauwelijks ervaring heeft? Bijvoorbeeld zodat je het gendervinkje kunt zetten? Ook dan gaat het ten koste van de inhoudelijke profilering van de vrouwelijke expert. En het publiek krijgt bevestiging dat de vrouwelijke expert daar kennelijk niet thuis hoort, want ze faalt. Terwijl je eigenlijk van zo'n vrouwelijke expert die nooit eerder heeft hardgelopen, vraagt om onder het oog van het publiek de marathon te lopen. Hoe realistisch is het om dan te verwachten dat ze als een Sifan Hassan de wedstrijd wint?

Ondanks het ongelijke speelveld waar vrouwen vaak mee te maken krijgen in de media, hebben duizenden vrouwelijke experts zich aangemeld bij expertdatabase VIDM. Ze staan klaar om jullie als waardevolle informatiebronnen te woord te staan en hun netwerk in te zetten. De voorwaarde is wel dat het om de inhoud gaat en dat die inhoud binnen de journalistieke grenzen van het format integer een kans krijgt.

De lezers van mijn boek en de experts van mijn database Vaker in de Media zijn er klaar voor. Welke stappen zetten jullie als media om hen te verwelkomen?

- Janneke van Heugten

## Over het onderzoek

### 1. Onderzoekers

Coördinator van beide onderzoeken is Janneke van Heugten. Ze werd bij het nieuwsitemsonderzoek ondersteund door Garjan Sterk en Bernadette van Dijck, die al 25 jaar onderzoek doen naar de aanwezigheid van mannen en vrouwen in nieuwsmedia. Alle drie zijn zij ook verbonden aan de Global Media Monitoring Project voor Nederland.

Dit onderzoek is uitgevoerd door een team van 18 vrijwillige onderzoekers:

Marga Miltenburg, Erna van Poppel, Geertje Algera, Martha Douwma, Marcia Van Oploo, Marije Kooi, Puck Visser, Debbie Klein, Gerdien Wolthaus Paauw, Madeleine Blaauw, Jannie de Jong, Carla van der Leeden, Janneke van den Berg, Caroline D. van Wijk, Stephanie L. Dekker en Marianne van de Werken. Docent onderzoek Annet Robben (sidehustledetective.nl) maakte de basisanalyse.

De talkshows zijn gemeten door Caroline D. van Wijk, Anne Abbenes, Janneke van den Berg, Larinda Bok en Pieter Bergwerff.

### 2. Onderzoek nieuwsitems

Bij alle media is dinsdag 16 januari 2024 de editiedatum, met uitzondering van De Gelderlander en De Telegraaf (dinsdag 20 februari) en PZC (maandag 19 februari). Het coderen van de edities van die kranten van 16 januari lag in de handen van een vrijwillige onderzoeker waar om onbekende redenen geen contact meer mee te krijgen was. Hierom was de organisatie genooddakt nieuwe edities met een andere datum aan te schaffen en die te coderen voor het onderzoek.

Betrokken onderzoekers zien de tendens dat het echte nieuws van de dag steeds meer online staat in plaats van in de krant. De kranten vullen zich verhoudingsgewijs steeds meer met achtergrondverhalen. Dat is bij de regiokaternen nog meer het geval. De GMMP-meting richt zich echt op het nieuws van de dag. Om voldoende berichten uit de dagbladen mee te nemen, zijn ook de meest prominente achtergrondverhalen (in positie en grootte) meegenomen als er te weinig echt 'nieuws van de dag'-berichten in stonden. Bij kranten met verschillende regio-edities is eenmalig het eerste katern meegenomen en daarnaast de belangrijkste berichten uit de verschillende regio-edities.

Opvallend bij Nu.nl is dat woordvoerders vaak niet mijn naam worden genoemd. Enkel 'aldus woordvoerder NS'.

### 3. Media in het onderzoek

Dagbladen landelijk:

Algemeen Dagblad

De Telegraaf

De Volkskrant

Trouw

FD het financieele dagblad

NRC Handelsblad

Nederlands Dagblad

#### Dagbladen regionaal:

Brabants Dagblad editie Tilburg en Den Bosch

Dagblad van het Noorden

De Limburger (editie Parkstad en Noord-Limburg)

AD Groene Hart, Woerden, Rotterdams Dagblad

De Gelderlander

Het Parool

Tubantia

Leeuwarder Courant

Eindhovens Dagblad

De Stentor

PZC

Friesch Dagblad

Leidsch dagblad

Helderse Courant

Zaanstreek Dagblad

Haarlems Dagblad

Dagblad Waterland

Noordhollands Dagblad, Schager, West-Friesland, Kennemerland,

Alkmaarsche Courant

IJmuider courant

Gooi- en Eemlander

Antilliaans Dagblad

#### Online

Nu.nl

#### Radio

Journal van:

BNR, 12 en 18 uur

NPO Radio 1, 12 en 18 uur

#### Televisie

Journal van:

RTL Nieuws, 19:30 uur

NOS, 20:00 uur

NOS Journal Regio, 18:15 uur

#### 4. Onderzoeksmethode

Informatie over de Global Media Monitoring Project-methode is te vinden op [Who Makes the News | GMMP Background](#). We hebben de [Long Coderingsheet](#) voor het onderzoek gebruikt. Op de website staat hoe de coderingsheet voor [kranten](#), [radio](#), [televisie](#) en [online](#) is te gebruiken. Een krant wordt dus niet volledig gecodeerd; de nadruk ligt op het nieuws van de dag. Wij hebben als extra vraag toegevoegd of mensen van kleur vertegenwoordigd zijn in de nieuwsitems. Later dit jaar volgt een uitgebreider rapport waarin deze vraag in de analyse meegenomen wordt.

## Uitspraken van vrouwelijke experts over hun media-ervaring

Dit onderzoek is gedaan voor het boek *Vaker in de Media, zo kom je als vrouwelijke expert in beeld*.  
Uitgever: Van Duuren Management (1 maart 2024)

Auteur Janneke van Heugten interviewde 50 vrouwelijke experts over hun media-ervaring. In dit document bundelt ze voor mediamakers uiteenlopende uitspraken die inzicht geven in de factoren die meewegen in het wel of niet meewerken bij een media-aanvraag.

Aan het woord zijn onder meer politicoloog Julia Wouters, televisiecolumnist Angela de Jong, internationaal hoofdeconoom ING Marieke Blom, fiscaal advocaat Khadija Bozia (toeslagenaffaire), directeur Stichting Vluchteling Tineke Ceelen, longarts Wanda de Kanter, columnist Emine Uğur en hoogleraar en terrorisme-expert Beatrice de Graaf.

Bronvermelding bij gebruik: boek *Vaker in de Media*.

Doel van het delen van de aanbevelingen en ervaringen is in de eerste plaats om het gesprek op de redactievloer te voeren over het verbeteren van de representatie van vrouwelijke experts in de media.

1. [Belang van representatie / rolmodellen / tegengaan stereotypen](#)
2. [Belang media-aandacht voor experts](#)
3. [Werkwijze/rol media](#)
4. [Interviewsetting](#)
5. [Afweging om 'ja' of 'nee' te zeggen](#)
6. [Nare reacties](#)
7. [Quotes overig](#)
8. [Contactgegevens geïnterviewden](#)



## 1. Belang van representatie / rolmodellen / tegengaan stereotypen

Ik voel een verantwoordelijkheid om altijd 'ja' te zeggen. Media klagen dat vrouwen te vaak niet beschikbaar zijn. Laat mij vooral die vrouw zijn die altijd 'ja' zegt. We hebben meer vrouwelijke deskundigen voor onze beeldbank nodig, zodat we het normaal gaan vinden. Netvliestraining om ons beeld van 'de deskundige' te veranderen.

- Julia Wouters, politicoloog

Rolmodellen zijn van cruciale waarde. Dan vallen kwartjes: dus zo kan het dus ook. De vertegenwoordiging van vrouwen is op alle plekken belangrijk. En daarom is het zo belangrijk dat vrouwen 'ja' zeggen als ze gevraagd worden door redacties. En zichtbaar zijn.

- Angela de Jong, televisierecensent en columnist Algemeen Dagblad

Toen ik zelf dat rolmodel werd – doordat er veel media-aandacht ontstond in 2008 omdat ik de eerste zwarte vrouw was die burgemeester werd – moest ik ook even slikken. Maar die herkenningfactor moeten we niet onderschatten. Representatie doet ertoe.

Alles begint met kansengelijkheid. Want iedereen doet en telt mee en iedereen is gelijk. Daarom: heb vertrouwen, houd koers en geef nooit op. Want als ik het kan, kan een ander het ook. En help andere vrouwen. Willen we positieve verandering, dan hebben we meer zusterschap nodig. Dat je aan elkaar denkt als er een interviewaanvraag binnenkomt die beter bij je vrouwelijke collega past. En haal een andere vrouw niet neer. Aan roddelen over een andere vrouw doe ik niet mee.

- Joyce Sylvester, bestuurder en politica

De maatschappij bestaat uit een heel divers palet van mensen. Het is heel gek als die niet vertegenwoordigd wordt door een breed palet aan wetenschappers. Dus ik denk dat het heel belangrijk is om die disbalans in de zichtbaarheid van mannen en vrouwen recht te trekken en vrouwen ook die plek aan tafel te geven.

- Lidwien Poorthuis, directeur en senior beleidsadviseur bij Landelijk Netwerk Vrouwelijke Hoogleraren (LNVH)

Toen ik mijn ambitie op de werkvloer duidelijk maakte, kreeg ik verbaasde reacties. Waarom kon ik niet dromen om hoogleraar te worden? Rolmodellen zijn niet alleen belangrijk voor jezelf. Het is minstens net zo belangrijk dat anderen voorbeelden zien van wat jij kunt worden. Anders ontbreekt die steun uit je omgeving.

- Rashmi Kusrkar, hoogleraar Inclusie en Motivatie in Medisch Onderwijs en Opleiden VU

De islamitische achtergrond van een bestuurder zou niet ter zake moeten doen. Het de hele tijd bijzonder maken dat ik als moslima bestuurder ben, gaat het normaliseren dat dit mogelijk is tegen. Iedere keer als je het gaat spotlighten maak je het bijzonder. Ik wil een rolmodel zijn door ook te laten zien dat je als vrouw en met mijn achtergrond serieus op de inhoud genomen wordt.

- Nadya Aboyaakoub - Akkouh, wethouder Amersfoort

Vrouwen staan vaak aan de voet van verandering. We moeten vrouwen niet alleen maar een stem geven omdat ze vrouw zijn. Maar ook omdat ze de progressie in onze maatschappij vertegenwoordigen. Ik vind vrouwen in de media noodzakelijk voor onze maatschappelijke ontwikkeling. Geen enkele vrouw moet haar mond houden. Elke vrouw is deskundig op een bepaald gebied. Als je media-aandacht kunt krijgen op een voor jou belangrijk punt dan moet je dat gewoon doen.

- Maaïke van der Aar, landelijk bestuurder FNV Jeugdzorg

Zichtbaarheid is het moment dat je erkenning krijgt voor de prestatie die je levert. Sporters willen daarnaast ook vaak impact maken door als rolmodel anderen te inspireren. Hoe ga je om met tegenslagen? Hoe ga je voor een prestatie? Sport is een parallel van het leven. Je kunt veel kracht putten uit het verhaal van sporters. Dan is het wel belangrijk dat ook vrouwen genoeg rolmodellen hebben waarmee ze zich kunnen identificeren.

- Marleen Vink - Rennings, marketingdirecteur Global Sports Communication

Wij hebben in Nederland echt een groter probleem dan in andere landen. Er is onderzoek geweest onder 66 landen naar de relatie die je hebt in je hoofd als je denkt aan bèta en techniek. Of je dan denkt aan mannen of aan vrouwen. Van al die 66 landen waren de Nederlanders kampioen sterkste verband leggen tussen bèta, techniek en mannen. We staan op plek nummer 1 en dat is eigenlijk een plek waar je niet wil staan. Hoe meer je in de media alleen mannen in een technische rol ziet, hoe sterker dat verband in je hoofd wordt. Door deze oververtegenwoordiging zijn we geneigd om kwaliteit in de techniek met name met mannen te associëren. En dat is schadelijk voor de kansen van vrouwen in onze branche.

- Sahar Yadegari, directeur-bestuurder VHTO

We moeten stoppen met verwachten dat vrouwen vooral lief en dienend zijn.

- Angela de Jong, televisierecensent en columnist Algemeen Dagblad

Dilan Yeşilgöz - Zegerius deed er in campagnetijd van alles aan om duidelijk te maken: ik zie er misschien uit als een Turks-Koerdische vrouw, maar vanbinnen ben ik een witte man. Best verdrietig dat ze op die manier de kiezer probeert gerust te stellen. Omdat we die witte man nog steeds sneller associëren met leiderschap. En ze premier wilde worden. Het is zo belangrijk dat we meer variaties in leiderschap op ons netvlies en in onze beeldbank gaan krijgen. Dan stoppen vrouwelijke leiders ook met zich te gedragen als witte mannen.

- Julia Wouters, politicoloog

Er wordt vaak voor de makkelijke weg gekozen. Het zit in mensen hun hoofd dat ze gewoon sneller aan mannen denken als ze een sportexpert zoeken. Laat meer vrouwen aan het woord om het stereotiepe beeld bij te stellen. En ga niet voor een vrouw om een genderhokje af te vinken. Ga voor de meest passende vrouwen. Goede vrouwen genoeg.

- Marleen Vink - Rennings, marketingdirecteur Global Sports Communication

Je bent als vrouw in de media altijd de afwijking, nooit de norm.

- Garjan Sterk, coördinator Gender and Diversity Studies Radboud Universiteit

Het is de kracht van het verschil waardoor we tot betere oplossingen komen. Daarom moeten we zo divers mogelijke stemmen in de media horen. Ik ben niet Meryem de directeur, ik kom waarde brengen. Belangrijke oplossingen die we nodig hebben.

- Meryem El Bouyahyaoui, CIO en directeur Informatiemanagement CIBG

Het heeft zichtbaarheid nodig dat ik als jonge vrouw vanuit de IT een positieve bijdrage lever en het verschil kan maken in de maatschappij. Het is zo zonde als we door verwachtingen van anderen ons laten remmen. Terwijl we voor de IT zo hard die verschillende invalshoeken nodig hebben.

- Meryem El Bouyahyaoui, CIO en directeur Informatiemanagement CIBG

Diversiteit gaat niet zozeer over het plaatje, maar over de inhoud. Een maatschappelijke discussie wordt beter en interessanter als daar vanuit zoveel mogelijk kanten aan wordt meegedaan. Dus verschillende ervaringen zijn belangrijk! Tenminste, als je bereid bent daarnaar te luisteren. Het plaatje is trouwens ook belangrijk, in die zin dat mensen zich betrokken en gehoord voelen als ze in de media mensen zien die op hen lijken.

- Lisa van Ginneken, voormalig Tweede Kamerlid

Het gaat erom dat mensen die zich met mij kunnen identificeren kunnen zien: zo kan het ook. Ook al ben je honderd keer afgewezen, gewoon doorgaan. Word je afgewezen, vraag waarom. Dat levert je belangrijke feedback op. Blijf laten weten dat je bestaat. Blijf erin geloven. Blijf posten op social. Op een gegeven moment lukt het en dan gaan de balletjes rollen.

- Lily Monori van Dijken, ambassadeur Pleegzorg Nederland en schrijver

Ook in ons hoofd zitten vastgeroeste beelden van de rol die we hebben in de maatschappij. Gedraagt een vrouw zich buiten deze rol, dan valt ze al snel buiten de groep. Omdat ze zich niet aan de regels houdt, dat vinden anderen eng. Als jij de regels breekt, dan geeft dat andere vrouwen een onveilig gevoel. Want jouw gedrag straalt ook op hun af! We zijn elkaars grootste criticus. Dat moeten we herkennen en blijven benoemen, want het is keihard nodig dat we buiten de lijnen kleuren.

- Liesbeth Tettero, coauteur Authentiek Leiderschap voor Vrouwen

Er is een discrepantie tussen hoe we naar goede leiders kijken en welke eigenschappen we toedichten aan een 'goede' vrouw. Hoe we vinden dat een vrouw moet zijn. Het wordt niet gezien als typisch 'vrouwelijk' gedrag als een vrouw ronduit stevig voor haar mening uitkomt. Daardoor ben je al snel een 'lastige' vrouw.

- Janka Stoker, hoogleraar Leiderschap en Organisatieverandering en directeur In the LEAD

Een man die aanschuift is onderdeel van de meerderheid en daardoor gewoon een persoon. Een vrouw valt op, is 'anders' en wordt meteen gezien als lid van die andere groep. Je representeert een groep (vrouwen), en over groepen bestaan allerlei stereotypen. Dat zorgt er eerder voor dat je op niet ertoe doende zaken beoordeeld wordt als je een interview geeft.

- Janka Stoker, hoogleraar Leiderschap en Organisatieverandering en directeur In the LEAD

We zien dat stereotiepe beelden veranderen doordat er steeds meer vrouwelijke rolmodellen zijn. De kenmerken die we toedichten aan een 'goede' leider zijn niet meer typisch exclusief 'masculien'. We zijn er nog niet, maar het speelveld wordt stap voor stap gelijkwaardiger.

- Janka Stoker, hoogleraar Leiderschap en Organisatieverandering en directeur In the LEAD

## 2. Belang media-aandacht voor experts

Op het moment dat je eenmaal bekend bent bij een bepaalde redactie, dan werken journalisten vrijwel altijd met dezelfde mensen. Die paar mensen die ze in hun telefoonlijst hebben staan. Hebben ze eenmaal een deskundige op jouw onderwerp, dan zoeken ze heel weinig verder. Het is de bedoeling dat je een namenbak hebt met heel veel diverse deskundigen. Vrouwen moeten zich vaker profileren en aanmelden. Als vrouwen ophouden om dat te doen, dan blijven de media in die beperkte kaartenbak kijken. Door media-aandacht hebt je invloed op de publieke opinie. We hebben ook onze eigen verantwoordelijkheid als we willen dat de maatschappij ons hoort. Dan moeten we dus ook zelf op het podium gaan staan. Dat podium heeft trappetjes en is best goed bereikbaar.

- Khadija Bozia, fiscaal advocaat en docent aan de Universiteit van Amsterdam

Ik ben fakkeldrager van een groot maatschappelijk onderwerp en wil hoop en perspectief bieden. De media zijn daar perfect voor. Je geeft mensen die hiermee ervaring hebben erkenning en inzicht. Ook mensen die nooit hulp durven te vragen. Door informatie te delen via media kun je ze al een stap verder helpen in het helingsproces.

- Iva Bicanic, directeur-bestuurder Centrum Seksueel Geweld

Media zijn een goed kanaal om voorlichting te geven over belangrijke gezondheidskwesties. Juist als er veel misverstanden bestaan. Je expertise is dan echt van nut.

- Elvira George, kinderarts

Je wordt serieuzer genomen als je vanuit je expertise in de media komt. Dat levert natuurlijk autoriteit op. Maar nog belangrijker vind ik om het maatschappelijke onderwerp op de kaart te zetten. Al help ik er maar één persoon mee, dan is dat al de moeite waard.

- Anne Abbenes, financieel psycholoog

Ik ben binnengekomen bij een van de beste sprekersbureaus doordat ik veelvuldig in de media kom. Nu sta ik tussen mijn eigen helden zoals Olcay Gulsen en Annemarie van Gaal. Dat was zonder publiciteit niet gebeurd.

- Anita Hubner, psycholoog

Ik ben er altijd verbaasd over als ik in de krant sta, hoeveel positieve reacties ik daarop krijg. Hoe herkenbaar mensen dingen vinden en hoe fijn ze het vinden dat er over gesproken wordt. Het is heel prettig om te horen dat mensen daar echt wat aan hebben.

- Marie-José van Tol, hoogleraar Cognitieve Neuropsychiatrie

Maatschappelijke, sociale impact maken wordt steeds meer gewaardeerd tijdens functioneringsgesprekken. Het publieke debat in de media voeren telt mee in je werk. Zo worden wetenschappers niet meer alleen maar afgerekend op wetenschappelijke publicaties.

Mediaoptredens worden gewaardeerd als onderdeel van het werk dat je zou moeten doen.

- Garjan Sterk, coördinator Gender and Diversity Studies Radboud Universiteit

Uiteindelijk wil een sponsor weten wat de mediawaarde van een atleet is.

Hoe vaak is die te zien bij bijvoorbeeld Studio Sport? Hoe vaak komt ze in de krant? Hoe meer je in de media komt, hoe meer je je kunt ontwikkelen.

- Marleen Vink - Rennings, marketingdirecteur Global Sports Communication

Het is belangrijk dat de lokale en regionale media de aandacht van mannelijke en vrouwelijke sporters al gelijk trekken. Hoe meer positieve aandacht je vanaf het begin in de media krijgt, hoe groter je netwerk wordt met mensen die je verder kunnen helpen.

- Marleen Vink - Rennings, marketingdirecteur Global Sports Communication

Het zou raar zijn om het onderzoek niet te delen met de groep waar het over gaat. Media zijn een belangrijk middel om deze groep te bereiken.

- Janka Stoker, hoogleraar Leiderschap en Organisatieverandering en directeur In the LEAD

Het geeft legitimiteit als iets in de media komt. De Kamerleden hebben dan iets extra's in handen om naar te verwijzen. Wil je verandering, dan helpt de druk van media-aandacht.

- Lisa Westerveld, Tweede Kamerlid

Publiciteit is een van de belangrijkste middelen die we hebben om politieke druk te zetten. We zoeken daarom regelmatig de media op om onze standpunten over de Bühne te krijgen. Media is niet altijd per definitie je vriend, maar je kunt het wel inzetten om je doel te bereiken. Je weet dat je media nooit 100 procent kunt regisseren. De media houden bijvoorbeeld het sentiment van de maatschappij tegen je verhaal aan. We gaan er vanuit dat die tegendruk er komt van de media. Dat geeft je ook ruimte om je verhaal duidelijk te vertellen en goed te onderbouwen.

- Maaïke van der Aar, landelijk bestuurder FNV Jeugdzorg

Mijn preventiemissie heeft publiciteit nodig. Om de vrouwen te bereiken. Soms in de media is het ineens heel hot en wil je je even verbergen onder een steen. Maar alles waait voorbij.

- Janneke Wittekoek, cardioloog en directeur HeartLife Klinieken

Publiciteit is zo belangrijk als je een missie hebt. Dan bereik je mensen buiten je kring. Als je eenmaal in de databanken van de media zit dan blijven ze je bellen.

- Maria Genova, expert cybercrime en privacy

Na de publicatie van ons opiniestuk kregen wij heel veel steun. Vooral ook van mensen en beroepsverenigingen die daar niet open over durven reageren kregen we persoonlijke berichten. Zij geven aan om door te zetten. Er lijken deuren open te gaan.

- Cecile de Roos, arbeids- en organisatiedeskundige en werkstressonderzoeker

Je wilt kennis overdragen, je wilt je netwerk vergroten, je wilt zichtbaar zijn; wat je nodig hebt om voet aan de grond te krijgen voor een geweldig idee. Als je echt iets wil bereiken, dan heb je de media nodig. Het is heel raar als je dan zegt: Ik heb er geen zin in en ik heb er geen tijd voor. Ook ik

deed het allemaal naast mijn werk. Ik kan veel tegelijk doen door niet voor perfectionisme te gaan.  
- Wanda de Kanter, voorzitter Rookpreventie Jeugd en longarts

Media blijven voor mij een van de grootste spreekbuizen om mijn boodschap naar buiten te brengen. Je zal nooit door iedereen aardig gevonden worden. Dus waarom zou je daar energie in steken? Richt je op je eigen verhaal en boodschap.  
- Heleen Lansink - Marissen, boerin en adviseur Landbouw

Je wilt niet dat je onderzoek in een la belandt. Ik voel de maatschappelijke plicht om de uitkomsten van een onderzoek te vertalen naar verschillende soorten publiek. Dus niet alleen in wetenschappelijke tijdschriften, maar ook in nieuwsmedia en vakbladen. Als onderzoeken in de media komen, kan dat invloed hebben op toekomstig beleid. Niet alleen bij je eigen organisatie. In ons vakgebied heeft het bijvoorbeeld ook invloed op keuzes die zorgverzekeraars maken. Wij laten zien wat de beste bewezen zorg is die vervolgens vergoed kan worden.  
- Stynke Castelein, bijzonder hoogleraar Herstelbevordering bij ernstige psychische aandoeningen aan de Rijksuniversiteit Groningen en hoofd Onderzoek bij Lentis

Publiciteit voor mijn theatertour had echt effect. Eerst dacht ik dat de promotie vanuit het theater zelf voldoende zou zijn. Toen was de helft van de kaarten nog niet verkocht. Na alle publiciteit konden we het toch nog uitverkocht afsluiten.  
- Agnes Lensing - van de Ven, boerin en ledenraadslid Agrifirm

Met de media-aandacht voor een onderzoek kun je ook steun bieden. Aan patiënten, maar ook aan hun omgeving. Zij zeggen dan ook wel: Wij ervaren dit al lang, maar zo fijn dat het nu ook wetenschappelijk bewezen is.  
- Stynke Castelein, bijzonder hoogleraar Herstelbevordering bij ernstige psychische aandoeningen aan de Rijksuniversiteit Groningen en hoofd Onderzoek bij Lentis

Publiciteit is elke keer weer een mooie kans om je verhaal te vertellen. Laat mij maar doorgaan. Juist om die verhalen, de filosofie uit te dragen. Te vertellen over hoe belangrijk ons werk is.  
- Ellen Brudet, bedenker en eigenaar Colourful Goodies

Toen ik uitgevers benaderde, had ik een streepje voor omdat ik al in de media kwam. Je verkoopt meer boeken als die zichtbaarheid er is.  
- Suzanne Meijers, advocaat arbeidsrecht

### 3. *Werkwijze/rol media*

Soms is het wel heel makkelijk voor een journalist om een wetenschapper waar hij of zij al een goed interview mee heeft gehad ook voor een ander onderwerp te vragen, terwijl die wetenschapper daar dan geen expertise op heeft. Ik zie dat bij mannen nog wel eens gebeuren. Mannelijke wetenschappers zouden wel eens wat vaker 'nee' mogen zeggen om de geloofwaardigheid van de wetenschap te bewaken.

- Janka Stoker, hoogleraar Leiderschap en Organisatieverandering en directeur In the LEAD

Het is ook aan mannen op de redactie om steviger voor de positie van vrouwelijke experts in de media te gaan staan.

- Karim Amghar, televisiepresentator en programmamaker

Er worden nog te weinig stappen gezet door witte journalisten om het netwerk te diversificeren. Ze zien representatie onvoldoende als hun verantwoordelijkheid. Bij redacties ontbreekt het vaak aan een langetermijnbeleid om representatie te bewerkstelligen. Het gaat uiteindelijk echt over het fundament van een organisatie. Het gaat niet over een expert hier, een expert daar. Het gaat erover dat je in de kern van je organisatie inclusief gaat werken.

- Sanne Breimer, journalist en oprichter van Inclusive Journalism

In de media gaat het wat mij betreft te vaak over wie wat van de ander vindt. Dat gaat ten koste van de ruimte die er is voor inhoudelijke diepgang die veel onderwerpen, zoals de jeugdzorg, wel verdienen.

- Lisa Westerveld, voormalig Tweede Kamerlid

Redacties moeten meer kijken wie er het meest ontbreekt. Ga van daaruit werken aan een betere representatie. Vaak zie je dat dezelfde groepen vertegenwoordigd worden. Er worden nog steeds zoveel mensen vergeten. Redacties moeten uit hun bubbel komen en openstaan om ook andere databases te gaan gebruiken.

- Garjan Sterk, coördinator Gender and Diversity Studies Radboud Universiteit

Er zitten nog steeds teveel mensen vanuit de normgroep aan de top die beslissen over wie er aan de tafels mag zitten. Bij hen lijkt er nu een punt bereikt waarop ze denken: 'Het worden er best veel. Ik zie er nu genoeg, volgens mij zijn we er'. Dat duidt op wat we ook kennen uit de literatuur als de angst van de normgroep voor het verliezen van de eigen machtspositie. Ik vermoed zelf dat dat ook ten grondslag ligt aan waarom het nu veel langzamer gaat dan voorheen met de representatie van vrouwen. De rek is er niet uit. Er moet gewoon weer harder getrokken worden. Als je stopt met het trekken aan het elastiekje, knalt het weer terug naar de situatie waar we eerst in zaten.

- Lidwien Poorthuis, directeur en senior beleidsadviseur bij Landelijk Netwerk Vrouwelijke Hoogleraren (LNVH)



Het is belangrijk dat de lokale en regionale media de aandacht van mannelijke en vrouwelijke sporters al gelijk trekken. Hoe meer positieve aandacht je vanaf het begin in de media krijgt, hoe groter je netwerk wordt met mensen die je verder kunnen helpen.

- Marleen Vink - Rennings, marketingdirecteur Global Sports Communication

Media laten niet zien hoe het in werkelijkheid zit, want ze doen niet hun best om vrouwen te vinden. Er zijn echt heel veel gekwalificeerde vrouwen in bèta, techniek en IT en die zitten niet aan de tafels. De veronderstelling dat je als media alleen een neutrale weergave van de werkelijkheid biedt, klopt niet. Je bent niet neutraal. Je bent het niet alleen maar aan het weergeven. Je bent ook iets aan het maken en construeren en dan moet je wel heel goed nadenken over je eigen verantwoordelijkheid.

- Sahar Yadegari, directeur-bestuurder VHTO

Ga als redacteur eens met vrouwelijke wetenschappers in gesprek over hoe zij het prettig vinden om uitgenodigd te worden. Ik denk dat de media nog vastzitten in een oude manier van mensen benaderen, die gestoeld is op een bolwerk van mannen. En ik denk als je je manier van vrouwen benaderen aanpast, dat zij zich daar ook meer in herkennen en eerder 'ja' kunnen zeggen. We moeten af van het soort stereotype bevestigend mechanisme dat als een vrouw een keer 'nee' zegt, omdat zij ook gewoon 80 uur in de week werkt en hartstikke druk is, dat dan met haar vrouw-zijn te maken heeft.

- Lidwien Poorthuis, directeur en senior beleidsadviseur bij Landelijk Netwerk Vrouwelijke Hoogleraren (LNVH)

Kijk je naar wie aan het woord komen in de Nederlandse media, dan zie je vaak één perspectief. Dat van de bevoorrechte witte man en soms ook steeds meer witte vrouw. Ik zie toch wel heel veel mensen die het goed voor elkaar hebben die de anderen even gaan vertellen hoe het zit. We hebben meerstemmigheid nodig. Dus niet alleen maar meer vrouwen, maar ook meer vrouwen van kleur en meer vrouwen uit de regio. Vrouwen met verschillende levenservaringen en verschillende inzichten vanuit hun professionele werkomgeving. En dat we vrouwen zien die vanuit kennis en levenservaring spreken.

- Petra Stienen, adviseur mensenrechten, auteur, voormalig senator en diplomaat

De Nederlandse media ervaar ik als een gesloten bubbel waar ik niet doorheen kom. Terwijl mijn onderwerp actueel is en van maatschappelijk belang. Ik breng een ander perspectief mee. Binnen mijn vakgebied word ik nationaal en internationaal veel gevraagd om mijn visie en onderzoeken. Ik zou graag de kans krijgen om mijn perspectief in de media met de samenleving te delen. Maar de media is niet inclusief. Als vrouw met een andere etnische achtergrond loop je tegen een muur. Ik hoop dat de Nederlandse media nieuwsgieriger worden naar wat ze kunnen leren van een deskundige die naast zicht op de Nederlandse situatie, ook een internationale blik te bieden heeft.

- Rashmi Kusrkar, hoogleraar Inclusie en Motivatie in Medisch Onderwijs en Opleiden VU

De media is bij uitstek de plek waar je rolmodellen ziet en daarom is representatie in de media

belangrijk. Vrouwelijke experts moeten elkaar daar onderling in steunen maar ik begrijp ook dat het lastig is voor vrouwen om aan te schuiven aan de talkshowtafel als je daarna online haat over je heen krijgt. De grootste verantwoordelijkheid ligt daarom bij de media om bestaande formats kritisch te bekijken: werkt het nog in deze tijd of moeten we iets anders bieden om representatie voor elkaar te krijgen? Hoe ga jij een klimaat creëren waarin het voor de vrouwelijke expert uitnodigend is om aan tafel te gaan zitten? Durf onder de loep te nemen wat voor structuur we eigenlijk gecreëerd hebben waarin dit mogelijk is. Waar komt het vandaan en moet dat niet veranderen?

- Sanne Breimer, journalist en oprichter van Inclusive Journalism

Publiciteit en zichtbaarheid voor vrouwen in de wetenschap is echt cruciaal. Zeker omdat wetenschappers steeds meer beoordeeld worden op hun zichtbaarheid in de media. We zien alleen dat vrouwen veel minder vaak door de redacties uitgenodigd worden aan de tafels. Het kost meer moeite om hun werk zichtbaar te krijgen in de media en dat heeft effect voor hen. Ook in hoeverre ze in aanmerking komen voor promotie bijvoorbeeld. Ik zie ook zelf graag dat er meer vrouwen in hun rol als expert aan tafel komen, en niet zozeer in hun rol als vrouw in deze samenleving.

- Lidwien Poorthuis, directeur en senior beleidsadviseur bij Landelijk Netwerk Vrouwelijke Hoogleraren (LNVH)

Ik heb jarenlang de radioredacties bij de KRO aangestuurd. Het lukte ons wel om vrouwelijke experts aan tafel te krijgen. Dus kom niet aan met dat vrouwen niet willen. Als de ene vrouw niet wil, ga dan voor een andere vrouw. Het lukte mij eind jaren negentig al, door als eindredacteur het belang te benadrukken. Vrouwen manifesteren zich steeds meer als expert, dus het zou alleen maar makkelijker moeten zijn om ze ook dat podium te geven.

- Marga Miltenburg, directeur Sprekersbureau ZijSpreekt

We moeten kritischer kijken naar hoeveel de media invloed hebben op een andere mening. De media framen wat wij krijgen te zien en zijn te veel sturend. Hoe het verhaal wordt gegeven, welke foto's er worden geplaatst, wie wordt er uitgenodigd. Het beïnvloedt hoe wij de wereld zien, maar zij bepalen dat kader. Je ziet toch meestal dezelfde personen in de media verschijnen. Mensen die niet altijd de juiste kennis en expertise in huis hebben. Mensen met afstand tot hoe het daadwerkelijk gaat. Ik denk dat de media er voor iedereen zijn. We willen niet alleen maar de hoge piefen horen, maar ook de normale mens. Laat een dwarsdoorsnede van de maatschappij aan het woord.

- Khadija Bozia, fiscaal advocaat en docent aan de Universiteit van Amsterdam

Ben je een witte journalist? Dan hoop ik dat je je collega van kleur koestert en niet overvraagt. Zet zelf stappen om meer verschillende experts, en dus ook vrouwen van kleur, te benaderen en leun niet te veel op het netwerk van je gekleurde collega.

- Sanne Breimer, journalist en oprichter van Inclusive Journalism

Als journalist streef je er altijd naar vanuit objectiviteit of neutraliteit een verhaal te brengen. Maar volledig objectief zul je nooit worden. Een goede journalist kan niet zonder zelfreflectie. Waar mis ik

dingen? Waar is mijn netwerk niet zo uitgebreid? Je hebt altijd een bepaalde plek die blinde vlekken met zich meebrengt. Dat is logisch, maar wees je daarvan bewust.

- Sanne Breimer, journalist en oprichter van Inclusive Journalism

Ik vind het jammer dat het format van talkshows niet meer is zoals ik in het begin ken van Pauw & Witteman en DWDD. Toen was er veel meer ruimte om echt je verhaal te vertellen. Soms zelfs 15 tot 20 minuten een op een met de presentator als het onderwerp daarom vroeg. Dat is nu niet meer. Door de snelheid waar alles nu mee gaat, wordt het teruggebracht naar: Ben je voor of tegen een staakt het vuren? Ben je voor of tegen een sanctie? Ik denk dan: wat boeit het of ik voor of tegen ben? Je wilt toch weten wat het verhaal erachter is. Hoe het zit? Normatieve meningen vind ik eigenlijk heel erg oninteressant. Die worden pas interessant als een rechter iets uitspreekt. Ik vind ook dat wat een willekeurig iemand ergens van vindt minder groot gemaakt mag worden in de media.

- Beatrice de Graaf, Hoogleraar geschiedenis en terrorisme-onderzoeker

#### 4. Interviewsetting

Ik krijg vragen die mannen nooit zullen krijgen, zoals: 'Je hebt een dochter en gaat vaak op reis. Hoe doe je dat?' Dan zeg ik: 'Zo'n vraag krijgen mijn mannelijke collega's nooit. Waarom stel je die wel aan mij?' Het is ook een kwestie van de interviewer opvoeden hierin. Het is hun werk om kritisch naar jou te zijn. Maar andersom mag je dat net zo goed zijn. Doe het vriendelijk en beleefd. Met een glimlach op je gezicht gaat het echt niet ten koste van de sfeer.

- Tineke Ceelen, directeur Stichting Vluchteling

Humor is je beste wapen tegen vragen die mannen nooit zouden krijgen.

- Carolien Gehrels, directeur Energietransitie Arcadis

Mannen worden te weinig gecorrigeerd op mansplaining. Het is de rol van de gespreksleider, maar die laat deze taak vaak liggen. Waardoor de man met deze manier van reageren de vrouw weg kan zetten als onkundig en een slechte spreker. Hij maakt haar kennis onzichtbaar in het gesprek en neemt haar plek in. Dit is ontzettend schadelijk en demotiverend voor vrouwen. Als vrouw sta je met je rug tegen de muur. Benoem je mansplaining dan ben je de lastige en vervelende vrouw en dan gaat daar de aandacht naar. Terwijl je er zit omdat je vanuit je expertise een waardevolle bijdrage wil leveren. Je zit er niet, omdat je zo graag volwassen mannen wil opvoeden.

- Garjan Sterk, coördinator Gender and Diversity Studies Radboud Universiteit

Als een man gaat uitleggen wat een vrouw eigenlijk gezegd heeft, neemt hij haar positie in. Een man doet dan alsof de vrouw onvoldoende expertise heeft en het niet goed weet te vertellen. Mannen doen dit niet bij elkaar en vrouwen doen dit ook niet bij mannen. Tijdens een interview wil je geen tijd voor je eigen onderwerp verliezen door een punt van mansplaining te maken. En je bent al snel de vervelende vrouw. Lijdzaam over je heen laten lopen, is aan de andere kant ook niet goed. Gebruik je lichaamstaal. Rol met je ogen. Een goede gespreksleider neemt alle informatie mee aan tafel. Ook lichaamstaal.

- Garjan Sterk, coördinator Gender and Diversity Studies Radboud Universiteit

Ik vind het zonde als ik van mijn vakinhoud af word gehaald als ik een interview geef. Van die zijpaadjes zoals 'hoe doe je dat als vrouw met je kinderen'. Dan denk ik: daar hebben jullie mij niet voor uitgenodigd.

- Meryem El Bouyahyaoui, CIO en directeur Informatiemanagement CIBG

Je wil vanuit de inhoud een bijdrage leveren. Ook in de media. En niet een soort window dressing zijn.

- Meryem El Bouyahyaoui, CIO en directeur Informatiemanagement CIBG

Journalisten zijn veel meer op gevoel van mensen gaan zitten waardoor de feiten te vaak onbesproken raken. Zet je mensen tegenover elkaar die geen gelijke mate van deskundigheid hebben puur om de discussie op te laten laten? Dan krijg je een valse balans tussen gevoel en de feitelijke waarheid. Zet tegenover een vrouwelijke wetenschapper niet iemand met weinig kennis die daar

vooral zit om te schoppen. Daar help je het onderwerp niet mee en je ondermijnt ook nog eens de positie van de vrouw.

- Sanne Breimer, journalist en oprichter van Inclusive Journalism

Als ik mag kiezen praat ik liever over mijn vak en mijn professie dan dat er tijdens een interview wordt ingezoomd op mijn vrouw-zijn. Voorheen gaf ik meer ruimte aan de interviewer. Ja, ik werk gewoon fulltime. En ja, ik ben ook een paar avonden niet thuis. Dan zie je dat ze je op een bepaalde manier aankijken en vervolgens vragen: 'Wat vinden je kinderen daarvan?' Dat laatste stukje, dat hoeft van mij niet. Dan denk ik: dit vraag je toch ook niet aan een man?

- Marieke Mentink, directeur Dura Vermeer, Divisie Bouw en Vastgoed

De lat ligt hoger voor vrouwen. Vrouwelijke deskundigen komen al nauwelijks vanuit hun beroep aan de talkshowtafel. Schuiven ze aan, dan krijgen ze andere vragen. En als je dan niet goed uit je woorden komt of iets zegt wat niet klopt, ben je niet de deskundige die een fout maakt, maar de vrouw die een fout maakt. Vrouwen die struikelen worden in een stereotiepe frame gestopt dat onze beelden bevestigt dat ze daar eigenlijk niet hoort te zijn. Doordat media de ruimte om fouten te maken kleiner maakt, is ook de ruimte om te leren kleiner. Het potentieel dat we daardoor verliezen als samenleving is echt heel zonde. De media hebben een grote verantwoordelijkheid om te zorgen dat de setting waarin vrouwen interviews geven gelijkwaardig is.

- Sahar Yadegari, directeur-bestuurder VHTO

Ik denk dat media meer moeten stilstaan bij het soort vragen ze aan iemand stellen, hoe ze iemand profileren en dat ze daarin last hebben van hun eigen vooroordelen. Een vrouw in de techniek is in de Nederlandse media een zeldzaamheid. Het is bijna een bezienswaardigheid waardoor zo 'n journalist star-struck is of zich gewoon geen raad weet. En dus lepelt die alle vooroordelen op die die kent uit puur onvermogen. Daarmee bevestig je allerlei beelden en zet je de vrouw terug in de stereotiepe positie van de vrouw in plaats van de kundige professional.

- Sahar Yadegari, directeur-bestuurder VHTO

Heel uitgesproken zijn genereert aandacht. Maar ik zou ervoor waken om alleen maar in soundbites te praten. Volgens mij heeft ook het publiek steeds vaker behoefte aan de inhoud. De meningenfabriek, die een debat bij een talkshow vaak is, gaat voorbij aan de verdieping en het gesprek. Ik denk dat vrouwen vaak liever voor verdieping kiezen.

- Emine Uğur, columnist Trouw en beleidsadviseur Den Haag

Ik denk dat alle vrouwelijke wetenschappers het op prijs stellen als ze ook daadwerkelijk om hun expertise uitgenodigd worden en ook daarnaar vraagt. Dus als de verwachting gelijk is aan het daadwerkelijke interview. En dat zien we nu heel vaak niet gebeuren. Een vrouwelijke wetenschapper wil gewoon weten wat ze kan verwachten. En ze wil de ruimte krijgen om echt haar expertise voor het voetlicht te brengen zonder dat ze zes keer wordt onderbroken door dan wel de host, dan wel andere tafelgasten.

- Lidwien Poorthuis, directeur en senior beleidsadviseur bij Landelijk Netwerk Vrouwelijke Hoogleraren (LNVH)

Als de redactie iemand tegenover mij zet alleen maar voor het spektakel, werkt dat niet motiverend. Zeker als het iemand is die alleen maar is uitgenodigd om ertegenin te gaan, ongeacht wat ik zeg. Dat gaat ten koste van de inhoud. Als de redactie van tevoren niet transparant is over het inbrengen van een felle tegenspreker die voorbij gaat aan de inhoud is dat kwalijk.

- Devika Partiman, directeur stichting Stem op een Vrouw

Kom je in een talkshow met allemaal vrouwen aan tafel? Bedenk goed wat de redactie eventueel van plan is. Laat je niet tegen elkaar uitspelen. Ga elkaar geen vliegen afvangen en spreek af dat je elkaar laat uitspreken. Daar ben je allemaal bij gebaat. Vorm een front. Het laatste wat je wil is dat je het stereotype van het kippenhok met elkaar bevestigt.

- Angela de Jong, televisierecensent en columnist Algemeen Dagblad

Vrouwen moeten de vriendelijk-en-vaardig-balans goed in de gaten houden. Als je te vriendelijk bent, dan had je net zo goed niet aan tafel hoeven te gaan zitten. Dan zit je er als het lekkere ding van dienst om de boel op te fleuren. Ben je te doortastend? Dan ben je de bitch en krijg je een lading shit over je heen. Het is een kwestie van balanceren. Claim je plek met een glimlach. Besef dat debatteren geen strijd is om het gelijk, je gaat je tegenstanders niet overtuigen. Het is meer een soort rituele dans om het publiek gunstig te stemmen.

- Liesbeth Tettero, coauteur Authentiek Leiderschap voor Vrouwen

Is in een programma het enige doel om te scoren en het liefst over mijn rug? Dan kom ik de volgende keer niet meer vanuit Maastricht naar Amsterdam gereden. Ik heb daar gewoon geen tijd voor. Luis je mij erin? Dan ben je mij kwijt. Waarom wil je dat ook als redactie? Je verliest mensen die heel deskundig zijn. Die moeite doen om naar een programma toe te komen. En tijd vrijmaken om de redactie te helpen aan een goed onderwerp. Dat je kritisch wil zijn op de thema's waarop je ze vraagt is prima. Dat is ook journalistiek. Maar hou het wel integer. Bij Jinek is de redactie bijvoorbeeld altijd betrouwbaar en weet je dat je een goed gesprek aan tafel hebt. Dan zeg je gewoon sneller 'ja'.

- Rianne Letschert, bestuursvoorzitter Universiteit Maastricht

Één ding erger dan dat je niet aardig gevonden wordt, vind ik dat je niet serieus genomen wordt. Wil je serieus genomen worden, dan zal je af en toe fictief met je ellebogen moeten werken en de ander onderbreken. Als je denkt: nu gaan ze echt te ver, sla een piketpaal. Ik krijg bij Johan Derksen aan tafel

dan bijvoorbeeld wel als reactie: 'Ik ben nu aan het woord'. Maar soms is het gewoon te belangrijk om iets wat hij zegt wat niet klopt meteen even te markeren. En dan te denken: oké, dan komen we hier zo meteen op terug, maar ik heb het wel vast even gemarkeerd.

- Angela de Jong, televisierecensent en columnist Algemeen Dagblad

Als je als vrouw te gespierd bent, dan vinden mensen er iets van. Of als je te veel make-up draagt, vinden mensen er iets van. Rond prestaties komen heel veel emoties los. Even later moet je al voor de microfoon staan. Dat is al pittig. Behandel vrouwelijke sporters in ieder geval als journalist gelijkwaardig. Ze krijgen al genoeg over zich heen op social media.

- Marleen Vink - Rennings, marketingdirecteur Global Sports Communication

Als iemand zelf al een stereotype beeld heeft van de vrouw, van autisme of van de zwarte vrouw, dan heeft dat vaak invloed hoe je geframed wordt. Het is dan harder werken om de toon en het beeld bij te schaven.

- Chanel Matil Lodik, auteur van Het antiracismehandboek

Voor vrouwen is het heel belangrijk om aardig gevonden te worden. Als je niet aardig gevonden wordt, gaat dat meteen ten koste van je gunfactor. En je wordt als minder geschikt gezien. Vrouwen zijn niet van nature pleasers. Dat moeten we zijn, zodat er naar ons geluisterd wordt. Daarom helpt het je om je tijdens een mediaoptreden die groep te visualiseren die jou aardig vindt. Voor die groep doe je het en niet voor de groep die het nooit eens met jou zal worden. Die mindset is belangrijk. Dan zit je er steviger.

- Julia Wouters, politicoloog

Dan heb je een mooi interview gegeven en komt er vervolgens een hele zure kop boven. Met als excuus dat de koppenmakers daarover gaan. Waarom moet dat überhaupt? Het leven heeft die zuurheid niet nodig. Dan heb je een goed interview met goede inhoud en dan staat er een kop boven die nergens op slaat? Ik heb een goede verhouding met de media, maar soms begrijp ik toch niet waarom het lijkt alsof er maar gescoord moet worden. Volgens mij zitten heel veel mensen daar echt niet meer op te wachten. Dat pluggen van mediacontent op deze manier vind ik wel lastig.

Ik wil het liefst mijn eigen woordvoering doen op thema's waarvan ik ook vind dat ik gewoon ook bekritiseerd mag worden. Maar als je dan af en toe ziet wat er dan uitkomt, dan denk ik: waarom? Dan ga je wel mensen terughoudend richting media zien optreden. Dat is toch jammer?

- Rianne Letschert, bestuursvoorzitter Universiteit Maastricht

Je wilt niet de boksbal van het gesprek worden. Zeker als je over een gevoelig onderwerp als vluchtelingen spreekt, kan dat makkelijk gebeuren als je je onvoldoende informeert en voorbereidt. Zorg dat je weet wie er bij je aan tafel zit!

Ik vind het heel gezond om niet op alle uitnodigingen 'ja' te zeggen. Het gebeurt regelmatig dat redacties ervaren debaters tegenover sprekers zetten die voor het eerst op tv zijn of nauwelijks

ervaring hebben met live media. Wees kritisch, verzeker je ervan dat je een eerlijke kans krijgt in zo'n interview.

- Tineke Ceelen, directeur Stichting Vluchteling

Media willen ook graag een mooi ronkend verhaal. Als we het vertrouwen in de wetenschap groot willen houden, dan moeten we geen luchtkastelen bouwen. Zelfs als we in eenvoudige oneliners moeten praten, blijft de nuance ook belangrijk. Maar ik moet natuurlijk wel te volgen zijn. Dus dat is de balans.

- Marie-José van Tol, hoogleraar Cognitieve Neuropsychiatrie



### 5. Afweging om 'ja' of 'nee' te zeggen

Ik zeg het liefst 'ja' tegen media waarbij ik mij kan vinden in de ethiek van het medium. Als ze zorgvuldig omgaan met mijn boodschap. Hoe meer er op de sensatie wordt gezeten, hoe minder aantrekkelijk het is om mee te werken. Ook omdat het dan meer tijd en energie kost om te zorgen dat je boodschap overeind blijft.

- Chanel Matil Lodik, auteur van Het antiracismehandboek

Ik word als vrouw liever niet gevraagd als het gaat om discriminatie binnen de belastingdienst, omdat ik een hoofdhoek draag of omdat ik een Marokkaanse achtergrond heb. Ik wil het als belastingexpert best wel hebben over andere aspecten binnen het belastingrecht. Het item hoeft niet steeds gekoppeld te worden aan mijn achtergrond. Mensen met een buitenlandse achtergrond zijn bijvoorbeeld medisch specialist of oncoloog, maar worden slechts gevraagd als het onderwerp gaat over niet-westerse patiënten.

- Khadija Bozia, fiscaal advocaat en docent aan de Universiteit van Amsterdam

Hoe gevoeliger de situatie waar het over gaat, hoe meer je kijkt naar hoe de verschillende media het eventueel kleuren. In het kiezen welke media we benaderen, houd ik rekening met hoe integer de media met het verhaal omgaan. Dus liever een minder groot bereik en dat het verhaal blijft staan.

- Maaïke van der Aar, landelijk bestuurder FNV Jeugdzorg

Bij DWDD hebben ze mij wel eens gevraagd voor een onderwerp waar ik echt niets van weet. Ik vroeg dan waarom ze mij vroegen. Omdat je altijd zo leuk en gezellig bent, was het antwoord. Er is veel vraag naar een leuke vrouw met een mening. Maar ik ga geen mening geven over een onderwerp waar ik echt totaal niets van weet.

- Roos Schlikker, schrijver, journalist en columnist

Als ik voel dat er een wederkerigheid is in respect en dat ik het artikel voor publicatie mag zien, zeg ik 'ja' tegen het interview.

- Angélique Duijndam, preventiemedewerker Antidiscriminatiebureau Zeeland

Ik heb wel eens 'nee' gezegd tegen interviews als de insteek was om tegen de zorgprofessionals aan te schoppen. Daar is mijn zaak niet mee geholpen. We willen verbindend zijn, onafhankelijk en met een vriendelijke tone of voice. Ik wijs een interviewaanvraag af, als ik merk dat de insteek niet helpt om dichterbij ons doel te komen.

- Mirjam Kaijer, journalist en oprichtster Voices for Women

Een media-optreden hoeft niet alleen maar in media zoals Jinek en Nieuwsuur te zijn. Ik werk mee als ik voel dat ik van toegevoegde waarde ben. Ook in de regionale media. Uiteindelijk zijn we een regionale universiteit en kunnen we op die manier ook in de regio ons geluid laten horen.

- Rianne Letschert, bestuursvoorzitter Universiteit Maastricht

Het is nooit omdat ik zelf graag op de televisie of in een krant kom, moet ik heel eerlijk zeggen. Want het kost best veel tijd. Het komt bovenop mijn 80-urige werkweek. Maar als het een belangrijk thema is dat mij, mijn expertise en de universiteit raakt, maak ik er tijd voor vrij.

- Rianne Letschert, bestuursvoorzitter Universiteit Maastricht

Als ik echt niets van het onderwerp weet en het niets toevoegt aan waar ik mee bezig ben, zeg ik 'nee'. Ik heb ook een keer bedankt voor een uitnodiging van Buitenhof. Mijn tegenstander was zeer ervaren in het debat voeren en ik had daar toen nog nauwelijks vlieguren in gemaakt. Inhoudelijk zit het goed, maar je moet wel spelers met vergelijkbare ervaring tegenover elkaar zetten. Als je onderuit gaat, kan het je nog lang achtervolgen.

- Chantal Schinkels, expert social tech en e-commerce

Heb je een goed verhaal en vind je dat je daarmee iets te bieden hebt? Zeg dan ook 'ja' als de journalist om 18:00 uur belt. Een no-go vind ik als je een journalist afwijst met het excuus dat je bijvoorbeeld de kinderen van de opvang moet halen. Dat is gewoon niet handig. Zeg gewoon dat je het een en ander moet verschuiven en dat je 5 minuten later terugbelt of het gelukt is. Als je echt zichtbaar wil zijn en de meerwaarde ziet van publiciteit, regel het dan. Zorg dat je omgeving rekening houdt met dat je altijd in een situatie kan komen waarin een ander iets van je over moet nemen.

- Marianne Smitsmans, wethouder Roermond

## 6. Nare reacties

Sta ik in de krant, dan reageren mensen voornamelijk op mijn foto. Dat vind ik vervelend, want je zegt vaak een heleboel inhoudelijke dingen. En je moet dan maar net geluk hebben dat ze een beetje een toonbare foto van je gebruiken. Laten we eerlijk zijn. Soms als ik in de Kamer aan het praten ben, dan trek ik gewoon een gek gezicht. En dan wordt net die foto erbij geplaatst. Dan krijg je dus alleen maar daar reacties op. Dat je zo gek kijkt op die foto.

Er is ooit een foto van mij gemaakt waarop ik een beetje décolleté had. Die foto leverde heel veel reacties op waar je echt niet op zit te wachten. Ik heb verschillende media om die reden gevraagd deze foto niet meer te gebruiken en ook verzocht of de foto uit de ANP beeldbank gehaald kan worden. Volledige zekerheid dat hij niet meer ergens oppopt en de reacties daarna weer komen, heb ik niet.

- Lisa Westerveld, Tweede Kamerlid

Ik krijg niet alleen nare reacties, maar ook bedreigingen als ik vanuit mijn expertise aan de talkshowtafel het nieuws duidt. Dat maakt het niet aantrekkelijker om je stem te laten horen. Het mag alleen nooit de bedoeling zijn weg te duiken. We moeten juist met elkaar een front vormen. En elkaar helpen. Wees geen bystander. Zie je dat andere vrouwen op X, social media, op de werkvloer of waar dan ook mikpunt worden van een hetze? Ga naar ze toe. Stuur ze een bericht. Laat weten dat je er bent en vraag gewoon: wil je dat ik reageer, het voor je opneem? Soms gaan dingen echt veel te ver en dan is het fijn als anderen het voor je opnemen. Als meer mensen dat tegelijk doen, krijg je het schoolpleineffect. Als er meerdere mensen voor jou gaan staan en de bully aanspreken, stopt het meestal eerder. De bully is vaak heel laf en bij te veel mensen tegenover de bully, druipt die af. Dat is echt wel iets wat we voor elkaar kunnen doen als een vrouw een lawine modder over zich heen krijgt.

- Beatrice de Graaf, hoogleraar geschiedenis en terrorisme-onderzoeker

In de loop van de jaren is het aantal en de ernst van de bedreigingen hard toegenomen. Zeker op de sociale media. X, het voormalige Twitter, is het ergste. Soms haal ik mijn account 30 dagen offline, dan trekt de scheldende en bedreigende goegemeente verder. Ik houd inmiddels wel rekening met de mogelijke gevolgen van een Tweet. Soms kies ik ervoor iets dan maar niet te zeggen.

- Tineke Ceelen, directeur Stichting Vluchteling

Als je dan op televisie bent geweest, dan loopt je mailbox vol met commentaar op je uiterlijk. Mails met 'die mevrouw met dat gekke haar'. Ik zat daar toch niet om topmodel te zijn? Daarvoor ben ik niet gevraagd. Ik denk dat een man dat niet zoveel krijgt. Mailtjes over of hun haar wel goed zat.

- Rianne Letschert, bestuursvoorzitter Universiteit Maastricht

Houd het niet voor jezelf als je te maken krijgt met haatreacties. Kies een aantal mensen uit met wie je het deelt. Zorg dat je een steunende omgeving voor jezelf creëert. Ik heb bijvoorbeeld een paar heel lieve mensen die mij na een mediaoptreden via WhatsApp feedback geven. Mensen naar wie ik echt luister. Zorg dat je goede mensen om je heen hebt waar je echt advies van aanneemt. En vraag ook op je werk om een vangnet.

- Beatrice de Graaf, Hoogleraar geschiedenis en terrorisme-onderzoeker

Ik ben gewend dat je bij interviews heel veel reacties op je uiterlijk krijgt. Er zit ook iets dubbels in. Ik

word bij talkshows een uur in de visagie gezet. Terwijl Jeroen Pauw maar heel even een likje krijgt en dan al klaar is. Mensen blijven te veel haken bij het uiterlijk van vrouwen. Het is zonde als mensen niet bij de inhoud aankomen. Ik hoop dat mijn dochters minder op hun uiterlijk worden beoordeeld dan wij nog worden. We zitten in die transitie.

- Annemarie Heite, voormalig boegbeeld van het gasverzet in Groningen

Mannen worden anders beoordeeld. Ik heb nog nooit gehoord dat een man voor ijskonijn uitgemaakt wordt, zoals dat bij Kaag wel gebeurde.

- Annemarie Heite, voormalig boegbeeld van het gasverzet in Groningen

Er ontstaat een oncomfortabele positie bij mensen die het eerst heel comfortabel hadden. Ik denk dat we nog wel een tijd te maken hebben met de weerstand die er is. Je zag bijvoorbeeld in coronatijd dat vooral vrouwelijke wetenschappers heel erg persoonlijk werden aangevallen. Haatberichten op social media. We zien het ook richting de politiek. Door de mensen die hun comfortabele positie willen behouden wordt er geprobeerd om toch te zorgen dat we bij een soort status quo blijven.

- Lidwien Poorthuis, directeur en senior beleidsadviseur bij Landelijk Netwerk Vrouwelijke Hoogleraren (LNVH)

Vervelende reacties triggeren een pijn die voor je brein vergelijkbaar is met de fysieke pijn van tegen een deur lopen. Het is ook vergelijkbaar met een tackle tijdens een wedstrijd, omdat voor je gevoel een tegenstander het veroorzaakt. Wraakgevoelens liggen dan al snel op de loer. Het is belangrijk om die wraakcomponent een plek te geven en het gewoon als een voetbalwedstrijd te zien. Ga niet ook tackelen. Blijf gewoon voetballen.

- Karim Amghar, televisiepresentator en programmamaker

Word ik uitgenodigd om aan de talkshowtafel te praten over een terroristische aanslag, dan zijn de gemoederen al verhit. De stemming is dan al heel gepolariseerd en daar word je onderdeel van. Ik probeer altijd gematigd en met nuance vanuit het midden de situatie te duiden. Ondanks dat ben ik vaak nog lang bezig met wat er achter zo'n mediaoptreden aankomt. Je krijgt veel bagger, en soms zelfs serieuze bedreigingen, over je heen en daar ben je best wel mee bezig. Het brengt je van slag, bezorgt je slechte nachten en heeft effect op je gezin. Dat neemt niet weg dat je nog steeds een mooi inzicht en goed verhaal te delen hebt. Maar het maakt mij wel voorzichtiger.

- Beatrice de Graaf, Hoogleraar geschiedenis en terrorisme-onderzoeker

Laat je niet teveel uit het veld slaan door negatieve reacties. Gun het de scheldende en dreigende onderbuiken niet dat je door hen je podium niet pakt. Ga door en laat je niet tegenhouden. Als je de kans krijgt om je boodschap te delen in de media: grijp die kans.

- Tineke Ceelen, directeur Stichting Vluchteling

Aan boze reacties om wat ik bijvoorbeeld zeg over benzineaccijns, gaat vaak een gebrekkige analyse vooraf. Bijvoorbeeld omdat iemand enkel een mening vormt op basis van een krantenkop. Dat dit gebeurt hoort erbij. In het publieke debat komt soms niet altijd de goede feitenbasis naar boven. Dus dan troost ik mij maar met de gedachte dat mensen misschien wel boos kunnen zijn, maar dat we het

publieke debat echt moeten voeren met de goede feiten en analyse.

- Marieke Blom, internationaal hoofdeconoom ING

Een aantal mensen heeft sowieso moeite met vrouwen met een mening, of met een raar gevoel van humor, of noem maar op. Als je midden in een shitstorm zit, denk je misschien dat de hele wereld tegen je is. Ik dacht eerst ook: Ik lees nu zo veel mensen die mij stom vinden, als ik straks mijn hoofd buiten de deur steek, dan regent het rotte eieren en word ik vast aangevallen. Maar als je dan naar buiten gaat, dan merk je dat die wereld eigenlijk gewoon totaal hetzelfde is als de dag daarvoor. De buurvrouw zwaait nog net zo leuk en de groenteboer zegt nog steeds: 'Hé, leuk om je gisteren weer op tv te zien'. Alle vervelende reacties zijn toch vaak op social media. Lees je die niet, dan bestaat het ook gewoon echt niet. Mensen menen zich van alles te kunnen permitteren op social media, maar zullen het in het echte leven nooit zo in je gezicht zeggen. Andersom zou ik ook nooit iets schrijven wat ik ook niet in het gezicht van die persoon zou durven zeggen.

- Angela de Jong, televisierecensent en columnist Algemeen Dagblad

Ongewild of gewild trekken we elkaar veelvuldig naar beneden. Het zou ons sieren om elkaar 'opkontjes' te geven. Je weet wel, door een glazen plafond of over een paternalistische muur. Niet misgunnen dat de ander in het licht staat, maar juist onze krachten bundelen.

- Katelijne Ferman, traumasensitieve coach en emotietherapeut

Als je op televisie komt, als je een opiniestuk schrijft, als je ergens je mening geeft, accepteer gewoon dat er af en toe rottige dingen uit voort kunnen komen. Dat betekent niet dat je je mond moet houden. Want ja, ook Johan Derksen krijgt genoeg tegengas en die houdt zijn mond ook niet.

- Angela de Jong, televisierecensent en columnist Algemeen Dagblad

Als je X negeert vallen de reacties reuze mee. Waarschijnlijk omdat je minder anoniem kunt reageren buiten dit medium. Ik krijg ook heel veel mooie reacties. Daar leg ik liever de focus op.

- Chantal Schinkels, expert social tech en e-commerce

Soms vraag ik mij af in welk jaar we leven. Vrouwen moeten nog altijd lief en aardig gevonden worden. Het voelt kennelijk als een bedreiging dat ik als vrouw vanuit mijn expertise mijn mening geef. Dat heeft met het oerbrein en overlevingsinstinct van die ander te maken. Al kan ik het gedrag duiden, het maakt die nare reacties die ik toch ook gewoon krijg, niet leuk.

- Anne Abbenes, financieel psycholoog

Nooit, op één keer na, hebben de media mij slecht behandeld. We hadden elkaar nodig. Toch is het een wonder dat mijn hoofd nog op mijn romp staat. Want lezers en tv- en radioluisteraars wilden wel mijn hoofd geregeld afhakken. Tot bedreigingen toe. Mijn boodschap is belangrijker dan dat. Doe wat je moet doen en geef je macht niet weg.

- Jessica Larive, oud-VVD-Europarlementariër

Krijg je te maken met mansplaining op social media? Hoeveel energie wil je daaraan kwijtraken? Een emoticon met rollende ogen is voldoende reactie-aandacht.

- Garjan Sterk, coördinator Gender and Diversity Studies Radboud Universiteit

Alleen maar omdat iemand reageert onder mijn posts betekent niet dat ik iemand een antwoord verschuldigd ben. Ik ben selectief in reageren. Het moet nut hebben. En ik moet er tijd en energie voor hebben. Humor is een mooi wapen tegen minder vriendelijke reacties.

- Emine Uğur, columnist Trouw en beleidsadviseur Den Haag

De eerste keer op de radio, BNR, weet ik nog goed. Iemand zei daarna op Twitter erover dat ik een 'schaapskopsvrouw' was. Ik schrok enorm. Ik heb online kritiek en nare reacties afgelopen jaren gebruikt voor innerlijk te groeien: waar raakt het me nog en wijs ik mezelf nog af en hoe kan ik zonder me af te sluiten en in ontspanning met lelijke reacties omgaan? Wat een ander zegt gaat niet over mij.

- Fiona Kloosterman, lichaamsgericht loopbaancoach

Ik stond op het podium en na het event zei een vrouwelijke bezoeker tegen mij dat ze me de laatste tijd wel heel vaak op het podium had gezien. Mijn reactie: 'Zolang er nog steeds meer mannen dan vrouwen op het podium staan en vrouwen van kleur ondervertegenwoordigd zijn, zal je me op het podium blijven zien.'

- Alida Vreden - Cyrus, dagvoorzitter en maatschappelijk ondernemer

Het vechten om gehoord te worden heeft ook voor veel pijnlijke emoties gezorgd. En nog steeds krijg ik met mensen te maken die de pijnlijkste reacties op mijn missie en werk geven. Ik lig er nu niet meer wakker van, maar het raakt me toch iedere keer weer, want wat we uitdragen naar buiten is alleen maar liefde en bewustwording. Elke dag, iedere seconde zal ik blijven geloven in wat ik doe en hoe belangrijk ons werk is. Opgeven? Echt niet, het maakt me juist krachtiger.

- Ellen Brudet, bedenker en eigenaar Colourful Goodies

Ik ben niet van steen. En ik kan me gewoon soms niet voorstellen hoe mensen denken, maar ik lig er niet wakker van. Niet meer in ieder geval. Wat mij persoonlijk het meest heeft geholpen is gewoon elke dag, elke seconde weer, te blijven geloven in mijn missie. Wie ben ik om op te geven? Kom maar op. Ik word alleen nog maar krachtiger.

- Ellen Brudet, bedenker en eigenaar Colourful Goodies

Als ik géén negatieve reacties krijg, ben ik niet uitgesproken genoeg geweest.

Ik wil verandering, want het moet anders.

- Aaltje Vincent, bestsellerauteur en expert solliciteren

Veel vakbroeders van mij kregen er jeuk van dat ik zo zichtbaar werd met mijn boodschap. Maar ik ben heel netjes begonnen door eerst het gesprek met vakgenoten aan te gaan. Daar werd dat niet altijd enthousiast ontvangen door de gevestigde orde. Er werd niet geloofd in het vrouwenhart. Daarom moest ik een volledige nieuwe weg vinden om mijn werk te doen. Dat betekent ook flink je hoofd boven het maaiveld uit steken.

- Janneke Wittekoek, cardioloog en directeur HeartLife Klinieken

## 7. Quotes overig

Het prettige aan media-aandacht in vakbladen is dat je alleen maar reacties op de inhoud krijgt. Het gaat dan een keer niet over je uiterlijk. Best een verademing.

- Lisa Westerveld, Tweede Kamerlid

Je haalt je van alles in je hoofd. Juist omdat het live is. Maar de redactie begeleidt je daar heel goed in. Zeker als ze weten dat je het voor het eerst doet. Uiteindelijk zit je er gewoon van mens tot mens een gesprek te voeren. Dat er zoveel mensen meekijken, bedacht ik mij niet meer tijdens het interview.

- Anita Hubner, psycholoog

Regionale media leveren mij meer business op dan landelijk. Meer concrete vragen, nieuwe connecties en samenwerkingen. Het voelt veel laagdrempeliger voor mensen om contact op te nemen met iemand uit dezelfde regio.

- Heleen Lansink - Marissen, boerin en adviseur Landbouw

Ik had totaal geen media-ervaring. Door ons verhaal vanuit mijzelf te vertellen, kon ik niet onderuit gaan. Als het uit je hart komt, dan is het echt en dat voelen mensen. Doe het met passie of doe het niet. En wees niet bang. Wat kan je gebeuren?

- Ilhaam Awees, geneeskundestudent en voormalig woordvoerder voor vluchtelingen

Weet wat je rol is, maar ook welke rol je niet hebt. Je hoeft niet antwoord te geven op alle vragen. Sta voor jezelf stil waar voor jou de kaders liggen waarbinnen je je profileert. Gun jezelf de ruimte om te groeien in je rol. Je mag het spannend vinden, maar laat je daar niet door weerhouden. Zie media-optredens als onderdeel van je werk, in plaats van iets wat daarnaast moet. Zorg dat je qua tijdsinvestering en positie gesteund wordt vanuit je organisatie. En zorg dat je omgeving achter je staat en je ook praktisch steunt. Durf het gewoon te doen.

- Alma Tostmann, epidemioloog Radboudumc

De eerste keer kan het heel confronterend zijn om je eigen interview terug te zien. Ga je niet irriteren over hoe je eigen stem klinkt. Kijk eerder wat je echt wil verbeteren. Wees jezelf. Dan kom je spontaner over. Dat is prettiger voor de kijker dan wanneer je heel strak ergens aan vasthoudt.

- Amy Zeeman, senior boswachter Staatsbosbeheer

Ik bedank een journalist eerst dat die aandacht aan het onderwerp besteedt. Daarna probeer ik de mediamakers medeplichtig te maken in het juist overbrengen van de boodschap door ze mee te nemen in de impact van seksueel misbruik. Bij een onderwerp als seksueel geweld kan een verkeerde bewoording extra pijn opleveren bij slachtoffers. Je mag de mediamaker op hun verantwoordelijkheid wijzen. Draai dit ook de andere kant op. Laat zien welke rol van betekenis ze hebben als het onderwerp waardevol wordt belicht.

- Iva Bicanic, directeur-bestuurder Centrum Seksueel Geweld



Iemand als Sven Kockelman is een heel goede interviewer. Vlijmscherp en razendsnel. Hij haalt het beste in je boven. Zo'n gesprek hoef je niet uit de weg te gaan, maar moet je wel drommels goed voorbereiden. Ik luister een aantal gesprekken van zo'n interviewer terug zodat je een idee krijgt van de stijl van vragen stellen.

- Tineke Ceelen, directeur Stichting Vluchteling

Ik heb de neiging te praten, babbelen meer, terwijl ik nadenk over het antwoord op een vraag. Dat maakt mij soms lang van stof. Van tevoren oefenen met de meest lastige vragen die je kunt verwachten, helpt. Dan heb je al een keer over de vraag nagedacht en rolt het er tijdens het interview zelf makkelijker uit.

- Tineke Ceelen, directeur Stichting Vluchteling

Ik krijg wel eens te horen dat ik teveel ben. Het bevestigt mij dat ik die ruimte juist moet blijven innemen. Laat mij maar drammen.

- Angélique Duijndam, preventiemedewerker Antidiscriminatiebureau Zeeland

Als je niets te verbergen hebt, hoef je niet bang te zijn voor de media. Hoe kritischer de media zijn, hoe meer podium je krijgt om het uit te leggen. Bedenk een rode lijn en hou je aan die rode lijn. Stel dat iemand je probeert te verleiden een zijweggetje in te gaan, dan pak je hem weer terug naar die rode lijn. Zoek het debat op om vliegreuen te maken. Begin in een veilige setting en leg dan de lat steeds hoger. Vergeet de lokale media hierin niet.

- Marianne Smitsmans, wethouder Roermond

De kunst is om niet verzuurd te raken als je door een talkshow wordt afgebeeld. Er kan altijd een onderwerp tussen komen. Als je afgebeeld wordt, zeg dan: 'Jullie hebben mijn nummer voor een volgende keer'. Je wil tot een goede verstandhouding komen. Dat betekent ook begrip hebben voor hoe het spel werkt.

- Marianne Smitsmans, wethouder Roermond

Die koppen voor de kliks zijn wel irritant. Ze gaan nog wel eens voorbij aan de inhoud. De realiteit is nou eenmaal dat die kliks erg belangrijk zijn voor de media. Ik snap de digitale strijd ook wel. Toch geef ik altijd terug als de kop iets anders suggereert dan de inhoud. En op social media zet ik er zelf een extra kop boven die de lading beter dekt.

- Marianne Smitsmans, wethouder Roermond

Je bent eerder aan de beurt bij de regionale media. Het is toegankelijker dan bijvoorbeeld de redactie van Nieuwsuur. Ik begon met vliegreuen maken bij RTV Maastricht. Daarna nam ik contact op met L1, de omroep van de provincie Limburg. Ik mocht regelmatig aanschuiven over jeugd en onderwijs. Hierdoor kwam ik op de radar van landelijke media en volgden mediaoptredens bij Jinek, Omroep Max en NPO Radio 1. Ik ken geen landelijk dagblad waar ik nog niet in heb gestaan. Bij L1 kom ik nog regelmatig en graag en daar word ik inmiddels de 'huispedagoog' genoemd.

- Ingeborg Dijkstra, pedagoog

Het helpt als je op jonge leeftijd al leert om je podium te pakken. Bij mij was dat door toneellessen, maar het kan ook in sport of een andere vorm van performance zijn. Je plukt later op meerdere gebieden de vruchten ervan dat je al gewend bent om ruimte in te nemen. Ik denk dat ik mediaoptredens daardoor eerder leuk dan spannend vind.

- Elvira George, kinderarts

Nadat je 'ja' hebt gezegd, denk je misschien: mijn god, wat doe ik mezelf aan? Maar wat kan je gebeuren? Wat kan er nou echt mis gaan? Meestal is dat niet zo veel. Ga er gewoon voor. Natuurlijk heb je op het moment dat je 'ja' zegt je nog niet voorbereid, maar dat kan altijd nog. Besef dat jij altijd 70 procent meer weet dan degene die de vragen stelt.

- Jellie Tiemersma, Diversity & Inclusion Expert, ondernemer en bestuurder

Ik heb met mijzelf afgesproken dat ik als ik uitleg geef tijdens radio- en televisie-uitzendingen ik nooit denk aan collega-economen. Ik denk altijd aan mijn moeder. Ik zit het dus eigenlijk niet uit te leggen aan degene die mij de vragen stelt. Ik zit ook niet na te denken over: vinden mijn collega's mij wel slim genoeg op moment dat ik dit aan het vertellen ben. Nee, ik vraag mij af: begrijpt mijn moeder mij nog? Begrijpt zij dit verhaal? Dat betekent ook dat ik moet kiezen en sommige nuances moet weglaten. En misschien zouden mijn collega's dat wel stom vinden. Want die denken dan dat ik te kort door de bocht ga en niet alles vertel wat ik weet. Maar ik denk dan: wat moet mijn moeder hier nou echt over weten? Wat moet de luisteraar hier echt over weten? Mijn werkomgeving zet ik in mijn hoofd uit. Tegenover vakgenoten wil je graag laten zien dat je het goed weet. Maar in een interview maakt dat je verhaal minder begrijpelijk. En het is juist de kunst om ervoor te zorgen dat een groot publiek het begrijpt.

- Marieke Blom, internationaal hoofdeconoom ING

Als oud-verpleegkundige weet ik dat mensen op hun sterfbed voornamelijk spijt hebben van wat ze niet hebben gedaan. Ook al ga je op weerstand stuiten, je moet je nooit laten weerhouden als je een belangrijke boodschap te vertellen hebt. Laat je niet regeren door angst. Als het iets is wat uit je hart komt, waarvan je voelt dat je het moet doen, dan raak je anderen meestal ook in het hart.

- Mirjam Kaijer, journalist, oprichtster Voices for Women

Wees trouw aan de urgentie die je voelt. Ieder mens heeft een doel en het recht om zijn potentieel te benutten. Uiteindelijk zullen mensen respect hebben dat je lef hebt en je door niets laat weerhouden.

- Mirjam Kaijer, journalist, oprichtster Voices for Women

Ik zet mijn visie niet tegenover, maar naast de visie van een ander. Ik praat niet met de persoon die met een tegenovergestelde mening aan tafel zit. Ik praat ook niet met de presentator. In mijn hoofd praat ik voor de mensen die thuis zitten. Die wil ik raken en bereiken. Natuurlijk spreek ik mét de mensen aan tafel, maar ik spreek niet vóór hen. Ik spreek voor de mensen die hun eigen overtuiging een stem horen krijgen op televisie. En ik praat voor het deel van het publiek dat ik aan het denken kan zetten. Voordat ik een mediaoptreden inga, zeg ik ook tegen mijzelf: op wie richt ik mij eigenlijk?

Deze groep visualiseren en stilstaan voor wie ik spreek, helpt mij enorm rustig te blijven.

- Julia Wouters, politicoloog

We vinden het als vakbond heel erg belangrijk dat de werknemers waar het over gaat ook zelf hun verhaal vertellen. Daar geven we begeleiding in. De media willen die persoonlijke verhalen. Ook wij vinden het belangrijk dat de stem van de veelal vrouwelijke werknemer gehoord wordt. Wij hebben het zo ingericht dat we de media hier snel in bedienen. En dat waarderen ze.

- Maaïke van der Aar, landelijk bestuurder FNV Jeugdzorg

We geven soms exclusief aan een medium het verhaal. De redactie wil daar dan garantie op. Als ze veel ruimte, aandacht en tijd aan het verhaal geven dan is het logisch dat ze het niet in het achtuurjournaal daarvoor al voorbij willen zien komen. Zo'n mooie reportage levert vaak ook weer aandacht bij andere media op.

- Maaïke van der Aar, landelijk bestuurder FNV Jeugdzorg

Als wethouder ben ik wel eens 2 uur geïnterviewd waar dan één bijzin van werd gebruikt en uitvergroot. Daar leer je enorm veel van. Als ik nu een interview geef, heeft de interviewer binnen een mum van tijd de quote waar die blij mee is. Met dank aan alle vliegers die ik eerder als wethouder bij AT5 maakte.

- Carolien Gehrels, directeur Energietransitie Arcadis

Die interne criticus, die eigenlijk je ingebeelde vakgenoten vormen, die hinderen ook wel het makkelijk spreken. Ik probeer altijd maar te onthouden dat iedere wetenschapper dit spannend vindt. En dat je collega ook heus wel snapt dat in de media geen tijd is voor alle nuances. Dus dan denk ik ook gewoon: deal with it!

- Marie-José van Tol, hoogleraar Cognitieve Neuropsychiatrie

Als je steeds meer zichtbaar in de media wordt en op steeds grotere podia staat, dan kan je ook het gevoel krijgen: dan moet ik het nu ook waarmaken. Dat professionaliseren kan je even wat meer een kwetsbaar gevoel geven. Maar je moet blijven geloven in de boodschap die je te vertellen hebt.

- Janneke Wittekoek, cardioloog en directeur HeartLife Klinieken

Het is helemaal niet erg om af en toe tegenwind te krijgen. Je zicht en visie worden letterlijk duidelijk en nog meer helder! Het voelt als een triomf dat mijn geluid steeds meer podium krijgt.

- Janneke Wittekoek, cardioloog en directeur HeartLife Klinieken

Je moet gewoon heel goed weten wie je zelf bent. En je realiseren dat hoe jij overkomt op beeld, als dat dicht bij jezelf blijft, als dat heel authentiek is, dat er dan eigenlijk heel weinig fout kan gaan. Maar op het moment dat jij heel overdreven gaat zitten lachen om vriendelijk te zijn, werkt dat niet. Ga niet heel gemaakt vrolijk zitten doen, terwijl je eigenlijk een heel serieus iemand bent. En laat je

ook niet in een rol duwen die niet past bij waarom je daar zit. Hou zelf de regie.

- Angela de Jong, televisierecensent en columnist Algemeen Dagblad

De meeste kritiek kwam uit mijn omgeving dichtbij. Dat is best pijnlijk. Maar toch heb ik me nooit tegen laten houden. Daar ging een belangrijk voornemen aan vooraf. Ik sta voor mijn verhaal en boodschap, het is mijn gift aan de wereld, wat de rest er ook van vindt. Dus mijn tip aan anderen: own it, neem eigenaarschap en spread the word.

- Ester Wijnen, auteur van Jij bent het probleem en spreker over Partnergeweld – Intieme Terreur

Natuurlijk kan de pers tegen je werken, maar ik denk dat ze veel meer voor je kunnen werken. Alleen moet je daarin je eigen grenzen zien te bewaken. Waar die grens ligt, kom je alleen maar achter door soms over die grens heen te gaan. En daar weer van te leren.

- Agnes Lensing - van de Ven, boerin en ledenraadslid Agrifirm

Heb een lange adem. Het kan een tijd duren voordat ze gewend zijn aan jou als expert.

- Devika Partiman, directeur stichting Stem op een Vrouw

Soms ben ik een soort makelaar. Past het onderwerp echt beter bij iemand anders? Dan schuif ik andere namen naar voren. Te beginnen bij mijn vrouwelijke collega's, omdat ik het belangrijk vind om te stimuleren dat er meer vrouwen in de media komen.

- Rianne Letschert, bestuursvoorzitter Universiteit Maastricht

Hou je hoofd recht, als je je laat portretteren, maar ook als je spreekt. Dan kom je veel sterker over. Mannen zie je nauwelijks met het hoofd schuin. 'O, wat is het toch fijn hè, dat ik dit mag doen'. Ga niet mee in de fotograaf die je vraagt je hoofd schuin te houden. Of je hand onder je kin. Wees de baas over je eigen portret. Besef dat een foto nog jarenlang kan oppoppen. Wat wil je dan uitstralen?

- Marga Miltenburg, directeur Sprekersbureau ZijSpreekt

JANNEKE VAN HEUGTEN

# VAKER IN DE MEDIA



Zo kom je als  
vrouwelijke expert  
in beeld

MET TIPS  
VAN JOURNALISTEN,  
(HOOFD) REDACTEUREN  
EN EXPERTS DIE JE  
VOORGINGEN

VANDUUREN  
MANAGEMENT



Met Mediaplatform VIDM maken we het laagdrempelig voor journalisten om in contact te treden met een bredere diversiteit aan potentiële interviewkandidaten. Door je [als journalist aan te melden](#) draag je bij aan meer diversiteit in de media. Je wordt vindbaar voor deskundigen die gedreven en enthousiast over hun vak zijn, maar vaak nog ontdekt moeten worden door de media.

Ruim 90 procent van deze deskundigen is vrouw.

Wij helpen redacties, journalisten en studenten journalistiek aan interviewkandidaten die samen een realistische afspiegeling van de maatschappij vormen.

[VIDM.nl/journalist](https://vidm.nl/journalist) biedt een rijke database met verschillende vormen van deskundigheid.

Er zit een dwarsdoorsnede van de samenleving in de database; ervaringsdeskundigen, experts, wetenschappers, ondernemers, belangenbehartigers.

Gebruik van deze tool is gratis.