Zowel reclame als nieuwsmedia nog lang geen afspiegeling van bevolking

20-10-2020 09:16



Uit wetenschappelijk onderzoek blijkt dat advertenties en commercials al honderd jaar geen realistische afspiegeling vormen van de maatschappij en soms ronduit discriminerend en racistisch zijn. Dat blijkt uit onderzoek dat werd uitgevoerd in opdracht van bvA. Onlangs is een onderzoek gepubliceerd waaruit blijkt dat ook in de nieuwsvoorzieningen vrouwen en minderheden zwaar ondervertegenwoordigd zijn.

Onderzoeksmethodiek

In opdracht van bvA, netwerk van merkleiders, onderzochten de hoogleraren cultuurgeschiedenis Inger Leemans (VU Amsterdam en NL-Lab KNAW) en Jan Hein Furnée (Radboud Universiteit Nijmegen) een aselecte steekproef van 15.000 reclames die tussen 1900 en 1995 zijn gepubliceerd, evenals discussies in naoorlogse reclamevaktijdschriften. Om de wetenschappelijke resultaten te koppelen aan het huidige tijdsbeeld bracht onderzoeksbureau Motivaction de representatie van vrouwen en niet-witte Nederlanders in reclames anno 2020 in beeld.

Van racistische reclames tot helemaal wit

Wat in het wetenschappelijk onderzoek vooral opvalt, is dat Nederlandse kranten tot ver in de twintigste eeuw racistische reclames publiceerden, om daarna vrijwel geheel wit te kleuren. Met uitzondering van Zwarte Piet, die in advertenties blijft terugkeren en op dezelfde manier afgebeeld wordt als zwarte mensen in de afgelopen eeuwen.

Dezelfde typering zien we in het onderzoeksrapport terug in de stereotiepe manier waarop de vrouw in de afgelopen eeuw in beeld is gebracht. Tot in de jaren ’50 werd de vrouw vooral afgebeeld als gelukkige huisvrouw en moeder, die niets liever wilde dan het huishouden bestieren en haar man behagen. Uit een onderzoek van de Nederlandse Reclame Stichting uit 1973 blijkt dat 65 procent van de Nederlandse bevolking vond dat reclames een onrealistisch beeld gaven van de vrouw. Uit nieuw onderzoek van bvA blijkt dat anno 2020 meer dan de helft van de Nederlanders (52 procent) dat nog steeds vindt.

Nog weinig diversiteit in Nederlandse nieuwsmedia

Mannen zijn nog altijd oververtegenwoordigd in Nederlandse nieuwsmedia: slecht 26% van de personen in de Nederlandse nieuwsmedia zijn vrouw. En slechts 9% zijn personen van kleur. Ook de experts die aan het woord komen zijn overwegend man (78%).

De meting is gedaan in het kader van het Global Media Monitoring Project (GMMP), de grootste wereldwijde studie waarbij op dezelfde dag in 145 landen wordt gekeken naar het aandeel mannen en vrouwen in het nieuws. In Nederland is de coördinatie van het monitoring project dit jaar in handen van Free Press Unlimited en WOMEN Inc.

Directeur Free Press Unlimited, Ruth Kronenburg: ‘We zien dat zodra journalisten op zoek zijn naar een expert, vrouwen letterlijk buiten beeld raken. Media hebben grote invloed op stereotype beeldvorming, sociale normen en de aspiraties van mannen en vrouwen. Het is teleurstellend om te zien dat, ondanks de aandacht hiervoor, vrouwen nog steeds ondervertegenwoordigd zijn in het nieuws.’

Frank Veerkamp