
DEEL 3 - AUDIO-VISUELE MEDIA

**VERANTWOORDE BEELDVORMING OP
TELEVISIE. EEN ANALYSE VAN DE
ARGUMENTATIES VAN PROGRAMMAMAKERS
OVER SEKSEPARITEIT**

Sonja Spee

Alhoewel de problematiek met betrekking tot 'fair portrayal' of verantwoorde beeldvorming in eerste instantie misschien geen maatschappelijk moreel dilemma lijkt te zijn, heeft het zeker te maken met media-ethiek, met de vraag wat "kwaliteitsvolle televisie" eigenlijk betekent. Zowel politici, beleidsmakers als wetenschappelijk onderzoek/st/ers hebben zich in het debat over 'fair portrayal' gemengd. In dit artikel wordt, naast een overzicht van het gevoerde beleid, ook dieper ingegaan op de argumentatie die programmamakers zelf gebruiken op het moment dat zij pogingen doen om seksepariteit, ofwel een evenwichtige verhouding van vrouwen en mannen als kwantitatieve graadmeter, te behalen in hun programma's. Vandaar dat ik programmamakers aan het woord laat van drie verschillende publieksdiscussieprogramma's, waarbij gender-representativiteit een belangrijke premisse was van het programmaformat. De argumentaties die zij gebruiken om dit evenwicht in man/vrouw-verhoudingen en hun selectie van deskundigen te legitimeren geven verschillende benaderingen van 'verantwoorde beeldvorming' weer. Onderliggend aan deze visies zijn verschillende invullingen van wat programmakwaliteit voor programmamakers betekent.

1. INLEIDING

Al jaren pleiten onderzoekers, vrouwenbewegingen en mensen actief binnen de media voor een meer evenwichtige (of 'verantwoorde') beeldvorming van vrouwen en mannen in de media. Gaye Tuchman stelde reeds in 1978 in "Hearth & Home. Images of women in the mass media" de 'symbolische annihilatie' van vrouwen in de audiovisuele media aan de kaak. Zij wees er op dat vrouwen systematisch ondervertegenwoordigd zijn en getrivialiseerd worden door de media en daardoor eigenlijk symbolisch geannihileerd of ontkend worden (Tuchman, Kaplan, e.a. 1978). Uit onderzoek van George Gerbner bleek dat vrouwen vaak in onderdanige posities afgebeeld werden, meestal in de privé-sfeer van keuken of huiskamer getoond werden en dat bijvoorbeeld vrouwen actief binnen de vrouwenbeweging afgeschilderd werden als 'agressieve, niet naar rede luisterende mannenhaters'. Gerbner constateerde dan ook dat de media zeker geen voortrekkersrol speelden op het gebied van beeldvorming van vrouwen:

"What we see in the media is less a reflection of, than a counterattack on, the women's movement as a social force for structural change. Instead of mediating even the actual social change that is taking place, the media appear to be cultivating resistance and preparing for a last-ditch defense" (Gerbner 1978)

Een jaar later trok het Unesco-rapport van Ceulemans & Fauconnier over het beeld en de rol van vrouwen in de media de aandacht. De meest opvallende vaststelling was de ondervertegenwoordiging van vrouwen in actualiteit- en informatieve programma's: één op de vijf van de getoonde personen bleek van het vrouwelijk geslacht te zijn. Bovendien werden de vrouwen veel minder vaak als deskundige of experte getoond (Ceulemans & Fauconnier 1979).

In de daaropvolgende jaren werd er veel onderzoek gedaan naar de relatie tussen vrouwen en media, waarbij zowel de productiezijde (vrouwen als programmamaaksters en journalisten, zie bijvoorbeeld: Lünenborg 1997; Saeys, Demoor, e.a. 2000), de inhoudszijde (vrouwbeelden in de media, zie bijvoorbeeld: Van Zoonen 1997; Michielsens, Mortelmans, e.a. 1999) als de receptiezijde (vrouwen als mediagebruiksters, zie bijvoorbeeld: Ang & Hermes 1991; Michielsens 1994) aan bod kwamen. Ondertussen is zowel het maatschappelijk - als het medialandschap grondig veranderd. Momenteel is het programma-aanbod, mede door de komst van commerciële zenders, veel diverser en internationaler van aard. Europese resoluties en nationale wetgevingen hebben daarnaast een kader geschepd voor een meer positieve beeldvorming van vrouwen, een kader waarop door het emancipatiebeleid van openbare omroepen ook ingespeeld werd. Nochtans kaarten zowel onderzoekers als vrouwenorganisaties bijna 25 jaar later nog aan dat vrouwen relatief minder vaak in beeld gebracht worden dan mannen in vrijwel alle soorten televisieprogramma's. Hoewel er subtiele veranderingen te bespeuren zijn (Michielsens, Mortelmans, e.a. 1999), is nog steeds het overheersende beeld in het huidige media-aanbod dat vrouwen niet gelijkwaardig worden ge(re)presenteerd in vergelijking tot mannen. Uit

een recent Noord-Europees vergelijkend onderzoek (de Scandinavische landen, Nederland en Duitsland) naar de inhoud van prime time televisieprogramma's bleek bijvoorbeeld dat vrouwen relatief vaak getoond worden in rollen met een lagere sociale status: als spelletjeskandidaat of geïnterviewde op straat: 47% van de getoonde 'gewone mensen' en 37% van de slachtoffers in de onderzochte programma's was vrouw. Vrouwen komen echter veel minder in beeld in de hoedanigheid van deskundige (slechts 20% van de getoonde deskundigen was een vrouw (1)) of als politicus (slechts 28%) (Eie 1998). De maatschappelijke situatie, en met name de bijdrage van vrouwen aan het besluitvormingsproces en het politieke leven, geeft in de landen waar dit onderzoek betrekking op heeft een positiever beeld voor vrouwen: in Zweden bijvoorbeeld bestaat het parlement voor 43% uit vrouwen (United Nations 2000). De 'verbeelding' van vrouwen en mannen, van hun rolpatronen en maatschappelijke posities, zoals deze via de radio en de televisie aan het publiek wordt doorgegeven, loopt, zoals George Gerbner het reeds in 1978 zei, nog altijd achter op actuele maatschappelijke ontwikkelingen.

In dit artikel zal eerst ingegaan worden op de verschillende betekenissen die aan het begrip 'fair portrayal' gegeven worden, en in welke mate dit theoretisch en beleidsmatig voldoende draagvlak vindt. Als concept wordt 'fair portrayal' namelijk gebruikt door zowel beleidsmakers, als programmamakers als onderzoekers, maar regelmatig met een andere invulling. De principes van verantwoorde beeldvorming worden vaak rechtlijnig tegenover journalistieke deontologische codes geplaatst. Het concept van verantwoorde beeldvorming zou bijvoorbeeld botsen met het recht op vrijheid van meningsuiting en vrijheid van expressie, maar desalniettemin zijn er ook andere deontologische codes die verantwoorde beeldvorming juist ondersteunen. Argumentatie met betrekking tot 'verantwoorde beeldvorming' kan vooral gevonden worden binnen de meer sociale media-ethiek, waarbij o.a. gesteld wordt dat de media een sociale verantwoordelijkheid hebben om over de invalshoeken, interesses en behoeften van alle sociale groepen in de samenleving te rapporteren op een eerlijke en verantwoorde manier. Vervolgens komt het beeldvormingsbeleid van openbare omroepen aan bod waarbij gekeken wordt welke inspanningen tot nu toe genomen zijn om tot een meer 'verantwoorde' beeldvorming te komen en welke de achterliggende motivaties zijn. Daarna laat ik programmamakers aan het woord die in hun programmaformat gekozen hebben voor een evenwichtige verhouding tussen het aantal mannen en vrouwen, en bekijk ik welke interpretatieve repertoires zij hanteren om dit specifieke selectiecriteria te legitimeren. De achterliggende vraag is in hoeverre verantwoorde beeldvorming (en bijvoorbeeld een principe als seksepariteit) overeenstemt met ideeën van programmamakers over kwaliteitsvolle televisie.

2. HET CONCEPT 'FAIR PORTRAYAL': EEN AANTAL BEDENKINGEN

'Fair portrayal' wordt als term niet alleen gebruikt voor beeldvorming van vrouwen en mannen maar ook voor bijvoorbeeld beeldvorming van etnische minderheden,

groepen die te maken hebben met leeftijdsdiscriminatie, of homo- en biseksuelen. Het begrip 'fair portrayal' in het Nederlands vertalen is niet eenvoudig, noch eenduidig. Het begrip 'fair' heeft in de context van 'fair portrayal' zowel te maken met eerlijk, rechtvaardig als met evenwichtig. Beide betekenissen zijn bijvoorbeeld terug te vinden in de deontologische code die binnen de BBC voor programmamakers geldt en omschreven staat in de 'Producers Guidelines' (BBC 2002):

The BBC has a responsibility to serve all sections of society in the United Kingdom. Globally we should apply *the principles of fair portrayal* to all our services, which should strive to present balanced pictures of the people and countries covered. (...)

When portraying social groups, stereotypes should be avoided. But we must also beware the danger of depicting a society that does not exist. The BBC is not in the business of social engineering. Where prejudice and disadvantage exist we need to report and reflect them in our programmes. But we should do nothing to perpetuate them. (BBC 2002).

Alhoewel in bovenstaande tekst de principes van 'fair portrayal' niet geëxpliciteerd worden wordt de doelstelling wel geformuleerd, namelijk: 'balanced pictures of the people and countries covered'. 'Balanced' betekent hier evenwichtig, gerelateerd aan de maatschappelijke verhoudingen. Daarnaast wordt er ook gesteld dat stereotypen vermeden dienen te worden. Met betrekking tot de doelgroep vrouwen worden in hoofdstuk 9 van de 'Producers' Guidelines' een aantal concrete tips aan programmamakers weergegeven voor 'fair portrayal', zoals het gebruik van seksneutrale termen en vragen aan de betreffende persoon hoe zij aangekondigd wenst te worden (BBC 2002). 'Fair portrayal' betekent dan blijkbaar ook: op een verantwoorde wijze (namelijk door te checken hoe een persoon genoemd wil worden of door stereotypen te vermijden) een persoon of een sociale groep in beeld brengen. Wel stelt de BBC dat er grenzen zijn aan 'fair portrayal', het maatschappijbeeld dat doorgegeven wordt moet een realistisch beeld blijven.

In Nederlandse teksten, bijvoorbeeld in de brochures van het Bureau Beeldvorming en Diversiteit van de NOS, wordt regelmatig de term 'evenwichtige beeldvorming' gebruikt (Kuipers 1992; Kuipers 1993), daarnaast wordt ook gesproken over 'verantwoorde beeldvorming' (Michielsens & Spee 2000a) (2). Waar evenwichtige beeldvorming veelal verwijst naar een (kwantitatieve) afspiegeling van maatschappelijke verhoudingen, geeft de term 'verantwoorde beeldvorming' aan dat het om méér gaat dan zoeken naar evenwicht. Margaret Gallagher, Unesco-onderzoekster en auteur van talloze rapporten op het vlak van vrouwen en media, geeft aan 'fair portrayal' een invulling die wel specifiek voor de beeldvorming van vrouwen en mannen opgaat. Zij omschrijft 'fair portrayal' als beeldvorming die niet indruist tegen de expliciete regels van de media-deontologie, niet ingaat tegen de expliciete normen en doelstellingen van het emancipatiebeleid, die op verschillende punten in verband met gelijkheid niet afwijkt van de maatschappelijke realiteit (o.a. arbeidsparticipatie, scholing, verdeling van arbeid en zorg, leidinggeven, mobiliteit, seksualiteit) en blijk geeft van inzicht in het streven van mannen en vrouwen naar socio-economische gelijkheid en culturele waardering (Gallagher 1995). Het gaat

hierbij dus niet alleen om evenwichtige kwantitatieve verdeling tussen man- en vrouwverhoudingen in programma's, maar ook om, minder makkelijk meetbare, kwalitatieve elementen van beeldvorming. 'Fair portrayal' betekent o.a. het streven naar evenveel mannelijke als vrouwelijke verslaggevers, deskundigen of hoofdrolspelers, het streven naar 'gender equality' of geslachtspariteit. Maar 'fair portrayal' betekent ook mensen tot 'hun recht' laten komen in de programma's, mensen waardig portretteren, m.a.w. géén objectivering of fragmentering. En dit is veel minder makkelijk meetbaar, en bovenal een kwaliteitscriterium. Vandaar dat ik in dit artikel er voor kies om 'fair portrayal' niet met 'evenwichtige beeldvorming' maar zoveel mogelijk met 'verantwoorde beeldvorming' te vertalen.

2.1. 'Verantwoorde beeldvorming' en journalistieke deontologie

Daarbij rijst de vraag in hoeverre het concept van 'fair portrayal' en met name geslachtspariteit of evenwichtige man/vrouw-verhoudingen, niet in botsing komt met een belangrijk journalistiek deontologisch concept van vrijheid van expressie (zie bijvoorbeeld: Holman 1994). Het recht op vrijheid van expressie, vrijheid van meningsuiting (waartoe ook persvrijheid gerekend wordt), is algemeen aanvaard en door internationale verdragen ondersteund, als fundamenteel mensenrecht en belangrijke voorwaarde van een democratische maatschappij. Weliswaar wordt er in de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens een kanttekening gemaakt bij deze expressievrijheid, namelijk dat de uitoefening van deze vrijheid dient gepaard te gaan met, zoals gespecificeerd in art. 19, § 3. (a) respect voor de rechten en reputatie van anderen; en (b) met bescherming van de nationale veiligheid, de maatschappelijke orde, de maatschappelijke gezondheid en normen en waarden (3). Met name omroepen zijn vragende partij om de strikte regularisatie van persvrijheid tot een minimum te herleiden, en vooral om onnodige of al te willekeurige restricties ten aanzien van media-inhouden te vermijden. Zo stelde de Steering Committee on the Mass Media (een Europese stuurgroep van openbare en commerciële omroepen) in 1993 nog:

"The fundamental value of media freedom is given concrete form in the written press and broadcasting sectors through the recognition of editorial autonomy in constructing and publishing the content of communication. As such, it is for editors and broadcasters to determine the content and nature of messages free from the dictates of policy makers" (geciteerd in: Holman 1994, 3)

Hollman wijst er dan ook op dat het concept van 'fair portrayal' door programmamakers en omroepbestuurders gezien kan worden als het beknotten van hun 'editoriale onafhankelijkheid' (Holman 1994, 3). Door specifieke eisen te stellen aan de programma-inhoud zou de vrijheid van expressie in zekere mate begrensd worden.

Cees Hamelink wijst er op dat er meer juridische grond is om te blijven streven naar niet-stereotiepe en meer gelijkwaardige beeldvorming van vrouwen en mannen. Hij

verwijst naar art. 5 van de Internationale Conventie m.b.t. het uitbannen van alle vormen van discriminatie tegen vrouwen (1979) waarin wordt gesteld dat lidstaten alle nodige maatregelen moeten nemen voor het uitbannen van stereotiepe representaties en vooroordelen gebaseerd op het idee van inferioriteit of superioriteit van één van beide geslachten (Hamelink 1999, 267). Ook in de Vlaamse omroepwetgeving wordt met de internationale verdragen rekening gehouden. Met betrekking tot de programma-inhoud werden decretaal bijzondere bepalingen opgelegd die gelden voor de VRT en daarnaast gemeenschappelijke bepalingen die van toepassing zijn op alle omroepen. De openbare omroep dient er bijvoorbeeld voor te zorgen dat "*in de programma's, op basis van de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens, elke vorm van discriminatie geweerd. De programma-opbouw geschiedt derwijze dat hij geen aanleiding geeft tot discriminatie tussen ideologische en filosofische strekkingen*" (art. 23. § 1.) (4). Voor alle omroepen geldt dat zij geen programma's mogen uitzenden die de lichamelijke, geestelijke of zedelijke ontwikkeling van minderjarigen ernstig zouden kunnen aantasten, inzonderheid programma's met pornografische scènes of met nodeloos geweld (art. 78. § 1.). Bovendien mogen de programma's van de omroepen "*niet aansporen tot haat op grond van ras, geslacht, godsdienst of nationaliteit*" (art. 78. § 2.).

2.2. 'Verantwoorde beeldvorming' binnen media-ethiek

In een overzicht van bijna vijftig jaar media-ethiek onderscheidt John Merrill twee belangrijke stromingen (Merrill 1999). Een eerste stroming, de *sociale of communitaristische ethiek*, bekijkt de communicator als degene die ethische signalen ontvangt van de maatschappij, van collega's en van de gemeenschap. Dergelijke publieke ethische bekommernissen zijn belangrijker dan individuele ethische codes. Wilbur Schramm, die in zijn boek *Responsibility in Mass Communication* (1957) de principes van de Sociale verantwoordelijkheidstheorie uitwerkte, stelde dat de uiteindelijke doelstelling van deze normatieve mediatheorie, namelijk het propageren en ondersteunen van democratische waarden, niet ten nadele mag zijn van het overbrengen van maatschappelijke normen en waarden:

"Promoting democracy by enlightening the public - but not at expense of media task of promoting public morals (in general, by respecting the home and the sanctity of marriage, religion, law and justice, national feelings; by curbing base emotions, by avoiding violence, vulgarity, and profanity)" (Schramm 1957, 293)

Schramm stelt dat de media een belangrijke taak hebben in het doorgeven van maatschappelijke (op dat moment) dominante normen en waarden: zoals de onaantastbaarheid van het huwelijk en het gezin als hoeksteen van de samenleving. Hedendaagse communitaristische ethici (zoals o.a. Clifford Christians) zien media-organisaties als belangrijke morele agenten en zij stellen normatieve ethische codes voor, waarbij solidariteit en samenwerking vaak centraal staan. Een tweede stroming, de *liberale of individuele ethiek*, beschouwt de communicator als diegene die individuele ethische ontwikkeling voorop zet en maatschappelijke belangen pas op

een tweede plaats laat komen. Liberaal gerichte media-ethici (zoals John Merrill, Morgan) wijzen voornamelijk op individuele ethische codes (op het recht van persvrijheid, en persoonlijke autonomie in een medialandschap waar competitie voorop staat). Uiteraard is de afbakening tussen deze twee stromingen niet rechtlijnig. Niet alle moraalfilosofen die ook iets over de media zeggen zijn in één van deze twee 'kampen' onder te brengen (Merrill 1999, 23). Binnen beide stromingen van media-ethiek worden universele waarden gepromoot, en is er weinig ruimte voor particulariteit. In beide stromingen staat de formulering van ethische codes, die richtinggevend zijn voor de morele actor(en), centraal. Nochtans wijzen steeds meer academici op het feit dat waarden zoals persvrijheid, vrijheid van meningsuiting, het recht op informatie en de sociale verantwoordelijkheid van de pers, niet wereldwijd gedeeld worden of in andere omstandigheden anders gedefinieerd worden (bijvoorbeeld Cohen-Almagor 2001).

Argumentatie met betrekking tot 'verantwoorde beeldvorming' kan vooral gevonden worden binnen de meer sociale media-ethiek, bij o.a. Willbur Schramm en bij Clifford Christians. Schramm definieerde vier basisverantwoordelijkheden voor de massamedia, waar 'presenting a true and balanced picture of the world' er één van is (Schramm 1957, 7). Clifford Christians (1986) wijst op het belang van de sociale verantwoordelijkheidstheorie als een *guiding ethic* voor de massamedia. Hij stelt daarbij dat met name nieuwsmedia de verantwoordelijkheid dragen om over de invalshoeken, noden en behoeften van minderheden in de samenleving te rapporteren. Dit betekent wel dat de media over zijn 'middenklasse-etnocentrisme' zal moeten komen. Christians verwijst naar het ethisch concept van John Rawl's *sluier van onwetendheid*, een concept dat deel uitmaakt van Rawl's 'Sociale contracttheorie'. In deze morele theorie, uitgewerkt in 'A Theory of Justice' gaat Rawls (1973) er vanuit dat vrije en rationele mensen met elkaar een 'sociaal contract' aangaan aan de hand waarvan ze met elkaar samenleven en samenwerken. Deelnemers aan een dergelijk sociaal contract zijn eigenlijk gesitueerd achter 'een sluier van onwetendheid' waarbij ze niet weten in welke mate de beslissingen die zij nemen hun eigen leven zal kunnen beïnvloeden. Zij dienen hun eigen identiteit buitenwege te laten en beslissingen te nemen door de identiteit van anderen aan te nemen die getroffen zullen worden door hun beslissingen. Niemand achter deze sluier weet in welke positie, of met welke identiteit hij/zij zal zijn als de sluier weer opgelicht wordt. De Sociale Contracttheorie verwacht van mensen dat zij hun eigen wensen en belangen opzij kunnen zetten ten behoeve van algemene belangen en noden. Een persoon kan dit enkel doen als anderen akkoord gaan om dit ook te doen, vandaar het concept van het 'ongeschreven sociale contract'(Rawls 1973). In deze theorie staat 'fairness' centraal voor sociale rechtvaardigheid. Ook een media-organisatie kan een dergelijk sociaal contract aangaan. Journalisten die samen een aantal ethische richtlijnen of deontologische codes (die gezamenlijk worden gedefinieerd) onderschrijven hebben een sociaal contract. Door te wijzen op het concept van de 'sluier van onwetendheid' wijst Christians op het feit dat er nood is aan een specifieke benadering, door een sluier of een andere bril te dragen, om alle delen van het sociale spectrum gelijkwaardig in beeld te brengen (Christians 1986).

Interessant binnen deze benadering van de sociale verantwoordelijkheidstheorie is inderdaad de link tussen 'fairness' en sociale rechtvaardigheid. Dit kan doorgetrokken worden naar het concept van 'verantwoorde beeldvorming'. Pleitbezorgers van verantwoorde beeldvorming wijzen er op dat programmamakers en journalisten veelal 'blanke, heteroseksuele middenklasse mannen' zijn die telkens weer gebruik maken van dezelfde bronnen, en dezelfde mannelijke deskundigen aan het woord laten. Zij pleiten echter niet allemaal, zoals Rawls, voor het opzetten van een 'sluier van onwetendheid'.

Er is vrij veel onderzoek gedaan, ook door feministische wetenschappers, over gender en nieuws- en actualiteitenprogramma's (zoals: Van Zoonen 1991; Carter, Branston, e.a. 1998). Stuart Allan (1998, 121-122) onderscheidt in een kort overzicht over het onderzoek naar gender en nieuws drie verschillende benaderingswijzen:

1. sommige onderzoek/st/ers stellen het objectiviteitscriterium dat als journalistiek ideaal gehanteerd wordt in vraag. Zij stellen dat objectiviteit vaak gedefinieerd wordt vanuit mannelijke normen en waarden en menen dat dit de oorzaak is van de vaak subjectieve journalistieke aanpak van wat 'nieuws' is. Goede journalistiek is volgens deze onderzoek/st/ers *genderneutrale* journalistiek, en dit kan enkel bereikt worden door te zoeken naar gsystematiseerde methoden om 'concrete feiten' te verzamelen, te selecteren en in beeld te brengen op een zodanige onpartijdige wijze dat de werkelijkheid gereflecteerd wordt.
2. andere onderzoek/st/ers proberen juist de *genderspecificiteit* van objectiviteit te benadrukken. Binnen deze benaderingswijze staan de verschillen tussen mannen en vrouwen, en ook het verschillend kijken naar wat nieuws en wat realiteit is, centraal. Enkel vrouwen kunnen aanvoelen wat de concrete werkelijkheid voor vrouwen betekent. Vanuit dit gezichtspunt wordt gestreefd naar het zoeken naar evenwicht tussen mannelijke en vrouwelijke waarden binnen het nieuws, door bijvoorbeeld binnen nieuwsorganisaties evenveel vrouwelijke als mannelijke journalisten tewerk te stellen, en door zowel vrouwelijke als mannelijke nieuwsbronnen te hanteren (bijvoorbeeld: Christmas 1997);
3. een laatste positie die Allan onderscheidt is een vooral theoretische, postmoderne, stellingname die ingenomen wordt door een aantal feministische academici. Zij stellen dat het concept van objectiviteit enkel dient om de patriarchale hegemonie te legitimeren. Objectieve feiten bestaan niet, feiten worden altijd ge(re)produceerd vanuit een bepaalde ideologische, en dus 'gegenderde positie'. Wat als objectiviteit, als nieuws of als realiteit wordt gedefinieerd hangt af van wie de macht heeft om het te definiëren (bijvoorbeeld: Carter, Branston, e.a. 1998).

Deze drie benaderingswijzen binnen het feministisch onderzoek naar gender en nieuws (Allan 1998) kunnen doorgetrokken worden naar de verschillende invullingen die aan de term 'fair portrayal' gegeven worden. De visies die onderzoekers hebben ten opzichte van 'objectiviteit' als selectiecriteria binnen de journalistiek vertonen heel wat gelijkenissen met de verschillende interpretaties en legitimaties die aan 'verantwoorde beeldvorming' gegeven (kunnen) worden.

De eerste benaderingswijze waarin gepleit wordt voor een *genderneutrale* journalistiek sluit het dichtst aan bij Rawls' sluier van onwetendheid: journalisten

dienen hun genderidentiteit van zich af te werpen en op zoek te gaan naar een gesystematiseerde maar vooral genderneutrale werkwijze. Journalisten moeten hun eigen specifieke (gegenderde) behoeften, normen en waarden overboord gooien, en dienen op zoek te gaan naar algemene belangen en noden en concrete feiten. Binnen deze visie past ook het zoeken naar sekseneutraal taalgebruik en het hanteren van sekseneutrale aansprekingsvormen. Door zowel mannelijke als vrouwelijke gasten op dezelfde (neutrale) manieren aan te spreken en te behandelen worden zij 'gelijkwaardig' in beeld gebracht. Deze benadering vinden we ook terug in de deontologische codes, zoals in het bovenstaande citaat uit de BBC producers' guidelines, die verwijzen naar 'fair portrayal'.

De tweede benaderingswijze waarin juist *genderspecificiteit* centraal staat vertoont gelijkenissen met het belang dat wordt gehecht aan 'evenwicht' binnen 'fair portrayal'. Binnen deze visie dient er vooral gezocht worden naar een balans, naar een evenwicht tussen het aantal vrouwelijke en mannelijke journalisten, omdat zij er samen wel zorg voor dragen dat zowel mannelijke als vrouwelijke waarden en behoeften aan bod zullen komen. Deze visie lijkt er ook vanuit te gaan dat vrouwen een andere journalistieke praktijk dan mannen beoefenen, en dat het allemaal wel in orde komt als er voldoende vrouwen binnen de mediaorganisaties werkzaam zijn.

De derde benaderingswijze, waarin gesteld wordt dat er geen 'objectiviteit' bestaat, dat wat als objectief of waarheidsgetrouw wordt gedefinieerd afhangt van wie de macht heeft om het te definiëren, levert belangrijke aandachtspunten voor pleitbezorgers van 'verantwoorde beeldvorming'. Binnen deze visie kan de vraag gesteld worden of de beeldvorming wel verandert op het moment dat er voldoende vrouwen in de organisatie werken. Zolang de mediastructuren, en degenen die de machtsverhoudingen bepalen, niet veranderen, zal er ook geen of nauwelijks verandering op het gebied van 'verantwoorde beeldvorming' plaatsvinden (Demoor, Saeys, e.a. 2000, 56).

3. HET BEELDVORMINGBELEID BINNEN OPENBARE OMROEPEN

Op Europees niveau werd vanaf begin jaren '80 het belang van een beleid en acties ter bevordering van de kansen van vrouwen in de media ingezien. Internationale instellingen zoals de Commissie van de Europese Unie, de UNESCO en de European Broadcast Union (EBU) hebben meerdere initiatieven ontplooid die ten doel hadden de posities van vrouwen in de media te verbeteren en een verantwoorde beeldvorming te stimuleren. In 1982 werd door de Raad van Europa een eerste resolutie goedgekeurd ter bevordering van gelijke kansen voor de vrouw, waarbij de nadruk lag op het ontwikkelen van bewustmakings- en voorlichtingsacties die kunnen bijdragen tot een mentaliteitsverandering ten aanzien van het delen van de taken in beroep, gezin en maatschappij (PB nr C van 21.7.1982, 3). Hierna volgden er resoluties in 1987, 1995 en 1997 waarin telkens opgeroepen werd tot een meer positieve beeldvorming van vrouwen. Alhoewel dit in de vorm van aanbevelingen gebeurde

werd in een aantal Europese landen (o.m. Duitsland, Frankrijk, Spanje, Groot-Brittannië, Italië en België) de omroepwetgeving wel aangepast. Vooral met het oog op het bannen van pornografie, de bescherming van kinderen en jongeren, en het respect voor 'decency', algemeen fatsoen (Michielsens, Celis, e.a. 1995; Spee 1997). Om de Europese resoluties en de talrijke aanbevelingen die hierin gedaan worden ook inhoudelijk te ondersteunen werd in opdracht van de Europese Commissie in 1986 de *Steering Committee for Equal Opportunities in Broadcasting* opgericht. Het prioritaire actieterrein van deze stuurgroep was de verbetering van de status van vrouwen in de samenleving via een verhoging van de inspraak van vrouwen in de media. De stuurgroep kreeg de opdracht middelen te zoeken om het aantal vrouwen bij de omroepen te verhogen, vooral in sleutelfuncties bij de programmaproductie en bij de directie. Bij de stuurgroep waren omroepen uit alle lidstaten aangesloten (voor België: VRT en RTBf) die samen aanbevelingen uitwerkten voor de verbetering van de positie van vrouwen. Het 'EBU-Charter voor Gelijke Kansen voor vrouwen in de omroep', dat in 1995 ondertekend werd door de topmanagers van 36 Europese media-organisaties, vloeide hieruit voort. Ondertekenaars van het Charter onderschreven de belofte dat zij doorgedreven maatregelen zouden nemen om de positie van vrouwen in de omroepen te verbeteren. In de periode van het bestaan van de Stuurgroep (1986-1996) kreeg vooral het domein van tewerkstelling ruime aandacht en werden er verschillende initiatieven genomen om vrouwen op het vlak van werving, training en carrièremogelijkheden meer kansen te bieden binnen de omroeporganisaties (Gallagher, 1987, 1992).

Op het terrein van 'verantwoorde beeldvorming' was het gedurende al die jaren heel wat rustiger, buiten een aantal losse en eerder vage initiatieven en aanbevelingen. Margaret Gallagher stelde terecht dat dit ook een veel moeilijker terrein is, omroeporganisaties hebben zelf minder controle op de beeldvorming dan op hun personeelsstatistieken en de uiteindelijke resultaten zijn ook minder makkelijk meetbaar. Verantwoorde beeldvorming vereist de medewerking en bereidwilligheid van de verschillende actoren van het hele programmaproductieproces. *'It is evident that few companies yet understand and accept that taking gender portrayal seriously entails a comprehensive strategy, and involves the sustained deployment of human and other resources'* (Gallagher, geciteerd in: Michielsens & Spee 2000b). Het werd echter ook niet als gewenst beschouwd om de individuele en creatieve vrijheid van programmamakers in vraag te stellen of te beïnvloeden (Michielsens & Spee 2000b, 44). De omroeporganisaties hebben samen met politici de ongelijke kansen van vrouwen in de media aangekaart, en gesteld dat er een aantal concrete maatregelen genomen moesten worden om vrouwen meer gelijke kansen te geven. De maatregelen die i.v.m. 'verantwoorde beeldvorming' te maken hadden waren dan ook vooral kwantitatief van aard: meer vrouwen in alle niveau's van een media-organisatie betekent uiteraard ook meer vrouwen op het niveau van programmapresentatie. De programmamakers zelf werden in eerste instantie letterlijk ongemoeid gelaten, maar ook niet betrokken in mogelijke discussies over verantwoorde beeldvorming, en daarmee niet beschouwd als mogelijke morele agenten.

De afgelopen vijf jaar werd er op Europees niveau pas harder getrokken aan de kar van 'verantwoorde beeldvorming'. Specifiek met de bedoeling verantwoorde

genderbeeldvorming te promoten werd in 1997 een netwerk opgericht waarin een aantal Europese openbare omroepen (o.a. YLE, NOS, ZDF en DRK) het voortouw namen. Met betrekking tot het ijveren voor een positievere beeldvorming van mannen en vrouwen in programma's van de publieke omroep werd het project 'Screening gender' gestart en de slogan "*fair gender portrayal as an added value for European public broadcasting*" gelanceerd (Aslama 1999). Hiermee werd aangegeven dat verantwoorde beeldvorming van gender tot één van de kwaliteitscriteria van televisieprogramma's behoort. De achterliggende motivatie is dat de media de gefragmenteerde en gediversifieerde samenleving op een verantwoorde wijze in beeld dienen te brengen, indien zij hun gefragmenteerde publiek niet willen verliezen. Aslama stelt nogal formeel dat de maatschappij in al haar facetten zich zou moeten kunnen terugvinden in de televisieprogrammatie van de openbare omroep. Een goed televisieprogramma draagt zorg voor een beeldvorming waarin recht gedaan wordt aan de maatschappelijke (gender)diversiteit (Aslama 1999, 12). Aslama beklemtoont dat dit ook (maatschappelijke) engagement inhoudt van de betreffende programmamakers. In haar argumentatie wordt de nadruk gelegd op sociale betrokkenheid en de rol van de programmamaker als morele agent. Door te wijzen op het verhogen van de kwaliteitsdimensie en het bereiken van een bredere doelgroep via 'verantwoorde beeldvorming' wordt de programmamaker ook op een aantal professionele normen en waarden aangesproken.

4. DE PROGRAMMAMAKERS AAN HET WOORD

"Dus bij de selectie van de praatgasten zeg ik altijd tegen de researchers: als we de keuze hebben tussen een man en een vrouw, pak maar een vrouw!" (hoofdredacteur publieksdiscussieprogramma)

Het is dan ook belangrijk om naast de analyse van bestaande beleidsteksten en deontologische codes eveneens te analyseren welke normen en waarden journalisten en programmamakers aanspreken om hun selectie en aanpak te legitimeren, om hun verantwoording van wat 'goede televisie' kan zijn te ontleden. Welke argumenten hanteren zij om hun keuzes ten aanzien van bijvoorbeeld de selectie van praatgasten te verantwoorden?

In dit artikel ga ik dieper in op de argumentatie van programmamakers van publieksdiscussieprogramma's. De keuze voor dit genre van praatprogramma's heeft vooral te maken met de mogelijkheden die dit biedt om zowel vrouwen als mannen (tegelijk) aan het woord te laten. In publieksdiscussieprogramma's krijgen vrouwen namelijk veel vaker dan vroeger een 'stem', op een op het eerste zicht gelijkwaardige basis. Waar voorheen voornamelijk mannelijke (zowel wetenschappelijke als politieke) deskundigen het woord kregen in praatprogramma's gaat nu de aandacht uit naar de meningen, ervaringen en gevoelens van 'gewone mensen', zowel mannen als vrouwen. In bepaalde publieksdiscussieprogramma's proberen programmamakers zelfs op verschillende manieren evenwicht te zoeken tussen het aantal mannelijke en

vrouwelijke discuttanten of gasten. Representatie en diversiteit zijn namelijk belangrijke premissen van deze programmaformats. Zowel het programma 'Jan Publiek' (TV1, VRT - tweede seizoen van 1997) als 'Het Lagerhuis' (VARA - tweede seizoen van 1997) zijn publieksdiscussieprogramma's waarin gedurende een seizoen (van 12 tot 16 uitzendingen) telkens een vast panel van twintig 'gewone mensen' discussieerden over zeer uiteenlopende thema's van zowel politieke, ethische, juridische of sociaal-culturele aard. In beide programma's werd voor een representatief samengesteld panel gekozen: van verschillende leeftijd- en beroeps categorieën, met een verschillende opleidingsgraad, met verschillende politieke opvattingen, ongeveer evenveel mannen als vrouwen en enkele allochtone deelnemers. Bij het panel van Jan Publiek gaat het om een gelijke verdeling van 10 mannen en 10 vrouwen; het panel van het Lagerhuis kent een verhouding van 9 vrouwen op 11 mannen. Naast dit vaste panel werden in beide programma's ook experts uitgenodigd, met name in Jan Publiek lag de nadruk hier dikwijls op ervaringsdeskundigen. Tegenover dit specifieke programmaformat staat het publieksdiscussieprogramma 'De Eeuwige Strijd' (VTM - eerste seizoen 1998) dat een meer traditionele format had. In dit programma werden namelijk per uitzending professionele en ervaringsdeskundigen uitgenodigd, naargelang van het discussiethema. De mensen die hier mee discussieerden waren telkens, op de één of andere manier, rechtstreeks betrokken bij het onderwerp. Ook hier gaat het om onderwerpen van zowel politieke, ethische, juridische of sociaal-culturele aard. Per uitzending kwamen telkens 4 deskgesten en gemiddeld een twaalfstal studiogasten aan het woord.

In totaal werden 17 programmamedewerkers geïnterviewd (5): 9 medewerkers van Jan Publiek, 4 medewerkers van De Eeuwige Strijd en 4 medewerkers van Het Lagerhuis. In onderstaande tabel staan de verschillende functies van deze programmamedewerkers vermeld:

Jan Publiek	Het Lagerhuis	De Eeuwige Strijd
Presentator / producer	Eindredacteur (6)	Presentatrice
Regisseur	3 Redactieleden	Hoofdredacteur / producer
Eindredacteur		Eindredactrice
4 Redactieleden		Productie-coördinator
Regie-assistente		

Het productieproces van elk soort televisie- of radioprogramma, fictie of non-fictie kan omschreven worden als een negotiatieproces waarbij tekstuele betekenissen in een (populair) culturele vorm gegoten worden [Dornfeld, 1998 #1206: 15].

Professionele normen en criteria spelen een belangrijke rol in dit onderhandelingsproces, maar ook genrespecifieke criteria en commerciële argumenten (goedkopere productie, verhoging van de kijkcijfers of reclame-inkomsten) kunnen er deel van uitmaken. Doorheen de interviews met de programmamakers van publieksdiscussieprogramma's speelde dit onderhandelingsproces, over hoe deze programma's tot stand komen, een belangrijke rol. De programmamakers nemen dikwijls gezamenlijke beslissingen, soms direct maar ook vaak indirect. Ook de selectie van de panelleden, van de praatgasten en van de te bespreken thema's wordt met elkaar besproken, alhoewel één van de programmamakers vaak wel, volgens zijn collegae, een doorslaggevende stem heeft. De programmamakers spreken meestal over 'één team' of over 'de redactie' of gewoon in de 'wij'-vorm, maar bij de drie discussieprogramma's blijkt er telkens wel één of twee personen te zijn die uiteindelijk de touwtjes in handen hebben. Bij Jan Publiek werd deze functie toegeschreven aan de presentator die tegelijk de producer is van zijn eigen programma. Samen met zijn rechterhand, de eindredacteur, heeft hij een beslissende rol gespeeld in de conceptuele fase van het programma; en hij bleek ook degene te zijn die zich vasthield aan een aantal specifieke aspecten van het programma (zoals het systeem van televoting), dikwijls tegen de zin van de andere programmamakers. Ook bij Het Lagerhuis namen de beide presentatoren deze rol in: zij waren beiden betrokken bij het creëren van het programmaformat en hadden een doorslaggevende stem in het selecteren van onderwerpen en gasten. Bij De Eeuwige Strijd nam niet de presentatrice maar de hoofdredacteur deze functie met duidelijke beslissingsmacht op zich. Niettegenstaande deze, soms niet expliciete, hiërarchische structuur binnen de programmaredacties hebben ook de individuele programmamakers een belangrijke rol in het selecteren van praatgasten en panelleden, het aanmaken van dossiers voor de onderwerpen, het aanbrengen van reportages en het voorbereiden van de praatgasten op het programma en op de vragen. De argumenten die deze individuele programmamakers aanreiken over het belang van het programma, over de deelname van 'gewone mensen' en het belang van eigen mening en persoonlijke ervaringen, geven aan welke waarden en criteria zij binnen deze specifieke context, namelijk als lid van een redactieteam van een publieksdiscussieprogramma, zeggen te hanteren.

Doel van de interviews met de programmamedewerkers was meer algemeen het verkrijgen van inzicht in het selectie- en productieproces van de uitzendingen, de motivaties die daaraan ten grondslag lagen, en meer specifiek nagaan hoe de redacties omgaan met concepten als 'representatie' (en genderevenwicht) en 'het persoonlijke' (zowel ervaringen, als authenticiteit als meningen). In dit artikel ga ik dieper in op de argumentatie van de programmamakers ten opzichte van de selectie van het vaste panel (hun keuze voor genderevenwicht) in JP en LH en de selectie van de praatgasten in JP, LH en DES (en in welke mate zij hier genderevenwicht nastreefden). Voor de analyse van de interviews op deze specifieke aspecten maak ik gebruik van het concept van 'interpretatieve repertoires'.

4.1. Interpretatieve repertoires

Discursieve of interpretatieve repertoires zijn weerkerende (of consistente) 'spraak'patronen die gebruikt worden om bepaalde handelingen, cognitieve processen en andere ideologisch geladen factoren te (re)construeren. Het concept 'interpretatieve repertoires' werd ontwikkeld door de sociaal-psychologen Potter en Wetherell (Potter & Wetherell 1987) om alledaagse conversaties te kunnen analyseren. In deze vorm van discoursanalyse staan patronen en variaties in de inhoud van taalgebruik centraal en probeert de onderzoeker de (sociale) functie van het gebruik van particuliere interpretatieve 'frames' (7) (soms wordt ook de term '*vocabularies*' gebruikt cfr (Costera Meijer 2001) te begrijpen. Dergelijke *interpretatieve repertoires* zijn clusters van een beperkt aantal termen, en worden ook wel beschouwd als flexibele organiserende instrumenten om zin te geven aan dagelijkse professionele en/of particuliere dilemma's. Interpretatieve repertoires construeren een bepaalde voorstelling of visie van sociale verhoudingen en vervullen bovendien zowel argumentatieve als retorische functies. Deelnemers aan het sociale verkeer (in de brede zin van het woord) kunnen over meerdere interpretatieve repertoires beschikken die zij, afhankelijk van de gespreksomstandigheden en de gespreksdoelen, kunnen inzetten (Van Den Bergh 1997, 203).

Costera Meijer is nagegaan welke criteria programmamakers direct en indirect hanteren om 'gekleurde' acteurs voor televisie te selecteren. Costera Meijer stelt aan de hand van de argumentatie die programmamakers hanteren dat geloofwaardigheid een belangrijke factor is bij de keuze van allochtone acteurs en actrices in Nederlandse soaps (Costera Meijer 2001). Alhoewel enkele programmamakers benadrukken dat zij een evenwichtige vertegenwoordiging van de maatschappij in een televisieserie belangrijk vinden, en andere makers beweren dat het potentieel aan drama door de aanwezigheid van gekleurde acteurs toeneemt, blijft hun belangrijkste argument dat de verhaallijnen in de soap geloofwaardig moeten zijn. Costera Meijer toont echter aan, door dieper in te gaan op de argumentatie van programmamakers, dat niet zozeer de 'geloofwaardigheid' van het verhaal als wel de invulling die professionelen er zelf aan hechten doorslaggevend is. De uiteindelijke keuze voor etnische acteurs, hun rol in de soap en functie in de verhaallijn wordt onderhandeld door de verschillende actoren in het productieproces (Costera Meijer 2001, 225). Ook Andra Leurdijk gebruikte het concept 'interpretatieve repertoires' om de verzameling aan interpretaties, legitimaties en evaluaties van producenten van berichtgeving over de multiculturele samenleving te analyseren. Volgens haar analyse zijn er een viertal repertoires te onderscheiden bestaande uit redeneringen, die de door haar geïnterviewde journalisten gebruikten om hun opvattingen over de relatie tussen media en de multiculturele samenleving te duiden (Leurdijk 1999, 166). Een eerste repertoire heeft betrekking op het registreren van de maatschappelijke werkelijkheid'. Journalisten die gebruik maken van dit repertoire vinden dat zij de taak hebben om gebeurtenissen i.v.m. de multiculturele samenleving te registreren; oordelen laten zij over aan de kijkers. Een tweede repertoire heeft te maken met een meer actieve invulling van de taken van journalisten, namelijk 'voorlichten en vooroordeel bestrijden'. De journalisten die dit repertoire gebruiken menen dat de media ook een opvoedende functie hebben. Een derde repertoire heeft te maken met 'taboes doorbreken en confronteren'. Binnen dit repertoire wordt gepleit voor een openlijke berichtgeving, 'zonder taboes', over problemen in de multiculturele samenleving. Een

laatste repertoire die Leurdijk onderscheidde noemt zij 'integreren'. Uit dit repertoire putten journalisten die het belang van integratie willen benadrukken en waarbij de aanwezigheid van alloctonen in de samenleving als vanzelfsprekend wordt beschouwd. Leurdijk stelt dat deze repertoires elkaar niet uitsluiten en dat journalisten de verschillende repertoires naast elkaar kunnen hanteren (Leurdijk 1999, 170-177). Daarmee bevestigt zij dat een interpretatief repertoire contextafhankelijk is, afhankelijk van een onderwerp of een bepaalde situatie kunnen andere repertoires gebruikt worden. De focus is, via het zoeken naar 'interpretatieve repertoires', wel eenzijdig gericht op het strategisch gedrag van individuele actoren (Van Den Bergh 1997, 195), en kan dus niet direct gebruikt worden om bijvoorbeeld beleid te analyseren.

4.2. De argumentatie bij de selectie van 'gewone mensen': van genderevenwicht tot genderspecifiek

Aangezien zowel in JP als in LH het vaste panel van 'gewone mensen' een cruciale rol speelt in het programma (dit vaste panel zal gedurende 12 tot 16 uitzendingen wekelijks op televisie te zien en te horen zijn) is de selectie van de deelnemers aan dit panel voor beide programma's heel grondig geweest (zie ook (Carpentier & Spee 1999; Carpentier 2001)). In beide discussieprogramma's had men van bij het begin voor ogen dat er (ongeveer) evenveel vrouwen als mannen in het panel van 'gewone mensen' zouden moeten zitten. In de argumentatie van de programmamakers over de selectie van dit panel, en met name over het waarom van de seksepariteit, klinken drie verschillende repertoires door: het repertoire van "evenredige vertegenwoordiging", het repertoire van "genderspecificiteit" en het repertoire van "genderbeeldvorming". De argumenten die onder het repertoire van "evenredige vertegenwoordiging" geklasseerd worden hebben te maken met maatschappelijke verhoudingen, of de weerspiegeling van de maatschappelijke realiteit. Met het repertoire van genderspecificiteit worden juist die argumenten gevat die te maken hebben met de specifieke eigenschappen van vrouwen en mannen; meestal worden hierbij de verschillen tussen vrouwen en mannen benadrukt. Het repertoire van 'genderbeeldvorming' omvat juist die argumenten die gehanteerd worden door voortrekkers van verantwoorde beeldvorming. De programmamakers die hiervan gebruik maken stellen vast dat er specifieke maatregelen genomen moeten worden om vrouwen meer kansen te geven op televisie.

Op de vraag waarom ze in de programmaformat voor een panel van ongeveer evenveel vrouwen als mannen gekozen hadden werd dan ook vooral benadrukt dat dit een evidente en logische keuze was, zie bijvoorbeeld in beide onderstaande citaten:

"Omdat dat een verdeling is vind ik die, ik bedoel welke andere verdeling je ook maakt: 9 tegen 11 of 8 tegen 12, er zal altijd wel ergens... Nu kan je gewoon zeggen: mannen en vrouwen zijn evenredig vertegenwoordigd, ik vind het ook nogal logisch" (de presentator/producer JP, citaat 1)

"Omdat wij eigenlijk vinden dat het eerlijk verdeeld moet zijn, omdat er in ons land inderdaad evenveel mannen als vrouwen zijn (...) . En ik vind dat je ze dan ook evenveel moet kunnen horen in de uitzending" (een vrouwelijke redacteur LH, citaat 2)

In dit repertoire van 'evenredige vertegenwoordiging' stellen de programmamakers dat de samenstelling van hun panel de maatschappelijke verhoudingen weerspiegelt. Op basis hiervan beargumenteren ze dan ook dat dit vooral een rationele overweging geweest is. Aangezien de samenleving bestaat uit evenveel mannen en vrouwen wordt het als logisch beschouwd dat ook dit panel dezelfde verhouding kent. Het panel van gewone Vlamingen en gewone Nederlanders is in zekere zin representatief voor de maatschappij.

"(..) omdat het in de maatschappij ook fifty-fifty is en omdat er altijd discussies wel zijn waarin mannen en vrouwen sowieso van mening verschillen omdat ze man en vrouw zijn, en ja, dat moest gewoon zo". (een mannelijke redacteur JP- citaat 3)

"om daar echt een evenwicht in te krijgen, omdat je maar al te vaak op TV ziet dat mannen meer vertegenwoordigd zijn dan vrouwen. En (...) ook omdat vrouwen heel anders denken dan mannen op een aantal vlakken, dus dat vonden wij eigenlijk een beetje evident van 10 mannen 10 vrouwen". (een vrouwelijke redacteur JP- citaat 4)

Naast het repertoire van 'evenredige vertegenwoordiging' komt in citaten 3 en 4 ook een ander repertoire tot uiting, namelijk dat van 'genderspecificiteit'. Programmamakers die van dit repertoire gebruik maken beklemtonen de specifieke verschillen tussen mannen en vrouwen. Zij stellen dat vrouwen en mannen verschillende mening hebben, dat vrouwelijke en mannelijke panelleden andere invalshoeken naar voor brengen in de discussies, en brengen dit naar voor als een belangrijk argument om er voor te zorgen dat er evenveel vrouwelijke als mannelijke panelleden zijn.

Een derde repertoire dat verschillende, voornamelijk vrouwelijke, programmamakers hanteren noem ik het repertoire van 'gender beeldvorming'. Deze programmamakers zijn zich bewust van een aantal aspecten van beeldvorming van vrouwen en mannen en noemen dat als argument om er naar te streven dat er meer vrouwen op televisie komen. In citaat 4 werd ook deels uit dit repertoire geput en het wordt ook duidelijk in het volgende citaat:

"Ja we vonden het heel belangrijk, we hebben er van in het begin voor gevochten maar daar was dan toch snel eenstemmigheid over dat er evenveel vrouwen moesten zijn. Ik denk dat we een baanbrekend televisieprogramma zijn want vrouwen zijn over het algemeen nog sterk in de minderheid op televisie" (een vrouwelijke redacteur JP - citaat 5)

Uit bovenstaande voorbeelden blijkt dat programmamakers uit verschillende repertoires putten om hun keuzes ten aanzien van de selectie van het vaste panel te

verantwoorden. De programmamakers van JP en LH gebruikten vooral het repertoire van 'evenredige vertegenwoordiging' en benadrukten de logische keuze van de man-vrouwverhouding in het panel van gewone mensen. Programmamakers die daarnaast ook argumenteren vanuit het 'repertoire van gender beeldvorming' doen een aantal vaststellingen ten aanzien van de situatie van beeldvorming van vrouwen op televisie en beklemtonen dikwijls hun sociale betrokkenheid, en de moeite die zij er voor over hadden om de andere programmamakers te overtuigen van het belang van een evenwichtig samengesteld panel.

4.3. De argumentatie bij de selectie van de gasten: van genderneutraal tot genderbeeldvorming

Dezelfde repertoires waarvan programmamakers gebruik maken om hun keuze voor het vaste panel te beargumenteren worden eigenlijk nog uitgesprokener op het moment dat zij bevraagd worden over hun keuze voor mannelijke en vrouwelijke praatgasten. Het repertoire van 'evenredige vertegenwoordiging' is in de argumentatie over de selectie van de (ervarings- en professionele) deskundigen echter nauwelijks meer terug te vinden. Programmamakers van zowel JP als LH stellen dat deze evenredige vertegenwoordiging wel als principe gehanteerd kan worden ten aanzien van een panel van 'gewone mensen' maar niet doorgetrokken kan worden bij de selectie van deskundigen.

Veelal putten deze programmamakers uit een ander repertoire om te stellen dat zij 'genderneutraal' zijn, dat zij niet naar het geslacht van de deskundigen kijken maar dat het gaat om de kwaliteiten van de gasten, de professionele deskundigheid en de mondigheid. Kort gezegd: *"als je de beste moet hebben dan pak je de beste, of dat nu een man of een vrouw is"* (redactielid JP).

"We zullen echt proberen de beste persoon te vinden. Of dat nu een man of een vrouw is dat maak niet zoveel uit" (presentatrice DES, citaat 6)

Dit repertoire van 'genderneutraliteit' wordt vaak gecombineerd met uitspraken over de functie van het programma, of de taak van programmamakers. Verschillende malen stellen de geïnterviewden expliciet dat het niet aan hen is om een emanciperende rol te vervullen of om een voortrekkersrol te spelen. Dit komt ook tot uiting in de volgende citaten:

"Omdat het niet onze taak is om positief te discrimineren of aan emancipatie te gaan doen. Het criterium bij de praatgasten was, bij de vroegere praatgasten in praatprogramma's, als het een vrouw kan zijn, oké, des te beter, maar ze moet wel evenwaardig zijn aan die mannelijke specialist. Als nu blijkt dat Peter Adriaensen als kinderpsychiater beter is dan al de andere vrouwelijke psychiaters, dan opteren we voor Peter Adriaensen. Dus ik zie het nut niet van een opvoedende taak op te nemen door te zeggen van: kijk, ja, we moeten vrouwen positief gaan discrimineren, nee." (de eindredacteur JP, citaat 7)

"Ik ben ook tegen dat soort positieve discriminatie om te zeggen van: we geven de voorkeur aan vrouwen, hoe dan ook. Heel vaak kozen we die in functie van hun deskundigheid of hun ervaring, en bleken dat in één uitzending allemaal mannen te zijn dan was dat zo, bleken dat allemaal vrouwen te zijn, dan was dat ook zo." (presentator JP, citaat 8)

Daarnaast geven een aantal programmamakers ook argumenten die betrekking hebben op het repertoire van 'genderspecificiteit'. Zij stellen uitdrukkelijk dat de meningen

van vrouwelijke en mannelijke deskundigen verschillend zijn, dat vrouwen bijvoorbeeld anders praten en denken of bepaalde onderwerpen vanuit andere invalshoeken belichten. Zo stelt de hoofdredacteur van DES:

"Mijn ervaring met het soort praatprogramma's wat we voor de commerciële omroep hebben gemaakt is dat vrouwen inderdaad gemakkelijker praten. (...) En dat ze veel gebalder hun meningen kunnen formuleren en eigenlijk nogal sloganesk kunnen resumeren wat ze bedoelen. Wat voor een praatprogramma dat het moet hebben van korthed en gebaltheid een balsem is. Dus bij de selectie van de praatgasten zeg ik altijd tegen de researchers: als we de keuze hebben tussen een man en een vrouw, PAK maar een vrouw". (hoofdredacteur DES, citaat 9)

Deze programmamaker put uit het repertoire van 'genderspecificiteit' om positief te kunnen discrimineren. Hij stelt dat het anders-zijn van vrouwen voor hem de motivatie is om voor een vrouwelijke praatgast te kiezen, ook omdat dit past binnen de programmaformat van zijn discussieprogramma. Maar daarnaast zit er ook een commerciële motivatie in zijn argumentatie, en in de 17 interviews is hij de enige die deze link maakt, wanneer hij deze 'genderspecifieke keuze' koppelt aan de kijkers:

"Er zijn meer vrouwen dan mannen in België. De vrouwen zijn trouwere kijksters, dus je moet die zeker niet afstoten. Vandaar dat het in ieder geval één van mijn grote dada's is om zoveel mogelijk vrouwelijke praatgasten in het programma te brengen." (hoofdredacteur DES, vervolg citaat 9)

Vooraf vrouwelijke redactieleden gebruiken ook ten aanzien van de selectie van deskundigen argumenten die uit het repertoire van 'gender beeldvorming' afkomstig zijn. Zij stellen dat zij als programmamakers bewust op zoek moeten gaan naar vrouwelijke deskundigen, omdat het nog altijd bijna als vanzelfsprekend wordt aangenomen dat de meeste deskundigen op de meeste terreinen mannen zijn. Zo stelde één programmamaakster dat de tijd van het 'mannenclubje, van mannelijke mediamakers en deskundigen onder elkaar voorbij is', en zij beargumenteerde:

"Ik weet het, het vergt meer moeite, maar dan denk ik van: zoek vrouwen, coach ze desnoods een beetje, geef ze wat kansen en geef ze wat tijd en op termijn zal dat wel renderen. Maar er zo van uit gaan dat er geen vrouwelijke deskundigen zijn... ik vind de media heel sexistisch hoor" (redactielid JP, citaat 10)

Enkele malen verwijzen de programmamakers van JP en DES die gebruik maken van dit repertoire zelfs naar een specifiek instrument, dat ontwikkeld werd door de Dienst Positieve Actie van de openbare omroep, een vademecum van deskundige vrouwen waarop programmamakers beroep kunnen doen (Van den Broeck 1998).

"Als je een deskundige zocht over een bepaald onderwerp, en er is niet echt één grote specialist die eruit springt dan ging ik wel een beetje rekening houden van toch maar liefst een vrouw. Ik denk dat alleen

vrouwelijke researchers daar op letten, om naar dat boekje van "Zeg niet te gauw" te grijpen, want anders, als je niet naar dat boekje grijpt dan kom je automatisch bij mannen" (redactielid JP, citaat 11)

"Het boekje van "Zeg niet te gauw, er is geen vrouw" ligt ook hier op de redactie. En er wordt ook gezegd van: alsjeblieft, kijk of er geen vrouw is die dat standpunt kan verdedigen, dat we niet met een overwicht aan mannen zitten." (redactielid DES, citaat 12)

Uit bovenstaande voorbeelden wordt duidelijk dat ook programmamakers afzonderlijk (zelfs binnen één bepaald redactieteam) vanuit verschillende repertoires putten om hun selectiekeuzes te beargumenteren. Het thema 'fair portrayal' wordt op die manier vanuit verschillende visies en facetten belicht. Er is een duidelijk verschil in de evidentie van het zoeken naar evenwicht tussen mannelijke en vrouwelijke panelleden en een veel voorzichtigere 'genderneutrale benadering' als het gaat om het zoeken naar professionele en ervaringsdeskundigen. Als het gaat om 'gewone mensen' dan is het blijkbaar een veel logischere keuze om te opteren voor een maatschappelijk representatieve samenstelling. Wat betreft de zoektocht naar andere praatgasten of deskundigen hangt veel af van de programmaformat, en de invulling van deskundigheid. Binnen een programma als DES wordt vaak de term praatgasten gebruikt voor ervaringsdeskundigen, en de keuze voor eerder vrouwelijke praatgasten wordt gelegitimeerd vanuit een 'genderspecifiek repertoire'. Het repertoire van 'gender beeldvorming' wordt voornamelijk gehanteerd door vrouwelijke programmamakers (zowel bij JP, LH als DES), die de keuze voor een evenwichtig samengesteld panel en hun soms moeizame zoektocht naar vrouwelijke deskundigen, beargumenteren vanuit een duidelijke visie op beeldvorming en op programmakwaliteit.

5. 'VERANTWOORDE BEELDVORMING' ALS KWALITETISCRITERIUM?

De vraag is of de sociale verantwoordelijkheidstheorie van de media ook in het huidige tijdperk nog een bruikbaar denkkader kan bieden. Het medialandschap heeft in ieder geval, door de commercialisering, globalisering maar ook fragmentatie van het media-aanbod, heel wat veranderingen ondergaan ten opzichte van vijftig jaar geleden. Denis McQuail, zelf een belangrijke normatieve media-theoreticus, wijst er op dat "*the frameworks offered ... have failed to come to terms with the great internal diversity of mass media types and changing technologies and times.*" (McQuail 1996, 67). Van Zoonen, Hermes en Brants pleiten dan ook, in een hommage aan McQuail, voor nieuwe denkpistes binnen normatieve theorie, en met name de sociale verantwoordelijkheidstheorie, waarbij de aandacht zal moeten gaan naar de transformaties in het mediagebeuren, de veranderingen op het journalistieke gebied, de groeiende relevantie van populaire cultuur en de veranderingen die 'het publiek' heeft ondergaan (Van Zoonen, Hermes, e.a. 1998, 2).

In het debat over 'verantwoorde beeldvorming', dat eigenlijk ook gekaderd kan worden binnen de sociale verantwoordelijkheidstheorie, wordt weinig rekening gehouden met de sociaal-politieke en culturele context waarbinnen deze media en vooral ook de programmamakers en journalisten zelf functioneren. Het lijkt bijna evident dat het vooral openbare omroepen zijn die initiatieven hebben genomen op het gebied van genderbeeldvorming. Nochtans stellen onderzoekers vast dat commerciële media-organisaties dikwijls meer vrouwen tewerkstellen, vooral omwille van hun namiddagprogrammatie die specifiek gericht is op (oudere) vrouwelijke televisiekijkers (Roser 1995; Van Zoonen 1995). Liesbet van Zoonen merkt zelf op dat er wel degelijk een verband bestaat tussen de economische structuur van een media-organisatie en de deelname en beeldvorming van vrouwen (Van Zoonen 1995, 475). Opvallend is dat in de interviews met de 17 programmamakers de hoofdredacteur van De Eeuwige Strijd (uitgezonden door de commerciële omroep VTM) de enige is die de link legt tussen zijn keuze voor voornamelijk vrouwelijke praatgasten en de vooral vrouwelijke televisiekijkers van zijn programma. Hij legitimeert zijn keuze, vanuit een repertoire van genderspecificiteit, door te stellen dat hij ook het publiek tevreden wil houden. Niet alleen Europese resoluties, deontologische codes en individuele keuzes van programmamakers spelen een rol in de genderbeeldvormingsproblematiek. Misschien zijn het vooral televisiekijkers die een doorslaggevende rol kunnen spelen? In bepaalde discussieprogramma's, maar ook in andere televisieprogramma's zoals Big Brother of De Mol, wordt expliciet gekozen voor seksepariteit als criterium bij de selectie van deelnemers. Het kiezen voor evenveel vrouwelijke als mannelijke kandidaten of panelleden kan gezien worden als een eerste stap naar een 'verantwoorde beeldvorming'. Binnen het vormingspakket van 'Screening gender' wordt dit ook als één van de aanbevelingen aan programmamakers aangereikt (Aslama 1999). Door programmamakers van dergelijke televisieprogramma's aan het woord te laten over hun selectiekeuzes worden verschillende visies over 'seksepariteit', maar ook over 'verantwoorde beeldvorming' blootgelegd.

De programmamakers zelf putten uit verschillende repertoires om hun selectiekeuze van zowel het vaste panel als van praatgasten te belichten. Het repertoire van 'evenredige vertegenwoordiging' leunt sterk aan bij een belangrijk aspect van 'fair portrayal', namelijk bestaande maatschappelijke verhoudingen in de media reflecteren. Dit repertoire wordt veelvuldig gebruikt als het gaat om de vertegenwoordiging van vrouwen en mannen binnen de categorie 'gewone mensen'. Maar op het moment dat het gaat over de selectie van professionele en ervaringsdeskundigen wordt dit repertoire veelal vervangen door een repertoire van 'genderneutraliteit'. Programmamakers stellen dat voor hen kwaliteit vooropgaat, en dat het er in die zin niet toe doet of het gaat om vrouwelijke of om mannelijke deskundigen. Zij zien zichzelf ook niet als diegenen die positieve actie zouden moeten voeren ten aanzien van vrouwelijke praatgasten of deskundigen. In dezelfde zin kan de waarschuwing van de BBC gezien worden dat de BBC wel degelijk een media-organisatie is, en zo stelt men: 'not in the business of social engineering' (BBC 2002). Doorheen de verschillende repertoires waaruit de programmamakers hun argumenten halen zijn ook verschillende visies op de kwaliteit van het programma, de uitzending of de gasten te horen. Genderneutraliteit wordt vaak aangehaald als argument om niet

specifiek op zoek te gaan naar een vrouwelijke deskundige. Inherent aan deze argumentatie is een bepaalde visie op deskundigheid, op wat zij 'kwaliteit' noemen. Hoe die kwaliteit ingevuld of beoordeeld wordt is afhankelijk van de individuele programmamaker: die kwaliteit kan zowel bestaan uit deskundigheid over het bepaalde onderwerp, uit spraakvaardigheid, of media-ervaring. Maar ook in het repertoire van 'genderspecificiteit' is een bepaalde invulling van kwaliteit verbonden: binnen dit repertoire worden argumenten aangehaald om te stellen dat vrouwen anders zijn, maar vooral 'betere' praatgasten (bijvoorbeeld "omdat ze gebalder kunnen spreken" - zie citaat 9). En aan het repertoire van 'gender beeldvorming' is eveneens een bepaalde visie op programmakwaliteit en kwaliteit van beeldvorming verbonden. In de argumentaties die hiertoe behoren wordt dat niet altijd expliciet uitgesproken, maar hebben de programmamakers wel een duidelijk oordeel over de kwaliteit van de programma's die niet aan hun impliciete criteria voldoen (zie bijvoorbeeld citaat 10). Net zoals Stuart Allan (1998) stelde dat binnen de verschillende onderzoeksbenaderingen naar nieuws en gender 'objectiviteit' als criterium heel verschillend ingevuld wordt, wordt binnen de verschillende repertoires waaruit programmamakers putten m.b.t. evenwichtige beeldvorming 'kwaliteit' telkens op een verschillende manier ingevuld. Binnen het genderneutrale repertoire wordt kwaliteit vooral genderneutraal gedefinieerd, terwijl het genderspecifieke repertoire ook een specifieke 'gegenderde' interpretatie geeft aan kwaliteit. Argumentaties binnen het repertoire van 'genderbeeldvorming' stellen dan weer dat de dominante invulling van programmakwaliteit vaak afhankelijk is van concrete machtsverhoudingen.

De discussie over programmakwaliteit en met name over welke criteria van een bepaald televisieprogramma een 'goed' (of met betrekking tot genderbeeldvorming 'verantwoord') programma maken moet uiteraard niet alleen door academici en beleidsmakers gevoerd worden. Juist de visies die programmamakers daarover construeren, en dagelijks in hun producten reproduceren, zijn belangrijke bronnen. Door dergelijke repertoires bloot te leggen wordt het ook mogelijk om in sensibiliseringscampagnes m.b.t. verantwoorde beeldvorming in te gaan op de verschillende argumentaties die gegeven kunnen worden. Genderevenwicht kan een belangrijke graadmeter zijn, maar in de huidige multiculturele samenleving kunnen ook andere criteria ten aanzien van representativiteit van bepaalde sociale groepen naar voor geschoven worden. Het publieke debat over wat kwaliteitsvolle televisie en verantwoorde beeldvorming betekenen dient alleszins gevoe(r)d te (blijven) worden, maar ook de visies van programmamakers mogen daarin niet vergeten worden.

VOETNOTEN

- (1) In een veel kleinschaliger onderzoek naar actoren binnen Vlaamse televisiejournals komen vrijwel dezelfde cijfers terug: één op de vijf getoonde actoren (zowel ervaringsdeskundigen als experts) bij zowel het VTM-journaal als het TV1-journaal is vrouw (Michielsens & Spee 2000b).
- (2) Daarnaast wordt ook wel de term 'positieve beeldvorming' (Fairchild 1988) gebruikt.

-
- (3) Dit is mijn vertaling, de originele tekst luidt: art. 19, § 3 "(a) for respect of the rights or reputations of others; (b) for the protection of national security or public order, or of public health or morals".
 - (4) De artikels die hier genoemd worden verwijzen naar de Decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 25 januari 1995, Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, Brussel.
 - (5) Vrijwel alle interviews werden afgenomen in samenwerking met Nico Carpentier, waarbij in beurtrol één van beide onderzoekers de rol van primaire interviewer op zich nam, terwijl de tweede onderzoeker de secundaire interviewer was, en daarbij verslag nam en verantwoordelijk was voor de ~~Ducloux~~ ~~interview~~.
 - (6) De ~~interview~~ die werd geïnterviewd was echter niet werkzaam bij Het Lagerhuis in het tweede seizoen, dat deel uitmaakt van de inhoudsanalyses, maar wel in de twee seizoenen die daarop volgden.
 - (7) Het begrip 'frame', zoals dat in 1974 door Erving Goffmann (Goffmann 1974), ontwikkeld werd richt zich voornamelijk op de manier waarop in het dagelijks leven ervaringen verwerkt en georganiseerd worden, en waarmee dus een bepaalde werkelijkheid wordt gedefinieerd. De principes die mensen gebruiken bij de verwerking van hun ervaringen kunnen ook aangeduid worden als verwachtingspatronen. 'Framing' is in hoge mate routinematig, waarbij de actoren zich niet bewust zijn van de specifieke keuzes die ze maken (Van Den Bergh 1997: 194)

BIBLIOGRAFIE

- Allan, S. (1998), (En)gendering the truth politics of news discourse, pp. 121-37, in C. Carter, e.a., *News, Gender and Power*. London: Routledge.
- Ang, I. & J. Hermes (1991), Gender and/in Media Consumption, pp. 307-328, in J. Curran & M. Gurevitch, *Mass Media and Society*. London: Edward Arnold Ltd.
- Aslama, M. (1999), Screening gender means good business. Fair gender portrayal as an added value and competitive advantage for European public broadcasting, *Intermedia*, 27(2), 8-12.
- BBC (2002), BBC's Producers' Guidelines. (<http://www.bbc.co.uk/info/editorial/prodgl/>).
- Carpentier, N. (2001), Managing audience participation. The construction of participation in an audience discussion programme, *European Journal of Communication*, 16(2), 209-232.
- Carpentier, N. & S. Spee (1999), *Different voices-different identities. Women participating in an audience discussion programme*. Women's Worlds Conference. Tromsø.
- Carter, C. & G. Branston, e.a., (Eds.) (1998), *News, Gender and Power*. London: Routledge.

- Ceulemans, M. & G. Fauconnier (1979), *Image, rôle et condition sociale de la femme dans les médias. Recueil et analyses des documents de recherche*. Paris: Unesco.
- Christians, C.G. (1986), Reporting and the Oppressed, pp. 109-130, in D. Elliot, *Responsible Journalism*. Beverley Hills, CA: Sage.
- Christmas, L (1997), *Chaps of both sexes? Women decision-makers in newspapers: do they make a difference?* London: The BT Forum.
- Cohen-Almagor, R. (2001), *Speech, Media and Ethics. The Limits of Free Expression*. New York: Palgrave.
- Costera Meijer, I. (2000), Het persoonlijke wordt publiek. De maatschappelijke betekenis van intieme journalistiek, *Tijdschrift voor Genderstudies*, 3(3), 16-30.
- Costera Meijer, I. (2001), The colour of soap opera. An analysis of professional speech on the representation of ethnicity, *European Journal of Cultural Studies*, 4(2), 207-230.
- Demoor, M. & F. Saeys, e.a. (2000), *Gezocht; m/v in het nieuws. De invloed van gender als productieve variabele op de vrouw- en manbeelden in de media*. Brussel: Dienst Gelijke Kansen in Vlaanderen.
- Eie, B., (1998), *Who speaks on television? A European comparative study of female participation in television programmes. Project: Promoting Good Practice in Gender Portrayal in Television*. Oslo, NRK: 32.
- Fairchild, H. (1988), Creating positive television images, pp. 390, in S. Oskamp, *Television as a social issue, applied social psychology annual nr. 8*. Newbury Park, California: Sage.
- Gallagher, M., (1995), *Lipstick imperialism and the new world order: women and media at the close of the twentieth century*. United Nations, Department for Policy Coordination and Sustainable Development.
- Gerbner, G. (1978), The Dynamics of Cultural Resistance, pp. 46-50, in G. Tuchman, e.a., *Hearth & Home. Images of Women in the Mass Media*. New York: Oxford University Press.
- Goffmann, E. (1974), *Frame analysis: an essay on the organisation of experience*. New York: Society for the Anthropology of Visual Communication.
- Hamelink, C. (1999), Media Monitoring an Individual Duties under International law, pp. 263-274, in K. Nordenstreng, *Griffin, Michael, International Media Monitoring. Cresskill*. N.J.: Hampton Press.
- Holman, K. (1994), *Analysis of the tension between editorial autonomy and the promotion of equality between the sexes. Human Rights and Gender: the responsibilities of the media*. Strasbourg: Council of Europe.
- Kuipers, D., (1992), *Het Doctor Clavan-complex. Een eerste kennismaking met het Bureau Beeldvorming*. Hilversum: NOS Bureau Beeldvorming.
- Kuipers, D. (1993), *Mieke, hoe is de stand? Onderzoekresultaten van het Bureau Beeldvorming m/v*. Hilversum: NOS Bureau Beeldvorming m/v.
- Leurdijk, A. (1999), *Televisiejournalistiek over de multiculturele samenleving*. Amsterdam: Het Spinhuis.
- Lünenborg, M. (1997), *Journalistinnen in Europa. Eine internationale vergleichende Analyse zum Gendering im sozialen Systems Journalismus*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

-
- McQuail, D. (1996), Mass Media in the Public Interest: Towards a Framework of Norms for Media Performance, pp. 66-80, in J. Curran & M. Gurevitch, *Mass Media and Society*. London: Arnold.
- Merrill, J.C. (1999), Foundations for Media Ethics, pp. 1-25, in D.A. Gordon & J.M. Kittross, *Controversies in Media Ethics*. New York: Longman.
- Michielsens, M. & K. Celis, e.a. (1995), *Beeld voor beeld. Vrouwen in media en reclame*. Brussel: Ministerie van Tewerkstelling en Arbeid.
- Michielsens, M. & D. Mortelmans, e.a. (1999), *Bouw een vrouw. Sociale constructie van vrouwbeelden in de media*. Gent: Academia Press.
- Michielsens, M. & S. Spee (2000a), *Beeldvorming m/v: diversiteit en emancipatie*. Brussel: Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap.
- Michielsens, M. & S. Spee (2000b), *Grenzen van de mediale constructie van gender. Een onderzoeksrapport*. Antwerpen: Centrum voor Vrouwenstudies, U.I.A.
- Michielsens, M. & S. Spee (1994), Televisie kijksters bekeken. De plaats van televisie in het dagelijks leven van vrouwen, pp. 187-204, in M. Van Nuland, *Handboek Vrouwenstudies*. Brussel: Ministerie van tewerkstelling en arbeid en Gelijke Kansenbeleid.
- Potter, J. & M. Wetherell (1987), *Discourse and Social Psychology*. London: Sage.
- Rawls, J. (1973), *A theory of justice*. Cambridge, Mass.: Belknap Press.
- Roser, J. (1995), Geschlechtsverhältnisse im deutschen Fernsehen der 90er Jahre. Kommerzialisierung als Chance für Frauen?, pp. 455-462, in L. Erbring, *Kommunikationsraum Europa*. Konstanz: Verlag Olschlagel.
- Saeyns, F. & M. Demoor, e.a., (2000), *Onderzoeksrapport "De invloed van gender op de productieprocessen van vrouw- en manbeelden in de media"*. Gent: R.u.g.-vakgroep Communicatiewetenschappen.
- Schramm, W. (1957), *Responsibility in Mass Communication*. New York: Harper & Brothers.
- Spee, S. (1997), M/V in beeld. Een evaluatie van het emancipatiebeleid van openbare omroepen, *PSW-papers*, 1(2), 28.
- Tuchman, G. & D.A. Kaplan e.a., (Eds.) (1978), *Hearth & Home. Images of women in the Mass Media*. New York: Oxford University Press.
- Van Den Bergh, H. (1997), Discours-analyse van alledaags racisme, pp. 183-207, in J. Servaes & V. Frissen, *De interpretatieve benadering in de communicatiewetenschap. Theorie, methodologie en case-studies*. Leuven: Theoretische en methodologische aspecten van de communicatiewetenschap.
- United Nations (2000), *The World's Women 2000: Trends and statistics*. New York, UN: Department of Social and Economical Affairs.
- Van den Broeck, D. (Ed.) (1998), *Zeg niet te gauw, d'r is geen vrouw*. Brussel: VRT-Positieve Actie & Minister van Gelijke Kansenbeleid.
- Van Zoonen, L. (1991), 'A tyranny of intimacy: women, femininity and television news.' pp. 217-236, in C. Sparks & P. Dahlgren, *Communication and Citizenship: Journalism and the Public Sphere in the new media age*. London: Routledge.
- Van Zoonen, L. (1995), Gender and the political economy of broadcasting in Western Europe. Or: the feminization of European television, pp. 470-477, in L. Erbring, *Kommunikationsraum Europa*. Konstanz: Verlag Olschlagel.

Van Zoonen, L., (1997), *Images of women in the Benelux, Germany and Central Europe. Regional Report*. Amsterdam: Belle Van Zuylen Institute.

Van Zoonen, L. & J. Hermes e.a. (1998), Introduction: of Public and Popular Interests, pp. 1-6, in K. Brants, e.a., *The Media in Question. Popular Cultures and Public Interests*. London: Sage.

