

Voorbij De Zijlijn: De Dominantie Van De Mannelijke Sportjournalist

Een kwalitatief onderzoek naar de betekenisgeving van mannelijke sportjournalisten aan gender en vrouwenvoetbal binnen hun werk

Student Name: Esmée Lieuw On
Student Number: 568483

Supervisor: Prof.dr. Jacco van Sterkenburg

Master Media Studies - Media & Journalistiek
Erasmus School of History, Culture and Communication
Erasmus University Rotterdam

Master's Thesis
June 2025

Word Count: 19556

VOORBIJ DE ZIJLIJN: DE DOMINANTIE VAN DE MANNELIJKE SPORTJOURNALIST

ABSTRACT

De sportredactie wordt al jarenlang gedomineerd door mannen. Eerder onderzoek laat zien dat het voor vrouwen niet altijd even gemakkelijk is geweest om actief te zijn in het door mannen gedomineerde sportdomein. Echter zijn veel van deze onderzoeken verouderd of uitgevoerd in het buitenland. Niet alleen de sportredactie, maar ook sporten zelf hebben te maken met een meerderheid van mannen. Zo ook het voetbal. Het vrouwenvoetbal wordt ook wel getypeerd als het ondergesneeuwde kindje. Desondanks zijn er steeds meer vrouwelijke sportjournalisten werkzaam bij verschillende media. In dit onderzoek wordt in de Nederlandse context antwoord gegeven op de vraag: *Hoe geven Nederlandse mannelijke sportjournalisten betekenis aan gender en vrouwenvoetbal in hun werk?* In tien kwalitatieve interviews met Nederlandse, mannelijke sportjournalisten (werkzaam voor zowel landelijke als regionale media) is er onder andere gesproken over hun manier van werken, mannelijkheid in de sportcultuur, hoe zij de verdeling tussen mannen en vrouwen op de redactie ervaren, en wat zij van vrouwenvoetbal vinden. Aan de hand van een thematische analyse zijn er vier thema's geïdentificeerd: *nieuws waarde van vrouwenvoetbal, gezonde freaks en vormgevers, de alfa man, en toegankelijkheid van de sportjournalistiek en vrouwenvoetbal*. De mannen in dit onderzoek geven aan dat oudere generaties een conservatievere houding hebben richting vrouwenvoetbal, maar dat de nieuwe generatie wat breder van geest is. Tegelijkertijd vinden ze dat het vrouwenvoetbal nog "in de kinderschoenen" staat, wat het gebrek aan aandacht en prioriteit die de sport krijgt op hun redacties verklaart. Op de sportredacties is er nog altijd sprake van een "machocultuur" zoals de mannen zelf omschrijven, waar in sommige gevallen de vrouwen aan meedoen om verder te komen in hun carrière. De mannen zeggen dat ze diversiteit omarmen, maar geven aan dat ze denken dat vrouwen niet geïnteresseerd zijn in de sport, of leggen de verantwoordelijkheid bij hun leidinggevendenden. Aan de andere kant vertellen de mannen dat kwaliteit boven diversiteit staat, bijvoorbeeld bij rolverdeling en groeikansen. Dat lijkt te impliceren dat diversiteit los staat van kwaliteit. Toch blijkt uit eerdere onderzoek dat een diverse sportredactie zou bijdragen aan de kwaliteit van de berichtgeving over vrouwenvoetbal.

SLEUTELWOORDEN: *Sportjournalistiek, Gender, Masculiene Hegemonie, Diversiteit, Vrouwenvoetbal*

Voorwoord

Beste lezer,

Vol trots presenteer ik u mijn masterscriptie. Hiermee sluit ik mijn master Media en Journalistiek, en mijn studententijd, af. Nadat ik mijn Bachelor vrijwel volledig in Covid-tijd heb gevolgd, voelde het dit keer alsof ik echt student was. Dankzij deze master heb ik veel kennis opgedaan over de journalistieke wereld en waardevolle vriendschappen eraan over gehouden.

Vanaf jongs af aan wilde ik voetballen. Uiteindelijk heb ik een heleboel andere sporten (tennis, karate, honkbal) beoefend voordat ik in mijn studententijd uitkwam bij een voetbalclub, R.S.V. Antibarbari. Daar maakte ik al snel vrienden voor het leven en groeide mijn passie voor voetbal. Nadat ik daar vorig jaar een bestuursjaar heb gedaan en in 2024 in het Emirates stadion in Londen naar een Arsenal vrouwenwedstrijd ging kijken, wist ik zeker dat ik mijn masterscriptie aan dit onderwerp wilde wijden. Door te onderzoeken hoe mannelijke sportjournalisten betekenisgeven aan gender en vrouwenvoetbal in hun werk, hoop ik mijn steentje bij te dragen aan de verdere ontwikkeling van het mooie vrouwenvoetbal en de sportjournalistiek.

Deze scriptie was echter nooit gelukt zonder een aantal mensen. Die wil ik dan ook graag bedanken. Ten eerste, de tien sportjournalisten die ik heb mogen interviewen. Ik ben hen ontzettend dankbaar voor het tijd vrijmaken, de open houding en eerlijkheid over hun ervaringen in de sportmediawereld. Hierdoor werd ik nog enthousiaster om wellicht zelf straks in deze wereld te beginnen. Ten tweede, dr. Agnes Elling van het Mulier instituut voor de fijne gesprekken aan het begin van mijn onderzoek en het bespreken van mijn resultaten. Ten slotte, mijn begeleider Jacco van Sterkenburg, voor de fijne samenwerking de afgelopen maanden. Door zijn scherpe blik en expertise op het gebied van sportmedia en voetbal is dit onderzoek tot zijn kracht gekomen.

Ik wens u veel leesplezier toe.

Esmée Liew On

26 juni 2025

Inhoud

ABSTRACT	2
Voorwoord	3
1. Introductie	6
1.1. Wetenschappelijke relevantie	7
1.2. Maatschappelijke relevantie.....	8
1.3. Hoofdstukindeling.....	9
2. Theoretisch Kader	11
2.1. Gender	11
2.1.1. <i>Wat is gender?</i>	11
2.1.2. <i>Masculiene hegemonie</i>	12
2.2. Sportjournalistiek	13
2.2.1. <i>Wat is sportjournalistiek?</i>	13
2.2.2. <i>De betekenisgeving van gender in de sportmedia</i>	14
2.2.3. <i>Horizontale en verticale segregatie</i>	16
2.2.4. <i>Gatekeeping</i>	18
2.3. Vrouwenvoetbal	18
2.4. Positie van de mannelijke sportjournalist	19
3. Methode	22
3.1. Kwalitatief onderzoek.....	22
3.2. Dataverzameling.....	22
3.3. Operationalisering	25
3.4. Analyse	26
3.5. Betrouwbaarheid en validiteit	27
4. Resultaten	29
4.1. Nieuwsaarde van vrouwenvoetbal.....	29
4.1.1. <i>Eén sport, twee groepen fans</i>	29
4.1.2. <i>Financiële risico's</i>	31
4.1.3. <i>Journalistieke keuzes van vrouwenvoetbal</i>	33
4.2. Gezonde freaks en vormgevers	35
4.2.1. <i>De rolverdeling van mannelijke en vrouwelijke sportjournalisten</i>	36
4.2.2. <i>Eigenschappen van mannelijke en vrouwelijke sportjournalisten</i>	37
4.3. De alfa man.....	38
4.3.1. <i>Groepsdynamiek</i>	38
4.3.2. <i>Conservatieve versus progressieve geluiden</i>	39
4.3.3. <i>Journalistieke benadering van mannen- en vrouwenvoetbal</i>	40
4.4. Toegankelijkheid van de sportjournalistiek en vrouwenvoetbal.....	42
4.4.1. <i>Aantal vrouwen in de sportjournalistiek</i>	42
4.4.2. <i>Populariteit vrouwenvoetbal</i>	44
4.4.3. <i>Conclusie</i>	45
5. Conclusie	47
6. Discussie	50
6.1. De relatie tussen objectiviteit, kwaliteit en diversiteit.....	50
6.1.1. <i>Objectiviteit</i>	50
6.1.2. <i>Kwaliteit</i>	51
6.1.3. <i>Diversiteit</i>	52
6.2. De passieve houding van mannelijke sportjournalisten	53
6.3. Wetenschappelijke en maatschappelijke waarde	55
6.4. Beperkingen van dit onderzoek.....	56

6.5. Suggesties voor toekomstig onderzoek	57
Literatuurlijst	59
Bijlage A: Mail naar respondenten.....	68
Bijlage B: Interview guide.....	69
Bijlage C: Respondententabel.....	72
Declaration Page: Use of Generative AI Tools in Thesis	76

1. Introductie

In Nederland ontvingen mannelijke sportjournalisten in 2023 maar liefst 92,3% van de perskaarten, tegenover slechts 7,7% voor vrouwelijke sportjournalisten (Meertens, 2023, p. 6). Daarnaast blijkt uit cijfers dat de sportredactie van NOS bestaat uit 91 mannelijke verslaggevers en commentatoren, tegenover ongeveer 12 vrouwelijke collega's (Schipper, 2023, para. 1).

Voetbal neemt als derde populairste sport onder vrouwen een prominente positie in binnen Nederland (NOC*NSF, 2024, p. 54). De start van de Nederlandse Vrouwen Eredivisie in 2007 markeerde een nieuw tijdperk voor het vrouwenvoetbal in Nederland (Prange & Oosterbaan, 2017, p. 11; Peeters et al., 2021, p. 199). Twee toernooien vormen belangrijke kantelpunten in de groeiende populariteit van het vrouwenvoetbal: de winst van het EK in 2017 door het Nederlands elftal in eigen land, en de finale van het WK 2023 tussen Spanje en Engeland, die in Nederland meer dan 1,1 miljoen kijkers trok (AD, 2024, para. 1). Mede door het succes van de Oranje Leeuwinnen is de mediaberichtgeving over het vrouwenvoetbal in Nederland toegenomen (Romijn & Peeters, 2015, p. 2; Bataille, 2018, p. 56).

Toch wordt deze berichtgeving nog altijd grotendeels gedomineerd door mannelijke journalisten. Heithuis et al. (2023) deden voor Women Inc onderzoek naar de berichtgeving over mannen- en vrouwenvoetbal in Nederland. Daaruit blijkt dat gemiddeld 82% van de artikelen bij nieuwsorganisaties zoals het AD en NOS ging over de Mannen Eredivisie (Heithuis et al, 2023, p. 8). Daarnaast verwees 97% van de koppen boven artikelen over de Vrouwen Eredivisie expliciet naar het 'vrouw-zijn' (Heithuis et al., 2023, p. 29). Ook internationaal onderzoek ondersteunt dit beeld. Zo laat een studie naar Poolse sportmedia zien dat sportvrouwen vaak worden geïnfantiliseerd of geseksualiseerd, wat bijdraagt aan de publieke perceptie dat vrouwensport ondergeschikt is aan mannensport (Organista & Mazur, 2022, p. 129).

Verschillende internationale studies hebben zich gericht op sportjournalisten en genderdiversiteit binnen redacties, met name op hun werkwijze en schrijfstijl rondom voetbal (Knoppers & Elling, 2004; Schoch, 2022; Gähler, 2021). Een terugkerende bevinding is dat mannen nog altijd de meerderheid vormen in sportredacties, wat bijdraagt aan het in stand houden van een masculiene cultuur binnen de sportmedia (Boczek et al., 2023, p. 1476). Een dergelijke masculiene cultuur kan ervoor zorgen dat vrouwelijke en mannelijke sportjournalisten beschikken over andere vaardigheden ten opzichte van elkaar omdat vrouwen bijvoorbeeld vaker de meer human-interest verhalen op zich moeten nemen

in plaats van tactisch-technische wedstrijdverslagen (Schoch, 2022, p. 762). Hierdoor wordt de gegenderde taakverdeling gerechtvaardigd binnen een redactie (Schoch, 2022, p. 762). Bovendien kan een masculiene cultuur bijdragen aan een onbewuste voorkeur die uitgaat naar mannensport omdat er een meerderheid aan mannen op een sportredactie zijn (Knoppers & Elling, 2004, p. 67). Kortom, een masculiene cultuur kan leiden tot een blijvende houding dat mannensport de norm is, waardoor vrouwensport een achterstand oploopt in populariteit en media-aandacht (Knoppers & Elling, 2004, p. 67).

Binnen het Nederlandse medialandschap is eerder kwalitatief onderzoek uitgevoerd waarbij vrouwelijke sportjournalisten zijn bevraagd (Peeters et al., 2021). Hieruit blijkt onder andere dat tijdens het EK vrouwenvoetbal in 2017 de persconferenties vaak werden bezocht door journalisten met weinig kennis van het vrouwenvoetbal (Peeters et al., 2021, p. 206). Wat daarbij opvalt, is dat er nog relatief weinig onderzoek is gedaan naar de manier waarop mannelijke sportjournalisten tegen vrouwenvoetbal aankijken. Boczek et al. (2023, p. 1471) deden een vergelijkbaar onderzoek en toonden met een vragenlijst onder 635 Duitse respondenten aan dat vrouwelijke sportjournalisten als minder belangrijk worden gezien door hen. Aan de hand van een nieuwsitem waar bovenaan een mannelijke of vrouwelijke naam stond, werd gemeten of lezers interesse hadden in het artikel. De sportjournalisten zelf waren in dat onderzoek niet bevraagd. Het huidige onderzoek zal dat wel doen, binnen de context van het Nederlandse medialandschap. Dat heeft geleid tot de volgende onderzoeksvraag: “Hoe geven Nederlandse mannelijke sportjournalisten betekenis aan gender en vrouwenvoetbal in hun werk?”

1.1. Wetenschappelijke relevantie

Sportmedia vervullen twee hoofdfuncties: het informeren over nationale en internationale sport en het bieden van entertainment (Peeters & Elling, 2015, p. 622). Daarnaast spelen ze een rol in de betekenisgeving van sociale identiteiten zoals gender, etniciteit en nationaliteit (Peeters & Elling, 2015, p. 622). De manier waarop mannelijke sportjournalisten over vrouwenvoetbal berichten, kan daarmee invloed uitoefenen op bredere genderpercepties, zowel in de media als op de redactie zelf. In een eerdere studie van Knoppers en Elling (2004, p. 6) erkenden geïnterviewde journalisten (waarvan tien mannen) het bestaan van een machocultuur op hun sportredactie. Hoewel er sindsdien onderzoek is gedaan naar topsport (Bataille, 2020) en sportjournalistieke productie (Peeters et al., 2021), ontbreekt kwalitatief onderzoek naar de ervaringen van mannelijke sportjournalisten, met betrekking tot vrouwenvoetbal in het bijzonder.

Dit onderzoek zal daarom een bijdrage leveren aan huidige genderstudies en mediastudies door een duidelijk beeld te schetsen van hoe mannelijke sportjournalisten onder andere de rolverdeling op hun redactie ervaren en welke plek het vrouwenvoetbal krijgt binnen hun redactie. Het zal een toegevoegde waarde zijn voor genderstudies omdat de mannelijke sportjournalisten uitgebreid worden bevraagd over hun vrouwelijke collega's en de genderdiversiteit. Daarnaast wordt er ook ingegaan op hoe zij ervaren dat de media hier in zijn algemeenheid mee omgaat, wat een bijdrage is aan de huidige mediastudies.

Recente sportevenementen, zoals het WK vrouwenvoetbal in 2023, wijzen op een positieve ontwikkeling in het vrouwenvoetbal, vooral op het gebied van zichtbaarheid, prestige, media-aandacht, organisatie, promotie en investeringen (de Oliveira et al., 2022, p. 4). Toch blijft vrouwensport in de sportmedia vaak ondergeschikt aan mannensport. Journalisten geven aan dat hun redactionele keuzes vooral worden bepaald door commerciële belangen (Sherwood et al., 2017, p. 655). Daardoor krijgt vrouwensport weinig prioriteit in de nieuwsberichtgeving (Schmidt, 2016, p. 276). Ook op redacties is dit zichtbaar. Bij sommige wordt vrouwensport helemaal niet, of slechts af en toe, verslagen (Hardin & Shain, 2005, p. 32).

Schoch (2022) onderzocht de rolverdeling van sportnieuws onder Zweedse sportjournalisten, terwijl Organista en Mazur (2020) zich richtten op de ervaringen van vrouwelijke sportjournalisten in Polen. Veel studies over gender in de sportjournalistiek zijn dus buitenlands, waardoor onderzoek binnen de Nederlandse context nog schaars is. Zeker met een specifieke focus op vrouwenvoetbal biedt dit onderzoek daarom een waardevolle aanvulling.

Knoppers en Elling (2004) onderzochten hoe sportjournalisten nieuws selecteren en welke rol gender daarin speelt. Hoewel hun onderzoek waardevol is, betreft dit een publicatie van meer dan 20 jaar geleden. Gezien de recente ontwikkelingen in het vrouwenvoetbal is het daarom relevant om mannelijke sportjournalisten opnieuw te bevragen over hoe zij betekenis geven aan gender en vrouwenvoetbal binnen hun werk.

1.2. Maatschappelijke relevantie

Vanuit maatschappelijk oogpunt kan dit onderzoek bijdragen aan meer bewustwording over de aanwezigheid of gebrek daaraan van genderdiversiteit op sportredacties. In het onderzoek van Peeters et al. (2021, p. 208) gaven vrouwelijke respondenten die werkzaam zijn in het vrouwenvoetbal aan dat er vaak een dominant narratief terugkomt waarin mannen als superieur aan vrouwen worden gepresenteerd. Dit betekent onder andere dat

vrouwenvoetbal in de berichtgeving relatief vaak vergeleken werd met mannenvoetbal, en daarmee wordt mannenvoetbal als de norm beschouwd. Deze studie onderzoekt waar dit narratief vandaan komt, door middel van interviews met mannelijke sportjournalisten in Nederland. Door te onderzoeken hoe mannelijke sportjournalisten betekenis geven aan gender en vrouwenvoetbal in hun werk, kan er meer bewustwording ontstaan over diversiteit op sportredacties. Dit gebeurt door hen te vragen hoe zij de cultuur binnen de sportmedia ervaren en of zij merken dat bepaalde onderwerpen vaker aan mannelijke dan aan vrouwelijke collega's worden toegewezen. Ook wordt hen gevraagd welke plek vrouwenvoetbal binnen hun redactie heeft en wat ze zelf van de sport vinden. Zo kan er kritisch worden gekeken naar hoe er op een gelijkwaardiger manier gerapporteerd kan worden over zowel mannen- als vrouwenvoetbal. Dit kan op zijn beurt helpen om de beeldvorming van het publiek over mannen- en vrouwenvoetbal te veranderen en het medialandschap te verbeteren en meer divers te maken, richting meer gelijkheid tussen mannen en vrouwen in de sport.

Daarnaast is het in dit onderzoek waardevol om het vraagstuk van de verdeling man/vrouw op de sportredactie te bevragen. Vrouwen in de sportjournalistiek passen zich namelijk vaak extra sterk aan, misschien nog meer dan in de algemene journalistiek (Kian & Hardin, 2009, p. 189). Dat komt doordat sport vaak draait om hiërarchie en sterke machtsstructuren (Kian & Hardin, 2009, p. 189). Dat komt boven op de consistente onzekerheid die sportjournalisten ervaren in hun werkomstandigheden (Assmann & Eckert, 2024, p. 569). Uit het onderzoek van Brum en Capraro (2015, p. 964) blijkt dat gender niet altijd bepalend is voor wie welke onderwerpen krijgt toegewezen op sportredacties. Daartegenover toonde Schoch (2022, p. 762) aan dat gender wel degelijk een rol speelde in wat voor onderwerpen en soort verhalen de sportjournalisten maken. Door mannelijke sportjournalisten hierover te bevragen wordt het duidelijk of mannen zich hier bewust van zijn.

1.3. Hoofdstukindeling

In het volgende hoofdstuk wordt de bestaande literatuur over dit onderwerp besproken. De concepten die in het theoretisch kader aan bod komen, vormen de basis voor de opzet van de interviews met sportjournalisten en de bijbehorende topic list. In het Methodenhoofdstuk wordt de keuze voor interviews als onderzoeksmethode toegelicht en beschreven wie de respondenten zijn. Daarnaast wordt ingegaan op de ethische aspecten van de studie en op de wijze waarop de data-analyse is uitgevoerd. De resultaten van de

interviews worden vervolgens besproken aan de hand van vier thema's in het Resultatenhoofdstuk. In de conclusie wordt er antwoord gegeven op de onderzoeksvraag. Tot slot wordt in het discussiehoofdstuk de bevindingen vergeleken met de literatuur uit het theoretisch kader. Ook wordt de wetenschappelijke meerwaarde van de studie toegelicht. Als laatste wordt er ingegaan op de beperkingen van het onderzoek en worden suggesties gedaan voor toekomstig onderzoek.

2. Theoretisch Kader

In het theoretisch kader worden twee onderwerpen behandeld die terugkomen in de onderzoeksvraag: werken in de sportjournalistiek en mannen in de sportjournalistiek. Als eerste wordt uitgelegd wat het concept gender inhoudt. Er wordt gekeken naar gender in de sportmedia, en daarbij staan concepten zoals masculiene hegemonie en horizontale en verticale segregatie centraal. Vervolgens wordt er verder ingegaan op wat de sportjournalistiek inhoudt. Als laatste wordt er ingegaan op het onderwerp mannen in de sportjournalistiek. Aan de hand van de eerder genoemde concepten wordt de positie van de mannen in de sportjournalistiek uitgewerkt.

2.1. Gender

2.1.1. Wat is gender?

Gender is cultureel bepaald en heeft niets te maken met biologische eigenschappen (Butler, 2013, p. 29). Sekse heeft meer betrekking op de fysieke eigenschappen die verschillen in mannen en vrouwen, zoals hormonen en chromosomen (Muehlenhard & Peterson, 2011, p. 796). Gender kan worden gezien als het uitvoeren van handelingen die deel uitmaken van sociale processen (Knoppers & Anthonissen, 2008, p. 94). Deze handelingen omvatten machtspraktijken die ofwel de overheersing van mannen en de ondergeschiktheid van vrouwen ondersteunen, of juist uitdagen (Knoppers & Anthonissen, 2008, p. 94).

Het gaat hierbij niet zozeer om vrouw of man zijn, maar om de vraag of individuen zich gedragen als vrouwen en mannen, waardoor de categorieën vrouw en man worden gecreëerd (Morgenroth & Ryan, 2018, p. 1). Money et al. (1955a) maakte een onderscheid tussen *gender role* en *gender identity*. Zij definieerde *gender role* als “all those things that a person says or does to disclose himself or herself as having the status of boy or man, girl or woman, respectively.” (Money et al., 1955a, p. 302). *Gender identity* had meer betrekking op de privé ervaring van *gender roles* (Money & Ehrhardt, 1972, p. 4). Rhoda Unger (1979, p. 1086) had een iets andere betekenis voor *gender identity*, namelijk “characteristics an individual develops and internalizes in response to the stimulus functions of biological sex.”

Morgenroth en Ryan (2018, p. 7) beargumenteren dat gender een gevolg is van sociale en psychologische factoren waarbij men zichzelf categoriseert. De betekenis van gender verandert door de jaren heen. Het gaat dus niet zozeer om een vaste betekenis van gender, maar de discoursen rondom gender. Wetenschapper Stuart Hall (1997, p. 7) schreef over

discoursen als “ways of referring to or constructing knowledge about a particular topic.” Discoursen geven betekenis aan fysieke dingen, maar ook aan culture uitvoeringen (van Sterkenburg, 2025, p. 2). Welke discoursen (gedachten/ideeën) dominant worden, wordt bepaald door culturele machten (van Sterkenburg, 2025, p. 3). Hierdoor worden bepaalde discoursen aangenomen als de ‘waarheid’ (van Sterkenburg, 2025, p. 3). Groepen die de meeste sociale, economische of culturele middelen tot hun beschikking hebben zullen ook de meeste macht hebben om te bepalen welke discoursen binnen een maatschappij rondgaan (van Sterkenburg, 2025, p. 3).

Gender kan ook een uiting zijn van deze machtsstructuren (Stewart & McDermott, 2004, p. 521). Door te herkennen waar en wanneer deze machtsstructuren aanwezig zijn en hoe ze werken, kunnen er aanpassingen worden gemaakt in de machtsstructuren en in het patroon van ideeën en gedrag dat eruit volgt (Stewart & McDermott, 2004, p. 521). Daarmee kan een dominant discours over gender veranderen. Een voorbeeld hiervan is dat een respondent uit het onderzoek van Hardin en Shain (2005, p. 30) benoemde dat er in de sportjournalistiek alleen vrouwen op een hoge positie te vinden zijn als ze geen gezin hebben. Er wordt daarbij nadruk gelegd op het discours dat vrouwen niet in staat zijn om werk als sportjournalist te combineren met het onderhouden van een gezin. Hierover zal later verder worden ingegaan.

2.1.2. Masculiene hegemonie

Wat betreft gender circuleren er ideeën over wat mannelijk en vrouwelijk is. Er zijn verschillende soorten mannelijkheid, maar masculiene hegemonie zal met name binnen dit onderzoek centraal staan. Masculiene hegemonie betekent dat in de samenleving een bepaald type mannelijkheid belangrijker wordt gevonden dan vrouwelijkheid, homoseksualiteit en mensen van kleur (Dorer et al., 2020, p. 1). Masculiene hegemonie wordt door een klein groepje mannen uitgedragen (Connell & Messerschmidt, 2005, p. 832). Deze vorm van mannelijkheid is sterk gescheiden van vrouwelijkheid en gebaseerd op traditionele ideeën over sekse, gender en seksualiteit (Dorer et al., 2020, p. 1). Het omarmt wat binnen dit discours wordt gezien als de meest eervolle manier van een man zijn en legitimeert de ondergeschiktheid van vrouwen ten opzichte van mannen (Connell & Messerschmidt, 2005, p. 832).

Hegemonie heeft niets te maken met geweld, hoewel het met geweld versterkt kan worden; het betekent macht bereiken door cultuur, instellingen en overtuiging (Connell & Messerschmidt, 2005, p. 832). Masculiene hegemonie ontstaat in specifieke omstandigheden

en is onderhevig aan historische veranderingen doordat bijvoorbeeld de cultuur of instellingen binnen de samenleving veranderen (Connell & Messerschmidt, 2005, p. 832-833). Mannen kunnen de heersende mannelijke normen gebaseerd op hegemoniale mannelijkheid, zoals een macho attitude ten opzichte van andere sportjournalisten, overnemen als dat hen uitkomt, maar kunnen daar op andere momenten juist bewust afstand van nemen (Connell & Messerschmidt, 2005, p. 841). Dat betekent dat “mannelijkheid” niet een bepaald type man is, maar eerder een manier waarop mannen zichzelf positioneren via discoursen (Connell & Messerschmidt, 2005, p. 841). Masculiene hegemonie blijft bestaan omdat eigenschappen zoals competitief zijn en op jezelf gericht zijn in veel westerse culturen als gewenst worden gezien en als typisch mannelijk worden beschouwd (Whitehead, 1999, p. 58; Schoch, 2022, p. 762). In andere gevallen hebben sommige mannen juist voordeel bij masculiene hegemonie omdat ze bepaalde privileges hebben, zoals hoogopgeleid zijn of een witte huidskleur (Grindstaff & West, 2011, p. 874). Daarnaast gaat het bij masculiene hegemonie niet zozeer om hoeveel macht mannen hebben, maar om wat die macht in stand houdt en waarom mannen die blijven steunen (Connell, 1987, p. 185).

2.2. Sportjournalistiek

In het volgende deel wordt toegelicht wat sportjournalistiek precies inhoudt en welke rol gender daarin speelt. Daarbij komen drie concepten aan bod: horizontale segregatie, verticale segregatie, en gatekeeping. Over deze concepten wordt uitgelegd hoe ze in verband staan met de sportjournalistiek.

2.2.1. Wat is sportjournalistiek?

Omdat er in dit onderzoek wordt gekeken naar de mannelijke sportjournalist, is het belangrijk om sportjournalistiek te definiëren. Sportjournalistiek werd in het verleden vaak beschouwd als de ‘speelgoedafdeling’ van de nieuwsmedia (Rowe, 2007, p. 385). Echter, heeft de professionalisering de perceptie van deze vorm van journalistiek veranderd (Weedon & Wilson, 2020, p. 1377).

Boyle (2017, p. 493) wijst op een paradox: sportjournalistiek wordt gezien als een vorm van ‘zachte’ journalistiek, die eenvoudige vragen stelde in plaats van de machtigen in de sport ter verantwoording te roepen. Tegelijkertijd vormt sportjournalistiek een cruciaal onderdeel voor de commerciële belangen van een nieuwsmedium (Boyle, 2017, p. 493). Meer mediaberichtgeving kan voor sponsors van teams aantrekkelijk zijn, omdat het hun merk zichtbaarder maakt en zo als iets positiefs wordt gezien (Weedon et al., 2018, p. 640).

De sportjournalistiek houdt zich dus in zekere mate minder aan de traditionele journalistieke standaarden en routines, maar zijn wel in staat om lezers te trekken en leveren daarmee een bijdrage aan het commerciële succes van een krant (Boyle, 2017, p. 493).

Ondanks dat de sportjournalistiek zich minder bezighoudt met traditionele journalistieke standaarden en routines, is er een langdurig debat over de eisen van goede en kwalitatieve journalistiek waar ze zich aan moeten houden (Zúñiga & Hinsley, 2013, p. 927). Decennia aan onderzoek over journalisten bevestigt dat zij twee primaire rolopvattingen hebben, namelijk het bijdragen aan een geïnformeerde samenleving en dienen als waakhonden voor de belangen van het publiek (Zúñiga & Hinsley, 2013, p. 927). Naast de waakhond- en informerende functie speelt objectiviteit in verslaggeving ook een grote rol (Weedon & Wilson, 2020, p. 1385). Deze objectiviteit is voor sportjournalisten essentieel om een duidelijk onderscheid te maken tussen sportjournalisten en sportfans, omdat zij daarmee hun professionaliteit uitstralen en een autoritaire positie kunnen innemen (Weedon & Wilson, 2020, p. 1386). Daarnaast zou deze objectiviteit voorkomen dat wedstrijdverslagen of sportcolumns beïnvloed worden door mogelijke bias en subjectiviteit (Weedon & Wilson, 2020, p. 1387). Uit het onderzoek van Knoppers en Elling (2004, p. 67) blijkt dat veel mannelijke journalisten 'publieksinteresse' gebruiken om hun keuzes te rechtvaardigen en zo objectief te lijken. Ze schuiven de verantwoordelijkheid voor hun keuzes, bijvoorbeeld meer aandacht geven aan mannenvoetbal in plaats van vrouwenvoetbal, af op het publiek, waardoor hun eigen voorkeuren en dus mogelijke bias niet zichtbaar zijn (Knoppers & Elling, 2004, p. 67). Toch toont dit ook dat ze zelf invloed uitoefenen op of hetgeen wel of niet in het nieuws komt (Knoppers & Elling, 2004, p. 67).

2.2.2. De betekenisgeving van gender in de sportmedia

De manier waarop sport is georganiseerd en beoefend weerspiegelt traditionele genderrollen, waarbij mannen vaker worden getypeerd als sterker en sneller dan vrouwen (Hardin & Greer, 2009, p. 209). Dit hangt samen met het dominante discours, het lijkt erop dat hoe mensen naar vrouwen kijken in de sportwereld ook zijn weerslag heeft op hoe mensen vrouwelijke sportjournalisten zien (Mudrick & Lin, 2017, p. 80). In Nederland ervaren veel vrouwelijke journalisten dat ze vooral beoordeeld worden op hun vrouw-zijn (van Zoonen, 2002, p. 37). Ze krijgen voortdurend opmerkingen over hun uiterlijk en worden geconfronteerd met zowel vriendelijk bedoelde heteroseksuele avances als onvriendelijke vormen van seksuele intimidatie (Van Zoonen, 2002, p. 37). Mannelijke journalisten hebben hier veel minder last van (Van Zoonen, 2002, p. 37).

In een onderzoek over Zwitserse vrouwelijke sportjournalisten kwam naar voren dat veel vrouwelijke sportjournalisten de taak opgelegd krijgen van hun hoofdredacteur om een ‘magazine’ artikel te schrijven, een artikel met weinig diepgang en een aangename leeservaring (Schoch, 2013, p. 713). Mannelijke sportjournalisten krijgen daarentegen voornamelijk het verzoek technisch-tactische reportages te maken die veelal binnen het vakgebied belangrijker worden gevonden (Schoch, 2013, p. 713).

Het wordt op basis hiervan duidelijk dat mannelijke journalisten serieuzer worden genomen en als norm worden gezien, zij mogen de belangrijke verhalen maken. Dit reflecteert zich ook in sportevenementen zelf, waarbij de evenementen voor mannen interessanter en belangrijker worden geacht dan die voor vrouwen (Elling, 2012, p. 5). Dit impliceert dat mannen een hogere sociale positie innemen in vergelijking met vrouwen in de sport en sportmedia (Hardin & Greer, 2009, p. 209). Bovendien krijgen bepaalde sporten voorrang in de verslaggeving en dit creëert meer aandacht voor de sport of het team dat erin wordt vermeld (Sherwood et al., 2016, p. 651). Dit zorgt dan ook voor grotere populariteit van betreffende sport, want het publiek leert de spelers, en de spelregels van die sport beter kennen. Op die manier wordt de populariteit van een sport ‘en wat de kijkers willen’ ook (mede) bepaald door het media-aanbod. Doordat de journalistiek draait om wat als nieuwswaardig wordt gezien, maar ook om wat lezers willen, ligt de focus in het media-aanbod vooral op mannensport (Sherwood et al., 2016, p. 651).

Het onderzoek van Cummings (2020, p. 65) toonde aan dat er weinig publieke belangstelling is voor vrouwensport. Er kan gesteld worden dat dit niet alleen komt door de geringe aandacht die eraan wordt besteed door de media, maar ook omdat er regelmatig stereotiepe beelden van mannelijkheid en vrouwelijkheid worden bevestigd (Elling, 2012, p. 5). Door te focussen op fysieke schoonheid en seksualiteit, gebruiken de media bepaalde woorden om vrouwelijke atleten naar beneden te halen, en de aandacht wordt daarmee van de prestaties weggehaald (Ayhan & Demir, 2022, p. 3). Bijvoorbeeld, wanneer de persoonlijke relaties van mannelijke atleten met ouders en trainers niet worden genoemd in de verslaggeving, maar bij vrouwelijke atleten juist wel (Zbigniew et al., 2019, p. 47). Dit is ook terug te zien in het vrouwenvoetbal, waarin het vaak als minder serieus wordt gerepresenteerd in de media. Dat ligt soms in woordgebruik, zo worden vrouwen in sportuitzendingen vaker ‘meisjes’ of ‘dames’ genoemd, terwijl mannen zelden ‘jongens’ of ‘heren’ worden genoemd (Cummings, 2020, p. 66). Het gebruik van ‘meisjes’ of ‘dames’ voor vrouwelijke atleten impliceert een discours waarin van hen wordt verwacht dat zij zich netjes en beheerst moeten gedragen, terwijl agressief of ruw gedrag bij mannelijke atleten

als normaal wordt gezien (Cummings, 2020, p. 66). Dit soort associaties heeft er ook in het verleden toe geleid dat vrouwen impliciet of expliciet werden buitengesloten van sporten zoals voetbal (Elling & Knoppers, 2005, p. 258).

Op de sportredactie is dit ook terug te zien, bijvoorbeeld doordat vrouwelijke sportjournalisten relatief veel uitdagingen ervaren in deze door mannen gedomineerde werkomgeving (Hardin & Shain, 2006, p. 323). Hoewel er steeds meer vrouwelijke sportjournalisten zijn op de redacties, blijft masculiene hegemonie domineren, mede doordat mannen nog altijd sterk vertegenwoordigd zijn op de werkvloer (Radmann & Sätre, 2024, p. 8).

Tegelijkertijd is het ook opvallend dat er zo weinig vrouwen in de sportjournalistiek werken, terwijl vrouwen wel actief zijn in sportorganisaties (Abisaid & Li, 2019, p. 759). Het historisch gebrek aan vrouwelijke stemmen in de sportjournalistiek lijkt eraan bij te dragen dat de focus van de berichtgeving voornamelijk op mannensport en mannelijke atleten ligt (Abisaid & Li, 2019, p. 759). Hoewel steeds meer vrouwen actief zijn binnen het sportdomein, blijven zij nog steeds ondervertegenwoordigd in zowel de verslaggeving als de sportmedia in het algemeen (Cummings, 2020, p. 69).

2.2.3. Horizontale en verticale segregatie

Het meeste onderzoek naar gender in de sportmedia richt zich op de schrijvende sportpers. Omdat er weinig vrouwelijke sportjournalisten zijn in deze groep, die vooral door mannen wordt gedomineerd, heeft dat invloed op hun doorgroeimogelijkheden binnen organisaties (Schoch, 2022, p. 747). In een onderzoek van Sherwood et al. (2017, p. 651) naar Australische sportjournalisten bleek dat gender een rol speelt in wie over welke sport mag berichten. Zij vonden dat vrouwen niet alleen over vrouwensport schrijven, maar dat het vooral afhangt van de vaardigheden van de journalist zelf, en minder te maken had met hun gender (Sherwood et al., 2017, p. 654).

Echter kan gender op twee vlakken een rol spelen: in de verdeling van onderwerpen (horizontale segregatie) en in de doorgroeimogelijkheden van een sportjournalist (verticale segregatie). Er wordt eerst ingegaan op verticale segregatie en daarna wordt horizontale segregatie besproken.

Ondanks dat veel afgestudeerden van journalistieke opleidingen vrouwen zijn, verkrijgen er maar weinig hoge posities binnen media organisaties (Franks & O' Neill, 2016, p. 476). Ook gezinskwesties zoals huwelijk en kinderen beïnvloeden de ambities en resultaten van vrouwen (Hardin & Shain, 2005, p. 25). Daarmee is er een grotere verwachting van vrouwen

om te balanceren tussen de ideale werknemer en de ideale ouder (Hardin & Shain, 2005, p. 25). In een onderzoek van Hardin en Shain (2005, p. 29) geven veel van de vrouwelijke respondenten aan dat zij voortdurend de druk voelen om zich te bewijzen tegenover hun mannelijke collega's. Bovendien is de kans op promotie kleiner omdat de aanwezigheid van één vrouw al als voldoende wordt beschouwd door mannelijke collega's (Hardin & Shain, 2005, p. 29). Vrouwelijke journalisten worden ook vaker overgeslagen voor opdrachten of promoties, zelfs wanneer ze wellicht de betere kandidaat waren ten opzichte van hun mannelijke collega (Mirabito et al., 2025, p. 16).

Naast dat ze in kleine aantallen aanwezig zijn, bekleden vrouwen vaak lagere posities binnen een mediaorganisatie (Schoch, 2022, p. 747). Een rapport van Byerly (2011, p. 9), waarin meer dan 500 nieuwsorganisaties uit bijna 60 landen worden onderzocht, toont aan dat slechts 27% van de topposities, zoals die van hoofdredacteur, door vrouwen worden vervuld. Andere onderzoeken (Assman & Eckert, 2024; Schoch, 2022) bevestigen dat genderdiscriminatie, het 'glazen plafond' voor vrouwen en het voortdurende gevecht van vrouwelijke journalisten voor erkenning veelvoorkomende problemen zijn binnen de journalistiek. Er is sprake van een zogenaamde 'boys club' die de toegang van vrouwen tot de redactievloer belemmert (North, 2016, p. 364). Deze 'boys club' verwijst naar hechte, informele netwerken tussen mannen in hogere functies, waarbij zij andere mannen als 'maten' beschouwen en bevoordelen (North, 2016, p. 364). Zulke relaties worden vaak versterkt door sociale interacties op plekken zoals de perstribune, waar mannelijke managers met andere mannelijke sportjournalisten veel met elkaar omgaan.

De rol van gender speelt ook een rol als het gaat om het verdelen van taken op een sportredactie (Schoch, 2022, p. 748). Dit is horizontale segregatie. Dit zie je bijvoorbeeld terug in de soort verhalen die aan journalisten worden toegewezen (Schoch, 2022, p. 748). In de mainstream journalistiek wordt soms onderscheid gemaakt tussen 'soft' en 'hard' nieuws. 'Soft' nieuws is het minst prestigieuze gebied van verslaggeving en wordt meestal gedaan en toebedeeld aan vrouwen (North, 2016, p. 364). Denk hierbij aan gezondheid en onderwijs, wat als meer sociaal traditioneel vrouwelijke thema's worden beschouwd. Een aantal van de mannelijke respondenten in het onderzoek van North (2016, p. 366) gaven aan dat vrouwelijke journalisten een voorkeur hebben voor het verslaan van 'soft' nieuws. Een van hen merkte echter op dat ook mannelijke collega's deze onderwerpen graag zouden behandelen, als dat sociaal geaccepteerd zou zijn, wat impliceert dat dergelijke thema's niet als 'mannelijk' worden beschouwd (North, 2016, p. 367).

Het wordt op basis hiervan duidelijk, zoals eerder aangegeven, dat binnen de

sportjournalistiek, mannen vaker de meer prestigieuze taken op zich mogen nemen, zoals het schrijven over belangrijke wedstrijden en prestaties. Vrouwelijke sportjournalisten krijgen daarentegen vaker onderwerpen toegewezen die weinig met de sport zelf te maken hebben, zoals stadionverbouwingen of sponsordeals (Zbigniew et al., 2019, p. 44).

2.2.4. Gatekeeping

Journalisten worden ook wel als de ‘poortwachters’ van informatie gezien. Dit staat beter bekend als gatekeeping. Gatekeeping is het proces waarbij informatie door een poort of filter gaat voordat deze bij het publiek terechtkomt (Barzilai-Nahon, 2009, p. 1). Het wordt vaak geassocieerd met het uitoefenen van macht, zoals het selecteren van welke nieuwsitems wel of niet worden gedeeld (Barzilai-Nahon, 2009, p. 1).

Gatekeeping heeft een aantal gevolgen. Journalisten spelen namelijk een belangrijke rol in het vormgeven van de interesse van het publiek over sport (Cooky et al., 2013, p. 204). Gebaseerd op de literatuur wordt er in dit onderzoek aangenomen dat sportmedia-professionals, zoals mannelijke sportjournalisten, bepalen welke sporten en atleten aandacht krijgen. Mannelijke journalisten kunnen onbewust of bewust de voorkeur geven aan verslaggeving over mannensporten, wat de interesse van het publiek eenzijdig houdt (Hardin et al., 2006, p. 431; Organista & Mazur, 2022, p. 135). Bovendien laten sportmedia de sport vaak zien op een manier die past bij het heersende discours in de samenleving (Organista & Mazur, 2022, p. 128). Sportmedia valideren voornamelijk gezonde, heteroseksuele en professionele sporters, vooral degenen die glorie brengen aan de natie (Bruce, 2013, p. 128). De sportmediawereld blijft daarmee een plek waar de bestaande hiërarchie in stand wordt gehouden, waarbij mannen bevoorrecht zijn en masculiene hegemonie centraal staat (Demir & Baloğlu, 2024, p. 1690).

2.3. Vrouwenvoetbal

Zoals in de onderzoeksvraag duidelijk werd, gaat het in dit onderzoek ook om de betekenisgeving van mannelijke voetbaljournalisten aan vrouwenvoetbal. Om die reden zal deze sectie dieper ingaan op het vrouwenvoetbal in Nederland.

Vrouwen vervulden aanvankelijk een toeschouwersrol bij sporten (Middag, 2016, p. 10). In 1896 vond men dat voetbal een sport voor mannen was (Middag, 2016, p. 4). Op 30 augustus 1896 vond de eerste vrouwenvoetbal wedstrijd plaats in Nederland (Middag, 201, p. 12). Al snel werd dit bekritiseerd en waren voetballende vrouwen vanuit een heteronormatief perspectief minder aantrekkelijk om naar te kijken dan vrouwen die aan

hockey of turnen deden (Treep, 2012, p. 20). Maar toch werd het in 1971 mogelijk voor vrouwen om lid te worden van de KNVB (Middag, 2016, p. 4). Anno 2025 heeft het vrouwenvoetbal een grote sprong gemaakt in ontwikkeling en is het uitgegroeid tot een van de meest populaire vrouwensporten in Nederland (Middag, 2016, p. 4). Sindsdien neem het aantal vrouwelijke voetballers alleen maar toe. Het nationale vrouwenteam trekt belangstelling en sinds 2007 bestaat er een Eredivisie voor vrouwen. Deze uitbreiding van vrouwentakken binnen clubs heeft bijgedragen aan de groeiende zichtbaarheid en professionalisering van het vrouwenvoetbal (Prange & Oosterbaan, 2017, p. 11; Peeters et al., 2021, p. 199). In het seizoen 2023/2024 waren er 176.283 meiden of vrouwen die lid waren van een amateurvoetbalvereniging (KNVB, 2024, p. 25). Toch zijn de regels en gewoonten binnen deze verenigingen nog vooral gericht op mannelijke leden (Treep, 2012, p. 19).

Voor meisjes en vrouwen die voetballen spelen meerdere sociale identiteiten een rol (Treep, 2012, p. 18). In de sport bestaan vooral relatief grote sociale netwerken, met specifieke cultuur en eigen omgangsvormen (Elling, 2005, p. 345). Het idee van meisjes en vrouwen die voetballen valt soms nog steeds samen met de veronderstelling dat hun seksuele identiteit homoseksualiteit is (Cox & Thompson, 2001, p. 7). Een ander eigenschap wat vaak wordt toegekend aan vrouwen is het ‘moederlijk instinct’, wat betekent dat vrouwen als wat zachter van aard worden gezien (Peeters & Sterkenburg, 2017, p. 707). Dit hangt samen met de sociale identiteiten die nog steeds relatief vaak van meisjes en vrouwen worden verwacht, wat van invloed kan zijn op de wijze waarop zij in de media worden gerepresenteerd. Mensen identificeren zich graag met geslaagde personen en de media-aandacht versterkt hun status (Nelen & van Gemert, 2018, p. 4). Zo werden atleten zoals Lieke Martens en Vivianne Miedema het boegbeeld van het vrouwenvoetbal. Dit zorgt ook voor een verbintenis tot de sport voor meisjes en vrouwen die voetballen of willen voetballen.

In dit onderzoek zal er dan ook dieper worden ingegaan op hoe mannelijke sportjournalisten de groei van vrouwenvoetbal ervaren en hoe dat invloed heeft gehad op de verslaggeving over vrouwenvoetbal van mannelijke sportjournalisten.

2.4. Positie van de mannelijke sportjournalist

Om de rolverdeling in de sportjournalistiek goed te begrijpen, is het belangrijk om te kijken naar de positie van de mannelijke sportjournalist, met name in de context van het vrouwenvoetbal. Mannen worden vaak als de norm gezien en dat heeft invloed op hoe het vak en de werkomgeving zijn ingericht (Organista et al., 2021, p. 374). De reden dat een

man-vrouw verdeling op de werkvloer de berichtgeving nauwelijks beïnvloedt, ligt mogelijk in de heersende cultuur van masculiene hegemonie binnen redacties vanwege de mannen die zich relatief vaak in leidinggevende posities bevinden (Organista et al., 2021, p. 376).

Iedereen past zich aan deze norm aan, waardoor vrouwelijke journalisten zich vaak conformeren aan de regels en de hogere status van mannensport. Hierdoor blijft mannensport nog steeds het belangrijkste nieuws (Organista et al., 2021, p. 376).

In 2024 is er een onderzoek gedaan met Zweedse vrouwelijke sportjournalisten waarin zij werden bevraagd (Radmann & Sätre, 2024). Uit hun gesprekken met 10 vrouwen, kwam naar voren dat hoewel er positieve ontwikkelingen zijn binnen het vakgebied wat betreft representatie van vrouwen in sportmedia, er nog veel mannen zijn binnen de sportjournalistiek die zich niet interesseren in deze ontwikkeling (Radmann & Sätre, 2024, p. 6). Vrouwen moeten een dikke huid hebben om verder te komen in de sportjournalistiek (Radmann & Sätre, 2024, p. 14). Hardin et al. (2008, p. 72) deden een soortgelijk onderzoek met vrouwelijke journalisten waaruit dezelfde conclusie kon worden getrokken.

Daartegenover kwam er in het onderzoek van Knoppers en Elling (2004, p. 65) naar voren dat, volgens de geïnterviewde sportjournalisten, de man-vrouwverdeling op de redactie weinig invloed heeft gehad op de inhoud van sportuitzendingen of artikelen omdat het meer draaide om de kwaliteit die journalisten leveren. De mannelijke journalisten in het onderzoek van Schoch en Ohl (2021, p. 272) waren het erover eens dat zij tot de juiste kwaliteiten beschikten. Daardoor gaven ze zichzelf toegang tot de belangrijkste verhalen en hielden die voor zichzelf (Schoch & Ohl, 2021, p. 272). Ondertussen lieten mannelijke sportjournalisten vrouwensport en minder populaire sporten, over aan hun vrouwelijke collega's (Schoch & Ohl, 2021, p. 272). Dit sluit aan op het onderzoek van Hardin et al. (2008, p. 73) waarin vrouwelijke sportjournalisten ook werden binnengehaald voor hun 'vrouwelijke' benadering van sport. Veel van deze vrouwelijke sportjournalisten vonden het bovendien interessanter om zich te richten op de 'zachte' kant van sportjournalistiek, zoals het persoonlijke verhaal achter de atleet (Schoch & Ohl, 2021, p. 276).

Daarnaast werd de journalistieke waarde van objectiviteit aangehaald. In de gesprekken met respondenten in het onderzoek van Knoppers en Elling (2004, p. 61) betekent objectiviteit het verslaan van evenementen die als echte topsport worden gezien. De sportjournalisten gaan ervan uit dat dit genderneutraal is, omdat 'topprestaties' worden gezien als iets dat je objectief kunt meten (Knoppers & Elling, 2004, p. 61). Schoch en Ohl (2021, p. 270) benoemden in hun onderzoek objectiviteit ook als een van de kernwaarden voor de journalist, ongeacht gender. De grotere aandacht die gaat naar mannensport wordt

door journalisten gezien als ‘objectief’, maar zelden wordt er gereflecteerd op de vraag of het een weerspiegeling is van de gendernormen en heersende masculiene hegemonie binnen de sportwereld en sportmedia.

2.5. Conclusie

Bestaande literatuur geeft een goed beeld van de wereld waarin mannelijke sportjournalisten werken. Het laat zien dat hun positie door de jaren heen grotendeels gelijk is gebleven. Dit onderzoek kijkt in hoeverre die situatie geldt binnen de Nederlandse context.

Dit is van toegevoegde waarde omdat er nog weinig onderzoeken binnen het Nederlandse medialandschap zijn, waarbij er wordt gekeken naar hoe Nederlandse mannelijke sportjournalisten betekenis geven aan gender in hun werk, bijvoorbeeld hoe zij de rolverdeling tussen mannen en vrouwen op de sportredactie ervaren. Eerdere studies bevestigden de vastgeroeste gegenderde patronen binnen de sportmedia. Zo geven de mannen aan dat ze objectief blijven in hun verslaggeving van sporten, ongeacht het gender, en ze behouden daarmee de status quo waarin mannensport de norm blijft.

Met dit onderzoek is het doel om inzicht te verkrijgen in hoe de mannelijke sportmedia-professionals binnen de Nederlandse sportmediawereld het huidige sportjournalistieke veld ervaren en vormgeven, en de rol van gender daarbinnen. De focus ligt daarbij op de manier waarop zij betekenis geven aan gender en vrouwenvoetbal. Hierbij wordt er gekeken naar hoe hun perspectieven, ervaringen en werkwijzen bijdragen aan de positionering en representatie van vrouwenvoetbal binnen de bredere sportverslaggeving.

3. Methode

In dit hoofdstuk wordt toegelicht welk type onderzoek is uitgevoerd om de onderzoeksvraag te beantwoorden. Daarnaast wordt beschreven op welke wijze de data is verzameld en geanalyseerd. Tot slot komt de betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek aan bod.

3.1. Kwalitatief onderzoek

Om te onderzoeken hoe Nederlandse, mannelijke sportjournalisten in hun werk betekenis geven aan gender en vrouwenvoetbal, is een kwalitatief onderzoek uitgevoerd. Kwalitatief onderzoek richt zich op het verzamelen van ervaringen, percepties en gedragingen van deelnemers (Tenny et al., 2023, para. 1). Centraal in kwalitatief onderzoek staat het open vragen stellen, zoals “hoe” en “waarom”, waarvan de antwoorden niet gemakkelijk in cijfers zijn uit te drukken (Tenny et al., 2023, para. 2). Daarnaast biedt kwalitatief onderzoek vaak meer inzicht in onderwerpen waar nog weinig onderzoek naar is gedaan (Flick et al., 2004, p. 3).

Om deze inzichten te verkrijgen zijn er interviews afgenomen met Nederlandse, mannelijke sportjournalisten. Deze doelgroep is gekozen omdat zij nog weinig zijn bevroegd binnen de Nederlandse context. Deze interviews hebben de mogelijkheid geboden om de ervaringen van deze journalisten te achterhalen en om een duidelijker beeld te krijgen van hoe hun positie als mannelijke sportjournalist volgens henzelf uitwerkt in de sportmedia. Er is gebruikgemaakt van semigestructureerde interviews, zodat respondenten de ruimte krijgen om zelf te bepalen hoe zij betekenis geven in hun werk aan gender en vrouwenvoetbal. Bovendien heeft deze methode de onderzoeker in staat gesteld om in te haken en door te vragen op de gegeven antwoorden van de respondenten (Adams, 2015, p. 497).

3.2. Dataverzameling

Er zijn tien interviews afgelegd met Nederlandse, witte, mannelijke sportjournalisten die werkzaam zijn in de sportmediawereld. Uit een rapport blijkt dat de journalistiek in Nederland in zijn algemeenheid nog steeds vrij homogeen is, met 94,6% van de werknemers op grote redacties van volledig Nederlandse komaf (Boutachekourt, et al., 2021, p. 9). Ook in een ander onderzoek vertelden sportmedia professionals dat er sprake zou zijn van een ‘blinde vlek’ in de sportmedia, en er niet wordt gekeken naar etniciteit op de werkvloer, maar objectief wordt gewerkt (van Sterkenburg et al., 2021, p. 40). Dat zou kunnen verklaren waarom de doelgroep alleen witte mannen zijn.

De mannelijke sportjournalisten zijn werkzaam voor televisie, kranten en magazines op zowel landelijk als regionaal niveau. De leeftijden van de respondenten vallen tussen de 25 en 50 jaar oud. Vijf van de tien respondenten heeft een opleiding in de richting van journalistiek gevolgd, zowel op hbo-niveau als op wo-niveau.

De interviews vonden plaats tussen begin april en begin mei. Het aantal van tien respondenten is gekozen op basis van het principe van *code saturation*, zoals beschreven door Hennink et al. (2017, p. 604). Dit houdt in dat bij negen respondenten de belangrijke thema's die relevant zijn voor het onderzoek al geïdentificeerd zijn, en er geen nieuwe thema's meer naar voren komen (Hennink et al., 2017, p. 604). Zodra deze vorm van saturatie optreedt, kunnen er verschillende thema's worden geïdentificeerd en onderscheiden.

Er werd voorgenomen om alle interviews face-to-face te laten plaatsvinden. Opdenkaker (2006, geciteerd uit Irvine et al., 2013, p. 90) wijst op het voordeel van face-to-face interviews: het opvangen van sociale signalen zoals stem, intonatie en lichaamstaal. Bovendien bieden face-to-face interviews meer ruimte voor diepgaand inzicht in hoe mannelijke sportjournalisten gender en vrouwenvoetbal ervaren, doordat ze vaak langer duren (Irvine, 2011, p. 212). Doordat deze doelgroep drukke agenda's hebben en vaak onderweg zijn, is het helaas alleen gelukt om 1 van de 10 respondenten face-to-face te spreken, vier interviews waren telefonisch en vijf interviews hebben plaatsgevonden via Microsoft Teams.

In dit onderzoek is gewerkt met *purposive* sampling. Dit soort sampling wordt omschreven als "... selecting respondents that are most likely to yield appropriate and useful information." (Campbell et al., 2020, p. 654). De focus in dit onderzoek ligt op Nederlandse, mannelijke sportjournalisten met verschillende niveaus van ervaring binnen de sportjournalistiek. Iedereen heeft minimaal twee jaar werkervaring en dat kan oplopen tot 15 jaar binnen het vakgebied. Een voorbeeld van *purposive* sampling is *typical case* sampling. Suri (2011, p. 68) beschrijft deze vorm van sampling als een methode waarbij onderzoekers op zoek gaan naar 'typische' of 'gemiddelde' respondenten. Deze vorm van sampling is in dit onderzoek passend, omdat er geen eis werd gesteld dat de mannelijke sportjournalisten bijvoorbeeld al vele jaren ervaring moeten hebben in de sportjournalistiek. Ook is er gebruikgemaakt van *snowball* sampling, waarbij de mannelijke sportjournalisten werden gevraagd of zij andere mannelijke sportjournalisten kenden die nuttige inzichten zouden kunnen bieden voor dit onderzoek.

De keuze voor Nederlandse, mannelijke sportjournalisten was gedaan omdat er weinig

academische interviews met deze doelgroep is afgenomen in Nederland. Doordat er weinig Nederlandse mannelijke sportjournalisten zijn die zich uitsluitend focussen op vrouwenvoetbal is ervoor gekozen om de criteria voor de sample vrij breed te houden. Het was bijvoorbeeld noodzakelijk dat respondenten zich uitsluitend bezighielden met (alleen) vrouwenvoetbal, maar ze hielden zich veelal bezig met voetbal in de breedte, en soms ook met andere sporten, vandaar dat zij worden verwezen als ‘sportjournalisten’ en niet specifiek ‘voetbaljournalisten’.

De respondenten zijn benaderd via het netwerk van de onderzoeker, via LinkedIn, en via het netwerk van de scriptiebegeleider. In bijlage A is de tekst te vinden die naar zo’n 20 mannelijke sportjournalisten is verstuurd. In de tekst is duidelijk aangegeven dat het gaat over een anoniem onderzoek en dat de naam van respondenten, mochten ze meewerken aan het onderzoek, niet terug te herleiden is. Dit is tijdens het interview nogmaals herhaald en opgenomen in het informed consent formulier dat iedere respondent heeft ondertekend. Er worden daarom geen specifieke functietitels of werkgevers in dit onderzoek benoemd. Door de interviews anoniem te houden, kunnen de sportjournalisten eerlijk antwoord geven zonder bang te zijn voor kritiek of dat ze herkenbaar zijn in resultaten (Saunders et al., 2015, p. 617).

Met de tien interviews is voldaan aan het minimumaantal voor diepgaande interviews, zoals voorgeschreven in de Methodological Guidelines Thesis Research (Erasmus University Rotterdam, 2024, p. 7).

De positie van de onderzoeker is ook van belang. De onderzoeker nam een open houding richting de geïnterviewde journalist zodat hij eerlijke antwoorden kon geven. Daarnaast bracht de onderzoeker geen eigen mening in over de besproken onderwerpen om open te blijven voor wat respondenten vertelden. De onderzoeker had voorafgaand aan het onderzoek geen persoonlijke relatie met de deelnemers, wat bijdroeg aan een zekere mate van neutraliteit. Verder kan de directe aanwezigheid van de onderzoeker (face-to-face, maar ook online) invloed hebben op het interview en mogelijk de antwoorden van de respondent (Oltmann, 2016, p. 10). De onderzoeker is een vrouw van Aziatische afkomst, maar is geboren en opgegroeid in Nederland. Daarnaast speelt de onderzoeker zelf voetbal en heeft ze werkervaring bij de KNVB, wat haar inzicht in de structuur, cultuur en regels van de Nederlandse voetbalwereld vergroot. Dit helpt bij het beter begrijpen van de ervaringen van de respondenten. Hierdoor hoefden de respondenten bijvoorbeeld bepaalde voetbaltermen niet uit te leggen. De opgedane kennis van de bestaande theorie over sportjournalistiek en mannelijke sportjournalisten heeft bijgedragen aan de open en onbevooroordeelde houding

van de onderzoeker. Door bijvoorbeeld de theorie over masculiene hegemonie voortdurend in gedachte te houden, heeft de onderzoeker voorkomen dat haar eigen mening en ideeën over hoe dat tot uiting komt op een Nederlandse sportredactie buiten beschouwing gelaten tijdens de interviews.

3.3. Operationalisering

De vragen in de interviews zijn gebaseerd op bestaande literatuur over dit onderwerp. Omdat de onderzoeksvraag draait om hoe mannelijke sportjournalisten betekenis geven aan gender en vrouwenvoetbal in hun werk, zijn er een aantal concepten die relevant zijn om te onderzoeken. Concepten zoals masculiene hegemonie, horizontale en verticale segregatie, en gatekeeping zijn verwerkt, deze zijn ook in het theoretisch kader besproken. Om ervoor te zorgen dat de respondenten de termen begrijpen, zijn deze in een duidelijk en toegankelijke taal uitgelegd. Bijvoorbeeld voor het concept gatekeeping, is er aan de respondenten gevraagd of zij merkten dat bepaalde vrouwelijke voetballers meer worden gehoord dan anderen. Door dit te bevragen kreeg de onderzoeker een beter beeld hoe toegankelijk de sport is en waarom bepaalde vrouwelijke voetballers meer publieke aandacht krijgen dan anderen. De toegankelijkheid van het vrouwenvoetbal zou mogelijk een invloed hebben op hoe de mannelijke sportjournalisten betekenis geven aan de sport, bijvoorbeeld als de sport niet toegankelijk blijkt, dat het hun werkwijze en journalistieke keuzes over vrouwenvoetbal bepaald.

Naast het bespreken van ervaringen rondom de centrale concepten, kregen de respondenten ook de ruimte om zelf hun rol als mannelijke sportjournalist te duiden. Zo werd hen onder andere gevraagd of hun positie als mannelijke journalist volgens henzelf invloed heeft op hun verslaggeving over vrouwenvoetbal.

Ten slotte werd er ingegaan op de achtergrond van de respondenten: waarom ze in de sportjournalistiek zijn gaan werken, hoe ze daar terecht zijn gekomen en hoe ze de cultuur binnen deze wereld ervaren, met name in relatie tot gender.

De volledige vragenlijst is terug te vinden in de interviewgids (zie bijlage B). Elk interview duurde tussen de 45 en 60 minuten en werd volledig opgenomen. Na afloop is elk interview letterlijk getranscribeerd om de transparantie te verhogen, maar zijn er door de onderzoeker af en toe nog aanpassingen gemaakt om het leesbaarder en begrijpelijk te maken.

3.4. Analyse

Nadat alle interviews zijn afgenomen, zijn deze geanalyseerd aan de hand van een thematische analyse. Thematische analyse is een methode om patronen in kwalitatieve data te identificeren, analyseren en interpreteren (Clarke & Braun, 2017, p. 297). Daarnaast biedt thematische analyse een toegankelijke en systematische aanpak om codes en thema's te genereren uit kwalitatieve gegevens (Clarke & Braun, 2017, p. 297).

Om de thema's te herkennen zijn de interviews in drie fases gecodeerd: open coding, axial coding en selective coding (Williams & Moser, 2019, p. 47).

Bij open coderen identificeert de onderzoeker verschillende concepten en thema's voor categorisatie (Williams & Moser, 2019, p. 48). Dat gebeurt doordat alle data in kleine fragmenten worden verdeeld, vergeleken met elkaar en gegroepeerd in categorieën die met hetzelfde onderwerp kunnen worden verbonden (Boeije, 2010, p. 96). In deze fase wordt alles geïdentificeerd dat verband houdt met de betekenisgeving aan gender en vrouwenvoetbal door mannelijke sportjournalisten in hun werk. Bij het open coderen gaat het vooral om 'units of meaning', bijvoorbeeld losse woorden of kleine groepjes woorden, die worden gegroepeerd om concepten aan te koppelen (Strauss, 1990, p. 57).

In de tweede fase, axiaal coderen, ligt de focus op het categoriseren van de data/codes om te komen tot de gevonden thema's, en om de thema's te verfijnen (Williams & Moser, 2019, p. 50). Het is in deze fase belangrijk om te reflecteren op het groot aantal gevonden codes van open coderen en te reduceren, en om de niet relevante codes achterwege te laten en een beperkt aantal thema's vast te stellen (Strauss, 1990, p. 58). De concepten die centraal in dit onderzoek staan (masculiene hegemonie, horizontale en verticale segregatie, en gatekeeping) konden in deze fase gekoppeld worden aan de codes die hierop toepasbaar zijn. Als er bijvoorbeeld een thema was vastgesteld en een uitspraak van een geïnterviewde paste niet helemaal binnen dat thema, werd er gekeken of er een nieuw thema aan moest worden verbonden of juist bij een ander thema moest worden toegevoegd (Boeije, 2010, p. 108). In de laatste fase, selectief coderen, worden de tijdens het axiaal coderen gevonden thema's gegroepeerd in centrale categorieën en gekeken hoe ze samenhangen (Williams & Moser, 2019, p. 52). Hieruit zijn een aantal thema's naar voren gekomen die overkoepelend aangeven hoe mannelijke sportjournalisten betekenis geven aan gender en vrouwenvoetbal in hun werk. Zo is onder andere het thema 'nieuwsaarde van vrouwenvoetbal' tot stand gekomen. Dat thema is onderverdeeld in drie sub-thema's: mannen versus vrouwenvoetbal, financiële risico's en journalistieke keuzes van vrouwenvoetbal. In dit thema wordt er een duidelijk beeld geschetst van de huidige publieke belangstelling voor het vrouwenvoetbal en

hoe de mannelijke sportjournalisten dit ervaren en ermee omgaan in hun werk.

Zoals Dorer et al. (2020, p. 2) eerder concludeerde, is de sportredactie een mannenbolwerk, waardoor er vooralsnog weinig vrouwen rondlopen op de redactie. Uit het coderen zijn vier thema's naar voren gekomen: 'nieuws waarde van vrouwenvoetbal', 'gezonde freaks en vormgevers', 'de alfa man' en 'toegankelijkheid van de sportjournalistiek en vrouwenvoetbal'. Het volledige codeerschema is te vinden in bijlage D. In het volgende hoofdstuk worden deze vier thema's verder toegelicht. In de discussie worden met behulp van de theoretische literatuur de relatie gelegd tussen de resultaten en wat die betekenen voor de machtsstructuren en discoursen zoals die van bijvoorbeeld masculiene hegemonie binnen de sportjournalistiek. Daarnaast wordt er kritisch gereflecteerd op de literatuur en de bevindingen.

Ten slotte is er tijdens het onderzoeksproces gesproken met dr. Agnes Elling, senior onderzoeker aan het Mulier Instituut in Utrecht en expert op het gebied van sociale ongelijkheid in en door sport. Zij heeft uitvoerig onderzoek gedaan waarbij ze diepgaande interviews heeft gedaan met zowel mannelijke als vrouwelijke sportjournalisten. Die onderzoeken zijn ook gebruikt in de huidige studie. De resultaten van het onderzoek zijn met haar besproken en zij heeft hierop feedback gegeven. Dit is een manier van 'peer debriefing' en draagt bij aan de bevestiging dat de bevindingen en interpretaties op een eerlijke en duidelijke manier zijn weergegeven (Spall, 1998, p. 280).

3.5. Betrouwbaarheid en validiteit

Om de betrouwbaarheid en validiteit van dit onderzoek te kunnen waarborgen, zijn er een aantal principes toegepast die gebruikelijk zijn in wetenschappelijk onderzoek. Voordat hier dieper op wordt ingegaan, is het zinvol om eerst kort toe te lichten wat onder betrouwbaarheid en validiteit wordt verstaan.

De betrouwbaarheid van deze analyse verwijst naar twee manieren om betrouwbaarheid in een onderzoek te bereiken. Ten eerste, door het onderzoeksproces zo transparant mogelijk te maken, bijvoorbeeld door het beschrijven van hoe de data-analyse wordt uitgevoerd (Silverman, 2011, p. 360). Er is in dit huidige onderzoek een interviewgide opgesteld, waarbij er ruimte was voor de respondenten om zelf invulling te geven aan het onderwerp, een voorbeeld hiervan is het gebruik van vragen als "Hoe ervaar jij ..." en "Wat zijn volgens u...". Eerder in dit Methodehoofdstuk is beschreven hoe het coderen is uitgevoerd door middel van een thematische analyse, wat de transparantie van dit onderzoek verhoogt. Ten tweede, is theoretische transparantie ook belangrijk. Dit wordt

gedaan door duidelijk te maken vanuit welk theoretisch standpunt de bevindingen plaatsvinden en hoe dat zich vertaalt naar bepaalde interpretaties en andere interpretaties buitensluit (Silverman, 2011, p. 360). In het codeerschema is duidelijk weergegeven welke concepten, die besproken zijn in het theoretisch kader, samenhangen met welke uitspraken van de respondenten. Een ander voorbeeld van hoe de betrouwbaarheid wordt gewaarborgd in dit onderzoek is door te benoemen hoe de respondenten benaderd zijn (zie bijlage A) en het toevoegen van de transcripties van de interviews.

Validiteit betreft de mate waarin het onderzoek daadwerkelijk het onderzochte fenomeen representeert (Silverman, 2011, p. 369). Het gaat om de vraag of de onderzoeksmethode, de manier van datacollectie en analyse accuraat en passend zijn voor het beantwoorden van de onderzoeksvraag en tot een waardevol inzicht komen over het onderzoeksonderwerp (Silverman, 2011, p. 369). Validiteit kan worden gewaarborgd door wat Silverman (2011, p. 374) omschrijft als ‘analytic induction’. Hiermee wordt een fenomeen geïdentificeerd en getest door bijvoorbeeld de ‘constant comparison’ methode (Silverman, 2011, p. 376). Tijdens de interviews vertelden de mannelijke sportjournalisten over wat zij van vrouwenvoetbal vinden. Die uitspraken krijgen een code zoals ‘mening over vrouwenvoetbal’ en dan worden de uitspraken met elkaar vergeleken om te kijken of er andere meningen tussen zitten. Bij elk nieuw interview word een constante vergelijking met de bestaande data (Silverman, 2011, p. 376). Ook door ‘deviant cases’ zoals Silverman (2011, p. 378) het omschrijft, kan de validiteit worden gewaarborgd door afwijkende uitspraken te noteren en mee te nemen in de analyse.

4. Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het onderzoek besproken. Op basis van een thematische analyse zijn vier thema's geïdentificeerd: *nieuws waarde van vrouwenvoetbal*, *gezonde freaks en vormgevers*, *de alfa man*, en *toegankelijkheid van de sportjournalistiek en vrouwenvoetbal*. Het hoofdstuk heeft een overwegend beschrijvend karakter, met als doel de resultaten uit de interviews zo nauwkeurig mogelijk weer te geven. Waar relevant, wordt er kort verwezen naar de bestaande literatuur. Een uitgebreidere bespreking van de literatuur en een diepgaandere koppeling tussen de resultaten en eerder onderzoek volgen in het discussiehoofdstuk, dat na de conclusie wordt gepresenteerd.

4.1. Nieuws waarde van vrouwenvoetbal

Vrouwenvoetbal wordt door veel van de geïnterviewde journalisten als minder belangrijk beschouwd dan mannenvoetbal, zo blijkt uit dit onderzoek. In dit eerste thema, *nieuws waarde van vrouwenvoetbal*, wordt allereerst een vergelijking gemaakt tussen discoursen over mannen- en vrouwenvoetbal waar respondenten gebruik van maken, bij het uitleggen waarom vrouwenvoetbal minder publieke belangstelling krijgt. Vervolgens worden de financiële aspecten van het vrouwenvoetbal besproken en hoe deze van invloed zijn op de nieuws waarde van de sport, volgens de respondenten. Tot slot wordt dieper ingegaan op de mate van publieke interesse in de sport en hoe deze samenhangt met de journalistieke keuzes die worden gemaakt.

4.1.2. *Eén sport, twee groepen fans*

Alle tien respondenten geven aan dat het vrouwenvoetbal zich nog altijd in de schaduw van het mannenvoetbal bevindt. Respondent F (werkzaam bij een regionale omroep) verwoordt dit als volgt: "Ik zet het niet aan op de vrijdagavond. Ik kijk er niet graag naar. Soms zet ik het tijdens een EK of WK wel aan. Maar Eredivisie Vrouwen trekt mijn aandacht niet, het niveau is daar net wat te laag voor." Ook uit eerder onderzoek blijkt dat dit sentiment breder leeft. In een studie van Peeters en Van Sterkenburg (2017, p. 707) gaven mannelijke respondenten (jongeren die voetbal kijken) aan dat mannenvoetbal als superieur wordt beschouwd, door het hogere tempo en de grotere technische vaardigheid in het mannenvoetbal, en daardoor interessanter is om naar te kijken. Respondent H (werkzaam bij een commerciële zender) wijst eveneens op de fysieke verschillen, die volgens hem bij voetbal sterker tot uiting komen dan bij andere sporten. Hierdoor geldt mannenvoetbal voor

hem als de norm. Meer dan de helft van de respondenten benadrukken bovendien dat mannenvoetbal ruim twee keer zo lang bestaat als vrouwenvoetbal, waardoor het meer tijd heeft gehad om zich te ontwikkelen. Dit wordt vaak aangevoerd als verklaring voor het verschil in aantrekkelijkheid: vrouwenvoetbal zou hierdoor minder interessant zijn om te volgen, aldus de respondenten. Dit perspectief staat echter in contrast met dat van Respondent B (werkzaam bij een commerciële zender), die er als volgt naar kijkt:

De kritiek die vrouwenvoetbal krijgt dat het niet goed zou zijn, of zeker niet goed in vergelijking met mannenvoetbal, vind ik juist in veel gevallen een pluspunt. Gister was er de Manchester derby van mannen, een van de commentators Gary Neville, noemde het robotvoetbal, super tactisch, bang om fouten te maken, helemaal uitgedokterd tot in detail. En daardoor saai. (...) Mannenvoetbal is zo geëvolueerd, zo tactisch geworden, speelruimte om spontaan te doen is zo klein geworden, angst voor fouten zo groot vanwege belangen. Bij vrouwen is het nog niet zo ver, vergelijk vrouwenvoetbal met mannenvoetbal van jaren 80, juist omdat het gritty, ruige randjes, en niet altijd klopt, is er meer ruimte voor onlogica, vind ik juist heel leuk. Dat mis ik in modern mannenvoetbal.

De vergelijking tussen mannen- en vrouwenvoetbal, zoals Respondent B in het bovenstaande voorbeeld maakt, laat een tegenstellend geluid zien ten opzichte van eerder onderzoek van Knoppers en Elling (2004, p. 67). In dat onderzoek gaven journalisten aan dat de nieuwswaarde 'interessant' werd gebruikt om te rechtvaardigen waarom zij voornamelijk verslag doen van mannenvoetbal. Niettemin geven in de huidige studie de helft van de mannelijke sportjournalisten aan dat het vrouwenvoetbal sinds de EK-winst in eigen land in 2017 een enorme sprong heeft gemaakt in de publieke belangstelling. Lieke Martens en Vivianne Miedema werden tijdens dat toernooi door veel respondenten genoemd als uitblinkers. De nadruk lag daarbij met name op hun prestaties in het nationale elftal, en in mindere mate op hun prestaties bij hun clubs. De Eredivisie Vrouwen, die sinds 2007 bestaat, kampt volgens de respondenten al achttien jaar met aanzienlijke niveauverschillen tussen topclubs zoals Ajax en minder presterende clubs zoals Fortuna Sittard. Hierdoor ontbreekt er in de competitie voldoende spanning en een competitieve balans. Respondent K (werkzaam bij een commerciële zender) vertelde hierover het volgende: "Ik denk dat als het niveau wat omhoog gaat, dat er wat meer mensen gaan komen kijken, dat het wat spectaculairder wordt."

4.1.2. Financiële risico's

Een ander belangrijk verschil dat door de respondenten werd benoemd tussen mannen- en vrouwenvoetbal is de som geld die erin wordt geïnvesteerd. Alle respondenten zijn het erover eens dat clubs en sponsors moeten helpen om het vrouwenvoetbal verder te ontwikkelen. Respondent B vertelde daarover het volgende: “Kwaliteit is 1 op 1 te herleiden tot geld. Geld maakt tijd vrij om een betere atleet te worden, dus als je vindt dat vrouwensport net zo belangrijk is als mannensport, dan moet je in alle radartjes van de klok zorgen dat er genoeg geld is.”

Clubs dragen hierin deels de verantwoordelijkheid volgens veel respondenten. Respondent C (werkzaam bij een regionale omroep) gaf aan dat clubs zoals Ajax en Twente, die op hoog niveau spelen, niet verrassend als meest succesvol naar voren komen omdat zij structureel hebben geïnvesteerd in hun vrouwentak. Een contrast dat Respondent D (werkzaam bij een landelijk magazine) benoemt is Fortuna Sittard: “Die doet weer zijn vrouwenteam weg, dus dat is dan weer een beetje jammer. (...) En ook dat ze dus inderdaad gewoon zeggen van misschien komen er maar 10.000 mensen, maar we laten ons eerste vrouwenteam gewoon in de kuip spelen of in de arena.” Een vrouwenwedstrijd in een groot stadion zou dus volgens Respondent D kunnen bijdragen aan meer aandacht voor het vrouwenvoetbal, en betere beeldvorming van de sport.

De journalistieke keuzes rondom vrouwenvoetbal wordt volgens veel respondenten ook beïnvloed door hoe goed er op artikelen wordt geklikt of hoeveel magazines er worden verkocht. Respondent A (werkzaam bij een landelijk magazine) verwoordde zijn keuze als volgt:

Als wij een magazine zouden maken waar een groot gedeelte gaat over vrouwenvoetbal. (...). We kunnen er wel aandacht aan besteden, maar ja, een heel magazine daarover of een half magazine? Ja, dan snijden we onszelf in de vingers, want dat verkoopt gewoon niet zoveel.

Volgens Respondent E (werkzaam bij een regionale omroep) zullen de prestaties beter worden en is er meer reden om verslag te doen over vrouwenvoetbal als er meer geld in de sport wordt geïnvesteerd. Clubs kunnen hier volgens veel respondenten zelf een bijdrage aan leveren. Respondent H noemde bijvoorbeeld het intensiever inzetten van de mediakanalen van de clubs zelf om promotie te maken voor teams en wedstrijden. Hij vertelde hierover het volgende:

Spelers van die club zie je eigenlijk nooit in actualiteitenprogramma's (...). Feyenoord heeft zijn eigen mediaplatform, PSV heeft zijn eigen PSVTV. Omdat die zoveel waard zijn dat ze zoveel controle willen houden over welke informatie wordt gedeeld over de club, dat ze dat zelf willen doen. En ik denk dat je dat niet kan vergelijken met hoe het bij vrouwensport zou moeten gaan. Die hebben nog veel meer te halen in de media dan dat ze te verliezen hebben.

Doordat clubs hun eigen media kanalen gebruiken om promotie te maken voor de vrouwenwedstrijden zoals hierboven is geïllustreerd, kan er volgens Respondent H ook meer aandacht komen voor de sport. Dat betekent dat ze vrouwelijke voetballers moeten stimuleren om vaker in beeld te komen en mee te doen aan interviews. Dit zal kosten met zich meebrengen, maar door spelers en clubs te stimuleren om hieraan mee te doen, zal er een domino-effect ontstaan waardoor het vrouwenvoetbal geleidelijk meer interesse vanuit het publiek zal genereren, aldus respondenten. Toch moeten media volgens sommige geïnterviewden niet bang zijn om risico's te nemen. Respondent D illustreerde dit als volgt: "Hoe kan dat nou kwaad om 1 keer een stuk over Twente Vrouwen bovenaan de site te zetten? Ik denk niet dat dat hier veel geld gaat kosten."

Aan de andere kant, kunnen sponsors ook bijdragen aan de publieke belangstelling voor vrouwenvoetbal volgens alle respondenten. Volgens Respondent E wordt de ontwikkeling van het vrouwenvoetbal belemmerd door een gebrek aan sponsors. Veel respondenten vinden dat bedrijven een 'nobele taak' op zich moeten nemen door het vrouwenvoetbal te omarmen, zonder zich in het begin te veel te richten op de economische winst. Door te investeren in de vrouwentak van clubs, zal het niveau stijgen, wat vervolgens meer media-aandacht zal opleveren. Als clubs meer geld hebben, bijvoorbeeld van sponsors, kunnen ze ook de spelers beter betalen. Respondent H benadrukte dat vrouwenvoetbal als topsport benaderd moet worden, bijvoorbeeld door "betere salarissen te bieden. Zo hoeven de speelsters niet fulltime naast hun sport te werken, maar kunnen ze zich volledig richten op hun prestaties. Op die manier kan het niveau omhoog gaan en wordt de sport ook commercieel interessanter". Respondent K illustreerde dit ook als volgt: "Als jij een deeltijdcontract hebt en moet studeren daarnaast, en dat je niet fulltime kan leven van het voetbal, dan wordt het niveau vanzelfsprekend minder."

Respondent F benadrukte dit ook als reden waarom het vrouwenvoetbal nog niet kan tippen aan het mannenvoetbal: "In de hele breedte wordt er minder geld in gestoken. Als je

in Nederland die meiden serieus neemt en hetzelfde betaalt van boven naar beneden, dan gaat het niveau vanzelf omhoog.”

Op basis van deze uitspraak lijkt het alsof de mannelijke sportjournalisten het vrouwenvoetbal ook in hun werk het niet serieus neemt, wat aantoont hoe de mannen in dit onderzoek betekenisgeven aan de sport. Terugkomend op de onderzoeksvraag, wordt het met bovenstaande uitspraken duidelijk dat de mannelijke sportjournalisten het vrouwenvoetbal anders zien dan het mannenvoetbal, door onder andere fysieke verschillen en niet genoeg geld, waardoor hun redacties ervoor kiezen om er geen berichtgeving over te doen.

4.1.3. Journalistieke keuzes van vrouwenvoetbal

Volgens veel respondenten zeggen dat omroepen vrouwenvoetbal niet snel prominenter in beeld brengen, omdat ze het risico te groot vinden dat er niet naar wordt gekeken door het publiek. Volgens de mannen in dit onderzoek staat het vrouwenvoetbal nog vooral ‘in de kinderschoenen’. Daarom klikt het grote publiek nog te weinig op artikelen over de sport. Dit werd duidelijk verwoord door Respondent G (werkzaam bij een landelijk magazine): “Ja het is tegenwoordig wat is populair? En daar wordt over geschreven. (...) Maar over het algemeen is Leeuwinnen wel maar Eredivisie vrouwen niet populair.”

Respondent A en K spraken over een sneeuwbaaleffect als het gaat om de publieke aandacht voor vrouwenvoetbal wat op haar beurt invloed heeft op de journalistieke keuzes die worden gemaakt. Respondent A (werkzaam bij een landelijk magazine) onderstreepte dit als volgt: “Als het Nederlands elftal het goed doet, zijn er meer meisjes die gaan voetballen, want die zien rolmodellen op TV en ja, die clubs, die zich erop richten en er gebeurt al veel meer dan vroeger gebeurde.”

De rolmodellen waar Respondent A op doelt, ziet hij nog weinig terug in de vrouwen Eredivisie. Hij illustreert dit als volgt: “Daarom gaan die beste vrouwelijke voetballers die voetballen ook niet in Nederland, maar die voetballen in het buitenland, die voetballen in Engeland.” Vrouwenvoetbalfans zijn volgens Respondent G vaker fan van een specifieke speelster, terwijl mannenvoetbalfans juist vooral fan zijn van een club in het algemeen. Als hun ‘favoriet’ niet meer speelt, neemt de publieke belangstelling vaak af. Hij illustreert dit met het volgende voorbeeld:

De populariteit mannenvoetbal is groter. Mensen zijn supporter van die club, dus je komt ook voor die club. Zeker spelers komen en gaan snel, vrouwenvoetbal is daarin wat

toegankelijker, speelsters blijven langer bij de club. De nieuwe lichter heeft nog tijd nodig om meer publiek te trekken.

Het wordt op basis hiervan duidelijk dat de mannelijke sportjournalisten vinden dat het vrouwenvoetbal nog niet interessant genoeg is om regelmatig te volgen. Dat staat in lijn met de onderzoeksvraag, omdat de mannen het vrouwenvoetbal kenmerken door een langzame ontwikkeling. Respondent A noemde een ander voorbeeld om meer publieke belangstelling voor het vrouwenvoetbal te creëren: “Bijvoorbeeld een NPO. Die natuurlijk, ja, gefinancierd wordt vanuit de overheid. Die hebben wel als publieke taak, vind ik om wat meer aandacht te besteden aan vrouwenvoetbal.”

Niet alleen de media, maar ook clubs kunnen bijdragen aan meer aandacht voor vrouwenvoetbal volgens alle respondenten. Respondent K vindt het onterecht om te verwachten dat alleen de media verantwoordelijk zijn voor het vergroten van de publieke belangstelling: “Wij moeten ergens onze informatie vandaan halen. (...) De vrouwenafdeling van elke voetbalsite afdaan, je hebt daar pagina’s tussen zitten waar speelsters 0 wedstrijden hebben gespeeld, namen in het bestand staan die al weg zijn, dat je denkt hoe kan dit. Hier is al maanden niet naar gekeken. Dat vind ik wel, daar moet het een beetje beginnen. Anders is het lastig om voor ons ergens informatie vandaan te halen. En hoe meer informatie wij hebben, hoe leukere verhalen we kunnen maken.”

De afweging om verhalen te maken over vrouwenvoetbal liggen volgens de respondenten dus in de eerste plaats bij clubs, daarbij is het wel nog steeds van belang hoeveel mensen gemiddeld op artikelen over vrouwenvoetbal klikken. Dat aantal is namelijk nog te weinig volgens veel respondenten waardoor hun redacties de journalistieke keuze maken om er geen berichtgeving over te doen. Respondent D haalde een voorbeeld aan van een vrouwelijke atleet waar veel berichtgeving over wordt gedaan en zei het volgende:

Bij haar is het wel vrij duidelijk om hoe ze eruitziet. Dat levert natuurlijk kliks op en dat levert weer geld op. (...) Ik denk wel dat het gewoon op deze manier werkt.

Dat vrouwelijke atleten in de schijnwerpers staan vanwege hun uiterlijk bevestigd Respondent F ook over voetballer Lieke Martens. Daarover zegt hij: Ze ziet er erg leuk uit, naast dat ze een relatie heeft met een voetballer. (...) Je probeert wel te kijken wat is een leuk verhaal, wie vertegenwoordigt een bepaalde status, dat wordt beter gelezen.”

Cummings (2020, p. 66) bevestigde dit ook eerder in haar onderzoek naar vrouwelijke

atleten, waarin zij stelt dat vrouwen vaak vooral als aantrekkelijk worden geportretteerd in de media, en niet als mannelijk. Hierdoor worden vrouwelijke atleten minder serieus genomen, of zoals Respondent B het omschrijft, “vrouwen worden gezien als lustobjecten”.

Respondent G vertelde over hoe hij journalistieke keuzes maakt om bijvoorbeeld een verhaal te schrijven over de Feyenoord vrouwen. Hij zei: “Die bestaan natuurlijk pas vier jaar. (...) Ik denk niet dat het bij elke club gebeurt dat er over de vrouwen wordt geschreven.” Ook Respondent C vertelt dat je als bedrijf een keuze maakt om geen aandacht te besteden aan vrouwenvoetbal omdat het “slecht wordt gelezen”.

Deze voorbeelden laten zien dat de mannelijke sportjournalisten in dit onderzoek enerzijds de clubs verantwoordelijk houden voor het creëren van meer publieke belangstelling voor het vrouwenvoetbal. Anderzijds geven bijna alle respondenten toe dat het vrouwenvoetbal nog niet genoeg inkomsten met zich meebrengt om de keuze te maken om er verhalen over te maken. Kortom, de mannen zien het niet als een verantwoordelijkheid van henzelf om meer aandacht aan vrouwenvoetbal te geven. Zij typeren de sport als te langzaam met te grote niveauverschillen, waardoor de publieke belangstelling volgens hen is uitgebleven.

4.2. Gezonde freaks en vormgevers

Mannelijke sportjournalisten werden omschreven door veel respondenten als ‘de gezonde freaks’ terwijl vrouwelijke sportjournalisten werden omschreven als ‘de vormgevers’. Daarmee wordt bedoeld dat mannelijke sportjournalisten volgens alle geïnterviewden op de redacties de fanatieke sportliefhebbers zijn die het niet erg vinden om ook in de avonden en weekenden te werken. Vrouwelijke sportjournalisten daarentegen richten zich liever op de presentatie en het visuele aspect van het eindproduct. In dit tweede thema, *gezonde freaks en vormgevers*, wordt de rolverdeling binnen redacties besproken en wordt onderzocht of gender hierin een bepalende factor is. Echter, in bijna alle interviews gaven de mannen aan dat ze geen of nauwelijks vrouwelijke collega’s hadden. Er werd aan de respondenten gevraagd om eigenschappen van zowel hun mannelijke als vrouwelijke collega’s te benoemen, om te achterhalen of er verschillen zijn in hoe mannen en vrouwen zich tot elkaar verhouden. Dit heeft betrekking op de onderzoeksvraag, omdat het iets zegt over hoe de mannen betekenis geven aan gender in hun werk. Het draait om de bewustwording rondom diversiteit of dat er sprake is van een blindheid voor gender.

4.2.1. De rolverdeling van mannelijke en vrouwelijke sportjournalisten

Eerder in het theoretisch kader werden de concepten horizontale en verticale segregatie uitgelegd. Beide hebben betrekking op de rolverdeling tussen mannelijke en vrouwelijke sportjournalisten binnen redacties. Allereerst wordt horizontale segregatie nader toegelicht. Dit betreft de verdeling van onderwerpen binnen een redactie en de raag of gender hierin een rol speelt. Verticale segregatie heeft betrekking op iemands positie binnen de hiërarchie van de sportjournalistiek, zoals het geringe aantal vrouwen in leidinggevende functies (Schoch, 2022, p. 748). Beide vormen van segregatie worden in de volgende paragrafen dieper besproken.

In het onderzoek van Schoch (2022, p. 760) kwam naar voren dat gender een rol speelt bij de rolverdeling van taken. Respondent E geeft echter aan dat de toewijzing van onderwerpen niets met gender te maken heeft en zegt daar het volgende over: “Je netwerk is wel belangrijker, misschien belangrijker dan op een nieuwsredactie, omdat je toch vaak zeker regionaal gezien met dezelfde mensen, dezelfde clubs, dezelfde omstandigheden, dezelfde competities in aanraking komt.” Veel mannen in dit onderzoek gaven aan dat tijdens redactievergaderingen openlijk wordt besproken wie welke taken oppakt. Hoewel zij de vrijheid hebben om met eigen ideeën te komen, blijkt uit de antwoorden van de mannelijke respondenten dat er tijdens vergaderingen weinig vrouwen aan tafel zitten. Daarmee kan gesteld worden dat als er juist meer vrouwen aan tafel zitten het de dynamiek en invulling van verhalen zou kunnen veranderen. Respondent J, die weinig te maken heeft met vrouwelijke sportjournalisten, benadrukt in zijn antwoord dat gender binnen zijn redactie geen rol speelt:

Mensen die bij ons binnenkomen die zijn heel gepassioneerd over voetbal. (...) Als je dat meebrengt en jij hebt tegelijk een bepaald niveau of je wil leren om naar een bepaald niveau toe te gaan, ja dan, dan maakt het bij ons niet uit hoe je eruit ziet of je nou man vrouw of iets anders bent.

Er zal nu dieper worden ingedoken op verticale segregatie. Zoals eerder aangegeven, betekent dat hoe mannen en vrouwen verdeeld zijn over verschillende functies binnen een organisatie, waarbij vrouwen minder vaak in een leidinggevende rol zitten (Schoch, 2022, p. 748). Respondent K vond dit goed te verklaren doordat mannen vanaf het begin van de sportjournalistiek al in het vak werkzaam waren. Uit het onderzoek van Radmann en Sätre (2024, p. 6) bleek ook dat het voor vrouwen destijds lastiger was om de sector binnen te

komen. Respondent D omschreef zijn redactie als een “af en toe lompe redactie”, wat hij toeschreef aan het gebrek aan vrouwelijke collega’s. Ook andere respondenten gaven aan dat de aanwezigheid van vrouwen een positieve invloed kan hebben op de werksfeer.

Respondent H illustreert dit met een voorbeeld:

Denk dat het allemaal voor een redactie zeker heel goed is om zoveel mogelijk verschillende invloeden te hebben. Niet alleen maar 5 mannen uit dezelfde leeftijdscategorie met dezelfde culturele achtergrond. (...) Diversiteit is gewoon heel waardevol.

Wanneer er wordt gekeken naar de mensen die solliciteren, blijkt er ook een overschot aan mannen te zijn volgens alle respondenten. Respondent F vertelt dat zijn vrouwelijke chef merkt dat er nog steeds meer mannen dan vrouwen solliciteren, ongeacht de functie. Hoewel er meer mannen solliciteren, zegt Respondent A dat hij niet let op het gender van de kandidaat en vertelt daar het volgende over: “Als iemand goed kan schrijven en als iemand maar origineel is, weet je wel, en dingen verzint die bij ons past, wat voor achtergrond iemand dan heeft, dat maakt me eigenlijk helemaal niks uit.”

Daarentegen pakt Respondent H het sollicitatieproces juist anders aan: “We hebben nu actief wat stagiaires geworven, dat zijn nadrukkelijk twee vrouwen geworden en die zijn nu blijven hangen. En die werken nu als junior redacteur. (...). Dan hoop ik dat we op die manier ja meer aanwas krijgen van vrouwen.” Volgens Respondent B is de oplossing heel eenvoudig: meer vrouwen in leidinggevende posities. Maar zoals meerdere respondenten aangeven, is dat in de praktijk niet altijd even makkelijk, omdat veel van de huidige leidinggevendenden witte mannen zijn die niet altijd bereid lijken mee te gaan in verandering. Dit laat zien dat de mannelijke sportjournalisten betekenis geven aan gender door de nadruk te leggen op iemands kwaliteiten, die volgens hen losstaat van gender. Tegelijkertijd suggereren de uitspraken van de mannen dat de verantwoordelijkheid rondom meer diversiteit op de redactie vooral bij de leidinggevendenden ligt.

4.2.2. Eigenschappen van mannelijke en vrouwelijke sportjournalisten

Toen de respondenten spraken over hun mannelijke collega’s, bevestigden sommigen dat de zogenaamde ‘alfa man’ nog steeds aanwezig is, maar ze benadrukten dat dit minder is dan vroeger. Respondent C illustreert dit als volgt: “Het is toch een wereldje met veel alfa mannen die in beeld willen zijn. (...) Dat is in Nederland is dat wel aan het veranderen.” Bovendien omschrijft Respondent D zijn mannelijke collega als de “doorsnee wit

centrumrechtse man”. Daar sluit Respondent B zich bij aan. Dit staat redelijk in contrast met hoe Respondent F zijn mannelijke collega’s beschrijft: “heel divers, van macho tot ingetogen.”

Alle respondenten gaven aan geen verschil te merken in de eigenschappen van hun mannelijke en vrouwelijke collega’s. Zo werden woorden als “creatief” en “gepassioneerde sportfans” gebruikt om de sportjournalisten te omschrijven. Respondent J kenmerkte zijn redactie met het woord passie: “Ja de passie is voetbal en de passie is daar iets moois omheen maken en daar mooie verhalen omheen vertellen.” Een andere eigenschap die niet door de respondenten werd genoemd, maar wel naar voren kwam in onder andere het onderzoek van Organista en Mazur (2020, p. 1120) en Claringbould et al. (2004, p. 714), is dat mannen vaker bereid zijn onregelmatige uren te werken en zich minder richten op het starten van een gezin. Dit werd in het vorige thema, *gezonde freaks en vormgevers*, ook naar voren gebracht als voorbeeld door een aantal respondenten.

Hoe eigenschappen van mannelijke en vrouwelijke sportjournalisten tot uiting komen in de verslaggeving van mannen- en vrouwensport komt verder aan bod in het volgende thema, *de alfa man*.

4.3. De alfa man

De sportmediawereld wordt in veel literatuur omschreven als een macho-wereld (Knoppers & Elling, 2004; Hardin et al., 2006; Messner, 2013; Schoch & Ohl, 2021). Het derde thema in dit onderzoek, *de alfa man*, onderzoekt hoe dit zich in de praktijk vertaalt. Dit gebeurt aan de hand van drie subthema’s: *groepsdynamiek, conservatieve versus progressieve geluiden*, en de *journalistieke benadering van mannen- en vrouwenvoetbal*.

4.3.1. Groepsdynamiek

Alle respondenten bevestigen dat de groepsdynamiek anders is bij een redactie met alleen mannen, alleen vrouwen, of een gemengde samenstelling. Respondent C vertelt dat zijn sportredactie recent is gekrompen van acht naar vier medewerkers, waardoor er nu alleen nog mannen over zijn. Hij zegt daar het volgende over:

Jammer. Het geeft andere invalshoeken en andere dynamiek als je andere mensen om je heen hebt. (...) Iedereen komt vanuit zijn eigen perspectief en zijn eigen wereld. Dit is niet alleen bij man/vrouw maar ook met andere etnische achtergronden kom je in andere bubbels terecht waar ik met mijn bubbel niet op zou komen en andersom. Dus ik geloof er heel erg in

dat diversiteit juist kan versterken, qua sfeer is het ook anders.

Verschillende dynamieken kunnen ook bijdragen aan betere journalistieke verhalen. Respondent E gaf aan dat gender geen reden zou moeten zijn waarom iemand een bepaalde positie krijgt. Daar voegde hij het volgende aan toe: “Je merkt wel, denk ik maar dat dat geldt niet alleen voor gender, maar ook voor etnische achtergrond of leeftijd of interessegebied, dat je je diversiteit wel nodig hebt om tot het beste journalistieke product te komen.”

Respondent H vergelijkt de sfeer tussen de mannen met die van een sportkledkamer. Bij vrouwen, of bij mensen die hij minder goed kent, wordt er volgens hem soms iets voorzichtiger met elkaar omgegaan. Hij benadrukt daarbij het volgende: “Dynamiek is altijd anders, maar dat is in elke situatie zo. Als je mannen en vrouwen mengt, is de dynamiek net iets anders dan met alleen mannen of alleen maar vrouwen.”

Volgens de mannen in dit onderzoek zou het bevorderlijk zijn voor sportredacties om actief meer diversiteit binnen te brengen. Maar zoals eerder genoemd, is er nog altijd een oververtegenwoordiging van mannen in de sportjournalistiek.

4.3.2. Conservatieve versus progressieve geluiden

In de sportjournalistiek is er volgens de mannen in dit onderzoek een tweedeling tussen conservatieve mensen, die minder snel veranderen, en progressieve mensen, die juist openstaan voor iets nieuws. Volgens sommige respondenten gaat “het nieuwe” niet alleen over vrouwenvoetbal, maar ook over de aanwezigheid van vrouwelijke sportjournalisten. Respondent A werkt bijvoorbeeld voor een “conservatieve doelgroep”, zoals hij het zelf omschrijft, waardoor de interesse in vrouwenvoetbal relatief laag is. Er is weinig plek voor verandering, zowel in het vrouwenvoetbal als voor vrouwen in de sportjournalistiek, volgens een aantal respondenten. Respondent B omschrijft zijn redactie als een vrij conservatieve plek en zei daarover het volgende: “Je ziet iets meer vrouwen, ik zie wel iets meer ruimte voor jonge mensen ook op belangrijke posities zoals presentatie. Maar ik zou het niet heel erg progressief vooruitstrevend, het is wel veel van hetzelfde.”

Respondent D haalde een voorbeeld aan over dat vrouwen bij voorbaat een achterstand hebben bij voetbalfans omdat ze vrouw zijn. Hij zei daarover:

Iemand als Leonne Stentler. (...) Ze kijkt meer voetbal. (...). Zij ja, zij staat alsnog 3, 0 achter en niemand neemt het serieus en iedereen heeft allemaal kritiek. (...) Dat is in

Engeland bijvoorbeeld heel anders. Ik weet ook niet precies waarom dat in Nederland dat er zoveel weerstand altijd tegen vrouwen is.

4 van de 10 respondenten benoemden dat de nieuwe generatie zal helpen om een gelijke plek voor vrouwen te creëren. Respondent K kenmerkte zijn collega's bijvoorbeeld als "ambitieuze jonge mensen". Respondent E vertelt het volgende over de oude generatie: "Als het vroeger bijna alleen maar mannen waren in de sportjournalistiek, die blijven het hele leven in de sportjournalistiek. Dus het is ook een keer wachten totdat die een keer. Ja klinkt heel hard, maar totdat die een keer verdwijnen, zeg maar en dan is er plek voor jongere leeftijd voor jongere mensen."

Daarnaast hoopt Respondent H dat de huidige vrouwelijke voetballers na hun carrière aanschuiven aan tafel op televisie om over voetbal te praten. Respondent B merkte dat er tien jaar geleden op de redactie soms werd getwijfeld aan vrouwen die aanschuiven: "Niet alleen bekende mannelijke analisten, maar ook een vrouw. Dan proef je op de redactie weerstand. Wat heeft een vrouw daar te zoeken. Er waren vrouwen genoeg die aan dezelfde voorwaarden voldeden waaraan wij vonden dat een mannelijke analist moest voldoen. Bepaalde kennisniveau of diploma, maar dat was niet welkom voor veel mensen." Volgens veel respondenten is daarin een verandering gaande, en zal de nieuwe generatie bijdragen aan meer bewustwording over diversiteit, zowel op het veld als daarbuiten.

De mannelijke sportjournalisten geven daarmee weer dat zij genderdiversiteit aanmoedigen, maar wachten ze op de 'nieuwe generatie' om die verandering daadwerkelijk door te voeren. Dit laat zien, met betrekking tot de onderzoeksvraag, dat de mannen gender wel degelijk belangrijk vinden binnen de sportmediawereld, maar zelf daarin relatief terughoudend zijn om dit in de praktijk te realiseren.

4.3.3. Journalistieke benadering van mannen- en vrouwenvoetbal

Alle mannelijke sportjournalisten in dit onderzoek hechten veel waarde aan objectiviteit en neutraliteit in hun verslaggeving van zowel mannen- als vrouwenvoetbal. Daarmee sluiten ze aan bij wat Weedon en Wilson (2020, p. 1385) beschrijven als kernwaarden binnen de journalistiek. Toch vinden veel respondenten in dit onderzoek dat de manier waarop vrouwenvoetbal wordt benaderd, nog niet kritisch genoeg is.

Zoals een vrouwelijke sportjournalist in het onderzoek van Peeters et al. (2021, p. 204) aangaf, was het tijdens het EK in 2017 makkelijk om positief te zijn vanwege de goede prestaties van het nationale elftal. Dat is ook nu nog terug te zien in de berichtgeving over

vrouwenvoetbal. Respondent C illustreert dat als volgt: “Het is alsof er iets mis is in de kritische benadering die er dan niet is bij vrouwenvoetbal die je bij mannenvoetbal wel zou hebben als een team 4 keer op rij verliest. En dat het juist nog te lief wordt, wordt aangepakt en uiteindelijk moet het ergens in het midden uitkomen.” Met deze uitspraak bedoelt Respondent C op dat spelers of teams in vrouwenvoetbal nog niet streng genoeg worden beoordeeld op hun prestaties, terwijl dat in het mannenvoetbal wel het geval is. Zowel Respondent E als J gaf een voorbeeld van een gebrek aan kritische benadering wanneer het ging om keepers. Daarover zeiden ze dat vrouwelijke keepers in de media vaker wegkomen met fatale fouten, bijvoorbeeld omdat ze kleiner zijn. Daar zou volgens hen ook verandering in moeten komen om het vrouwenvoetbal gelijk te trekken met mannenvoetbal.

Anderzijds, merkte Respondent E op dat een kritische blik vaak ontbreekt omdat de meeste nieuwsmedia de sport niet actief volgt. Daarop aansluitend vertelt Respondent J dat hij zo objectief mogelijk probeert te blijven in zijn verslaggeving, maar dat hij bij het vrouwenvoetbal wel tegen een uitdaging aanloopt. Hij illustreert dit met een voorbeeld:

Vrouwen zitten natuurlijk van binnen iets anders in elkaar. Ik weet niet hoe het is om te voetballen met menstruatiepijn snap je dus dat zijn ook dingen waar ik me helemaal niet mee bezig moet houden of tenminste, ik zou, ik zou me daar natuurlijk in kunnen verdiepen. Maar ik denk dat dat toch altijd lastig blijft om me daarin te verplaatsen en omdat daar al zoveel stereotypen over zijn, probeer ik daar ook een beetje bij weg te blijven. Ik beoordeel op wat ik zie.

Door vrouwelijke voetballers net zo kritisch te beoordelen als mannelijke, kan er meer gelijkheid ontstaan, zo geven 4 van de 10 respondenten aan. Eerdere onderzoeken laten zien dat vrouwelijke sportjournalisten bij hun benadering vaker de mens achter de sport centraal stellen dan mannelijke sportjournalisten (Cummings, 2020; Schoch, 2013; Hardin et al., 2008). Respondent C ziet dit ook terug in de sportjournalistiek: “Je hebt ook vrouwen die erg van het analytische zijn, maar ik denk in zijn algemeen is het zo dat vrouwen meer op de menselijke kant zitten en mannen snel naar het inhoudelijke gaan.” Dit wordt bevestigd door zowel Respondent E als Respondent F, die aangeven dat vrouwelijke sportjournalisten in hun journalistieke benadering vaker de zachtere, menselijke kant van de sport benadrukken.

De manier waarop mannen- en vrouwenvoetbal wordt benaderd, kan ook te maken hebben met het man-zijn, zo stellen enkele respondenten. Daarom werd de respondenten gevraagd in hoeverre hun gender daarin een rol speelt. Respondent F zei hierover het

volgende: “Ik ben er niet bewust mee bezig, maar zal ongetwijfeld zijn dat vrouwelijke collega’s mij anders benaderen.” De houding waar Respondent F naar verwijst, heeft te maken met de heersende masculiene cultuur, waardoor vrouwelijke sportjournalisten zich anders zouden gedragen in de aanwezigheid van mannen. Terugkomend op de onderzoeksvraag, kan gesteld worden dat de mannen in dit onderzoek geen verschil zien in gender. Op hun redacties lijkt sprake te zijn van een bepaalde blindheid voor gender, omdat iemands kwaliteiten als belangrijker worden beschouwd.

4.4. Toegankelijkheid van de sportjournalistiek en vrouwenvoetbal

Veel respondenten geven aan dat vrouwen zelf minder geïnteresseerd zijn in sport, en voetbal in het bijzonder, waardoor ze niet voor de sportjournalistiek zouden kiezen. Alle respondenten geven als reden aan dat ze van jongs af aan een liefde voor voetbal hadden ontwikkeld. In dit laatste thema, *toegankelijkheid van de sportjournalistiek en vrouwenvoetbal*, werden de sportjournalisten gevraagd naar de toegankelijkheid van de sportjournalistiek voor vrouwen en van het vrouwenvoetbal. Daarnaast wordt er ook ingegaan op de ontwikkeling van de sport en hoe de respondenten verwachten dat de verslaggeving zal zijn over het vrouwenvoetbal in de komende jaren.

4.4.1. Aantal vrouwen in de sportjournalistiek

Zoals al eerder in dit onderzoek is benoemd, zijn mannen dominant aanwezig op sportredacties in Nederland. Onderzoeken van Organista en Mazur (2020, p. 1113) en Schoch (2020, p. 762) bevestigen deze scheve genderverdeling, en ook de respondenten uit de huidige studie merken op dat er relatief weinig vrouwelijke sportjournalisten werkzaam zijn. Respondent J illustreert dit als volgt:

“Ja de aanwas vrouwen is gewoon kleiner dan mannen. Ja dat merk ik gewoon ook op dagelijkse basis. Als ik vertel wat voor werk ik doe. Dat vinden mannen het al net wat gauwer wat leuker dan vrouwen, zeg maar dat ja, dat is ook prima. Ik denk vooral dat die toegankelijkheid op redacties er moet zijn en blijven en dat daarin enerzijds gewoon oog is natuurlijk voor kwaliteit. En anderzijds dat daar ook wel wordt gestreefd naar een goede verdeling.”

Bij bovenstaande uitspraak sloot onder andere Respondent G zich aan. Hij zei: “Er zijn over het algemeen meer mannelijke journalisten bij voetbal dan vrouwelijke

journalisten. Het gaat om kwaliteit en hoe dat verder bij andere verdeeld is dat weet ik niet precies.” De nadruk op kwaliteit wordt door meerdere respondenten in dit onderzoek gedaan. De mannen vinden het leidend dat iemand over goede kwaliteiten beschikt en beweren dat daarin niet wordt gekeken naar gender, maar zo blijkt uit de resultaten dat ze de beoordeling of een vrouw de betere kandidaat is, vooral over laten aan hun leidinggevend. Uit eerder onderzoek van Claringbould et al. (2004, p. 713) suggereerde een sportjournalist ook al dat vrouwen over ‘iets extra’s’ moeten beschikken waar witte mannen geen toegang tot hebben om werkzaam te zijn binnen de sportjournalistiek. Respondent B bevestigde deze uitspraak ook en zei: “Bij veel mannen is er in een onderbewustzijn dat als er veel kandidaten zijn dat je als vrouw echt beter moet zijn.” Daarentegen merkte een vrouwelijke sportjournalist in het onderzoek van Schoch (2022, p. 755) op dat ze de baan heeft gekregen omdat ze een vrouw is, en daarmee wordt er gesproken van ‘positieve discriminatie’.

Echter, de mannen in dit onderzoek geven aan dat het probleem ligt bij degene in leidinggevende posities. Dit illustreert een passieve houding vanuit de mannen en wijst bovendien op het concept van gatekeeping, wat eerder in het theoretisch kader is besproken. Doordat het beeld leeft dat de sportmediawereld is overspoeld door mannen, voelen vrouwen zich wellicht minder welkom en kiezen daarom voor een andere tak binnen de journalistiek. Bij vrouwelijke journalisten van het onderzoek van Schoch en Ohl (2021, p. 276) kwam dit patroon ook naar voren. Daar vertelden de vrouwelijke sportjournalisten dat ze vaker onder druk komen te staan binnen de sportjournalistiek vanwege hun vrouw-zijn en daarom graag in andere journalistieke takken werkzaam zijn (Schoch & Ohl, 2021, p. 276). Respondent D van het huidige onderzoek illustreert dit met het volgende voorbeeld: “Ook als je dus op TV dan ziet wat mensen zeggen over vrouwen die bij de NOS aanschuiven over voetbal. Ja dan kan ik mij best voorstellen dat je daar een beetje ontmoedigd wordt.”

Kortom, volgens bijna alle respondenten knappen de meeste vrouwen af op de sportjournalistiek door de grote hoeveelheid mannen. Maar, zo vertelt Respondent C, heeft het ook te maken met iemands persoonlijkheid. Hij illustreert dit als volgt:

Er zijn voldoende vrouwen inmiddels die wel ook zijn doorgebroken en succesvol zijn en die wel in die wereld toch werken. Het is ook van als dat nou je droom is en je passie is en laat je je dan afstoppen doordat er mannen zijn die lullig tegen je doen omdat jij een vrouw ben, dan geef je ze wel. Dan ben je zelf degene die ook heel veel macht uit handen geeft.

De uitspraak van Respondent C lijkt erop te wijzen dat vrouwen moeten leren omgaan met het gedrag van de mannen. Organista en Mazur (2020, p. 1118) constateerden dit eerder ook al in hun onderzoek toen ze vrouwelijke sportjournalisten gingen bevragen over hun werkomgeving. Uit de verhalen van die vrouwelijke sportjournalisten werd duidelijk dat zij bepaalde opmerkingen of gedrag moesten slikken en zich daardoor “mannelijker” gingen gedragen (Organista & Mazur, 2020, p. 1118). Dat wordt in het huidige onderzoek ook bevestigd door de mannen dat vrouwen zich moeten conformeren aan de mannelijke cultuur binnen de sportjournalistiek.

Een contrast die hier tegenover staat is van het huidige onderzoek. Respondent H bijvoorbeeld vertelde dat zij actief vrouwen aan het werven zijn bij hun op de redactie. Hij geeft hiervan een voorbeeld dat de twee stagiaires allebei vrouw waren en zijn doorgroeid naar junior redacteuren. Dit ziet Respondent K ook terug bij hem op de redactie, waar de verdeling relatief goed is verdeeld met ongeveer de helft man en de helft vrouw.

Bovenstaande verhalen van respondenten geeft, met betrekking tot de onderzoeksvraag, een duidelijk beeld hoe de mannelijke sportjournalisten betekenis geven aan gender. Zij ervaren dat de vrouwen in kleine aantallen voortbewegen binnen de sportjournalistiek, maar nemen wederom een terughoudende positie in en verklaren dat het niet door hen komt dat er weinig vrouwen in de sportjournalistiek werkzaam zijn. Echter speelt wel de verwachting vanuit de mannen dat vrouwen zich aanpassen op de mannen om in de sportjournalistiek te kunnen werken.

4.4.2. Populariteit vrouwenvoetbal

Volgens de mannelijke sportjournalisten in dit onderzoek was het antwoord op de vraag hoe je het vrouwenvoetbal populairder onder het publiek maakt vrij duidelijk. Volgens Respondent E hangt dat samen met de evolutie van de sport. Respondent G omschreef het vrouwenvoetbal als zeer laagdrempelig en zei daarover het volgende: “Je kan veel makkelijker een praatje maken met een speelster. (...) Het is nog wat minder zakelijk.”

Vrouwenvoetbal wordt de laatste jaren serieuzer genomen, maar er is nog een lange weg te gaan in de verdere ontwikkeling. Respondent B vindt de ontwikkeling van het vrouwenvoetbal in ieder geval bemoedigend:

Ik word erg enthousiast van de fase en de ontwikkeling waar het is, dat ze iets proberen op te bouwen wat zo lang is tegengewerkt. De agenda van gelijke kansen voor iedereen, vind ik heel inspirerend om naar te kijken. Al die vrouwen om voetballer te worden te zijn of te

blijven, simpelweg omdat ze vrouw zijn zit er extra beren en hobbels op de weg, plafonds die je moet doorbreken, om die reden vind ik de ontwikkeling van vrouwenvoetbal inspirerend.

Respondent E vindt dat het stellen van dezelfde vragen aan vrouwelijke voetballers na interlands als aan mannelijke spelers bijdraagt aan de ontwikkeling van de sport. De aandacht voor het vrouwenvoetbal hangt volgens Respondent G ook samen met de prestaties. Hij lichtte dat als volgt toe:

“Het voetbal is in principe nog steeds in ontwikkeling. En ja, alleen in Nederland is het lastig dat vaak de toppers aan het eind van het seizoen gelijk weer of die gaan vaak weg en dan moet je weer een soort beetje opnieuw beginnen als eredivisie. Dus ik denk dat het nog echt wel tijd nodig heeft voordat er financiële stappen gezet kunnen worden.”

Alle respondenten gaven aan dat door het vrouwenvoetbal te blijven uitzenden, er stappen gezet kunnen worden in de ontwikkeling ervan. Respondent K maakte hierbij een vergelijking met Engeland: “Waar vrouwenvoetbal wel volle stadions genereert. Waar wel wat meer media aandacht is. Waar clubs, nou niet dikke contracten nog niet, maar wel contracten kunnen opstellen waar ze van kunnen leven. En als je dat dus nogmaals afsteekt naar zeg 40 jaar geleden, dan was dat ondenkbaar.” Daar sluit Respondent D zich bij aan en vertelt over zijn vertrouwen in de ontwikkeling van het vrouwenvoetbal:

Als je die meiden van onder 15 onder 16 ziet voetballen ook tactisch en. Ja dan heb ik daar wel erg veel vertrouwen in, dat dat alleen maar beter wordt. En dat dat dus het geheel ook alleen maar meer wordt, dus meer mensen die gaan kijken, meer mensen die echt fan worden van vrouwenteams. (...) En dat dan beetje de cynische reacties verdwijnen. Ik heb wel goede hoop dat dat zeg maar dat we wel de goede kant op gaan met zijn allen.

4.4.3. Conclusie

Kortom, uit de verhalen van de respondenten lijkt het alsof ze veel naar elkaar wijzen als het gaat om meer vrouwen in de sportjournalistiek en de populariteit van het vrouwenvoetbal. Bovendien vinden de mannen het vrouwenvoetbal een sport die zich mooi aan het ontwikkelen is, maar nog niet genoeg interesse wekt om verslag over te doen. In het volgende hoofdstuk volgt de conclusie, waarin een antwoord wordt gegeven op de onderzoeksvraag. Aansluitend wordt in het discussiehoofdstuk de vergelijking gemaakt met bestaande literatuur, worden de beperkingen van dit onderzoek besproken en suggesties

gedaan voor toekomstig onderzoek.

5. Conclusie

In dit onderzoek stond de volgende vraag centraal: *Hoe geven Nederlandse mannelijke sportjournalisten betekenis aan gender en vrouwenvoetbal in hun werk?* Om deze vraag te beantwoorden is een thematische analyse uitgevoerd op basis van interviews met tien Nederlandse mannelijke sportjournalisten. Uit deze analyse kwamen vier hoofdthema's naar voren. Binnen het eerste thema, *de nieuws waarde van vrouwenvoetbal*, gaven de respondenten verschillende redenen waarom vrouwenvoetbal volgens hen minder publieke belangstelling krijgt. Zij noemden onder andere de fysieke verschillen met mannenvoetbal en het gebrek aan financiële middelen, wat volgens hen leidt tot beperkte journalistieke berichtgeving over vrouwenvoetbal. Ook in het onderzoek van Peeters en Van Sterkenburg (2017, p. 707) gaven relatief veel respondenten aan dat vrouwenvoetbal trager is dan mannenvoetbal en daarom minder leuk is om naar te kijken. De mannen in dit onderzoek benadrukken dat externe factoren voor hun een rol spelen in hun werk, maar nemen zelf een passieve houding aan, aangezien zij geen concrete stappen zetten om vrouwenvoetbal meer aandacht te geven.

Zoals ook in eerdere studies is aangetoond (Schoch & Ohl, 2021; Radmann & Sätre, 2024; Hardin et al., 2008), blijkt uit dit onderzoek dat de rolverdeling op redacties nog steeds ongelijk is. Deze scheve rolverdeling vormt het uitgangspunt van het tweede thema in dit onderzoek: *gezonde freaks en vormgevers*. Een deel van de mannelijke sportjournalisten in dit onderzoek merkt op dat vrouwelijke collega's zich vaker bezighouden met de grafische vormgeving van verhalen, terwijl mannen juist meer interesse tonen in het schrijven van analytische wedstrijdverslagen. Toen de respondenten werd gevraagd of ze veel met vrouwen samenwerken, gaven de meesten aan weinig tot geen vrouwelijke collega's te hebben. Ook in hogere functies zijn er weinig vrouwen. Dit duidt aan dat er wellicht plek is voor een vrouw, maar dat de mannen in alle lagen van de sportmediawereld geneigd zijn om selectie te baseren op 'kwaliteit', een begrip dat, in een door mannen gedomineerde omgeving, zelden wordt gekoppeld aan vrouwelijke kandidaten. Hiermee worden de machtsstructuren rondom gender, zoals beschreven door Stewart en McDermott (2004, p. 521) bevestigd, want de mannen in dit onderzoek lijken zich te conformeren aan de norm dat mannen en mannsport belangrijker is. Deze norm biedt hun als mannen een bepaalde bevoorrechte positie en daardoor wordt de status quo binnen de sportmediawereld in stand gehouden. Claringbould et al. (2004, p. 714) concludeerden dit ook al in hun internationale studie over gender in de sportjournalistiek. Hoewel hun onderzoek ruim

twintig jaar oud is, blijkt het ook in dit huidige onderzoek nog steeds relevant te zijn.

De respondenten is gevraagd om hun mannelijke en vrouwelijke collega's te omschrijven, om een beeld te krijgen van de eventuele aanwezigheid van een masculiene cultuur. Dit komt terug in het derde thema, *de alfa man*. Uit de uitspraken van de mannelijke sportjournalisten bleek dat er volgens hen minder macho mannen werkzaam zijn in de sportmedia dan enkele decennia geleden. Daarmee worden de bevindingen van Boyle (2006) en Hardin et al. (2008) in twijfel getrokken. Hoewel een aantal respondenten hun sportredactie als open beschrijven en erkennen dat diversiteit de kwaliteit van het werk versterkt, ondernemen zij geen actie om meer vrouwen op de werkvloer te krijgen. Hun redenering dat vrouwen evenveel groeikansen krijgen, wordt daarmee ook in twijfel getrokken. Alle mannelijke respondenten in dit onderzoek hebben namelijk weinig tot geen vrouwelijke collega's. Hierdoor lijkt het alsof er sprake is van gelijkheid tussen mannen en vrouwen, maar doordat zij nauwelijks in aanraking komen met vrouwelijke collega's, kunnen zij dit beeld wel uitdragen, terwijl de realiteit daar niet per se mee overeenkomt.

Daarnaast zeiden enkele mannen dat hun vrouwelijke collega's vaker de menselijke kant van de sport belichten. Dit sluit aan bij het onderzoek van Organista et al. (2021, p. 376), die concluderen dat vrouwen hierdoor een minder prominente plek binnen de sportjournalistiek innemen. Daarentegen wijzen de bevindingen van Schoch en Ohl (2021, p. 276) erop dat vrouwelijke sportjournalisten deze 'zachtere' benadering in hun verslaggeving juist als voordeel ervaren. De mannen in dit onderzoek erkennen dat het aantal vrouwen in de sportjournalistiek laag is, maar schuiven de verantwoordelijkheid voor verandering af naar hun leidinggevenden. Bovendien, als die leidinggevenden er niets mee doen, laten de mannen het ook aan hen voorbijgaan. Er is niet echt een alfa man aanwezig, maar mannen en mannensport worden nog wel als de norm gezien op sportredacties.

Uit de gesprekken met de mannelijke sportjournalisten blijkt dat zij ervaren dat vrouwen zelf niet geïnteresseerd zijn in sport, wat volgens hen de lage diversiteit verklaart. Schmidt (2018, p. 60) kwam in zijn onderzoek tot een andere conclusie. Hij vond juist dat er veel geïnteresseerde vrouwen zijn, maar dat het probleem vooral ligt aan de overheersende mannelijke cultuur op veel sportredacties. Dit wordt besproken in het laatste thema, *toegankelijkheid van de sportjournalistiek en vrouwenvoetbal*. In dit thema komt naar voren waarom de mannen denken dat er nog weinig vrouwen werkzaam zijn in de sportjournalistiek, en hoe zij verwachten dat de populariteit van het vrouwenvoetbal zou kunnen toenemen.

Hieruit werd duidelijk dat de mannelijke sportjournalisten in dit onderzoek de

sportjournalistiek en het vrouwenvoetbal niet als ontoegankelijk ervaren, maar gebruiken ze objectiviteit om te verklaren dat zij geen of nauwelijks berichtgeving doen over vrouwensport. Bovendien vinden enkele respondenten dat vrouwen zich enigszins moeten aanpassen aan de bestaande (mannelijke) cultuur om verder te komen binnen de sportmediawereld. Vrouwenvoetbal is volgens hen nog niet 'interessant' genoeg en daarmee lijken de mannen erg afwachtend op het moment dat de prestaties beter worden voordat ze het willen overwegen om verhalen over te maken.

Terugkomend op de onderzoeksvraag kan worden gesteld dat gender volgens de respondenten geen rol speelt in hun werkwijze. Echter hebben de mannen weinig te maken met vrouwen waardoor hun beleving en betekenisgeving hierover kan zijn beïnvloed. Wat betreft vrouwenvoetbal beschouwen de mannen het niet als hun taak om de berichtgeving over vrouwenvoetbal te vergroten. Deze bevinding sluit aan bij het onderzoek van Knoppers en Elling (2004, p. 65), waaruit blijkt dat journalisten aangeven dat gender geen rol speelt bij nieuwsselectie, maar dat keuzes vooral worden gemaakt op basis van prestaties en die zijn in de vrouwensport volgens hen op dit moment nog beperkt.

Concluderend laat dit onderzoek zien dat de mannelijke sportjournalisten weinig waarde hechten aan gender, dat ze zich bewust zijn van de lage diversiteit, maar de verantwoordelijkheid afschuiven naar anderen. Daarnaast bevindt het vrouwenvoetbal zich in de schaduw van het mannenvoetbal volgens alle respondenten. Zij zien het als een taak van de clubs of de publieke omroep om vrouwenvoetbal meer in de belangstelling te plaatsen. Er is een hoop vanuit de respondenten dat de groei en professionalisering van de sport zal zorgen voor een bredere publieke belangstelling, wat op den duur zal zorgen voor meer zichtbaarheid van het vrouwenvoetbal in de media. Toch zouden deze mannen ook het voortouw kunnen nemen en zich inzetten voor vrouwensport, maar beargumenteren zij dat het te veel risico met zich meebrengt. Dit staat sterk in contrast met de uitspraken van sommige respondenten die zeggen dat genderdiversiteit juist kan bijdragen aan een kwalitatief sterker journalistiek product. Zelfs de respondenten die dit erkennen, zetten geen concrete stappen om diversiteit op hun sportredactie te bevorderen.

6. Discussie

In dit hoofdstuk zullen de meest opvallende resultaten van hoofdstuk 4 gepresenteerd worden en in een bredere context worden geplaatst. Dit is onderverdeeld in twee delen, genaamd *de relatie tussen objectiviteit, kwaliteit en diversiteit* en *de passieve houding van mannelijke sportjournalisten*. De bevindingen worden afgezet tegen de literatuur die is besproken in het theoretisch kader.

6.1. De relatie tussen objectiviteit, kwaliteit en diversiteit

Wanneer wordt gekeken naar hoe sportjournalistiek bericht over vrouwenvoetbal volgens de mannelijke sportjournalisten in dit onderzoek, komen drie overkoepelende, onderling samenhangende factoren naar voren: objectiviteit, kwaliteit en diversiteit. Deze factoren worden in de volgende subsecties verder toegelicht. Een dominante bevinding die de relatie tussen deze drie factoren verduidelijkt, is dat mannelijke sportjournalisten aangeven geen onderscheid te maken tussen man en vrouw binnen elk van deze aspecten. Tegelijkertijd vinden zij dat zij weinig tot geen invloed hebben op de publieke belangstelling voor vrouwenvoetbal of op wie er wordt aangenomen. Uit de resultaten kan worden gesteld dat meer betrokkenheid van hun kant wellicht effectiever zou zijn dan te verwachten dat de verantwoordelijkheid alleen bij vrouwen ligt.

6.1.1. Objectiviteit

Objectiviteit is een belangrijk criterium als het gaat om aandacht brengen aan een sport evenement (Knoppers & Elling, 2004, p. 61). Knoppers en Elling (2004, p. 63) noemden vrouwensport eerder al een vorm van 'promotional journalism', wat inhoudt dat er alleen bij hoge uitzondering berichtgeving over vrouwensport te vinden was. Dit geeft aan dat er meer wordt ingespeeld op wat lezers willen om inkomsten te genereren, dan dat er actief aandacht wordt besteed aan vrouwensport (Knoppers & Elling, 2004, p. 63). Ook in deze studie gaven meerdere respondenten aan dat dit voor hen een reden was om geen verslag te doen over vrouwenvoetbal. Bijvoorbeeld dat respondenten aangeven dat het verslaggeven over mannenvoetbal makkelijker is, omdat het een langere geschiedenis heeft en er daardoor meer verhalen te vertellen zijn. Dit sluit aan bij de dominante bevinding dat er volgens de respondenten in Nederland wel publieke belangstelling bestaat voor het nationale vrouwenelftal, maar nauwelijks voor de reguliere, landelijke competitie. Dit komt mede door

de aanzienlijke niveauverschillen tussen teams, wat leidt tot minder publieke interesse en financiële middelen. Hierdoor zou verslaggeving over vrouwenvoetbal nagenoeg niets opbrengt.

De respondenten in dit onderzoek vertellen dat ze objectief zijn in hun beoordeling van het vrouwenvoetbal, maar het lijkt erop alsof hun persoonlijke mening over de sport vaak nog leidend is in de keuze om aandacht te besteden hieraan. Objectiviteit zou zoals in het onderzoek van Weedon en Wilson (2020, p. 1387) moeten voorkomen dat er in wedstrijdverslagen mogelijke bias zit. Wat opvalt in dit onderzoek is dat respondenten de gering publieke belangstelling voor het vrouwenvoetbal gebruiken om mogelijk hun eigen voorkeur voor het mannenvoetbal te rechtvaardigen. Dit sluit aan bij de conclusie die Knoppers en Elling (2004, p. 67) in hun onderzoek trok. Objectiviteit komt ook tot uiting in de sportredactie. Zo vertellen de respondenten dat ze geen verschil zien tussen mannelijke en vrouwelijke sportjournalisten, maar geven ze ook aan dat ze weinig met vrouwen te maken hebben in het algemeen. Dit roept de vraag op in hoeverre hun journalistieke objectiviteit gewaarborgd kan worden, zolang genderdiversiteit binnen de redactie afwezig is.

6.1.2. Kwaliteit

Voetbal wordt mannen als het ware met de paplepel ingegoten, volgens meer dan de helft van de respondenten. De mannen in dit onderzoek geven aan dat zij van jongs af aan voetbal speelden of keken, wat heeft bijgedragen aan hun passie voor de sport. Dat sluit aan bij de uitspraken die mannelijke sportjournalisten deden in het onderzoek van Schoch en Ohl (2021, p. 271). Volgens de respondenten van dit onderzoek draait het vooral om de kwaliteiten van sportjournalisten, ongeacht hun gender.

Veel respondenten vertellen dat ze het aanmoedigen dat er meer vrouwen op de redactie komen, maar ondernemen zelf geen stappen om dat in werking te brengen. Enerzijds bleek dat volgens de respondenten vrouwen vaker geïnteresseerd zijn in de vormgeving dan in de sportinhoudelijke kant. Anderzijds benadrukten de respondenten dat er tijdens vergaderingen voldoende ruimte is voor eigen ideeën en dat er daarbij geen verschil wordt gemaakt tussen mannen en vrouwen. Dat is een tegenstrijdige uitspraak ten opzichte van Schoch en Ohl (2021, p. 271), waar mannelijke sportjournalisten juist zeiden dat mannen meer kwaliteit hebben dan vrouwen, en daarmee ook een zwaardere stem hebben die telt. Uit dit onderzoek blijkt echter dat de mannelijke respondenten weinig vrouwelijke collega's hebben, waardoor gesteld kan worden dat zij beperkt zijn in hun vermogen om te oordelen over de kwaliteit van verhalen waarin het 'vrouwelijke perspectief' ontbreekt, omdat deze groep binnen hun

redactie niet vertegenwoordigd is. Bijna alle respondenten gaven aan dat er vooral naar iemands kwaliteiten wordt gekeken, en niet, zoals Hardin et al. (2008, p. 73) eerder concludeerden, vanwege een diversiteitsquota dat een bedrijf moest invullen. De mannelijke sportjournalisten in dit onderzoek geven aan tijdens sollicitatieprocedures geen onderscheid te maken tussen mannen en vrouwen, en te focussen op de kwaliteiten van een persoon. Tegelijkertijd ondernemen zij geen concrete stappen om gendergelijkheid daadwerkelijk te bevorderen. Eén respondent gaf echter aan dat er in de laatste sollicitatieronde bewust vrouwen zijn aangenomen, wat erop wijst dat er binnen de sportmediawereld ook andere, meer inclusieve houdingen bestaan ten opzichte van vrouwen.

Er zijn nog altijd meer mannen actief dan vrouwen in de sportjournalistiek, maar kwaliteit blijft de belangrijkste factor volgens de geïnterviewden om iemand aan te stellen en voor de samenstelling van redacties. Wat opvalt in dit onderzoek is dat de mannelijke sportjournalisten, wanneer zij gevraagd werden hun mannelijke en vrouwelijke collega's te beschrijven, vaak aangaven geen verschil te merken tussen beide groepen. Soms typeerden ze hun mannelijke collega's als macho, maar vooral als 'creatief' en 'echte sportfans'. Over hun vrouwelijke collega's zeiden ze vaak hetzelfde. Veel respondenten konden hun vrouwelijke collega's echter niet omschrijven, omdat ze die nauwelijks of helemaal niet hadden. Hieruit kan worden geconcludeerd dat de eigenschappen die worden toegeschreven aan mannelijke en vrouwelijke sportjournalisten grotendeels overeenkomen, maar door de voornamelijk afwezigheid van vrouwen op de werkvloer is het echter de vraag of de mannen daadwerkelijk kunnen ervaren dat hun mannelijke en vrouwelijke collega's over dezelfde kwaliteiten beschikken. De mannen in dit onderzoek maken geen onderscheid in gender in bijvoorbeeld de toewijzing van onderwerpen, maar het kan wel worden gesteld dat gender tot op zekere hoogte een rol speelt op sportredacties. Daarmee worden de conclusies van Franks & O'Neill (2016, p. 489) en Schoch (2022, p. 762) deels bevestigd, namelijk dat gender nog altijd een rol speelt in de taakverdeling op een redactie. De mannen in dit onderzoek zijn zich hier mogelijk niet van bewust, omdat zij vrijwel uitsluitend samenwerken met andere mannen.

6.1.3. Diversiteit

Er is wel behoefte aan meer genderdiversiteit volgens alle respondenten, maar een deel van hen vindt dat de verantwoordelijkheid voor die bewustwording vooral bij leidinggevendenden ligt, die volgens hen nog vaak witte mannen zijn. In het onderzoek van Organista en Mazur (2020, p. 1112) bleek ook dat sportredacties meestal vooral uit mannen

bestaan, waardoor er een mannelijke cultuur ontstaat. Uit de gesprekken met de mannelijke sportjournalisten in dit onderzoek, lijken er een aantal redenen te zijn waarom de mannelijke cultuur in stand wordt gehouden. Ten eerste, heerst er volgens alle respondenten onder mannen een mentaliteit waarbij ze meer bereid zijn om hun weekenden en avonden op te offeren voor hun werk. Volgens eerdere onderzoeken is dit minder gebruikelijk bij vrouwen, omdat zij maatschappelijk vaak de druk voelen om zich bezig te houden met het gezin (Hardin & Shain, 2005; Claringbould et al., 2004; Organista & Mazur, 2020; Schoch & Ohl, 2011). Er kan gesteld worden dat de mannen in dit onderzoek het begrijpelijk vinden dat vrouwen afhaken. Tegelijkertijd is het opmerkelijk dat dit als vanzelfsprekend wordt gezien, zeker in een tijd waarin vrouwen in toenemende mate kiezen voor een carrière en gelijke kansen op de arbeidsmarkt zouden moeten hebben. Het is daarom van belang dat vrouwen leidinggevende posities innemen om meer verandering binnen dit vakgebied te stimuleren (Hardin & Shain, 2006, p. 355). Echter, in de praktijk blijkt het vaak lastiger om dit te realiseren, omdat er volgens veel respondenten relatief weinig gekwalificeerde vrouwen binnen de sportjournalistiek beschikbaar zijn om dergelijke functies te vervullen.

De mannen in dit onderzoek zijn zich wel bewust van de lage genderdiversiteit, maar voelen zich niet geroepen om daar verandering in te brengen. Vrouwen moeten volgens hen ‘tegen een stootje kunnen’. Net als Hardin et al. (2008, p. 76) eerder concludeerden dat er seksistische grappen worden gemaakt op sportredacties, suggereren de antwoorden van respondenten uit dit onderzoek dat vrouwen hier soms in mee moeten gaan om carrière te maken. Organista en Mazur (2020, p. 1117) zagen dit ook al eerder in hun onderzoek dat vrouwelijke sportjournalisten seksistische grappen lieten gebeuren omdat ze anders hun werk niet zouden kunnen doen. Ook dat is een vrij opvallend perspectief vanuit de mannen, omdat het impliceert dat vrouwen zich moeten conformeren aan de heersende mannelijke cultuur, waardoor de status quo in stand wordt gehouden.

6.2. De passieve houding van mannelijke sportjournalisten

Een ander opvallend resultaat uit dit onderzoek is de passieve houding die de mannelijke sportjournalisten aannemen als het gaat om genderdiversiteit en vrouwenvoetbal. Zij ervaren vrouwenvoetbal als minder nieuwswaardig, waarbij hun voornaamste beweegreden is dat het niet genoeg geld oplevert. Tegelijkertijd schuiven ze de verantwoording door, niet alleen naar de clubs, maar ook naar hun leidinggevendenden. Hoewel de verantwoordelijkheid hiervoor niet uitsluitend bij sportjournalisten ligt, zouden juist mannelijke sportjournalisten,

zoals die in dit onderzoek, een rol kunnen spelen in het vergroten van de zichtbaarheid van het vrouwenvoetbal. Door hier actiever over te berichten, kunnen zij bijdragen aan een bewustwordingsproces bij clubs over het belang van meer investeringen in de vrouwentak. Dit sluit aan bij de bevindingen van Knoppers en Elling (2004, p. 68), die ook stelden dat meer en aantrekkelijkere berichtgeving over vrouwensport de populariteit ervan kan vergroten.

Binnen dit onderzoek werd door de respondenten vaak benoemd dat het vrouwenvoetbal nog steeds achterloopt op het mannenvoetbal door de publieke perceptie. Zoals in het theoretisch kader was besproken, hangt het idee van vrouwen die voetballen vaak samen met de veronderstelling dat zij homoseksueel zijn (Cox & Thompson, 2001, p. 7). De fysieke verschillen die duidelijker zijn te zien in voetbal dan andere sporten, volgens de mannelijke sportjournalisten, is een reden waarom het vrouwenvoetbal niet aantrekkelijk is om naar te kijken. Dat sluit ook aan bij het onderzoek van Peeters en van Sterkenburg uit 2017. Het dominante discours over vrouwenvoetbal, dat door de mannen wordt bevestigd, is dat vrouwen niet als ruw of agressief mogen worden gezien, waardoor volgens een aantal respondenten onder andere foto's worden gebruikt waarin vrouwelijke voetballers als 'zachter' overkomen door bijvoorbeeld een omhelzing met een medespeler in plaats van in actie. Ook hierin uit zich de passieve houding van de mannen, doordat zij geen actie ondernemen om dit beeld te doorbreken. Echter, gaf één van de respondenten aan dat hij bewust let op hoe hij vrouwenvoetbal presenteert. Zo kiest hij bewust voor actiefoto's en probeert hij in de koppen niet extra te benadrukken dat het om een vrouwenelftal gaat. Daarmee hoopt hij bij te dragen aan een meer gelijkwaardige en neutrale berichtgeving over mannen- en vrouwenvoetbal. Daarnaast kaarten de respondenten een passieve houding vanuit clubs en sponsors aan. Zo vertellen ze dat clubs meer zouden moeten investeren in hun vrouwentak om het niveau omhoog te brengen, maar laten de respondenten achterwege dat de media hier juist ook in kan helpen. Bijna alle respondenten vertelden bijvoorbeeld dat de media volgend is. Daarmee wordt bedoeld dat als clubs meer aandacht besteed aan vrouwenvoetbal, dan doet de media dat ook. Echter, zouden de mannen zelf het initiatief kunnen nemen door risico's te durven nemen en wel verhalen te maken over vrouwenvoetbal, in plaats van de verantwoordelijkheid voortdurend bij anderen te leggen.

Op de redactie komt de passieve houding ook tot uiting in het aantal vrouwelijke collega's die de mannen hebben. De bevinding van Dorer et al. (2020, p. 2) dat er weinig bewustwording rondom diversiteit is op sportredacties, wordt in dit onderzoek betwijfeld. De respondenten zijn bewust van de lage genderdiversiteit, maar beschouwen het als de

verantwoordelijkheid van leidinggevend en om meer vrouwen aan te nemen. Tegelijkertijd laat deze houding zien dat, omdat het hen persoonlijk niet raakt, zij het niet als een prioriteit beschouwen om actief bij te dragen aan meer genderdiversiteit binnen de redactie. Op die manier blijft de bestaande status quo gehandhaafd. Opvallend in dit onderzoek, is dat veel respondenten een onderscheid maken tussen conservatieve en progressieve houdingen binnen het sportmedialandschap. Dit verwijst naar een scheiding tussen een conservatieve doelgroep die vrouwenvoetbal weinig waardeert of niet wil betrekken, en een progressieve doelgroep die vrouwenvoetbal juist actief ondersteunt en openstaat voor verandering. Uit de gesprekken met de mannelijke sportjournalisten blijkt dat zij zichzelf plaatsen binnen de progressieve doelgroep. Tegelijkertijd geven mannelijke sportjournalisten toe dat het vrouwenvoetbal binnen hun redactie nog niet volledig wordt omarmd, wat hun terughoudendheid illustreert als het gaat om het doorvoeren van veranderingen. Dit sluit aan bij de conclusie van Dorer et al. (2020, p. 4), die stellen dat vrouwelijke sportjournalisten door het accepteren van de heersende masculiene cultuur deze cultuur mede in stand houden, waardoor structurele verandering uitblijft. De passieve houding van mannelijke sportjournalisten die ook in dit onderzoek is terug te zien, draagt bij aan het voortbestaan van deze cultuur.

6.3. Wetenschappelijke en maatschappelijke waarde

In de wetenschap is er maar beperkt onderzoek gedaan naar mannelijke sportjournalisten binnen de Nederlandse context. De onderzoeken die gedaan zijn, zijn behoorlijk verouderd, komen uit landen zoals Zweden, of hadden een zeer klein aantal respondenten. De toevoeging van dit onderzoek is dat mannelijke sportjournalisten de mogelijkheid kregen om zelf te omschrijven hoe zij betekenis geven aan gender en vrouwenvoetbal in hun werk. Dit onderzoek toont aan dat de dominantie van mannelijke sportjournalisten ook deels in de Nederlandse context is terug te vinden. Zoals in het theoretisch kader is besproken vinden vrouwelijke sportjournalisten steeds meer hun plek binnen de sportjournalistiek, maar zijn ze nog weinig aanwezig als schrijvende pers (Schoch, 2022; Organista & Mazur, 2020).

Dit onderzoek is een relevante aanvulling op de studies die al zijn gedaan binnen het gebied van genderstudies en mediastudies, doordat het inzicht biedt in de belevingswereld van mannelijke sportjournalisten ten aanzien van gender. Het is daarbij opvallend dat er in de afgelopen 20 jaar sinds bijvoorbeeld het onderzoek van Knoppers en Elling uit 2004 weinig vooruitgang is geboekt met betrekking tot meer vrouwelijke sportjournalisten in het sportmedialandschap. Terugkomend op bestaand literatuur (Schoch & Ohl, p. 276;

Claringbould et al., 2004, p. 715), kan worden gesteld dat de mannen in dit onderzoek vrouwelijke sportjournalisten nog steeds als minderwaardig beschouwen. In het onderzoek van Claringbould et al. (2004, p. 715) gaven mannelijke sportjournalisten aan dat zij geen verschil zien tussen mannen en vrouwen, wat ook een uitspraak is die in dit onderzoek door de respondenten van dit onderzoek wordt herhaald. Kortom, dit onderzoek is een bijdrage aan genderstudies en mediastudies, omdat het aantoont dat hoewel de mannen in de sportmediawereld diversiteit omarmen, weinig verantwoordelijkheid nemen om dit te realiseren. Dat is een interessante bevinding gezien de ontwikkeling van vrouwenvoetbal, omdat de mannen suggereren dat er in de afgelopen decennia weinig is veranderd met betrekking tot de sport en binnen de sportjournalistiek, terwijl dit mogelijk te maken heeft met hun passieve houding.

Zoals eerder aangegeven in de introductie van dit onderzoek, is dit onderzoek van maatschappelijk belang omdat het bijdraagt aan bewustwording rondom genderdiversiteit op sportredacties. Ondanks dat de mannen geen verdeling ervaren op basis van gender betekent niet dat het er niet is. Ze lijken namelijk ook ingebed te zijn in de dominante masculiene cultuur van de sportjournalistiek waarschijnlijk ook omdat het hen in enige mate ook bevoorrecht. Het dominante narratief waarin mannen als belangrijker worden geacht dan vrouwen, blijkt uit de interviews met de mannelijke sportjournalisten veelal aanwezig te zijn. De mannen ervaren binnen hun werk niet zozeer een machocultuur, maar zien wel dat ook de vrouwen (als ze daarmee te maken hebben) zich aanpassen aan de mannelijkheid binnen een sportredactie. Het dominante narratief blijft ook bestaan omdat er nog steeds meer mannen zich in leidinggevenden posities bevinden dan vrouwen. Zij achten mannensport als de norm, wat invloed heeft op hoe vrouwen en vrouwensport zich verhoudt binnen de sportmediawereld. Gender speelt dus wel degelijk een rol in de sportmediawereld, maar de mannen leggen de verantwoordelijkheid af bij anderen. Dat toont aan dat hun progressieve houding, hoewel goed bedoelt, weinig oplevert als ze niet actief bijdragen aan meer genderdiversiteit.

6.4. Beperkingen van dit onderzoek

Ondanks dat dit onderzoek een aantal interessante inzichten heeft opgeleverd, zijn er wel een aantal beperkingen. De grootste beperking is dat alle geïnterviewden een witte huidskleur hadden. Hierdoor is er wel een goed beeld geschetst van de Nederlandse mannelijke sportjournalist, maar ontbreekt het aan inzichten over etnische diversiteit binnen dit vakgebied. En meer inzicht is daarom ook nodig naar hoe bijvoorbeeld de

betekenisgeving van mannelijke sportjournalisten zonder migratieachtergrond verschilt of overeenkomt met die van mannen met een migratieachtergrond. Omdat de focus van het onderzoek voornamelijk op gender lag, is de intersectie met etniciteit niet diepgaand onderzocht. Voor toekomstig onderzoek zou het daarom waardevol zijn om ook de rol van etnische diversiteit te onderzoeken, aangezien dit mogelijk nieuwe en belangrijke perspectieven kan opleveren over inclusie en representatie binnen de sportjournalistiek.

Daarnaast werden bijna alle interviews telefonisch of via Microsoft Teams afgenomen. Vanwege praktische omstandigheden, zoals de drukke agenda's en het vaak onderweg zijn van deze doelgroep, vonden negen van de tien interviews op afstand plaats. Irvine (2011, p. 212) stelde al eerder dat respondenten tijdens face-to-face interviews vaker en uitgebreider aan het woord zijn, terwijl de onderzoeker een minder dominante positie inneemt dan bij telefonische interviews. Door vier telefonische interviews, vijf via Microsoft Teams en 1 face-to-face is het de vraag of er een goede, vertrouwelijke band kon worden opgebouwd met de respondenten die vergelijkbaar is met face-to-face interviews.

6.5. Suggesties voor toekomstig onderzoek

Waar het waardevol is om verdiepend onderzoek te doen naar mannelijke sportjournalisten binnen de context van vrouwenvoetbal, is het minstens zo interessant om het bredere sportjournalistieke debat te verkennen. Daarbij zou de focus kunnen verschuiven naar de ontwikkeling van het vrouwenvoetbal over een langere periode. Aangezien meerdere respondenten aangaven dat het vrouwenvoetbal 'tijd nodig heeft' om succesvol te worden, biedt een langetermijnperspectief de mogelijkheid om beter zicht te krijgen hoe de sportjournalistiek en betekenisgeving aan het vrouwenvoetbal zich verder zal ontwikkelen binnen Nederland. Bovendien kan toekomstig onderzoek baat hebben bij een grotere etnische diversiteit onder de geïnterviewde sportjournalisten, zoals eerder genoemd bij de beperkingen van deze studie.

Daarnaast zou dit onderzoek kunnen worden uitgebreid door een grotere sample te hanteren, bijvoorbeeld door meer mannelijke sportjournalisten te betrekken of juist ook vrouwelijke sportjournalisten te bevragen. Enkele respondenten gaven zelf aan dat ze dit interessant zouden vinden, omdat zij geen volledig beeld hebben van hoe hun vrouwelijke collega's hun werk ervaren en in hoeverre gender daarin een rol speelt. Door in toekomstig onderzoek deze ervaringen mee te nemen, kan in bredere zin worden gekeken naar de positie van vrouwen in de sportjournalistiek en hoe de dynamiek tussen mannen en vrouwen zich door de jaren heen ontwikkelt op de sportredactie. Daarbij kan bijvoorbeeld worden

onderzocht in hoeverre en op welke manieren er nog sprake is van masculiene hegemonie. Door diepgaande interviews met zowel mannelijke als vrouwelijke sportjournalisten af te nemen, kunnen inzichten uit dit onderzoek worden aangevuld, bevestigd of juist ontkracht. Zo kan een vollediger beeld ontstaan van hoe gender een rol speelt in de sportjournalistiek, en specifiek in de verslaggeving over vrouwenvoetbal.

Literatuurlijst

- Abisaid, J. L., & Li, B. (2019). He said, she said: An exploration of male and female print sports journalist tweets, sports coverage, and language style. *Communication & Sport*, 8(6), 757-781. <https://doi.org/10.1177/2167479519848352>
- AD. (2023). Finale WK vrouwenvoetbal tussen Spanje en Engeland trekt meer dan 1,1 miljoen kijkers. *Algemeen Dagblad*. Geraadpleegd op 7 december 2024, van <https://www.ad.nl/buitenlands-voetbal/finale-wk-vrouwenvoetbal-tussen-spanje-en-engeland-trekt-meer-dan-1-1-miljoen-kijkers~aea7fabc/?referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F#:~:text=%C2%A9%20AFP-.Finale%20WK%20vrouwenvoetbal%20tussen%20Spanje%20en%20Engeland%20trukt%20meer%20dan,bekeken%20programma%20van%20de%20zondag>
- Adams, W. C. (2015). Conducting semi-structured interviews. In K.E. Newcomer, H.P. Hatry & J.S. Wholey (Eds.), *Handbook of practical program evaluation*, 492-505. Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781119171386.ch19>
- Assmann, K., & Eckert, S. (2024). Are women journalists in leadership changing work conditions and newsroom culture? *Journalism*, 25(3), 565-584. <https://doi.org/10.1177/14648849231159957>
- Ayhan, B. & Demir, Y. (2022). Systemic sexism: women's sports news in a circle of gatekeepers and users on Twitter. *Communication & Sport*, 0(0), 1-23. <https://doi.org/10.1177/21674795221147644>
- Bataille, M. (2018). *2017 was óns jaar: een onderzoek naar de betekenisgeving aan het Nederlandse vrouwenvoetbal in de media één jaar na het EK-vrouwenvoetbal (WEURO) van 2017* [Masterscriptie, Erasmus Universiteit Rotterdam]. EUR Thesis Repository. <https://thesis.eur.nl/pub/47213/Bataille-Mekan.pdf>
- Bataille, M. (2020). *Citius, Altius, Fortius, Pretiosius! Een kwalitatief onderzoek naar de betekenisgeving van het publiek aan de maatschappelijke waarde van topsport in de media* [Masterscriptie, Universiteit Utrecht]. Utrecht University Student Theses Repository. <https://studenttheses.uu.nl/bitstream/handle/20.500.12932/38480/Masterthesis%20BSM%20Mekan%20Bataille%2025062020.pdf?sequence=1>
- Barzilai-Nahon, K. (2009). Gatekeeping: A critical review. *Annual review of information science and technology*, 43(1), 1-79.
- Boeije, H. (2010). Chapters on data analysis. In *Analysis in qualitative research*, 83-121.

SAGE Publications.

- Boczek, K. Dogruel, L. & Schallhorn, C. (2023). Gender byline bias in sports reporting: Examining the visibility and audience perception of male and female journalists in sports coverage. *Journalism*, 24(7), 1462-1481.
<https://doi.org/10.1177/14648849211063312>
- Boutachekourt, K. Schuurmans, A. Jap-Sam, M. & Rubio, S. (2021). *Diversiteit in de journalistiek: Naar handelingsstrategieën voor diversiteit en inclusie in de journalistieke sector* [Rapport]. Stimuleringsfonds voor de journalistiek.
Geraadpleegd op 1 juni 2025, van <https://www.svdj.nl/onderzoek/diversiteit-in-de-journalistiek/>
- Boyle, R. (2006). *Sports journalism: Context and issues*. London: SAGE.
- Boyle, R. (2017). Sports journalism. *Digital Journalism*, 5(5), 493-495,
<https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1281603>
- Bruce, T. (2013). Reflections on communication and sport: On women and femininities. *Communication & Sport*, 1(1-2), 125-137.
<https://doi.org/10.1177/2167479512472883>
- Butler, J. (2013). Gender as performance. In *A critical sense* (pp. 10-125). Routledge.
- Byerly, C.M. (2011). Global report on the status of women in the news media. Geraadpleegd op 5 februari 2025, van <https://www.iwmf.org/resources/global-report-on-the-status-of-women-in-the-news-media/>
- Campbell, S., Greenwood, M., Prior, S., Shearer, T., Walkem, K., Young, S., Bywaters, D. & Walker, K. (2020). Purposive sampling: Complex or simple? research case examples. *Journal of Research in Nursing*, 25(8), 652-661.
<https://doi.org/10.1177/1744987120927206>
- Clarke, V. & Braun, V. (2017). Thematic analysis. *The Journal of Positive Psychology*, 12(3), 297-298, <https://doi.org/10.1080/17439760.2016.1262613>
- Claringbould, I., Knoppers, A. & Elling, A. (2004). Exclusionary practices in sport journalism. *Sex Roles* 51, 709–718. <https://doi.org/10.1007/s11199-004-0720-3>
- Connell, R.W. & Messerschmidt, J.W. (2005). Hegemonic masculinity: Rethinking the concept. *Gender & Society*, 19(6), 829-859.
<https://doi.org/10.1177/0891243205278639>
- Connell, R. W. (1987). *Gender and power: Society, the person, and sexual politics*. Cambridge: Blackwell.
- Cooky, C., Messner, M. A., & Hextrum, R. H. (2013). Women play sport, but not on TV: A

- longitudinal study of televised news media. *Communication & Sport*, 1(3), 203-230.
<https://doi.org/10.1177/2167479513476947>
- Cox, B., & Thompson, S. (2001). Facing the bogey: Women, football and sexuality. *Football Studies*, 4(2), 7-24.
- Cummings, J. (2020). Put her in coach: Female sports journalists' role in women's athletic coverage in the media. *The Internationalist: Undergraduate Journal of Foreign Affairs*, 5(1), 65-72. <https://doi.org/10.17615/p2rz-d458>
- Demir, Y. & Baloğlu, E. (2024). The target of digital hegemonic masculinity: Male sports journalists on Twitter. *Sport in Society*, 27(11), 1689-1706.
<https://doi.org/10.1080/17430437.2024.2306896>
- Dorer, J., Gouma, A., & Marschik, M. (2020). Intersectionality in sports journalism. *The international encyclopedia of gender, media, and communication*, 1-8.
<http://doi.org/10.1002/9781119429128.iegmc111>
- Elling, A. (2005). 'We zijn vrienden in het veld'. Grenzen aan sociale binding en 'verbroedering' door sport. *Pedagogiek*, 24(4), 342-360.
- Elling, A. (2012). Sport: Ook een vrouwenzaak. *Raffia*, 3.
- Elling, A. & Knoppers, E. (2005). Sport, gender and ethnicity: Practises of symbolic inclusion/exclusion. *Journal of Youth Adolescence* 34, 257–268.
<https://doi.org/10.1007/s10964-005-4311-6>
- Erasmus University Rotterdam. (2024). Methodological guidelines thesis research. Canvas.eur.nl
- Flick, U., Von Kardorff, E., & Steinke, I. (2004). What is qualitative research? An introduction to the field. *A companion to qualitative research*, 1, 3-11.
- Franks, S., & O'Neill, D. (2015). Women reporting sport: Still a man's game? *Journalism*, 17(4), 474-492. <https://doi.org/10.1177/1464884914561573>
- Gähler, A.F. (2021). *De vertegenwoordiging van vrouwen binnen de Nederlandse geschreven sportjournalistiek* [Masterscriptie, Universiteit van Amsterdam]. Geraadpleegd op 15 januari 2025 van,
https://www.kenniscentrumsportenbewegen.nl/kennisbank/publicaties/?de-vertegenwoordiging-van-vrouwen-binnen-de-nederlandse-geschreven-sportjournalistiek&kb_id=26227
- Grindstaff, L. & West, E. (2011). Hegemonic masculinity on the sidelines of sport. *Sociology Compass*, 5(10), 859-881. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2011.00409.x>

- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London/New Delhi/Thousand Oaks: Sage.
- Hardin, M., Dodd, J.E. & Lauffer, K. (2006). Passing it on: The reinforcement of male hegemony in sports journalism textbooks, *Mass Communication & Society*, 9(4), 429-446, https://doi.org/10.1207/s15327825mcs0904_3
- Hardin, M. & Shain, S. (2006). “Feeling much smaller than you know you are”: The fragmented professional identity of female sports journalists. *Critical Studies in Media Communication*, 23(4), 322-338. <https://doi.org/10.1080/07393180600933147>
- Hardin, M. & Greer, J.D. (2009). The influence of gender-role socialization, media use and sports participation on perceptions of gender-appropriate sports. *Journal of Sport Behavior*, 32(2), 207-226. Geraadpleegd op 4 februari 2025, van <https://www.proquest.com/openview/5bee287df2238972505b3c32f434e3b1/1?pq-origsite=gscholar&cbl=30153>
- Hardin, M., Shain, S. & Shultz-Poniatowski, K. (2008). “There’s no sex attached to your occupation”: The revolving door for Young Women in Sports Journalism. *Women in Sport and Physical Activity Journal*, 17(1), 68-79. <http://dx.doi.org/10.1123/wspaj.17.1.68>
- Heithuis, S., de Hoog, S., van Tussenbroek, P., Kharrat, O., Heusinkveld, J. & Tastachova, N. (2023). *Scoren zonder stereotypen: Onderzoek naar de mediaberichtgeving over het Nederlandse mannen-en vrouwenvoetbal* [Rapport]. Women Inc. Geraadpleegd op 15 januari 2025, van <https://www.womeninc.nl/wp-content/uploads/def-scoren-zonder-stereotypen-rapport-media-aandacht-voetbal.pdf>
- Hennink, M.M., Kaiser, B.N. & Marconi, V.C. (2017). Code saturation versus meaning saturation: How many interviews are enough? *Qualitative Health Research*, 27(4), 591-608. <http://doi.org/10.1177/1049732316665344>
- Irvine, A. (2011). Duration, dominance and depth in telephone and face-to-face Interviews: A comparative exploration. *International Journal of Qualitative Methods*, 10(3), 202-220. <https://doi.org/10.1177/160940691101000302>
- Irvine, A., Drew, P., & Sainsbury, R. (2013). ‘Am I not answering your questions properly?’ Clarification, adequacy and responsiveness in semi-structured telephone and face-to-face interviews. *Qualitative Research*, 13(1), 87-106. <https://doi.org/10.1177/1468794112439086>
- Kian, E. M., & Hardin, M. (2009). Framing of sport coverage based on the sex of sports writers: Female journalists counter the traditional gendering of media

- coverage. *International Journal of Sport Communication*, 2(2), 185-204. <https://doi.org/10.1123/ijsc.2.2.185>
- Knoppers, A. & Elling, A. (2004). 'We do not engage in promotional journalism': Discursive strategies used by sports journalists to describe the selection process. *International Review for the Sociology of Sport*, 39(1), 57-73. <https://doi.org/10.1177/1012690204040523>
- Knoppers, A. & Anthonissen, A. (2008). Gendered managerial discourses in sport organizations: multiplicity and complexity. *Sex Roles*, 58, 93-103. <https://doi.org/10.1007/s11199-007-9324-z>
- KNVB. (2024). *Jaarverslag Seizoen 2023/'24*. Geraadpleegd op 4 april 2025, van <https://www.knvb.nl/downloads/bestand/29047/knvbjaarverslag202324>
- Meertens, E. (2023). *De Grinta Van De Vrouwelijke Sportjournalist: een kwalitatief onderzoek naar de betekenisgeving en uitdagingen van vrouwelijke sportjournalisten*. [Unpublished master's thesis]. Erasmus Universiteit Rotterdam.
- Messner, M. (2013). Reflections on communication and sport: On men and masculinities. *Communication & Sport*, 1(1-2), 113-124. <https://doi.org/10.1177/2167479512467977>
- Middag, T. (2016). 'Voetbalschoenen op heur verlanglijstje': *De geschiedenis van het vrouwenvoetbal in Nederland van 1880 tot 1939 en de rol van de vrouw in de samenleving*. [Bachelorscriptie, Universiteit van Amsterdam]. <https://dynamic.decorrespondent.nl/downloads/michiel-de-hoog/tessel-middag-voetbalschoenen-op-heur-verlanglijstje.pdf>
- Mirabito, T., Collett, J., & Talbott, J. (2025). Signing off: An examination into female journalists leaving legacy media. *Communication & Sport*, 0(0), 1-24. <https://doi.org/10.1177/21674795251321746>
- Money, J., Hampson, J. G., & Hampson, J. L. (1955a). An examination of some basic sexual concepts: The evidence of human hermaphroditism. *Johns Hopkins Hospital Bulletin*, 97, 301-319.
- Money, J., & Ehrhardt, A. A. (1972). *Man & woman, boy & girl: The differentiation and dimorphism of gender identity from conception to maturity*. Baltimore: Johns Hopkins University.
- Morgenroth, T. & Ryan, M.K. (2018). Gender trouble in social psychology: How can Butler's work inform experimental social psychologists' conceptualization of gender? *Frontiers in Psychology*, 9, 1-9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.01320>

- Muehlenhard, C.L., Peterson, Z.D. (2011). Distinguishing between sex and gender: History, current conceptualizations, and implications. *Sex Roles* 64, 791–803.
<https://doi.org/10.1007/s11199-011-9932-5>
- Nelen, H. & van Gemert, F.H.M. (2018). De mooie held geveld. *Tijdschrift over cultuur & criminaliteit*, 8(2), 3-14. <https://doi.org/10.5553/TCC/221195072018008002001>
- NOC*NSF. (2024). *Zo sport Nederland NOC*NSF sportonderzoek 2024* [Rapport]. Geraadpleegd op 26 februari 2025, van <https://cdn.nocnsf.nl/media/metnjgkr/zo-sport-nederland-nocnsf-sportdeelname-2024.pdf>
- North, L. (2016). The gender of “soft” and “hard” news: Female journalists’ views on gendered story allocations. *Journalism Studies*, 17(3), 356-373,
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.987551>
- Peeters, R., Elling, A. & Cevaal, A. (2015). *Vrouwenvoetbal en de media*. Geraadpleegd op 30 januari 2025, van
<https://www.mulierinstituut.nl/publicaties/15461/vrouwenvoetbal-en-de-media-1/>
- Peeters, R. & Elling, A. (2015). The coming of age of women’s football in the Dutch sports media, 1995–2013, *Soccer & Society*, 16(5-6), 620-638,
<https://doi.org/10.1080/14660970.2014.963313>
- Peeters, R., Elling, A., & Van Sterkenburg, J. (2021). WEURO 2017 as catalyst? The narratives of two female pioneers in the Dutch women’s football media complex. In *Moments, Metaphors, Memories* (pp. 199-211). Routledge.
- Peeters, R. & van Sterkenburg, J. (2017). Making sense of race/ethnicity and gender in televised football: reception research among British students, *Sport in Society*, 20(5-6), 701-715. <https://doi.org/10.1080/17430437.2016.1158472>
- Prange, M., & Oosterbaan, M. (2017). *Vrouwenvoetbal in Nederland. Spiegel En Katalysator Van maatschappelijke Verandering*. Uitgeverij Klement/Atria: Utrecht/Amsterdam.
- de Oliveira, J.R., de Oliveira Souza, M.T. & Capraro, A.M. (2022). Media coverage and public opinion of hosting a women’s football mega-event: The English bid for UEFA Women’s Euro 2022. *Sport in Society*, 25(4), 799-818.
<https://doi.org/10.1080/17430437.2022.2025778>
- Oltmann, S. (2016). Qualitative interviews: A methodological discussion of the interviewer and respondent contexts. *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research*, 17(2), 1-16. <https://doi.org/10.17169/fqs-17.2.2551>
- Organista, N. & Mazur, Z. (2020). “You either stop reacting or you don’t survive. There’s

- no other way”: the work experiences of Polish women sports journalists. *Feminist Media Studies*, 20(8), 1110-1127. <https://doi.org/10.1080/14680777.2019.1690020>
- Organista, N., & Mazur, Z. (2022). “I’ve never really thought about it”: The process of news construction and perception of underrepresentation of women’s sport media coverage by editors-in-chief in mainstream Polish media. *Sport in Society*, 25(1), 126–143. <https://doi.org/10.1080/17430437.2020.1777100>
- Organista, N., Mazur, Z., & Lenartowicz, M. (2019). “I Can’t Stand Women’s Sports”: The Perception of Women’s Sports by Polish Sports Journalists. *Communication & Sport*, 9(3), 372-394. <https://doi.org/10.1177/2167479519876886>
- Radmann, A. & Sätre, A. (2024). Female sports journalists: The more things change, they more they stay the same. *Media and Communication*, 12, <https://doi.org/10.17645/mac.8200>
- Romijn, D. & Peeters, R. (2015). *Blijft de media-aandacht voor de Oranje Leeuwinnen groeien?* Geraadpleegd op 28 februari 2025, van https://www.kennisbanksportenbewegen.nl/?file=8556&m=1518179639&action=file_download
- Rowe, D. (2007). Sports journalism: Still the ‘toy department’ of the news media? *Journalism*, 8(4), 385-405. <https://doi.org/10.1177/1464884907078657>
- Saunders, B., Kitzinger, J. & Kitzinger, C. (2015). Anonymising interview data: Challenges and compromise in practice. *Qualitative Research*, 15(5), 616-632. <https://doi.org/10.1177/1468794114550439>
- Schipper, N. (2023). Vrouwelijke sportverslaggevers moet je ‘met een lantaarntje zoeken’. *Trouw*. Geraadpleegd op 27 februari 2025, van <https://www.trouw.nl/cultuur-media/vrouwelijke-sportverslaggevers-moet-je-met-een-lantaarntje-zoeken~b95ceced/>
- Schmidt, H. C. (2016). Women’s sports coverage remains largely marginalized. *Newspaper Research Journal*, 37(3), 275-298. <https://doi.org/10.1177/0739532916663211>
- Schmidt, H.C. (2018). Forgotten athletes and token reporters: Analyzing the gender bias in sports journalism. *Atlantic Journal of Communication*, 26(1), 59-74. <https://doi.org/10.1080/15456870.2018.1398014>
- Schoch, L. (2013). ‘Feminine’ writing: The effect of gender on the work of women sports journalists in the Swiss daily press. *Media, Culture & Society*, 35(6), 708-723. <https://doi.org/10.1177/0163443713491300>
- Schoch, L. (2022). The gender of sports news: Horizontal segregation and marginalization of

- female journalists in the Swiss press. *Communication & Sport*, 10(4), 746-766.
<http://doi.org/10.1177/2167479520951162>
- Schoch, L. & Ohl, F. (2011). Women sports journalists in Switzerland: Between assignment and negotiation of roles. *Sociology of Sport Journal*, 28(2), 189-208.
<https://doi.org/10.1123/ssj.28.2.189>
- Schoch, L. & Ohl, F. (2021). “How can they like doing that?” The ambivalent definition of legitimate work in sports journalism. *Journalism Studies*, 22(3), 263-281.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1861474>
- Sherwood, M., Osborne, A., Nicholson, M., & Sherry, E. (2016). Newswork, News Values, and Audience Considerations: Factors That Facilitate Media Coverage of Women’s Sports. *Communication & Sport*, 5(6), 647-668.
<https://doi.org/10.1177/2167479516645535>
- Silverman, D. (2011). Chapter 11. *In Interpreting qualitative data: A guide to the principles of qualitative research*, (4th Ed., pp. 360-385).
- Spall, S. (1998). Peer Debriefing in Qualitative Research: Emerging Operational Models. *Qualitative Inquiry*, 4(2), 280-292. <https://doi.org/10.1177/107780049800400208>
- Van Sterkenburg, J. (2025). Cultural discourses in sport, sports media and sports gaming An international perspective. In V. Girginov & K. Girginov (Eds.). *Handbook of Sport & Culture*. Routledge. 1-15. <https://orcid.org/0000-0003-3884-9934>
- Van Sterkenburg, J., de Heer, M. & Mashigo, P. (2021). Sports media professionals reflect on racial stereotypes and ethnic diversity in the organization. *Corporate Communications: An International Journal*, 26(5), 31-46.
<https://doi.org/10.1108/CCIJ-06-2021-0063>
- Stewart, A. J., & McDermott, C. (2004). Gender in psychology. *Annual Review of Psychology*, 55, 519-544. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.55.090902.141537>
- Strauss, A. L. (1990). Systematic Coding in Qualitative Research. *Bulletin of Sociological Methodology/Bulletin de Méthodologie Sociologique*, 27(1), 52-62.
<https://doi.org/10.1177/075910639002700103>
- Suri, H. (2011). Purposeful sampling in qualitative research synthesis. *Qualitative Research Journal*, 11(2), 63-75. <https://doi.org/10.3316/QRJ1102063>
- Taylor, E.A., Smith, A.B., Rode, C.R. & Hardin, R. (2017). Women don’t know anything about sports: Contrapower harassment in the sport management classroom. *Sport Management Education Journal*, 11, 61-71. <https://doi.org/10.1123/smej.2016-0013>
- Tenny, S., Brannan, J.M., Brannan, G.D. (2023). Qualitative Study. In: StatPearls.

- StatPearls Publishing, Treasure Island (FL)*. Geraadpleegd op 4 februari 2025, van <https://europepmc.org/article/NBK/nbk470395>
- Treep, M. L. (2012). *Vrouwenvoetbal, op het randje van buitenspel* [Masterscriptie Universiteit van Utrecht]. Universiteit van Utrecht. <https://studenttheses.uu.nl/handle/20.500.12932/12050>
- Unger, R. K. (1979). Toward a redefinition of sex and gender. *American Psychologist*, 34, 1085–1094. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.34.11.1085>
- Weedon, G., Wilson, B., Yoon, L. & Lawson, S. (2018). Where’s all the ‘good’ sports journalism? Sports media research, the sociology of sport, and the question of quality sports reporting. *International Review for the Sociology of Sport*, 53(6), 639-667. <https://doi.org/10.1177/1012690216679835>
- Weedon, G. & Wilson, B. (2020). Textbook journalism? Objectivity, education and the professionalization of sports reporting. *Journalism*, 21(10), 1375-1400. <https://doi.org/10.1177/1464884917716503>
- Whitehead, S. (1999). Hegemonic masculinity revisited. *Gender, Work & Organization*, 6(1), 58-62.
- Williams, M., & Moser, T. (2019). The art of coding and thematic exploration in qualitative research. *International management review*, 15(1), 45-55. Geraadpleegd op 5 februari 2025, van <https://www.proquest.com/scholarly-journals/art-coding-thematic-exploration-qualitative/docview/2210886420/se-2>
- Van Zoonen, L. (2002). One of the girls?: The changing gender of journalism. In *News, gender and power* (pp. 33-46). Routledge.
- Zbigniew, D., Organista, N., & Mazur, Z. (2019). Still marginalized: Gender inequalities in the largest Polish daily’s sports coverage. *Communications*, 44(1), 33-57. <https://doi.org/10.1515/commun-2017-0047>
- Zúñiga, G.H., & Hinsley, A. (2013). The press versus the public: What is “good journalism?”. *Journalism studies*, 14(6), 926-942. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2012.744551>

Bijlage A: Mail naar respondenten

Beste meneer <naam>,

Ik doe voor mijn Master scriptie een onderzoek naar de rol van de mannelijke sportjournalist en hoe zij betekenis geven aan hun werk binnen de context van het vrouwenvoetbal. Ik zou u graag hierover willen interviewen. Het interview is volledig anoniem en uw naam zal nergens worden benoemd in het onderzoek. Het interview zal ongeveer 45-60 minuten duren. Zou u hier tijd voor hebben?

Ik hoor het graag!

Met vriendelijke groet,

Esmée Lieuw On

Master Media en Journalistiek

Erasmus Universiteit Rotterdam

Bijlage B: Interview guide

Thema	Interviewvragen en opmerkingen
Introductie van het onderzoek en het doel	Aan het begin van het interview legt de onderzoeker uit waar het onderzoek over gaat en wat het doel van het onderzoek is. Er wordt door de onderzoeker aangegeven dat de respondent niet verplicht is om antwoord te geven op een vraag. Hierbij wordt anonimiteit gewaarborgd. De onderzoeker vraagt om toestemming om het interview op te nemen. Ten slotte ondertekent de respondent het formulier van informed consent.
Achtergrond informatie	<p>1. Hoe bent u in de (sport)journalistiek terecht gekomen?</p> <p>2. Waarom bent u in de sportjournalistiek gaan werken?</p>
Journalistieke werkzaamheden	<p>4. Wat houdt uw huidige sportjournalistieke rol in?</p> <p>5. Waaruit bestaan uw werkzaamheden?</p>
Perspectief over vakgebied	<p>6. Hoe zou u de cultuur omschrijven in de sportmediawereld?</p> <p>7. Ervaart u verschillen en overeenkomsten tussen sportjournalistiek en andere vormen van journalistiek? Zo ja, hoe?</p> <p>8. Vind u dat uw collega's divers zijn in afkomst? Kunt u dat uitleggen?</p> <p>9. Heeft u meer mannelijke collega's dan vrouwelijke collega's? Wat vindt u daarvan?</p>
Perspectief over vrouwenvoetbal	<p>10. Wat vindt u van vrouwenvoetbal? Doet u er graag verslag van? Welke plaats heeft het binnen uw redactie? Kunt u dit uitleggen?</p> <p>11. Wat zijn volgens u verschillen en overeenkomsten tussen mannen- en vrouwenvoetbal? Kunt u dat verder toelichten? Het salaris in vrouwenvoetbal is bijvoorbeeld veel lager, wat vindt u daarvan? Hoe zal dit zich in de toekomst ontwikkelen naar uw idee?</p>

	<p>12. Wat zijn volgens u verschillen en overeenkomsten in de manieren waarop journalisten vrouwenvoetbal benaderen? Ziet u een verschil en/of overeenkomst in hoe mannelijke en vrouwelijke journalisten dit doen? Kunt u dit toelichten? En hoe gaat u hier zelf mee om?</p> <p>13. Vindt u dat vrouwenvoetbal anders wordt gerepresenteerd in de media dan mannenvoetbal? Zo ja, hoe? Hoe gaat u hier zelf mee om in uw werk?</p> <p>14. Hoe verwacht u dat de verslaggeving van vrouwenvoetbal zich in de toekomst zal ontwikkelen?</p>
<p>Perspectief over gender/hegemonische mannelijkheid</p>	<p>15. Ervaart u dat de verdeling tussen mannen en vrouwen op de redactie de manier beïnvloeden waarop mensen in uw vakgebied samenwerken of worden beoordeeld? Kunt u uitleggen waarom wel/niet?</p> <p>16. Welke verschillen en overeenkomsten ervaart u tussen het verslaan van mannen- en vrouwensporten in de media?</p> <p>17. Als u aangeeft dat in uw werk vooral mannen werken, hoe zou u dit type man omschrijven? Wat zijn hun eigenschappen? En hoe beïnvloedt deze de werksfeer en relaties? En hoe zou u uw vrouwelijke collega's omschrijven?</p> <p>18. Denkt u dat het feit dat u man bent, een rol speelt in uw verslaggeving van vrouwenvoetbal? Hoe dan, kunt u dat uitleggen? Heeft u wellicht voorbeelden hiervan uit eigen ervaring?</p>
<p>Verticale en horizontale segregatie</p>	<p>19. Heeft u het gevoel dat bepaalde onderwerpen/sporten vaker worden toegewezen aan mannen of aan vrouwen binnen de redactie? Kunt u daarover wat meer vertellen? Heeft u dit weleens meegemaakt en kunt u daarover vertellen?</p> <p>20. Heeft u het gevoel dat er even veel</p>

	(groei)kansen zijn voor mannen als voor vrouwen, of niet? Zo ja, hoe merkt u dat? Zo niet, waarom niet?
Gatekeeping	<p>21. Hebt u het gevoel dat bepaalde vrouwelijke voetballers meer worden gehoord of meer op de voorgrond worden geplaatst dan anderen? Kunt u een voorbeeld geven? Waarom denkt u dat dit het geval is?</p> <p>22. Wat zou er volgens u moeten veranderen om te zorgen dat de sportjournalistiek en vrouwenvoetbal toegankelijker wordt?</p>
Slotvraag	23. Hoe ziet u de toekomst van vrouwenvoetbal en de verslaggeving daarover voor zich?
Afsluiting	De respondent wordt door de onderzoek gevraagd of hij nog wat kwijt wil/vragen heeft.

Bijlage C: Respondententabel

Respondent	Type medium	Werkzaam voor
Respondent A	Magazine	Landelijk magazine
Respondent B	Televisie	Commerciële zender
Respondent C	Online	Regionale omroep
Respondent D	Tijdschrift/Online	Landelijke tijdschrift/Landelijke omroep
Respondent E	Online	Regionale omroep
Respondent F	Krant	Regionale omroep
Respondent G	Magazine	Regionale magazine
Respondent H	Televisie	Commerciële zender
Respondent J	Online/Magazine	Landelijk magazine
Respondent K	Televisie	Commerciële zender

Bijlage D: Codeerschema

Thema	Codes	Voorbeeld
Nieuws waarde van vrouwenvoetbal	<p>Mannen versus vrouwenvoetbal</p> <p>Financiële risico's</p> <p>Journalistieke keuzes voor vrouwenvoetbal</p>	<p>“Als je het hebt over de mate, er wordt gewoon veel minder aandacht aan vrouwenvoetbal geschonken in zijn algemeenheid dan aan dan mannenvoetbal.” (Respondent E)</p> <p>“En als er dan een paar 1000 Mensen maar naar kijken, dan kan dat dan kost dat teveel geld”</p> <p>“Ik ben bang dat het bij veel redacties wel zo is, dat het eerst meer clicks moet opleveren voordat ze er hun steentje aan gaan bijdragen.” (Respondent D)</p>
Gezonde freaks en vormgevers	Rolverdeling op sportredacties	<p>“In de sportjournalistiek kom je toch vaak in aanraking met gezonde freaks. Mensen die een enorme passie hebben voor sport hebben en bereid zijn daardoor ook in weekenden willen werken.” (Respondent E)</p> <p>“Vrouwen die bij ons werken aan het blad, die zitten wat meer aan de vormgeving kant. Dus die zijn wat minder geïnteresseerd in het voetbal zelf.” (Respondent J)</p>

	Eigenschappen mannelijke en vrouwelijke sportjournalisten	“Als mannen onder elkaar wordt het een beetje een kleedkamer, een sportkleedkamer zeg maar, en met vrouwen erbij kan dat opzich hetzelfde zijn, maar toch net wat zachter.” (Respondent H)
De alfa man	Groepsdynamiek	“Misschien dat je altijd toch een iets andere dynamiek hebt tussen mannen en vrouwen, dat we soms toch een beetje van een andere planeet komen.” (Respondent J)
	Conservatieve versus progressieve geluiden	“”Niet divers, vrij 1 vorm. Hoofdzakelijk man. Hoofdzakelijk wit. Daardoor ook relatief conservatief. Met name in de leiding is het ook wit en wat ouder, weinig beweging gaande.” (Respondent B)
	Journalistieke benadering van mannen- en vrouwenvoetbal	“Als ik probeer te oordelen erover, dan benader ik dit van hoe benaderde we het mannenvoetbal in midden jaren 80, dat is waar de ontwikkeling van het vrouwenvoetbal nu staat.” (Respondent C) “En ik merk ook dat wij andere verhalen maken sinds zij chef is. Dus meer human interest, meer op de persoon gericht, dan heel

		analytisch over het voetbal.” (Respondent F)
Gebrek aan sportinteresse bij vrouwen	<p>Toegankelijkheid voor vrouwen in sportjournalistiek</p> <p>Toegankelijkheid van vrouwenvoetbal</p> <p>Ontwikkeling verslaggeving vrouwenvoetbal</p>	<p>“Ik denk vooral dat die toegankelijkheid op redacties er moet zijn en blijven en dat daarin enerzijds gewoon oog is natuurlijk voor kwaliteit.” (Respondent J)</p> <p>“Als er meer publieke interesse in is en dat hangt ook weer samen met successen. Als er dan meer naar gekeken wordt, zal het ook steeds meer worden.” (Respondent C)</p> <p>“Ja het vrouwenvoetbal is de volgende rij in die ontwikkeling, waarbij dat ook gewoon meer en meer toegankelijk wordt, en dat er meer te halen valt.” (Respondent E)</p>

Declaration Page: Use of Generative AI Tools in Thesis

Student Information

Name: Esmée Lieuw On

Student ID: 568483

Course Name: Master Thesis CM5000

Supervisor Name: Jacco van Sterkenburg

Date: 23-06-2025

Declaration: Final version Master Thesis

Acknowledgment of Generative AI Tools

I acknowledge that I am aware of the existence and functionality of generative artificial intelligence (AI) tools, which are capable of producing content such as text, images, and other creative works autonomously.

GenAI use would include, but not limited to:

- Generated content (e.g., ChatGPT, Quillbot) limited strictly to content that is not assessed (e.g., thesis title).
- Writing improvements, including grammar and spelling corrections (e.g., Grammarly)
- Language translation (e.g., DeepL), without generative AI alterations/improvements.
- Research task assistance (e.g., finding survey scales, qualitative coding verification, debugging code)
- Using GenAI as a search engine tool to find academic articles or books (e.g.,

I declare that I have used generative AI tools, specifically ChatGPT/DeepL, in the process of creating parts or components of my thesis. The purpose of using these tools was to aid in generating content or assisting with specific aspects of thesis work.

I declare that I have NOT used any generative AI tools and that the assignment concerned is my original work.

Signature:



Extent of AI Usage

I confirm that while I utilized generative AI tools to aid in content creation, the majority of the intellectual effort, creative input, and decision-making involved in completing the thesis were undertaken by me. I have used ChatGPT for the following:

Date of Signature: 23-06-2025

- Spelling and grammatical errors
- Rewriting sentences

- Synonyms

I have used DeepL for the following:

- Translations from English to Dutch

Ethical and Academic Integrity

I understand the ethical implications and academic integrity concerns related to the use of AI tools in coursework. I assure that the AI-generated content was used responsibly, and any content derived from these tools has been appropriately cited and attributed according to the guidelines provided by the instructor and the course. I have taken necessary steps to distinguish between my original work and the AI-generated contributions. Any direct quotations, paraphrased content, or other forms of AI-generated material have been properly referenced in accordance with academic conventions.

By signing this declaration, I affirm that this declaration is accurate and truthful. I take full responsibility for the integrity of my assignment and am prepared to discuss and explain the role of generative AI tools in my creative process if required by the instructor or the Examination Board. I further affirm that I have used generative AI tools in accordance with ethical standards and academic integrity expectations.

Signature:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Edmund', written in a cursive style.

Date of Signature: 23-06-2025