



ADVIES 1906

Representatie in de media

Datum: 2 oktober 2019

Voorzitter: Alexandra Smarandescu

Aanwezigen: Isaak Dieleman, Mieke Heymans, Jan Langeroot, Mohamed Missaoui, Ivo Shimwa, Alexandra Smarandescu, Maya van de Velde, Ines De Geest, Emmy Vandenbussche, Lisa Franken, Bram Jansen, Jo Baetens

De Vlaamse Jeugdraad, in vergadering op 2 oktober 2019, onder voorzitterschap van Alexandra Smarandescu, en met bovenvermelde aanwezigen, adviseert unaniem het volgende:

1. Doe jaarlijks onderzoek naar diversiteit en meerstemmigheid in de media. Monitor gegevens en gebruik deze conclusies om het mediabeleid aan te passen
2. Zet in op positieve beeldvorming van kinderen en jongeren in de samenleving door een mediastrategie die actief inzet op diversiteit
3. Zorg dat het Vlaams Audiovisueel Fonds bij het subsidiëren van films rekening houdt met diversiteitscriteria. Stimuleer het fonds via de beheersovereenkomst om een project of studiedagen op te zetten rond beeldvorming en diversiteit.
4. Zorg dat de VRT relevant is voor iedereen en dat diversiteit een prioriteit blijft in nieuwe beheersovereenkomsten.
5. Verminder schadelijke reclame met stereotiepe rolverdeling en stimuleer de Raad voor de Reclame en Jury voor Ethische Praktijken om aparte regels te maken rond stereotypering in reclame.
6. Deel goed practises en organiseer opleidingen rond beeldvorming en diversiteit voor mediamakers
7. Voorzie steunmaatregelen om private en regionale televisieomroeporganisaties aan te moedigen om te werken rond beeldvorming
8. Maak afspraken met hogescholen en universiteiten en zorg er zo voor dat er in de media-opleiding aandacht gaat naar representatieve beeldvorming en referentiekaders.
9. Verbeter de expertendatabank en stimuleer mediamakers om hun netwerk te vergroten
10. Breng een diversiteitslabel uit, waaruit blijkt dat beeldmateriaal hoog scoort op diversiteit. Gebruik hiervoor het opgesteld kader in bijlage
11. Zet in op mediawijsheid over beeldvorming in scholenproject "nieuws in de klas" en stimuleer het Kenniscentrum Mediawijsheid om te blijven werken rond representatie.
12. Investeer in alternatieve media en organisaties



1 Situering

16% van alle inwoners van België zijn jonger dan 18, maar in de Vlaamse media komen ze maar 3% van de tijd in beeld.¹ Jongeren met migratie-achtergrond, niet –heteroseksuele jongeren, jongeren die praktisch geschoold zijn, jongeren met een beperking, jongeren met een ongewone mening of jongeren die afwijken van de heersende norm, verschijnen nog minder op televisie, in films en in series. De Vlaamse Jeugdraad zocht uit wat jongeren daarvan vinden.

Een groep van een 20- tal diverse, jonge vrijwilligers² heeft gedurende meer dan een jaar 1.300 jongeren online en offline bevestigd over het thema representatie en beeldvorming in de media. De Vlaamse Jeugdraad ging in gesprek met jonge vluchtelingen, jongeren van een Akabe scouts, Wel Jong Niet Hetero, en andere organisaties. In totaal hebben we 80 jongeren geïnterviewd en 20 organisaties bezocht. Naast de focusgesprekken heeft de groep een grote online survey gelanceerd over media en beeldvorming die ingevuld werd door 1150 jongeren.³ De Vlaamse Jeugdraad heeft ook een literatuurstudie gedaan en input gevraagd aan een aantal media-experten.

Uit deze bevragingen en gesprekken kwamen opvallende resultaten:

Jongeren vinden beeldvorming in de media zeer belangrijk. Ze zijn ervan overtuigd dat de media hun blik op de maatschappij en werkelijkheid mee bepalen. Mediamakers hebben veel macht: ze kiezen wie of wat ze in beeld brengen, het camerastandpunt, het stuk dat ze willen tonen, de muziek, de titels en koppen.⁴

“De media wordt gemaakt door een select groepje van mensen. Zij maken het beeld dat wij hebben op de maatschappij” - jongere, focusgesprek Wel Jong Niet Hetero

Beeldvorming beïnvloedt niet alleen opvattingen en ideeën van alle jongeren, maar ook de keuzes die jongeren maken en de kansen die ze voor zichzelf zien in de maatschappij.

“Als je jezelf als vrouw niet herkent in de norm van een mannelijke manager of professor, dan zal je je minder snel kunnen voorstellen dat jij dat ook zou kunnen zijn” – jongere, online survey.

“You can't be what you can't see” – Marian Wright Edelman

Aangezien jongeren beeldvorming en media essentieel vinden, willen ze zichzelf ook vertegenwoordigd zien in de media. Uit onze online enquête blijkt dat jongeren zichzelf vandaag niet altijd herkennen in de Vlaamse media. Ze hebben het gevoel dat de Vlaamse media hun mening en verhaal niet toont. Jongeren geven aan dat ze meer diversiteit én diverse stemmen willen zien en horen op verschillende manieren. Ze bedoelen hiermee zowel zichtbare verschillen zoals geslacht, etniciteit en fysieke beperkingen als niet-zichtbare verschillen zoals seksuele geaardheid, genderidentiteit, sociale klasse, nationaliteit, religie, mentale beperkingen, verschillende perspectieven en denkprocessen, politieke voorkeur, opleiding, gezinssituatie en leeftijd.

“De media laat steeds meer diverse mensen aan het woord en dat is belangrijk, want als je zelf niet ziet in de media, is het alsof je stem er niet toe doet in de samenleving. Ik zie bijvoorbeeld bijna nooit Aziatische meisjes op tv, terwijl er eigenlijk veel Aziatische mensen in Vlaanderen wonen” - jongere, evenement, VRT NXT

¹ Deze cijfers gaan specifiek over nieuwsmedia <http://www.steunpuntmedia.be/wp-content/uploads/2013/10/Nieuwsmonitor-15.pdf>

² De groep vrijwilligers van de Vlaamse Jeugdraad is een zelf zeer diverse groep qua religie, origine, gender, seksuele oriëntatie, beperking, studierichting, politieke voorkeur,...

³ De online survey is een indicatieve bevraging naar kwalitatieve input.

⁴ https://www.womeninc.nl/Uploaded_files/campagne/beperktzicht/beperkt-zicht-de-rol-van-medi makers-in-beeldvorming-799def-d7ef28.1de268.pdf



“De media moet alle politieke standpunten aan bod laten komen op een neutrale manier. Zonder aan te moedigen voor links of rechts.” – jongere, online enquête

“De media heeft vaak de macht om een taboe te creëren of te doorbreken. Wanneer zij aandacht schenken aan mannen die over emoties praten, zal dit bijvoorbeeld meer aanvaard worden.” – jongere, focusgesprek, Wel Jong Niet Hetero

Hoewel veel jongeren aangeven dat ze steeds meer diversiteit op tv zien, vinden verschillende jongeren dit nog onvoldoende. Als het Vlaams medialandschap niet snel genoeg meegaat met maatschappelijke veranderingen zullen de verhalen en beelden die zij maken het jonge publiek niet meer bereiken. Jongeren denken dat mediaspelers zo snel minder relevant worden in de samenleving.⁵ Buitenlandse superplatforms en streamingdiensten als YouTube, Netflix, Hulu en Amazon overspoelen jongeren vandaag met internationale films, reeksen en documentaires die divers, aantrekkelijk en vernieuwend zijn.⁶ Voor jongeren zijn de redenen voor deze hoge kijkcijfers duidelijk. Internationale spelers hebben de boodschap begrepen: diversiteit is kwaliteit. Vanuit Vlaanderen moeten we hier tegen opboksen en onze eigen Vlaamse diversiteit uitdragen en verankeren. Alleen dan kan Vlaanderen jonge mediaconsumenten blijven boeien.

“Ik kijk liever naar netflix of youtube, daar zie ik een groter aanbod, een diversiteit van mensen en iemand zoals ik zelf” – jongere, focusgesprek Bazzz vzw

In het verleden bleek dat mediabeleid en de persoonlijke inzet van politici een grote rol kunnen spelen bij het verhogen van diversiteit en representatie in de media.⁷ Met dit advies moedigen we de nieuwe Vlaamse regering en de minister van media aan om een prioriteit te maken van diversiteit van actoren en standpunten in het medialandschap. Jongeren zien alvast heel wat mogelijke maatregelen die het beleid kan nemen voor meer representatie in de media. De Vlaamse Jeugd Raad vat hun oplossingen samen en formuleert op basis daarvan volgend advies:

2 Advies

Uit de literatuurstudie blijkt dat stereotypen over jong en oud, vrouwen en mannen, zwart en wit, normaal en niet normaal, (on)bewust dag in, dag uit herhaald worden in de media.⁸ Overall, in series, duidingsprogramma's, nieuwsprogramma's en films worden clichés herhaald. Er is ook een gebrek aan diverse representatie in de media. Uit de diversiteitsmonitor van de VRT van 2018 blijkt bijvoorbeeld dat vrouwen slechts 38,8% van de tijd in beeld komen, mensen met een handicap komen 1,1% van de tijd in beeld, terwijl 10-15 % van de bevolking een (niet) zichtbare handicap heeft. Nieuwe Vlamingen komen 8% van de tijd in beeld, terwijl zij 16% van de bevolking uitmaken.⁹

Jongeren willen dat diverse representatie een prioriteit wordt voor de Vlaamse regering. Uit de van bevraging van IVOX blijkt dat 60% jongeren meer diverse groepen wil zien op radio en televisie¹⁰ Daarnaast willen veel jongeren ook een grotere diversiteit van opinies. Met dit advies onderstreept de Vlaamse Jeugd Raad graag de urgentie van representativiteit in de media. Het is uiteraard onmogelijk om steeds te streven naar een perfecte representatie van elke

⁵ https://www.womeninc.nl/Uploaded_files/campagne/bepertzicht/bepert-zicht-de-rol-van-medi makers-in-beeldvorming-799def-d7ef28.1de268.pdf

⁶ <https://www.demorgen.be/nieuws/waarom- een-op-vier-jobs-bij-vtm-moet-verdwijnen-be9009ec/>

⁷ [file:///C:/Users/Mariamekeita/Downloads/Media_diversiteit_rapport_2012%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/Mariamekeita/Downloads/Media_diversiteit_rapport_2012%20(5).pdf)

⁸ https://www.womeninc.nl/Uploaded_files/campagne/bepertzicht/bepert-zicht-de-rol-van-medi makers-in-beeldvorming-799def-d7ef28.1de268.pdf

⁹ [file:///C:/Users/Mariamekeita/Downloads/monitor_diversiteit_2018%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/Mariamekeita/Downloads/monitor_diversiteit_2018%20(4).pdf) en <https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2019/06/05/diversiteit-in-personeelsbeleid-vrt/>; <https://files.mediarte.be/www.mediarte.be/production/attachment/1-cijfersexternbis-p0ui6f.pdf> Er zijn enkel cijfers van de VRT beschikbaar in Vlaanderen. Deze geven waarschijnlijk een positiever beeld dan de algemene diversiteit van de Vlaamse media, omdat de overheid hier een doelstelling van maakte in de beheersovereenkomst en streeft naar 40 procent vrouwen en 7,5 procent nieuwe Vlamingen op het scherm tegen 2020.

¹⁰ <https://www.demorgen.be/politiek/vlaamse-jongens-pak-conservatiever-dan-meisjes-b156dee8/>



persoon in de maatschappij. Bovendien blijven talent en expertise de parameters voor een kwaliteitsvol mediabeleid, maar door een aantal concrete aanbevelingen aan te reiken hoopt de jeugdraad de het mediabeleid te inspireren.

In onderstaand advies geven we aanbevelingen over de volgende vijf thema's:

- Onderzoek en diversiteitsbarometer
- De overheid en zijn organisaties
- Sensibilisering en steun voor mediamakers
- Bewustmaking van het publiek
- Alternatieve media

2.1 Onderzoek en diversiteitsbarometer

Hoe worden vrouwen weergegeven in het Vlaamse medialandschap? Hoeveel mensen met een beperking komen op televisie? Als jongeren op tv komen, hoeveel procent van de tijd krijgen ze dan effectief het woord? Op deze vragen kunnen we jammer genoeg geen antwoord geven, omdat er weinig of geen structureel onderzoek gebeurt naar beeldvorming of het effect ervan in de Vlaamse media. Er zijn zeker een aantal onderzoeken, maar deze zijn vaak eenmalig of focussen alleen op de openbare omroep.¹¹

De weinige cijfers die we over het Vlaamse medialandschap hebben, tonen nochtans -samen met buitenlands onderzoek- duidelijk aan dat het medialandschap geen reële weergave is van de bevolking.¹² Meer onderzoek en het monitoren van diversiteit lijken dan ook eerste stappen naar media die representatief zijn voor iedereen. Zowel jongeren als media-experten pleiten dan ook voor nulmeting die de diversiteit van actoren, stemmen en thema's voor alle Vlaamse media in kaart brengt.

“Houd bij hoeveel jonge personen in de media komen, hoeveel vrouwen, hoeveel mensen met een beperking, witte mensen,... Probeer zo een evenwicht te zoeken, zodat er meer diversiteit is.” – Jongere, online survey

Doe jaarlijks onderzoek naar diversiteit en meerstemmigheid in de media. Monitor deze gegevens en gebruik deze conclusies om het mediabeleid aan te passen

In andere Europese regio's wordt diversiteit in de media al een aantal jaren op verschillende manieren gemeten. In de UK heeft de ngo Creative Diversity Network de diversiteitstool Diamond opgericht. Het ambitieuze online systeem Diamond wordt gebruikt door alle grote zenders in de UK en meet zowel wie mediaproducten maakt, als wie er in de media komt.¹³ Ook in ons eigen land, over de taalgrens heen, wordt diversiteit al een aantal jaar gemonitord via het systeem van een diversiteitsbarometer. De Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) publiceert sinds 2010 een jaarlijkse diversiteitsbarometer. Ze screenen hiervoor alle Franstalige zenders gedurende één week voor hun Belgische programma's.¹⁴

In Vlaanderen houdt enkel de VRT diversiteitscijfers bij. De meeste commerciële zenders houden op geen enkele manier bij hoeveel diverse groepen op hun kanaal verschijnen. De Vlaamse Regulator voor de Media (VRM) speelt ook geen actieve rol in het toezien op diversiteit in de Vlaamse media. Het universitair consortium Steunpunt Media kreeg de opdracht om diversiteit te onderzoeken, maar hun opdracht was beperkt tot 2016.

Uit voorbeelden uit het binnen-en buitenland blijkt echter dat meten van diversiteit kan bijdragen tot meer evenwichtige beeldvorming.¹⁵ Een jaarlijkse monitor van de media creëert inzicht in haar werkelijke representativiteit voor beleids- en mediaspelers. Ze worden zo zelf meer bewust van het probleem en kunnen bijsturen waar nodig. De Vlaamse

¹¹ Interview media expert Leen d'haenens

¹² [file:///C:/Users/Mariamekeita/Downloads/monitor_diversiteit_2018%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/Mariamekeita/Downloads/monitor_diversiteit_2018%20(3).pdf)

¹³ <http://creativediversitynetwork.com/diamond/>

¹⁴ http://www.csa.be/system/documents_files/2430/original/2014_CSA%20Belgium%20Diversity%20Action%20Plan_overview.pdf?1421242968 In Wallonië wordt diversiteit in reclame ook gemeten

¹⁵ http://www.csa.be/system/documents_files/1999/original/CSA_panorama_web.pdf?1362566255



Jeugdraad hoopt dan ook dat het Vlaams mediabeleid start met een nulmeting om diversiteit in kaart te brengen en uiteindelijk ook middelen vrijmaakt voor een kwaliteitsvolle monitor die de diversiteit van heel het Vlaamse medialandschap jaarlijks onder de loep neemt. In een ideaal scenario wordt er bij een monitor niet alleen gekeken naar diversiteit van actoren, maar ook naar de diversiteit van standpunten en thema's.

2.2 Overheid als voorbeeld

Jongeren vinden het belangrijk dat de overheid en zijn organisaties zelf het goede voorbeeld geven rond representatieve beeldvorming. De Vlaamse Jeugdraad pleit ervoor dat het mediabeleid zelf stappen neemt om kinderen en jongeren positief in beeld te brengen. Daarnaast is het cruciaal dat de openbare omroep en het Vlaams Audiovisueel Fonds (blijven) inzetten op een kwaliteitsvol diversiteitsbeleid. Ten slotte vinden jongeren dat de overheid iets kan doen aan schadelijke stereotypes in reclame.

Zet in op positieve beeldvorming van kinderen en jongeren in de samenleving door een mediastrategie die actief inzet op diversiteit.

Jongeren komen niet representatief in beeld in de (nieuws)media, noch in aantal, naar inhoud of diversiteit.¹⁶ Een onderzoek in Wallonië wijst uit dat kinderen en jongeren zeer weinig het woord krijgen in nieuwsmedia. Er wordt over kinderen en jongeren gepraat, maar niet door jongeren en kinderen zelf. Ze komen soms in beeld en worden af en toe kort geïnterviewd, maar krijgen zelden langdurig het woord.¹⁷

Dat is jammer, want jongeren zijn expert in hun eigen leefwereld. Wanneer het gaat over onderwijs, sociale media of bv. het alcoholverbod zijn jongeren de meest relevante stem in het debat. En ook wanneer het gaat over onderwerpen die niet rechtstreeks gelinkt zijn aan jongeren moet hun mening gehoord worden. Kinderen en jongeren zijn geen kleine minderheid in ons land. Wanneer zij niet voldoende zichtbaar zijn in (nieuws)media kan dit zorgen voor gevoelens van uitsluiting en desinteresse.¹⁸

De Vlaamse Jeugdraad pleit voor een grootschalige campagne om mediaspelers en het publiek te wijzen op de kracht en diversiteit van jongeren. De overheid moet zelf ook het goede voorbeeld geven en jongeren zo veel mogelijk aan het woord laten. Daarnaast is het de taak van de overheid om organisaties die de stem van jongeren vertolken (StampMedia, Mediaraven, MACKY...) zo goed mogelijk te ondersteunen.

Zorg dat het Vlaams Audiovisueel Fonds bij het subsidiëren van films rekening houdt met diversiteitscriteria. Stimuleer het fonds via de beheersovereenkomst om een project of studiedagen op te zetten rond beeldvorming en diversiteit.

Van de films die het vorig jaar goed deden in de bioscoop, had bijna driekwart geen vrouwelijke scenarist of vrouw aan de montagetafel. Amper één film op de 25 had een vrouw achter de camera¹⁹. Er is geen enkele film uit de top twintig Vlaamse films geregisseerd door een vrouw.²⁰ Bovendien voldoet bijna geen enkele van deze films aan de vereisten van de Bechdeltest (minstens twee vrouwelijke personages, met een naam, die met elkaar spreken over een ander onderwerp dan 'mannen').

De Vlaamse films worden gemaakt door een redelijk homogene groep en dit is ook te zien op het scherm. De laatste jaren komt hier stilaan verandering in met succesfilms als *Girl of Patser*, maar veel jongeren vinden dat onvoldoende. De Vlaamse filmindustrie heeft er belang bij om vernieuwend en meer divers uit de hoek te komen.²¹ Internationale

¹⁶ Beleidsnota Stamp Media

¹⁷ http://www.csa.be/system/documents_files/2137/original/publ_barom%C3%A8tre_jeunes_2013_final.pdf?1383137071 Er zijn momenteel geen resultaten ter beschikking in Vlaanderen, maar de resultaten van Waalse studies geven een indicatief beeld.

¹⁸ Beleidsnota stamp media

¹⁹ https://www.standaard.be/cnt/dmf20190104_04078595

²⁰ https://nl.wikipedia.org/wiki/Lijst_van_succesvolste_Belgische_films

²¹ https://www.vaf.be/sites/vaf/files/algemeen/visienota_vaf_2018.pdf



platformen en streamingdiensten weten al langer dat zij dankzij representatieve beeldvorming een breed en divers publiek kunnen aanspreken. Het is volgens jongeren de hoogste tijd dat de Vlaamse media-industrie diversiteit ook meer gaat zien als kwaliteit. Ze hebben er alleen maar bij te winnen.

De Vlaamse Jeugdraad pleit er dan ook voor om de Vlaamse audiovisuele creatiesector te versterken en om van diversiteit en beeldvorming een speerpunt te maken in de volgende visie van het Vlaams Audiovisueel Fonds (VAF). Op dit moment bekijkt het fonds of een project ruimte biedt aan diversiteit, maar er is geen sprake van bindende regels of streefcijfers.²² Op die manier krijgt de Vlaamse media-industrie weinig incentives om hier echt op in te zetten. In de volgende beheersovereenkomst tussen het VAF/Filmfonds en VAF/Mediafonds moet de focus voor gesubsidieerde films op diversiteit liggen. Dat kan bijvoorbeeld door te expliciteren dat het fonds minstens één film/documentaire steunt die gemaakt wordt door een vrouwelijke regisseur of door diversiteitscriteria op te stellen voor de films met de grootste subsidies.

Daarnaast moedigt de Vlaamse Jeugdraad het VAF aan om mediamakers meer te ondersteunen in het werken aan representatieve beeldvorming. Vandaag biedt het VAF mediamakers al verschillende tools en tips aan rond duurzaam filmen.²³ Het zou interessant zijn om een gelijkaardig project te organiseren rond diverse beeldvorming. Jongeren zijn ervan overtuigd dat Vlaamse mediamakers ook gebaat zijn met infosessies, workshops, tips, checklist en *good practices* rond het thema diversiteit. Ten slotte benadrukt de Vlaamse Jeugdraad het belang van een diverse samenstelling van panels en juryleden bij het VAF.

Zorg dat de VRT relevant is voor iedereen en diversiteit een prioriteit blijft in de nieuwe beheersovereenkomst.

Jongeren vinden het cruciaal dat de VRT alle (jonge) Vlamingen representeert. Vandaag heeft VRT een uitgebreid diversiteitsbeleid, maar toch vinden jongeren dat VRT er nog niet altijd in slaagt om diversiteit op een natuurlijke manier aan bod te laten komen. Jongeren vinden het belangrijk dat de VRT aan juiste beeldvorming werkt en diversiteit in beeld brengt op een niet-geforceerde manier. Daarmee bedoelen ze dat diversiteit genormaliseerd moet worden. Dit betekent dat er verschillende verhalen, thema's en mensen worden getoond, zonder dat daarbij specifiek altijd aandacht gaat naar het thema diversiteit. Zo is het bijvoorbeeld belangrijk om mensen met beperking ook aan bod te laten komen zonder dat het persé gaat over hun beperking.

Jongeren geven ook aan dat tokenisme ten alle kosten vermeden moet worden. Mensen met een diversiteitskenmerk mogen niet alleen gevraagd worden, vanwege dat kenmerk. Jongeren willen geen opgedrongen, excuusdiversiteit en strikte quota's, maar mensen met talent en kennis op de juiste plaats.

“Om het op flessen te trekken: mocht er een seksuoloog gevraagd worden voor een programma, is het dan verkeerd dat dit (alweer?!) een blanke man is? of moet het dan misschien verplicht een zwarte transgender zijn omdat ze anders die week het quotum niet halen?” – jongere, Vlaamse jeugdraad

Jongeren benadrukken ook het belang van diversiteit binnen de diversiteit.²⁴ Iemand met een beperking kan ook een moslim zijn. Iemand die transgender is, kan ook rechts zijn. Dé homo bestaat voor jongeren niet. Iemand die homoseksueel is kan vrouwenkleren dragen en flamboyant zijn of zich zeer mannelijk kleden en introvert zijn. Jongeren willen verschillende mensen en personages zien met diepgang en authentieke verhalen:

“De VRT moet opzoek naar authentieke verhalen en niet naar dé excuusallochtoon of dé diversiteitshomo, want die bestaan niet. Ze moeten individuele verhalen vertellen, zonder nadruk op diversiteit. Verhalen waaraan iedereen zich kan linken.” – jongere, online survey

²² <https://www.vaf.be/diversiteitsaanpak-filmfonds-mediafonds>

²³ <https://www.vaf.be/duurzaam-filmen>

²⁴ Intersectioneel denken zie uitleg Ella vzw

<http://www.ellavzw.be/sites/default/files/Handleiding%20Intersectionaliteit%20ELLA%20VZW.pdf>



Tenslotte hechten jongeren belang aan een brede diversiteit van stemmen en opinies bij de openbare omroep. Ze vinden het cruciaal dat de VRT onpartijdig is. Bij elk debat moeten zowel pro- als contrastemmen aan bod komen, op een genuanceerde en geïnformeerde manier.

“De media moet neutraal te zijn en iedere groep evenveel aandacht te geven. Medialkanalen als VRT vertrekken vaak van linkse standpunten en ze laten rechtse stemmen minder vaak of goed aan bod komen”
– jongere, online survey

“De media moet niet altijd dezelfde mensen laten terugkeren, ze moeten de kans geven aan nieuwe personen, nieuwe gezichten met originele standpunten”– jongere, online survey

De Vlaamse Jeugdraad wil dat de VRT het voortouw blijft nemen en inzet op representatieve beeldvorming én meerstemmigheid. De VRT moet actief op zoek gaan naar diverse stemmen die op dit moment minder aan bod komen en moet deze proberen op een natuurlijke manier te integreren in nieuwsmedia en andere programma's. In de nieuwe beheersovereenkomst moet diversiteit van actoren, personeel en standpunten opnieuw een prioriteit zijn.²⁵ Dit kan bijvoorbeeld door de streefcijfers uit te breiden naar jongeren en de streefcijfers voor andere actoren meer ambitieus te maken. Ook de diversiteitstages en ontmoetingsmomenten blijven belangrijk. Het is ook essentieel dat diverse jongeren echt mee nadenken over het beleid en de programma's die de VRT maakt.²⁶ In bijlage is het inspiratiekader terug te vinden met andere voorstellen.

Verminder schadelijke reclame met stereotiepe rolverdeling en stimuleer de Raad voor de Reclame en Jury voor Ethische Praktijken om aparte regels te maken rond stereotypering in reclame.

Dagelijks worden jongeren overspoeld met reclamebeelden die tot ons komen via televisie, online en op straat. Deze reclames zijn vaak doorspekt met clichés. Uit cijfers van Unilever blijkt bijvoorbeeld dat slechts 2% van reclames (over verschillende industrieën heen) vrouwen intelligent afbeeldt en 0,3% van de reclames vrouwen toont met humor.²⁷ De meeste jongeren zijn er dan ook van overtuigd dat reclame bijdraagt tot schadelijke vooroordelen.

“Als je in reclameboekjes van speelgoedwinkels kijkt, staat er meestal een klein meisje met een roze stofzuiger of borstel in. Zo leer je van kleins af dat het jouw taak is om te kuisen als vrouw”– jongere, Vlaamse Jeugdraad

In het Verenigd Koninkrijk is er sinds dit jaar een expliciet verbod op schadelijke genderstereotiepe advertenties. Meisjes voorstellen als minder slim dan jongens, of lachen met mannen die zich 'minder mannelijk' gedragen is volgens de Advertising Standards Authority schadelijk voor (jonge) mensen omdat ze zo een beperkter beeld krijgen van hun plek in de wereld.²⁸

De Vlaamse Jeugdraad pleit voor een gelijkaardig verbod in de Vlaamse regelgeving. Op die manier zou de reclamesector een duidelijk signaal krijgen dat schadelijke, stereotiepe reclames niet van deze tijd zijn. De Jeugdraad moedigt de Raad voor de Reclame en Jury voor Ethische Praktijken ook aan om concrete aparte regels te maken rond stereotypering in reclame, zodat het gemakkelijker wordt om het aantal klachten daaromtrent te registreren.²⁹ Het klachtensysteem zou eventueel ook gepromoot kunnen worden, zodat er sneller aangifte wordt gedaan.

²⁵ <https://www.demorgen.be/politiek/moet-de-vrt-een-andere-meer-vlaamse-koers-varen~bd631ef6/?fbclid=IwAR0xaZDQeaeVAFu16Av0pt0-oYIH3aPTOI6kwwRTcxNECeTv-xmChpcCJr4>

²⁶ <https://www.demorgen.be/meningen/wij-zijn-geen-tokens-die-je-zomaar-kunt-inzetten-om-je-diversiteitsbadge-te-verdiene~b78bc8af/>

²⁷ <https://www.unilever.com/sustainable-living/enhancing-livelihoods/opportunities-for-women/Challenging-harmful-gender-norms/>

²⁸ https://www.standaard.be/cnt/dmf20190614_04460186

<https://nos.nl/artikel/2289021-groot-brittannie-verbiedt-reclames-met-stereotiepe-rolverdeling.html>
https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2019/08/14/advertenties-philadelphia-en-vw-verboden-in-vk-wegens-te-genders/?fbclid=IwAR2zVebDPDvVgG0FuNZhwenAMJF4ekpEQU55_JFHIVHKm2EkstBIZZ2ENZ8

²⁹ Op dit moment staat stereotypering onder het onderdeel voorstelling van de persoon:

https://www.jep.be/sites/default/files/rule_reccommendation/a.voorstelling_van_de_persoon_jep_1976_2002.pdf



2.3 Bewustwording en steun mediamakers

Jongeren vinden dat de overheid niet alleen zelf het goede voorbeeld moet geven, maar private televisieomroepen ook moet steunen om meer divers en representatief te worden. Inclusieve beeldvorming in de media heeft positieve effecten op de maatschappij en biedt ook kansen aan mediamakers zelf. Het is de taak van het mediabeleid om mediamakers duidelijk maken dat het ook vanuit een commercieel standpunt voordelig is om te werken aan representatieve, niet-stereotiepe beeldvorming. De overheid kan (toekomstige) mediamakers ondersteunen met workshops, *good practices* en financiële middelen.

Deel *good practices* en organiseer opleidingen rond beeldvorming en diversiteit voor mediamakers

Elke persoon is bevooroordeeld en grijpt bij gebrek aan kennis naar stereotypes. Stereotypering is immers een onvermijdelijk onderdeel van het cognitieve functioneren van de mens om informatie efficiënt te verwerken en orde te scheppen in een anders verwarrende sociale realiteit.³⁰ Hieruit volgt uiteraard dat ook elke journalist vertrekt vanuit zijn eigen leefwereld en blik op de wereld. Het is dan ook belangrijk dat journalisten herkennen ook zij bevooroordeeld zijn en hier bewust en bekwaam mee omgaan. Een training of workshop kan organisaties meer bewust maken van het omgaan met referentiekaders en vooroordelen. Journalisten kunnen getraind worden in unconscious bias, inclusief taal- en beeldgebruik.

“Wanneer mediamakers weinig contact hebben met kinderen en jongeren in armoede bestaat het gevaar dat zij afgebeeld worden als onverzorgd of als zielige slachtoffers. Terwijl ze vaak net sterk en veerkrachtig zijn. – interview, jeugdwerker, Arktos

“Journalisten en mediamakers moeten zich bewust los koppelen van stereotypes. Ze moeten onbewust racisme en seksisme leren herkennen aan de hand van conversaties en workshops omtrent deze thema's “- jongere, online survey

Mediamakers die fictieve personages schrijven, slagen er meestal wel in om stereotypering van minderheidsgroepen te vermijden, maar hun personages zijn vaak zeer neutraal en diversiteit binnen de diversiteit ontbreekt.³¹ Ook zij hebben vaak nog te weinig voeling met de leefwereld van de minderheidsgroep in kwestie. Jongeren vinden dat workshops en trainingen het best werken wanneer ze niet alleen bestaan uit droge theorie, maar samengaan met het ontmoeten en praten met verschillende doelgroepen.

Daarnaast kan de minister van media volgens jongeren ook inzetten op het verzamelen en delen van *good practices* rond beeldvorming. Heel wat binnenlandse en buitenlandse mediaspelers hebben goede voorbeelden rond diversiteit en beeldvorming. De overheid zou deze kunnen verzamelen en promoten om commerciële zenders inspiratie te geven. In Wallonië wordt dit bijvoorbeeld gedaan met het project Panorama, waar de overheid om de twee jaar een interessante bundel met interviews, concrete tips en acties verspreidt om mee aan de slag te gaan.³²

Voorzie steunmaatregelen om private en regionale televisieomroeporganisaties aan te moedigen om te werken rond beeldvorming

De meeste Vlaamse private televisieomroeporganisaties staan onder druk vanwege de stijgende internationale/online concurrentie. Mediaprofessionals hechten misschien wel waarde aan representatieve beeldvorming, maar weten niet

³⁰ Taylor & Willis, 1999; [file:///C:/Users/Mariamekeita/Downloads/Media_diversiteit_rapport_2012%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/Mariamekeita/Downloads/Media_diversiteit_rapport_2012%20(4).pdf)

³¹ Interview expert Florian Vanlee; Vanlee (2018) Sexual diversity on the small screen: mapping LGBT+ characters in Flemish Television Fiction; Dhoest (2015), Contextualisering diversity in Tv Drama. Policies, Practices en Discourses.

³² http://www.csa.be/system/documents_files/1999/original/CSA_panorama_web.pdf?1362566255



waar ze de middelen kunnen halen om hierin te investeren.³³ De overheid kan mediaprofessionals tonen dat er ook zakelijke winst valt te verdienen bij representatieve beeldvorming en organisaties een duwtje in de rug geven.

De Vlaamse jeugdraad pleit voor een stappenplan waar de minister van media in samenspraak met de mediasector, en de bestaande media- en beroepsorganisaties acties vastlegt om te werken aan diverse beeldvorming. Indien de doelen van het plan worden gehaald, genieten de televisieomroepen overheidssteun.³⁴ Het inspiratiekader in bijlage kan dienen als basis voor het stappenplan.

Maak afspraken met hogescholen en universiteiten en zorg er zo voor dat er in de media-opleiding aandacht gaat naar beeldvorming en referentiekaders.

Ook bij de media-opleidingen en de opleiding journalistiek is er volgens jongeren nog te weinig aandacht voor bias, referentiekader en beeldvormingsproces. Het is essentieel dat opleidingen studenten eveneens bewust maken van hun unconscious bias en tools in handen geven om hiermee om te gaan.

“In mijn mediaopleiding hangt het vooral af van de prof in kwestie of er aandacht gaat naar minderheidsgroepen. Het is zeker geen vast aandachtspunt van alle proffen” – interview student regie RITCS

Beeldvorming en diversiteit komt bij de opleiding journalistiek wel aan bod in het curriculum, maar slechts in beperkte mate.³⁵ We moedigen de minister van onderwijs aan om in samenspraak met hogescholen, universiteiten en studenten een charter te maken waarin mediascholen hun engagement uitspreken om van beeldvorming en referentiekaders een speerpunt te maken.

Verbeter de experten databank en stimuleer mediamakers om hun netwerk te vergroten

Jongeren vinden dat duidingsprogramma's vaak te veel dezelfde experten aan het woord laten. Cijfers van the Global Media Monitoring Project tonen bijvoorbeeld aan dat 81% van de experten mannelijk is en slechts 19% vrouwelijk.³⁶

“Nodig niet telkens dezelfde expert uit. Er zijn noch zoveel interessante mensen buiten de 5-10 experten die op speed dial staan” – jongere, online survey

In Vlaanderen is er sinds 2008 een experten-databank die journalisten en mediamakers aanzet om experten uit bepaalde kansengroepen meer op het publieke forum aan bod te laten vanuit hun deskundigheid en vanuit een niet-stereotiepe context. In 2018 kreeg de experten-databank een volledig nieuw jasje. Het gegevensbestand werd aangevuld en geactualiseerd en de databank werd gepromoot bij het doelpubliek.³⁷ Toch lijkt het systeem nog niet optimaal te werken. Er zijn nog steeds te weinig experten over verschillende onderwerpen. Bovendien vinden journalisten het moeilijk om iemand in de studio te vragen die ze nog nooit hebben zien/horen spreken.³⁸ Jongeren geven alvast volgende suggesties om de databank te optimaliseren:

- Stel de experten-databank open voor iedereen en zoek daarnaast gericht naar bepaalde profiele
- Houd een grote publieke oproep naar kandidaat-experten

³³ https://www.womeninc.nl/Uploaded_files/campagne/beperktzicht/beperkt-zicht-de-rol-van-mediamaakers-in-beeldvorming-799def-d7ef28.1de268.pdf

³⁴ [file:///C:/Users/Mariamekeita/Downloads/Media_diversiteit_rapport_2012%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/Mariamekeita/Downloads/Media_diversiteit_rapport_2012%20(4).pdf) Mediaspelers krijgen nu al steun om programma's toegankelijker te maken voor mensen met een beperking zie beleidsnota media 2014-2019 <http://docs.vlaamsparlement.be/pfile?id=1049330>

³⁵ Bardeel et al., 2011; [file:///C:/Users/Mariamekeita/Downloads/Media_diversiteit_rapport_2012%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/Mariamekeita/Downloads/Media_diversiteit_rapport_2012%20(4).pdf)

³⁶ http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/highlights/highlights_en.pdf

³⁷ <https://expertendatabank.be/nl>

³⁸ Zie onderzoek aanbevelingen onderzoek Koning

Boudewijn [file:///C:/Users/Mariamekeita/Downloads/Media_diversiteit_rapport_2012%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/Mariamekeita/Downloads/Media_diversiteit_rapport_2012%20(4).pdf)



- Maak filmpjes waarin experts zichzelf voorstellen
- Organiseer workshops voor experts
- Bouw een ratingsysteem waar experts en mediamakers elkaar kunnen aanbevelen
- Ontwerp een gemakkelijk hanteerbare app
- Houd een expliciete zoektocht naar kinderen en jongeren als expert, aangezien ze zelden aan bod komen

Met de Vlaamse Jeugdraad pleiten we ervoor om de experts databank te blijven evalueren en verbeteren in samenwerking met de mediasector en de mogelijke experts zelf.

Daarnaast beklemtoont de Vlaamse Jeugdraad graag het belang van netwerkmomenten tussen media en moeilijk bereikbare doelgroepen. We moedigen het mediabeleid dan ook aan om dit soort faciliterende initiatieven te ondersteunen. Een voorbeeld hiervan is bijvoorbeeld het dialoogtraject rePRESENT waarbij StampMedia jongeren met een migratieachtergrond in contact bracht met journalisten.³⁹ Een tweede voorbeeld is de kersverse organisatie MACKY die jongeren en creatievelingen in contact brengt met persgroepen⁴⁰.

2.4 Bevorder mediawijsheid bij het publiek

Jongeren vinden het belangrijk dat het publiek beseft dat er een probleem rond representatie in de media is. Meestal wordt er aangenomen dat nieuwsmedia altijd de werkelijkheid tonen, terwijl journalisten ook een bepaald referentiekader hebben dat invloed heeft op hun werk. Ook in series en films merken mensen schadelijke clichés niet altijd op. Het is noodzakelijk om mensen duidelijk te maken dat mediamakers net zo bevooroordeeld zijn als wij allemaal.⁴¹ Dit kan in het onderwijs, waar mediawijsheid steeds meer aandacht krijgt en deel wordt van het curriculum. Het volwassen publiek kan hierop gewezen worden door middel van campagnes of via een diversiteitslabel.

Breng een diversiteitslabel uit, waaruit blijkt dat beeldmateriaal hoog scoort op diversiteit. Gebruik hiervoor het opgesteld kader in bijlage

De Vlaamse Jeugdraad pleit voor een diversiteitslabel waaraan mensen kunnen zien of een film of documentaire beantwoordt aan een aantal diversiteitscriteria. Een film krijgt dit label dan wanneer ze voldoet aan vereisten van de Bechdeltest, wanneer ze samenwerkt met kwetsbare doelgroepen of andere positieve acties onderneemt (zie inspiratiekader). In Franstalig België kunnen mediamakers nu al een diversiteitslabel krijgen van Afnor wanneer zij zich inspannen voor diversiteit en ongelijkheid.⁴² Het label wijst het grote publiek op diverse beeldvorming en stimuleert mediamakers om het beter te doen. Het label zou een tijdelijke maatregel zijn, omdat diversiteit een vanzelfsprekendheid moet worden volgens jongeren.

Zet in op mediawijsheid over beeldvorming in het scholenproject "Nieuws in de klas" en stimuleer het Kenniscentrum Mediawijsheid om te blijven werken rond representatie.

In Vlaanderen helpt het Kenniscentrum Mediawijsheid sinds kort de inwoners van Vlaanderen en Brussel om bewust, actief, kritisch en creatief ICT en media te gebruiken om deel te nemen aan onze maatschappij. Het Kenniscentrum doet projecten, campagnes, kennisdeling en beleidsontwikkeling rond verschillende media onderwerpen zoals fake news, (on)geletterdheid, representatie en migratie... De Vlaamse Jeugdraad herkent het belang hiervan en hoopt dat het centrum de komende jaren nog meer inzet op beleid en kennisdeling rond representatie om de effecten en gevolgen van beeldvorming en referentiekaders op de kaart te zetten.

³⁹ <https://www.stampmedia.be/represent>

⁴⁰ <https://www.macky-flanders.com>

⁴¹ <https://lemagcertification.afnor.org/blog/le-label-diversite/>

⁴² <https://certification.afnor.org/ressources-humaines/label-diversite>



Daarnaast moedigt de Vlaamse Jeugdraad het Kenniscentrum Mediawijsheid aan om educatief aan de slag te gaan rond de representatie en beeldvorming via het lessenpakket 'Nieuws in de klas' en het project de schaal van M. Daarbij is het belangrijk dat er voldoende aandacht gaat naar kleine mediaspelers die andere stemmen aan woord laten. De Jeugdraad pleit er dan ook voor om de subsidieregeling voor alternatieve media zoals Doorbraak, Apache en Charlie voordeliger te maken.⁴³ Op die manier leren kinderen en jongeren van kleins af aan omgaan met eenzijdige beeldvorming en verschillende verhalen en perspectieven in nieuwsmedia

2.5 Alternatieve media en organisaties

Naast een diversiteit van actoren, leggen jongeren ook de nadruk op een diversiteit van stemmen, gefundeerde meningen en opinies. Jongeren vinden het belangrijk dat alternatieve nieuwsmedia ondersteund worden. Grote redacties hebben niet altijd de waarheid in pacht. Er zijn verschillende standpunten en perspectieven en het blijft belangrijk om deze verhalen aan bod te laten komen.

Investeer in alternatieve media en organisaties

“Er is een divers aanbod en er zijn veel standpunten, daarom is het belangrijk om te blijven investeren in alternatieve media” – jongere, online survey

Momenteel worden nieuwsmedia de facto gemonopoliseerd door Mediahuis, De Persgroep, de openbare omroep en Roularta. Om tot een pluriform medialandschap te komen met groeikansen voor de kleinere media is er nood aan een assertief mediabeleid waar alternatieve media gewaardeerd en erkent worden.⁴⁴ Met de Vlaamse Jeugdraad vragen we om extra te investeren in organisaties en zoals Media.21 die kleine media ondersteunen.⁴⁵

⁴³ De Vlaamse Jeugdraad pleit voor een subsidiesysteem voor kleinere mediaspelers te herzien en er 70 procent subsidies tegenover 30 procent eigen inbreng van te maken in de plaats van een 50-50 regel zie platformtekst Media.21 <https://www.media21.be/platformteks>.

⁴⁵ Zie platformtekst van Media21 voor ondersteuningsmaatregelen <https://www.media21.be/platformtekst/>





ANNEX

Inspiratiekader voor mediaspelers

Inleiding

This is not a moral issue, it's an economic issue. We will create better advertising if we create advertising that is more progressive and start challenging those stereotypes.' - marketing directeur Unilever⁴⁶

In de Vlaamse media zien jongeren elke dag nog vooroordelen en een gebrek aan diversiteit van stemmen. Met de Vlaamse Jeugdraad willen we dat beleidsmakers (zie advies) en mediamakers een speerpunt maken van representatieve beeldvorming. De samenleving wordt steeds meer divers en traditionele rolverdelingen en patronen veranderen. Maar jongeren zien deze verandering nog onvoldoende in Vlaamse televisie en films. Met de Vlaamse Jeugdraad willen we dat mediamakers actief strijden voor een meer diverse, representatieve samenleving. Niet alleen vanuit een maatschappelijk standpunt, maar ook uit noodzaak. Als de Vlaamse media interessant wil blijven voor jongeren moet ze opboksen tegen internationale concurrentie.⁴⁷ Dat betekent dat ze uitdagend, vooruitstrevend en divers moet zijn. De Vlaamse Jeugdraad formuleert daarom 10 inspiratiepunten voor mediamakers.

1° Maak diversiteit en out-of the box denken de kern van je beleid

Jongeren geloven dat mediamakers diversiteit van stemmen en mensen centraal moeten plaatsen in hun beleid.

"De Vlaamse media moet een meer openminded visie hebben en een duidelijk beleid opstellen om de bevolking in geuren en kleuren, zo representatief mogelijk naar de werkelijkheid voor te stellen." - jongere, online enquête

Beeldvorming processen vinden meestal onbewust plaats, daarom is het belangrijk om een actieve houding aan te nemen om iets te veranderen. Als men echt een duurzame verandering wil, moet er aan de diversiteit van de hele organisatie worden gewerkt. Voor de schermen, achter de schermen en bij de directie. Een diversiteitsfilosofie en het doorbreken van patronen moet volgens jongeren onderdeel zijn van het werkproces.

Suggesties van jongeren:

- Schrijf een ambitieus, strategisch meerjarig plan
- Creëer een diversiteitreflex bij werknemers door verhalen en ontmoetingen met verschillende mensen
- Richt een diversiteitscomité op in de organisatie of neem diversiteitsmedewerkers aan
- Bevraag verschillende doelgroepen
- Gebruik een diversiteitschecklist of toetsingskader bij alles wat gemaakt wordt

Zorg daarbij dat diversiteit van stemmen, actoren en thema's een natuurlijke manier van werken wordt, die deel uitmaakt van je merk.

"Ik moet mijn collega's daar niet continu attenderen op diversiteit, neen. Iedereen die hier werkt, is doordrongen van dit beleid." – medewerker Ketnet

It should be natural. Second nature. If we do it right then it shouldn't be noticeable at all. It should just feel right. So we are setting ourselves the target of making Diversity and Inclusion business as usual. If we get it

⁴⁶ https://www.womeninc.nl/Uploaded_files/campagne/bepertzicht/bepert-zicht-de-rol-van-mediamaak-ers-in-beeldvorming-799def-d7ef28.1de268.pdf

⁴⁷ <https://www.demorgen.be/nieuws/waarom-ee-n-op-vier-jobs-bij-vtm-moet-verdwijnen~be9009ec/>



right, it will be evident in how we work with our audiences, our people and our partners. It will be part of the fabric of the BBC – a vital part of how we create our programmes and hire and develop our people. – BBC

2°Zorg voor een kwantitatieve representatie van de samenleving

Vandaag is het medialandschap geen weerspiegeling van de samenleving. 16% van alle inwoners van België zijn jonger dan 18. Maar in de Vlaamse media komen ze maar 3% van de tijd in beeld.⁴⁸ Hoewel vrouwen de helft van de bevolking uitmaken, komen vrouwen wereldwijd vier keer minder in nieuwsmedia dan mannen.⁴⁹ Ook mensen met een migratieachtergrond en mensen met een beperking komen minder in beeld dan dat zij in de werkelijkheid aanwezig zijn. Het is dan ook niet verbazingwekkend dat 60% van de jongeren meer diversiteit op televisie en radio mag zijn.⁵⁰ Veel bevraagde jongeren vinden bovendien dat er niemand zoals hij/zij in de media te zien is.⁵¹ Uit onze bevraging blijkt dat jongeren representatie op de televisie het minst divers vinden. Hoewel ze een heel aantal programma's en series net goed vinden scoren op kwantitatieve diversiteit: Belgium got Talent, Taboe, Thuis, The Voice van Vlaanderen.. zijn er ook nog veel programma's die minder scoren.

De jongeren uit de bevraging willen vooral meer mensen met een beperking, mensen met een migratieachtergrond mensen en mensen met een lichaamsbouw die niet als 'perfect' wordt beschouwd op tv zien.

“Toon niet alleen stereotype knappe personen in films of series maar ook mensen met een maatje meer, mensen met acne, mensen met een gekke neus, mensen met meer lichaamsbehandling dan sociaal aanvaard wordt, etc...”- jongere, online survey

“ In de meeste films en series zijn er veel meer mannen, we zijn dat zo gewoon dat het ons niet een opvalt, maar als je alle personages van geslacht verandert voel je meteen dat er iets niet klopt.” – jongere, Wel jong Niet Hetero

“Je ziet weinig arme en laagopgeleide mensen op tv”- jongere, online survey

“Wanneer het over telefax of de afspraak over vluchtelingen gaat, komen vluchtelingen zelf amper aan bod, dat kan toch niet ..” – jongere, Focusgesprek Bazz vzw

Suggesties van jongeren:

- Werk met streefcijfers
- Monitor diversiteit op het beeld
- Doe aan zelfreflectie en evalueer de vooropgestelde doelen
- Hanteer richtlijnen voor een diverse casting

3°Zorg voor een kwalitatieve beeldvorming van verschillende groepen en normaliseer diversiteit

Naast het probleem van kwantitatieve representativiteit, is er ook een gebrek aan kwalitatieve representativiteit. Kinderen en jongeren vinden dat (minderheids-)groepen vaak stereotiep of clichématig in beeld komen: vrouwen komen mooi en zorgzaam in beeld, mannen stoer en competitief, jongeren onwetend of radicaal. mensen met een beperking worden dan weer vaak voorgesteld als slachtoffers of als inspirerend en zwaarlijvige mensen als dom en grappig,... Jongeren vinden het belangrijk dat de media stereotiepe rolpatronen doorbreken en komaf maken met het klassieke hokjes-denken. Ze willen mensen en personages op tv zien met diepgang en authentieke verhalen.

⁴⁸ Deze cijfers gaan specifiek over nieuwsmedia <http://www.steunpuntmedia.be/wp-content/uploads/2013/10/Nieuwsmonitor-15.pdf>

⁴⁹ We hebben geen specifieke cijfers over vrouwen in Vlaamse media https://www.womeninc.nl/Uploaded_files/campagne/beperktzicht/beperkt-zicht-de-rol-van-medi makers-in-beeldvorming-799def-d7ef28.1de268.pdf

⁵⁰ IVOX bevraging <https://www.demorgen.be/politiek/vlaamse-jongens-pak-conservatiever-dan-meisjes~b156dee8/>

⁵¹ Indicatieve bevraging Vlaamse Jeugdraad



“ De media mag meer risico’s nemen en als ze divers wil zijn, moet ze niet steeds op een stereotype manier doen. Figuren als James Cooke, Jani,.. helpen niet tegen de stereotiepe beeldvorming van homoseksuelen mannen’ – jongere, online survey

“ Rechtse jongeren worden vaak te snel onterecht als racistisch afgeschilderd”- jongere, online survey

“De media moet niet alleen meer diversiteit tonen, maar ook van meer kwaliteit van diversiteit doet er toe.. Vb vrouwen en niet-blanken in de hoofdrol, met een interessant karakter en evolutie IPV flat characters.” – jongere, online survey .

Jongeren vinden het belangrijk dat diversiteit genormaliseerd wordt. Iedereen is anders en dat moet op een niet-geforceerde manier in beeld komen. Zij willen geen excuusdiversiteit, maar echte mensen waarin zij zich kunnen herkennen. Programma’s die hier volgens jongeren hoog op scoren zijn: Belgium’s got talent, Iedereen beroemd, So you think you can dance, Tabula rasa,..

“Niet elk programma moet een homo, transgender, persoon met een migratieachtergrond, biseksueel en iemand in een rolstoel zitten. Maar iedereen moet zich ergens zichzelf ergens kunnen herkennen op jouw zender. – jongere, focusgesprek Wel jong, Niet hetero

Jongeren geven aan dat ze doelgroep-programma’s zoals Down the Road interessant en belangrijk vinden, maar benadrukken dat echte diversiteit alleen gerealiseerd is wanneer minderheidsgroepen ook te zien zijn in gewone programma’s en series, zonder dat de nadruk ligt op het “anders-zijn”. Jongeren willen mensen met een migratieachtergrond over klimaat aan het woord horen, een presentator in een rolstoel zien en een transpersoon als economie-expert.

“Het is frustrerend dat niet-normatieve groepen vaak stereotiep in beeld komen of dat er een specifiek programma moet worden over gemaakt. We zijn allen mensen uit een grote mensenmassa en vallen ook niet extra op in het straatbeeld. Het zou daarom fijn zijn om gewoon eens inclusieve televisie te zien zonder extra aandacht op het ‘anders’ zijn.” – jongere, online survey

“De media moet niet op zoek gaan excuusdiversiteit, maar naar authentieke verhalen, echte mensen in de echte samenleving. “ – jongere, online survey

Suggesties van jongeren:

- Doe een kwaliteitsvol onderzoek naar beeldvorming in je organisatie
- Ga verder dan doelgroep-programma’s en breng minderheidsgroepen niet alleen in beeld wanneer het over diversiteit gaat
- Werk met een representatief panel en laat hun inhoud screenen
- Focus op de hele identiteit en ervaring van een persoon en niet alleen op zichtbare diversiteitskenmerken
- Verander bij fictieve programma’s het geslacht of de oriëntatie van personages en kijk hoe dit het verhaal verandert
- Doe de Bechdeltest en kijk of er in je film of serie minstens twee vrouwelijke personages voorkomen die een voornaam hebben en met elkaar spreken over een andere onderwerp dan over een man

4° Benader onderwerpen vanuit verschillende standpunten

Naast een diversiteit van actoren, vinden jongeren het ook belangrijk dat er aandacht gaat naar diversiteit van stemmen en opinies. Elke journalist of mediamaker vertrekt vanuit zijn eigen referentiekader, met zijn eigen blik op de wereld. Logisch, dit doen we allemaal. Maar dit zorgt er wel voor dat programma’s nooit objectief worden gemaakt en steeds vertrekken vanuit een bepaalde invalshoek. Daarom is het de taak van mediamakers om verschillende standpunten te tonen, pro- en contra-argumenten met steeds voldoende nuance.



“De media moet actuele feiten vanuit verscheidene perspectieven benaderen met een andere kijk op de wereld” jongere, interview VRT NXT

“Tijdens nieuwsprogramma’s moeten alle partijen met evenveel respect worden behandeld” – jongere, online survey

Suggesties van jongeren:

- Zorg dat problematieken en reportages verschillende invalshoeken krijgen op een objectieve manier
- Nodig verschillende mensen uit van alle politieke partijen

5° Let op woordkeuze, taalgebruik en beelden

Jongeren vinden het gebruik van taal en de juiste afbeeldingen cruciaal wanneer het gaat over niet-stereotiepe beeldvorming. We reproduceren namelijk continu onze vooroordelen in stereotiep taalgebruik. Een Amerikaans onderzoek toont bijvoorbeeld aan dat in de verslaggeving van olympische sportprestaties van vrouwen en mannen andere termen worden gebruikt. Uit een analyse van meer dan 160 miljoen woorden blijkt dat termen als ‘sterk’, ‘groot’, ‘echt’ en ‘snel’ vaker gebruikt worden om de prestaties van mannen te beschrijven. Bij vrouwen zijn woorden ‘zwanger’, ‘ongetrouwd’ en ‘oud’ dominant in de media.⁵²

Jongeren wijzen er op dat media expliciet een geslacht vermelden wanneer ze vinden dat iets of iemand niet in dat bepaald rollenpatroon valt. Zo heeft men het in een nieuwsitem over “een *vrouwelijke* CEO”, maar niet over een mannelijke. Men gebruikt de term “een *zorgende* papa”, terwijl men dit bij een vrouw niet direct zou doen. Ook het vermelden van de origine wordt door sommige jongeren in veel gevallen als niet relevant beschouwd en draagt bij tot verdere polarisering.⁵³ Jongeren geven ook aan dat sommige labels en etiketten die naar groepen verwijzen kwetsend of ongepast zijn.

“Waarom gebruikt men de term laaggeschoold en hooggeschoold. Ik heb ook veel geleerd en heb veel vaardigheden aangeleerd dus gebruik beter praktisch geschoold en theoretisch geschoold.”- jongere, focusgesprek Mechelen

Daarnaast vinden jongeren het belangrijk om gebruik te maken van niet –stereotiepe afbeeldingen in het nieuws en andere duidingsprogramma’s .

“Een migrant” wordt meestal afgebeeld als iemand met kleur, van een bepaalde afkomst, toch zijn er heel wat witte migranten, maar die zie je nooit”- jongere, online survey

Suggesties van jongeren:

- Doe research naar gepast taalgebruik en maak een woordenlijst
- Vermeld persoonsgegevens enkel indien ze relevant zijn voor het verhaal.
- Vernieuw beelden uit databank⁵⁴

6° Betrek diverse jongeren

In de media wordt er vooral veel over jongeren gepraat, maar er wordt heel weinig met jongeren gepraat en gemaakt.⁵⁵ Zelfs wanneer het in het nieuws over typische jongerenthema’s gaat zoals over onderwijs of het alcoholverbod onder

⁵² https://www.womeninc.nl/Uploaded_files/campagne/beperktzicht/beperkt-zicht-de-rol-van-medi makers-in-beeldvorming-799def-d7ef28.1de268.pdf

⁵³ https://s3-eu-central-1.amazonaws.com/zapdrupalfilesprod/stampmedia/inline-files/rePresent_Rapport_4.pdf

⁵⁴ https://weekend.knack.be/lifestyle/maatschappij/genderinclusieve-beeldbank-gelanceerd-representatie-van-transgenders-en-non-binair-modellen-moet-beter/article-normal-1446105.html?utm_medium=social_knack&utm_source=Facebook&fbclid=IwAR2zd3vffsKvby2yQOj7Vepp3FAsPb0YIfzvFIEoh2coIVZRRhFzq8NjKA#Echobox=1553684759

⁵⁵ https://www.demorgen.be/meningen/wij-zijn-geen-tokens-die-je-zomaar-kunt-inzetten-om-je-diversiteitsbadge-te-verdieneren-b78bc8af/?fbclid=IwAR2wSlApFGF_OnkkbT0vjhAVIelqWU7Wma2QUbb26WGzL9a6zjgx0Ijahc



de 18, komen jongeren amper aan bod in nieuws of duidingsprogramma's. Een onderzoek naar jongeren in de media in Wallonië wijst uit dat kinderen en jongeren zeer weinig het woord krijgen in nieuwsmedia.⁵⁶ Jongeren zijn experts in hun eigen leefwereld en vinden ook dat ze meer actief betrokken moeten worden voor én achter het scherm.⁵⁷

“Men praat in het nieuws over niet-begeleide minderjarige, maar zo iemand zal niet snel uitgenodigd worden voor Terzake ofzo... Er wordt veel te veel over jongeren gepraat in plaats van met” - jongere, focusgroep Meetingpoint

Suggesties van jongeren:

- Betrek jongerenorganisaties bij het maken van je beleid vb Vlaamse Jeugd Raad, MACKY, StampMedia
- Laat diverse jongeren programma's evalueren en uittesten (offline en online)
- Zet projecten op waar jongeren meehelpen of carte blanche krijgen
- Raadpleeg jongeren over hun eigen leefwereld.⁵⁸
- Laat jongeren expert zijn over hun leefwereld in duidingsprogramma's.

7° Zet actief in op een meer divers netwerk

Journalisten en mediamakers vallen vaak terug op hun eigen netwerk wanneer ze op zoek gaan naar experts om het nieuws te duiden of een script te schrijven. Als je weet dat de gemiddelde journalist mannelijk, wit, hoogopgeleid, 48 jaar is en eerder links georiënteerd genoemd kan worden, dan is het duidelijk dat dit voor een vertekend beeld zorgt in de media.⁵⁹ Onjuiste bronnen of een klein netwerk zorgen voor foutieve of eenzijdige berichtgeving.⁶⁰ Jongeren benadrukken dat het belangrijk is om diverse mensen met verschillende meningen te horen. Ze willen dat media tijd en middelen investeren in een breed netwerk.

“De media moet meer actief inzetten om het netwerk dat ze hebben te vergroten. Voor sommige groepen duurt er langer vooraleer een vertrouwensband is opgebouwd, maar ook hun stem is nodig in het debat.” – jongere, online survey

“Nodig niet telkens dezelfde expert uit. Er zijn noch zoveel interessante mensen buiten de 5-10 experts die op speed dial staan” – jongere, online survey

Suggesties van jongeren:

- Investeer tijd en middelen in een divers netwerk
- Raadpleeg de experts-databank of leg er zelf één aan
- Bereik doelgroepen via tussenpersonen of via organisaties
- Organiseer netwerkmomenten en ontmoetingen met de doelgroep zelf

9° Geef werknemers opleidingen rond beeldvorming

Het is belangrijk dat mediamakers herkennen dat ze zoals iedereen bevooroordeeld zijn en hier bewust en bekwaam mee omgaan. Een training of workshop kan organisaties meer bewust maken van het omgaan met referentiekaders en vooroordelen. Mediamakers kunnen getraind worden in unconscious bias, inclusief taal - en beeldgebruik. Die workshops en trainingen werken het best volgens jongeren wanneer ze niet alleen bestaan uit droge theorie, maar samengaan met het ontmoeten van en praten met verschillende doelgroepen.

Journalisten en mediamakers moeten zich bewust los koppelen van stereotypen. Ze moeten onbewust racisme en seksisme leren herkennen aan de hand van conversaties en workshops omtrent deze thema's “ - jongere, online survey

⁵⁶ http://www.csa.be/system/documents_files/2137/original/publ_barom%C3%A8tre_jeunes_2013_final.pdf?1383137071

⁵⁷ <https://www.demorgen.be/meningen/wij-zijn-geen-tokens-die-je-zomaar-kunt-inzetten-om-je-diversiteitsbadge-te-verdiene-b78bc8af/>

⁵⁸ [file:///C:/Users/Mariamekeita/Downloads/Media_diversiteit_rapport_2012%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/Mariamekeita/Downloads/Media_diversiteit_rapport_2012%20(4).pdf)

⁵⁹ <https://journalist.be/app/media/2019/04/NL-def.pdf>

⁶⁰ https://s3-eu-central-1.amazonaws.com/zapdrupalfilesprod/stampmedia/inline-files/rePresent_Rapport_4.pdf



Suggesties van jongeren:

- Geef workshops
- Doe onderzoek en dompel je onder in de wereld van verschillende doelgroepen
- Zet in op ontmoeting van verschillende doelgroepen
- Deel *good practises*

8°Zorg voor meer diversiteit in het personeel

Meer diversiteit op het scherm, komt volgens jongeren automatisch als er een divers team achter de schermen staat. Het is daarbij van cruciaal belang dat er diversiteit aanwezig is in elke laag van de organisatie. Ook bij het leidinggevend personeel. Diversiteit in de organisaties gaat volgens jongeren niet alleen over zichtbare kenmerken als etniciteit of gender, maar over alle profielkenmerken van de persoon zoals politieke voorkeur, interesse, context, achtergrond.... Het probleem wordt niet opgelost met mensen die een beetje anders lijken, maar hetzelfde denken. Diversiteit gaat niet altijd over uiterlijke kenmerken.

“Media kan meer divers worden door de redactie van het mediakanaal zo divers mogelijk te maken (een realistische representatie van de doorsnee maatschappij) zo kan er ook een meer divers publiek aangesproken worden volgens mij. Bv. een radiojournalist met een migratieachtergrond zal sneller iemand die ook een migratieachtergrond heeft opbellen voor een interview volgens mij. Andersom werkt het ook: jongeren onder 12 jaar zullen bv. sneller met interesse naar een journaaluitzending kijken als er vaker andere jongeren van hun leeftijd aan bod komen.” – jongere, online survey.

“Fatma Taspinar, Riadh Bahri en Aster Nzeyimana op de VRT-nieuwsdienst en Danira Boukhriss op Eén. Maar ook de andere grote zenders doen het niet veel beter. Op VTM heb je Faroek Özgünes en de schare diverse kandidaten van The Voice. Op VIJF heb je Elodie Ouédraogo en dan ben je eigenlijk al zo goed als rond qua nieuwe Vlamingen”. - Fernand Damme⁶¹

Jongeren vinden dat positieve acties zoals stages en kennismakingsmomenten noodzakelijk zijn om er voor te zorgen dat er een grote groep mensen wordt bereikt. Ze benadrukken wel dat ieder individu bij de sollicitatie vervolgens op dezelfde objectieve manier behandeld moet worden, omdat talent en enthousiasme het belangrijkste blijft.

“De media moet actief op zoek gaan naar divers talent, zelf workshops/leerparcours/acteerlessen organiseren specifiek gericht op kwetsbare groepen en/of minderheden en etnomarketing en diverse castingbureaus actief betrekken in het uitdenken en uitwerken van mediaprojecten.” - jongere, online survey

Suggesties van jongeren:

- Verspreid vacatures breed, in een divers netwerk, zodat iedereen kan solliciteren
- Stel ambitieuze streefcijfers en targets op voor diversiteit in het personeel
- Organiseer kennismakingsmomenten en stages
- Doe diversiteitsstages of workshops en geef ondervertegenwoordigde groepen de kans om kennis te maken met je organisatie
- Ga op bezoek bij middelbare scholen en mediarijtingen en gebruik diverse rolmodellen
- Zorg ervoor dat het aannemen van het personeel gebeurt door een divers team
- Verzamel informatie over de achtergrond van sollicitanten om te weten welke doelgroepen nog te weinig worden bereikt
- Zorg ervoor dat interviews op flexibele tijdstippen gebeuren en toegankelijk zijn voor mensen met een beperking

⁶¹ <https://www.demorgen.be/tv-cultuur/de-vrt-heeft-een-probleem-enkel-ketnet-redt-de-meubels-b4404d66/>



10° Maak van diversiteit en inclusie een criterium bij het werken met productiehuisen en externe partners

Televisieomroepen kunnen diversiteit en niet – stereotiepe beeldvorming onderdeel maken van hun beoordelingscriteria bij het aannemen van producenten. Ze kunnen vragen dat producten diversiteit en inclusie maatregelen nemen⁶². Daarnaast vinden jongeren het belangrijk dat mediahuizen de mogelijkheid hebben om met alternatieve productiehuisen zoals Hakuna te werken.

“ In plaats van eerst een programma of een productie te maken en dan pas 'de hand te reiken' naar diverse groepen, moet de media meteen programma's en producties maken mét diverse groepen – jongere, online survey

Suggesties van jongeren:

- Stel vragen op om productiehuisen te doen nadenken over de samenstelling van de crew, het thema, verhaallijn en personages. Vb: Zijn de dialogen en personages niet te stereotiep? Wie schrijft er?
- Maak richtlijnen voor productiehuisen rond diversiteit
- Werk met alternatieve productiehuisen

⁶² http://www.csa.be/system/documents_files/1999/original/CSA_panorama_web.pdf?1362566255
<http://downloads.bbc.co.uk/diversity/pdf/diversity-code-of-practice-2018.pdf>