

Beeldvorming aan de talkshowtafel van Op1

Een onderzoek naar de selectie en framing van mannelijke en vrouwelijke talkshowgasten in Op1



Masterscriptie

Master Media Studies - Media en Journalistiek

Erasmus School of History, Culture and Communication

Erasmus Universiteit Rotterdam

Naam: Ilse S. A. van Kneegsel

Studentnummer: 592823

Begeleider: Dr. P.C. Ruigrok

Datum: 21-06-2023

Woord aantal: 15058

Abstract

Talkshows zijn een voorbeeld van media met een grote impact op het publieke debat, op de politiek en op andere media. Informatie uit talkshows wordt door het publiek snel voor waarheid aangenomen en stereotypische beeldvorming van mannen en vrouwen kan dan ook een groot effect hebben op de percepties over gender bij het publiek. Genderstereotypen uiten zich in talkshows in de selectie van de mannelijke en vrouwelijke gasten, de door hen besproken onderwerpen en de manier waarop de gasten in de uitzending worden geportretteerd.

Dit onderzoek laat zien dat Op1 stereotypering van mannen en vrouwen levendig houdt. Mannen zijn de norm. Op1 heeft meer mannelijke dan vrouwelijke tafelgasten en mannen krijgen meer spreektijd in de uitzendingen dan vrouwen. Ook het beeld van de man als de stem van de autoriteit wordt door Op1 bevestigd. Experts zijn vaker mannen, mannen worden minder vaak onderbroken en zitten op een prominentere plaats aan tafel dan de vrouwelijke gasten. Het stereotype van vrouwen als ondergeschikte huisvrouw wordt ook door de talkshow in stand gehouden. Vrouwen zijn vaker te gast als gewone burgers en met hen wordt vaker over het privéleven gesproken dan met mannelijke gasten. Tot slot blijkt dat vrouwelijke gasten gemiddeld jonger zijn dan mannen. Naarmate vrouwen ouder worden zijn zij bovendien steeds minder vaak te gast in Op1. Hiermee wordt in stand gehouden dat vrouwen jong en aantrekkelijk horen te zijn.

De huidige studie draagt bij aan de wetenschappelijke literatuur door niet alleen de selectie van de talkshowgasten te onderzoeken, maar door ook variabelen zoals leeftijd, de rolverdeling aan tafel, de spreektijd en de framing van de gasten mee te nemen. Hoewel de studie overtuigend laat zien dat stereotypen nog steeds in stand worden gehouden door Op1 biedt het onderzoek ook aanleiding tot vervolgstudies. Een eerste mogelijkheid is om te onderzoeken hoe onze percepties rondom gender en stereotypen in de afgelopen decennia zijn veranderd. Daarnaast is het interessant te monitoren hoe de ontwikkelingen rondom genderdiversiteit zich uiten in de media. Waar nu nog veelal wordt gedacht in de hokjes ‘man’ en ‘vrouw’, zijn onze opvattingen over gender over enkele jaren wellicht drastisch veranderd.

Keywords: *Op1, genderstereotypen, talkshowgasten, framing*

Voorwoord

Schrijven is herschrijven, zo werd mij vijf jaar geleden tijdens de eerste weken als student al op het hart gedrukt. Nu weet ik dat ze gelijk hadden, die docenten. Voor u ziet u het product van een half jaar lang onderzoek doen, coderen, schrijven en vooral héél veel herschrijven.

Deze masterscriptie moest een interessant onderzoeksproject worden waar ik met trots op terug zou kunnen kijken en dat is gelukt, al zeg ik het zelf. Zonder Nel Ruigrok had ik dit echter nooit voor elkaar gekregen. Nel, oneindig veel dank voor de goede begeleiding, voor de gezelligheid en voor alle keren dat je me hebt gepusht om het onderste uit de kan te halen! Ook dank aan mijn leuke medestudenten voor alle maandagen (#mediamaandag) waarop we samen aan onze scripties werkten, met elkaar kletsten en eindeloos bij elkaar konden klagen.

De Ilse van vijf jaar geleden zou zich verbazen over de hoeveelheid plezier en voldoening die ik uit het schrijven van deze masterscriptie heb gehaald. Het onderwerp interesseert me mateloos en ik had nog tientallen pagina's meer vol kunnen schrijven over de beeldvorming van mannen en vrouwen in talkshows. Gelukkig voor u als lezer heb ik het bij een kleine vijftig pagina's gehouden. Veel leesplezier!

Ilse van Knegsel

Tilburg, juni 2023

Inhoudsopgave

1. Introductie	6
2. Theoretisch kader	9
2.1 Genderstereotypen en rolpatronen	9
2.2 De invloed van talkshows op het publiek	10
2.3 De selectie van gasten	12
2.4 Mannen zijn nieuwswaardiger dan vrouwen	12
2.4.1 Mannen en vrouwelijke gasten bij commerciële en publieke omroepen	13
2.4.2 Man-vrouwverdeling bij de verschillende omroepen van Op1	14
2.5 Nieuws waarde en leeftijd	15
2.6 Mannelijke en vrouwelijke onderwerpen	15
2.7 Spreektijd en onderbrekingen	16
2.8 Rollen van talkshowgasten	17
2.9 Framing van mannen en vrouwen in de media	18
2.10 Positionering van de gasten	19
3. Methode	21
3.1 Dataverzameling	21
3.2 Onderzoeksmethode	22
3.3 Operationalisatie - Selectie van de gasten en de onderwerpen	23
3.3.1 Man-vrouwverdeling in Op1	23
3.3.2 De leeftijd van mannelijke en vrouwelijke talkshowgasten	23
3.3.3 Besproken onderwerpen	24
3.4 Operationalisatie - Spreektijd	24
3.5 Operationalisatie - Presentatie van de mannelijke en vrouwelijke gasten	24
3.5.1 Onderbrekingen door presentatoren	25
3.5.2 Rollen van talkshowgasten	25
3.5.3 Genderstereotypen in de tafelgesprekken	26
3.5.4 Positionering van mannen en vrouwen aan tafel	26
4. Resultaten	28
4.1 Man-vrouwverdeling in Op1	28
4.1.1 Man-vrouwverdeling Op1 in vergelijking met andere talkshows	30
4.1.2 Man-vrouwverdeling bij de verschillende omroepen van Op1	32
4.2 Leeftijd van de mannelijke en vrouwelijke gasten	32
4.3 Mannelijke en vrouwelijke gespreksonderwerpen	36
4.4 Voorspellen gender talkshowgasten	39
4.5 Spreektijd mannen en vrouwen in Op1	40

4.6 Onderbrekingen mannelijke en vrouwelijke tafelgasten	41
4.7 Stereotypische man-vrouwrollen aan de talkshowtafel	42
4.8 Genderstereotyperende framing in de tafelgesprekken	43
4.8.1 <i>Privéleven</i>	44
4.8.2 <i>Carrière</i>	45
4.8.3 <i>Competentie</i>	46
4.9 Positionering van de talkshowgasten aan tafel	47
5. Conclusie en discussie	49
Referenties.....	54
Bijlagen.....	64
Bijlage A. <i>Codeboek dataset algemene talkshowdata</i>	64
Bijlage B. <i>Details geanalyseerde talkshows</i>	66
Bijlage C. <i>Codeboek handmatige analyse</i>	67
Bijlage D. <i>Gegevens besproken onderwerpen</i>	71
Bijlage E. <i>Analysescript R</i>	73

1. Introductie

In 2020 maakte Nederland kennis met de nieuwe latenighttalkshow van de NPO: Op1. Op1 werd geïntroduceerd als de opvolger van Pauw en Jinek en was vernieuwend in zijn soort. De show is een gezamenlijke productie van verschillende omroepen en wordt gepresenteerd door steeds rouserende duo's. De uitzendende omroepen van Op1 zijn WNL, EO, Omroep MAX en BNNVARA. Zeventien duo's presenteerden tot nu toe de show, bijna allemaal bestaande uit een man en een vrouw (NPO Op1, 2023).

De uitzendingen van Op1 zijn opgedeeld in fragmenten waarin het nieuws van de dag wordt behandeld. Voor ieder fragment schuiven één of meerdere gasten aan om het nieuws aan de talkshowtafel te bespreken. De selectie, behandeling en presentatie van de mannelijke en vrouwelijke talkshowgasten door de presentatoren en productie van Op1 is van invloed op stereotypen rondom gender.

Framing is het selecteren en uitlichten van woorden of beelden om een bepaalde boodschap effectief en ondubbelzinnig over te brengen op een publiek (Entman, 1993). Stereotypen kunnen worden beschouwd als een vorm van framing (Dobson & Knezevic, 2018; Brüggemann, 2014). Stereotyperen is het toekennen van eigenschappen en verwachtingen aan maatschappelijke groepen zonder dat rekening wordt gehouden met individuele verschillen binnen deze groepen (Segijn et al., 2014). Niet in alle gevallen is stereotypering negatief, maar wanneer stereotypen incorrect of onvolledig zijn en toch door media in stand worden gehouden, kunnen individuen en groepen mensen hier schade van ondervinden (Brüggemann, 2014).

Een eerste effect van genderstereotypering in talkshows is terug te zien in de selectie van de tafelgasten. Gasten worden uitgenodigd op basis van hun nieuwswaardigheid (Sjøvaag & Pedersen, 2019; Ruigrok et al., 2011). Eerder onderzoek liet zien dat nieuwsmedia mannen over het algemeen als nieuwswaardiger beschouwen dan vrouwen (Sjøvaag & Pedersen, 2019; Hetsroni & Lowenstein, 2014; Hetsroni, 2015) en des te ouder de personen, des te groter dit verschil (Commissariaat voor de Media, 2022; Koeman et al., 2007).

Genderstereotypen komen bovendien terug in de onderwerpen waarover de mannelijke en vrouwelijke tafelgasten mogen spreken. Eerdere studies laten tegenstrijdige resultaten zien over de onderwerpen die door vrouwen worden gedomineerd, maar alle onderzoeken hebben dezelfde overkoepelende conclusie: bijna alle gespreksonderwerpen worden gedomineerd

door mannen (Hetsroni & Lowenstein, 2014; Sjøvaag & Pedersen, 2019; Franks & Howell, 2019; Ross & Carter, 2011).

Stereotypering is, ten derde, terug te zien in de manier waarop de mannelijke en vrouwelijke tafelgasten in de uitzendingen worden geportretteerd. Zo worden vrouwen in de media stereotyperend gepresenteerd als zorgende huisvrouwen en mannen als carrièregedreven en ambitieus (o.a. Wood, 1994; Ott & Mack, 2013). Onder andere in de vraagstelling in de tafelgesprekken kunnen deze stereotyperende beelden van de mannelijke en vrouwelijke gasten worden weerspiegeld. Als vrouwelijke talkshowgasten bijvoorbeeld vaker naar hun privéleven worden gevraagd dan hun mannelijke medegasten, dan bevestigt dit het stereotype.

Genderstereotypen worden in talkshows bovendien weerspiegeld in de hoeveelheid spreektijd die de mannen en vrouwen krijgen, de rolverdeling van de gasten aan tafel, het aantal keren dat de gasten worden onderbroken en de positionering van de gasten aan tafel (Qadir & Riaz, 2015; Schütz, 1997; Hetsroni, 2015; Schroeder & Borgerson, 1998; Arnette & Lit, 2012). Informatie uit talkshows wordt door het publiek snel voor waarheid aangenomen (o.a. Schohaus, 2018; Roth et al., 2018) en stereotypische beeldvorming van mannen en vrouwen kan hierdoor een groot effect hebben op de percepties over gender bij het publiek. De volgende onderzoeksvraag staat daarom centraal:

In hoeverre komen genderstereotypen voor in de selectie en framing van mannelijke en vrouwelijke talkshowgasten van Op1?

Stereotypische beeldvorming heeft negatieve consequenties voor zowel mannen als vrouwen (o.a. Ott & Mack, 2013). Zo krijgen mannen meer kansen op de werkvloer, in de wetenschap, in het onderwijs en in de politiek (o.a. Moss-Racusin et al., 2012; Bos et al., 2022). In de media worden vrouwen minder vaak als bron gebruikt dan mannen en naarmate vrouwen ouder worden verdwijnen zij vaak helemaal van het beeldscherm, in tegenstelling tot oudere mannen (Commissariaat voor de Media, 2022; Koeman et al., 2007). In de maatschappij is tegenwoordig steeds meer aandacht voor genderdiversiteit en stereotypering (Varghese & Kumar, 2020; Commissariaat voor de Media, 2022) en onderzoeken in hoeverre genderstereotypen voorkomen in één van Nederlands best bekeken talkshows is daarom van maatschappelijk belang. Doordat talkshows worden beschouwd als zeer geloofwaardige media (Schohaus, 2018; Nabi & Hendriks, 2003; Timberg & Erler, 2002), kunnen zij in het bijzonder een grote impact hebben op hoe in de samenleving over mannen en vrouwen wordt

gedacht. Als journalisten en producenten zich bewuster zijn van de vooroordelen die zij hebben, kunnen zij zich hierdoor laten leiden in de keuzes van de talkshowgasten en in de manier waarop zij de gasten portretteren, om zo bij te dragen aan een gelijkwaardiger beeld van mannen en vrouwen in de media. Bewustwording over genderstereotypen is ook bij burgers nodig. Stereotypering en seksisme blijken nog altijd te worden gezien als iets uit het verleden of iets wat elders ter wereld plaatsvindt en de ernst van de consequenties wordt dan ook onderschat (Gill et al., 2017).

Daarnaast is in de wetenschap weinig bekend over beeldvorming in talkshows. Onderzoek naar genderrepresentatie is tot op heden voornamelijk gericht op reclames of andere soorten non-fictieprogramma's (Segijn et al., 2014; Koeman et al., 2007). Studies die wel zijn gedaan naar talkshows bleven veelal beperkt tot de selectie van de gasten, hoofdzakelijk gericht op het gender (Commissariaat voor de Media, 2022; Sjøvaag & Pedersen, 2019; Ruigrok et al., 2011). Naar de spreektijd van de talkshowgasten, hun leeftijd en de rolverdeling aan de talkshowtafel is nog weinig tot geen onderzoek gedaan. Ook de manier waarop de mannelijke en vrouwelijke tafelgasten worden gepresenteerd is nog niet eerder onderzocht in Nederlandse studies.

2. Theoretisch kader

2.1 Genderstereotypen en rolpatronen

Stereotyperen is het toekennen van eigenschappen en denkbeelden aan sociale groepen zonder rekening te houden met individuele verschillen binnen deze groepen (Segijn et al., 2014). Stereotypen zijn versimpelde, selectieve representaties van mensen (Bordalo et al., 2016) die resulteren in verwachtingen van hoe bepaalde groepen in de maatschappij, bijvoorbeeld mannen en vrouwen, zijn en welke eigenschappen hen toebehoren (Koeman et al., 2007; Willems, 2020).

Genderstereotypen houden schadelijke traditionele rolpatronen met daarbij horende verwachtingen in stand. Zo wordt mannelijkheid geassocieerd met macht, competentie en autoriteit en vrouwelijkheid met zorgzaamheid, emotie en incompetentie (Berger & Krahé, 2013). Mannen horen zich volgens traditionele rolpatronen voornamelijk te richten op hun carrière en vrouwen horen zorgtaken voor familie en het huishouden op zich te nemen (Berger & Krahé, 2013). Vanuit de maatschappij wordt van ons verwacht dat we aan deze opgelegde verwachtingen voldoen. Dit leidt tot een ongelijke behandeling van mannen en vrouwen in de gehele samenleving (Ott & Mack, 2013; Ellemers, 2018).

Stereotypering van mannen en vrouwen begint al in de opvoeding (Mani & Raj, 2023). Het speelgoed waar kinderen mee spelen weerspiegelt stereotypen. Meisjes spelen met poppen, keukentjes en knuffels om het zorgzame aspect van hun karakter te versterken. Jongens worden aangemoedigd met ballen te spelen en hutten te bouwen om zich te ontwikkelen tot avontuurlijke, sterke mannen (Mani & Raj, 2023).

In het onderwijs begint de kansenongelijkheid van mannen en vrouwen. Uit onderzoek is gebleken dat mannelijke studenten sneller worden bestempeld als briljant of excellent dan hun vrouwelijke medestudenten. Zelfs wanneer de vrouwen hogere cijfers halen, worden ze minder snel door docenten opgemerkt als getalenteerd dan mannelijke studiegenoten (Leslie et al., 2015; Grunspan et al., 2016).

Op de werkvloer wordt het stereotype dat mannen competenten zijn dan vrouwen bevestigd: ze worden sneller bij bedrijven aangenomen, krijgen meer betaald en worden bovendien als kwalitatief beter beoordeeld dan vrouwelijke collega's met vergelijkbare competenties en eigenschappen (Moss-Racusin et al., 2012; Maranto et al., 2018; Punshon et al., 2019; Treviño et al., 2015; MacNeill et al., 2015). Op managementfuncties is de man-vrouwverdeling nog ongelijker. Zelfs in werkvelden die worden gedomineerd door vrouwen,

zoals de zorg en het onderwijs, bezetten voornamelijk mannen de managementfuncties (Maranto et al., 2018; Punshon et al., 2019). Hooggeplaatste mannen zijn overal nog steeds de status quo, zo blijkt uit verschillende onderzoeken (Gill et al., 2017; Bos et al., 2022; Aichholzer & Willmann, 2020; Sheeler & Anderson, 2013). Vrouwen die hogere posities ambiëren maken als gevolg hiervan minder kans dan mannen om ook daadwerkelijk op die functies terecht te komen (Maranto et al., 2018; Punshon et al., 2019; Treviño et al., 2015). Als gevolg van hun voorkeurspositie overschatten mannen zichzelf structureel, zo blijkt uit een studie van Bordalo et al. (2019). Vrouwen weten hun competenties beter in te schatten dan mannen, maar hebben vaak te kampen met onzekerheid wat betreft hun prestaties en talenten (Bordalo et al., 2019).

De traditionele man-vrouwrolverdeling is in dergelijke mate geworteld in het bedrijfsleven dat vrouwen een seksistische werkomgeving als normaal beschouwen, zo is gebleken uit onderzoek van Gill et al. (2017). Seksistische opmerkingen worden gezien als iets wat erbij hoort. Niet altijd blijft het echter bij seksistische opmerkingen. Vrouwelijke politici ontvangen bijvoorbeeld vaker (online) haat en bedreigingen dan mannen (Phillips et al., 2023; Conroy et al., 2020). Voorbeelden hiervan waren ook te zien in het Nederlandse nieuws. Zo werd minister Sigrid Kaag in januari 2022 voor haar huis opgewacht door een man met een brandende fakkel (NOS Nieuws, 2023a) en ook Caroline van der Plas, leider van BoerBurgerBeweging, kondigde aan het boerenprotest van 11 maart 2023 niet bij te wonen vanwege bedreigingen (NOS Nieuws, 2023b).

Niet alleen op de werkvloer en in de politiek, maar op alle vlakken in de maatschappij worden mannen en vrouwen als gevolg van genderstereotypen anders behandeld. Mannelijke sporters verdienen meer dan vrouwen (Pape, 2020), de gezondheidszorg is veelal gebaseerd op kennis van het mannelijk lichaam (Criado Perez, 2019), het werk van mannelijke wetenschappers wordt veelvuldiger gepubliceerd dan dat van vrouwelijke collega's (Yang & Carroll, 2018; Key & Sumner, 2019), en dit zijn slechts enkele voorbeelden van de gevolgen van traditionele man-vrouwrollen en genderstereotypen. Door het grote bereik en de beïnvloedingskracht van mediaorganisaties, spelen zij een cruciale rol in het al dan niet in stand houden van die stereotypen.

2.2 De invloed van talkshows op het publiek

Media hebben in verschillende rollen invloed op de samenleving. Allereerst hebben ze een informerende functie. Journalisten selecteren, controleren en verspreiden informatie naar het volk (Strömback et al., 2020; Garnham, 2020; Donohue et al., 1973; Altheide, 2013).

Daarnaast treden media op als controleur van de macht, waarbij de elite wordt bekritiseerd en de samenleving hierover wordt geïnformeerd (Strömback et al., 2020; Strömback, 2005; Stone et al., 1997; Ceron & Splendore, 2018). Ook kunnen media dienen als vorm van entertainment (Raney & Bryant, 2019; Bryant & Miron, 2002; Ilie, 2001) en kunnen ze een platform bieden aan personen, organisaties en sociale groepen (Petkanas, 2014).

Talkshows zijn een overtuigend communicatiemiddel en vormen daarmee een voorbeeld van media met een grote impact op het publieke debat, op de politiek en op andere media (Ruigrok et al., 2012; Nabi & Hendriks, 2003; Ceron & Splendore, 2018). Eén van de functies van media die bij uitstek tot uiting komt in talkshows is de platformfunctie (Petkanas, 2014). Uniek aan talkshows is dat er een podium wordt geboden aan stemmen die minder vaak worden gehoord in het dominante discours (Wetschanow, 1999; Mittel, 2003) en dat er de mogelijkheid is om met mede- en tegenstanders in gesprek te gaan (Petkanas, 2014).

Talkshows hebben in het bijzonder een grote invloed op het publiek doordat kijkers weinig bezig zijn met het waarheidsgehalte van de informatie die wordt verspreid. Dit heeft een tweeledige oorzaak. Ten eerste zien kijkers de noodzaak van het beoordelen van de betrouwbaarheid van de informatie niet in. Dit komt onder andere doordat verschillende perspectieven ten aanzien van de besproken onderwerpen aan bod komen, waardoor het format van talkshows als geloofwaardig wordt gezien (Schohaus, 2018; Nabi & Hendriks, 2003; Timberg & Erler, 2002). Bovendien is er in talkshows ruimte voor discussie en is er een presentator die de gesprekken aan tafel reguleert en stuurt waar nodig (Schohaus, 2018; Ilie, 2001; Bruun, 1999).

Daarnaast zijn kijkers veelal ook niet bereid om deze moeite te doen. Dit komt door de entertainende functie van talkshows. Uit eerdere studies is gebleken dat mensen naar talkshows kijken vanuit de behoefte om te worden geïnformeerd, maar voornamelijk omdat zij vermaakt willen worden (Haquu et al., 2019; Roth et al., 2018; Feldman, 2013; Mattheiß et al., 2013; Young, 2013; Ilie, 2001). Als mensen naar televisie kijken om te worden vermaakt, hebben zij weinig motivatie om actief de betrouwbaarheid van de informatie te beoordelen en zullen zij deze informatie daardoor sneller voor waarheid aanzien (Roth et al., 2018; Nabi & Hendriks, 2003; Petty & Cacioppo, 1986).

Door hun beïnvloedingskracht spelen media, en talkshows in het bijzonder, een grote rol in het al dan niet in stand houden van genderstereotypen. Het beeld dat van mannen en vrouwen wordt geconstrueerd, is mede bepalend voor de percepties over gender en de daarbij horende rolpatronen bij het publiek (o.a. Wood, 1994; Ott & Mack, 2013; Djerf-Pierre & Edström, 2020; Jürgens et al., 2022). In talkshows kunnen genderstereotypen tot uitdrukking

komen in de selectie van de tafelgasten, de besproken onderwerpen en in de manier waarop de gasten worden geportretteerd.

2.3 De selectie van gasten

Nieuws waarde kan worden omschreven als de mate waarin gebeurtenissen of verhalen relevant zijn voor het publiek om over te worden geïnformeerd (Harcup & O'Neill, 2001). Entertainment, nabijheid, nieuws over de elite of beroemdheden, onverwachte gebeurtenissen, exclusiviteit en de aantrekkelijkheid om te delen op sociale media zijn voorbeelden van nieuwswaarden (Harcup & O'Neill, 2017; Harcup & O'Neill, 2001; Galtung & Ruge, 1965).

De nieuwswaarde van een onderwerp bepaalt ten eerste of een onderwerp al dan niet wordt gepresenteerd in het nieuws (Harcup & O'Neill, 2017; Harcup & O'Neill, 2001; Galtung & Ruge, 1965). Daarnaast is de nieuwswaardigheid van invloed op de hoeveelheid tijd die in de media aan het onderwerp wordt besteed (Van Aelst et al., 2008; Harcup & O'Neill, 2017; Harcup & O'Neill, 2001). Journalisten bepalen met deze nieuwsselectie welke onderwerpen op de publieke agenda staan. Met deze zogenaamde agenda setting beslissen journalisten wat relevant is voor het publiek en wat als gevolg hiervan het gesprek van de dag zal zijn (Coleman et al., 2009).

Een eerste invloed wat betreft stereotypering in talkshows komt dan ook voort uit de selectie van de onderwerpen. Aan de hand van de gekozen onderwerpen worden er tafelgasten voor de uitzending uitgenodigd. Het besproken onderwerp krijgt op deze manier als het ware een gezicht (Ruigrok et al., 2012). Des te belangrijker het nieuws, des te nieuwswaardiger de gast in de talkshow is. Naarmate de gasten en onderwerpen nieuwswaardiger zijn, des te groter de invloed van de talkshow op zowel het publiek als op andere media (Ruigrok et al., 2012).

2.4 Mannen zijn nieuwswaardiger dan vrouwen

Vrouwen zijn in alle takken van de media ondervertegenwoordigd (Jürgens et al., 2022; Collins, 2011). In reclames en fictieprogramma's zijn personages vaker mannen dan vrouwen (o.a. Wood, 1994; Ott & Mack, 2013; Eisend, 2010) en ook in non-fictieprogramma's, zoals televisiequizen, realityshows en talkshows, komen meer mannen voor dan vrouwen (o.a. Ruigrok et al., 2012; Edström, 2018; Commissariaat voor de Media, 2022). Uit een studie van Koeman et al. (2007) bleek dat van alle personen op de Nederlandse televisiezenders (dat wil zeggen: presentatoren, verslaggevers, karakters in films en series, deelnemers aan quizen, etc.) slechts 32.3 procent vrouw was.

Mannen zijn ook voor nieuwsmedia nieuwswaardiger dan vrouwen. Nieuws wordt hoofdzakelijk gemaakt en verspreid door mannen en is dan ook vooral gericht op mannen (Ott & Mack, 2013; Toff & Palmer, 2019). Vrouwen worden in nieuwsmedia daardoor op allerlei manieren minder gerepresenteerd dan mannen, zo blijkt uit verschillende onderzoeken (Sjøvaag & Pedersen, 2019; Franks & Howell, 2019; Ruigrok et al., 2011; Ross & Carter, 2011).

De grotere nieuwswaarde van mannen is ook terug te zien in talkshows. De meerderheid van de talkshowgasten is man, zo blijkt uit onderzoek (Ruigrok et al., 2012; Hetsroni & Lowenstein, 2014; Qadir & Riaz, 2015; Hetsroni, 2015). In de talkshows Pauw & Witteman, Vandaag de Dag en De Wereld Draait Door was in 2011 bijvoorbeeld ruim driekwart van de gasten die aan het woord kwamen man (Ruigrok et al., 2011). In 2021 was het aandeel vrouwelijke talkshowgasten weliswaar gestegen tot gemiddeld 36 procent (M, de Vooravond, Op1, Jinek, Beau, De Wereld Draait Door, Humberto), maar nog steeds was in iedere talkshow minder dan de helft van de gasten vrouw (Takken, 2021). Hieruit volgt hypothese H1:

H1: In de uitzendingen van Op1 zijn meer mannen dan vrouwen te gast

2.4.1 Mannen en vrouwelijke gasten bij commerciële en publieke omroepen

In zowel programma's van de publieke omroep als in commerciële producties worden vrouwen ondervertegenwoordigd (Segijn et al., 2014; Commissariaat voor de Media, 2022; Djerf-Pierre, 2007; Papper, 2007; Vandenberghe et al., 2014). Uit studies van Djerf-Pierre (2007) en Papper (2007) blijkt dat vrouwen het best worden gerepresenteerd bij commerciële zenders. Dit komt volgens Djerf-Pierre (2007) met name door het entertainende karakter van commerciële zenders. Publieke omroepen dienen daarentegen voor verdieping, wat wordt geassocieerd met expertise en mannelijkheid (Djerf-Pierre, 2007; Berger & Krahé, 2013; Hetsroni & Lowenstein, 2014).

Onderzoeksresultaten van het Commissariaat voor de Media uit 2019 bevestigen deze bevinding. Echter, in de afgelopen jaren blijkt het aantal vrouwen op de publieke omroepen te zijn toegenomen, waardoor de vertegenwoordiging van vrouwen nu vrijwel gelijk is bij beide soorten media (Commissariaat voor de Media, 2022). Ook Vandenberghe et al. (2014) en Kubey et al. (1995) toonden geen significante verschillen aan tussen de percentages vrouwelijke mediapersoonlijkheden bij commerciële en publieke omroepen. Op basis van de tegenstrijdige bevindingen is onderzoeksvraag DV1 opgesteld:

DV1: Hoe is de man-vrouwverdeling aan de talkshowtafel bij Op1 ten opzichte van andere soorten talkshows?

2.4.2 Man-vrouwverdeling bij de verschillende omroepen van Op1

Op1 wordt uitgezonden door vier publieke omroepen¹: BNNVARA, Evangelische Omroep (EO), Omroep MAX en WNL (NPO Op1, 2023). Deze omroepen vertegenwoordigen alle een ander geluid waarvan veel kenmerken nog te herleiden zijn naar politieke ideologieën ten tijde van de verzuilde samenleving in de twintigste eeuw. De maatschappij was in die tijd opgedeeld op grond van geloofsovertuiging en/of ideologische opvattingen (Lijphart, 2008). Iedere zuil had zijn eigen organisaties op alle vlakken van het dagelijks leven en dus ook zijn eigen media.

BNNVARA kan worden gecategoriseerd als progressief en sociaal (Omroep Ombudsman, 2023). De omroep is voortgekomen uit een fusie van het jongerengeoriënteerde BNN en de VARA, die toebehoorde tot de socialistisch linkse zuil (Lijphart, 1990; Van den Heuvel, 1976). BNNVARA profileert zich tegenwoordig in hun beleidsplein niet meer zodanig als links maar wel als progressief en voor een gelijkwaardige samenleving (BNNVARA, 2021). Ook de wortels van de conservatief protestants-christelijke EO zijn terug te herleiden naar het verzuilde omroepbestel (Lijphart, 1990). De EO is ooit ontstaan als een afsplitsing van de NCRV (Slot et al., 1997) en nog steeds speelt het christelijk geloof een prominente rol in de programmering (Evangelische Omroep, 2023; Omroep Ombudsman, 2023; Ruigrok et al., 2011). Omroep MAX en WNL zijn twee omroepen die zijn ontstaan na de verzuiling. Omroep MAX werd opgericht in 2002, richt zich op een oudere doelgroep en kan worden gecategoriseerd als conservatief (Omroep Ombudsman, 2023; Omroep MAX, 2023). WNL is opgericht in 2009 en is de meest rechtse omroep die Op1 uitzendt (Omroep Ombudsman, 2023; WNL, 2023).

Op basis van de verschillen in de achterliggende denkbeelden en politieke ideologieën van de omroepen worden dan ook verschillen in de man-vrouwverdeling aan de talkshowtafel van Op1 verwacht. Aangezien EO, WNL en Omroep MAX alle drie worden gecategoriseerd als conservatief (Omroep Ombudsman, 2023), zijn de verschillen tussen deze omroepen wat betreft de representatie van mannen en vrouwen moeilijk te voorspellen. Vanwege het progressieve karakter van BNNVARA wordt verwacht dat het aandeel vrouwen bij deze omroep het grootst is. Hieruit volgen onderzoeksvraag DV2 en hypothese H2.

¹ Incidenteel hebben ook omroepen VPRO en KRO-NCRV afleveringen Op1 uitgezonden

DV2: In hoeverre verschillen de man-vrouwverhoudingen tussen de vier omroepen van Op1?

H2: Het aandeel vrouwelijke talkshowgasten is groter bij BNNVARA dan bij EO, WNL en Omroep MAX

2.5 Nieuws waarde en leeftijd

Jonge mensen zijn nieuwswaardiger dan ouderen. Er bestaat een negatieve correlatie tussen leeftijd en representatie in de media (Jürgens et al., 2022). Des te jonger mensen zijn, des te meer ze worden gerepresenteerd in de media. Dit geldt voor zowel fictie- als non-fictieprogramma's (Jürgens et al., 2022; Koeman et al., 2007).

Bij vrouwen is dit effect sterker dan bij mannen. In alle leeftijdscategorieën, van kinderen tot ouderen, worden mannen meer gerepresenteerd dan vrouwen. De man-vrouwverdeling is het meest gelijk in de leeftijdscategorie van jongvolwassenen (19-29) en het minst bij mensen van middelbare leeftijd (50-64) (Koeman et al., 2007). Oudere vrouwen blijken nauwelijks te worden vertegenwoordigd in de media (Jürgens et al., 2022; Ross et al., 2018; Commissariaat voor de Media, 2022). Op basis hiervan kan worden gesteld dat de nieuws waarde van vrouwen afneemt naarmate zij ouder worden.

Vrouwen zijn voornamelijk nieuwswaardig wanneer zij nog jong en aantrekkelijk zijn, zo wordt door verschillende studies bevestigd (Ross et al., 2018; Hetsroni, 2015; Qadir & Riaz, 2015; Hetsroni & Lowenstein, 2014). Waar we mannelijke mediapersoonlijkheden steeds ouder zien worden, verdwijnen de vrouwelijke gezichten op den duur vaak uit de media. Zowel mannelijke presentatoren als mannelijke gasten in nieuwsmedia zijn gemiddeld ouder dan de vrouwen op televisie (Franks & Howell, 2019). Hieruit volgen hypothesen H3 en H4:

H3: Vrouwelijke tafelgasten van Op1 zijn gemiddeld jonger dan de mannelijke gasten

H4: Oudere vrouwen zijn minder nieuwswaardig dan oudere mannen in Op1

2.6 Mannelijke en vrouwelijke onderwerpen

Genderstereotypen komen niet alleen tot uiting in de selectie van de talkshowgasten, maar ook in de onderwerpen waar mannen en vrouwen over spreken wanneer zij te gast zijn. Zo blijkt uit een studie van Hetsroni en Lowenstein (2014) dat mannen vaker spreken over inhoudelijke onderwerpen als veiligheid, politiek, wetenschap en economie. Vrouwen spreken vaker dan mannen over meer persoonlijke dingen, zoals over uiterlijke verzorging en het gezinsleven. Een studie van Sjøvaag en Pedersen (2019) bevestigt deze bevindingen. Enkel

wanneer een expert gevraagd wordt op het gebied van lifestyle worden vrouwen even vaak als mannen gebruikt als bron in een media-item. Daarnaast concludeerden zij dat de representatie van mannen en vrouwen gelijk is wanneer de gasten ‘gewone’ burgers of kinderen zijn (Sjøvaag & Pedersen, 2019).

In een studie van Franks en Howell (2019) werd geconcludeerd dat mannelijke bronnen nieuwsmedia voornamelijk domineren op het gebied van wetenschap, rechten en politiek. In tegenstelling tot de studies van Hetsroni en Lowenstein (2014) en Sjøvaag en Pedersen (2019) vonden deze onderzoekers geen enkel onderwerp dat door vrouwen wordt gedomineerd. Bij onderwerpen gerelateerd aan zorg is de verhouding het meest gelijk, maar zelfs dan zijn de mannen oververtegenwoordigd (Franks & Howell, 2019). De bevindingen van Ross en Carter (2011) komen hiermee overeen. Ook uit hun studie bleek dat mannen bij alle onderwerpen vaker als bron worden gebruikt dan vrouwen. Op basis van de tegenstrijdige bevindingen is de volgende onderzoeksvraag opgesteld:

DV3: In hoeverre verschillen de onderwerpen waar mannelijke en vrouwelijke talkshowgasten bij Op1 over spreken?

2.7 Spreektijd en onderbrekingen

Stereotypering van mannen en vrouwen is zichtbaar in de selectie van de tafelgasten en de besproken onderwerpen, maar ook op andere manieren worden genderstereotypen weerspiegeld. Vrouwen krijgen ten eerste structureel minder spreektijd dan mannelijke tafelgasten (Qadir & Riaz, 2015). De hoeveelheid tijd die aan een media-item wordt besteed is een teken van de nieuwswaardigheid van het item (Harcup & O’Neill, 2017; Van Aelst et al., 2008). Dat mannen de norm zijn wordt dus niet alleen in stand gehouden door mannen vaker te gast uit te nodigen, maar ook door gedurende de uitzendingen meer aandacht te besteden aan mannelijke dan aan vrouwelijke gasten.

Dat vrouwen minder spreektijd krijgen dan mannen wordt deels verklaard door het aantal keren dat zij worden onderbroken. Onderbreken wordt gezien als een signaal van autoriteit, dominantie en macht. Door een gast in diens betoog af te kappen, wordt de indruk gewekt dat hij of zij minder relevant is dan de onderbrekende persoon, of dat het verhaal van de onderbreker belangrijker is dan dat van de onderbroken spreker. Vrouwelijke talkshowgasten blijken vaker te worden onderbroken door medegasten dan mannen en de onderbrekers zijn structureel vaker mannelijk dan vrouwelijk (Qadir & Riaz, 2015). Hiermee wordt in stand gehouden dat mannen worden gestereotypeerd als dominant en autoritair en

vrouwen als onderdanig en inferieur (Ellemers, 2018; Berger & Krahé, 2013; Hetsroni & Lowenstein, 2014). Hieruit volgen hypothesen H5 en H6:

H5: In de uitzendingen van Op1 krijgen mannen meer spreektijd dan vrouwen

H6: Vrouwelijke talkshowgasten in Op1 worden vaker onderbroken dan mannen

2.8 Rollen van talkshowgasten

Personen kunnen in verschillende rollen plaatsnemen aan de talkshowtafel, bijvoorbeeld als politici, experts, burgers, sporters, en mediapersoonlijkheden (Commissariaat voor de Media, 2022; Schütz, 1997). Experts en politici worden beschouwd als ‘stem van de autoriteit’ en worden in talkshows veelal uitgenodigd als deskundige over de te bespreken onderwerpen. Expertise wordt geassocieerd met mannelijkheid (Berger & Krahé, 2013). Dit is terug te zien in de selectie van talkshowgasten. Mannen worden vaker als expert uitgenodigd in talkshows dan vrouwen (Hetsroni & Lowenstein, 2014; Hetsroni, 2015). Wanneer vrouwen wel als expert te gast zijn, worden zij vaker gevraagd om te praten over alledaagse onderwerpen dan mannelijke experts. Mannelijke experts spreken doorgaans over complexere onderwerpen dan vrouwen (Ross et al., 2018).

Burgers zijn in talkshows over het algemeen te gast als ervaringsdeskundige of als slachtoffer van een bepaalde crisis of gebeurtenis, niet vanwege expertise of intelligentie (Schütz, 1997; Franks & Howell, 2019). Onder burgers liggen de verhoudingen mannen en vrouwen dicht bij elkaar dan bij experts in talkshows (Sjøvaag & Pedersen, 2019; Commissariaat voor de Media, 2022). Wanneer vrouwen te gast zijn in een talkshow zijn dit vaker ‘gewone’ burgers zonder academische status of slachtoffers (Franks & Howell, 2019).

Mannen zijn dus nieuwswaardiger als het gaat om expertise en vrouwen als het gaat om slachtofferschap (Franks & Howell, 2019). Ook hiermee worden de stereotypen bevestigd dat vrouwen op intellectueel niveau inferieur aan mannen zouden zijn en dat mannen dominant zijn en meer autoriteit hebben (Ellemers, 2018; Berger & Krahé, 2013; Hetsroni & Lowenstein, 2014). Hieruit volgen hypothesen H7 en H8:

H7: Experts in Op1 zijn vaker mannen dan vrouwen

H8: Burgers/slachtoffers in Op1 zijn vaker vrouwen dan mannen

2.9 Framing van mannen en vrouwen in de media

Media bepalen niet alleen waarover we praten, maar ook hoe we over deze onderwerpen praten. Hoe het nieuws door het publiek wordt opgevat, is afhankelijk van de framing van het nieuws. Framing kan als volgt worden gedefinieerd: *“to frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described”* (Entman, 1993, p. 52). Frames worden gebruikt om ambiguïteit in de berichtgeving te vermijden. Voor journalisten vergemakkelijkt dit het overbrengen van de boodschap en het faciliteert bovendien de informatieverwerking bij lezers (Entman, 1993).

Stereotyperen kan worden beschouwd als een vorm van framing (Dobson & Knezevic, 2018; Burns & Granz, 2021; Brüggeman, 2014). Mannen en vrouwen worden in de media verschillend neergezet, zo is gebleken uit uiteenlopende studies. De centrale conclusie die uit de literatuur kan worden getrokken is dat mannen en vrouwen in de media worden geframed als elkaars tegenpolen (o.a. Wood, 1994; Ott & Mack, 2013; Ellemers, 2018). Mannen worden bijvoorbeeld geportretteerd als seksueel object en vrouwen als onderdanige lustobjecten (Wood, 1994). Twee contrasten die in de literatuur structureel terugkomen zijn carrière tegenover privé en competentie tegenover incompetentie (Wood, 1994; Ott & Mack, 2013; Ellemers, 2018).

Mannen worden gestereotypeerd als ambitieuze carrièremannen. Hun werk krijgt prioriteit boven het onderhouden van relaties (Wood, 1994). Bij mannen wordt vaak ingezoomd op individuele prestaties (Ellemers, 2018). Hun carrièreloopbaan wordt in de media vaak belicht en mannen worden bovendien vaker dan vrouwen neergezet als autoritair, als personen met een hoge status. De man is de kostwinner en staat aan het hoofd van het gezin (Wood, 1994; Ott & Mack, 2013). Vrouwen worden daarentegen geportretteerd als huisvrouwen, als verzorgers (Ott & Mack, 2013). Warmte en saamhorigheid zijn thema's die worden geassocieerd met vrouwelijkheid. De carrières van vrouwen en hun eigen behoeften staan op een lager pitje en komen weinig terug in de media wanneer vrouwen worden beschreven (Wood, 1994; Ellemers, 2018).

Mannen worden ten tweede neergezet als competente personen (Wood, 1994; Ott & Mack, 2013; Ellemers, 2018). Mannen zijn slim, serieus en gecontroleerd, zo luidt het stereotype, en worden in de media neergezet als logische, rationele denkers (Wood, 1994; Ott & Mack, 2013). Vrouwen worden daarnaast stereotyperend geportretteerd als emotionele

wezens. In films en series wordt de vrouw gepresenteerd als irrationeel, impulsief, incompetent en dom (Wood, 1994; Ott & Mack, 2013).

In talkshows kunnen deze genderstereotypen tot uiting komen in de gesprekken aan de talkshowtafel. Stereotypen zijn in dergelijke mate geworteld in de maatschappij dat we onbewust zoeken naar bevestiging van deze stereotypen (Arbib, 1992), en kunnen daarom ten grondslag liggen aan de gestelde vragen in de talkshows. Aangezien mannen in de media veelal worden neergezet als competente carrièremannen en vrouwen als incompetent en gericht op het huishouden, wordt verwacht dat dit ook terugkomt in de gesprekken aan de talkshowtafel van Op1. Hieruit volgen hypothesen H9, H10 en H11:

H9: Vrouwelijke gasten in Op1 worden vaker naar hun privéleven gevraagd dan mannen

H10: Mannelijke gasten in Op1 worden vaker naar hun carrière gevraagd dan vrouwen

H11: Mannelijke gasten in Op1 worden vaker neergezet als competent dan vrouwen

2.10 Positionering van de gasten

Framing vindt niet enkel plaats in gesproken of geschreven tekst maar ook in beelden. De boodschap wordt overgebracht door wat wordt verteld én door wat wordt laten zien (Coleman, 2010). Ook in beelden kunnen stereotypen daarom worden weerspiegeld, bijvoorbeeld in de positionering van mannelijke en vrouwelijke gasten aan de talkshowtafel. De tafelsetting is een manier om de verhoudingen tussen de talkshowgasten en de presentatoren te laten zien. Wie waar aan tafel zit is tekenend voor de onderlinge machtsverhoudingen (Arnette & Lit, 2012; Porter & Geis, 1983). Personen die het dichtst bij het hoofd van de tafel zitten, worden beschouwd als degenen met de meeste autoriteit. Personen met minder autoriteit zitten aan het uiteinde van de tafel (Arnette & Lit, 2012; Porter & Geis, 1983).

Aan de talkshowtafel van Op1 zitten de presentatoren aan het hoofd van de tafel. Uitgaand van de theorie van Arnette en Lit (2012) en Porter en Geis (1983) kan worden gesteld dat de Op1-gasten met de hoogste status het dichtst bij de presentatoren zitten. Niet altijd zitten alle gasten in Op1 aan tafel, soms zitten personen op een rij achter de tafelgasten. Deze gasten worden geportretteerd als inferieur omdat zij niet alleen het verst weg zitten van het hoofd van de tafel, maar ook omdat zij vaak op de achtergrond in beeld zijn doordat ze achter de tafelgasten zitten. Aangezien mannen vaker worden gestereotypeerd als personen met een hogere status wordt verwacht dat dit ook terugkomt in de tafelsetting van de talkshowgasten van Op1. Hieruit volgen hypothesen H12 en H13:

H12: Op de tweede rij zitten vaker vrouwelijke dan mannelijke talkshowgasten

H13: Mannelijke talkshowgasten zitten vaker direct naast de presentatoren dan vrouwelijke gasten

3. Methode

3.1 Dataverzameling

In deze studie is onderzocht in hoeverre genderstereotypen voorkomen in de selectie en de framing van mannelijke en vrouwelijke talkshowgasten van Op1. Dit is gedaan aan de hand van drie verschillende datasets. De eerste dataset bestaat uit metadata van de afleveringen van Op1. Deze data is middels een script geschreven in Python gescraped van de websites van het Nederlands Instituut voor Beeld & Geluid, NPO Start en NL Ziet. Details van de uitzendingen zoals de omroepen, presentatoren, tafelgasten en de besproken onderwerpen zijn terug te vinden in deze dataset. De 868 afleveringen die zijn geïncludeerd in de dataset zijn uitgezonden in de periode tussen 3 januari 2020 en 21 april 2023. Januari 2020 is als startpunt gekozen aangezien dit samenvalt met de start van Op1. Op1 wordt uitgezonden door omroepen BNNVARA, EO, WNL en Omroep MAX. Incidenteel zonden ook VPRO en KRO-NCRV afleveringen uit. Vanwege het kleine aantal afleveringen dat deze omroepen hebben uitgezonden zijn deze niet meegenomen in de analyses. In Tabel 1 is het aantal afleveringen van de verschillende uitzendende omroepen weergegeven.

Tabel 1. *Aantal uitzendingen en gasten per omroep van Op1*

Omroep	Uitzendingen (N)	Percentage (%)
BNNVARA	264	31.0
EO	175	20.5
WNL	256	30.0
Omroep MAX	158	18.5
Totaal	868	100

De tweede dataset bestaat uit de ondertiteling van de uitzendingen. Deze data is met een Pythonscript gescraped uit het archief van het Nederlands Instituut voor Beeld & Geluid. In deze ondertitelingendataset staat aangegeven welke persoon op welk moment in de uitzending aan het woord was, hoeveel milliseconden deze gast heeft gesproken en wat er is gezegd. Deze data is gebruikt om de spreektijd voor mannelijke en vrouwelijke Op1-gasten te berekenen. De dataset is echter niet compleet. Zo'n tachtig procent van alle Op1-uitzendingen is terug te vinden in de ondertitelingendataset ($N = 685$). De uitzendingen duren doorgaans vijftig tot zestig minuten. In de dataset is gemiddeld slechts 30.5 procent van de ondertiteling

gekoppeld aan een spreker (16.8 minuten). De gaten in de data blijken echter geen structurele patronen te vertonen, zoals bepaalde omroepen die worden genegeerd, waardoor deze dataset kan worden beschouwd als een random sample waarmee valide uitspraken kunnen worden gedaan over de spreektijd (Krippendorff, 2004).

De derde dataset is tot stand gekomen door het handmatig coderen van zestig uitzendingen van Op1 die willekeurig zijn geselecteerd uit de eerste dataset. Iedere uitzending is opgebouwd uit verschillende nieuwsitems. Alle items waarvoor personen te gast waren zijn geïnccludeerd in de dataset. De overige fragmenten zijn achterwege gelaten. In totaal zijn de gegevens van 199 Op1-items opgenomen in de dataset. Deze data is gebruikt om de volgende aspecten te onderzoeken: het aantal onderbrekingen, de rol van de talkshowgasten in de tafelgesprekken, de aanwezigheid van mannelijke en vrouwelijke stereotypen in die gesprekken en de positionering van de gasten aan de talkshowtafel.

3.2 Onderzoeksmethode

In dit onderzoek is gebruikgemaakt van een kwantitatieve inhoudsanalyse. Deze methode is geschikt voor onderzoek naar grote hoeveelheden tekst en beeld, en daarmee voor het huidige onderzoek, omdat het zich richt op frequenties van bepaalde kenmerken in teksten, die vervolgens worden vastgelegd in objectieve kwantitatieve eenheden. Dit maakt het onderzoek gemakkelijk herhaalbaar en de conclusies valide (Krippendorff, 2004).

Automatische inhoudsanalyse is het computationeel zoeken naar en analyseren van data. Deze analysemethode is geschikt om frequenties van tekstuele gegevens in grote hoeveelheden data te analyseren (Van Atteveldt et al., 2014). Handmatige inhoudsanalyse is het analyseren van de latente inhoud van teksten. Er wordt gebruikgemaakt van handmatige analyse wanneer het nodig is betekenis uit de context van een tekst op te maken. Deze methode wordt vaak naast automatische inhoudsanalyse gebruikt om meer diepgang in de data te kunnen verschaffen dan wanneer enkel computationeel wordt geanalyseerd (Neuman, 2011; Van Atteveldt et al., 2014).

In de huidige studie is zowel gekeken naar objectief meetbare eenheden als naar latente inhoud van tekst. Stereotypen schuilen vaak impliciet in geschreven en gesproken tekst (Smith & Granados, 2009), waarvoor menselijke interpretatie vereist is. In de studie is daarom gebruikgemaakt van zowel automatische als handmatige inhoudsanalyse.

3.3 Operationalisatie - Selectie van de gasten en de onderwerpen

Voor het beantwoorden van hypothesen H1 tot en met H4 en de deelvragen is gebruikgemaakt van zowel automatische als handmatige analyse. De namen van de talkshowgasten zijn automatisch door middel van *Natural Language Processing* (NLP) technieken getraceerd. Met NLP-technieken kan computationeel informatie, zoals persoonsnamen, worden opgehaald uit grote hoeveelheden tekstuele data (Bird et al., 2009). Na het traceren van de namen zijn deze handmatig gecontroleerd en vervolgens gecodeerd. Bij de talkshowgasten is het gender, de geboortedatum en het vakgebied van de gast genoteerd. De vakgebieden en de in de uitzendingen besproken onderwerpen zijn ingedeeld in categorieën. De hiervoor gebruikte codeerinstructie is te vinden in Bijlage A.

3.3.1 Man-vrouwverdeling in Op1

Aan de hand van de gastendataset is ten eerste vastgesteld wat de man-vrouwverdeling onder alle Op1-gasten is, in hoeverre deze verdeling sinds de start van de talkshow, januari 2020, is veranderd, en hoeveel mannen en vrouwen gemiddeld per uitzending te gast zijn in Op1. Daarnaast is met de *Herfindahl-Hirschman Index* (HHI), een maat om de concentratie in een bepaalde groep te meten (Miller, 1982), gekeken naar de diversiteit van de mannelijke en vrouwelijke gasten. Aangezien de aantallen mannen en vrouwen in de algehele dataset zeer groot zijn, en de concentraties daardoor klein, is er gebruikgemaakt van de tien meest uitgenodigde mannen en vrouwen om een indicatie te kunnen geven van de diversiteit onder de gasten.

De man-vrouwverhouding in Op1 is daarnaast vergeleken met de verhouding mannen en vrouwen bij andere talkshows (DV1). Hierbij is een vergelijking gemaakt tussen Op1, talkshows van publieke omroepen (Khalid & Sophie, M, De Vooravond en De Wereld Draait Door) en talkshows van commerciële omroepen (Jinek, Beau, Humberto en Renze). Deze talkshows overlappen alle deels met de uitzendperiode van Op1. De data is op dezelfde manier verkregen en gecodeerd als de data van Op1, zoals toegelicht in de dataverzameling. In Bijlage B is te vinden hoeveel uitzendingen en tafelgasten per show zijn geanalyseerd. Ook de man-vrouwverhoudingen tussen de uitzendende omroepen zijn onderling vergeleken (DV2 en H2).

3.3.2 De leeftijd van mannelijke en vrouwelijke talkshowgasten

Om te onderzoeken of mannelijke gasten gemiddeld ouder zijn dan vrouwelijke tafelgasten, is de geboortedatum in de dataset handmatig gecodeerd. De leeftijd van de gasten

is berekend in hele jaren. Het geboortjaar van de gast is afgetrokken van het jaar waarin de uitzending plaatsvond. Hiervoor is gekozen vanwege het grote aantal talkshowgasten waarvan niet de volledige geboortedatum te vinden was. Van alle 2827 unieke Op1-gasten is van 1395 personen de geboortedatum bekend (49.3%), van 773 gasten alleen het geboortjaar of een leeftijd (27.3%) en van 659 personen is geen leeftijd of datum te vinden (23.3%). Van de personen waarvan geen leeftijd bekend is, is 57.2 procent man en 42.8 procent vrouw, een iets scheve verdeling in vergelijking met het aandeel mannelijke en vrouwelijke gasten in de dataset in totaal, 65.4 procent mannen en 34.6 procent vrouwen. Vanwege de grootte van de dataset wordt verwacht dat deze afwijking geen problemen voor de validiteit oplevert. De gemiddelde leeftijd voor mannen en vrouwen is berekend (H3) en per jaar is bekeken wat het aandeel mannen en het aandeel vrouwen was, om te kijken of de nieuws waarde van vrouwen afneemt naarmate zij ouder worden (H4). Bovendien is geanalyseerd of de leeftijdsverdeling verschilt afhankelijk van de vakgebieden van de gasten.

3.3.3 Besproken onderwerpen

Tot slot is gekeken naar de man-vrouwverdeling per besproken onderwerp (DV3). Per onderwerp is onderzocht wat het aandeel mannen en het aandeel vrouwelijke tafelgasten was. Ook is onderzocht welke onderwerpen relatief vaker door mannen en welke relatief vaker door vrouwen worden besproken door de hiervoor berekende percentages te corrigeren voor de totale aandelen mannen en vrouwen in de dataset. Bovendien is onderzocht welke vakgebieden bij de door mannen en de door vrouwen gedomineerde onderwerpen het meest worden vertegenwoordigd.

3.4 Operationalisatie - Spreektijd

Hypothese H5 is beantwoord met een automatische kwantitatieve inhoudsanalyse. Er is gebruikgemaakt van de ondertitelingendataset om te onderzoeken of mannelijke gasten meer spreektijd krijgen dan vrouwen. Deze spreektijden zijn per persoon opgeteld en hiervan zijn vervolgens gemiddelden voor mannen en vrouwen per aflevering berekend. De spreektijden van de presentatoren zijn niet meegenomen in de analyse.

3.5 Operationalisatie - Presentatie van de mannelijke en vrouwelijke gasten

Hypothesen H6 tot en met H13 zijn beantwoord aan de hand van een handmatige kwantitatieve analyse. Hiervoor is een codeerinstructie bestaande uit zeven items opgesteld.

Eén vraag ging over het aantal onderbrekingen, twee vragen gingen over de rollen van de talkshowgasten, drie over mannelijke en vrouwelijke stereotypen en één over de positionering van de gasten aan de talkshowtafel. Om de betrouwbaarheid van de operationalisaties te kunnen garanderen, zijn vijf van de zestig afleveringen door twee codeurs onafhankelijk van elkaar gecodeerd. Aan de hand van de Cohen's Kappa toets is berekend of de codeerinstructie door beide codeurs hetzelfde is geïnterpreteerd. De betrouwbaarheid van het item over de competentie van de gast kon worden beschouwd als redelijk goed, met een Cohen's Kappa van .68. De overige zes items hadden alle een goede tot zeer goede betrouwbaarheid, met waarden groter dan .80. De codeerinstructie met de bijbehorende waarden van de intercodeurbetrouwbaarheid is terug te vinden in Bijlage C.

3.5.1 Onderbrekingen door presentatoren

Met een handmatige analyse is allereerst onderzocht of vrouwelijke Op1-gasten vaker worden onderbroken dan mannelijke gasten (H6). Hiervoor is per fragment geteld hoe vaak iedere gast werd onderbroken door de presentatoren. De operationalisatie van een onderbreking is overgenomen van de studie van Qadir en Riaz (2015). Zij stelden dat iets telt als een interruptie op twee voorwaarden. Een persoon wordt, ten eerste, onderbroken zonder dat er enige aanleiding was om aan te nemen dat deze persoon was uitgesproken. Daarnaast wordt deze persoon de kans ontnomen om verder te vertellen. In het huidige onderzoek is dit geoperationaliseerd als volgt: de gast was op het exacte moment van onderbreking midden in een zin en de gast laat zich onderbreken. Wanneer een presentator probeert te onderbreken maar de gast spreekt door, dan telt dit niet als onderbreking. De gast wordt tenslotte niet de kans ontnomen diens betoog af te ronden. Op basis van het aantal onderbrekingen per persoon zijn gemiddelden voor mannelijke en vrouwelijke Op1-gasten berekend. Deze gemiddelden zijn gecorrigeerd voor de gemiddelde spreektijd van mannen en vrouwen.

3.5.2 Rollen van talkshowgasten

De items in de codeerinstructie over de rollen van de gasten zijn gebaseerd op de onderzoeken van Schütz (1997), Hetsroni (2015) en Hetsroni en Lowenstein (2014). Aan de hand van deze twee items is vastgesteld of de persoon te gast is in de rol van expert (H7) of als burger (H8): “Is deze persoon te gast om te spreken over een onderwerp als expert of als vertegenwoordiger van diens vakgebied?” en “Is deze persoon te gast om te spreken als ervaringsdeskundige of slachtoffer?”. De codeur antwoordde met ‘ja’ of ‘nee’ (binair gecodeerd als ‘1’ en ‘0’) De gasten zijn ingedeeld in één van deze twee categorieën. Gasten

waarbij de rol in het gesprek onduidelijk was zijn niet meegenomen in de analyse.

3.5.3 Genderstereotypen in de tafelgesprekken

Drie vragen in de codeerinstructie zijn opgesteld om mannelijke en vrouwelijke stereotypen in de tafelgesprekken te identificeren. Deze vragen zijn gebaseerd op de studies van Ellemers (2018), Ott en Mack (2013) en Wood (1994) waarin werd geconcludeerd dat mannen veelal worden neergezet als ambitieuze carrièremannen en vrouwen als zorgzame huisvrouwen. Mannen worden daarnaast neergezet als competent en vrouwen als incompetent (Ellemers, 2018; Ott & Mack, 2013; Wood, 1994). In de codeerinstructie is dit geoperationaliseerd in de volgende vragen: “Wordt er in het gesprek gesproken over het privéleven van de gast?” (H9), “Wordt er in het gesprek gesproken over de carrière van de gast?” (H10) en “Wordt de gast geprezen om diens competentie of wordt diens competentie bekritiseerd?” (H11).

De items over het privéleven en de carrière van de gast zijn door de codeur beantwoord met ‘ja’ of ‘nee’ (binair gecodeerd als ‘1’ en ‘0’). Bij het item over competentie waren drie antwoorden mogelijk: competent (1), neutraal (0) en incompetent (-1). In het geval dat de opmerkingen rondom de competentie van de gast ambigu waren, is ‘0’ gecodeerd. Van deze waarden is een gemiddelde score voor mannelijke en voor vrouwelijke stereotypen berekend.

3.5.4 Positionering van mannen en vrouwen aan tafel

Tot slot is handmatig geanalyseerd waar welke gast aan tafel zit. De presentatoren van Op1 zitten altijd aan het hoofd van de tafel, de gasten zitten aan de zijkanten van de tafel, of zitten op een rij stoelen achter de tafelgasten. Deze tafelsetting is ingedeeld in drie niveaus. Degene die het dichtst bij de presentatoren zit, wordt geacht de gast te zijn met de meeste autoriteit, gebaseerd op eerder onderzoek (Arnette & Lit, 2012; Porter & Geis, 1983). Dit is gecodeerd als ‘1’. Zit de gast wel aan tafel, maar zit er minimaal één iemand tussen de presentatoren en de gast in, dan is ‘2’ gecodeerd. Gasten zijn gecodeerd als ‘3’ wanneer zij niet aan tafel zitten maar op een rij achter de tafelgasten of in het publiek, of in de uitzending aanwezig zijn via een videoverbinding. Gedurende de uitzendingen wisselen de gasten geregeld van plaats. Om deze reden is de plaats van de gast per fragment genoteerd en niet per uitzending.

Op basis van de coderingen zijn uiteindelijk gemiddelde scores voor mannen en vrouwen berekend. Hierbij is gecorrigeerd voor de man-vrouwverdeling in het algemeen.

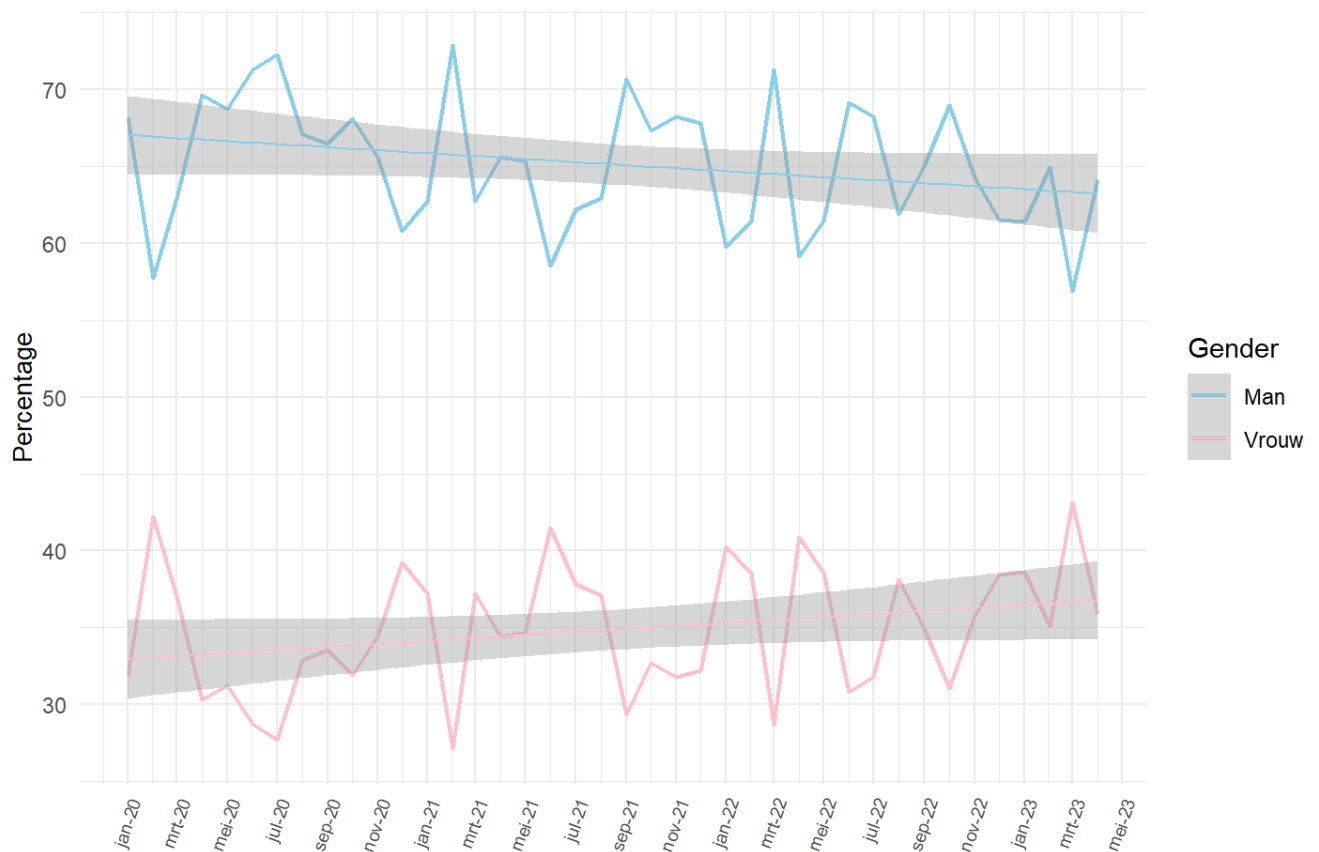
Gekeken is welk percentage van de personen op de tweede rij bestaat uit mannen en welk percentage uit vrouwen (H12). Deze percentages zijn vervolgens relatief gemaakt aan de hand van het percentage mannen en vrouwen in het algemeen. Dezelfde aanpak is gebruikt om te kijken hoe vaak mannen en vrouwen direct naast de presentatoren zitten (H13).

4. Resultaten

Om antwoord te kunnen geven op de onderzoeksvraag “In hoeverre komen genderstereotypen voor in de selectie en framing van mannelijke en vrouwelijke talkshowgasten van Op1?”, zijn verschillende automatische en handmatige analyses uitgevoerd. Als startpunt is de man-vrouwverhouding van de Op1-gasten vastgesteld en vergeleken met de verdelingen bij andere soorten talkshows en bij de uitzendende omroepen onderling. De rest van het hoofdstuk is ingedeeld aan de hand van dezelfde volgorde als het theoretisch kader. De volgende onderwerpen komen aan bod: leeftijd, besproken onderwerpen, spreektijd, onderbrekingen, rollen in de uitzending, framing in de tafelgesprekken en de positionering van de gasten aan tafel. Bij ieder onderwerp is geanalyseerd of er een significant verschil bestaat tussen de mannelijke en vrouwelijke Op1-gasten.

4.1 Man-vrouwverdeling in Op1

Een eerste effect van stereotypering van mannen en vrouwen is terug te zien in de selectie van de tafelgasten. Gasten worden uitgenodigd op basis van hun nieuwswaardigheid en eerder onderzoek laat zien dat mannen nieuwswaardiger zijn dan vrouwen. Dit heeft als resultaat dat mannen dan ook vaker te gast zijn in talkshows dan vrouwen (Sjøvaag & Pedersen, 2019; Franks & Howell, 2019; Ruigrok et al., 2011; Ross & Carter, 2011). Om te kijken of dit ook zo is voor Op1 is geteld hoe vaak mannelijke en vrouwelijke namen, die alvorens handmatig zijn gecodeerd, voorkomen in de dataset bestaande uit alle uitzendingen van Op1.



Figuur 1. Man-vrouwverdeling Op1-gasten per maand

De talkshowtafel van Op1 wordt doorgaans voornamelijk bezet door mannelijke gasten. In totaal waren 6137 personen te gast in 868 afleveringen Op1. Van deze personen was 65.4 procent man ($N = 4015$) en 34.6 procent vrouw ($N = 2120$). Twee gasten in de dataset werden geïdentificeerd als ‘anders’, een te verwaarlozen aantal, en zijn daarom niet meegenomen in de analyses. Wanneer per maand wordt gekeken naar het aantal mannelijke en vrouwelijke Op1-gasten is te zien dat de man-vrouwverdeling sinds de start van de talkshow, januari 2020, iets gelijk(er) is geworden, zoals te zien aan de trendlijnen in Figuur 1.

Gemiddeld zijn er per uitzending 7.07 personen te gast, waarvan 4.63 mannen ($SD = 1.62$) en 2.56 vrouwen ($SD = 1.34$). Dit verschil is significant, zo is gebleken uit een independent t-test ($t(1661.2) = 28.63, p < .001$). Hypothese H1 wordt aangenomen. Mannen zijn significant vaker te gast in Op1 dan vrouwen. Dit is in lijn met de eerder besproken onderzoeken van Sjøvaag en Pedersen (2019), Franks en Howell (2019), Ruigrok et al. (2011) en Ross en Carter (2011).

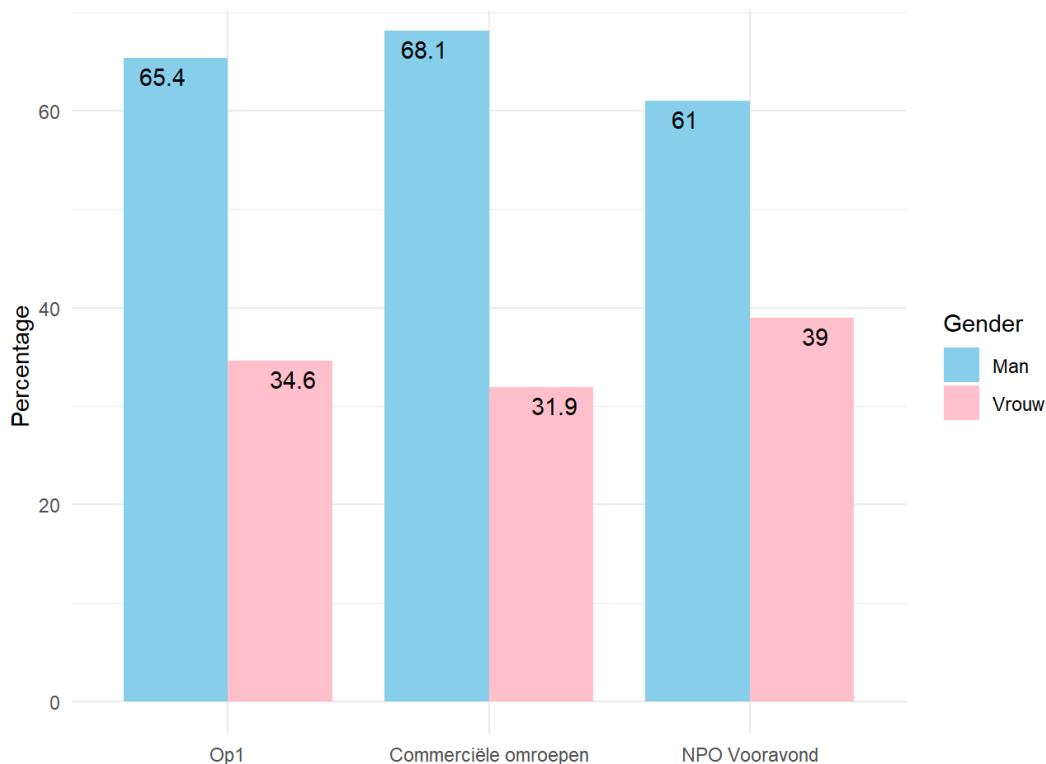
Tabel 2. *Meest uitgenodigde Op1-gasten*

Mannen	<i>N</i>	Vrouwen	<i>N</i>
Thomas van Groningen	110	Saskia Belleman	51
Joost Vullings	78	Marion Koopmans	33
Ab Osterhaus	61	Anne Wensing	31
Xander van der Wulp	54	Marieke Smits	27
Eppo van Nispen tot Sevenaer	50	Suse van Kleef	26
Diederik Gommers	36	Laila Frank	25
Ernst Kuipers	32	Angela de Jong	24
Gert Jan Segers	28	Marleen de Rooy	21
Raymond Mens	26	Lia van Bekhoven	19
Mart de Kruif	25	Sigrid Kaag	15

Om een indicatie te kunnen geven van de diversiteit van de gasten is gekeken naar de tien mannen en vrouwen die het vaakst te gast zijn in Op1, zoals gepresenteerd in Tabel 2. De meest uitgenodigde gasten zijn journalisten Thomas van Groningen en Joost Vullings en viroloog Ab Osterhaus. Bij de vrouwen is journalist Saskia Belleman de populairste gast. De *Herfindahl-Hirschman Index* (HHI) is berekend en komt bij de mannelijke gasten uit op een waarde van 1269.04, bij de vrouwen iets lager, 1119.70, wat beide duidt op een gematigde concentratie. Op basis hiervan kan worden gesteld dat de diversiteit iets kleiner is bij de mannelijke dan bij de vrouwelijke talkshowgasten. In andere woorden, onder de mannen schuift een relatief kleiner aantal personen vaker aan als tafelgast in Op1 dan bij de vrouwen het geval is.

4.1.1 Man-vrouwverdeling Op1 in vergelijking met andere talkshows

Om de man-vrouwverdeling van de Op1-gasten in een context te kunnen plaatsen, zijn de resultaten vergeleken met de man-vrouwverdelingen van andere talkshows. Om deze vergelijking te kunnen maken, is dezelfde analyse uitgevoerd als bij hypothese H1. Hierbij is gebruikgemaakt van een uitgebreidere dataset waarin niet alleen data van Op1, maar ook de gastendata van andere talkshows is opgenomen. Op1 wordt in deze analyse vergeleken met talkshows van de commerciële omroep (Jinek, Beau, Humberto en Renze) en met de talkshows van de NPO die worden uitgezonden in de vooravond (Khalid & Sophie, M, De Vooravond en De Wereld Draait Door).



Figuur 2. Man-vrouwverdeling Op1 in vergelijking met andere talkshows

Zoals te zien in Figuur 2 is de verhouding mannelijke en vrouwelijke gasten het meest gelijk bij de vooravond-talkshows van de publieke omroep, 39.0 procent van de gasten is vrouw. Het aandeel vrouwen is het kleinst bij de commerciële omroepen, slechts 31.9 procent. Op1 zit er tussenin met 65.4 procent mannen en 34.6 procent vrouwen. De verschillen tussen de drie categorieën talkshows zijn significant, zo blijkt uit een ANOVA-test ($F(2, 2126) = 23.44, p < .001$). Een Tukey post-hoc toets laat zien dat het aandeel vrouwelijke gasten significant groter is bij Op1 dan bij de talkshows van de commerciële omroep ($p = .009$). Het percentage vrouwen bij de vooravondshows van de publieke omroep is bovendien significant groter dan het percentage vrouwen bij zowel Op1 ($p < .001$) als bij de commerciële omroep ($p < .001$). Hieruit kan worden afgeleid dat er verschillen bestaan in de nieuwswaarden die de organisaties hanteren. Vrouwen worden het meest nieuwswaardig beschouwd bij de vooravond-talkshows van de NPO en het minst bij de commerciële omroep. Dit staat in contrast met de bevindingen van Djerf-Pierre (2007) en Papper (2007). Zij stelden dat vrouwen beter worden vertegenwoordigd bij commerciële omroepen.

4.1.2 Man-vrouwverdeling bij de verschillende omroepen van Op1

Op1 wordt uitgezonden door vier omroepen²: BNNVARA, EO, WNL en Omroep MAX. De omroepen vertegenwoordigen alle een verschillend (politiek) geluid in de maatschappij (Lijphart, 2008). Interessant is daarom om te onderzoeken of de man-vrouwverhouding onder de gasten verschilt tussen de omroepen.

Tabel 3. Aandelen mannen en vrouwen bij de uitzendende omroepen van Op1

Omroep	Aantal uitzendingen (N)	Aantal gasten (N)	Aandeel mannen (%)	SD	Aandeel vrouwen (%)	SD
BNNVARA	264	1847	63.7	18.2	36.3	18.2
EO	175	1264	68.1	16.2	31.9	16.2
WNL	256	1833	66.7	15.9	33.3	15.9
Omroep MAX	158	1097	62.7	18.7	37.3	18.7

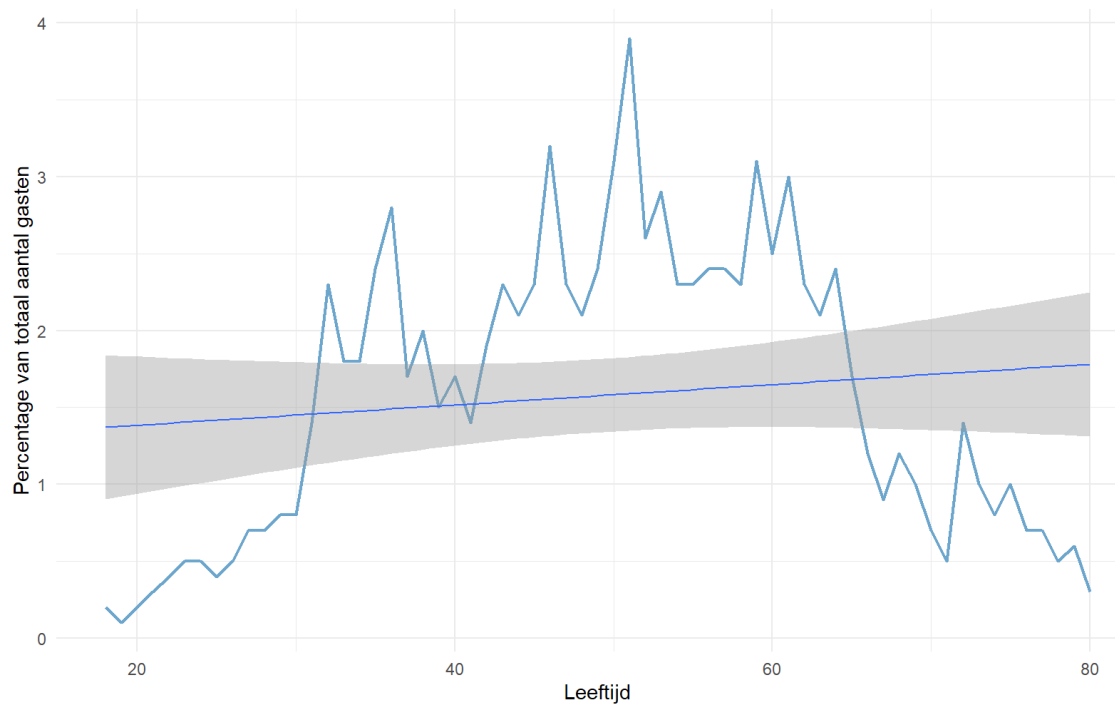
Het aandeel vrouwen blijkt het grootst bij Omroep MAX, 37.3 procent, en het kleinst bij de EO, 31.9 procent (Tabel 3). Een ANOVA laat zien dat er significante verschillen bestaan tussen de vier omroepen ($F(3, 849) = 3.39, p = .018$). Omroep MAX heeft significant meer vrouwen aan de talkshowtafel zitten dan de EO ($p = .035$), zo blijkt uit een post-hoc-analyse. Tussen de overige omroepen bestaan geen significante verschillen ($p > .050$). Deze bevinding staat in contrast met de verwachting dat het aandeel vrouwen tijdens afleveringen van BNNVARA groter zou zijn dan bij uitzendingen van andere omroepen. Ten eerste wordt BNNVARA als enige van de vier omroepen specifiek gekarakteriseerd als sociaal-progressieve organisatie (Omroep Ombudsman, 2023). Daarnaast blijkt uit de analyse in de paragraaf hiervoor dat de man-vrouwverdeling het meest gelijk is bij de vooravond-talkshows van de NPO, die alle zijn uitgezonden door BNNVARA, met uitzondering van M (KRO-NCRV). De invloed van de omroep klinkt echter niet door in de samenstelling van de tafelgasten in Op1, zo blijkt uit de onderzoeksresultaten. Hypothese H2 wordt daarom verworpen.

4.2 Leeftijd van de mannelijke en vrouwelijke gasten

Vrouwen horen mannen te verleiden en daarvoor zijn zij idealiter jong, slank en aantrekkelijk, zo luidt het stereotype. Bij mannen spelen leeftijd en uiterlijk een minder

² Incidenteel hebben ook omroepen VPRO en KRO-NCRV afleveringen Op1 uitgezonden

prominente rol (Wood, 1994; Koeman et al., 2007). Waar we mannen in de media steeds ouder zien worden, verdwijnen de vrouwen op een gegeven moment van het beeldscherm. In andere woorden, de nieuws waarde van vrouwen neemt af naarmate zij ouder worden (Franks & Howell, 2019; Koeman et al., 2007). Om te onderzoeken of er ook een verband bestaat tussen het gender van de Op1-gasten en hun leeftijden, zijn de geboortedata van alle talkshowgasten handmatig gecodeerd, waarna verschillende analyses zijn uitgevoerd.

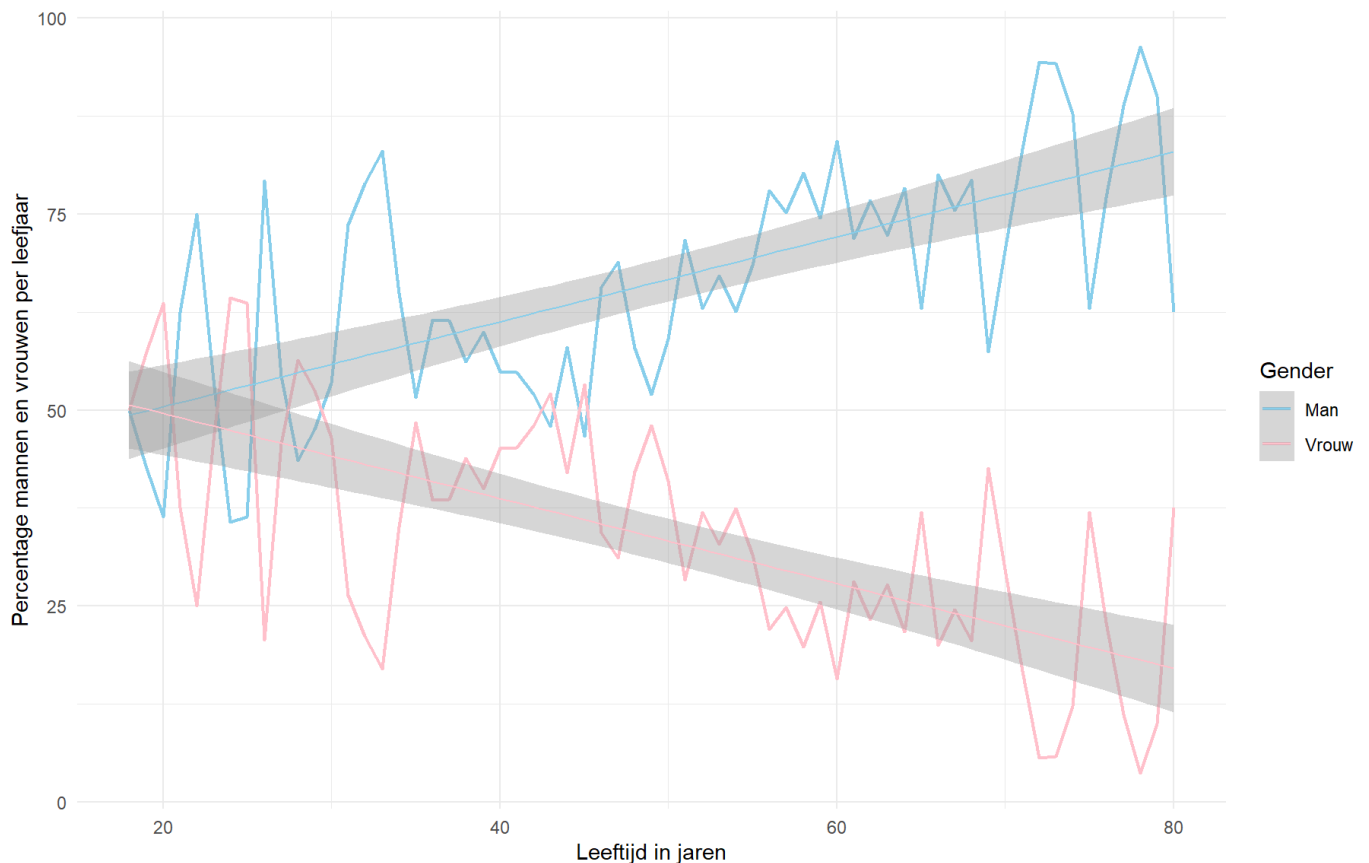


Figuur 3. Verdeling Op1-gasten in leeftijden

Allereerst is gekeken naar de leeftijdsverdeling bij de Op1-gasten in het algemeen. De gemiddelde leeftijd van de tafelgasten is 50.6 jaar. Gasten met een inhoudelijk vakgebied, zoals gecodeerd volgens de codeerinstructie in Bijlage A, zijn gemiddeld 3 jaar ouder dan tafelgasten met een vakgebied gerelateerd aan entertainment (52 respectievelijk 49 jaar). De leeftijdsgroep tussen de 30 en 65 jaar oud wordt het meest gerepresenteerd in Op1, zoals te zien in Figuur 3.

Om te onderzoeken of leeftijd een grotere rol speelt bij de representatie van vrouwen in de media dan bij mannen, is gekeken naar de gemiddelde en de mediane leeftijd van de gasten. Gemiddeld zijn de mannen vier jaar ouder dan de vrouwen in Op1. De gemiddelde leeftijd is 51.9 jaar ($SD = 13.7$) bij de mannelijke gasten en 47.9 jaar ($SD = 13.5$) bij de vrouwen. De mediane leeftijd wijkt hier niet veel van af, 53 jaar bij de mannelijke en 48 jaar bij de vrouwelijke gasten, waardoor kan worden gesteld dat de leeftijden van de gasten redelijk normaal verdeeld zijn rond het gemiddelde. Het verschil tussen de gemiddelde

leeftijden voor mannen en vrouwen is significant, zo blijkt uit een independent t-test ($t(3574.8) = 10.19, p < .001$). Hypothese H3 wordt daarom aangenomen. Niet alleen bij de tafelgasten, maar ook bij de presentatoren blijken de mannen significant ouder te zijn dan de vrouwen ($t(22) = 3.02, p = .006$). De gemiddelde leeftijd van de vrouwelijke presentatoren bedraagt 43.2 jaar ($SD = 9.1$), hun mannelijke medepresentatoren zijn gemiddeld 54.2 jaar oud ($SD = 8.5$).



Figuur 4. Verdeling van Op1-gasten in leefjaren en gender

Bovendien is per leefjaar gekeken naar de percentages mannelijke en vrouwelijke Op1-gasten. Figuur 4 laat zien dat het verschil tussen het aandeel mannelijke en vrouwelijke tafelgasten groter wordt naarmate de leeftijd toeneemt. De percentages liggen bij jongvolwassenen nog redelijk dicht bij elkaar, maar vanaf de dertig jaar gaan vrouwen een steeds kleiner wordend percentage uitmaken van het totaal aantal gasten. Er bestaat een sterke negatieve correlatie tussen leeftijd en het aandeel vrouwen dat te gast is in Op1 ($r(61) = -.67, p < .001$). Des te ouder vrouwen worden, des kleiner hun nieuwswaarde en des te minder vaak ze te gast zijn in Op1. Bij mannen is de correlatie positief ($r(61) = .67, p < .001$) en geldt dus het tegenovergestelde. Hypothese H4 wordt dan ook aangenomen. Naarmate de leeftijd van de talkshowgasten hoger wordt, des te kleiner het aandeel vrouwen. Dit komt overeen met

eerder onderzoek van onder andere Koeman et al., (2007), Jürgens et al. (2022) en Ross et al. (2018).



Figuur 5. Verdeling van Op1-gasten in leeftijden en gender, per soort vakgebied

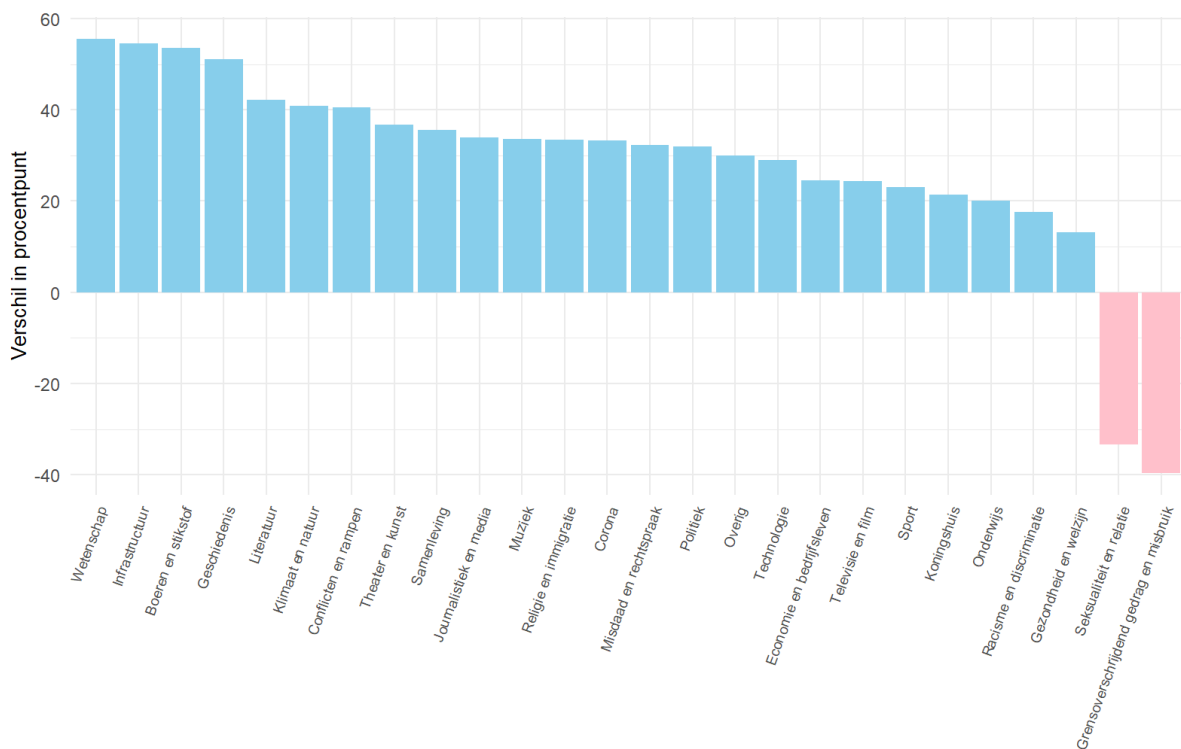
Het stereotype luidt dat vrouwen mannen horen te verleiden (Ellemers, 2018; Wood, 1994), waar op basis van kan worden gesteld dat vrouwen een entertainende functie hebben. Interessant is daarom te onderzoeken of leeftijd een grotere rol speelt bij vrouwen die een vakgebied gerelateerd aan entertainment beoefenen, bijvoorbeeld musici en mediapersoonlijkheden, dan bij vrouwen met een meer inhoudelijk vakgebied, zoals wetenschappers en medici.

Vrouwelijke gasten met een vakgebied gerelateerd aan entertainment blijken sneller minder zichtbaar te worden in de media dan vrouwen met een inhoudelijk vakgebied, zoals te zien aan de trendlijnen in Figuur 5. Hoewel vrouwen van alle leeftijden worden ondervetegenwoordigd bij de Op1-gasten met een inhoudelijk vak, neemt het aandeel vrouwen minder snel af naarmate de leeftijd hoger wordt dan bij de entertainmentgasten. De correlatie tussen de leeftijd van vrouwen met een entertainmentvakgebied en de vertegenwoordiging in Op1 is sterk, zo blijkt uit een analyse ($r(61) = -.69, p < .001$). Des te ouder vrouwen worden, des te minder vaak ze te gast zijn in Op1. Bij de inhoudelijke vakgebieden is de correlatiecoëfficiënt een stuk lager en bovendien niet significant ($r(50) = -$

.23, $p = .098$). Wel duidt de p -waarde op een trend. Ook de nieuwswaarde van vrouwen met een inhoudelijk vakgebied neemt iets af naarmate zij ouder worden.

4.3 Mannelijke en vrouwelijke gespreksonderwerpen

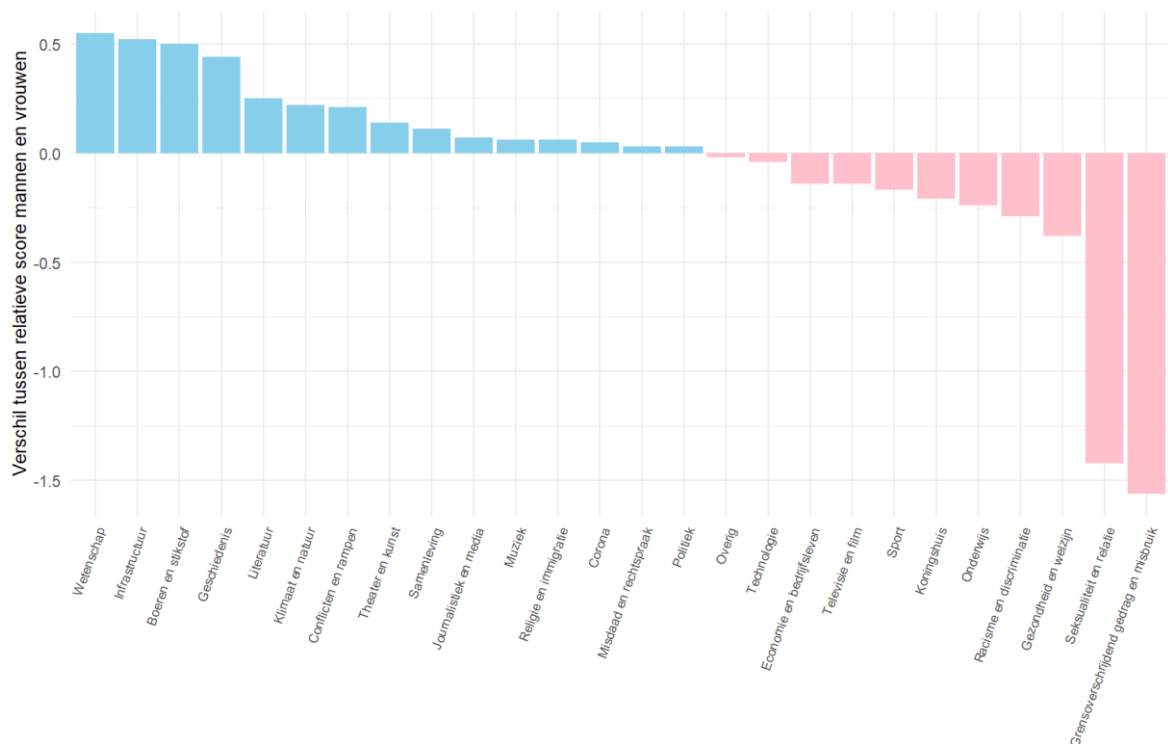
Genderstereotypen kunnen bovendien worden weerspiegeld in de onderwerpen waar mannelijke en vrouwelijke talkshowgasten over mogen praten. Om te onderzoeken in hoeverre de onderwerpen verschillen waar mannen en vrouwen in Op1 over spreken, is geanalyseerd welke onderwerpen in een uitzending werden besproken door welke gasten. Deze onderwerpen zijn ingedeeld in 26 categorieën (Bijlage A). Per onderwerp is het aandeel mannelijke en vrouwelijke gasten berekend. Tussen deze percentages is het verschil berekend, waardoor duidelijk zichtbaar werd welke onderwerpen vaker door mannen en welke vaker door vrouwen zijn besproken. Dit is gevisualiseerd in Figuur 6.



Figuur 6. Mannelijke en vrouwelijke onderwerpen in Op1. Met kleur is aangegeven of er meer door mannen of door vrouwen over het onderwerp wordt gesproken

Over bijna alle onderwerpen wordt meer gesproken door mannen dan door vrouwen. Slechts 2 van de 26 onderwerpen worden hoofdzakelijk besproken door vrouwelijke tafelgasten: ‘Grensoverschrijdend gedrag en misbruik’ en ‘Seksualiteit en relatie’. Bij deze onderwerpen is 69.8 respectievelijk 66.7 procent van de Op1-gasten vrouw. De overige 24 onderwerpen worden alle gedomineerd door mannen, zoals te zien in Figuur 6.

Dat bij de meeste gespreksonderwerpen voornamelijk mannen te gast zijn is een logisch gevolg van de algehele man-vrouwverdeling in de uitzendingen. Om meer inzicht te krijgen in welke onderwerpen door Op1 worden gezien als stereotypische mannen- en vrouwenonderwerpen, zijn de percentages mannen en vrouwen gecorrigeerd voor de aandelen mannelijke en vrouwelijke Op1-gasten in het algemeen (65.4 procent mannen, 34.6 procent vrouwen). Tussen deze relatieve scores is het verschil berekend om te kunnen visualiseren welke onderwerpen relatief vaker door mannen (mannenonderwerpen) en welke relatief vaker door vrouwelijke gasten zijn besproken (vrouwenonderwerpen). Dit is gepresenteerd in Figuur 7. Alle percentages en relatieve scores zijn terug te vinden in Bijlage D.



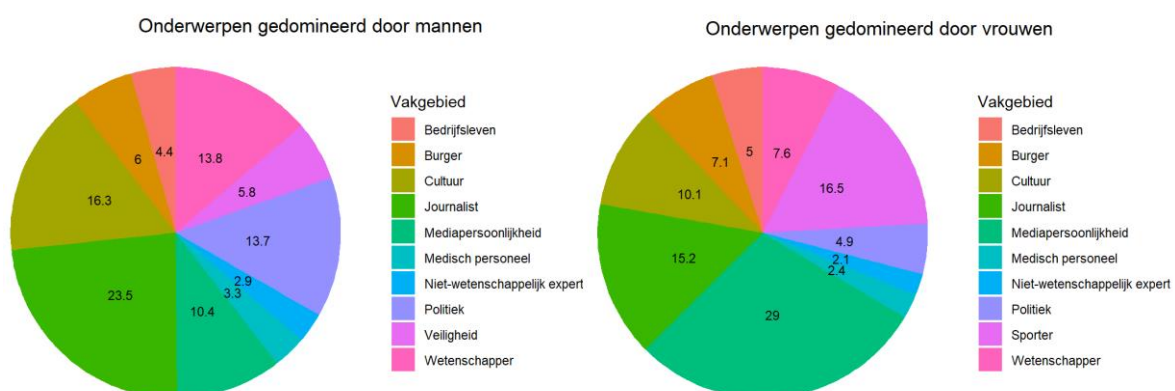
Figuur 7. Mannelijke en vrouwelijke onderwerpen in Op1. Met kleur is aangegeven of er relatief meer door mannen of door vrouwen over het onderwerp wordt gesproken

Zoals te zien in Figuur 7 wordt, ook wanneer gecorrigeerd voor het totale aandeel mannen en vrouwen in Op1, het merendeel van de onderwerpen gedomineerd door mannen. 15 van de 26 onderwerpen worden relatief vaker door mannelijke dan door vrouwelijke tafelgasten besproken. Bij de andere 11 onderwerpen zijn vrouwen relatief vaker te gast dan mannen. Met name wanneer de onderwerpen ‘Wetenschap’, ‘Infrastructuur’, ‘Boeren en stikstof’ en ‘Geschiedenis’ worden besproken, nodigt Op1 voornamelijk mannelijke gasten uit. Ruim driekwart van de tafelgasten is bij deze onderwerpen man. Op1 kiest relatief vaker

voor vrouwelijke dan mannelijke gasten bij onder andere de onderwerpen ‘Seksualiteit en relatie’, ‘Grensoverschrijdend gedrag en misbruik’, ‘Onderwijs’ en ‘Gezondheid en welzijn’, onderwerpen die doorgaans worden geassocieerd met vrouwelijkheid (Berger & Krahé, 2013; Franks & Howell, 2019; Hetsroni & Lowenstein, 2014). Opvallend is dat ook de onderwerpen ‘Economie en bedrijfsleven’ en ‘Technologie’, onderwerpen die kunnen worden beschouwd als stereotypisch mannelijk, relatief vaker door vrouwen dan door mannen worden besproken.

Bij bepaalde onderwerpen worden vaak dezelfde tafelgasten uitgenodigd. Zo wordt een deel van de oververtegenwoordiging van mannen op het gebied van politiek veroorzaakt door het meermaals aanschuiven van journalisten Joost Vullings en Thomas van Groningen. In 13.6 procent van de items over politiek was minimaal één van hen te gast. Wanneer over misdaad en rechtspraak wordt gesproken lijkt de man-vrouwverdeling relatief gelijk te zijn, zoals geïllustreerd in Figuur 7. Misdaadjournalist Saskia Belleman was echter in 34 van de 316 items over dit onderwerp te gast. Als Belleman niet wordt meegenomen in de analyse neemt het aandeel mannelijke gasten bij dit onderwerp toe van 66.1 procent tot 74.1 procent en zou ‘Misdaad en rechtspraak’ op plek vier staan van de onderwerpen die het meest worden gedomineerd door mannelijke gasten.

Om meer inzicht te krijgen in de samenstelling van de gasten bij de mannen- en vrouwenonderwerpen en zodoende over eventuele weerspiegelde genderstereotypen, is gekeken naar het vakgebied van de gasten, zoals gecodeerd volgens de instructie in Bijlage A. Hierbij is geteld hoe vaak de verschillende vakgebieden bij de mannenonderwerpen worden vertegenwoordigd en hoe vaak bij de vrouwenonderwerpen.



Figuur 8. Vertegenwoordiging van de verschillende vakgebieden bij mannen- en vrouwenonderwerpen

Bij de onderwerpen gedomineerd door mannen, zoals ‘Wetenschap’ en ‘Infrastructuur’, blijken inhoudelijke beroepsgroepen een groter podium te krijgen dan bij de vrouwenonderwerpen. Van alle tafelgasten bij de door mannen gedomineerde onderwerpen beoefent 66.5 procent een inhoudelijk vak, bij de vrouwenonderwerpen 38.7 procent. Bij de vrouwenonderwerpen zijn mediapersoonlijkheden (o.a. presentatoren, acteurs, influencers) het vaakst te gast, 29.0 procent van alle gasten, zoals te zien in Figuur 8. Ook sporters en journalisten zijn relatief vaak te gast, met 15.2 respectievelijk 16.5 procent. Bij onderwerpen gedomineerd door mannen schuiven journalisten het vaakst aan (23.5 procent), gevolgd door personen werkzaam in de culturele sector (o.a. schrijvers, cabaretiers, kunstenaars) (16.3 procent) en wetenschappers (13.8 procent).

Mannelijke tafelgasten domineren de meeste gespreksonderwerpen in Op1, zelfs wanneer wordt gecorrigeerd voor het totale aandeel mannelijke gasten. Hiermee wordt het stereotype van mannen als stem van de autoriteit bevestigd. Dit is in lijn met eerdere onderzoeksresultaten (Sjøvaag & Pedersen, 2019; Hetsroni & Lowenstein, 2014; Franks & Howell, 2019; Ross & Carter, 2011). Wanneer verder wordt ingezoomd op de samenstelling van de gasten bij de verschillende onderwerpen, blijkt dat gasten met een inhoudelijk vakgebied, zoals wetenschappers en politici, met name aanschuiven bij de door mannen gedomineerde onderwerpen. Bij de vrouwenonderwerpen werkt het merendeel van de tafelgasten in een vakgebied gerelateerd aan entertainment (o.a. mediapersoonlijkheden, sporters, muzikanten). Als wordt aangenomen dat de gasten worden geselecteerd omdat hun vakgebied aansluit bij het te bespreken onderwerp, kan worden gesteld dat ook hierin wordt weerspiegeld dat mannen worden geassocieerd met inhoud en expertise en dat vrouwen voornamelijk dienen voor het entertainment.

4.4 Voorspellen gender talkshowgasten

Talkshowgasten worden geselecteerd aan de hand van de onderwerpen die in de uitzending behandeld zullen worden (Ruigrok et al., 2012). Verschillende factoren kunnen op de redacties van talkshows een rol spelen bij de gastenselectie, zoals de leeftijd en het vakgebied van de (potentiële) gasten. Om dieper inzicht te krijgen in de relatie tussen gender en deze twee factoren, is met een logistische regressieanalyse onderzocht of het gender van de tafelgasten kan worden voorspeld aan de hand van de leeftijd en het vakgebied. Bij het vakgebied is, net als bij de analyses over de leeftijd en de besproken onderwerpen, onderscheid gemaakt tussen inhoudelijke en entertainment gerelateerde vakgebieden, zoals geoperationaliseerd in de codeerinstructie in Bijlage A.

Tabel 4. *Statistische gegevens logistische regressieanalyse*

Voorspellers	Gender			Gender			Gender		
	<i>Odds Ratios</i>	<i>CI</i>	<i>p</i>	<i>Odds Ratios</i>	<i>CI</i>	<i>p</i>	<i>Odds Ratios</i>	<i>CI</i>	<i>p</i>
(Interceptie)	0.50	0.47- 0.53	< . .001	1.47	1.18- 1.83	.001	1.36	1.08- 1.71	.009
Leeftijd				0.98	0.97- 0.98	< .001	0.98	0.97- 0.98	< .001
Soort vakgebied							1.14	1.01- 1.29	.028
Observaties	5311			5311			5311		
R ² Tjur	.000			.019			.020		

Uit de regressieanalyse blijkt dat zowel leeftijd ($p < .001$) als het soort vakgebied ($p = .028$) significante voorspellers zijn van het gender van de tafelgasten. Naarmate de leeftijd toeneemt, neemt de kans dat de gast een vrouw is iets af ($OR = 0.98$, 95% CI: 0.97 – 0.98). Wanneer gasten een entertainment gerelateerd vakgebied beoefenen is de kans 1.14 keer groter dat de gast een vrouw is dan dat de gast een man is ($OR = 1.14$, 95% CI: 1.01 – 1.29). Het regressiemodel blijkt statistisch significant ($\chi^2(2, N = 5310) = .020, p = .009$). De resultaten van de logistische regressie zijn gepresenteerd in Tabel 4.

4.5 Spreekijd mannen en vrouwen in Op1

Genderstereotypen uiten zich niet alleen in de selectie van de gasten, maar ook de spreekijd die de gasten krijgen is een indicatie van hun nieuws waarde (Qadir & Riaz, 2015; Harcup & O'Neill, 2017). Om te onderzoeken in hoeverre de spreekijd van mannelijke en vrouwelijke Op1-gasten verschilt, is gebruikgemaakt van de ondertiteling van de uitzendingen. In deze dataset is per spreker geregistreerd hoe lang deze persoon aan het woord was³. Aan de hand van deze tijden is voor mannen en vrouwen een gemiddelde spreekijd per aflevering berekend.

Mannelijke Op1-gasten zijn langer aan het woord zijn dan hun vrouwelijke medegasten. Gemiddeld krijgen mannelijke gasten in Op1 1.17 keer meer spreekijd dan vrouwen. Uit een independent t-test blijkt dat een mannelijke gast per uitzending gemiddeld

³ De dataset van de spreektijden is niet compleet, zie ook paragraaf 3.5 in de methode

245.03 seconden aan het woord is ($SD = 188$) en vrouwen gemiddeld 209.97 seconden ($SD = 175$). Het verschil is significant ($t(2022.7) = 4.97, p < .001$) en hypothese H5 kan dan ook worden geaccepteerd. Mannen worden niet enkel vaker te gast uitgenodigd in Op1, maar krijgen tevens meer spreektijd dan de vrouwelijke gasten. Dit is in lijn met resultaten uit eerder onderzoek van Qadir en Riaz (2015).

4.6 Onderbrekingen mannelijke en vrouwelijke tafelgasten

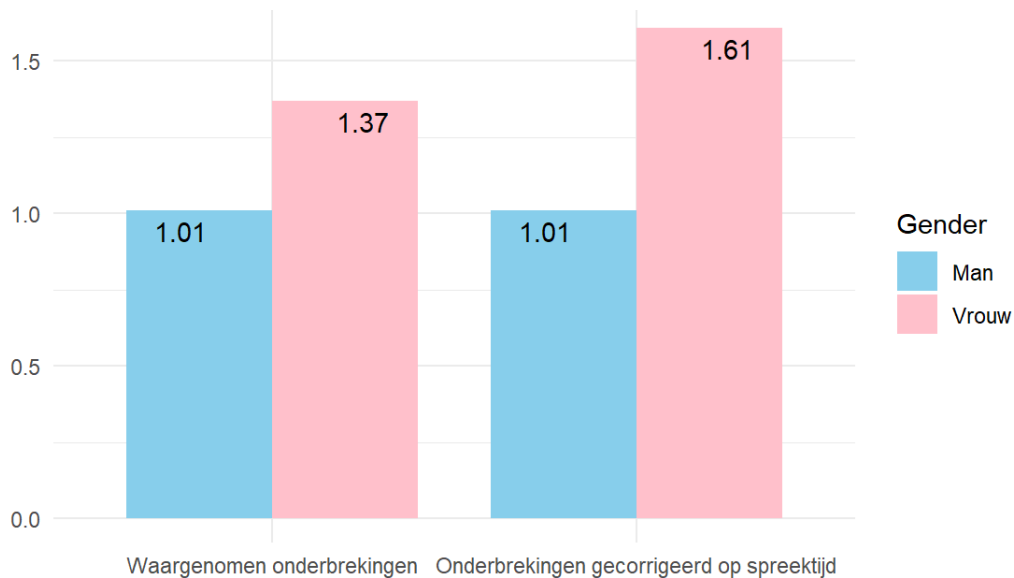
Ook in het aantal onderbrekingen van mannelijke en vrouwelijke tafelgasten is stereotypering terug te zien. Onderbreken kan worden geïnterpreteerd als een teken van autoriteit en dominantie, eigenschappen die stereotyperend worden gelinkt aan mannelijkheid (Qadir & Riaz, 2015). Om te onderzoeken of er een verband bestaat tussen het gender van de Op1-gasten en het aantal keer dat zij door de presentatoren worden onderbroken, is een handmatige analyse uitgevoerd.

De steekproef die voor de handmatige analyses is gebruikt bestaat uit zestig willekeurig geselecteerde uitzendingen Op1, bestaande uit 199 items. In de steekproef komen 330 unieke namen voor. De meerderheid van deze personen, 72.4 procent ($N = 239$), was in één aflevering te gast. De overige gasten kwamen terug in meerdere uitzendingen. De twee meest voorkomende gasten in de steekproef waren vrouwen: Saskia Belleman en Suse van Kleef. Zij waren beide in zeven van de zestig afleveringen te gast. In totaal kwamen 480 personen in de 199 fragmenten aan het woord. Hiervan was 66.0 procent man ($N = 317$) en 34.0 procent vrouw ($N = 163$), wat de steekproef een representatieve afspiegeling van de algehele gastendataset maakt, waar de verdeling 65.4 procent mannen en 34.6 procent vrouwen was.

Bij ieder fragment in de steekproef is geturfd hoe vaak iedere gast werd onderbroken door de presentatoren. Op basis hiervan zijn gemiddelde aantallen onderbrekingen voor mannen en vrouwen berekend. Hierbij is rekening gehouden met de onderzoeksresultaten van hypothese H5. Gebleken was dat mannen 1.17 keer meer spreektijd krijgen in de uitzendingen dan de vrouwelijke gasten. Om de gemiddelden te vergelijken zijn de onderbrekingen van de vrouwen vermenigvuldigd met factor 1.17.

Uit een independent t-test blijkt dat vrouwen structureel vaker worden onderbroken dan mannen. Bij een gelijke hoeveelheid spreektijd worden vrouwen per fragment gemiddeld 1.61 keer onderbroken ($SD = 1.62$) en mannen 1.01 keer ($SD = 1.09$), zoals weergegeven in Figuur 9. Dit verschil blijkt significant ($t(239.76) = -4.27, p < .001$) en hypothese H6 wordt daarom aangenomen. Dit komt overeen met de bevindingen van Qadir en Riaz uit 2015. Zij

stelden dat dit voortkwam uit een scheve machtsverhouding. Doordat mannen meer als autoriteit worden gezien, worden zij minder vaak onderbroken dan vrouwen. Het huidige onderzoeksresultaat bevestigt deze resultaten.



Figuur 9. Aantal onderbrekingen mannelijke en vrouwelijke gasten per fragment

4.7 Stereotypische man-vrouwrollen aan de talkshowtafel

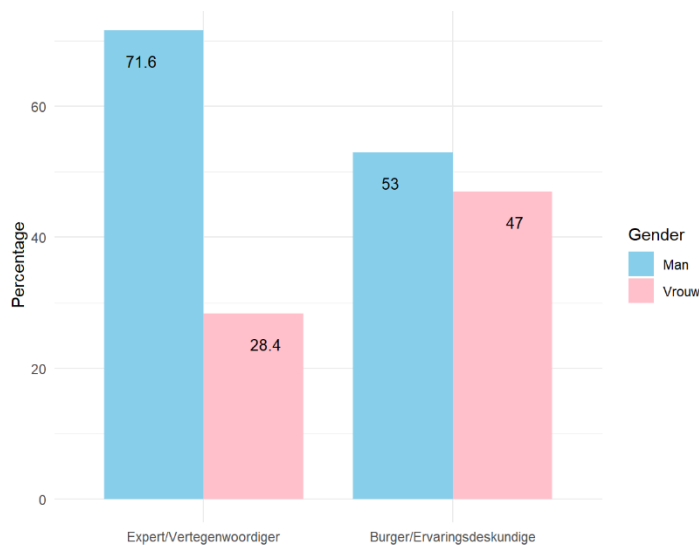
Traditionele man-vrouwrolpatronen in de maatschappij zijn gebaseerd op genderstereotypen. Mannelijkheid wordt geassocieerd met intellect en expertise en vrouwelijkheid met warmte en zorgzaamheid (Hetsroni, 2015; Berger & Krahé, 2013). In de samenleving hebben mannen doorgaans dan ook een meer dominante, autoritaire rol dan vrouwen (Ott & Mack, 2013; Hetsroni & Lowenstein, 2014). Om nader in te zoomen op de rolverdeling tussen mannen en vrouwen aan de talkshowtafel van Op1, is een handmatige inhoudsanalyse uitgevoerd waarbij de volgende vraag centraal stond: schuift deze gast aan als expert/vertegenwoordiger van het vakgebied of als burger/ervaringsdeskundige? De gasten zijn ingedeeld in één van deze twee categorieën. Per fragment is genoteerd wie aan het woord waren en welke rol de gasten hadden in het gesprek.

Uit de handmatige analyse blijkt dat 71.6 procent van de experts uit de steekproef man is en 28.4 procent vrouw (Figuur 10a). Wanneer deze percentages worden gecorrigeerd voor het totale aandeel mannen en vrouwen in de steekproef, kan worden gesteld dat mannen 1.09 keer vaker te gast zijn als expert dan op basis van de man-vrouwverdeling in de steekproef zou worden verwacht ($SD = .49$). Vrouwen worden ondervetegenwoordigd bij de experts (M

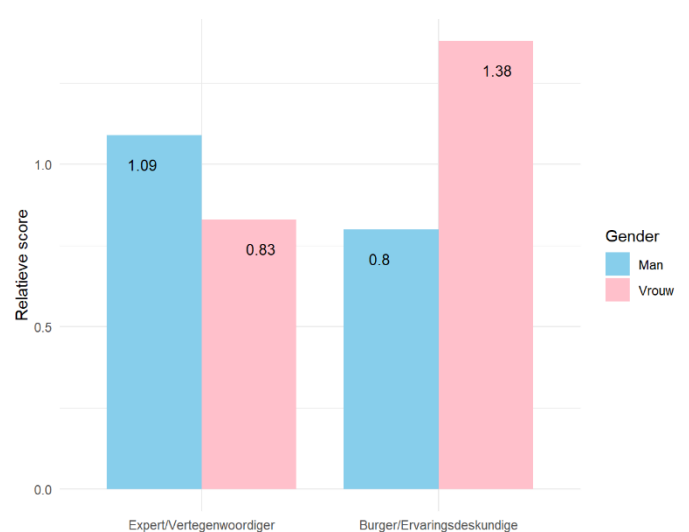
$=.83$, $SD = .51$). Een independent t-test laat een significant verschil zien ($t(212.74) = 3.46$, $p < .001$). Hypothese H7 kan daarom worden aangenomen.

Uit de analyse blijkt bovendien dat vrouwen relatief vaker dan mannen te gast zijn als burger, slachtoffer of ervaringsdeskundige, zoals geïllustreerd in Figuur 10b. Van alle gasten die aan tafel plaatsnemen in de rol van burger/ervaringsdeskundige, is 53.0 procent man en 47.0 procent vrouw (Figuur 10a). In vergelijking met het totale aandeel mannen en vrouwen kan worden gesteld dat vrouwen worden oververtegenwoordigd ($M = 1.38$, $SD = .83$) en mannen worden ondervertegenwoordigd ($M = .80$, $SD = .54$) bij de burgers in de talkshow. Ook dit verschil blijkt significant ($t(87.91) = -2.43$, $p = .017$) en hypothese H8 wordt daarmee bevestigd.

Mannen worden vaker uitgenodigd als expert dan vrouwen, waaruit kan worden afgeleid dat mannen in grotere mate als autoriteit worden beschouwd dan vrouwen. Vrouwen in Op1 zijn daarentegen vaker een ‘gewone’ gast of worden uitgenodigd als slachtoffer. Deze bevindingen komen overeen met eerdere onderzoeksresultaten van onder andere Hetsroni en Lowenstein (2014), Sjøvaag en Pedersen (2019) en Franks en Howell (2019).



Figuur 10a. Percentages mannen en vrouwen in de rol van expert en burger



Figuur 10b. Mannen en vrouwen in de rol van expert en burger, gecorrigeerd voor man-vrouwverhouding in de gehele steekproef

4.8 Genderstereotyperende framing in de tafelgesprekken

Stereotypering kan worden beschouwd als een vorm van framing. Bepaalde kenmerken of denkbelden worden uitgelicht of benadrukt om zo een (vaak eenzijdig) beeld

van een sociale groep te construeren (Burns & Granz, 2021; Dobson & Knezevic, 2018; Brüggeman, 2014). Mannen en vrouwen worden, als gevolg van stereotypen, verschillend geportretteerd in de media (Wood, 1994; Ott & Mack, 2013; Ellemers, 2018). Mannen worden neergezet als ambitieuze carrièremannen en vrouwen als zorgzame huisvrouwen. Daarnaast wordt mannelijkheid geassocieerd met competentie en vrouwelijkheid met incompetentie. Om te onderzoeken in hoeverre deze genderstereotypen-bevestigende frames voorkomen in de uitzendingen van Op1, is een handmatige inhoudsanalyse uitgevoerd.

4.8.1 Privéleven

Allereerst is in de steekproef geïdentificeerd bij welke gasten wordt gesproken over hun privéleven. In fragmenten waar wordt gesproken over het persoonlijk leven van de tafelgasten gaat dit in de meeste gevallen specifiek over familie, bijvoorbeeld over de kinderen of partners van de tafelgasten. Zo is zangeres Karsu Dönmez te gast in een uitzending over de aardbeving in Turkije, waar zij spreekt over haar familie die in het getroffen gebied woont (Op1, 06-02-2023). Een ander voorbeeld gaat over viroloog Marion Koopmans. In de uitzending zijn zij en haar zoon te gast om te spreken over de invloed van haar plotselinge bekendheid op het gezin (Op1, 30-11-2022). Zusjes Kelly, Kirsten en Laura Klingenberg zijn bovendien te gast om te praten over hoe het is om op te groeien met een verslaafde ouder (Op1, 22-10-2021) en Jeroen Saris vertelt over zijn vader die NSB'er bleek te zijn en de gevolgen daarvan op zijn jeugd: "Ik heb het vertrouwen in mijn vader voor enige tijd volledig tijd verloren" (Op1, 16-02-2023). Oud-politica Andree van Es spreekt over haar overleden echtgenoot: "Meer dan 25 jaar geleden is hij verongelukt" (Op1, 31-01-2023).

Niet altijd speelt de familie een hoofdrol, ook bijvoorbeeld de financiële situatie, politieke voorkeur en geloofsovertuiging zijn onderdeel van de gesprekken rondom de privélevens van de gasten. Mineke Veldhuijzen en Linda Bovendeert zijn te gast om te spreken over de persoonlijke gevolgen die zij als ouderen ervaren door inflatie en stijgende energieprijzen (Op1, 07-09-2022). Cabaretier Erik van Muiswinkel haakt tijdens een gesprek over een mogelijke fusie van GroenLinks en PvdA in door te vertellen over zijn eigen politieke voorkeur: "Ik stemde vroeger altijd op Partij van de A en ik ben eigenlijk nooit zo erg groen geweest" (Op1, 31-01-2023). Religie komt onder andere terug in een gesprek met Riane Kuzee: "Ik ben christelijk opgevoed, dus hoe het er in een kerk aan toegaat is niet onbekend voor mij", vertelt zij over de rol die de kerk kan spelen bij armoedebestrijding (Op1, 31-01-2023).

Uit de handmatige inhoudsanalyse blijkt dat het privéleven van vrouwelijke tafelgasten vaker ter sprake komt dan dat van mannelijke medegasten. Van de vrouwen die te gast zijn in de afleveringen in de steekproef wordt bij 42.3 procent ($N = 69$) gesproken over persoonlijke zaken, zoals partners, kinderen of geloofsovertuiging. Bij de mannen is dit 23.3 procent ($N = 74$), zoals te zien in Figuur 11. Dit verschil is significant, zo laat een chi-kwadraattoets zien ($\chi^2(1, N = 480) = 17.66, p < .001$). Hypothese H9 wordt geaccepteerd. Deze bevinding is in lijn met eerdere literatuur van Ellemers (2018), Wood (1994) en Ott en Mack (2013) waaruit bleek dat vrouwen in de media worden neergezet als huiselijke, zorgzame types.

4.8.2 Carrière

Kleinere verschillen bestaan er tussen de mannelijke en vrouwelijke gasten wanneer wordt gekeken naar het carrièrestereotype. In de uitzendingen wordt vaak over de carrières van de tafelgasten gesproken. Voorbeelden zijn te vinden in de gesprekken met sportverslaggever Hans van Zetten (“Op m'n achttiende besloot ik, ik word trainer en daarna word ik televisiecommentator”; Op1, 29-04-2020), politica Gunay Uslu (“Ik ben gevraagd om staatssecretaris voor Cultuur en Media te worden”; Op1, 23-05-2022) en expert infectieziekten Anja Schreijer (Presentator Jort Kelder tegen Schreijer: “Jij bent in dezelfde week als Ernst Kuipers aangesteld bij het Erasmus MC”; Op1, 16-09-2022). Ook met presentatrice Raisha Zeegelaar wordt gepraat over momenten in haar carrière. “Jij hebt ooit gewerkt als presentator bij Spuiten en Slikken”, begint presentatrice Natasja Gibbs het gesprek, waarna Zeegelaar verdergaat over haar huidige werkzaamheden die nogal verschillen van haar eerdere presentatieklussen: “Ik presenteer op het moment verschillende kinderprogramma's” (Op1, 20-01-2023).

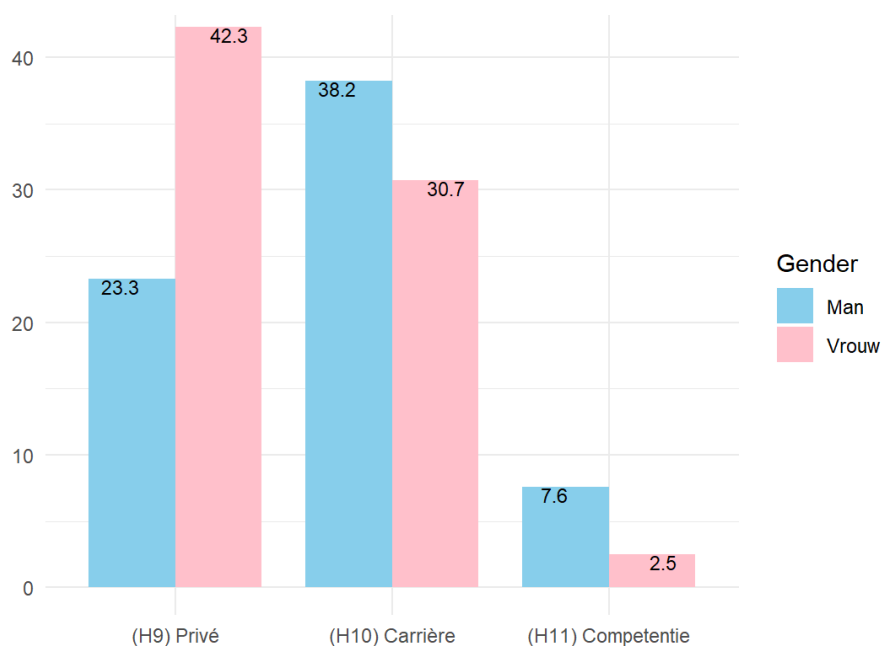
Mannelijke en vrouwelijke tafelgasten vertellen ongeveer even vaak over hun carrières. Uit de analyse blijkt dat 38.2 procent van de mannen ($N = 121$) en 30.7 procent van de vrouwen ($N = 50$) spreekt over diens carrière, zoals gepresenteerd in Figuur 11. Dit verschil is niet significant ($\chi^2(1, N = 480) = 2.32, p = .128$). Hypothese H10 moet dan ook worden verworpen. De conclusie van Ellemers (2018), Wood (1994) en Ott en Mack (2013) dat mannen in de media vaker dan vrouwen worden neergezet als carrièregedreven, kan met deze bevindingen niet worden bevestigd.

4.8.3 Competentie

Ook het stereotype dat mannen competent en rationeel zouden zijn en vrouwen incompetent en emotioneel, is onderzocht aan de hand van de handmatige inhoudsanalyse. Zowel bij mannelijke als vrouwelijke gasten wordt veelal neutraal gesproken over competenties. Slechts enkele keren worden gasten bekritiseerd, veelal impliciet. Zo bekritiseert wijlen Peter R. de Vries in een gesprek meermaals de standpunten van journaliste Suse van Kleef: “Vind je dat niet een beetje raar om dat zo te zeggen?” (Op1, 09-01-2020). Presentator Sander Schimmelpenninck spreekt daarnaast Caroline Oomens, voorzitter studentenvereniging L.A.N.X., toe: “Hebben jullie nu niet het gevoel dat je het voor jezelf een beetje hebt verpest?” (Op1, 06-08-2020).

Wanneer expliciet positief wordt gesproken over competenties zijn de gasten vaak winnaars van een prijs of onderscheiding. In de aflevering van 29 mei 2020 was Jort Kelder bijvoorbeeld te gast ter gelegenheid van het winnen van de Pim Fortuynprijs en op 20 januari 2023 schoof Tim Hofman aan als Journalist van het Jaar. Ook komen competenties van de gasten weleens spontaan ter tafel. Muzikant Dominic Seldis vertelt bijvoorbeeld over zijn student en medetafelgast Lucie Horsch: “*She's an unbelievably rare talent and she doesn't really know how good she is*” (Op1, 16-06-2020), Natasja Gibbs noemt gast Paul Witteman “één van de beste interviewers van Nederland” (Op1, 11-10-2021) en Sophie Hilbrand spreekt twee studenten lovend toe in een uitzending over nieuwe technologische ontwikkelingen: “Jullie hebben dit in drie weken uit de grond gestampt, dat is echt ontzettend knap!” (Op1, 17-04-2020).

Competentie wordt over het algemeen weinig benoemd, maar iets vaker bij de mannelijke gasten dan bij de vrouwen. Met 7.6 procent van de mannen ($N = 38$) en 2.5 procent van de vrouwen ($N = 16$) wordt gesproken over competentie (Figuur 11). Wanneer de competentie van de gasten ter tafel komt, worden vrouwen ($N = 6$, 37.5 procent) relatief vaker geportretteerd als incompetent dan mannen ($N = 7$, 18.4 procent). Uit een independent t-test blijkt dat dit verschil niet significant is ($t(350.06) = 1.65, p = .100$). Hypothese H11 wordt verworpen. Deze resultaten staan in contrast met conclusies uit de studies van Wood (1994) en Ott en Mack (2013).



Figuur 11. Percentage stereotypen bij mannelijke en vrouwelijke tafelgasten

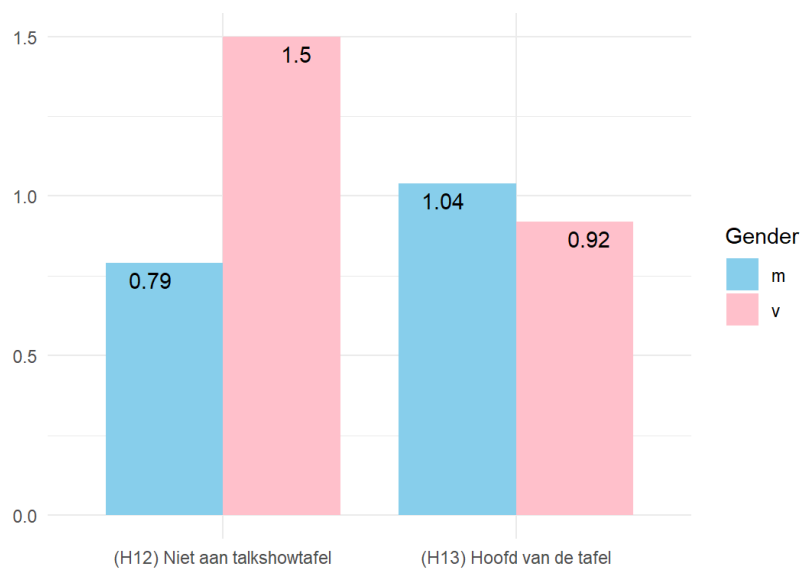
4.9 Positionering van de talkshowgasten aan tafel

Ook in een tafelsetting kunnen machtsverhoudingen – en daarmee ook genderstereotypen – worden weerspiegeld. Des te groter de afstand tussen twee personen aan tafel, des te groter het verschil in status of macht. De personen met de meeste autoriteit, in dit geval de presentatoren, zitten aan het hoofd van de tafel (Arnette & Lit, 2012). Om de onderzoeken of er een verschil bestaat tussen het gender van de gasten en de plaats aan de talkshowtafel, is gebruikgemaakt van een handmatige inhoudsanalyse. In de steekproef zijn per uitzending gemiddeld 8 personen te gast. Veelal wordt per fragment gewisseld in de tafelindeling, waardoor in één aflevering meer dan twee personen direct naast de presentatoren komen te zitten. Per uitzending zitten gemiddeld 3.73 personen direct naast de presentatoren, gemiddeld 3.55 gasten zitten wel aan tafel maar met minimaal één andere gast tussen hem/haar en de presentator, en per aflevering zitten 0.72 personen niet aan tafel maar op de rij erachter of zijn aanwezig in de studio via een videoverbinding.

Allereerst is onderzocht of vrouwen vaker dan mannen niet aan de talkshowtafel zitten. Hierbij is rekening gehouden met de bevindingen van hypothese H1: mannen zijn over het algemeen vaker aanwezig in talkshows dan vrouwen. Het percentage mannen en vrouwen dat niet aan tafel zit is daarom gecorrigeerd voor het aandeel mannen en vrouwen dat in totaal te gast was per aflevering. Vrouwen blijken te worden oververtegenwoordigd op de tweede rij (of videoverbinding). Van alle gasten die niet aan de talkshowtafel zitten is 53.5 procent man en 46.5 procent vrouw. In totaal bestaat de steekproef voor 66.0 procent uit mannen en 34.0

procent uit vrouwen. Vrouwen worden dus 1.5 keer vaker op de tweede rij geplaatst dan op basis van de man-vrouwverdeling in de gehele steekproef zou worden verwacht ($SD = 1.57$), zoals gevisualiseerd in Figuur 12. De relatieve score voor mannen op de tweede rij is 0.79 ($SD = .57$). Hypothese H12 wordt niet geaccepteerd aangezien een independent t-test geen significant verschil maar een trend laat zien ($t(40) = -1.94, p = .059$). Deze trend bevestigt eerdere verwachtingen. Uit onderzoek van Wood (1994) en Ott en Mack (2013) bleek dat mannelijkheid wordt geassocieerd met autoriteit. Arnette en Lit (2012) toonden aan dat personen met een hoge status doorgaans het dichtst bij het hoofd van de tafel zitten. Deze bevindingen bevestigen de aanname dat vrouwen als minder autoritair worden beschouwd dan mannen en daarom vaker plaatsnemen op een rij achter de talkshowtafel.

Daarnaast is onderzocht of mannen vaker dan vrouwen direct naast de presentatoren zitten. Van alle gasten naast de presentatoren aan tafel was 68.0 procent man en 32.0 procent vrouw. Mannen zitten 1.04 keer vaker aan het hoofd van de tafel dan je op basis van het algehele percentage mannen in de steekproef mag verwachten ($SD = .13$) (Figuur 12). Vrouwen hadden een gemiddelde relatieve score van 0.92 ($SD = .25$). Een independent t-test laat een significant verschil zien ($t(92) = 2.94, p = .004$) en hypothese H13 wordt daarom geaccepteerd. Aan het hoofd van de talkshowtafel van Op1 worden mannen oververtegenwoordigd. Dit bevestigt de bevindingen van Arnette en Lit (2012), Wood (1994) en Ott en Mack (2013). Mannen zitten vaker aan het hoofd van de tafel dan vrouwen en worden daardoor, wat betreft de positionering aan tafel, neergezet als degenen met de meeste autoriteit.



Figuur 12. Aandeel mannen en vrouwen aan tafel, gecorrigeerd voor aandeel mannen en vrouwen per aflevering

5. Conclusie en discussie

Op1 houdt stereotypering van mannen en vrouwen in stand. Hoewel vrouwen sinds 2020 steeds een beetje beter worden vertegenwoordigd in de talkshow en er een aantal vrouwen zeer prominent aanwezig zijn als tafelgast, zoals misdaadjournalist Saskia Belleman en viroloog Marion Koopmans, bevestigt de talkshow toch vooral het beeld dat mannen de norm zijn en vrouwen een inferieure Ander. Daarnaast wordt het stereotype levend gehouden dat mannen de stem van de autoriteit zijn en vrouwen slechts ‘gewone’ burgers. Ook wordt in stand gehouden dat vrouwen jong en aantrekkelijk horen te zijn om te worden gerepresenteerd in de media. Zowel in de selectie als in de framing van de mannelijke en vrouwelijke tafelgasten worden deze stereotypen weerspiegeld. Op1 houdt hiermee verwachtingen in stand over hoe mannen en vrouwen horen te zijn en hoe ze zich horen te gedragen.

Mannen zijn de norm

Mannen zijn de norm in de samenleving en dit wordt in de uitzendingen van Op1 bevestigd, zo kan worden geconcludeerd op basis van de onderzoeksresultaten. Allereerst leert het onderzoek ons dat Nederlandse nieuwsmedia mannen als nieuwswaardiger zien dan vrouwen. Mannen zijn bij alle omroepen van Op1 vaker te gast dan vrouwen: 34.6 procent van de gasten is vrouw, 65.4 procent is man. Vrouwen blijken daarnaast beter te worden vertegenwoordigd bij publieke omroepen dan bij commerciële zenders. Bij de NPO schuiven relatief meer vrouwelijke tafelgasten aan in de vooravond-talkshows dan in de uitzendingen van Op1.

De huidige studie is specifiek gericht op de talkshowgasten van Op1: wie zitten er aan tafel, wat wordt er besproken en welk beeld wordt er van de tafelgasten gevormd? De vergelijking met andere soorten talkshows beperkt zich in deze studie tot de man-vrouwverhouding en kan in toekomstig onderzoek worden uitgebreid met andere variabelen zoals de rolverdeling aan tafel, de interactie met leeftijd en stereotypische framing in de tafelgesprekken. Daarnaast zijn de redenen waarom mannen vaker worden uitgenodigd in talkshows dan vrouwen niet onderzocht. Liza Gross, directeur van de Internationale Mediastichting voor vrouwen, verklaart de oververtegenwoordiging van mannen aan de hand van de samenstelling van nieuwsredacties (Algemeen Dagblad, 2016). Nu is slechts 29 procent van de journalisten in Nederland vrouw en het nieuws wordt dan ook voornamelijk verteld vanuit mannelijk perspectief (Global Media Monitoring Project, 2020; Toff & Palmer,

2019). Volgens Femke van Zeijl, voorzitter van Stichting Vrouw & Media, ligt het niet aan de redacties maar willen of durven vrouwen hun stem niet te laten horen (Dekker, 2007). Shula Rijxman, bestuurslid van de NPO bevestigt dit in een artikel van Trouw (Baneke, 2017). Door in vervolgonderzoek ook te richten op de afwegingen die op redacties rondom diversiteit worden gemaakt, bijvoorbeeld aan de hand van diepte-interviews met journalisten, kan hier meer inzicht in worden verkregen. Interessant hierbij is om gedurende deze interviews ook in te gaan op de verschillen tussen de vier omroepen. Aanleiding hiervoor zijn de onderzoeksresultaten waaruit bleek dat BNNVARA, als progressief profilerende organisatie, niet de omroep is waarbij vrouwen het best worden vertegenwoordigd. Bovendien kan niet alleen de vertegenwoordiging van vrouwen, maar ook die van de verschillende politieke richtingen in de diepte-interviews worden onderzocht. In hoeverre klinkt de verzuiling nog door in het omroepbestel en hoe vertaalt zich dat in de gastenselectie van Op1?

Mannen zijn niet alleen de norm omdat zij vaker te gast zijn in Op1, maar mannelijke gasten krijgen bovendien meer spreektijd dan vrouwelijke medegasten. De spreektijd van de tafelgasten was nog niet eerder in Nederlandse studies onderzocht, wat het huidige onderzoek vernieuwend maakt. Hierbij moet ook een beperking worden benoemd. Een groot deel van de spreektijd werd gemist door gaten in de ondertitelingendataset, wat nadelig is voor de externe validiteit. Van de 50 tot 60 minuten zendtijd per aflevering was gemiddeld slechts 16.8 minuten gevuld met ondertiteling. Echter, deze onderzoeksresultaten zijn wel al een eerste indicatie van de spreektijd van mannen en vrouwen in talkshows. In toekomstig onderzoek kan de generaliseerbaarheid van de resultaten worden vergroot door handmatig per aflevering de spreektijd van de tafelgasten te registreren of door gebruik te maken van nauwkeurigere software.

Jonge, aantrekkelijke, entertainende vrouwen

Het tweede stereotype dat door Op1 wordt bevestigd is het stereotype dat vrouwen vooral jong en aantrekkelijk behoren te zijn. Leeftijd was nog niet eerder onderzocht in studies naar Nederlandse talkshows en deze toevoeging biedt dan ook nieuwe inzichten in de representatie van mannen en vrouwen in de media. Uit de onderzoeksresultaten blijkt dat vrouwen gemiddeld vier jaar jonger zijn dan mannelijke gasten. De verhouding mannen en vrouwen is redelijk gelijk tot de dertig jaar, maar naarmate de leeftijd hoger wordt gaan vrouwen een steeds kleiner aandeel van het totaal aantal gasten uitmaken. Dit effect is bovendien sterker voor vrouwen met een baan gerelateerd aan entertainment dan voor vrouwen met een inhoudelijk vakgebied. Waar we mannen op de Nederlandse televisie steeds

ouder zien worden, verdwijnen vrouwen vanaf een bepaalde leeftijd van het scherm. In vervolgstudies kan worden onderzocht wat de reden is van de ondervertegenwoordiging van oudere vrouwen in de media. Aan de hand van surveys en diepte-interviews kan worden achterhaald of redacteurs en producenten zich bewust zijn van hun voorkeur voor jonge vrouwen en welke afwegingen op de redacties ertoe leiden dat oudere mannen wel worden gerepresenteerd in de media en vrouwen van dezelfde leeftijd niet of nauwelijks. Daarnaast kan het in toekomstig onderzoek interessant zijn te kijken naar de leeftijd van mannen en vrouwen bij verschillende soorten programma's, bijvoorbeeld door inhoudelijke televisie te vergelijken met entertainmentmedia.

Mannen als stem van de autoriteit, vrouwen als gewone burgers

Twee andere genderstereotypen die in Op1 worden weerspiegeld zijn het beeld van de dominante, autoritaire man en van de vrouw als gewone, huiselijke burger. Mannen en vrouwen worden op dit vlak veelal geportretteerd als elkaars tegenpolen, zoals ook bleek uit eerder onderzoek van onder andere Ellemers (2018) en Ott en Mack (2013), en deze stereotypen hangen dan ook met elkaar samen. Uit het onderzoek is gebleken dat experts in Op1 vaker mannen dan vrouwen zijn. Vrouwen schuiven daarentegen vaker dan mannen aan als burger of slachtoffer. Deze bevindingen worden bevestigd in de onderwerpen waarover door de Op1-gasten wordt gesproken. Mannen domineren de meeste gespreksonderwerpen en schuiven bovendien vaker aan bij inhoudelijke onderwerpen dan vrouwen. Bij de onderwerpen die het meest door vrouwen worden gedomineerd, 'Seksualiteit en relatie' en 'Grensoverschrijdend gedrag en misbruik', ging het niet om expertise maar om het leed dat vrouwen was aangedaan door mannen in een machtspositie ('Grensoverschrijdend gedrag en misbruik'), of over de gemarginaliseerde positie van vrouwen in de samenleving ('Seksualiteit en relatie'). Dit bevestigt het stereotype dat vrouwen een subject zijn en mannen het object.

De autoritaire rol van mannen wordt ook weerspiegeld in de positionering van de gasten aan tafel en het aantal onderbrekingen. Mannen zitten veelal op een prominentere plaats aan tafel en worden minder vaak onderbroken door de presentatoren dan de vrouwelijke gasten. Uit eerder onderzoek van Qadir en Riaz (2015) bleek dat vrouwen in talkshows vaker worden onderbroken dan mannen, en dat mannen vaker dan vrouwen hun gesprekspartner onderbreken. Dat laatste is in de huidige studie echter niet meegenomen. In toekomstige studies kan het daarom interessant zijn verder te kijken naar deze relatie tussen gender en het aantal onderbrekingen.

Ook door framing in de tafelgesprekken houdt Op1 genderstereotypen in stand. Met vrouwelijke gasten wordt vaker gesproken over hun privéleven dan met de mannen, wat het beeld van de vrouw als zorgende huisvrouw in stand houdt. Bij het identificeren van de stereotyperende framing is geen onderscheid gemaakt tussen de vragen die door de presentatoren werden gesteld of informatie die op initiatief van de gast ter tafel kwam. Hierdoor kan niet met zekerheid worden gesteld dat de gevonden verschillen zijn veroorzaakt doordat de mannelijke en vrouwelijke gasten anders worden geportretteerd. Door in toekomstige studies enkel te focussen op de vragen die door de presentatoren aan de gasten worden gesteld, kan de interne validiteit van de onderzoeksresultaten worden vergroot. Daarnaast kan het voor vervolgstudies interessant zijn dieper in te zoomen op stereotyperende framing in beelden. Waar in dit onderzoek enkel is gekeken naar de positionering van de gasten, kan bijvoorbeeld ook worden geanalyseerd in hoeverre het uiterlijk een rol speelt bij mannelijke en vrouwelijke gasten, hoe lang mannen en vrouwen in beeld zijn en welke gezichtsuitdrukkingen de gasten maken. Dit is mogelijk door gebruik te maken van *machine learning* technieken, waarmee onder andere automatisch kan worden geanalyseerd hoe personen in beeld worden gebracht (Guo et al., 2016).

De huidige studie vormt een beeld van de stand van zaken rondom genderstereotypen en -rollen in het Nederlandse medialandschap. Op veel vlakken komen de onderzoeksresultaten overeen met die uit eerder onderzoek. Zo ook met de studie van Wood (1994) van bijna drie decennia geleden. De aanname dat seksisme iets is uit het verleden of iets dat in andere samenlevingen ter wereld plaatsvindt, zoals volgens Gill et al. (2017) veel wordt gedacht, is incorrect. Genderstereotypen zijn nog steeds aan de orde van de dag. Dit wil echter niet zeggen dat het in deze jaren nauwelijks is veranderd hoe mannen en vrouwen in de media worden geportretteerd. Het interpreteren van stereotypen is subjectief en omgevingsfactoren spelen altijd een rol bij het identificeren hiervan (Neuman, 2011). Tegenwoordig is er meer aandacht voor emancipatie en genderdiversiteit en we zijn ons dan ook in groter wordende mate bewust van deze stereotypen (Varghese & Kumar, 2020). Wat we identificeren als stereotypering kan hierdoor in de afgelopen decennia zijn veranderd. De veranderingen in het medialandschap kunnen nader worden onderzocht aan de hand van een longitudinaal onderzoek, waarbij zowel hedendaagse talkshows als talkshows van enkele decennia geleden worden geanalyseerd.

De toenemende aandacht voor genderdiversiteit biedt bovendien een interessante mogelijkheid voor vervolgonderzoek. Waar in eerdere studies (o.a. Ellemers, 2018; Ott &

Mack, 2013) enkel onderscheid werd gemaakt tussen mannen en vrouwen, is in de huidige studie de categorie ‘anders’ toegevoegd voor personen die zich niet identificeren als zijnde man of vrouw. Het aantal Op1-gasten dat was in te delen in deze categorie was te verwaarlozen, maar het laat wel zien dat er in de maatschappij anders wordt gedacht over gender dan enkele jaren geleden. In vervolgonderzoek kan worden gemonitord hoe deze maatschappelijke ontwikkelingen rondom genderdiversiteit zich uiten in de media. Waar nu nog veelal wordt gedacht in de hokjes ‘man’ en ‘vrouw’, zijn onze opvattingen rondom gender over enkele jaren wellicht drastisch veranderd.

Referenties

- Aichholzer, J., & Willmann, J. (2020). Desired personality traits in politicians: Similar to me but more of a leader. *Journal of research in personality*, 88, 103990. DOI: 10.1016/j.jrp.2020.103990
- Algemeen Dagblad. (2016). *Vrouwen blijven ondervertegenwoordigd in media*. Geraadpleegd op <https://www.ad.nl/tv-en-radio/vrouwen-blijven-ondervertegenwoordigd-in-media~a9e6f197/>
- Altheide, D. L. (2013). Media logic, social control, and fear. *Communication Theory*, 23, 223-238. DOI: 10.1111/comt.12017
- Arbib, M. A. (1992). Schema theory. *The encyclopedia of artificial intelligence*, 2, 1427-1443.
- Arnette, S. L., & Ii, T. F. P. (2012). The effects of posture on self-perceived leadership. *International Journal of Business and Social Science*, 3(14), 8-13.
- Baneke, I. (2017). *De talkshow is nog altijd een zaak van witte mannen*. Geraadpleegd op <https://www.trouw.nl/cultuur-media/de-talkshow-is-nog-altijd-een-zaak-van-witte-mannen~b8933d4b/>
- Becker, F., & Kalma, P. (1995). Tussen belang en beginsel. Politieke partijen in sociaal-democratisch perspectief. *Beleid en Maatschappij*, 22(3), 131-140.
- Berger, A., & Krahé, B. (2013). Negative attributes are gendered too: Conceptualizing and measuring positive and negative facets of sex-role identity. *European Journal of Social Psychology*, 43(6), 516-531. DOI: 10.1002/ejsp.1970
- Bird, S., Klein, E., & Loper, E. (2009). *Natural language processing with Python: Analyzing text with the natural language toolkit*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.
- BNNVARA. (2021). *Mediamakers voor kansengelijkheid. Beleidsplan 2022-2026*. Geraadpleegd op <https://www.bnnvara.nl/jaaroverzicht/jaarverslagen-en-statuten>
- Bordalo, P., Coffman, K., Gennaioli, N., & Shleifer, A. (2016). Stereotypes. *The Quarterly Journal of Economics*, 131(4), 1753-1794. DOI: 10.1093/qje/qjw029
- Bordalo, P., Coffman, K., Gennaioli, N., & Shleifer, A. (2019). Beliefs about gender. *American Economic Review*, 109(3), 739-73. DOI: 10.1257/aer.20170007
- Bos, A. L., Greenlee, J. S., Holman, M. R., Oxley, Z. M., & Lay, J. C. (2022). This one's for the boys: How gendered political socialization limits girls' political ambition and

- interest. *American Political Science Review*, 116(2), 484-501. DOI: 10.1080/1554477X.2020.1731280
- Brüggemann, M. (2014). Between frame setting and frame sending: How journalists contribute to news frames. *Communication Theory*, 24(1), 61-82. DOI: 10.1111/comt.12027
- Bruun, H. (1999). The aesthetics of the television talk show. *Nordicom Review*, 21(2), 243-258.
- Bryant, J., & Miron, D. (2002). Entertainment as media effect. In *Media effects*, 559-592. New York, NY: Routledge.
- Burns, M. D., & Granz, E. L. (2021). Confronting sexism: Promoting confrontation acceptance and reducing stereotyping through stereotype framing. *Sex Roles*, 84(9), 503-521. DOI: 10.1007/s11199-020-01183-5
- Ceron, A., & Splendore, S. (2018). From contents to comments: Social TV and perceived pluralism in political talk shows. *New Media & Society*, 20(2), 659-675. DOI: 10.1177/1461444816668187
- Coleman, R., McCombs, M., Shaw, D., & Weaver, D. (2009). Agenda Setting. In *The Handbook of Journalism Studies*, 147-160. New York, NY: Routledge.
- Collins, R. L. (2011). Content analysis of gender roles in media: Where are we now and where should we go?. *Sex roles*, 64, 290-298. DOI: 10.1007/s11199-010-9929-5
- Commissariaat voor de Media. (2022). Representatie van vrouwen in Nederlandse non-fictie televisieprogramma's in 2019 en 2021. Geraadpleegd via <https://www.cvdm.nl/wp-content/uploads/2020/01/Rapport-Representatie-van-vrouwen-in-Nederlandse-non-fictie-televisieprogrammas-in-2019-en-2021.pdf>
- Conroy, M., Joesten Martin, D., & Nalder, K. L. (2020). Gender, sex, and the role of stereotypes in evaluations of Hillary Clinton and the 2016 presidential candidates. *Journal of women, politics & policy*, 41(2), 194-218. DOI: 10.1080/1554477X.2020.1731280
- Criado Perez, C. (2019). *Invisible women: Data bias in a world designed for men*. New York, NY: Abrams Press
- Dekker, W. (2007). *Vrouw & Media werkt aan opheffing*. Geraadpleegd op <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/vrouw-media-werkt-aan-opheffing~b70bae58/>
- Djerf-Pierre, M. (2007). The gender of journalism: The structure and logic of the field in the twentieth century. *Nordicom review*, 28, 81-104.

- Djerf-Pierre, M., & Edström, M. (2020). Chapter 1: Introduction. *Comparing gender and media equality across the globe: Understanding the qualities, causes, and consequences*. Göteborg, Zweden: Nordicom
- Dobson, K., & Knezevic, I. (2018). " Ain't nobody got time for that!": Framing and stereotyping in legacy and social media. *Canadian Journal of Communication*, 43(3), 381-397. DOI: 10.22230/cjc.2018v43n3a3378
- Donohue, G. A., Tichenor, P. J., & Olien, C. N. (1973). Mass media functions, knowledge and social control. *Journalism Quarterly*, 50(4), 652-659.
- Edström, M. (2018). Visibility patterns of gendered ageism in the media buzz: A study of the representation of gender and age over three decades. *Feminist media studies*, 18(1), 77-93. DOI: 10.1080/14680777.2018.1409989
- Eisend, M. (2010). A meta-analysis of gender roles in advertising. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 38(4), 418–440. DOI: 10.1007/s11747-009-0181-x
- Ellemers, N. (2018). Gender stereotypes. *Annual review of psychology*, 69, 275-298. DOI: 10.1146/annurev-psych-122216-011719
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Evangelische Omroep. (2023). *Over de EO*. Geraadpleegd op <https://over.eo.nl/>
- Feldman, L. (2013). Learning about politics from The Daily Show: The role of viewer orientation and processing motivations. *Mass Communication and Society*, 16(4), 586-607. DOI: 10.1080/15205436.2012.735742
- Franks, S., & Howell, L. (2019). Seeking women's expertise in the UK broadcast news media. In *Journalism, gender and power*, 49-61. New York, NY: Routledge.
- Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. *Journal of peace research*, 2(1), 64-90. DOI: 10.1177/002234336500200104
- Garnham, N. (2020). The media and the public sphere. In *The information society reader*, 357-365. New York, NY: Routledge.
- Gill, R., K. Kelan, E., & M. Scharff, C. (2017). A postfeminist sensibility at work. *Gender, Work & Organization*, 24(3), 226-244. DOI: 10.1111/gwao.12132
- Global Media Monitoring Project. (2020). *Wie maakt het nieuws?* Geraadpleegd op <https://www.womeninc.nl/wp-content/uploads/2021/07/GMMP-Nationaal-Rapport-2021.pdf>

- Grunspan, D. Z., Eddy, S. L., Brownell, S. E., Wiggins, B. L., Crowe, A. J., & Goodreau, S. M. (2016). Males under-estimate academic performance of their female peers in undergraduate biology classrooms. *PloS one*, *11*(2), e0148405. DOI: 10.1371/journal.pone.0148405
- Guo, Y., Liu, Y., Oerlemans, A., Lao, S., Wu, S., & Lew, M. S. (2016). Deep learning for visual understanding: A review. *Neurocomputing*, *187*, 27-48. DOI: 10.1016/j.neucom.2015.09.116
- Haquq, R., Hastjarjo, S., & Slamet, Y. (2019). Teenagers' entertainment satisfaction in watching talk show program through YouTube. *Jurnal The Messenger*, *11*(1), 38-45. DOI: 10.26623/themessenger.v11i1.969
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2001). What is news? Galtung and Ruge revisited. *Journalism studies*, *2*(2), 261-280. DOI: 10.1080/14616700118449
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is news? News values revisited (again). *Journalism studies*, *18*(12), 1470-1488. DOI: 10.1080/1461670X.2016.1150193
- Hetsroni, A. (2015). The gender of TV expertise: A combined quantitative/qualitative analysis of Israeli TV talk shows. *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, *21*(2), 33-57. Geraadpleegd via <https://hrcak.srce.hr/file/224456>
- Hetsroni, A., & Lowenstein, H. (2014). Is she an expert or just a woman? Gender differences in the presentation of experts in TV talk shows. *Sex roles*, *70*(9), 376-386. DOI: 10.1007/s11199-014-0370-z
- Jürgens, P., Meltzer, C. E., & Scharkow, M. (2022). Age and gender representation on German TV: A longitudinal computational analysis. *Computational Communication Research*, *4*(1), 173-207. DOI: 10.5117/CCR2022.1.005.JURG
- Key, E. M., & Sumner, J. L. (2019). You research like a girl: Gendered research agendas and their implications. *PS: Political Science & Politics*, *52*(4), 663-668. DOI: 10.1017/S1049096519000945
- Kieskompas. (2021). *Kieskompas #TK2021*. Geraadpleegd op <https://tweedekamer2021.kieskompas.nl/nl>
- Koeman, J., Peeters, A., & d'Haenens, L. (2007). Diversity Monitor 2005: Diversity as a quality aspect of television in the Netherlands. *Communications*, *32*, 97-121. DOI: 10.1515/COMMUN.2007.005
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Thousand Oaks, CA: Sage. DOI: 10.2307/2288384

- Kubey, R., Shifflet, M., Weerakkody, N., & Ukeiley, S. (1995). Demographic diversity on cable: Have the new cable channels made a difference in the representation of gender, race, and age?. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 39(4), 459-471. DOI: 10.1080/08838159509364319
- Leslie, S. J., Cimpian, A., Meyer, M., & Freeland, E. (2015). Expectations of brilliance underlie gender distributions across academic disciplines. *Science*, 347(6219), 262-265. DOI: 10.1126/science.1261375
- Ilie, C. (2001). Semi-institutional discourse: The case of talk shows. *Journal of pragmatics*, 33(2), 209-254. DOI: 10.1016/S0378-2166(99)00133-2
- Lijphart, A. (1990). *Verzuiling, pacificatie en kentering in de Nederlandse politiek*. Amsterdam, Nederland: Amsterdam University Press.
- MacNell, L., Driscoll, A., & Hunt, A. N. (2015). What's in a name: Exposing gender bias in student ratings of teaching. *Innovative Higher Education*, 40, 291-303. DOI: 10.1007/s10755-014-9313-4
- Mami, S., & Raj, M., A. (2023). Role of families in normalizing gender inequalities. *Education and Society*, 47(1). ISSN: 2278-6864
- Maranto, R., Carroll, K., Cheng, A., & Teodoro, M. P. (2018). Boys will be superintendents: School leadership as a gendered profession. *Phi Delta Kappan*, 100(2), 12-15. DOI: 10.1177/0031721718803563
- Matthei, T., Weinmann, C., Lb, C., Rauhe, K., Bartsch, K., Roth, F. S., ... & Vorderer, P. (2013). Political learning through entertainment—only an illusion? How motivations for watching tv political talk shows influence viewers experiences. *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*, 25(4), 171. DOI: 10.1027/1864-1105/a000100
- Miller, R. A. (1982). The Herfindahl-Hirschman Index as a market structure variable: an exposition for antitrust practitioners. *The Antitrust Bulletin*, 27(3), 593-618.
- Mittell, J. (2003). Audiences talking genre: Television talk shows and cultural hierarchies. *Journal of Popular Film and Television*, 31(1), 36-46. DOI: 10.1080/01956050309602867
- Moss-Racusin, C. A., Dovidio, J. F., Brescoll, V. L., Graham, M. J., & Handelsman, J. (2012). Science faculty's subtle gender biases favor male students. *Proceedings of the national academy of sciences*, 109(41), 16474-16479. DOI: 10.1073/pnas.1211286109

- Nabi, R. L., & Hendriks, A. (2003). The persuasive effect of host and audience reaction shots in television talk shows. *Journal of Communication*, 53(3), 527-543. DOI: 10.1111/j.1460-2466.2003.tb02606.x
- Nederlandse Vereniging voor Raadsleden. (2022). *Krap derde geïnstalleerde raadsleden is vrouw*. Geraadpleegd op <https://www.raadsleden.nl/actueel/nieuws/krap-derde-geinstalleerde-raadsleden-is-vrouw>
- Neuman, W.L. (2011). Nonreactive research and secondary analysis. In W.L. Neuman. *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*, 361-365. Londen, Verenigd Koninkrijk: Pearson Education Limited.
- NOS Nieuws. (2023a). *Vijf maanden in hoger beroep voor bedreigen Kaag met fakkel*. Geraadpleegd op <https://nos.nl/artikel/2463696-vijf-maanden-in-hoger-beroep-voor-bedreigen-kaag-met-fakkel>
- NOS Nieuws. (2023b). *BBB-leider Van der Plas niet naar boerenprotest: 'Voel me niet veilig genoeg'*. Geraadpleegd op <https://nos.nl/artikel/2466635-bbb-leider-van-der-plas-niet-naar-boerenprotest-voel-me-niet-veilig-genoege>
- NPO Op1. (2022). *Archief presentatoren*. [Webpagina]. Geraadpleegd op <https://op1npo.nl/presentatoren/>
- Omroep MAX. (2023). *Over MAX*. Geraadpleegd op <https://www.omroepmax.nl/over-max/>
- Omroep Ombudsman. (2023). *De Nederlandse publieke omroepen*. Geraadpleegd op <https://www.omroepombudsman.nl/storage/configurations/ombudsmannponl/files/explainers.pdf>
- Ott, B. L., & Mack, R. L. (2013). Feminist Analysis. In *Critical media studies: An Introduction*, 193 – 213. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Pape, M. (2020). Gender segregation and trajectories of organizational change: The underrepresentation of women in sports leadership. *Gender & Society*, 34(1), 81-105. DOI: 10.1177/0891243219867914
- Papper, B. (2007). Women and minorities in the newsroom. *Radio Television News Directors Association*. Geraadpleegd op <http://keralamediaacademy.org/wp-content/uploads/2015/02/diversity-USA-2.pdf>
- Parlement.com. (2023a). *Vrouwen in de Eerste Kamer*. Geraadpleegd op https://www.parlement.com/id/vh8lnhrsr2z4/vrouwen_in_de_eerste_kamer
- Parlement.com. (2023b). *Vrouwen in de Tweede Kamer*. Geraadpleegd op https://www.parlement.com/id/vh8lnhrre0zv/vrouwen_in_de_tweede_kamer

- Parlement.com. (2023c). *Vrouwelijke bewindslieden*. Geraadpleegd op https://www.parlement.com/id/vhnnmt7jpazz/vrouwelijke_bewindslieden
- Parlement.com. (2023d). *Zetelverdeling Tweede Kamer*. Geraadpleegd op https://www.parlement.com/id/vh8lnhronvx6/zetelverdeling_tweede_kamer
- Petkanas, Z. (2014). Negotiating identity: gender and Tunisian talk shows. *The Journal of North African Studies*, 19(5), 694-712. DOI: 10.1080/13629387.2014.975666
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. In *Communication and persuasion*, 1-24. New York, NY, Springer. DOI: 10.1007/978-1-4612-4964-1_1
- Phillips, L. J., Pathé, M., & McEwan, T. (2023). Gender differences in stalking, threats and online abuse reported by Victorian politicians. *Psychiatry, Psychology and Law*, 1-22. DOI: 10.1080/13218719.2022.2142975
- ProDemos. (2023). *Indeling van partijen*. Geraadpleegd op <https://prodemos.nl/kennis/informatie-over-politiek/politieke-partijen/indeling-van-partijen/>
- Porter, N., & Geis, F. L. (1983). Are women invisible as leaders?. *Sex roles*, 9(10), 1035–1049. DOI: 10.1007/BF00289420
- Punshon, G., MacLaine, K., Trevatt, P., Radford, M., Shanley, O., & Leary, A. (2019). Nursing pays by gender distribution in the UK-does the Glass Escalator still exist?. *International Journal of Nursing Studies*, 93, 21-29. DOI: 10.1016/j.ijnurstu.2019.02.008
- Qadir, S. A., & Riaz, F. (2015). Gendered political identity construction in Pakistani television talk shows. *FWU Journal of Social Sciences*, 9(1), 20. Geraadpleegd via <http://www.sbbwu.edu.pk/journal/Journal%20June%202015/4.%20Gendered%20Political%20Identity%20Construction%20in%20Pakistani%20%20Television%20Talk%20shows%20-%20Final%20Version-1.pdf>
- Raney, A. A., & Bryant, J. (2019). Entertainment and enjoyment as media effect. In *Media Effects*, 324-341. New York, NY: Routledge.
- Ross, K., Boyle, K., Carter, C., & Ging, D. (2018). Women, men and news: It's life, Jim, but not as we know it. *Journalism Studies*, 19(6), 824-845. DOI: 10.1080/1461670X.2016.1222884
- Ross, K., & Carter, C. (2011). Women and news: A long and winding road. *Media, Culture & Society*, 33(8), 1148-1165. DOI: 10.1177/0163443711418272

- Roth, F. S., Weinmann, C., Schneider, F. M., Hopp, F. R., Bindl, M. J., & Vorderer, P. (2018). Curving entertainment: The curvilinear relationship between hedonic and eudaimonic entertainment experiences while watching a political talk show and its implications for information processing. *Psychology of Popular Media Culture*, 7(4), 499. DOI: 10.1037/ppm0000147
- Ruigrok, N., Schaper, J., Welbers, K., Jacobi, C., & van der Beek, P. (2011). *Nieuws en Actualiteiten 2011: Diversiteit & pluriformiteit in Medialand?*.
- Ruigrok, N., Schaper, J., Welbers, K., Jacobi, C., van der Beek, P., & Wagemakers, S. (2012). *De impact van Pauw & Witteman*. Onderzoeksrapport van de Nederlandse Nieuwsmonitor.
- Schohaus, B. (2018). Dezelfde bouwstenen, andere show: Journalistieke televisieprogramma's analyseren met behulp van het concept 'format'. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 46(1). DOI: 10.5117/2018.046.001.005
- Schroeder, J. E., & Borgerson, J. L. (1998). Marketing images of gender: A visual analysis. *Consumption, Markets and Culture*, 2(2), 161-201. DOI: 10.1080/10253866.1998.9670315
- Schütz, A. (1997). Self-presentational tactics of talk-show guests: a comparison of politicians, experts, and entertainers 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 27(21), 1941-1952. DOI: 10.1111/j.1559-1816.1997.tb01633.x
- Segijn, C., Bartholomé, G., Pennekamp, S., & Timmers, M. (2014). De afbeelding van statusverschillen in sekse en etniciteit in Nederlandse non-fictieprogramma's. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 42(3), 305-320. DOI: 10.5553/tcw/138469302014042003008
- Sheeler, K. H., & Anderson, K. V. (2013). *Woman president: Confronting postfeminist political culture*. College Station, TX: Texas A&M University.
- Sjøvaag, H., & Pedersen, T. A. (2019). Female voices in the news: Structural conditions of gender representations in Norwegian newspapers. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(1), 215-238. DOI: 10.1177/1077699018789885
- Slot, P., Wijfjes, H., & Smulders, E. (1997). *Omroep in Nederland: Vijfenzeventig jaar medium en maatschappij, 1919-1994*. Zwolle, Nederland: Waanders.
- Smith, S.L. & Granados, A.D. (2009). Content patterns and effects surrounding sex-role stereotyping on television and film. In *Media effects: Advances in theory and research*, 342-361. New York, NY: Routledge.

- Stichting Stem op een Vrouw. (2023). % *Vrouwen in provincie en waterschap*. Geraadpleegd op <https://stemopeenvrouw.com/>
- Stone, G. C., O'Donnell, M. K., & Banning, S. (1997). Public perceptions of newspaper's watchdog role. *Newspaper Research Journal*, 18(1-2), 86-102. DOI: 10.1177/073953299701800108
- Strömbäck, J. (2005). In search of a standard: Four models of democracy and their normative implications for journalism. *Journalism studies*, 6(3), 331-345. DOI: 10.1080/14616700500131950
- Strömbäck, J., Tsfati, Y., Boomgaarden, H., Damstra, A., Lindgren, E., Vliegenthart, R., & Lindholm, T. (2020). News media trust and its impact on media use: Toward a framework for future research. *Annals of the International Communication Association*, 44(2), 139-156. DOI: 10.1080/23808985.2020.1755338
- Takken, W. (2021). *Aan de talkshowtafels schoven het afgelopen coronajaar vooral journalisten aan*. Geraadpleegd op <https://www.nrc.nl/nieuws/2021/03/09/aan-de-talkshowtafels-schoven-het-afgelopen-coronajaar-vooral-journalisten-aan-a4034821>
- Timberg, B. M., & Erler, B. (2002). *Television talk: A history of the TV talk show*. Austin, TX: University of Texas.
- Toff, B., & Palmer, R. A. (2019). Explaining the gender gap in news avoidance: “News-is-for-men” perceptions and the burdens of caretaking. *Journalism Studies*, 20(11), 1563-1579. DOI : 10.1080/1461670X.2018.1528882
- Treviño, L. J., Gomez-Mejia, L. R., Balkin, D. B., & Mixon Jr, F. G. (2018). Meritocracies or masculinities? The differential allocation of named professorships by gender in the academy. *Journal of Management*, 44(3), 972-1000. DOI: 10.1177/0149206315599216
- Van Aelst, P., Maddens, B., Noppe, J., & Fiers, S. (2008). Politicians in the news: Media or party logic? Media attention and electoral success in the Belgian election campaign of 2003. *European Journal of Communication*, 23(2), 193-210. DOI: 10.1177/0267323108089222
- Van Atteveldt, W., Ruigrok, N., Takens, J., & Jacobi, C. (2014). *Inhoudsanalyse met AmCAT*. Geraadpleegd op <http://vanatteveldt.com/wp-content/uploads/amcatbook.pdf>
- Vandenberghe, H., d'Haenens, L., & Van Gorp, B. (2014). Genderdiversiteit in de Vlaamse nieuwsmedia: Algemene trends en een case. Geraadpleegd op lirias.kuleuven.be

- Van den Heuvel, J. H. J. (1976). Nationaal of verzuild: De strijd om het Nederlandse omroepbestel in de periode 1923-1947. Baarn, Nederland: Ambo. Geraadpleegd via <http://hdl.handle.net/2066/147819>
- Varghese, N., & Kumar, N. (2020). Feminism in advertising: irony or revolution? A critical review of femvertising. *Feminist Media Studies*, 1-19. DOI: 10.1080/14680777.2020.1825510
- Wetschanow, K. (1999). The personal is political: Are daytime talk shows feminist?. In *A Decade in Transformation: IWM Junior Visiting Fellows Conference*, 8. Geraadpleegd op <https://files.iwm.at/uploads/jc-08-101.pdf>
- Willems, J. (2020). Public servant stereotypes: It is not (at) all about being lazy, greedy and corrupt. *Public Administration*, 98(4), 807-823. DOI: 10.1111/padm.12686
- WNL. (2023). *Over WNL*. Geraadpleegd op <https://wnl.tv/over-wnl/>
- Wood, J. T. (1994). Gendered media: The influence of media on views of gender. *Gendered Lives: Communication, Gender, and Culture*, 9, 231-244.
- Yang, Y., & Carroll, D. W. (2018). Gendered Microaggressions in Science, Technology, Engineering, and Mathematics. *Leadership and research in Education*, 4, 28-45. Geraadpleegd via <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1174441.pdf>
- Young, D. G. (2013). Laughter, learning, or enlightenment? Viewing and avoidance motivations behind The Daily Show and The Colbert Report. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(2), 153-169. DOI: 10.1080/08838151.2013.787080

Bijlagen

Bijlage A. Codeboek dataset algemene talkshowdata

Tabel A1. Codeerinstructie gender en vakgebied talkshowgasten

Gender	Code	Vakgebied	Soort vakgebied	Code
Vrouw	v	Politiek	Inhoudelijk	po
Man	m	Wetenschap	Inhoudelijk	we
Anders	a	Journalistiek	Inhoudelijk	jo
		Niet-wetenschappelijk experts	Inhoudelijk	nwe
		Medisch personeel	Inhoudelijk	mp
		Onderwijs	Inhoudelijk	on
		Bedrijfsleven	Inhoudelijk	bl
		Veiligheid: politie/advocaten/juristen	Inhoudelijk	jur
		Muziek	Entertainment	mu
		Mediapersoonlijkheden	Entertainment	tv
		Sporters	Entertainment	sp
		Burgers	Entertainment	bu
		Cultuur:		sc
		schrijvers/kunstenaars/cabaretiers/ bestuurders culturele instellingen	Entertainment	

Tabel A2. *Codeerinstructie onderwerpen*

Onderwerp	Code
Samenleving	sa
Muziek	mu
Politiek	po
Sport	sp
Televisie en film	tv
Literatuur	li
Gezondheid en welzijn	gw
Misdaad en rechtspraak	mr
Economie en bedrijfsleven	eb
Theater en kunst	tk
Journalistiek en media	jm
Conflict en ramp	cr
Seksualiteit en relatie	sr
Klimaat en natuur	kn
Wetenschap	we
Technologie	te
Religie en immigratie	ri
Onderwijs	on
Geschiedenis	ge
Racisme en discriminatie	rd
Infrastructuur	in
Coronamaatregelen	co
Oorlog Rusland-Oekraïne	ua
Koningshuis	kh
Grensoverschrijdend gedrag en misbruik	gg
Boeren en stikstof	bs

Bijlage B. Details geanalyseerde talkshows

Tabel B1. Aantal uitzendingen, uitzendperiode en tafelgasten per talkshow

Talkshow	Aantal uitzendingen (N)	Uitzendperiode	Aantal tafelgasten (N)	Aantal unieke tafelgasten (N)
Op1	868	06-01-2020 – 21-04-2023	6137	2827
Publieke omroep				
Khalid & Sophie	208	30-08-2021 – 28-02-2023	1415	804
M	210	30-03-2020 – 18-03-2022	1506	888
De Vooravond	102	31-08-2020 – 18-05-2021	654	403
De Wereld Draait Door	59	06-01-2020 – 26-03-2020	307	222
Commerciële omroep				
Jinek	388	03-01-2020 – 28-02-2023	2255	1059
Beau	206	04-05-2020 – 22-12-2022	1270	745
Humberto	45	10-04-2022 – 26-02-2023	274	222
Renze	43	04-07-2022 – 29-01-2023	252	195
Totaal	2129	januari 2020 – april 2023	14070	4660*

Noot. * Het totaal aantal unieke gasten is kleiner dan de som van de unieke gasten per talkshow aangezien gasten die bij meerdere talkshows aanschuiven maar één keer worden meegenomen

Bijlage C. Codeboek handmatige analyse

Tabel C1. Codeerinstructie met intercodeurbetrouwbaarheid

Item	Vraag	Toelichting	Cohen's Kappa
Rol gast	Is deze persoon te gast om te spreken over een onderwerp als vertegenwoordiger van diens vakgebied?	Bijvoorbeeld wetenschappelijke en niet-wetenschappelijke experts, politici, journalisten, managers, filmmakers, zangers, etc. JA – 1; NEE - 0	.82
	Is deze persoon te gast in de talkshow om te spreken als ervaringsdeskundige of slachtoffer?	Personen die niet te gast zijn als zijnde expert of autoriteit maar als ervaringsdeskundige of slachtoffer. Bijvoorbeeld burgers, activisten, vluchtelingen, familie van overledenen, familie van criminelen, slachtoffers van crises of schandalen (zoals toeslagenaffaire, woningnood, hoge energieprijzen, stikstofmaatregelen, grensoverschrijdend gedrag, etc.) Dit betreft personen of sociale groepen die persoonlijk betrokken zijn bij het onderwerp. Ter illustratie, in het geval van een woordvoerder van bedrijf X dat is geraakt door de coronacrisis wordt enkel gecodeerd met '1' als ook over de persoonlijke gevolgen voor de gast of diens medewerkers wordt gesproken. Betreft het alleen de gevolgen voor het bedrijf, dan wordt '0' gecodeerd. JA – 1; NEE - 0	.91
Carrière	Wordt er in het gesprek gesproken over de carrière van de	Dit betreft eerdere werkzaamheden van de gast, nieuwe carrièrestappen, toekomstplannen, etc. Het hoeft geen uitgebreide bespreking te zijn van de loopbaan	.91

gast?	van de gast, maar mag ook gaan over momenten in de carrière.	
	Bijvoorbeeld: “Ik werkte toen bij bedrijf X en ben nu werkzaam bij Y”; “Toen ik werkzaam was bij werkgever X deed ik Y”; “Ik werk nu X jaar bij werkgever Y”.	
	Als enkel wordt gesproken over werkzaamheden en niet over de carrière(stappen) zelf, wordt dit gecodeerd als ‘0’.	
	Bijvoorbeeld: “Tijdens mijn werk doe ik X en Y”.	

JA – 1; NEE – 0

Persoonlijk leven	Wordt er in het gesprek gesproken over het privéleven van de gast?	Er wordt bijvoorbeeld gesproken over partners, kinderen, emoties, politieke voorkeuren, gezondheidsproblematiek, geloofsovertuiging, karaktereigenschappen, woonsituatie, etc.	.86
--------------------------	--	--	-----

JA – 1; NEE - 0

Competentie	Wordt de gast geprezen om diens competentie of wordt diens competentie bekritiseerd?	Dit moet blijken uit wat er aan tafel wordt gezegd, niet uit non-verbale signalen zoals intonatie of gezichtsuitdrukkingen.	.68
--------------------	--	---	-----

COMPETENT – 1

De gast wordt gefeliciteerd met diens prestaties, er wordt gesproken over succes, de gast wordt gepresenteerd als expert/deskundige/winnaar in diens vakgebied, de gast wordt positief vergeleken met concurrenten/andere expert op diens vakgebied, etc.

NEUTRAAL – 0

Er wordt niet gesproken over competenties of vaardigheden of

er wordt wel over gesproken maar er wordt geen waardeoordeel aan toegevoegd.

INCOMPETENT – -1

Er wordt gespot met de competenties van de gast, er wordt gesproken over het falen van de gast, de gast wordt negatief vergeleken met concurrenten/andere experts op diens vakgebied, etc.

Ook wanneer de competenties/vaardigheden van de gast worden bekritiseerd of in twijfel getrokken. Bijvoorbeeld: “Denk je dat je dit nóg beter had kunnen doen?”; “Denk je dat je beter had gepresteerd als X?”; Denk je dat persoon X beter geschikt zou zijn dan jij?”; Overschat je jezelf niet?”, etc.

NOOT: Zijn opmerkingen rondom competentie ambigu, dan wordt gecodeerd als ‘0’.

Onderbrekingen	Hoe vaak wordt de gast onderbroken?	Het aantal keer dat de gast wordt onderbroken wordt genoteerd.	.82
		Het aantal onderbrekingen wordt vastgesteld aan de hand van volgende voorwaarden:	
		<ul style="list-style-type: none">- De gast wordt onderbroken door de presentatoren, niet door de andere gasten- De gast was op het exacte moment van onderbreking midden in een zin. Ter verduidelijking, als er in de uitgeschreven tekst van het gesprek een komma zou staan waarna een bijzin zou volgen, en op dit moment wordt het gesprek overgenomen door de presentator, dan telt dit NIET als onderbreking.- De gast laat zich onderbreken. Als een presentator probeert te onderbreken maar de gast spreekt door, dan telt dit niet als onderbreking	

Het telt bovendien NIET als onderbreking als:

- De presentator de gast bevestigt, bijvoorbeeld door woorden als “ja”, “inderdaad”, “oké”, “duidelijk”, etc.

De presentator de zin van een gast aanvult wanneer die niet uit diens woorden komt

Plaats aan tafel	Waar zit de gast aan tafel?	DICHTST BIJ PRESENTATOREN – 1	1.00
		Er zit niemand tussen de presentator(en) en de gast	
		ANDERE PLAATS AAN TAFEL – 2	
		Er zit minimaal één iemand tussen de presentator(en) en de gast maar de gast zit wel aan tafel	
		NIET AAN TAFEL – 3	
		De gast zit niet aan tafel maar op een rij achter de tafelgasten of in het publiek	

Bijlage D. Gegevens besproken onderwerpen

Tabel D1. *Percentages mannen en vrouwen per besproken onderwerp, gecorrigeerd voor man-vrouwverdeling algemeen, plus verschil*

Onderwerp	Percentage mannen	Relatief percentage	Percentage vrouwen	Relatief percentage	Vershil
Boeren en stikstof	76.8	1.17	23.2	0.67	0.50
Conflicten en rampen	70.3	1.07	29.7	0.86	0.21
Corona	66.6	1.02	33.4	0.97	0.05
Economie en bedrijfsleven	62.1	0.95	37.6	1.09	-0.14
Geschiedenis	75.5	1.15	24.5	0.71	0.44
Gezondheid en welzijn	56.6	0.87	43.4	1.25	-0.38
Grensoverschrijdend gedrag en misbruik	30.2	0.46	69.8	2.02	-1.56
Infrastructuur	77.3	1.18	22.7	0.66	0.52
Journalistiek en media	67.0	1.02	33.0	0.95	0.07
Klimaat en natuur	70.4	1.08	29.6	0.86	0.22
Koningshuis	60.7	0.93	39.3	1.14	-0.21
Literatuur	71.1	1.09	28.9	0.84	0.25
Misdaad en rechtspraak	66.1	1.01	33.9	0.98	0.03
Muziek	66.8	1.02	33.2	0.96	0.06
Onderwijs	60.0	0.92	40.0	1.16	-0.24
Overig	65.0	0.99	35.0	1.01	-0.02
Politiek	66.0	1.01	34.0	0.98	0.03

Racisme en discriminatie	58.8	0.90	41.2	1.19	-0.29
Religie en immigratie	66.7	1.02	33.3	0.96	0.06
Samenleving	67.6	1.03	32.0	0.92	0.11
Seksualiteit en relatie	33.3	0.51	66.7	1.93	-1.42
Sport	61.5	0.94	38.5	1.11	-0.17
Technologie	64.5	0.99	35.5	1.03	-0.04
Televisie en film	61.9	0.95	37.6	1.09	-0.14
Theater en kunst	68.4	1.05	31.6	0.91	0.14
Wetenschap	77.8	1.19	22.2	0.64	0.55

Bijlage E. *Analysescript R*

```
## Gasten inladen
gasten=read.csv("data/gasten_20230515_schoon.csv")

## H1: Verdeling mannen en vrouwen Op1
mv=gasten%>%
  filter(show=="Op1")%>%
  group_by(gender)%>%
  summarize(aantal=n())%>%
  arrange(-aantal)%>%
  mutate(perc=round(100*(aantal/sum(aantal)),1))%>%
  rename(`Talkshows algemeen` = aantal)%>%
  mutate(gender=ifelse(gender=="m", "Man", gender),
         gender=ifelse(gender=="v", "Vrouw", gender),
         gender=ifelse(gender=="a", "Anders", gender))%>%
  filter(!gender=="Anders")

ggplot(data=mv, aes(x="", y=perc, fill=gender)) +
  geom_col(stat="identity", width=1, position="stack") +
  ggtitle(label="Aandeel mannelijke en vrouwelijke talkshowgasten Op1") +
  geom_text(aes(label = perc),
            color = "black", size=4, position = position_stack(vjust = 0.5)) +
  coord_polar("y", start=0) +
  theme_void() +
  scale_fill_manual(values = c("skyblue", "pink"))+
  guides(fill=guide_legend(title="Gender"))

mv_maand=gasten%>%
  filter(show=="Op1")%>%
  mutate(date=as.Date(date))%>%
  mutate(Maand=floor_date(date,unit="month"))%>%
  filter(!gender=="a")%>%
  filter(!is.na(gender))%>%
  group_by(Maand,gender)%>%
  summarize(n=n())%>%
  mutate(perc=round(100*(n/sum(n)),2))%>%
  mutate(gender=ifelse(gender=="m", "Man", gender),
         gender=ifelse(gender=="v", "Vrouw", gender))%>%
  rename(Gender=gender)

ggplot(data=mv_maand, aes(x=Maand, y=perc, group=Gender, color=Gender)) +
  geom_line(size=0.8) + geom_smooth(method = lm, se=TRUE, size=0.5)+
  scale_color_manual(values = c("skyblue", "pink"))+
  scale_x_date(date_breaks = "2 months", date_labels = "%b-%y") +
  ggtitle("Aandeel mannen en vrouwen in Op1 per maand") +
  theme_minimal() +
```

```

xlab("Maand")+
ylab("Percentage")+
theme(axis.text.x = element_text(angle = 70, hjust = 1, size=7),
      axis.title.x=element_text(size=10),
      axis.title.y=element_text(size=10) )

##Voor testen significantie
#--> gemiddeld aantal mannen en vrouwen per uitzending
analyse_mv1=gasten%>%
  filter(show=="Op1")%>%
  group_by(date, gender)%>%
  summarize(n=n())%>%
  filter(!gender=="a")

with(analyse_mv1, shapiro.test(n[gender == "m"]))
with(analyse_mv1, shapiro.test(n[gender == "v"]))
t.test(n ~ gender, var.equal = FALSE, data=analyse_mv1)

##HHI
div=gasten%>%
  filter(show=="Op1")%>%
  group_by(naam, gender)%>%
  summarize(n=n())

div_m=div%>%
  ungroup()%>%
  filter(gender=="m")%>%
  select(-gender)%>%
  arrange(-n)%>%
  top_n(10)%>%
  mutate(perc=100*(n/sum(n)))
div_m=as.data.frame(div_m)

hhi(div_m, "perc")

div_v=div%>%
  filter(gender=="v")%>%
  ungroup()%>%
  select(-gender)%>%
  arrange(-n)%>%
  top_n(10)%>%
  mutate(perc=100*(n/sum(n)))
div_v=as.data.frame(div_v)

hhi(div_v, "perc")

##DV1: aandeel mannen en vrouwen bij andere talkshows
mv_soort_show = gasten%>%

```

```

filter(! gender=="a")%>%
group_by(soort_show, gender)%>%
summarize(n=n())%>%
mutate(perc=round(100*(n/sum(n)),1))%>%
mutate(soort_show=ifelse(soort_show=="Publiek - 19 uur", "NPO Vooravond", soort_show))%>%
mutate(soort_show=ifelse(soort_show=="Commercieel", "Commerciële omroepen",
soort_show))%>%
mutate(gender=ifelse(gender=="m", "Man", "Vrouw"))%>%
rename(Gender=gender)

```

```

positions=c("Op1", "Commerciële omroepen", "NPO Vooravond")
ggplot(data = mv_soort_show, aes(x=soort_show, y=perc, fill=Gender))+
  geom_bar(position = "dodge", stat="identity", width = 0.8, show.legend = T)+
  ggtitle(label="Man-vrouwverdeling Op1 in vergelijking met andere talkshows")+
  scale_fill_manual(values = c("skyblue", "pink"))+
  scale_x_discrete(limits = positions) +
  geom_text(aes(label = perc), vjust = 1.5, color = "black",
            position = position_dodge(1))+
  theme_minimal()+
  xlab("")+
  ylab("Percentage")

```

```

mv_soort_show2=gasten%>%
  filter(! gender=="a")%>%
  group_by(date, soort_show, gender)%>%
  summarize(n=n())%>%
  mutate(perc=round(100*(n/sum(n)),1))%>%
  select(-n)%>%
  pivot_wider(names_from = gender, values_from = perc)%>%
  mutate(v=ifelse(is.na(v),0,v),
         m=ifelse(is.na(m),0,m))

```

```

res_aov <- aov(v ~ soort_show,
              data = mv_soort_show2)
summary(res_aov)
TukeyHSD(res_aov)

```

##DV2 en H2: mv-verschillen tussen omroepen

```

##Hoeveel uitzendingen waren er
omroep_uitz=gasten%>%
  filter(show=="Op1")%>%
  filter(! omroep %in% c("VPRO", "KRO-NCRV"))%>%
  filter(! is.na(omroep))%>%
  group_by(omroep)%>%
  summarize(n=length(naam))%>%
  mutate(perc=round(100*(n/sum(n)),2))

```

```
##Hoeveel mensen waren er totaal te gast per uitzending
omroep=gasten%>%
  filter(show=="Op1")%>%
  select(date, naam, gender, omroep)%>%
  filter(! omroep %in% c("VPRO", "KRO-NCRV"))%>%
  filter(! is.na(omroep))%>%
  filter(!gender=="a")%>%
  group_by(date, omroep)%>%
  summarize(n=n())
```

```
##De n en perc voor mannen en vrouwen per omroep TOTAAL
##--> dit nodig voor DV2
omroep1=gasten%>%
  filter(show=="Op1")%>%
  select(date, naam, gender, omroep)%>%
  filter(! omroep %in% c("VPRO", "KRO-NCRV"))%>%
  filter(! is.na(omroep))%>%
  filter(!gender=="a")%>%
  group_by(omroep, gender)%>%
  summarize(n=n())%>%
  mutate(perc=round(100*(n/sum(n)),1))
```

```
##Percentages mannen en vrouwen per uitzending
omroep2=gasten%>%
  filter(show=="Op1")%>%
  select(date, naam, gender, omroep)%>%
  filter(! omroep %in% c("VPRO", "KRO-NCRV"))%>%
  filter(! is.na(omroep))%>%
  filter(!gender=="a")%>%
  group_by(date, omroep,gender)%>%
  summarize(n=n())|>
  pivot_wider(names_from = gender,values_from = n)|>
  mutate(v=ifelse(is.na(v),0,v),
         m=ifelse(is.na(m),0,m))
```

```
##Hier plak je ze aan elkaar
omroep3=omroep|>
  left_join(omroep2)|>
  mutate(percm=m/n*100,
         percv=v/n*100)
```

```
##Testen verschillen tussen omroepen voor H2: heeft BNNVARA een significant
##betere verdeling dan de rest?
res_aov <- aov(percv ~ omroep,
               data = omroep3)
summary(res_aov)
TukeyHSD(res_aov)
```

```

##H3: Gemiddelde leeftijd mannen en vrouwen
leeftijd=read_csv2("data/gasten_20230503_leeftijd.csv")%>%
  mutate(geboortedatum = gsub(x=geboortedatum, pattern="0-0-", replacement="01-01-", ignore.case
= T),
         geboortedatum=parse_date_time(geboortedatum, c('dmy', 'ymd')),
         geboortedatum=as.Date(geboortedatum))%>%
  mutate(overleden = gsub(x=overleden, pattern="0-0-", replacement="01-01-", ignore.case = T),
         overleden=parse_date_time(overleden, c('dmy', 'ymd')),
         overleden=as.Date(overleden))

leeftijd2=leeftijd%>%
  select(naam, geboortedatum, overleden)

gasten2=gasten%>%
  filter(show=="Op1")%>%
  left_join(leeftijd2)%>%
  mutate(geboortedatum_j = as.numeric(format(geboortedatum, "%Y")))%>%
  mutate(date = as.Date(date))%>%
  mutate(date_j = as.numeric(format(date, "%Y")))%>%
  mutate(leeftijd=date_j-geboortedatum_j)%>%
  mutate(overleden2=case_when(overleden > date ~ 0,
                              is.na(overleden) ~ 0,
                              T ~ 1))%>%
  filter(! overleden2==1)%>%
  select(-overleden2, -geboortedatum_j, -date_j, -overleden)

leeftijd_gasten=gasten2%>%
  filter(!is.na(leeftijd))%>%
  filter(!gender=="a")%>%
  select(id, naam, gender, leeftijd)

gem_leeftijd=leeftijd_gasten%>%
  group_by(gender)%>%
  summarize(Leeftijd=round(mean(leeftijd),2),
            Mediaan=median(leeftijd))%>%
  mutate(gender=ifelse(gender=="m", "Man", "Vrouw"))

with(leeftijd_gasten, shapiro.test(leeftijd[gender == "m"]))
with(leeftijd_gasten, shapiro.test(leeftijd[gender == "v"]))
t.test(leeftijd ~ gender, var.equal = FALSE, data=leeftijd_gasten)

ggplot(data = gem_leeftijd, aes(x=gender, y=Leeftijd, fill=gender))+
  geom_bar(position = "dodge", stat="identity", width = 0.8, show.legend = FALSE)+
  ggtitle(label="Gemiddelde leeftijd mannelijke en vrouwelijke gasten")+
  scale_fill_manual(values = c("skyblue", "pink"))+
  geom_text(aes(label = Leeftijd, vjust = 1.5, color = "black",
               position = position_dodge(1)))+
  theme_minimal()+

```

```
coord_cartesian(ylim=c(45,55))+
xlab("")+
ylab("Leeftijd in jaren")
```

##H4: Verdeling per leefjaar ALGEMEEN

```
leeftijd_gasten=gasten2%>%
  filter(!is.na(leeftijd))%>%
  filter(!gender=="a")%>%
  select(id, naam, gender, leeftijd, vakgebied)%>%
  mutate(soort_vak = case_when(vakgebied=="Bedrijfsleven" ~ "Inhoudelijk",
    vakgebied=="Journalist" ~ "Inhoudelijk",
    vakgebied=="Medisch personeel" ~ "Inhoudelijk",
    vakgebied=="Niet-wetenschappelijk expert" ~ "Inhoudelijk",
    vakgebied=="Onderwijs" ~ "Inhoudelijk",
    vakgebied=="Politiek" ~ "Inhoudelijk",
    vakgebied=="Veiligheid" ~ "Inhoudelijk",
    vakgebied=="Wetenschapper" ~ "Inhoudelijk",
    T ~ "Entertainment"))
```

```
verdeling = leeftijd_gasten%>%
  group_by(leeftijd)%>%
  summarize(n=n())%>%
  mutate(perc=round(100*(n/sum(n)),1))%>%
  filter(leeftijd>=18 & leeftijd<=80)%>%
  rename(Leeftijd=leeftijd)
```

```
ggplot(data=verdeling, aes(x=Leeftijd, y=perc)) +
  geom_line(size=0.8, color="skyblue3") + geom_smooth(method = lm, se=TRUE, size=0.5)+
  ggtitle("Aandeel gasten per leefjaar") +
  theme_minimal() +
  ylab("Percentage van totaal aantal gasten")
```

##Gemiddelde leeftijd per soort vakgebied

```
gem_leeftijd2=leeftijd_gasten%>%
  group_by(soort_vak,gender)%>%
  summarize(Leeftijd=round(mean(leeftijd),2),
    Mediaan=median(leeftijd))%>%
  mutate(gender=ifelse(gender=="m", "Man", "Vrouw"))
```

##Gemiddelde leeftijd bij de presentatoren

```
presentatoren=read.csv2("data/leeftijd presentatoren.csv")%>%
  rename(naam=i.naam)%>%
  select(naam, leeftijd, gender)
```

```
with(presentatoren, shapiro.test(leeftijd[gender == "m"]))
with(presentatoren, shapiro.test(leeftijd[gender == "v"]))
t.test(leeftijd ~ gender, var.equal = TRUE, data=presentatoren)
```

```

presentatoren2=presentatoren%>%
  group_by(gender)%>%
  summarize(Leeftijd=round(mean(leeftijd),2),
            sd=sd(leeftijd))%>%
  mutate(gender=ifelse(gender=="m", "Man", "Vrouw"))

##Man-vrouwverdeling leeftijd
mv_verdeling = leeftijd_gasten%>%
  group_by(leeftijd, gender)%>%
  summarize(n=n())%>%
  mutate(perc=round(100*(n/sum(n)),1))%>%
  filter(leeftijd>=18 & leeftijd<=80)%>%
  mutate(gender=ifelse(gender=="m", "Man", "Vrouw"))%>%
  rename(Gender=gender)

ggplot(data=mv_verdeling, aes(x=leeftijd, y=perc, group=Gender, color=Gender)) +
  geom_line(size=0.8) + geom_smooth(method = lm, se=TRUE, size=0.5)+
  scale_color_manual(values = c("skyblue", "pink"))+
  ggtitle("Aandeel mannen en vrouwen per leefjaar") +
  theme_minimal() +
  xlab("Leeftijd in jaren")+
  ylab("Percentage mannen en vrouwen per leefjaar")

##Testen correlatie
mv_verdeling2 = leeftijd_gasten%>%
  group_by(leeftijd, gender)%>%
  summarize(n=n())%>%
  mutate(perc=round(100*(n/sum(n)),1))%>%
  filter(leeftijd>=18 & leeftijd<=80)%>%
  #filter(gender=="m")
  #filter(gender=="v")

cor.test(mv_verdeling2$leeftijd, mv_verdeling2$perc, method="pearson")

##Verdeling inhoudelijke en entertainment vakken
mv_verdeling3=leeftijd_gasten%>%
  group_by(soort_vak, leeftijd, gender)%>%
  summarize(n=n())%>%
  mutate(perc=round(100*(n/sum(n)),1))%>%
  filter(leeftijd>=18 & leeftijd<=80)%>%
  mutate(gender=ifelse(gender=="m", "Man", "Vrouw"))%>%
  rename(Gender=gender)

mv_verdeling4=leeftijd_gasten%>%
  group_by(soort_vak)%>%
  summarize(leeftijd=mean(leeftijd))

ggplot(data=mv_verdeling3, aes(x=leeftijd, y=perc, group=Gender, color=Gender)) +

```

```

geom_line(size=0.8) + geom_smooth(method = lm, se=TRUE, size=0.5)+
scale_color_manual(values = c("skyblue", "pink"))+
ggtitle("Aandeel mannen en vrouwen per leefjaar") +
theme_minimal() +
xlab("Leeftijd in jaren")+
ylab("Percentage mannen en vrouwen per leefjaar")+
facet_wrap(~soort_vak)

inhoudelijk=mv_verdeling3%>%
  filter(soort_vak=="Inhoudelijk")%>%
  filter(Gender=="Vrouw")

cor.test(inhoudelijk$leeftijd, inhoudelijk$perc, method="pearson")

entertainment=mv_verdeling3%>%
  filter(soort_vak=="Entertainment")%>%
  filter(Gender=="Vrouw")

cor.test(entertainment$leeftijd, entertainment$perc, method="pearson")

##DV3: Mannelijke en vrouwelijke onderwerpen
gasten_onderwerp=read.csv("data/gastenpertopic20230508_schoon.csv")
gasten_onderwerp_1=gasten%>%
  left_join(gasten_onderwerp)%>%
  mutate(soort_vak=case_when(vakgebied=="Bedrijfsleven" ~ "Inhoudelijk",
                             vakgebied=="Journalist" ~ "Inhoudelijk",
                             vakgebied=="Medisch personeel" ~ "Inhoudelijk",
                             vakgebied=="Bedrijfsleven" ~ "Inhoudelijk",
                             vakgebied=="Niet-wetenschappelijk expert" ~ "Inhoudelijk",
                             vakgebied=="Onderwijs" ~ "Inhoudelijk",
                             vakgebied=="Politiek" ~ "Inhoudelijk",
                             vakgebied=="Veiligheid" ~ "Inhoudelijk",
                             vakgebied=="Wetenschapper" ~ "Inhoudelijk",
                             T ~ "Entertainment"))

onderwerpen=gasten_onderwerp_1%>%
  filter(show=="Op1")%>%
  group_by(Onderwerp, gender)%>%
  summarize(n=n())%>%
  drop_na()%>%
  arrange(-n)%>%
  mutate(perc=round(100*(n/sum(n)),1))%>%
  mutate(perc_gender=case_when(gender=="m" ~ 65.4,
                               T~ 34.6))%>%
  mutate(perc_relatief=round((perc/perc_gender),2))

##Zonder correctie op aandeel m/v totaal
ond_man=onderwerpen%>%

```



```

filter(gender=="m")%>%
select(-n, -gender, -perc_relatief, -perc_gender)%>%
rename(perc_m=perc)

ond_vrouw=onderwerpen%>%
filter(gender=="v")%>%
select(-n, -gender, -perc_relatief, -perc_gender)%>%
rename(perc_v=perc)

onderwerpen2=ond_man%>%left_join(ond_vrouw)%>%
mutate(verschil=perc_m-perc_v)

ggplot(data=onderwerpen2, aes(x=reorder(Onderwerp, -verschil), y=verschil, fill = verschil < 0)) +
  geom_bar(stat="identity")+
  ggtitle(label = "Mannelijke en vrouwelijke onderwerpen in Op1")+
  scale_fill_manual(guide = "none", breaks = c(TRUE, FALSE),
                    values=c("pink", "skyblue")) +
  xlab("")+
  ylab("Verschil tussen relatieve score mannen en vrouwen")+
  theme_minimal()+
  theme(axis.text.x = element_text(angle = 70, hjust = 1, size=7),
        axis.title.x=element_text(size=10),
        axis.title.y=element_text(size=10) )

##Nu gecorrigeerd
ond_man_2=onderwerpen%>%
filter(gender=="m")%>%
select(-n, -gender)%>%
rename(perc_relatief_m=perc_relatief)%>%select(-perc, -perc_gender)

ond_vrouw_2=onderwerpen%>%
filter(gender=="v")%>%
select(-n, -gender)%>%
rename(perc_relatief_v=perc_relatief)%>%select(-perc, -perc_gender)

onderwerpen2_2=ond_man_2%>%left_join(ond_vrouw_2)%>%
mutate(verschil=perc_relatief_m-perc_relatief_v)

ggplot(data=onderwerpen2_2, aes(x=reorder(Onderwerp, -verschil), y=verschil, fill = verschil < 0)) +
  geom_bar(stat="identity")+
  ggtitle(label = "Mannelijke en vrouwelijke onderwerpen in Op1")+
  scale_fill_manual(guide = "none", breaks = c(TRUE, FALSE),
                    values=c("pink", "skyblue")) +
  xlab("")+
  ylab("Verschil tussen relatieve score mannen en vrouwen")+
  theme_minimal()+
  theme(axis.text.x = element_text(angle = 70, hjust = 1, size=7),
        axis.title.x=element_text(size=10),

```

```

axis.title.y=element_text(size=10) )

##Welke vakgebieden waren het meest gerepresenteerd bij de vrouwenonderwerpen
v_gasten=gasten_onderwerp_1%>%
  filter(Onderwerp %in% c("Grensoverschrijdend gedrag en misbruik", "Seksualiteit en relatie",
    "Technologie",
    "Economie en bedrijfsleven", "Televisie en film", "Sport", "Koningshuis",
    "Onderwijs",
    "Racisme en discriminatie", "Gezondheid en welzijn"))%>%
  group_by(vakgebied)%>%
  summarize(n=n())%>%
  drop_na()%>%
  arrange(-n)%>%
  top_n(10)%>%
  mutate(perc=round(100*(n/sum(n)),2))

##Soort vakken
v_gasten2=gasten_onderwerp_1%>%
  filter(Onderwerp %in% c("Grensoverschrijdend gedrag en misbruik", "Seksualiteit en relatie",
    "Technologie",
    "Economie en bedrijfsleven", "Televisie en film", "Sport", "Koningshuis",
    "Onderwijs",
    "Racisme en discriminatie", "Gezondheid en welzijn"))%>%
  group_by(soort_vak)%>%
  summarize(n=n())%>%
  mutate(perc=round(100*(n/sum(n)),2))

##Plot
ggplot(data=v_gasten, aes(x="", y=perc, fill=vakgebied)) +
  geom_col(stat="identity", width=1, position="stack") +
  ggtitle(label="Onderwerpen gedomineerd door vrouwen") +
  geom_text(aes(label = perc),
    color = "black", size=3, position = position_stack(vjust = 0.5)) +
  coord_polar("y", start=0) +
  theme_void() +
  guides(fill=guide_legend(title="Vakgebied"))

##Welke vakgebieden waren het meest gerepresenteerd bij de mannenonderwerpen
m_gasten=gasten_onderwerp_1%>%
  filter(Onderwerp %in% c("Wetenschap", "Infrastructuur", "Boeren en stikstof", "Geschiedenis",
    "Literatuur", "Klimaat en natuur", "Conflicten en rampen", "Theater en kunst",
    "Samenleving", "Journalistiek en media", "Muziek", "Religie en immigratie",
    "Corona",
    "Misdad en rechtspraak", "Politiek"))%>%
  group_by(vakgebied)%>%
  summarize(n=n())%>%
  drop_na()%>%
  arrange(-n)%>%

```

```

top_n(10)%>%
mutate(perc=round(100*(n/sum(n)),2))

##Soorten vakken
m_gasten2=gasten_onderwerp_1%>%
  filter(Onderwerp %in% c("Wetenschap", "Infrastructuur", "Boeren en stikstof", "Geschiedenis",
    "Literatuur", "Klimaat en natuur", "Conflicten en rampen", "Theater en kunst",
    "Samenleving", "Journalistiek en media", "Muziek", "Religie en immigratie",
"Corona",
    "Misdad en rechtspraak", "Politiek"))%>%
  group_by(soort_vak)%>%
  summarize(n=n())%>%
  mutate(perc=round(100*(n/sum(n)),2))
##Plot
ggplot(data=m_gasten, aes(x="", y=perc, fill=vakgebied)) +
  geom_col(stat="identity", width=1, position="stack") +
  ggtitle(label="Onderwerpen gedomineerd door mannen") +
  geom_text(aes(label = perc),
    color = "black", size=3, position = position_stack(vjust = 0.5)) +
  coord_polar("y", start=0) +
  theme_void() +
  guides(fill=guide_legend(title="Vakgebied"))

##Voorspellen gender – logistische regressie
gasten6=gasten2%>%
  mutate(gender=ifelse(gender=="m", 0,1))%>%
  filter(!is.na(leeftijd))%>%
  mutate(Soort_vakgebied = case_when(vakgebied=="Bedrijfsleven" ~ "Inhoudelijk",
    vakgebied=="Journalist" ~ "Inhoudelijk",
    vakgebied=="Medisch personeel" ~ "Inhoudelijk",
    vakgebied=="Niet-wetenschappelijk expert" ~ "Inhoudelijk",
    vakgebied=="Onderwijs" ~ "Inhoudelijk",
    vakgebied=="Politiek" ~ "Inhoudelijk",
    vakgebied=="Veiligheid" ~ "Inhoudelijk",
    vakgebied=="Wetenschapper" ~ "Inhoudelijk",
    T ~ "Entertainment"))%>%
  mutate(Soort_vakgebied=ifelse(Soort_vakgebied=="Inhoudelijk", 0, 1))%>%
  rename(Leeftijd=leeftijd, Gender=gender)

n_0 = glm(Gender ~ 1, data=gasten6, family= binomial)
n_1 = glm(Gender ~ Leeftijd, data=gasten6, family= binomial)
n_2 = glm(Gender ~ Leeftijd + Soort_vakgebied, data=gasten6, family=binomial)

tab_model(n_0, n_1, n_2)
anova(n_0, n_1, n_2)

pchisq(102.267, df=1, lower.tail=F)

```

```

pchisq(4.791, df=1, lower.tail=F)

##H5: spreektijd
spreektijd=read.csv("data/spreektijden20230515.csv")%>%
  select(-speaker_start, -tot, -voornaam, -achternaam)

aantal=spreektijd%>%
  group_by(date, naam)%>%
  summarize(n=n())%>%
  group_by(date)%>%
  summarize(n=n())
aantal2=aantal%>%mutate(sum=sum(n))

##spreektijd in milliseconden per persoon per uitzending
spreektijd2=spreektijd|>
  group_by(naam, date, gender)|>
  summarize(talk_time=sum(talk_time))%>%
  mutate(seconden = talk_time/1000)

##Talktime toevoegen aan overkoepelend gastenbestand
spreektijd3=gasten%>%
  left_join(spreektijd2)

##spreektijd voor mannen en vrouwen per uitzending
spreektijd4=spreektijd2%>%
  group_by(date, gender)|>
  summarize(talk_time=sum(talk_time))%>%
  mutate(seconden = round((talk_time/1000),2))

##Gemiddelde spreektijd voor mannen en vrouwen totaal
spreektijd5=spreektijd2%>%
  group_by(gender)%>%
  summarize(milliseconden = mean(talk_time))%>%
  mutate(seconden = milliseconden/1000)

##Testen voor significantie
t.test(seconden ~ gender, data=spreektijd2,var.equal = FALSE)

spreektijd6=spreektijd5%>%
  mutate(gender=ifelse(gender=="m", "Man", "Vrouw"))%>%
  mutate(seconden=round(seconden),0)

ggplot(data = spreektijd6, aes(x=gender, y=seconden, fill=gender))+
  geom_bar(position = "dodge", stat="identity", width = 0.8, show.legend = FALSE)+
  ggtitle(label="Gemiddelde spreektijd mannelijke en vrouwelijke gasten",
    subtitle = "Per aflevering in seconden")+
  scale_fill_manual(values = c("skyblue", "pink"))+
  geom_text(aes(label = seconden), vjust = 1.5, color = "black",

```

```

    position = position_dodge(1))+
  theme_minimal()+
  xlab("")+
  ylab("In seconden per aflevering")

##H6: Onderbrekingen
onderbrekingen=coderingen%>%
  select(id, gender, ond)

##Relatief maken met de spreektijd
onderbrekingen2=onderbrekingen%>%
  mutate(factor=ifelse(gender=="v", 1.17, 1))%>%
  mutate(ond2=ond*factor)

with(onderbrekingen, shapiro.test(ond[gender == "m"]))
with(onderbrekingen, shapiro.test(ond[gender == "v"]))
t.test(ond2 ~ gender, var.equal = FALSE, data=onderbrekingen2)

onderbrekingen3=onderbrekingen2%>%
  group_by(gender)%>%
  summarize(`Waargenomen onderbrekingen`=mean(ond),
    `Onderbrekingen gecorrigeerd op spreektijd`=mean(ond2))%>%
  mutate(gender=ifelse(gender=="m", "Man", "Vrouw"))%>%
  rename(Gender=gender)%>%
  pivot_longer(cols=c("Waargenomen onderbrekingen", "Onderbrekingen gecorrigeerd op spreektijd"),
names_to="Ond", values_to = "n")%>%
  mutate(n=round(n,2))

positions=c("Waargenomen onderbrekingen", "Onderbrekingen gecorrigeerd op spreektijd")
ggplot(data = onderbrekingen3, aes(x=Ond, y=n, fill=Gender))+
  geom_bar(position = "dodge", stat="identity", width = 0.8, show.legend = T)+
  ggtitle(label="Onderbrekingen mannen en vrouwen per fragment",
    subtitle = "Waargenomen onderbrekingen en onderbrekingen gecorrigeerd voor gemiddelde
spreektijd")+
  scale_fill_manual(values = c("skyblue", "pink"))+
  scale_x_discrete(limits = positions) +
  geom_text(aes(label = n), vjust = 1.5, color = "black",
    position = position_dodge(1))+
  theme_minimal()+
  xlab("")+
  ylab("")

##H7 en H8: rollen van gasten
coderingen = read_csv2("data/Coderingen_08052023.csv")

##Algemene statistieken
items=coderingen%>%
  group_by(id, item)%>%

```

```

summarize(n=n())

items2=coderingen%>%
  group_by(id, gender, item, naam)%>%
  summarize(n=n())

items4=items2%>%
  select(gender, naam)

items3=items2%>%
  group_by(naam)%>%
  summarize(n=sum(n))%>%
  arrange(-n)

namen=coderingen%>%
  distinct(naam, .keep_all = F)
##Eerst worden de mensen met een 0 bij zowel c1 als p1 eruit gehaald
coderingen1=coderingen%>%
  mutate(fout=case_when(id=="Op1;2020-04-12" & item=="4 en 5 mei met corona" & naam=="gor
khatchikyan" ~ 1,
                        id=="Op1;2020-04-17" & item=="Coronasituatie IC's" & naam=="gert-jan segers" ~1,
                        id=="Op1;2020-06-14" & item=="Antiracisme standbeelden" & naam=="hans
dorrestijn" ~1,
                        id=="Op1;2020-08-06" & item=="Introductieweken hoger onderwijs" &
naam=="patricia bruijning"~1,
                        id=="Op1;2021-10-14" & item=="Populariteit Squid Game" & naam=="mai verbij"~1,
                        id=="Op1;2021-10-22" & item=="Hoge energierekeningen" & naam=="victor reinier"
~1,
                        id=="Op1;2022-07-27" & item=="Groei BBB" & naam=="maarten van rossem" ~1,
                        id=="Op1;2022-07-27" & item=="Boerenprotesten" & naam=="maarten van rossem"
~1,
                        T~0))%>%
  filter(!fout==1)%>%select(-fout)%>%
  mutate(id2=paste0(id,";",item))

namen2=coderingen1%>%
  group_by(gender)%>%
  summarize(n=n())%>%
  mutate(perc_gender=round(100*(n/sum(n)),1))

#H7: expert
expert=coderingen1%>%
  select(id2, gender, c1)

##Relatief maken: per aflevering m/v verdeling experts delen door m/v verdeling gasten totaal
#totaal aantal gasten per aflevering
expert1=expert%>%
  group_by(id2)%>%

```

```

summarize(n_tot=n())

#aandeel mannen en vrouwen van totaal aantal gasten per aflevering
expert2=expert%>%
  group_by(id2, gender)%>%
  summarize(n_gender=n())%>%
  left_join(expert1)%>%
  mutate(perc_gender=round(100*((n_gender/n_tot)),2))

expert3=expert%>%
  group_by(id2)%>%
  summarize(c1_tot=sum(c1))

expert4=expert%>%
  group_by(id2, gender)%>%
  summarize(c1=sum(c1))%>%
  left_join(expert3)%>%
  mutate(c1_gender=round(100*((c1/c1_tot)),2))%>%
  left_join(expert2)%>%
  select(-c1_tot, -n_gender, -n_tot)%>%
  mutate(perc_relatief_c1=round((c1_gender/perc_gender),2))

with(expert4, shapiro.test(perc_relatief_c1[gender == "m"]))
with(expert4, shapiro.test(perc_relatief_c1[gender == "v"]))
t.test(perc_relatief_c1 ~ gender, var.equal = FALSE, data=expert4)

expert5=coderingen1%>%
  select(id2, gender, c1)%>%
  group_by(gender)%>%
  summarize(c1=sum(c1))%>%
  mutate(perc_exp=round(100*(c1/sum(c1)),1))%>%
  left_join(namen2)%>%
  mutate(perc_relatief_exp=round((perc_exp/perc_gender),2))

#H8: burgers
burger=coderingen1%>%
  select(id2, gender, p1)

##Relatief maken
#totaal aantal gasten per aflevering
burger1=burger%>%
  group_by(id2)%>%
  summarize(n_tot=n())

#aandeel mannen en vrouwen van totaal aantal gasten per aflevering
burger2=burger%>%
  group_by(id2, gender)%>%
  summarize(n_gender=n())%>%

```

```

left_join(burger1)%>%
mutate(perc_gender=round(100*((n_gender/n_tot)),2))

burger3=burger0%>%
group_by(id2)%>%
summarize(p1_tot=sum(p1))

burger4=burger0%>%
group_by(id2, gender)%>%
summarize(p1=sum(p1))%>%
left_join(burger3)%>%
mutate(p1_gender=round(100*((p1/p1_tot)),2))%>%
left_join(burger2)%>%
select(-p1_tot, -n_gender, -n_tot)%>%
mutate(perc_relatief_p1=round((p1_gender/perc_gender),2))

with(burger4, shapiro.test(perc_relatief_p1[gender == "m"]))
with(burger4, shapiro.test(perc_relatief_p1[gender == "v"]))
t.test(perc_relatief_p1 ~ gender, var.equal = FALSE, data=burger4)

burger5=coderingen1%>%
select(id2, gender, p1)%>%
group_by(gender)%>%
summarize(p1=sum(p1))%>%
mutate(perc_burg=round(100*(p1/sum(p1)),1))%>%
left_join(namen2)%>%
mutate(perc_relatief_burg=round((perc_burg/perc_gender),2))

##samenvoegen voor in plot
exp_burg=expert5%>%
left_join(burger5)%>%
select(gender, perc_exp, perc_burg)%>%
rename(`Expert/Vertegenwoordiger`=perc_exp, `Burger/Ervaringsdeskundige`=perc_burg)%>%
mutate(gender=ifelse(gender=="m", "Man", "Vrouw"))

exp_burg2=exp_burg%>%
pivot_longer(cols=c("Expert/Vertegenwoordiger", "Burger/Ervaringsdeskundige"), names_to="Rol",
values_to = "Percentage")%>%
rename(Gender=gender)

positions=c("Expert/Vertegenwoordiger", "Burger/Ervaringsdeskundige")
ggplot(data = exp_burg2, aes(x=Rol, y=Percentage, fill=Gender))+
geom_bar(position = "dodge", stat="identity", width = 0.8, show.legend = TRUE)+
ggtitle(label="Mannelijke en vrouwelijke Op1-gasten in de rol van expert of burger")+
scale_fill_manual(values = c("skyblue", "pink"))+
scale_x_discrete(limits = positions) +
geom_text(aes(label = Percentage), vjust=3, size = 3.5, color = "black",
position = position_dodge(1))+

```



```

theme_minimal()+
xlab("")+
ylab("Percentage")

##Relatieve scores mannen en vrouwen tegenover elkaar
exp_burg_ = expert5%>%
  left_join(burger5)%>%
  select(gender, perc_relatief_exp, perc_relatief_burg)%>%
  rename(`Expert/Vertegenwoordiger`=perc_relatief_exp,
`Burger/Ervaringsdeskundige`=perc_relatief_burg)%>%
  mutate(gender=ifelse(gender=="m", "Man", "Vrouw"))

exp_burg2_ = exp_burg_%>%
  pivot_longer(cols=c("Expert/Vertegenwoordiger", "Burger/Ervaringsdeskundige"), names_to="Rol",
values_to = "Percentage")%>%
  rename(Gender=gender)

positions=c("Expert/Vertegenwoordiger", "Burger/Ervaringsdeskundige")
ggplot(data = exp_burg2_, aes(x=Rol, y=Percentage, fill=Gender))+
  geom_bar(position = "dodge", stat="identity", width = 0.8, show.legend = TRUE)+
  ggtitle(label="Mannelijke en vrouwelijke Op1-gasten in de rol van expert of burger")+
  scale_fill_manual(values = c("skyblue", "pink"))+
  scale_x_discrete(limits = positions) +
  geom_text(aes(label = Percentage), vjust=3, size = 3.5, color = "black",
            position = position_dodge(1))+
  theme_minimal()+
  xlab("")+
  ylab("Relatieve score")

##Stereotypen: H9, H10, H11
##H9: priveleven
prive=coderingen%>%
  select(id, gender, p2)

prive1=coderingen%>%
  select(id, gender, p2)%>%
  group_by(gender)%>%
  summarize(n=n())

prive1a=coderingen%>%
  select(id, gender, p2)%>%
  filter(p2==1)%>%
  group_by(gender)%>%
  summarize(n=n())

prive2=coderingen%>%
  select(id, gender, p2)%>%
  group_by(gender)%>%

```

```

summarize(p2=sum(p2))%>%
left_join(prive1)%>%
mutate(perc_p=round(100*(p2/n),1))

test=chisq.test(prive$p2, prive$gender)

##H10: Carrière
carriere=coderingen%>%
select(id, gender, c2)

carriere1=coderingen%>%
select(id, gender, c2)%>%
group_by(gender)%>%
summarize(n=n())

carriere1a=coderingen%>%
select(id, gender, c2)%>%
filter(c2==1)%>%
group_by(gender)%>%
summarize(n=n())

carriere2=coderingen%>%
select(id, gender, c2)%>%
group_by(gender)%>%
summarize(c2=sum(c2))%>%
left_join(carriere1)%>%
mutate(perc_car=round(100*(c2/n),1))

test=chisq.test(carriere$c2, carriere$gender)

#H11: competentie
competentie=coderingen%>%
select(id, gender, comp)

competentie1=coderingen%>%
select(id, gender, comp)%>%
group_by(gender)%>%
summarize(n=n())

competentie2=coderingen%>%
select(id, gender, comp)%>%
group_by(gender)%>%
summarize(comp=sum(comp))%>%
left_join(competentie1)%>%
mutate(perc_comp=round(100*(comp/n),1))

with(competentie, shapiro.test(comp[gender == "m"]))
with(competentie, shapiro.test(comp[gender == "v"]))

```

```

t.test(comp ~ gender, var.equal = FALSE, data=competentie)

##Plot maken totaal stereotypen
stereotypen = carriere2%>%
  left_join(priv2)%>%
  left_join(competentie2)%>%
  select(gender, n, perc_car, perc_p, perc_comp)%>%
  rename(`(H10) Carrière` = perc_car, `(H9) Privé` = perc_p, `(H11) Competentie` = perc_comp)

stereotypen2=stereotypen%>%
  pivot_longer(cols=c("(H10) Carrière", "(H9) Privé", "(H11) Competentie"), names_to="Stereotypen",
values_to = "Percentage")%>%
  select(-n)%>%
  mutate(gender=ifelse(gender=="m", "Man", "Vrouw"))%>%
  rename(Gender=gender)

positions=c("(H9) Privé", "(H10) Carrière", "(H11) Competentie")
ggplot(data = stereotypen2, aes(x=Stereotypen, y=Percentage, fill=Gender))+
  geom_bar(position = "dodge", stat="identity", width = 0.8, show.legend = TRUE)+
  ggtitle(label="Percentage stereotypen mannelijke en vrouwelijke gasten")+
  scale_fill_manual(values = c("skyblue", "pink"))+
  scale_x_discrete(limits = positions) +
  geom_text(aes(label = Percentage), vjust=1, size = 3, color = "black",
            position = position_dodge(1))+
  theme_minimal()+
  xlab("")+
  ylab("")

##Positionering aan tafel H12 en H13
##H12: niet aan de talkshowtafel
##Aantal gasten totaal per aflevering
##3 categorieën terugbrengen naar 2
plaats=coderingen%>%
  mutate(pl=ifelse(pl==3,2,1))%>%
  select(id, gender, pl)%>%
  group_by(id)%>%
  summarize(n_tot=n())

##Aantal mannen en vrouwen per aflevering
plaats2=coderingen%>%
  mutate(pl=ifelse(pl==3,2,1))%>%
  select(id, gender, pl)%>%
  group_by(id, gender)%>%
  summarize(n_gender=n())%>%
  left_join(plaats)%>%
  mutate(perc_gender=100*(n_gender/n_tot))

##Aantal mannen en vrouwen per plek

```

```

plek = coderingen|>
  mutate(pl=ifelse(pl==3,2,1))|>
  group_by(id,gender,pl)|>
  summarise(n=n())|>
  pivot_wider(names_from = pl, values_from = n)|>
  mutate(`1`=ifelse(is.na(`1`),0,`1`))|>
  mutate(`2`=ifelse(is.na(`2`),0,`2`))

##Percentages erbij en relatief maken
plek2=plek|>
  group_by(id,gender)|>
  summarise(plek1=sum(`1`),
    plek2=sum(`2`))|>
  mutate(perc1=plek1/sum(plek1)*100,
    perc2=plek2/sum(plek2)*100)%>%
  left_join(plaats2)%>%
  select(-n_gender, -n_tot, -plek1, -perc1)%>%
  filter(!is.na(perc2))%>%
  mutate(perc_relatief=perc2/perc_gender)

with(plek2, shapiro.test(perc_relatief[gender == "m"]))
with(plek2, shapiro.test(perc_relatief[gender == "v"]))
t.test(perc_relatief ~ gender, var.equal = TRUE, data=plek2)

##H15: hoofd van de tafel
##Aantal personen totaal per aflevering
plaats_1=coderingen%>%
  mutate(pl=ifelse(pl==1,1,2))%>%
  select(id, gender, pl)%>%
  group_by(id)%>%
  summarize(n_tot=n())

##Aantal mannen en vrouwen per aflevering
plaats2_1=coderingen%>%
  mutate(pl=ifelse(pl==1,1,2))%>%
  select(id, gender, pl)%>%
  group_by(id, gender)%>%
  summarize(n_gender=n())%>%
  left_join(plaats_1)%>%
  mutate(perc_gender=100*(n_gender/n_tot))

##Mannen en vrouwen per plek
plek_1 = coderingen|>
  mutate(pl=ifelse(pl==1,1,2))|>
  group_by(id,gender,pl)|>
  summarise(n=n())|>
  pivot_wider(names_from = pl, values_from = n)|>
  mutate(`1`=ifelse(is.na(`1`),0,`1`))|>
  mutate(`2`=ifelse(is.na(`2`),0,`2`))

```

```
##Percentages en relatief maken
```

```
plek1=plek|>
  group_by(id,gender)|>
  summarise(plek1=sum(`1`),
            plek2=sum(`2`))|>
  mutate(perc1=plek1/sum(plek1)*100,
         perc2=plek2/sum(plek2)*100)%>%
  left_join(plaats2_1)%>%
  select(-n_gender, -n_tot, -plek2, -perc2)%>%
  filter(!is.na(perc1))%>%
  mutate(perc_relatief=perc1/perc_gender)
```

```
with(plek1, shapiro.test(perc_relatief[gender == "m"]))
with(plek1, shapiro.test(perc_relatief[gender == "v"]))
t.test(perc_relatief ~ gender, var.equal = TRUE, data=plek1)
```

```
##Gemiddelden berekenen voor in plot
```

```
gem_plaats=plek2a%>%
  rename(`(H12) Niet aan talkshowtafel`=perc)%>%
  select(-sd)%>%
  left_join(plek1a)%>%
  select(-sd)%>%
  rename(`(H13) Hoofd van de tafel`=perc)%>%
  rename(Gender=gender)%>%
  pivot_longer(cols=c("(H12) Niet aan talkshowtafel", "(H13) Hoofd van de tafel"), names_to="Plaats",
               values_to = "Score")%>%
  mutate(Score=round(Score,2))
```

```
ggplot(data = gem_plaats, aes(x=Plaats, y=Score, fill=Gender))+
  geom_bar(position = "dodge", stat="identity", width = 0.8, show.legend = T)+
  ggtitle(label="Aandeel mannen en vrouwen aan tafel", subtitle="Gecorrigeerd op man-
vrouwverdeling per aflevering")+
  scale_fill_manual(values = c("skyblue", "pink"))+
  geom_text(aes(label = Score), vjust = 1.5, color = "black",
            position = position_dodge(1))+
  theme_minimal()+
  xlab("")+
  ylab("")
```