



**Entree**

**Wie:** Yernaz Ramautarsing

**Leeftijd:** 26

**Wat:** student politicologie

**Waar:** Pauw & Witteman, 28 november

Weg met de linkse denkers, leve het pure kapitalisme

Ok dit stukje wordt waarschijnlijk geproduceerd op de Facebookpagina 'Linkse indoctrinatie op mijn universiteit'. Aandacht in de media wordt door oprichter Yernaz Ramautarsing gevestigd als een overwinning. Vorige week donderdag was een topdag. 's Ochtends een interview in *de Volkskrant*, 's avonds een optreden bij *Pauw & Witteman*. Tijdens die uitzending had de pagina 395 'likes', vanochtend stonde de teller op 2.176.

Het duurde even voordat het initiatief van de student politicologie aan de Universiteit van Amsterdam door de media werd opgemerkt. In april dit jaar begon Ramautarsing met zijn meldpunt. Studenten kunnen voorbeelden posten van docenten die hun linkse wereldbeeld uitdragen in de collegezaal. Links moet breed worden opgevat: pro Europa, pro Obama, pro verzorgingsstaat, anti vrije markt, anti kapitalisme, anti Amerika. Begin oktober had *Nieuwe Revu* de primeur, universiteitsblad *Folia* volgde snel, half november werd de actie signaleerd in *nrc.next* en *NRC Handelsblad*.

Als gast van de linkse presentatoren Pauw en Witteman was Ramautarsing, geboren in Paramaribo, goed op dreef. Nadat hij de gastheren tussendoor had beticht van salonsocialisme („Julie pakken ook hoor!“) wist hij in de finale Freek de Jonge (die zichzelf niet bepaald hielp) te vloeren. Dit alles met een charmante lachen zonder een greintje verbetenheid. Rustig en toch rad. De vorm was heel wat overtuigender dan de inhoud. Ramautarsing heeft drie voorbeelden van linkse indoctrinatie op de UvA die steeds opduiken: een docent sprak over de falende markt, studenten moesten een boekje over Obama kopen, er hangt een portret van Marx in een universiteitsgebouw. In het curriculum zouden rechtse denkers als Hayek en Friedman worden geweerd. Onzin, zegt de opleidingsdirecteur politicologie, die komen in het tweede jaar aan bod. De schamele maar publiciteitsgevoelige anti-indoctrinatie actie lijkt voor Ramautarsing een middel om zijn echte doel te bereiken: aandacht voor het gedachtegoed van de Russisch-Amerikaanse filosoof en schrijfster Ayn Rand (1905-1982). Hij is aanhanger van haar 'objectivisme': kapitalisme in de meest pure vorm, met een minimale rol voor de overheid en atheïsme en egoïsme als individuele deugden. Bij P&W zwaaid Ramautarsing met zijn stuk gelezen exemplaar van haar ideeënroman *Atlas Shrugged* uit 1957. Waar Yernaz is, is Ayn niet ver weg. „Door het lezen en bestuderen van haar boeken heb ik mijn principes kunnen vormen en definiëren“, zegt hij in een interview op de obscure website *Success for Men*. Daarvoor is hij haar „eeuwige dank verschuldigd“. Rands motto is vrij overzichtelijk: weg met de overheid, leve de markt. Haar discipel verspreidt het woord. Ramautarsing is een gelovige atheïst.

**Mark Duursma**

We verwelkomen iedere week een nieuwkomer in de mediacarrousel.

**Vrouwen in beeld**

Eenderde van de sprekers in praatprogramma's is vrouw. Dat kan beter, vinden lobbyclubs. Ze koppelen redacties aan vrouwelijke deskundigen.

# Vrouwen zijn te genuanceerd voor tv

Door onze redacteur  
**Rosan Hollak**

Vrouwen in de media? Ze zijn niet te vinden. Ze zitten niet aan de top. Daarom zijn ze ook weinig aan het woord. "Janneke van Heugten, directeur van Mediaplatform VIDM (Vaker in de Media), krijgt telkens dezelfde reactie zodra ze vertelt wat ze doet. VIDM is officieel een platform dat journalisten helpt in hun zoektocht naar deskundigen en andersom. Maar de focus van Van Heugten ligt vooral op het promoten van vrouwen. Vorige week lanceerde ze 'You can't be what you can't see', een filmpje over een krantenproject waar ze, samen met vijftig vrijwilligers, vier maanden aan werkte. Uit 136 willekeurig geselecteerde edities van kranten (87 titels, 22 landen) knipten ze alle krantenfoto's en advertenties waarop mannen en vrouwen stonden afgebeeld. De beelden plakten ze op lange vellen. Het leverde 138 meter aan beeldmateriaal op. Slechts dertig procent daarvan bleek vrouw. „Een groot deel is model of actrice. Als we de advertenties niet hadden toegevoegd, was er slechts een handjevol vrouwelijke deskundigen overgebleven“, zegt Van Heugten.

Het krantenproject van VIDM werd eerder dit jaar gepresenteerd op de conferentie 'Media and the Image of Women', georganiseerd door de Raad van Europa in samenwerking met het ministerie van OCW. Waarom wil Van Heugten hier de aandacht op vestigen? „Nieuwsredacties beginnen hun dag vaak met het doorspitten van de kranten. Als vrouwelijke experts daar al onzichtbaar zijn, dan werkt dat onvermijdelijk door in andere media.“

Volgens Van Heugten hebben we in Nederland een 'blinde vlek' als het gaat om stereotypering in de media. „Als je snel een krant doorbladert, lijkt het allemaal mee te vallen. Maar van alle foto's in Europese kranten van 45 plussers is slechts 16 procent vrouw. En hoe ouder de vrouw, hoe minder je haar terugziet in de krant.“

Volgens haar hebben deze beelden uiteindelijk invloed op studiekeuzes die meisjes maken. „Ze kiezen sneller beroepen waarmee ze niet naar topposities doorstromen. Dat is niet goed voor de eigenwaarde en het zorgt voor kapitaalvernietiging.“

Het initiatief van VIDM komt niet uit de lucht vallen. In februari dit jaar kwam Shula Rijxman, lid van de Raad van Bestuur van de NPO, met een initiatief om bij de publieke omroep het aantal vrouwelijke deskundigen op tv te laten stijgen. Uit NPO-onderzoek bleek slechts 33 procent van de sprekers bij nieuws- en opinieprogramma's vrouw. Kern van haar plan was om, met behulp van een groslijst met talentvolle vrouwen, de redacties van praatprogramma's in contact te brengen met nieuwe, vrouwelijke experts en wetenschappers. Haar voorstel werd door *Spits*-columnist Jan Dijkgraaf spottend de 'tietenlijst' genoemd. Na een optreden in *De Wereld Draait Door*, waar Rijxman aan tafel zat met ondermeer



advocate Mirjam de Blécourt die opmerkte dat vrouwen het „best eng“ kunnen vinden om op tv te komen want „ik heb vanavond nou net niet mijn leuke jurk bij me“, werd het initiatief op Twitter afgekraakt. „Blijkbaar raakt dit onderwerp een zenuw“, zegt Rijxman. „De Blécourt werd verkeerd begrepen. Ze wilde benadrukken dat vrouwen, als ze gevraagd worden op tv, eerder de boot afhouden. Vrouwen zijn beschiedener dan mannen en stellen eerder de vraag: ben ik de juiste deskundige?“

Inmiddels heeft het vrouwenwerk Women Inc., in opdracht van de NPO, de gegevens van zo'n 35 vrouwelijke experts aan verschillende tv-redacties doorgegeven. Het *NOS Journaal*, *DWDD*, *EenVandaag*, *Altijd Wat* en *Debat* op 2 werd gevraagd wat voor een expertise nog werd gezocht. Iedere redactie ontving een afzonderlijke lijst met deskundigen. Om die

redenen wil de NPO niet de hele lijst met namen prijsgeven. Vervolgens werden bijeenkomsten georganiseerd waar de vrouwen werden gepitcht of een presentatie konden geven. Over het effect kan Rijxman nog niet veel zeggen. „We turven niet dagelijks het resultaat. Maar ik denk dat we redacties wakker hebben geschud. Een aantal experts komt nu op tv (zie kader), anderen geven achter de schermen advies.“

Maar is al die actieve bemoeienis wel nodig? Wie 's avonds langs de verschillende praatprogramma's zapt, ziet toch bijna altijd een vrouw aan tafel zitten? „Meer vrouwen zijn altijd welkom“, zegt Jan Kriek, hoofdredacteur bij EenVandaag. „We zijn altijd op zoek naar originele sprekers. Toen de NPO met de lijst kwam, zijn we daar op ingegaan.“

EenVandaag nodigde deze zomer zes vrouwelijke specialisten uit op de redactie te komen praten. „Dat was een geslaagde bijeenkomst. We hebben hun nummers genoteerd. Econome Irene van Stavere en juriste Marjan Olfers zijn al in onze uitzending geweest.“

„Op tv zie je geregeld dezelfde vrouwelijke toppers terugkomen“, zegt Jannet Vaessen, directeur van Women Inc. Achter de schermen spant ze zich al jaren in om meer vrouwen in beeld te krijgen. „Het grootste probleem is de manier waarop vrouwen zich presenteren en over komen. Wat we te horen krijgen van redacties en gasten is dat mannen eerder kiezen voor stelligheid of oneliners. Vrouwen stellen eerder vragen om zelf een genuanceerd beeld te krijgen.“

Een bijkomend probleem is dat vrouwen, die zich wel stevig profileren in de media, vaak in sociale media de wind van voren krijgen. „Zeer uitgesproken vrouwen zoals Ingeborg Beugel of Asha ten Broeke krijgen via Twitter ongelooflijk veel kritiek over zich heen“, zegt Daphne van Paassen, plaatsvervangend hoofdredacteur van *Opzij*. „Ik kan me voorstellen dat

15

Linda de Mol is de hoogst genoteerde vrouw in de vorige week gepubliceerde Media100, op #5. Er staan 15 vrouwen in de lijst. Er zijn drie nieuwkomers: Léonie Koning (#54), Astrid Prummel (#65) en Rens Plandsoen (#85).

1.352

Edith Schippers was in 2012 de vrouw die het meest in het nieuws was. In dagbladen werd zij in 1.352 artikelen genoemd, op tv komt ze met 113 uitzendingen op plaats 2. Dat blijkt uit het onderzoek 'Vrouwen in de Media 2012' van Nieuwsmonitor.

27

ZijSpreek telt een toename van vrouwelijke experts in de praatprogramma's DWDD en P&W. In april 2013 zaten in 20 uitzendingen DWDD 27 vrouwen aan tafel, 6 meer dan in april 2012. Bij P&W zaten in 22 afleveringen 37 vrouwen, 9 meer dan in 2012.

78

Van de foto's van vrouwen in Europese kranten toont 78 procent vrouwen van onder de 45. Dat blijkt uit het Europese krantenonderzoek van mediaplatform VIDM, waarbij van maart t/m mei werd geknipt uit 87 kranten uit 22 landen.

2012

Tineke Ceelen, directeur Stichting Vluchteling, ontving voor 2012 de 'Vrouw in de Media Award'. De prijs van ZijSpreek en VIDM bestaat sinds 2009. Eerdere winnaars waren Petra Stienen (2011), Femke Halsema (2010) en Neelie Kroes (2009).



FOTOS: GOVERT DE ROOS, THINKSTOCK, STILLS UIT 'DE WERELD DRAAIT DOOR' EN 'PAUW & WITTEMAN', BEELDBEWERKING FOTODIEN.NRC

**MODEONTWERPSTER**

'Vind ik het eng om op tv te praten? Helemaal niet'

**2 Pauline van Dongen** (27), modeontwerper, gespecialiseerd in 'wearable technology'. 'Women Inc. heeft mij, met andere vrouwen, voorgelegd bij de redactie van DWDD. Ik ben twee weken voor de zomerstop door iemand van de redactie gebeld en heb een introducerend gesprek gehad. Tot nu toe ben ik nog niet gevraagd voor de uitzending maar ze hebben wel aangegeven contact met me te houden. Ik moet ze op de hoogte houden van mijn projecten en van nieuwe ontwikkelingen op mijn vakgebied. Ik ben aan het promoveren op Mode en Technologie aan de TU/Eindhoven en sta door mijn vak zowel midden in de mannen- als een vrouwenwereld. Het valt me op dat vooral

in die technische wereld veel mannen rondlopen. Daar kan nog wel verbetering in komen, het is dus goed dat ik ben gevraagd om over technologische onderwerpen af en toe op tv te komen vertellen. 'Vind ik het eng om op tv te praten? Helemaal niet. Ik hou zo vaak lezingen. Het lijkt me juist spannend. DWDD is ook een geweldige podium.'

**INTERNISTE**

'Steek je nek uit, dat heeft lang niet altijd nare gevolgen'

**3 Rachida el Moussaoui** (41), internist/infectioloog bij MC Groep. 'Ik werd door Women Inc. benaderd met de vraag of ze me mochten tippen bij de NPO. Ik heb meteen toegestemd. Er zijn nog veel te weinig vrouwen in actualiteitprogramma's te zien. Dat ligt aan de vrouwen zelf, maar ook aan de redacties. Toen ik deze zomer, met een groep van

acht deskundige vrouwen, bij het *NOS Journaal* werd uitgenodigd, legde een redacteur uit dat ze vaak snel een specialist uit de kaartenbak moeten trekken. Als ze op de redactie dan geen weet hebben van bepaalde sprekers, komen die ook niet op tv. Het lijkt me nuttig dat die bak nu wordt verversd. 'Ik denk dat vrouwen het best eng vinden om op tv te komen.

Ze voelen een bepaalde onzekerheid en willen ook dat het verhaal dat ze vertellen, klopt. Vrouwen zijn perfectionistisch, dat houdt ze soms tegen. Ik denk dat we best wel wat ongenueeerdere mogen zijn. Steek je nek uit, dat heeft lang niet altijd nare gevolgen. En wanneer dat een keer wel het geval is, ga er dan avontuurlijk mee om.'