

**RÄKNA
MED
KVINNOR!**



SVERIGE

**Global Media Monitoring
Project 2010**

Nationell rapport

Författare: Maria Edström, Maria Jacobson, Simone Lindsten



INNEHÅLL

Förord	3
Röster från de lokala koordinatorena Global Media Monitoring Project Metod Undersökta medier i Sverige	
Huvudresultat	7
Figur 1: Andel kvinnor och män som nyhetssubjekt i Sverige och globalt	
Kvinnor i global nyhetsskugga	8
Tabell 1: Andelen kvinnor i det globala nyhetsflödet i olika medier 1995-2010 Tabell 2: "Jag uttalar mig som..." Andelen kvinnor i olika funktioner Politik, brott och ekonomi i topp Tabell 3: Fördelning inom olika bevakningsområden i det globala nyhetsflödet Fler kvinnor i yrket men mest män som levererar nyheter Klent fokus på kvinnor och jämställdhet Nyheterna på webben Tabell 4: Andel kvinnor som huvudpersoner på Internet per land i procent	
Stabilt mönster i Sverige	10
Nyhetsdagen 10 november 2009 i Sverige Två exempel på könsmedvetet- och omedvetet Att hamna på första sidan Stabilt mönster av underrepresentation Tabell 5: Andelen kvinnor som nyhetssubjekt i Sverige 2000-2010 Sport, kändisar, politik och brott Tabell 6: Andelen kvinnor inom olika bevakningsområden globalt och nationellt Politikern är en man Männen är experter och talespersoner Journalisterna i balans Tabell 7: Andel kvinnor bland reportrar och presentatörer i Sverige 2000-2010 Tabell 8: Andelen kvinnor som reportrar per bevakningsområde Skillnader i Norden Tabell 9: Andel kvinnor som nyhetssubjekt och experter i Norden 2010 På tal om genus och jämställdhet Ekonomi i fokus Jämställdhet fortfarande en kvinnofråga Uppmärksammade kvinnor	
Goda nyheter	15
Göteborgs-Posten Uppsala Nya Tidning Tabell 10: UNT:s egna mätningar av andelen kvinnor och män i nyheterna Västerbottensnytt Arbetaren Sveriges Radio SR Västerbotten Tabell 11: SR Västerbottens egen statistik över olika representationer 2005 och 2010. Feministiskt Perspektiv	
Därför ska kvinnor räknas	19
I backspegeln Global samverkan för ökad jämställdhet i medierna	
Resurser - ett urval	21
Lästips Kontakter Tack Bilaga: Rekommendationer från FN & GMMP	

Förord

För tredje gången är Sverige med i den globala nyhetsstudien **Global Media Monitoring Project**. Det är viktigt med globala jämförelser. Nästan 17 000 artiklar och nyhetsinslag ingår i den globala studien vilket gör att resultaten på global nivå måste ses om trovärdiga. Kvinnor är halva världens befolkning men utgör bara en knapp fjärdedel av nyhetsflödet. Men går det framåt. När studien gjordes för första gången inför kvinnokonferensen i Peking 1995 var det bara 17 procent kvinnor i nyheterna.

Visserligen är undersökning gjord under enbart en dag men nyhetsarbetet är så rutinbaserat att även en enda dag kan peka på mönster i det globala nyhetsflödet, och i viss mån även i det svenska.

Världen förändras men gör Sverige det? Under de tre gånger Sverige varit med har kvinnors andel i nyheterna legat på ungefär samma nivå kring 30 procent. En tredjedel kvinnor i nyheterna – är det så bra det kan bli? Har kvinnorna i Sverige nått nyheternas glastak?

Det finns numera flera exempel på svenska redaktioner och redaktionsledningarna som skaffar rutiner för att få en bättre könsbalans i sina nyheter. På många redaktioner integreras numera också könsperspektivet med andra representationsfrågor och man diskuterar vilka kvinnor och män som kommer till tals och på vilka villkor. Detta berättar vi om under avsnittet **Goda nyheter**. Redaktioner som fortfarande mest ägnar sig åt män i nyheterna får allt svårare att förklara sig.

Titeln **Räkna med kvinnor!** har två betydelser. En syftar på det trögna måtarbete som medieaktivister, forskare och jämställdhetsarbetare gör för att studera hur kvinnor kommer till tals i nyhetsförmedlingen. Fortfarande marginaliseras kvinnor i nyhetsförmedlingen som är en av de viktigaste kanalerna för information om omvärlden till medborgarna. Därför fortsätter vi räkna.

Den andra betydelsen med **Räkna med kvinnor!** avser att utmana den symbolik som den systematiska underrepresentationen av kvinnor i nyhetsmedierna avslöjar: att kvinnors verkligheter, tankar, världar och villkor fortfarande inte räknas fullt ut i samhället. Sverige vill gärna se sig som ett av världens mest jämställda länder. Det finns ett antal metoder för jämställdhetsarbete tillgängliga, genus- och jämställdhetsforskningen är omfattande, statistiken är könsuppdelad och det råder partipolitisk enighet om de jämställdhetspolitiska målen. Kvinnor i Sverige har själva med stor framgång gjort – och gör – anspråk på inflytande i politik och arbetsliv, de utbildar sig och är högrepresterande i skola, arbetsliv och som omsorgsgivare. Ändå fortsätter männen att dominera nyhetsmedierna.

Därför fortsätter det mediekritiska nätverket Allt är Möjligt i Göteborg att räkna. Det har vi gjort sedan 1992 då nätverket startade. Vi anser att medierna – också nyheterna – är en maktsfär som har ett stort ansvar för demokratisk samhällsutveckling. Nyhetsmedierna undervärderar ofta kvinnors åsikter, tankar och handlingar och riskerar då att bli en tillbakahållande kraft som inte främjar en demokratisk och rättvis samhällsutveckling.

Röster från de lokala koordinatörerna

Allt är Möjligt är nationell koordinatör för undersökningen 2010, liksom för åren 2000 och 2005. Då liksom nu samarbetade vi med forskare och studenter vid Institutionen för journalistik, medier och kommunikation på Göteborgs universitet. Från år 2005 utökades antalet partners med organisationen Kvinna till Kvinna i Stockholm och 2010 med Nerikes Allehanda.

Maria Edström:

Medieforskare och lektor vid Institutionen för journalistik, medier och kommunikation på Göteborgs universitet och lokal koordinatör

www.jmg.gu.se

”Jämställdhet är en mänsklig rättighet. Redaktionerna har mycket att vinna på att göra nyheter med, om och för både kvinnor och män. Publicistiskt innebär det fler perspektiv och ingångar i nyheterna, demokratiskt innebär det att fler kommer till tals och rent kommersiellt så berör det fler människor. Sverige anses vara ett jämställt land. Vår regering har skrivit under både plattformen från FN:s kvinnokonferens i Beijing år 1995 och Kvinnokonventionen från år 1979. Enligt dessa har Sverige lovat att bland annat öka kvinnors tillgång till och inflytande över medier samt att motarbeta stereotypa framställningar av kvinnor. De uppföljningar som regelbundet görs av hur vi lever upp till detta visar att det finns mycket kvar att göra. Att JMG:s studenter har möjlighet att delta i GMMP-studien gör dem mer medvetna om mediernas ansvar.”

Åsa Carlman:

Press och kommunikation, Kvinna till Kvinna, Stockholm, lokal koordinatör

www.kvinnatillkvinna.se

”Kvinna till Kvinna stärker kvinnor i krig och konflikter för att kvinnors makt och inflytande ska öka. Kvinna till Kvinna samarbetar med över 110 kvinnoorganisationer i Mellanöstern, Södra Kaukasien, Västra Balkan samt DR Kongo och Liberia. Eftersom medierna är viktiga kanaler för att påverka både beslutsfattare och bilda opinion hos allmänheten har Kvinna till Kvinna valt att försöka kartlägga och påverka mediernas skildring av kvinnor i krig och konflikt. Som ett led i detta är vi också med i den svenska delen av GMMP.”

Marita Johansen:

Kultur- och nöjeschef på Nerikes Allehanda
www.na.se

”Nerikes Allehanda har under många år jobbat med genusfrågor på redaktionen. En genusgrupp på redaktionen har diskuterat hur tidningen bättre ska kunna skildra en värld bestående av både kvinnor och män och deras olika levnadsvillkor, utan att trilla in i stereotypiska skildringar och ageranden. Att då kunna delta i arbetet med att granska världens medier med fokus i vårt fall på Sverige, kändes som självklart och som ett ypperligt utbildningstillfälle.”

Global Media Monitoring Project

Global Media Monitoring Project, GMMP, är världens mest omfattande undersökning av kvinnor och män i nyhetsmedier som över tid. Den första undersökningen genomfördes 1995 av frivilliga i 71 länder. Rapporten *Who makes the news?* blev klar lagom till FN:s fjärde kvinnokonferens samma år. Kvinnokonferensen resulterade i en handlingsplan, den så kallade Pekingplattformen, där ”Kvinnor och medier” blev ett av tolv fokusområden. De länder som undertecknade plattformen förband sig att verka för två saker:

1. Att medier skulle göras tillgängliga för kvinnor och att kvinnor skulle bli mer aktiva inom medierna
2. Att motverka stereotypa framställningar av kvinnor i medier.

Sedan dess har den globala nyhetsstudien GMMP genomförts vart femte år, för varje gång med allt fler deltagande länder. De kvantitativa och kvalitativa data som samlats in visar att kvinnor fortsätter vara underrepresenterade i förhållande till män även om andelen kvinnor ökat något över tid. Detta innebär att kvinnors perspektiv och åsikter till stor del saknas i medierna och att nyheterna speglar huvudsakligen mäns verkligheter. Eftersom medier förmedlar nyheter som når både medborgare och beslutsfattare innebär bristen på rapportering om kvinnor och kvinnors verkligheter att samhället saknar viktig information som är väsentlig för utveckling och framsteg i världen.

Metod

Global Media Monitoring Project är resultatet av ett samarbete mellan många människor världen över. Via internet distribueras kodböcker och manualer till nationella koordinatörer som till sin hjälp har en rad frivilliga, medieforskare, studenter, ideella organisationer och många andra, som utför själva kodningsarbetet. Den insamlade datamängden skickas sedan till huvudorganisationen som de senaste åren varit WACC, World Association of Christian Communication, som bearbetar och gör den tillgänglig för alla via webben.

Undersökningen 2010 utfördes i 108 länder på alla kontinenter under en nyhetsdag den 10 november 2009. Globalt studerades totalt 16 734 artiklar och inslag, 20 769 nyhetsuppläsare, presentatörer och reportrar samt 35 543 nyhetssubjekt från sammanlagt 1 281 tidningar, tv- och radiostationer. Pilotstudien av nyheter på webben granskade 76 nationella webbsidor och i 8 internationella webbsidor i 16 länder. Totalt har 1 061 artiklar med 2 710 nyhetssubjekt studerats (samt 1 044 journalister och presentatörer). En omfattande metodbeskrivning finns på projektets hemsida

GMMP har genomförts på ungefär samma sätt sedan starten år 1995 för att möjliggöra jämförelser över tid. En nyhet i 2010 års studie är att en virtuell arbetsgrupp detaljgranskat de kodade resultaten, föreslagit justeringar, diskuterat kriterier osv. Gruppen har bestått av genus- och medieexperter, forskare samt företrädare för frivilligorganisationer och samordnades av World Association of Christian Communication, WACC.

En av de förändringar som genomfördes i GMMP 2010 är att klassificeringen av nyheter har förfinats. GMMP:s klassificeringssystem omfattar sju bevakningsområden med 52 underrubriker. De stora bevakningsområdena är politik och regering, ekonomi, vetenskap och hälsa, sociala och rättsliga nyheter, brott och våld, kändisnyheter, kultur och medier, sport samt flickebarn (prioriterad kategori enligt FN). År 2005 var det 44 undergrupper. För att underlätta samstämmighet i kodning och bearbetning arrangerades en workshop i Kairo, då regionala koordinatörer fick metodutbildning. Metodinformation och självstudiematerial har också funnits tillgängligt på hemsidan www.whomakesthenews.org.

Utöver kvantitativa data levererade granskarna kvalitativa resultat enligt särskilda kriterier:

1. Tydligt könsstereotypa reportage, som använder ett språk eller bilder som nedvärderar kvinnor och det kvinnor gör eller artiklar som glorifierar eller rättfärdigar mäns våld.
2. Reportage, där stereotyperna är något mindre uppenbara. De kan t.ex. handla om karriärkvinnor, som "ändå är goda hustrur".
3. Reportage som är könsblinda eller där journalisten missat chansen att presentera en mer sammansatt bild t.ex. genom att låta fler människor komma till tals eller genom att belysa konsekvenser för både kvinnor och män av olika politiska förslag.
4. Genusmedvetna reportage, som i sin tur kunde delas in i tre underkategorier: a) reportage som utmanar traditionella könsroller, b) reportage, där man låter män och kvinnor komma till tals och c) reportage som handlar om jämställdhet eller brist på jämställdhet och konsekvenserna av detta.

Noggrannhet

Det är viktigt att de resultat som presenteras är så korrekta och tillförlitliga som möjligt. Stor möda har därför lagts på att utforma koder och information om kodningen på ett sätt som garanterar likformighet och därmed jämförbarhet såväl över tid som geografiskt. Information och exempel skickades ut till granskningsgrupper och samordnare. Nationella GMMP-koordinatorer ansvarade för att organisera arbetet i respektive land. Stöd levererades via hemsidan och e-post.

Idealt skulle alla som arbetar med GMMP vara medie- och/eller genusexperter. Men så har det inte varit utan många av dem som involverats i kodningsarbetet var och är intresserade entusiaster och aktivister, studenter m.fl. varav dock flera representerar frivilligorganisationer som arbetar för jämställdhet och/eller kvinnors rättigheter. Trots detta visar materialet som skickats in att en övervägande majoritet följt GMMP-metodiken. Endast 0,5 procent av inlevererade data har utelämnats i den globala rapporten.

Viktning

GMMP 2010 har använt samma viktningsprocedur som introducerades år 2005. Systemet har daterats upp och granskats för att garantera noggrannhet och tillförlitlighet. Vissa antaganden krävs för att få fram globala resultat. Det går t.ex. inte bara att addera alla länder resultat till varandra, eftersom de varierar mycket i storlek. Indien, som levererade in data från 100 medier, skulle i så fall påverka resultaten väldigt mycket mer än t.ex. Swaziland, som bara levererade in data från 5 medier. De globala resultaten måste därför läggas ihop på ett sätt som tar hänsyn till respektive deltagande lands storlek. Hänsyn har även tagits till vilken tillgång befolkningen i landet har till olika typer av medier.

Begränsningar

Exakta felmarginaller går inte att få fram en studie som GMMP. Media Monitoring Africa, som dels utvecklade analysmetoder, dels ansvarar för GMMP:s databas, lät sex mycket kvalificerade granskare koda materialet från Sydafrika ytterligare en gång. Deras resultat stämde till 97,7 procent överens med resultaten från den första kodningen.

Undersökta medier i Sverige

I Sverige undersöktes 8 dagstidningar, 3 radiosändningar, 3 tv-sändningar. Det svenska materialet utgör alltså bara en mycket liten del av en stora globala undersökningen. I pilotstudien om webben undersöktes också de 7 största webbnyhetsplatserna i Sverige.

PRESS:

Aftonbladet
Dagens Nyheter
Expressen
Göteborgs-Posten
Metro
Nerikes Allehanda
Svenska Dagbladet
Sydsvenska Dagbladet

TV: SVT Rapport 19.30, Aktuellt 21.00 och TV4 Nyheterna kl 22.00

RADIO: SR Morgonkott 07.00, Dagens eko 16.45 SR Stockholm 16.30

WEBB: Aftonbladet.se, Expressen.se
Dagens Nyheter, dn.se, Dagens Industri, di.se
Göteborgs-Posten, gp.se, Svenska Dagbladet, svd.se, Sydsvenskan.se

I Sverige delades granskningen upp geografiskt. I Göteborg samarbetade Allt är Möjligt med Institutionen för journalistik och masskommunikation på Göteborgs Universitet, JMG, som också upplät sina lokaler. Ett tjugotal personer deltog, studenter på JMG, kvinnoaktivister, medieaktivister och forskare. Maria Jacobson, dåvarande ordförande i AäM och Maria Edström, fil. doktor på JMG, ansvarade för granskningen.

Åtta dagliga nyhetstidningar ingick i studien: Aftonbladet, Dagens Nyheter, Expressen, Svenska Dagbladet, Göteborgs-Posten, Metro, Nerikes Allehanda, Svenska Dagbladet och Sydsvenska

Dagbladet, samt nyhetssajterna Aftonbladet.se, dn.se, di.se, Expressen.se, gp.se, svd.se samt sydsvenskan.se.

Journalisten Marita Johansen vid Nerikes Allehanda ledde en grupp i Örebro på fyra personer, som granskade SVT: Rapport och TV 4:s kvällsnyheter.

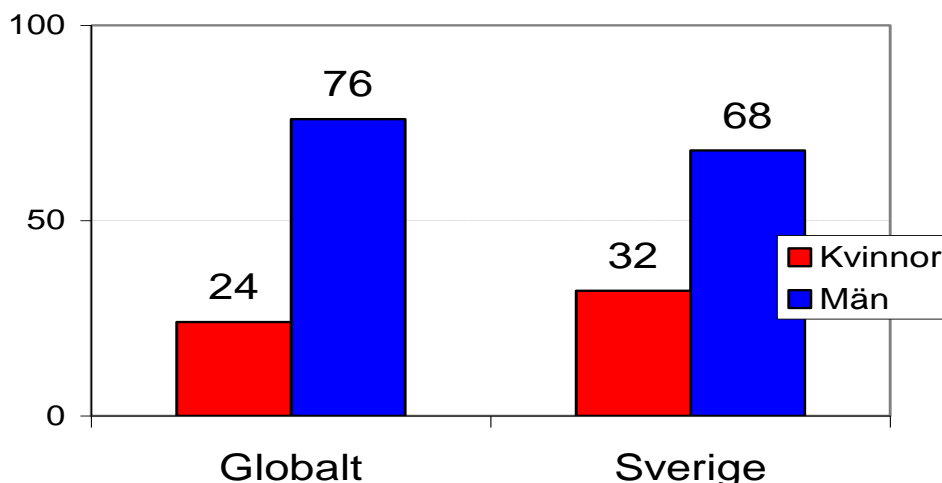
I Stockholm ledde Åsa Carlman en grupp om fem personer från organisationen Kvinna till Kvinna, som granskade Sveriges Radio P1:s Dagens eko 16.45 samt nyheter på Radio P4 Stockholm.

Totalt studerades 185 artiklar och inlägg och drygt 600 aktörer, inklusive nyhetssubjekt, reportrar och presentatörer. I den globala studien ingår press, radio och tv-materialet; 418 nyhetssubjekt och 237 reportrar och nyhetspresentatörer. I webbundersökningen ingick 167 nyhetssubjekt och 70 reportrar.

Vårt att komma ihåg: Studien pekar framför allt på globala mönster i nyheterna. De enskilda ländernas data är mer känsligt. Vissa länder har gjort en mer omfattande datainsamling parallellt med GMMP för att styrka sina resultat. Det gäller inte Sverige. Kanske nästa gång, 2015?

Huvudresultat

Figur 1: Andel kvinnor och män som nyhetssubjekt i Sverige och globalt



Män dominerar fortfarande nyhetsflödet

- Kvinnorepresentationen ökar sakta men säkert på ett globalt plan. 24 procent av nyhetssubjekten är nu kvinnor, att jämföra med 17 procent år 1995.
- Inte inom något bevakningsområde är det övervikt av kvinnor eller jämställt mellan könen när det gäller vem som kommer till tals. Flest kvinnor fanns i områdena vetenskap och hälsa respektive ekonomi.
- Vanliga positioner bland män i medier är politiker, idrottsstjärnor och företagsledare. Kvinnor finns på positioner som kändisar och socialarbetare. Den sistnämnda kategorin förekommer dock sparsamt i nyheterna.
- Jämställdhet var inget stort bevakningsområde i globala nyhetsflödet, endast 5 procent av nyhetsartiklarna fokuserade på detta.

Både män & kvinnor rapporterar om nyheter

- 42 procent av alla reportrar och presentatörer är kvinnor
- Lägst andel kvinnliga reportrar har dagspressen med 35 procent kvinnor.
- Nästan hälften av TV:s nyhetspresentatörer är kvinnor 49 procent.
- I radionyheterna presenterade kvinnor och män vardera hälften av nyheterna.

Män dominerar även det svenska nyhetsflödet

- Svenska nyheter domineras till 68 procent av män. För tio år sedan var det 70 procent män som kom till tals.
- TV-nyheter i Sverige har flest kvinnor i sina nyheter, 34 procent.

Bättre balans bland reportrar i Sverige

- Andelen män och kvinnor som reportrar och presentatörer var exakt jämt i Sverige, 50/50
- 42 procent av reportrarna i dagspress var kvinnor.
- 74 procent av tv- reportrarna och 67 procent av radioreportrarna var kvinnor.

Mansdominans även på nyhetswebben

- 23 procent av nyhetssubjekten på de 84 undersökta webbplatserna var kvinnor. Könsmärkningen tycks vara tydligare på nätet. I Sverige och de 7 undersökta webbplatserna var andelen kvinnor i betydligt högre; 34 procent.
- 36 procent av reportrarna på webben var kvinnor. I de svenska webbmedierna var andelen något högre, 37 procent kvinnliga reportrar.

Kvinnor i global nyhetskugga

Sett över tid kan man se att kvinnor tar mer plats i det globala nyhetsflödet - och det gäller i alla medieslag. TV hade den högsta andelen kvinnor 1995 med 21 procent men ligger nu på samma andel kvinnor som dagspress, båda har 24 procent kvinnor. Radion ligger konstant lägst även om man ökat andelen kvinnor i nyheterna från 15 till 22 procent. Ungefär 3 av 4 som hörs och syns i medierna är alltså män.

Tabell 1: Andel kvinnor i det globala nyhetsflödet i olika medier 1995-2010 (procent)

	GMMP 1995	GMMP 2000	GMMP 2005	GMMP 2010
Dagspress	16	17	21	24
TV	21	22	22	24
Radio	15	13	17	22
Alla medier	17	18	21	24

Källa: www.whomakesthenews.org

Kvinnor och män figurerar i olika roller i medierna. Kvinnor utgör numera 44 procent av kategorin allmänheten, vilket är en ökning med 10 procentenheter sedan år 2005. Mansdominansen är stor bland talespersoner och experter, där mer än 80 procent är män. Det är betydligt vanligare att journalister nämner åldern på kvinnor än på män. Kvinnor porträtteras som offer i högre utsträckning än män och det är fyra gånger vanligare att kvinnor identifieras utifrån sin familjesituation än att män blir identifierade på detta sätt.

Tabell 2: "Jag uttalar mig som..." Andel kvinnor i olika funktioner (procent)

Funktion	GMMP 2005	GMMP 2010
Allmänhet	34	44
Egen erfarenhet	31	36
Ögonvittne	30	29
Huvudperson	23	23
Expert	17	20
Talesperson	14	19

Källa: www.whomakesthenews.org

Positivt är att kvinnor numera citeras i samma utsträckning som män, men kvinnor förekommer mera sparsamt på bild än män. Endast en fjärdedel av alla dem som finns på bild i redaktionellt material är kvinnor. I Sverige ligger denna andel högre.

Tittar man på nyhetssubjektens professionella bakgrund visar det sig att på ett globalt plan är 90 procent av vetenskapsföreträdarna är män, 84 procent av dem som arbetar inom rättsväsendet är män och 69 procent av dem som arbetar med utbildning respektive hälso- och sjukvård är män. Bland totalt 25 yrkeskategorier är kvinnor i majoritet endast i två; studenter (54 procent) och hemarbetande (72 procent).

Politik, brott och ekonomi i topp

Ämnesmässigt är fortfarande politik det stora viktiga bevakningsområdet. GMMP:s klassificeringssystem omfattar 7 huvudsakliga bevakningsområden med 52 underrubriker. Nyhetsmediernas prioritering av ämnen har förändrats ganska litet under de senaste fem åren, politik är det enskilt största området och har ökat sin andel av det totala nyhetsflödet, se tabell.

Tabell 3: Fördelning av olika bevakningsområdena i det globala nyhetsflödet (procent)

Bevakningsområde	GMMP 2005	GMMP 2010
Politik, regering, riksdag	25	28
Brott, våld	20	20
Ekonomi	21	17
Socialt, rättsligt, juridiskt	12	13
Kändisar, kultur, sport	10	11
Vetenskap, hälsa	10	9

Källa: www.whomakesthenews.org

De tre största ämnena, politik, brott och ekonomi är också de ämnen som domineras mest av män. Kvinnor hittar man troligast om det handlar om vetenskap och hälsa, då är 32 procent av nyhetssubjekten kvinnor. Man kan säga att det är i de minsta bevakningsområdena man hittar högst andel kvinnor.

Inte i något av de stora bevakningsområdena når andelen kvinnor upp till 40 procent, som är definitionen på jämställdhet. Inom området vetenskap och hälsa utgör kvinnor 32 procent av nyhetssubjekten, men detta är, som redan framgått, ett ganska litet bevakningsområde. Dock kan man se en svag ökning av andelen kvinnor bland nyhetssubjekten inom politik och regering, som speglar att allt fler kvinnor i världen blir politiskt aktiva. I en del länder är detta ett resultat av medveten kvotering.

En annan tendens är att kvinnor är mer synliga i lokala nyheter jämfört med nationella. Över tid har kvinnor ökat sin synlighet mest i internationella nyheter. 1995 var det bara 17 procent kvinnor i internationella nyheter, 2010 var det 26 procent.

Fler kvinnor i yrket men män som levererar flest nyheter

Andelen kvinnor bland reportrar är oförändrat på 37 procent inom tidningar, tv och radio, som är ungefär densamma som det globala snittet för fem år sedan. Hälften av dem som presenterar nyheter på tv är kvinnor och andelen äldre kvinnor bland dessa har ökat. Män dominerar bland reportrar inom alla de stora bevakningsområdena. Tendensen är att ju högre status/nyhetsvärde, desto mindre sannolikt är det att en kvinna får presentera.

Däremot rapporterar kvinnor om internationella och nationella nyheter i samma utsträckning som män. Tidigare bevakade kvinnor främst lokala nyheter. Reportage och artiklar som är skrivna av kvinnor handlar i något högre utsträckning om kvinnor än de som skrivits av manliga reportrar. I Sverige är detta inte riktigt lika tydligt.

Klent fokus på kvinnor och jämställdhet

13 procent av nyheterna har kvinnor som huvudpersoner och endast 6 procent av reportagen fokuserar på jämställdhet eller brist på jämställdhet. Det är ändå dubbelt så mycket som för fem år sedan. Det är oftast kvinnor som skrivit dessa och de återfinns mest inom bevakningsområdena vetenskap och hälsa samt sociala och rättsliga nyheter. Därmed missar medierna att lyfta fram jämställdhet för granskning och debatt.

Nästan hälften av nyhetsmaterialet reproducerar traditionella könsmonster. Följaktligen är det ytterst få artiklar som utmanar könsrollerna, 6 procent, globalt sett. När sådana artiklar förekommer är sannolikheten stor att de skrivits av kvinnliga journalister.

Fler än hälften av alla artiklar om fred, utveckling och könsrelaterat våld tenderar att förstärka könsstereotyper. Endast 10 procent av nyheterna handlar om internationella eller nationella överenskommelser, lagar eller regler för att garantera mänskliga rättigheter och jämställdhet mellan kvinnor och män.

Är moderna medier bättre på att bevaka kvinnor och jämställdhet? Nej. Kvinnor utgjorde bara 23 procent av nyhetssubjekten på de 84 granskade webbsidorna. Även i övrigt är bevakningen på webben snarlik den som förmedlas via press, tv och radio.

Nyheterna på webben

Det finns få innehållstudier av hur information och kommunikationsteknologin (ICT) påverkar föreställningar om kvinnor och män. När det gäller nyheter på webben skulle man kunna tänka sig att nya medieformer skulle kunna öppna för nya rutiner. Så tycks inte vara fallet. Snarare är det så att webben med sina ständiga uppdateringar och fokus på händelsenyheter för webbnyheter minst lika könskonserverna som övriga nyheter.

GMMP:s kodning av 84 webbplatser från 16 länder ska ses som en pilotstudie av innehållet.

Mönstret på webben är likt de traditionella medierna och kan till stor del förklaras av att de stora nyhetsplatserna på webben ofta är en del av de stora mediehusen och man delar nyhetsflödet mellan olika plattformar.

23 procent av nyhetssubjekten på de 84 undersökta webbplatserna var kvinnor. I Sverige och de 7 undersökta webbplatserna var andelen kvinnor i betydligt högre; 34 procent en något högre andel än övriga svenska nyhetsmedier.

36 procent av reportrarna på webben var kvinnor. I de svenska webbmedierna var andelen något högre, 37 procent kvinnliga reportrar.

Webbundersökningen pekar på att de nya plattformarna fortsätter traditionella mediernas rutiner att ge män större utrymme i medierna. Det kan till och med vara så att webben är mer konservativ än övriga medier. Det är till exempel tre gånger mer troligt att kvinnor beskrivs som offer på webben jämfört med män. 42 procent av webbnyheterna förstärkte stereotypa skillnader

Flera länder kommer före Sverige när det gäller kvinnor som huvudperson i nyhetsartiklar på Internet.

Tabell 4: Andel kvinnor som huvudpersoner på Internet per land i procent

Land	Andel kvinnor som huvudpersoner 2010	Antal artiklar
Holland	29	7
Australien	21	105
Tyskland	19	63
Norge	17	30
Island	15	71
Kanada	13	76
Sverige	11	81
Nya Zeeland	10	73
Österrike	10	41
Danmark	8	71
Malaysia	6	54
Taiwan	6	70
Japan	5	59
Kina	4	75
Estland	3	66
Jamaica	0	70
Totalt	11	965

Källa: www.whomakesthenews.org

Stabilt mönster i Sverige

I Sverige har andelen kvinnor bland nyhetssubjekten legat kring 30 procent sedan 1990-talet. Data från Global Media Monitoring Project bekräftar de mönster för kvinnors underrepresentation som finns i annan svensk forskning om könsrepresentation i nyheter. Mönstret har varit stabilt sedan slutet av 1990-talet.

Nyhetsdagen i Sverige 10 november 2009

Den enskilda händelse som fick störst uppmärksamhet, särskilt i dagspress, var firandet av 20-årsdagen av Berlinmurens fall. Det faktum att Tysklands statschef är kvinna: Angela Merkel och att USA:s utrikesminister Hilary Clinton deltog i firandet i Berlin bidrog till att kvinnor syntes litet mer än vanligt på bild i sådana här sammanhang. De stora dagstidningarna: Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet och Göteborgs-Posten hade bilder från firandet av Berlinmurens fall på sina förstasidor. Sydsvenskan valde att uppmärksamma fotbollsgalan på sin förstasida. Men denna bild var litet otraditionell, eftersom de tre personerna i guldregnet var kvinnor: kultur- och idrottsminister Lena Adelsohn, diamantbollsvinnaren Caroline Seger och Anja Gatu från Sydsvenskan.

Nerikes Allehanda toppade sin förstasida med USA-svenskan Annika Östberg på sin förstasida. Östberg hade dagen före anlänt från fängelset i USA, där hon suttit i 28 år dömd för delaktighet i ett

mord. Efter långa förhandlingar om att få avtjäna resten av sitt straff i ett svenskt fängelse i stället hade hon stämts in till Örebro tingsrätt för att få sitt livstidsstraff tidsbestämt. De båda kvällstidningarnas förstasidor domineras av att fotbollstjärnan Zlatan Ibrahimovics beslut att lämna svenska fotbollslandslaget.

Internationellt bevakades en skärmytsling mellan fartyg från Nord- respektive Sydkorea i Japanska sjön, översvämningar i Vietnam som orsakade stora skador och förluster av liv, väpnade konflikter i Georgien samt kidnappningar och bedrägerier i Sydafrika, liksom att utrikesminister Carl Bildt är på besök i Afghanistan. Svenska Dagbladet lyfter ett större grävprojekt som granskar kommunala biståndsprojekt där två ledare, båda kvinnor, får stå till svars.

Flera svenska medier uppmärksammande den stora fotbollsgalan som ägt rum i Malmö med intervjuer av kända fotbollsspelare av båda könen. Andra teman var svininfluensan och den planerade massvaccineringen mot denna samt förberedelser inför att apoteksmonopolet upphör vid årsskiftet.

Radion belyser att många livbojar ombord på färjor i svenska vatten är felkonstruerade och måste bytas ut eftersom de sjunker i vatten. Man uppmärksammar också att tusentals brevlådor måste bytas ut eftersom de inte är anpassade till personer med funktionsnedsättning.

En 89-årig kvinna i Uppsala får 700 000 kronor i en uppgörelse med banken SEB, detta efter att ha fått dålig rådgivning under drygt tio år, är en nyhet i flera medier.

En stor nyhet i Aftonbladet och på webben var att en manlig kommunpolitiker i Huddinge fått avgå till följd av att han försökt köpa sex av en minderårig flicka.

TVå exempel på könsmedvetet och -omedvetet

Expressens stora debattartikel "Gör inte min blogg olaglig, ministern" är signerad en bloggande kvinna som kritiserar ett lagförslag från regeringen om att förbjuda innehav av nakenbilder på barn och ungdomar under 18 år som en del av skärpningen av barn- och pornografilagstiftningen. Den 18-åriga bloggaren Johanna Sjödin anser att vuxna inte förstått hur unga lever idag.

Att göra nakenbilder tillgängliga för sig själv och andra på nätet ser Sjödin som ett uttryck för att unga har en mer avdramatiserad syn på sex och nakenhet. Genom att lägga ut en bild av sig själv som sextonåring med naken överkropp vill hon dels påvisa att vi har olika inställning till mäns och kvinnors överkroppar, dels normalisera nakenhet.

Sjödin hänvisar också till diskussionerna om samtycke – det vill säga, att alla sexuella förbindelser som inte sker med båda parter samtycke är att betrakta som övergrepp – och menar att får man samtycka till sex, så bör man också ha rätt att dokumentera det. Debattartikeln illustreras med bilder på justitieminister Beatrice Ask och bloggaren Johanna Sjödin. Genom att ge en ung kvinna relativt stort utrymme för att presentera en annorlunda syn på nakenhet och sex vill Expressen uppenbarligen skaka om den traditionella synen på unga kvinnor som sexobjekt men också som offer.

Många tidningar uppmärksammar den livstidsdömda Annika Östbergs återkomst till Sverige efter att ha suttit i kaliforniskt fängelse i 28 år. Östberg porträtteras både som en brottsling (som hjälpte sin f.d. pojkvän och som faktiskt höll i skjutvapnet) men också som offer eftersom hon dömdes till ett långt fängelsestraff. Hon får svara på frågor om sina tidigare problem med droger och sina förbindelser med destruktiva män. Allt som hon nu vill är att vara tillsammans med sin hund och förresten är hon över 60 år. En underförstådd tolkning är att kvinnor i hennes ålder inte är intresserade av romantik eller sex. Rapporteringen från rättegången blir könsstereotyp när man fokuserar på henne som offer och på hennes dragnings till destruktiva män, liksom vad man förväntas göra som kvinna 60+.

Att hamna på första sidan

Ett fåtal tidningar har kvinnor på bild på sina förstasidor. Sydsvenskan uppmärksammade fotbollsgalan i Malmö på sin förstasida. Litet överraskande var de tre personerna i guldregnet kvinnor: kultur- och idrottsminister Lena Adelsohn, diamanbollsvinnaren Caroline Seger och Anja Gatu från Sydsvenskan. För övrigt hade Nerikes Allehanda Annika Östberg, just hemkommen från en lång fängelsevistelse i USA på sin förstasida. Men fotot är taget rakt framifrån genom en bilruta, så de båda poliserna som sitter i framsätet skymmer delvis Östberg.

På många av förstasidesbilderna, som uppmärksammar firandet av Berlinmurens fall, finns Tysklands förbundskansler Angela Merkel med, men för övrigt domineras förstasidorna av fotbollsproffset Zlatan Ibrahimovic, som årets mest framgångsrika fotbollsspelare.

Stabilt mönster av underrepresentation

Den aktuella dagen återfanns totalt 32 procent kvinnor som nyhetssubjekt i de granskade inslagen och artiklarna. Förhållandet två tredjedelar män och en tredjedel kvinnor som nyhetssubjekt förefaller vara stabilt i Sverige sedan åtminstone 15 år. Man kan invända att materialet i GMMP är begränsat –

och det stämmer. Samtidigt upprepas ett mönster som tidigare visats i svensk forskning, exempelvis Publicistiskt bokslut vid JMG, interna redaktionella mätningar och lekmanmätningar. Vem som än räknar eller hur det görs tycks inte spela stor roll – gång på gång återskapas mönstret. Därför kan man tala om strukturell underrepresentation av kvinnor i nyhetsutbudet.

Man kan också notera att Sverige inte längre är bäst i klassen. Bland de länder som har mer än 100 nyhetssubjekt i sitt urval finns Peru med den högsta andelen kvinnor i ett enskilt land; 35 procent. Rumänien har 32 procent kvinnor och Norge och Filippinerna har 31 procent kvinnor.

Tabell 5: Andel kvinnor som nyhetssubjekt i Sverige 2000-2010 (procent)

	2000	2005	2010
Nyhetssubjekt	31	30	32
Antal	333	374	185

Källa: www.whomakesthenews.org

Sport, kändisar, politik och brott

De största ämnena på undersökningdagen, med flest aktörer, var kändisar, sport & kultur, politik och brott. En bidragande orsak till det var fotbollsgalan och det faktum att Annika Östberganlät till Sverige. Just den nyheten kan också förklara att brott är den kategori som har högst andel kvinnor. Rent generellt har Sverige högre andel kvinnor i de flesta ämnena, vetenskap & hälsa och sociala frågor är undantagen.

Tabell 6: Andel kvinnor inom olika bevakningsområden globalt och nationellt (procent)

Bevakningsområden	Andel kvinnor 2010	
	Globalt	Sverige
Vetenskap och hälsa	32	24
Socialt, rättsligt, juridiskt	30	9
Kändisar, kultur, sport	26	33
Brott och våld	24	46
Ekonomi	20	45
Politik, regering, riksdag	19	30

Källa: www.whomakesthenews.org

Det ska också tilläggas att enbart antal inte ger en hel bild av jämställdhet – HUR kvinnor skildras har också betydelse.

Politikern är en man

Det vanligaste yrket eller positionen bland aktörerna i undersökningen är politiker, totalt är det 48 politiker som kommer till tals/omtas och nästan alla är män (81 procent). Detta kan tyckas märkligt med tanke på att det i princip råder könsbalans på politiska poster i Sverige. Medierna låter dock män som är politiker komma till tals. samma tendens finns i 2005 års studie. Den andra stora gruppen är sportpersoner och då är 18 av 20 män. En annan stor grupp är kändisar och bland dem är kvinnorna lika många som männen.

Männen är experter och talespersoner

Det är framför allt i egenskap som expert och talesperson som människor framträder i svenska medier i GMMP. Både rollerna domineras av män. 35 av 46 experter är män (76 procent). Det förekommer 146 talespersoner, av dem är 106 män (73 procent). Kvinnorna förekommer när man vill ha en personlig erfarenhet, då är 47 procent kvinnor.

Journalisterna i balans

Andelen kvinnor bland presentatörer och reportrar ökar i alla medier. Det gäller framför allt i TV och radio men i något lägre grad dagspress.

Andelen kvinnor bland reportrar ökar i medierna över tid. Det speglar att en allt större andel av studenterna i journalistutbildningarna är kvinnor. Andelen kvinnor bland Sveriges journalister ökar, vilket återspeglas i hur reportrarna fördelar sig på de stora bevakningsområdena .

Tabell 7: Andel kvinnor (procent) bland presentatörer och reportrar 2000-2010 i Sverige

	2000	2005	2010
Presentatörer	51	80	37
Reportrar	39	35	52
Av totalt antal journalister	212	241	235

Källa: whomakesthenews.org

Andelen kvinnliga reportrar har ökat inom samtliga bevakningsområden sedan 2005. Högst andel manliga reportrar återfinns inom området politik som också är ett av de största bevakningsområdena.

Tabell 8: Andel kvinnor som reportrar per bevakningsområde i Sverige 2005 och 2010 (procent)

Bevakningsområde	Andel kvinnor 2005	Andel kvinnor 2010
Ekonomi	32	38
Brott, våld	32	48
Kändisar, kultur, sport	34	48
Vetenskap, hälsa	19	43
Socialt, rättsligt, juridiskt	34	41
Politik, regering, riksdag	28	33

Källa: www.whomakesthenews.org

Skillnader i Norden

De nordiska länderna ligger ofta i topp när man mäter indikatorer för jämställdhet. När det kommer till andelen kvinnor i nyhetsflödet i Norden är bilden en annan, Bara Norge och Sverige har mer än 30 procent kvinnor. Island ligger under det globala snittet och Danmark bara något över. Finland och Sverige är de enda som har en könsbalans bland reportrar.

Tabell 9: Andel kvinnor som nyhetssubjekt och experter i Norden 2010

Kvinnor	Danmark	Finland	Island	Norge	Sverige	Globalt snitt
Nyhetssubjekt	26	27	23	31	32	24
Expert	28	29	29	19	24	20
Reporter	30	40	33	30	52	37

Källa: www.whomakesthenews.org

Både Danmark, Island och Finland har en högre andel kvinnliga experter än Norge och Sverige. I Danmarks fall kan en delförklaring vara att man där har en kvinnlig expertdatabas som servar redaktionerna med namn.

På tal om genus och jämställdhet

Endast i 13 av 185 nyhetsartiklar i svenska nyhetsmedier utmanas stereotypa könsroller och de bevakningsområden där könsrollerna utmanas mest är kändisreportage och artiklar om våld och brott. Kvinnor är huvudpersoner i 20 artiklar. Det motsvarar 11 procent. Kvinnor är framför allt huvudpersoner i artiklar om våld och brott, därefter kommer ekonomi, vetenskap och hälsa samt kändisreportage. För fem år sedan var kvinnor huvudperson i 8 procent av artiklarna och även då handlade de främst om våld och brott.

Ekonomi i fokus

År 2005 var politik det största bevakningsområdet följt av ekonomi. De senaste årens fastighets- och IT-bubblor samt bankkrisen i Sverige och internationellt har 2010 gjort ekonomi till det största bevakningsområdet. Sedan Sverige fick en borgerlig regering efter valet år 2006 har en rad privatiseringar genomförts.

Till exempel avskaffades apoteksmonopolet hösten 2009. Detta uppmärksammar *Svenska Dagbladet*, SvD, i en artikel med rubriken "Riskkapital tar över apoteken" i sin näringslivsbilaga. Fyra män, som alla representerar olika riskkapitalbolag uttalar sig. I en annan artikel på samma sida säger sig socialminister Göran Hägglund vara nöjd med det som regeringen fick betalt vid försäljningen av

apoteken. Ingenstans sägs något om dem som arbetar på apoteken (en majoritet kvinnor) och vilka konsekvenser utförsäljningen kan få för dem.

Entreprenörskap och företagande lyfts fram, t.o.m. som ett sätt att minska arbetslösheten. Kvinnors företag är vanligen små. Men Sydsvenskan väljer att i sina ekonominyheter uppmärksamma två kvinnor, som startat ett företag, där de via internet säljer barnkläder i hela Europa. På fem år har de ökat sin omsättning från 0 till 100 miljoner kronor. De båda kvinnor startade med att bestämma att företaget skulle bli stort. Efter det valde de distributionskanal: hemförsäljning. Först som tredje punkt valde de produkt: barnkläder, som inte skulle bestå av det traditionella det vill säga rosa prinsessaktiga för flickor och mörka plagg med actionfigurer till pojkar. Kvinnorna valde också noggrant ut sin egen bankkvinna. En duktig kvinnlig art director knöts också tidigt till företaget. Idag finns företaget i Finland, Norge, Nederländerna och snart i Tyskland. Målet är att inom fem år öka omsättningen till 500 miljoner kronor.

Jämställdhet fortfarande en kvinnofråga

Jämställdhet eller genus är ett mycket litet bevakningsområde i nyhetsvärlden, trots att man kan betrakta områdena på flera sätt, till exempel som maktfrågor, demokratifrågor eller diskrimineringsfrågor. Jämställdhetspolitiken kan bevakas på riks, landstings- och kommunal nivå, liksom olika jämställdhetspraktiker i skola, organisationer och näringsliv.

Den 10 november 2009 handlade 5 av 185 artiklar om jämställdhet. När jämställdhet eller genus diskuteras i medierna får kvinnorna komma till tals. Ämnet behandlas fortfarande som en kvinnofråga.

Uppmärksammade kvinnor

Som tidigare nämnts förekommer kvinnor framförallt när en personlig erfarenhet ska berättas. **Dagens Nyheter** rapporterar om en kvinna som nekades rehabilitering efter en svår stroke. Det började redan på sjukhuset, där hon fick vänta sju timmar på skiktröntgen, som visade vad som hänt. Detta hände på semester i södra Sverige. När kvinnan och hennes man kom tillbaka till Stockholm, där de bor, fick de veta att det var tre veckors väntetid på efterbehandling, som normalt ska sättas in så snart som möjligt efter en stroke. I drygt ett år bearbetade kvinnans man sjukvården, försäkringskassan, försäkringsbolag och andra instanser samtidigt som hennes tillstånd försämrades.

På direkt fråga varför kvinnan nekades rätt vård svarade läkaren att "det kostar pengar". Det ligger nära till hands att uppfatta detta som att hon blivit dubbelt diskriminerad, dels för att hon var kvinna, dels för att hon vid tiden för sin stroke var drygt 60 år, det vill säga snart ålderspensionär.

Sydsvenskan porträtterar en 83-årig kvinna i en serie om Digital alienering. Hon skaffade sin första dator som 67-åring. För henne är det självklart att kommunicera via internet. Det började med att hon blev sjuk och låg på sjukhus. Då tyckte hon att hon hade tråkigt för att hon inte orkade skriva brev till sina vänner. Hennes dotter övertalade henne att skaffa en dator och hjälpte henne att komma igång.

Kvinnan tycker att det är bekvämt att hålla kontakt med vänner, barn och barnbarn genom datorn. Hon har en egen blogg, där hon varvar roliga historier med praktiska tips av olika slag. Sina bankärenden sköter hon förstås också via datorn, men hon känner sig ännu inte redo för Facebook. Äldre kvinnor är generellt underrepresenterade i medierna. Genom att presentera en äldre kvinna som nätveteran visar Sydsvenskan prov på normbrytande rapportering.

På annan plats i tidningen finns en artikel i en serie med rubriken Medborgardemokrati. Artikeln lyfter fram en medelålders kvinna, som tidigare varit aktiv i politiken. Hon har ett stort engagemang för sin hemkommun. Därför är det självklart för henne att utnyttja sina demokratiska rättigheter. Hon menar också att fler borde ta vara på denna möjlighet.

Svenska Dagbladet porträtterar en kvinna som just givit ut sin första bok. Artikeln berättar om att kvinnan var blyg när hon växte upp. Hon tycker fortfarande det är jobbigt att mingla på förlagsfester eller tala på stora jobbmöten men hon menar att den tekniska utvecklingen gjort livet som blyg lättare. Man kan mejla i stället för att tala i telefon. På samma sätt erbjuder Facebook ett lagom exponerat umgänge i cyberspace. Där kan hon svara på andras inviter utan att behöva ta första steget själv. Skulle hon rodna är det ingen som ser.

Göteborgs-Posten har en artikel om nödvärnsrätten, som handlar om en kvinna som tränar självförsvar på en judoklubb med sin dotter. Bakgrunden till deras beslut var ett våldsdåd i närheten av där de bor. En ung flicka på moped hade blivit stoppad av en man som, dragit ned henne på marken och våldtagit henne. Nu håller mor och dotter på att lära sig hur man avstyr bråk. Genom att agera innan det händer, göra motstånd, skrika och kalla på hjälp, så går det att dämpa den rädsla som kan verka förlamande i en farlig situation. Dottern säger att hon känner sig starkare efter kursen.

Goda nyheter

De goda nyheterna är att flera nyhetsorganisationer runt om i landet arbetar för ett jämställt utbud. Här följer en uppdatering av de redaktionella exempel som ingick i rapporten Räkna med kvinnor! 2005.

Göteborgs-Posten

Sedan den 16 februari 2005 har en av de granskade tidningarna i GMMP, Göteborgs-Posten, bestämt sig för att "bli bäst i svensk press på att skildra män och kvinnor ur ett jämställt perspektiv" som det står i handlingsplanen. Sedan hösten 2007 inkluderar jämställdhetsplanen även att aktivt arbete för etnisk mångfald i tidningen och på redaktionen. GP har drygt 250 anställda journalister och når 630 000 läsare och besökare genom papperstidningen, webben och mobiltjänsten varje dag. GP konstaterar att "Läsarnas medvetenhet om jämställdhet och om vilka som syns och hörs i medierna har ökat radikalt de senaste åren."

Med tillstånd av biträdande redaktionschef, tillika företagets jämställdhetsansvariga, Carina Söderström, citeras mål och handlingsplan.

GP ska ha en jämn könsfördelning:

Bland läsarna

- Varje år undersöka läsningen ur genusperspektiv.
- Varje halvår, i samband med inriktningssamtalen, ta idélistor över artiklar som kan locka det underrepresenterade könet bland läsarna fram på respektive avdelning.

Bland interna och externa skribenter

- Aktivt söka skribenter av det underrepresenterade könet på avdelningen vid rekrytering av vikarier, tillsvidareanställda och frilansare.
- Aktivt söka jämn könsfördelning bland stringers och krönikörer.
- Alltid ha flerkönade arbetsgrupper vid projekt, stora nyhetshändelser.

Bland fotografer

- Aktivt söka fotografer av det underrepresenterade könet på avdelningen vid rekrytering av vikarier, tillsvidareanställda och frilansare.

I text och bild

- Mäta antal kvinnor och män i text och bild varje dag.

De flesta avdelningarna ligger inom målet 60/40 procent. GP:s namnredaktör Håkan Bjärsdal är den som har lyckats bäst genom alla år. Å ena sidan kan man säga att det är enklast att få en jämn könsfördelning när man inte behöver följa nyhetsflödet. Å andra sidan kräver det en noggrann bokföring vecka för vecka för att inte omedvetet få en ojämn könsfördelning på Namnporträtten, oavsett om det är till fördel för män eller kvinnor.

Nyhetsredaktionen gjorde en ordenlig förbättring mellan år 2007 och 2008. Den förbättringen höll i sig även 2009 med siffrorna 39 procent kvinnor i text och 47 procent i bild.

Andra avdelningar som når målet är Första sidan, Ledare, Edition, Debatt, Konsument, Kultur, Graffiti och Två Dagar.

De avdelningar som har svårast att nå målet är Utland, Sporten, Ekonomi/Politik och webben. De avdelningarna är också mest beroende av nyhetsflödet och därmed hur könen är representerade i maktens korridorer. Avgörande för Sporten är vilka sporter som är aktuella. Det är enklare att jämna ut könsfördelningen i tidningen en period med friidrott än när det är ishockey-VM."

Uppsala Nya Tidning

UNT har ca 50 000 prenumeranter och når dagligen 140 000 läsare. Nätupplagan unt.se har ca 160 000 unika besökare per vecka, och gratistidningen 18 minuter når 20 000 läsare per dag. På redaktionen finns 97 heltidstjänster fördelade på 55 män och 45 kvinnor.

År 2003 startade en genusgrupp på redaktionen, som bevakar jämställdhetsperspektivet i redaktionellt material och på redaktionen.

Genusgruppen har tagit fram en tipslista med 13 punkter. De handlar bland annat om att alltid ange både för- och efternamn på alla nyhetsobjekt, att undvika att schablonmässigt beskriva hur kvinnor är klädda, att försöka ha lika många kvinnor som män på bild i reportage och att se över ordval,

ämnesval och vinklar. Listan finns och används fortfarande men kanske inte lika aktivt som när den var ny.

Kvinnor och män räknas regelbundet i nyhetsmaterialet. Jämställdhet diskuteras idag på ett mera sakligt sätt än tidigare. UNT visar att man tar jämställdhetsfrågorna på allvar. Läsarna märker skillnad och hör av sig med både positiva och ibland negativa kommentarer.

Utöver föreläsningar med bland andra Yvonne Hirdman och Claes Borgström har en expertlista med kvinnliga professorer och andra kunniga kvinnor tagits fram.

UNT:s genusgrupp började som en väckarklocka för medarbetarna. Man har inte nått 50/50 men det blir något bättre vilket framgår av följande mätresultat.

Tabell 10: UNT:s egna mätningar av andelen kvinnor och män i nyheterna

	TEXT		BILD	
	Andel män	Andel kvinnor	Andel män	Andel kvinnor
Våren 2004	68	32	60	40
Våren 2005	73	27	63	37
Hösten 2005	65	35	71	29
Hösten 2007	63	37	58	41
Hösten 2009	65	35	57	43

Våren 2009 ordnades en 50/50-vecka, som var helt öppen för läsarna. Då nådde man nästan fram till 50/50 på bild men i text blev det 63 procent män och 37 procent kvinnor.

Resultatet har blivit att klimatet och attityderna förändrats. Målet är att göra en jämställd och modern tidning. Ledningen har ställt sig bakom detta. På vissa avdelningar är könsfördelningen jämn men totalt är männen fortfarande i majoritet. Genusgruppens mål är att avveckla sig själv, när man inte längre behövs. Där är man inte riktigt än.

För att jämställdhetsfrågan ska "landa rätt" krävs att redaktionsledningen ger tydliga uppdrag och även följer upp de resultat som levereras. Med tillstånd från UNT publiceras:

Tips för dig som vill göra en jämställd UNT

- Kön spelar ingen roll. Undvik att skriva den kvinnliga bilisten, den kvinnliga arkitekten, den kvinnliga läkaren. Det avslöjar att skribenten anser att mannen är normen och att kvinnan är undantaget. Naturligtvis finns sammanhang då könet är relevant, skriv det då.
- Alla har efternamn. Låter självklart men det finns en tendens att kvinnor oftare än män får ståta med enbart sitt förnamn i artiklar. För- och efternamn är en statusmarkör och tidningen bör inte framstå som mera "tjänis" med kvinnor än med män.
- Tänk tvärtom. Brukar du fråga den unga kvinnan som blivit ny vid hur hon ska få tid med barnen, ställ samma fråga till den unga mannen som gjort samma strålande karriär. Övriga frågor ger dessutom ofta intressanta svar.
- Klädseln är ingen bra metafor. Gå inte i fällan att slentrianmässigt skildra hur en kvinna är klädd. Färgglada skor och snäva kjolar börjar bli en schablon. Vill du gärna berätta om en persons klädsel gör det i så fall även när det handlar om män.
- Testa dig efteråt. Ta en text du skrivit om en kvinna och byt ut hennes namn mot en mans. Eller vice versa. Läs igenom.
- Tänk i förväg. Redan när artikelserier, bilagor och enskilda artiklar planeras bör genusperspektivet finnas med. Fundera över antalet män /kvinnor som ska intervjuas och fotograferas. Verkar det som om det bara finns män inom området kan det vara intressant att ställa sig frågan: Varför? Vips har du en ny vinkel.
- Leta med lycka. UNT har fler män i både bild och text. Tycker du att det är fel, jobba för att hitta kvinnor att intervjua och fotografera. Att använda kvinnliga expertlistan är en genväg. Att inte följa sina gamla rutiner kan ge en artikel som skiljer sig ifrån drevets.
- Övertala. När du väl hittat en kvinna men hon inte vill ställa upp eller hänvisar till en annan person, lägg lite krut på övertalning. Ett argument som brukar fungera är att säga att det råder underskott på kvinnor i tidningen.

- Gubbe eller gumma. Fundera över vilket kön figuren ska ha när du beställer en illustration. Säger du inte till – blir det lätt en gubbe. Eller gumma om det handlar om barnomsorg, vård mm.
- Kvinnor kör bil. Glöm inte bort att kvinnor har synpunkter på bensinprishöjningar, elskatter, båtar och den digitala utvecklingen. Och att män gärna tycker till om barnomsorg, skola, litteratur och matpriser.
- Kolla dina ordval. Små betydelseskilnader blir i upprepad form stora. Ord som: Tror, menar, anser, konstaterar eller slår fast – ligger olika på pondusskalan.
- Kalla inte vuxna kvinnor för tjejer. Skriv inte tjejfotboll, tjejrockband osv.
- Hur har vi det med våra ämnesval och vinklar? Av tradition finns en slagsida inom media åt ämnen som intresserar män. **Vill vi ingå i den gruppen eller göra en modern tidning?**

Västerbottensnytt

SVT:s Västerbottensnytt separerades från Nordnytt år 2001 och det beslutades då att jämställdhet ska vara ett redaktionellt värde. Målsättningen är att bryta föreställningen om manligt och kvinnligt och de könskodade yrkena genom att visa upp en jämn fördelning av kvinnor och män i rutan. Varje dag räknar man hur många män respektive kvinnor som intervjuas och varje vecka sammanställs siffrorna.

”I tio år har vi jobbat med jämställdhet och år 2010 hade vi 43 procent kvinnor i inslagen. Vårt arbete visar att det går att hitta kvinnor att intervjua i de flesta sammanhangen, bara man letar,” säger Maria Brändström, jämställdhetsansvarig på Västerbottensnytt.

Arbetsmetoden kan sammanfattas i följande punkter:

- Nåbara mål, be inte om månen från början. Det är roligare att lyckas och höja ribban än att sikta för högt och rada upp misslyckandena efter varandra.
- Mät varje vecka - jämställdhet är ett tråkigt varje-dag-arbete. Det är som att fixa disken, du måste göra det efter varje måltid om du vill hålla diskbänken ren. När du tror att du kan diska och att jobbet är klart, det är då som diskbänken svämmar över.
- Ha återkommande diskussioner om varför/varför inte målen nåddes återkoppla och analysera. Om du inte gör det kommer du inte att vetskap av vad som stoppar dig, eller vad som gör att du lyckas.
- Aktivt ledarskap - jämställdhet är inte minst en ledarskapsfråga. Det behövs både coachning gentemot arbetsgruppen som ett kollektiv, men även gentemot individerna i arbetsgruppen
- Tydliggör strukturer, kommunicera varför jämställdhet är viktigt.
- Påminn hela tiden om vikten att hitta kvinnor att intervjua. Letar man kvinnor och anstränger sig varje dag så når man faktiskt hälften kvinnor och hälften män.

Arbetaren

I **Räkna med kvinnor 2005** presenterades Tidningen Arbetaren som beskrev sig som en kunnig, kampvillig och könsbalanserad pressröst. Tidningen hade då åtta anställda journalister och kommer ut en gång per vecka till omkring 3 400 prenumeranter. 1998 påbörjades arbetet med en analys enligt 3R-metoden, utarbetad av Gertrud Åström. R:en står för Representation bland personalen, Resurser, vem omskrivs och fotograferas i tidningen och Realia som handlar om de normer, värderingar och utgångspunkter som styr verksamheten. Samtidigt som tidningen arbetade med könsbalansen på alla avdelningar startade också XX-sidorna med feministisk utgångspunkt.

Dåvarande chefredaktören Anna-Klara Bratt och XX-redaktören Mian Lodalen drev på arbetet inledningsvis och de årliga mätningarna utfördes av fotograf Jan-Åke Eriksson. Processen finns dokumenterat i boken Könsbalans (2007) som på ett initierat och pedagogiskt sätt visar hur en tidningsredaktion kan gå tillväga för att skapa balans mellan könen både i personalen och i det redaktionella innehållet.

Sedan dess har tidningens ledning bytts ut och genusprofilen är inte lika tydlig även om man på sin hemsida hävdar att Arbetaren fortsatt är en kampvillig och könsbalanserad tidning.

Sveriges Radios lokala nyhetssändningar

Många av Sveriges Radios nyhetsredaktioner för statistik över bland annat könsrepresentation i administrativa/redaktionella programmet ENPS, där även körscheman och den dagliga planeringen görs. Mätningarna genomförs genom ett antal extra kolumner ENPS-dagboken, där reporter eller producent fyller i till exempel hur många kvinnor och män som hörs i varje inslag.

Det finns än så länge ingen central samordning av statistiken på ett nationellt plan. Det är inte ens känt hur många av redaktionerna som gör mätningar överhuvudtaget. Det planerar Sveriges Radio att åtgärda.

En grupp har tillsatts som ska utarbeta gemensamma, obligatoriska kriterier för mätningar. De kriterierna kommer inte bara mäta könsrepresentationen som sådan, men också i vilken roll kvinnor och män kommer till tals. Man ska till exempel kunna kryssa i "kvinnlig makthavare" eller "manlig makthavare", "kvinnlig berörd" eller "manlig berörd". Alla redaktioner kommer att genomföra dessa mätningar, till skillnad från nuläget då vissa gör det och andra inte. De gemensamma kriterierna kommer att vara ett minimikrav för redaktionerna; de som vill lägga till ytterligare punkter kan göra det.

SR Västerbotten

I räkna med kvinnor 2005 berättade vi om Radio Västerbotten och deras systematiska räknande av medverkande. Det arbetet har fortsatt och man fortsätter att ha en hög andel kvinnor i sina nyhetssändningar.

Tabell 11: SR Västerbottens egen statistik över olika representationer 2005 och 2010.

	Andel 2005	Andel 2010	Intern målsättning
Kvinnor	43	43	50
Män	57	57	50
Berörda	41	46	40
Makthavare	30	23	25
Personer med utomnordisk bakgrund	3	4	5

På SR Västerbotten är det systematiska arbetet förankrat hos ledningen. Anna-Lena Forsberg, SR Västerbotten, nyhetschef:

"Det finns ett gemensamt beslut sedan några år tillbaka om att nyhetsredaktionerna vid SR ska föra statistik över sitt nyhetsarbete. Däremot finns ännu inget gemensamt verktyg inom SR, de olika nyhetsredaktionerna mäter på lite olika sätt. Vi har dock nyligen fått veta att det är ett SR-gemensamt på gång, vilket förstås är bra eftersom vi då också kan mäta skillnader mellan olika redaktioner.

Än så länge mäter vi "enbart" för att kunna jämföra oss med det vi tidigare gjort. På P4 Västerbotten för vi daglig statistik i ett Exceldokument, alla inslag bokförs vid varje sändning - det vill säga allt ljud som sänds, inga telegram. Den största utmaningen känns ibland som att det är att övertyga medarbetarna om att vi har tid att fylla i statistikuppgifter."

"Jag tycker att det är en bra måttstock på vad och hur vi gör det så jag envisas med att det ska göras. Vi använder oftast statistiken vid vår gruppåterkoppling – ett tillfälle varje vecka då enskilda medarbetare ansvarar för att ta fram ett underlag för diskussion. (Det kan förstås vara annat än statistiken) Vid ett sådant tillfälle alldeles nyligen kom det fram att de utomnordiska rösterna i våra nyheter INTE enbart hörs i frågor som är direkt kopplade till deras bakgrund - de förekommer i alla sammanhang. Det tycker jag är en intressant iakttagelse, som ju förstås inte kan mätas direkt i statistiken."

"Jag har dessutom bett medarbetarna att koppla åtminstone ett personligt mål till det vi för statistik på, för att ännu mer motivera till eget ansvar för att få med till exempel kvinnor, utomnordiska röster och så vidare. Jag har aldrig upplevt varken cred eller krav från SR på att vi ska föra statistik. Däremot har vi fått extra pengar för att under en tvåårsperiod inrätta en anställning som ger mångfald i vår radio. Hos oss har vi valt att satsa de pengarna på en medarbetare med utomnordisk bakgrund, för att få ett bättre kontaktnät och bättre uppfattning om vilka frågor som intresserar människor från andra kulturer. Förhoppningen är förstås också att deras röster ska höras ännu mer hos oss."

Feministiskt Perspektiv

Sverige har fått sin första feministiska nyhetstidning, som startade som nättidning i januari 2011. Redan under slutet av år 2010 har intresserade prenumeranter kunnat ta del av Försmak av den nya tidningen.

Feministiskt Perspektiv har som mål att bevaka både inhemska och internationella nyheter inom politik, ekonomi, kultur, idrott osv. men med ett feministiskt perspektiv. Gensvaret på detta initiativ av Anna-Klara Bratt, tidigare bl.a. chefredaktör på tidningen Arbetaren, var stort och positivt. Redan inom

en vecka efter det att nyheten om tidningen och dess syfte hade presenterats hade närmare 2 000 intresserade prenumeranter hört av sig.

Den 7 januari 2011 startade tidningen "på riktigt" och hade i slutet av året drygt 2 500 prenumeranter.

Därför ska kvinnor räknas

Ett jämställt utbud handlar inte bara om att räkna huvuden, men det kan vara det första steget till ökat medvetande om genus och jämställdhet. Intresset även för andra maktperspektiv växer när en redaktion görs medveten om vems och vilka åsikter, värderingar och ideologier som exponeras i tidningen eller sändningen. Idag syns mest en vit medelålders välutbildad man i nyheterna. Det betyder något i en kultur som gjort sig beroende av nyheternas berättelser om världen. Kvinnors underrepresentation i nyheterna måste också ses mot bakgrund av den hårda exponeringen av kvinnor som sexuella varelser och kön i andra mediegenrer. Det blir än viktigare att ge utrymme också åt kvinnors röster i nyhetsförmedlingen, en genre som har ett verklighetsanspråk. Dessutom behöver journalistkåren en rejäl höjning av genusmedvetandet.

I backspegeln

Idén om att tala till och representera kvinnor i nyhetsförmedlingen är inte ny. Frågan har aktualiserats i vågor som följt kvinnorättsrörelsens framväxt och aktiviteter.

I *Den svenska pressens historia*, red Gustafsson & Rydén, kan man läsa om hur exempelvis Svenska Dagbladet, under ledning av CG Tengwall, i slutet av 1800-talet bestämde sig för att bli en tidning för fler än en exklusiv elit med manliga förtecken. Dagordningen breddades för att också tillfredsställa kvinnor som läste tidningen. Från USA importerades den nya journalistiken med sociala frågor i fokus och kvinnliga medarbetare anställdes. Lotten Ekman och Ester Blenda Nordström var berömda reportrar vid sekelskiftet och strax därefter. Journalistgruppen Ligan formades som tog upp kvinnors villkor inom journalistiken.

På 1960- och 70-talen tog kvinnor på tabloiderna itu med frågan igen, inspirerade av Grupp 8 och andra feministiska och aktivistiska grupper. Både på Aftonbladet och GT drevs frågorna intensivt. Vid denna tid började också jämställdhet som politiskt område etableras efter att Olof Palme 1972 introducerade begreppet på den socialdemokratiska partikongressen det året. Han placerade *Delegationen för jämställdhet* direkt under sig på Statsrådsberedningen. I slutet av 1970-talet vaknade också etermedierna.

Spinnrock – ett rockprogram med kvinnliga förtecken – blev en uppstickare i den manligt dominerade rockkulturen. Aftonbladet kvinnliga journalister skrev boken *Dokumentet den 9 maj 1978* om sin situation på en av Sveriges största kvällstidningsredaktioner. Boken följdes upp med *Dokumentet – vad hände sedan?* året därpå.

På Sveriges Radio hade man ett pågående jämställdhetsprojekt som bland annat mynnade ut i boken *Sakligt Opartistiskt Jämställt?* (1979) 1981 startade *Radio Ellen* i ljudradions P1 trots visst motstånd från P1-ledningen. En avknoppning var programmet *Gråt inte* – forska, som speglade den växande kvinnoforskningen. *Lika villkor* var en serie, som gick i Sveriges Radio P1 2008. Vissa lokalradiostationer hängde på trenden kvinnoprogram, bland dem *Radio Amanda* i Kalmar.

TV följde efter med några korta programserier, exempelvis *Käringsnack*. *Könskriget* var ett reportage om misshandel av kvinnor i Sverige av Evin Rubar. Det sändes år 2005 i två delar och ledde till mycket debatt, som bl.a. påverkade en del av landets kvinnojourer på ett negativt sätt.

År 2006 visade SVT, kanal 1 en programserie *Jobba jämt*, där två konsulter, Ann-Katrine Roth och Magnus Sjögren på ett pedagogiskt sätt förklarade varför och hur man kan arbeta jämställt inom olika organisationer. Utgångspunkten var dåvarande Jämställdhetslagen med dess olika krav på aktiva åtgärder för jämställdhet, lönekartläggningar osv.

På 1990-talet talades om backlash och mediernas ansvar för kroppsideal. Tidskriften *bang* startade, liksom det mediekritiska nätverket *Allt är Möjligt*. Journalisten Åsa Crona skrev den uppmärksammade *Bakom spegeln* och mot slutet av 1990-talet kom boken *Fittstim* av en grupp unga kvinnor, de flesta journalister. Under 1990-talet spreds också begreppet mediekritik mer allmänt, bland annat genom *Allt är Möjligt* och journalister som Maria-Pia Boëthius.

En skillnad mot förra seklet är att Sverige numera har en utarbetad, om än inte genomförd, jämställdhetsideologi.

År 2009 införlivades samtliga diskrimineringslagar i en och samma diskrimineringslag. JämO och övriga ombudsmän försvann till förmån för en samlad diskrimineringsombudsman, DO. Den nya lagen

innebär sänkta krav på jämställdhet. Till exempel behöver jämställdhetsplaner inkl. lönekartläggningar bara ses över vart tredje år (tidigare varje år). Med hänvisning till bristande resurser görs för närvarande ingen tillsyn av om planer skrivs eller efterlevs.

Global samverkan för ökad jämställdhet i medierna

FN:s Kvinnokonvention, som Sverige undertecknade redan år 1979, talar också i en av sina 16 artiklar om skyldigheten för konventionsstaterna att motverka könsstereotypa mönster. Kvinnokonventionen följs också upp regelbundet, senast år 2007. Sverige Kvinnolobby (där AäM numera är en av ca 30 medlemsorganisationer) har granskat regeringens rapport och skrivit en kritisk skuggrapport: Kvinna i världens mest jämställda land. Även här har AäM medverkat i beskrivningen av tillämpningen av artikeln, som rör könsstereotypa mönster.

Sverige har undertecknat den så kallade Pekingplattformen, som antogs i Beijing på FN:s fjärde internationella kvinnokonferens år 1995. Den identifierar kvinnor och medier som ett av tolv nyckelområden i arbetet för rättvisa, demokrati och kvinnors rättigheter. Enligt plattformen ska kvinnor dels få tillgång till och inflytande över medier, dels ska stereotypa skildringar i medier motverkas, se sidan 4 i **Räkna med kvinnor!** Plattformen ger exempel på en mängd åtgärder för att förändra. I Sverige har man inte arbetat systematiskt med målen för kvinnor i medierna, det framgår bland annat av den uppföljning Beijing +15, the Platform for Action and Sweden utgiven i februari 2010, som tagits fram av Sveriges Kvinnolobby och där AäM medverkat.

GMMP är ett redskap för att få upp frågan på dagordningen hos olika aktörer. Året efter GMMP 2005 skrev Agnès Callamard från organisationen Artikel 19 om den genusbaserade censur som hon menar att nyhetsmedierna ägnar sig åt. Kvinnor osynliggörs, misstolkas och nedvärderas därför att de är kvinnor. Även i länder med hög andel kvinnor i sina parlament är kvinnor i minoritet i nyheterna. Nästan bara män får uttala sig som experter och talespersoner osv. Callamard menar att nyhetsmedierna har ett ansvar både att motverka stereotypa skillnader och att förmedla även kvinnors erfarenheter och perspektiv för att skapa en mera balanserad nyhetsrapportering.

År 2009 publicerades med stöd av bland andra UNESCO: "Getting the Balance Right", en slags handbok i jämställdhet för journalister. Ett viktigt syfte med denna är att ge journalister världen över redskap att motverka stereotypa skildringar av främst kvinnor i medierna. I boken finns handfasta tips om hur man kan arbeta för jämställdhet både inom redaktionerna och i urvalet av nyheter och intervju personer.

Det finns alltså verktyg för medieorganisationer som vill initiera och driva jämställdhetsarbetet när det gäller utbudet.

Resurser – ett urval

www.alltarmojligt.se

<http://rattviseformedlingen.se/>

Rättviseförmedlingen som använder sociala medier för att snabbt få fram kvinnliga alternativ – för medierna och andra.

www.jamstall.nu

En portal för jämställdhet och jämställdhetsintegrering som drivs som ett samarbete mellan Sveriges Kommuner och Landsting, Vinnova, ESF Jämt och Nationella sekretariatet för genusforskning

<http://www.ub.gu.se/kvinn/kvinnsam/>

Kvinnsam, nationellt bibliotek för genusforskning

www.genus.se

Nationella sekretariatet för genusforskning

www.kvinfo.dk

Dansk databas med kvinnliga experter

www.shesource.org

En amerikansk databas med kvinnliga experter

www.experta.nu

Svenskt försök att göra en svensk expertdatabas som drivs av www.pennskaftet.nu

www.iwmf.org

International Women's Media Foundation, som 2011 publicerade rapporten *Global Report on the Status of Women in the News Media*, en kartläggning av jämställdhetsläget på över 500 redaktioner världen runt.

www.genderlinks.org.za

Gender Links. Medier för social förändring i Södra Afrika

<http://www.unwomen.org/>

2010 slog FN ihop UNIFEM med andra organisationer för kvinnors rättigheter och utveckling i en organisation. Huvudkontor i New York. Medierna är inget utpekat ansvarsområde. En svensk sida finns <http://unwomen.se/>

Lästips

Allt är Möjligt. En handbok i mediekritik (2004) Allt är Möjligt/Tidskriftverkstan i Malmö. Pedagogisk handledning finns att ladda ner på www.alltarmojligt.se

Amundsdotter, Eva (2010) *Att framkalla och förändra ordningen*

Dokumentet 1979 – vad hände sedan? - av Aftonbladets kvinnliga journalister. Rabén och Sjögren

Edström, Maria (2006) *Tv-rummets eliter – föreställningar om kön och makt i fakta och fiktion*. JMG, Göteborgs universitet.

http://gupea.ub.gu.se/dspace/bitstream/2077/16929/5/gupea_2077_16929_5.pdf

Edström, Maria (2010) "Utan jämställdhet ingen yttrandefrihet" i *Journalistisk Kvalitet* Torbjörn von Krogh (red) Institutet för Mediestudier.

Getting the balance right: Gender equality in journalism, IFJ,

UNESCO <http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php->

[URL_ID=28397&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=28397&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

- Helt normalt, Ett block om jämlikhet från Göteborgs stad, Göteborgs stad 2010*
- Hermele, Vanja (2002) *Män, män, män och en och annan kvinna*. Svenska filminstitutet
- Hermele, Vanja & Cia Edström & Camilla Larsson (2004) *Hur svårt kan det vara? Filmbranschen, jämställdheten och demokratin* Filminstitutet
- Hirdman, Anja (2008) *Den ensamma fallosen. Mediala bilder, pornografi och kön*, Stockholm: Atlas.
- Jonasson Juvel, Sofia, Torstensson, Frida (2010) *Hur svårt kan det va? En uppföljning av tv dagstidningars arbete mot ett jämställt innehåll*, projektarbete JMG, Göteborgs universitet
- Lindell, Ingrid (2004) *Att se och synas. Filmutbud, kön och modernitet*. Makadam förlag
- Lodalen/Bratt (2007) *Könsbalans – så jobbar du jämställt* DN förlag.
- Lönnroth, Ami (red) (2008) *Empati och engagemang: en kvinnolinje i svensk journalistik*
- Kvinna till Kvinna (2006) *Vi rapporterar om kvinnor i krig*
http://www.kvinnatillkvinna.se/sites/default/files/File/ovriga_publicationer/vi_rapporterar_om_kvinnor_i_krig.pdf
- På pränt- om Journalistik och journalistutbildning*. 12 personliga debattinlägg. Journalisthögskolan Stockholm 1988.
- Scoop 2007:1 Machoreservatet
- Sveriges Radio (1979) *Sakligt opartiskt jämställt*. Slutrapport från Sveriges Radios jämställdhetsprojekt. Stockholm.

Liten genusordlista

Feminism: Rörelse som består av flera olika inriktningar med det gemensamma målet att förändra maktstrukturer knutna till kön. Diskriminering på grund av kön och/eller könstillhörighet ska upphöra. (Nationalencyklopedin)

Genus: Genus baseras på en kulturell tolkning av de biologiska skillnaderna mellan män och kvinnor. En annan term är *socialt kön*, det vill säga hur vi värderar och tolkar vad det innebär att vara man/kvinna. Genus skapas genom ett kontinuerligt samspel mellan strukturella förhållanden och uppfattningar relaterade till kvinnligheter och manligheter. Genus som struktur är uttryck för hur kön knyts till makt, till exempel privilegier i samhället. (Don Kulick 1978, Vetenskapsrådets genuskommitté 2003)

Genusperspektiv: Genusperspektiv beaktar att relationer mellan kön kan inverka även i till synes könsneutrala sammanhang vid analys av företeelser, förhållanden och processer i samhället inom politik, ekonomi, utbildning, vetenskap, kultur etc. (Nationalencyklopedin)

Genussystem: Den process enligt vilken människor formeras till sitt "maskulina" eller "feminina" genus. Denna process skapar också hierarkier och olikheter. Genussystemet bygger på två logiker: könsens isärhållande, det vill säga att inte blanda manligt och kvinnligt, och den manliga normens primat som innebär att det manliga står alltid över det kvinnliga i en hierarkisk ordning. (Yvonne Hirdman 1990)

Intersektionalitet: är en sociologisk teori och ett analytiskt hjälpmedel för att studera hur olika former av diskriminerande maktordningar samverkar i ett samhälle. Könsdiskriminering och rasdiskriminering samverkar och förstärker i vissa fall varandra. Intersektionalitetsstudier är ett vanligt inslag inom genusvetenskap och feministisk teoribildning.

Jämställdhet: Innebär att kvinnor och män ska ha samma makt att forma samhället och sina egna liv. Det ska vara jämn fördelning av makt och inflytande, ekonomisk jämställdhet och samma villkor i fråga om utbildning och betalt arbete, som ger ekonomisk självständighet livet ut. Det obetalda hem- och omsorgsarbetet ska fördelas jämt mellan kvinnor och män och mäns våld mot kvinnor ska upphöra.

Jämställdhet är besläktat med **jämlikhet**. Medan jämlikhet rör alla människors lika värde är jämställdhet förbehållet förhållandet mellan könen. Det svenska ordet jämställdhet etablerades när frågan om lagstiftning mot könsdiskriminering initierades politiskt i början av 1970-talet.

Jämställdhetsintegrering. Innebär (om)organisering, förbättring, utveckling och utvärdering av beslutsprocesser, så att ett jämställdhetsperspektiv införlivas i allt beslutsfattande, på alla nivåer och i alla steg av processen, av de aktörer som normalt deltar i beslutsfattandet. (Europarådet 1998) Jämställdhetsintegrering är en strategi för att uppnå jämställdhet i samhället. I Sverige antogs den år 1994. Alla länder som skrev under Pekingplattformen, som är slutdokumentet från FN:s kvinnokonferens i Beijing år 1995 har åtagit sig att tillämpa strategin. EU antog den som huvudstrategi för sitt jämställdhetsarbete år 1996.

Kön: Biologiskt kön. I den svenska Diskrimineringslagen talar man numera om kön som kvinnan eller man. Därutöver definieras också könsöverskridande identitet eller uttryck: att någon inte identifierar sig som kvinna eller man eller genom sin klädsel eller på annat sätt ger uttryck för att tillhöra ett annat kön. (SFS 2008: 567)

Könsstereotyp. Förstelnade föreställningar om vad det innebär att vara man eller kvinna. Könsstereotyperna ger ofta uttryck för de drag som anses socialt önskvärda eller typiska hos män och kvinnor; individer som avviker alltför mycket ses med negativa ögon. T ex att det är bra om män är starka och kvinnor är moderliga.

Stereotyp. En förenklad och förstelnad bild: Organiserade uppfattningar om utmärkande drag som tillskrivs enskilda individer eller alla medlemmar av en viss grupp. Ex grälliga feminister och gubbiga politiker. Ofta finns en maktdimension i stereotypen. Någon har formulerat den och någon utsätts för den.

Könsblind, könsomedveten. Kvinnors och män olika villkor synliggörs inte. Man bortser från könsordningen, det vill säga att kvinnor som grupp är underordnade män som grupp i samhället och att maskulinitet är den rådande normen.

Kontakter

Rapportförfattare:

Maria Jacobson, journalist, ordförande AäM 2001-2006, 2007-2009, nationell koordinator GMMP 2005, 2010 maria.jacobson@alltarmojligt.se, tel: 0735-67 42 45 www.alltarmojligt.se

Simone Lindsten, sekreterare AäM 2006-, simonelindsten@hotmail.com tel. 0703-60 50 32

Maria Edström, Institutionen för journalistisk, medier och kommunikation, Göteborgs universitet, maria.edstrom@jmg.gu.se,

Övriga samordnare

Örebro: Marita Johansen, journalist, Nerikes Allehanda, marita.johansen@ne.se tel.0705 10 91 56

Stockholm: Åsa Carlman, Kvinna till Kvinna, press och kommunikation, asa.carlman@iktk.se, Slakthusplan 3, 121 62 Johanneshov, Sweden, tel: +46-8-588 99 198 fax: +46-8-588 89 101 mobil: +46-733-609 125 www.iktk.se

Tack

Nätverket Allt är Möjligt tackar Institutionen för journalistik, medier och kommunikation vid Göteborgs universitet.

Tack alla studenter, forskare, aktivister och journalister som deltagit i GUMP 2010. I Göteborg: Erica Hedin, Frida Lundberg, Karin Avsnäs, Katarina Bergehed, Mikael Rudolfsson, Sanna Jansson och Ulla Sättereie. I Örebro: Elisabeth Ekblom, Johanna Berglund, Maria Eremo, Marita Johansen och Mirja Wahlberg. I Stockholm: Agneta Söderberg Jacobson, Johanna Mannergren Selimovic, Karin Tideström, Mia Ahlgren, Åsa Carlman och Åsa Nyqvist Brandt.

Tack också till de redaktioner som delat med sig av sina metoder!

Bilaga: Rekommendationer från FN & GMMP

Utvecklingen mot en jämställd nyhetsförmedling går långsamt. Resultaten från GMMP 2010 visar tydligt att detta gäller både vad som rapporteras, vilka som är nyhetssubjekt men inte i lika hög grad vilka som rapporterar, eftersom ungefär hälften av Sveriges yrkesaktiva journalister idag är kvinnor.

De länder, däribland Sverige, som skrev under Pekingplattformen 1995 har förbundit sig att uppfylla två mål inom området kvinnor och medier.

Strategiskt mål J.1.

Kvinnor ska i ökad utsträckning få komma till tals i och delta i beslutsfattande inom medierna. Kvinnor ska också få tillgång till ny kommunikationsteknologi.

Strategiskt mål J.2.

En balanserad och icke stereotyp bild av kvinnor i medier ska främjas.

Utifrån dessa båda mål föreslås följande för att göra den svenska nyhetsförmedlingen jämställd:

I Who makes the news? 2010 anges förslag på hur dessa mål kan uppfyllas baserat på artiklarna i Pekingplattformen.

Mål J.1. om kvinnors deltagande i medier

Medieaktörer bör i samverkan med regeringen, universitet och högskolor samt frivilligorganisationer:

1. ställa samman och använda en nationell expertdatabas med kvinnor.
2. jämställdhetsintegrera all slags eftergymnasial journalistutbildning.
3. organisera ledarskaps- och vidareutbildning i jämställdhet för chefer och medarbetare inom medieföretagen.
4. ta fram jämställdhetsplaner med tydliga mål om bland annat jämn könsfördelning på alla nivåer. Särskild ledarskapsutbildning kan behövas för att uppmuntra fler kvinnor att bli chefer.
5. uppmuntra feministisk nyhetsförmedling.

Mål J.2. om stereotypa framställningar av kvinnor

Medieaktörer bör i samverkan med regeringen, universitet och högskolor samt frivilligorganisationer:

1. arbeta aktivt för att uppmärksamma och motarbeta stereotypa framställningar av både kvinnor och män i alla slags medier.
2. diskutera, vidareutveckla och sprida mediekritiska metoder och modeller.
3. se över lagstiftning för att eventuellt förbjuda könsdiskriminerande reklam.

Flera aktörer deltar i processen, inte minst redaktionella medarbetare förväntas ta ansvar för att målen uppnås.

Alla FN:s rekommendationer finns på

<http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/platform/media.htm>

Svensk sammanfattning av Pekingplattformen, utan rekommendationer:

<http://www.regeringen.se/content/1/c6/01/20/20/246254a1.pdf>

EU:s rapport om Beijing +15:

<http://www.regeringen.se/content/1/c6/13/58/90/f49b1bad.pdf>

Kvinnolobbyns skuggrapport till regeringens CEDAW-rapport (Rapportering om hur Sverige efterlever FN:s kvinnokonvention

<http://www.sverigeskvinnolobby.se/web/page.aspx?refid=142>

Erkännande samt villkor för användning

GMMP är licenserat under Creative Commons Erkännande-Icke-kommersiell-Inga Bearbetningar 2.5 Sverige.

GMMP koordineras av the World Association for Christian Communication (WACC) en internationell Non-Governmental Organisation som arbetar med kommunikation som verktyg för social rättvisa. WACC samarbetar med medieanalytikern och konsulten Margaret Gallagher samt med Media Monitoring Africa som bearbetar data i studien.

Data för GMMP samlades in genom en kollektiv ideell insats av hundratals organisationer på gräsrotsnivå, inklusive medie- och genusaktivister, forskare, akademiker, studenter, yrkesverksamma i olika medieprofessioner, journalistorganisationer, alternativmedier och kyrkoanknutna grupper.

Detta är en icke-kommersiell produktion och får inte användas för kommersiella ändamål. Den får inte förändras, bearbetas eller omskapas. Inför användning och distribution måste licensvillkoren klargöras. Licensvillkoren begränsar inte rättigheter enligt lag.

Översättning från engelskan: Mathias Klang, Svenska Creative Common.



www.whomakesthenews.org