

JMG

Kandidatuppsats i journalistik

HT 2017

Institutionen för journalistik,
medier och kommunikation

www.jmg.gu.se

Män, ändå...

En kvantitativ innehållsanalys av könsrepresentation i svenska dagstidningars opinionsjournalistik.

Författare: Olof Svahn och Linus Dahlbäck

Handledare: Tomas Odén

Kursansvarig: Mathias Färdigh



GÖTEBORGS UNIVERSITET
JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

Abstract

Title: Män, ändå... – En kvantitativ innehållsanalys av könsrepresentation i svenska dagstidningars opinionsjournalistik.

Authors: Olof Svahn and Linus Dahlbäck.

Subject: Undergraduate research paper in journalism studies, Dept. of journalism, media and communication (JMG) Gothenburg University.

Term: Autumn 2017.

Supervisor: Tomas Odén, JMG, Gothenburg University.

Pages/words: 53 pages / 15 260 words.

Purpose: How are men and women represented in the opinion journalism of some Swedish newspapers? This is the central and most important question for this study, and it serves as the foundation for the study's purpose. To investigate the distribution of men and women in opinion journalism we applied gender theory; specifically male-normative structures and gender typing. Other aspects that were investigated were to what extent male and female journalists write about different subjects, and/or about men and women.

Method: Quantitative content analysis.

Procedure: 992 articles from 15 daily newspapers were coded and analysed from the perspective of gender theory and media and democracy theory.

Results: The distribution of men and women in the opinion journalism of some of Sweden's newspapers is uneven, with 65 per cent of writers being men and 35 per cent being women. Our results also point to gender typing, where men tend to write about subjects like politics, finance, and sports. On the contrary, women wrote more about social questions and health care, education and caring. Both men and women tended to write more about their own gender; however women wrote more frequently about men than men did about women.

Key Words: Opinionsjournalistik; Jämställdhet; Ledare; Krönika; Könsmärkning; Kvantitativ Innehållsanalys; Dagstidningar; Kvällstidningar; Lokaltidningar; Opinion Journalism; Gender Typing; Quantitative Content Analysis.

Innehållsförteckning

Abstract	1
1. Inledning - vem tycker till i svensk press?	4
1.2 Syfte och frågeställningar	5
2. Teori – Genus och medierna	6
2.1 Genusteori – Mansnormer och könsmärkning	6
2.1.1 Kön vs genus	6
2.1.2 Kvinnan i journalistiken	6
2.1.3 Glastaket	7
2.1.4 Könsmärkning - Försvarende män och omsörjande kvinnor	8
2.2 Medier och demokratin	8
2.2.1 Dagordningsteorin	8
3. Tidigare forskning	10
3.1 Om svensk press	10
3.1.1 Svenska journalister: Arbete och Utbildning	10
3.2 Om kvinnliga journalister	10
3.2.1 Den svenska journalistkåren	10
3.2.2 Svenska journalister	10
3.3 Om kvinnlig representation	11
3.3.2 Räkna med kvinnor. Global Media Monitoring Project 2015. Nationell rapport Sverige....	11
3.3.3 Kvinnor, män och nyheter i televisionen: en innehållsstudie av ämnen och källor under 45 år	11
3.4 Om könsmärkning	11
3.4.1 The gender of journalism: the structure and logic of the field in the twentieth century	11
3.4.2 “Hör upp, du måste flytta på dig!” - Manspredding i svensk press	12
3.4.3 Sportens olika sidor: männens och de manliga sporternas revir	12
3.5 Om medier och demokrati	12
3.5.1 The Agenda-setting function of the mass media	12
3.5.2 The Dynamics of Public Attention: Agenda-Setting Theory Meets Big Data	12
4. Metod och material	14
4.1. Metodval	14
4.2 Material	14
4.2.1 Val av tidningar	14
4.2.2 Diskussion om tidningar	15
4.2.3 Val av artiklar	15
4.2.4 Diskussion om artiklar	15

4.3 Tidsurval.....	16
4.4 Operationalisering	16
4.4.1 Operationalisering utifrån teoretiskt ramverk.....	16
4.4.2 Utförande av analys.....	19
5. Resultat.....	22
5.1 Materialet – En överblick	22
5.1.1 Artikeltyper - Flest män som tycker till.....	22
5.1.2 Hur vi presenterar materialet	23
5.2 Könsfördelning på 15 tidningar - Fler ojämsställda än jämsställda	23
5.2.1 Ledare, krönikor och analyser/kommentarer i tidningarna.....	24
5.3 Skribenternas synlighet i tidningarna - Skyltar med kvinnor	27
5.3.1 Artikelstorlek - Män och kvinnor skriver ungefär lika stort.....	27
5.3.2 Artikelstorlek för ledare, krönikor, och analys/kommentar - Män skriver de största krönikorna	28
5.3.3 Bildbyline - Högst andel för kvinnor.....	28
5.3.4 Att puffa eller att inte puffa - Större utsträckning puffade kvinnor.....	29
5.4 Ämnen och arena.....	31
5.4.1 Ämnen - Manlig sport och kvinnliga sociala frågor.....	31
5.4.3 Sammanfattning - Hårda män och mjuka kvinnor.....	33
5.4.4 Ämnen inom artikeltyp.....	33
5.4.5 Arena	36
5.4.6 Arena inom de olika artikeltyperna	37
5.6 Huvudpersoner	38
5.6.1 Huvudpersoner inom de olika artikeltyperna	38
6. Analys och diskussion	40
6.1 Könsfördelning av opinionsskribenter	40
6.2 Synlighet för manliga och kvinnliga opinionsskribenter.....	41
6.3 Innehåll i texter av manliga respektive kvinnliga opinionsskribenter	42
6.4 Slutdiskussion.....	44
6.5 Förslag till framtida forskning.....	45
Källor.....	46
Referenser.....	46
Bilaga 1: Kodschema.....	48
Bilaga 2: Definitioner av ämnesområden	50
Bilaga 3: Aktualitet	51

1. Inledning - vem tycker till i svensk press?

År 2005 blev den svenska journalistkåren helt jämnt könsfördelad. Senaste siffrorna från Statistiska centralbyrån (2015) redovisar 53 procent kvinnliga anställda och 47 procent manliga anställda.

Men att journalistbranschen är kvantitativt jämställd betyder inte att den är jämställt fördelad gällande arbetsuppgifter, eller nyhetsområden. I Monica Löfgren Nilssons undersökning *Journalistiken - ett könsmärkt fält?* (2007, 46-49) redovisas tydliga skillnader mellan män och kvinnor inom journalistikens olika nyhetsområden. Nyhetsområden som exempelvis sociala frågor, familjefrågor, och konsumentjournalistik producerades mest av kvinnliga journalister medan områden som politik, sport och kriminaljournalistik producerades mest av manliga journalister.

Även i andra journalistiska områden där opinionsjournalistik är central har män varit betydligt mer förekommande än kvinnor. Enligt Monica Löfgren Nilsson (2007, 46-49) var könsfördelningen av ledar- och kommentarskribenter 78 procent män och 22 procent kvinnor år 1989. År 2005 var denna könsfördelning oförändrad, samtidigt som alla andra undersökta ämnen blivit mer jämställda. Vid publikationen av *Svenska Journalister* (Asp, 2012) redovisades inte könsfördelningen av ledar- och kommentatorskribenter, och frågan är hur situationen har förändrats sedan 2005. Har det blivit fler kvinnor inom svensk opinionsjournalistik?

Då de flesta svenska tidningar har politiska tyckare eller kommentatorer, samt att många av de största tidningarna har en tydlig partitillhörighet spelar politiska ledare och kommentarer en viktig roll för ett samhälles politiska diskurs. Enligt forskning har opinionsjournalistik potential att sätta agendan för vad människor anser vara viktiga samhällsfrågor (McCombs och Shaw, 1972; Asp och Bjerling, 2014; Shehata, 2015). Det finns också forskningsunderlag för att manliga och kvinnliga journalister tenderar att skriva om olika ämnen (Löfgren Nilsson, 2009; Djerf-Pierre, 2007), något som enligt teorin benämns som könsmärkning. Om opinionsjournalistiken i svenska tidningar är ojämnt könsfördelad kan detta då leda till att vissa samhällsfrågor får större utrymme än andra.

Vi är intresserade av könsfördelningen inom den svenska opinionsjournalistiken i press. Vilka tycker till, och om vad? Varför vi är intresserade av just opinionsjournalistik är delvis för att det saknas siffror för hur fördelningen ser ut idag, och för att spridningen av åsikter och opinion är en stor del av mediernas utbud såväl som ett viktigt demokratiskt forum för ett samhälle.

1.2 Syfte och frågeställningar

Vårt syfte är att undersöka könsfördelningen av opinionsskribenter i några av Sveriges största dagstidningar. Vi vill undersöka förekomsten av män och kvinnor som opinionsskribenter. Vi vill också undersöka förekomsten av könsmärkning i de opinionsjournalistiska texterna. Vi avser att undersöka skribenternas benägenhet att skriva om könsmärkta nyhetsämnen, förekomsten av män och kvinnor i artiklarna, och hur stort utrymme manliga respektive kvinnliga skribenter ges i de utvalda tidningarna.

Våra frågeställningar:

- Hur ser könsfördelningen av opinionsskribenter ut i delar av svensk dagspress?
- I vilken utsträckning syns manliga och kvinnliga opinionsskribenter i delar av svensk dagspress?
- Skriver manliga respektive kvinnliga opinionsskribenter om olika ämnen och personer?

2. Teori – Genus och medierna

Den teoretiska basen för vår undersökning är genusteori och medie- och demokratiteori. För vår undersökning använder vi genusteori som diskussionsunderlag för möjliga orsaker till det redovisade resultatet, och medie- och demokratiteori som potentiella effekter det redovisade resultatet kan ha på samhället. Denna indelning betyder dock inte att vi behandlar de två teorierna som helt fränskild varandra.

2.1 Genusteori – Mansnormer och könsmärkning

2.1.1 Kön vs genus

Raewyn Connel och Rebecca Pearse (2015, 23-28) identifierar att genus främst handlar om hur människor agerar i sociala relationer, och hur det bildar ihållande samhällsliga mönster, s.k. strukturer. Genus anses alltså vara en social struktur och inte ett uttryck för våra biologiska kön. Även Gunilla Jarlbro (2013) skiljer på kön och genus, där kön är det biologiska könet och genus det sociala könet. Begreppet *genus* som började användas på 70-talet hade som funktion att identifiera hur ett samhälle har någon form av kön/genus-ordning och Jarlbro menar att även om kön/genus-distinktionen kan vara problematisk är den viktig för genusvetenskapen då teorin inte alltid tas på allvar, vare sig i samhället eller i medier (Jarlbro 2013, 11-13).

Vår undersökning motsätter sig inte denna kön/genus-distinktion, men då vi har undersökt representationen av män och kvinnor utifrån deras biologiska kön kommer vi för det mesta diskutera utifrån begreppet kön.

2.1.2 Kvinnan i journalistiken

För att förstå varför det fortfarande finns en skillnad på mäns och kvinnors arbetsuppgifter behöver vi ge en översikt över hur kvinnans roll i journalistiken sett ut under 1900-talet.

Journalistiken var i början av 1900-talet ett mansdominerat yrke. 1914 var 11 procent av de arbetande journalisterna i Stockholm kvinnor, i Göteborg och Malmö närmare 4 procent, och på landsorten ännu färre (Djerf-Pierre 2003, 31-32). I början av 1900-talet hade en könsmärkning etablerat sig gällande bevakningsområden i journalistiken. När kvinnorna under 1900-talets första hälft började bli fler på redaktionerna var de ofta högt utbildade och kom från borgerliga hem, medan många av männen hade arbetat sig upp från enkla förhållanden. Således var kvinnorna ofta språkkunniga och fick därför översätta de sensationella utrikesnyheterna från andra språk. Andra texter som ofta skrivs av kvinnor var kåserier och konsumentfrågor, medan ämnen som ekonomi, politik och kultur var starkt mansdominerade (Djerf-Pierre 2003, 32-33).

Trots en tidig könsmärkning och en kraftig underrepresentation kände sig kvinnorna på redaktionerna inte motarbetade. De flesta ansåg istället att de inte hade stött på några problem och att de manliga kollegorna var hjälpsamma och trevliga. Monica Djerf-Pierre spekulerar i att det kan ha att göra med att kvinnornas inträde i journalistiken skedde på männens villkor. De sågs inte som konkurrenter om platser i finrum som politik och kultur utan snarare att de kompletterade männens kompetens med kunskaper i andra ämnen. Men bara för att kvinnorna inte vittnade om orättvis behandling på redaktionerna betyder inte det att de accepterade könsfördelningen på redaktionerna. "Svenska kvinnoföreningars radiokommitté", bildad av

fjorton ledande kvinnoföreningar, protesterade mot att det var så få kvinnliga föredragshållare i radio. En protest som gav resultat. Mellan 1932 och 1936 tredubblades antalet radioföredrag som hölls av kvinnor. Precis som pressen och radion var televisionen starkt mansdominerad under sina första år. Först efter att televisionen funnits i tre år anställdes den första kvinnan på Sveriges Television. När den nya kanalen, TV2, startade 1969 rekryterade man totalt 72 personer. Av dessa var 21 procent kvinnor (Djerf-Pierre 2003, 34-35). Även om TV2 vid detta tillfälle rekryterade fler män än kvinnor får det ändå ses som bra i jämförelse med hur det såg ut i medieföretagens ledningsgrupper. Stockholms dags- och kvällstidningar saknade kvinnliga representanter i ledningen helt och hållet. På SVT och SR fanns kvinnor i ledningen endast på hem-, familje- och barnredaktionerna (Djerf-Pierre 2003, 33-34).

Under 1900-talet har alltså kvinnorna sakta men säkert jämnat ut journalistbranschen, och 2005 var antalet journalister helt jämställt (Löfgren Nilsson, 2012). Men det finns fortfarande strukturella skillnader som utforskats i flera av de undersökningar vi nämner i kapitel tre.

2.1.3 Glastaket

Det finns forskning som visar att kvinnor är underrepresenterade på s.k. arbetsledarpositioner i svenska medier (Djerf-Pierre 2007, 47). Men det är viktigt att poängtera att situationen för några av Sveriges största mediekoncerner trots detta ser annorlunda ut. SVT och Sveriges Radio har båda kvinnor på sina VD-poster. Aftonbladet har kvinnlig chefredaktör och kvinnlig politisk redaktör, Dagens Industri har kvinnlig chefredaktör, och Expressen, Svenska Dagbladet och Göteborgs-Posten har kvinnor som politiska redaktörer.

Karen Ross skriver i sin bok *Gendered media: women, men, and identity politics* (2010) att även om olika journalistiska organisationer kan vilja framstå som neutrala, är de centrerade kring en mansnorm med strukturer som behandlar kvinnor som inkräktare. Ross menar att det finns gott om empiriska bevis för att denna rådande mansnorm har funnits länge, och att den kan påverka kvinnor i mediebranschen till att anta sig maskulina värderingar och rapporteringsbeteenden. Kvinnor kan alltså i vissa fall behöva bete sig som "en av männen" för att anpassa sig till mansnormen. Ross hävdar också att trots att kvinnor i västerländska medier har lyckats ta sig in i ett tidigare mansdominerat yrke och har de inte lyckats nå de högre befattningarna inom det yrket. Flera statistiska analyser visar att kvinnor upplever en sorts "glastakseffekt" där de fortsätter att göra framsteg i journalistbranschen, men inte på den allra högsta nivån där besluttande positioner fortfarande innehas av män (Ross 2010, 112-115).

I boken *Genusmedveten Journalistik* (2010) skriver Gunilla Jarlbro om könsrepresentationen inom svensk journalistik. Hon undersöker hur genusmedveten journalistik kan realiseras och varför det är viktigt med en jämn könsrepresentation i utbudet av medier. Jarlbro skriver om hur skillnader i könsrepresentation i den offentliga debatten kan vara exempel på "demokratiproblem". Om en genuskategori får mer utrymme i offentliga debattsammanhang är det såklart på bekostnad av en annan, och risken blir att inte alla medborgartyper får komma till tals. Något som inte är bra för vad Jarlbro kallar för en "levande demokrati" (Jarlbro 2013, 19).

2.1.4 Könsmärkning - Försvarande män och omsörjande kvinnor

Monika Djerf-Pierre (2003) skriver att det existerar könsmärkta nyhetsämnen och att det som avgör om en nyhet är könsmärkt manlig eller kvinnlig är en s.k. *genuslogik*:

Föreställningarna om journalistikens kön bygger i huvudsak på en dikotom tankelogik som liknar den som feministiska forskare tidigare har pekat på när det gäller offentlighetsbegreppet: den borgerliga offentligheten och den moderna publicistikens upplysta rationalitet är manligt präglade. Vardagen, hemmet och intimsfären utestängs och dit hänförs kvinnor (Djerf-Pierre 2003, 45).

Även Monica Löfgren Nilssons rapport *Kvinnor, män och nyheter i televisionen: en innehållsstudie av ämnen och källor under 45 år* (2009) tar upp könsmärkning. En av rapportens centrala frågor är hur relation mellan reportrars kön och ämnesval ser ut. Rapporten bygger på granskningar av SVT:s nyhetsproduktion där Löfgren Nilsson delar in olika nyhetsämnen i manliga/hårda nyheter och kvinnliga/mjuka nyheter utifrån tidigare empirisk forskning som gjort samma tillämpning. I Hårda nyheter placeras de ämnen som är och har varit övervägande mansdominerade, både av manliga journalister och läsare. De ämnen som övervägande har ansetts och anses vara kvinnliga har placerats i mjuka nyheter. Löfgren Nilsson tar upp försvarsfrågor som exempel på hårda nyheter och omsorgsfrågor som ett exempel på mjuka nyheter. Hon sammanfattar att SVT:s nyheter har varit och är könsmärkta, och att det finns skillnader i hur män och kvinnor rapporterar om hårda och mjuka nyheter (Löfgren Nilsson 2009, 11-15).

2.2 Medier och demokratin

2.2.1 Dagordningsteorin

I sin bok *Mediekratin - mediernas makt i svenska val* förklarar Kent Asp och Johannes Bjerling dagordningsteorin på följande sätt: “*De frågor som medierna tycker är viktiga och väljer att uppmärksamma påverkar vad deras publik tycker är viktigt.*” (Asp och Bjerling 2014, 155). Trots att det låter enkelt finns det flera olika teorier inom dagordningsteorin som behandlar olika aspekter av problemet. Vissa teorier hävdar att medierna sätter agendan men inte har någon större påverkan på vad människor tycker, utan bara vad de har åsikter om. Samtidigt finns andra teorier som istället handlar om vilken sorts människor som är mest mottagliga för mediers påverkan.

Dagordningsteorin fick ett ordentligt uppsving i början av 1970-talet då Maxwell McCombs och Donald Shaw (1972) genomförde en studie där de analyserade nyhetsbevakningen och den allmänna opinionen från 1968 års amerikanska presidentval. De kartlade då vilka ämnen och frågor som medierna hade rapporterat mest om samtidigt som de, i en opinionsundersökning, kollade vilka frågor svarspersonerna ansåg vara de viktigaste samhällsproblemen. Genom att jämföra detta kunde de dra slutsatsen att de sakfrågor som människor ansåg vara viktigast också var de som medierna hade rapporterat mest om. Trots att det var svårt att dra en slutsats kring orsak och verkan var McCombs och Shaw tydliga med sin slutledning: Medierna påverkar opinionen genom att välja vissa sakfrågor framför andra (McCombs och Shaw, 1972). Ett problem med undersökningen var att det finns en tredje part som bör finnas med i diskussionen. Politiker. Det råder olika åsikter kring vad som är orsak och verkan i de tre leden. Politiska partier, massmedier och publiken.

Efter att McCombs och Shaw gjort sin undersökning gjordes flera andra empiriska undersökningar och nya teorier skapades. En teori föreslår att åsikter inte bildas av massmedier utan istället av "opinionsledare", som vänner och familj. Enligt den teorin gäller massmediers påverkan inte människors *åsikter* utan istället människors *verklighetsuppfattning*, alltså inte vad människor ska ha för åsikter utan snarare vad de ska ha åsikter om (Shehata 2012, 317-338)

Inom dagordningsteorin finns också en teori om orienteringsbehov (need for orientation), som hävdar att människor med stort personligt behov av orientering inom ett särskilt ämnesområde är mer mottagliga för mediernas dagordningseffekter på just det ämnet. Enligt teorin bedöms orienteringsbehovet av två olika faktorer: hur relevant och viktigt personen tycker att ämnet är, samt hur väl insatt personen är i ämnet. En person som är osäker på vad hen själv har för åsikter i en fråga är således mer mottaglig för mediernas dagordningseffekt (Asp och Bjerling 2014, 155-161).

3. Tidigare forskning

Precis som för vår undersöknings teoretiska del, presenterar vi här forskning om genusteori och medie- och demokratiteori. Vi ser även i det här avsnittet genusforskning som diskussionsunderlag för möjliga orsaker till det redovisade resultatet, och forskning om medie- och demokrati som potentiella effekter av det redovisade resultatet.

3.1 Om svensk press

3.1.1 Svenska journalister: Arbete och Utbildning

I kapitel 3 *Arbete och Utbildning* skriver Maria Edström (2012) om var journalister arbetar. Resultaten visar att de flesta journalister fortfarande jobbar inom dagspress, och vidare indelat jobbar de flesta inom landsortspress. Vid undersökningstillfället 2011 jobbade 51 procent av anställda journalister på dagspress och 32 procent av dem jobbade på landsortspress. 10 procent jobbade inom storstadsmorgon (morgontidningar) och 5 procent inom kvällspress. (Edström 2012, 22-23).

3.2 Om kvinnliga journalister

3.2.1 Den svenska journalistkåren

Den här undersökningen från 2005 beskriver den journalistiska yrkesgruppen utifrån dess uppbyggnad och hur den representerar samhället. Fokus ligger på två perspektiv inom journalistbranschen; det föränderliga och de samhälleliga. Forskningsresultatet bygger på frågeundersökningar från 1989 till och med 2005 (Asp, 2007).

I kapitlet *Journalisters arbete och utbildning - omstrukturering pågår* skriver Maria Edström (2007) om könsmärkning och hur jämställdheten inom olika bevakningsområden förändrats över tid. Frågan var vilket huvudsakligt ämnesområde journalisterna bevakade och även om resultatet visade att andelen kvinnor ökat totalt, från 34 procent 1989 till 50 procent 2005, fanns det stora skillnader ämnen emellan. Bevakningsområden som kultur, utrikes och politik/samhälle hade blivit jämställda, men bevakningsområdet ledare/kommentar hade inte förändrats utan var stagnant på 22 procent (Edström 2007, 48).

Vidare menar Edström (2007) att bilden av vilka ämnen journalister bevakar inte stämmer överens med innehållsstudier om ämnesmässig uppdelning inom dagspress och television, och att det finns en dissonans mellan vad journalister huvudsakligen bevakar och vad som faktiskt produceras (Edström 2007, 49).

3.2.2 Svenska journalister

Likt *Den svenska journalistkåren* bygger det här s.k. bokprojektet på frågeundersökningar ställda till yrkesverksamma inom journalistbranschen. Syftet är att få en översikt över svenska journalistkåren, och *Svenska journalister* beskriver journalisterna lika brett som i *Den svenska journalistkåren*. Resultatet bygger på frågeundersökningar från 1989 till 2011, och innefattar sex enskilda undersökningar som genomfördes -89, -94, -95, -99 och 2011 (Asp, 2012).

I kapitel 2 *Journalisternas sociala bakgrund* skriver Monika Djerf-Pierre (2012) om representation av olika sociala grupper inom journalistkåren. Hon hävdar att den sociala

representationen inom en yrkesgrupp är en demokratisk fråga, och att det är ett problem för demokratin om ett yrke till störst del utgörs av en enda social grupp. Vidare menar hon att ett problem med sociala gruppers representation inom just journalistikåren kan få samhälleliga konsekvenser. Hur mycket olika sociala grupper syns i medierna kan påverka deras möjligheter att få inflytande i samhället (Djerf-Pierre 2012, 15).

I Djerf-Pierres kapitel finns två intressanta resultat gällande representationen av män och kvinnor. Det första visar att journalister anser att det är viktigt att representationen av män och kvinnor inom journalistikåren avspeglar befolkningens sammansättning. Frågeundersökningar från 2005 respektive 2011 visar att journalister anser att könsrepresentation är det viktigaste avseendet gällande representation av olika sociala grupper. Andelen som tyckte att representationen av män och kvinnor var *mycket viktig* var 62 procent 2005, och 70 procent 2011 (Djerf-Pierre 2012, 16). Det andra intressanta resultatet är att sedan 1999 har journalistikåren varit helt jämställd. (Djerf-Pierre 2012, 17).

3.3 Om kvinnlig representation

3.3.2 Räkna med kvinnor. Global Media Monitoring Project 2015. Nationell rapport Sverige.

Maria Edström och Josefine Jacobsson (2015) skriver i sin rapport att Sveriges journalistkår är kvantitativt jämställd, men att det råder en ojämsälld representation av kvinnor i medier. Trots att andelen kvinnliga journalister ökat från 20 procent 1970 till 51 procent 2013 finns det fortfarande problem med kvinnlig representation i medier (Edström och Jacobsson, 2015). Som de själva skriver: *“Kvinnor utgör halva världens befolkning men syns bara i en knapp fjärdedel av nyhetsflödet. I Sverige går det två män på varje kvinna i nyheterna.”* (Edström och Jacobsson 2015, 7).

3.3.3 Kvinnor, män och nyheter i televisionen: en innehållsstudie av ämnen och källor under 45 år

I Monika Löfgren Nilssons rapport som granskat könsrepresentationen i SVT:s nyheter redovisas flera olika siffror om ämnesval bland kvinnliga och manliga journalister. I en tabell redovisas i vilken utsträckning män och kvinnor producerar hårda och mjuka nyheter, och hur det har sett ut över tid. Från första undersökningstillfället 1958-1965 till det senaste 2000-2003 hade kvinnor som producerar mjuka nyheter ökat, och könsfördelningen på mjuka nyheter ligger på 50/50 procent. För hårda nyheter, däremot, hade utvecklingen gått långsammare. Könsfördelningen för hårda nyheter ligger på 70/30 procent med fördelen män. Löfgren Nilsson menar att män är mest synliga inom alla nyhetstyper då de är flest till antalet, men att könsfördelningen på mjuka nyheter har blivit jämnare (Löfgren Nilsson 2009, 11-14).

3.4 Om könsmärkning

3.4.1 The gender of journalism: the structure and logic of the field in the twentieth century

Monika Djerf-Pierre skriver i sin uppsats om kvinnors inflytande i journalistiken. Hon menar att kvinnor på 1970-talet mestadels skrev om exempelvis skola, hälsa och äldrevård och att dessa betecknades som *“soft news”*. I kontrast sysslade män i större utsträckning med *“hard news”*, såsom sport, affärer, och politik. Denna könsuppdelning av nyhetsämnen var en konsekvens av att kvinnor anställdes i högre grad samt kvinnliga journalisters egna

preferenser. Hon går också in på hur olika män och kvinnor upplever könsmärkning och orättvisa på redaktionerna. I en tabell redovisar hon resultat från en enkätundersökning bland svenska journalister. De har då fått ta ställning till påståendet "There is a gender-based differentiation of areas of coverage". 75 procent av kvinnorna ansåg att det fanns en könsmärkning, medan bara 53 procent av männen tyckte det (Djerf-Pierre 2007, 81-104).

3.4.2 "Hör upp, du måste flytta på dig!" - Manspredding i svensk press

I denna kandidatuppsats undersöker författarna könsmärkning av inrikesnyheter i Sveriges största tidningar; Aftonbladet, Expressen, Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet. Uppsatsens syfte är att undersöka hur journalister tilldelas olika uppgifter baserat på könsstereotyper och resultatet visar att artiklar producerade av män förekommer mer i de valda tidningarna än de producerade av kvinnor. 63 procent av de analyserade artiklarna var skrivna av män och 37 procent var skrivna av kvinnor. Bara Expressen hade en jämställd indelning, på 60/40 procent män och kvinnor (Nilsson, Rahlén & Rostedt, 2015).

3.4.3 Sportens olika sidor: männens och de manliga sporternas revir

Ulrika Andersson gjorde år 2002 en studie om sportjournalistik i tre lokaltidningar. Hon tittade bland annat på vilka som skriver sporten, vilka sporter det skrivs om och vilka som läser (Andersson, 2014). Den mest intressanta tabellen är den som berör könsmärkning hos läsare, alltså vad män och kvinnor läser om i tidningen. Tabellen jämför "vanliga" läsare med medarbetare till tidningen, och kommer fram till att det finns likheter mellan vad "vanliga" läsare och medarbetare läser om utifrån ett könsperspektiv. Exempelvis läste 59 procent män sportnyheter, jämfört med 22 procent av de kvinnliga läsarna. När det gäller ett ämne som Utbildning & omsorg var det istället majoritet kvinnliga läsare som tog del av nyheterna, 49 procent mot 26. Könsmärkning finns alltså inte bara på redaktionerna utan också bland läsarna (Andersson 2014, 30-34).

3.5 Om medier och demokrati

3.5.1 The Agenda-setting function of the mass media

Dagordningsteorin blev en populär teori efter att McCombs och Shaw gjorde en undersökning kring vilka sakfrågor som media rapporterade mest om, och vilka som folket ansåg viktigast, i samband med presidentvalet i USA 1968. Genom en kombination av att granska vad media skrev om och intervjuer med personer som röstat kunde de se en koppling. De kom fram till att samma frågor som media rapporterade mycket om också var de som det amerikanska folket tyckte var viktigast. McCombs och Shaws slutledning var då att det som media skriver om påverkar folkets åsikter om vad som är viktigt (McCombs och Shaw, 1972).

3.5.2 The Dynamics of Public Attention: Agenda-Setting Theory Meets Big Data

Russel Neuman, Guggenheim, Mo Jang, och Young Bae beskriver i sin undersökning att mediernas möjlighet att sätta agendan har minskat i och med sociala mediernas uppgång. De jämförde hur mycket det skrevs om ett ämne i traditionell media jämfört med hur frekvent det förekommer på sociala medier. I 18 av de 29 ämnen som analyserades har sociala medier influerat traditionella medier att ta upp ämnet i sin rapportering. I 11 av 29 ämnen var det istället traditionella medier som influerade sociala medier. De teoretiserar dock kring att anledningen att så många nyheter var stora på sociala medier innan de når ut på traditionella

medier var att det helt enkelt går snabbare att skriva kort om en bilolycka på twitter än vad det gör att skriva en korrekt nyhetsartikel på en tidnings hemsida. Klart är i alla fall att resultatet motsätter sig tron på den envägskommunikation, som McCombs och Shaw predikade för, där de traditionella medierna sätter agendan helt själv. Samtidigt visar undersökningen på att traditionella medier fortfarande har en signifikant agendasättande påverkan, även om den minskat i och med sociala mediers framfart. (Neuman, Guggenheim, Jang och Bae 2014, 193-214).

4. Metod och material

4.1. Metodval

Metoden vi avser använda oss av är en kvantitativ innehållsanalys. Vårt primära syfte är att undersöka hur ofta män respektive kvinnor syns som ledar- och krönikeskribenter i svenska tidningar, och därför är en kvantitativ innehållsanalys det bästa sättet att mäta den förekomsten. Det material vi har tillgodosett oss kan kategoriseras och kvantifieras. Enligt Esaiasson et al. görs det bäst genom en kvantitativ innehållsanalys (2014, 198). En av fördelarna med en kvantitativ innehållsanalys är möjligheten att snabbt och relativt enkelt kunna hantera och bearbeta en stor mängd data. Vår undersökning ställer frågor som exempelvis “Hur många kvinnor skriver ledare i svenska tidningar?”, och med en kvantitativ innehållsanalys kan vi på bästa sätt undersöka det.

4.2 Material

4.2.1 Val av tidningar

Urvalet av tidningarna är en kombination av tio av de största dagstidningarna i Sverige sett till upplagor, samt fem lokaltidningar vars urval vi baserade på deras politiska tendens och till viss del storlek. Vi ämnade undersöka så många tidningar som möjligt utefter våra förutsättningar. Nedan följer de tidningar vi valt att undersöka, samt korta förklaringar om varför.

Följande tidningar valdes därför att de är Sveriges två största kvällstidningar.

Aftonbladet
Expressen

Följande tidningar valdes därför att de är Sveriges största storstadsmorgontidningar.

Dagens Nyheter
Svenska Dagbladet
Göteborgsposten
Sydsvenskan
Dagens Industri
Metro

Följande tidningar valdes för att de är stora lokaltidningar eller har en annan politisk tendens än liberal eller konservativ. Nya Wermlands-Tidningen och Borås Tidning valdes utifrån att de är stora lokaltidningar, trots att de har en politisk högertendens. Genom att välja tidningar utifrån geografi och politisk tendens kan vi möjliggöra politiska och geografiska jämförelser, tidningarna emellan.

Nya Wermlands-Tidningen
Borås Tidning
Hallands Nyheter (Center)
Dalademokraten (Socialdemokratisk)
Gotlands Tidningar (Socialdemokratisk)

Tidningen Ångermanland (Socialdemokratisk) Dagens ETC (Vänster)

4.2.2 Diskussion om tidningar

Vissa tidningar valdes bort på grund av att de delar mycket material med andra tidningar som också fanns med i urvalet. GT och Helsingborgs Dagblad valdes bort just av denna anledning, då GT delar material med Expressen och Helsingborgs Dagblad delar material med Sydsvenskan.

Vissa tidningar valdes bort på grund av deras politiska tendens. Eftersom de flesta av Sveriges största dagstidningar har en högerpolitisk tendens valde vi att bortse från vissa större liberala och lokalkonservativa tidningar för att göra utrymme för tidningar med en annan politisk tendens. Detta för att säkerställa politisk mångfald i materialet som närmare speglar samhällets politiska uppsättning. Östgöta Correspondenten (Oberoende borgerlig), Upsala Nya Tidning (Liberal), och Nerikes Allehanda (Oberoende liberal) valdes bort på grund av deras politiska tendens och för att vårt urval redan hade större tidningar med samma politiska tendens. En mindre tidning som valdes bort enbart på grund av sin politiska tendens var Smålandsposten (Moderat).

För samtliga val av tidningar har vi också vägt in hur stor möjlighet vi har att få tag på dem. Vissa tidningar, däribland Piteå-Tidningen och Västerbottens-Kuriren, valdes bort då möjligheten att få tag på tidningen var sämre än andra tidningar med samma politiska tillhörighet och storlek.

4.2.3 Val av artiklar

Urvalet av tidningsartiklar är merparten av opinionstexter i samtliga 15 tidningar. Alla ledare, krönikor, kåserier, kolumner och analyser som är vinjetterade har analyserats. Även ledare, krönikor, kåserier, kolumner och analyser som inte varit vinjetterade men som vi bedömt ha likvärdigt innehåll och utformning har analyserats. Andra opinionstexter som har olika vinjetter i olika tidningar, som vinjetten "Kommentar" i Dagens Industri, och "Aktuella frågor" och "Opinion" i Sydsvenskan, har analyserats.

Vi har gjort ett nedslag under två veckors tid då vi analyserar vårt urval av tidningars opinionsmaterial. Tidsramen var från 2017-10-23 till och med 2017-11-05.

4.2.4 Diskussion om artiklar

Vi bestämde initialt att vi inte skulle undersöka insändare, då de av följande anledningar skulle försvåra vår undersökning. Insändare är ofta författade av privatpersoner och inte av journalister. Därför är de inte representativa för varken journalistkåren eller för vårt teoretiska ramverk, gällande exempelvis könsmärkning. En insändare kan också stå utan skribentens namn och blir således omöjlig att undersöka utefter vår metod. Initialt valde vi att avgränsa insändare till material skrivet av privatpersoner på tidningens uppmaning, alltså att tidningen i anslutning till sin insändarsida hade en textruta där läsare uppmanades att "skriv din åsikt till oss!"

En motivering till varför debattartiklar valdes bort var att de vanligtvis inte skrivs av journalister, vare sig av journalister anställda på tidningen eller av gästande

opinionsskribenter. Vi ansåg därför att debattartiklar skulle falla utanför vår undersöknings ramar. Tilläggsvis märkte vi att gränsen mellan debattartiklar och insändarmaterial var svår att dra, då vissa tidningar uppmanade sin läsare att skriva och skicka in både debattartiklar och insändare, och ibland under samma vinjetter. En rimlig avgränsning som skulle fungera för samtliga tidningar var för svår att göra, såvida inte allt material skulle undersökas. Detta bedömde vi vara för tidskrävande och fränkommande vår undersöknings syfte.

Viktigt att påpeka är att delar av den problematik som fick oss att helt välja bort debatt och insändare även finns mellan ledare och krönikor. Det kan alltså ibland vara svårt att avgöra om en artikel är en ledare eller en krönika, då de inte alltid vinjetteras som det ena eller det andra. Valet att fortfarande inkludera ledare och krönikor i vår undersökning motiveras av att de i regel skrivs av journalister, och att de därför är representativa för könsfördelningen inom opinionsjournalistiken i svensk dagspress.

4.3 Tidsurval

Vår tidsram för undersökningen var 23/10-5/11. Alltså två veckor i rad på hösten 2017. Fördelar med tidsperioden var att det inte var på sommaren eller kring jul, då många skribenter har semester, samt att vi kunnat samla in data från många olika tidningar och på så vis få en större mångfald kring tidningsstorlek och politisk tendens. Vi hade hellre haft en vecka på hösten och en vecka på våren för att minska risken att skribenter tagit en längre höstsemester, men på grund av att vi undersökt 15 olika tidningar hade det varit svårt att få tag i många av tidningarna från våren. Hade vi velat göra en vecka nu på hösten och en från i våras hade vi fått utgå från färre tidningar och då bara undersöka de största dagstidningarna. Genom att välja två veckor på hösten är det större risk att någon skribent faller bort på grund frånvaro, men det större urvalet upplever vi som värt den risken.

4.4 Operationalisering

Inledningsvis analyserade vi sex upplagor av Hallands Nyheter tillsammans, delvis för att testa kodschemat och våra variabler, men också för att kontrollera och diskutera hur vi tolkade artiklarna sinsemellan. Som resultat av denna inledande kodning författade vi tydliga definitioner för flera variabler för att bättre kunna koda likadant. Vi genomförde senare kodningen var för sig och då oklarheter kring kodningen uppstod kontaktade vi varandra för att stämma av. Datan som producerades från kodningen fördes in i ett SPSS-dokument.

4.4.1 Operationalisering utifrån teoretiskt ramverk

För att översätta våra frågeställningar till kvantifierbar data har vi valt variabler utifrån vår undersöknings teoretiska bakgrund och ramverk. Variablerna Datum, Tidning och Politisk tendens fanns med som identifikationsvariabler. Datum analyserades för att enklare få en överblick av vårt insamlade material och för att smidigt kunna genomföra ett reliabilitetstest, där tio tidningar analyserades en andra gång (totalt analyserades dessa artiklar två gånger vardera) för att säkerställa överensstämmande resultat mellan de två kodarna. Datum redovisas inte i resultatet.

4.4.1.1 Könsfördelning

Då vårt syfte var att undersöka könsrepresentationen i opinionsartiklar valde vi variabler för att besvara den frågeställningen. Variablerna vi använde oss av var Typ av artikel, där vi

identifierade vilken typ av opinionsartikel det handlade om, och Kön, där skribentens kön kodades.

Typ av artikel

Variabeln Typ av artikel valdes initialt som en sorts "rubrikvariabel" och hade vid början av kodningen enbart ledare och krönika som värden. Ytterligare värden tillkom allteftersom då flera olika opinionsartiklar dök upp. I resultatdelen har vi dock valt att slå ihop de olika vinjetterna för att totalt landa i tre olika typer av opinionsartikel. Detta då flera av vinjetterna bara användes av en tidning eller helt enkelt förekom i för få analyserade enheter för att vi skulle kunna dra några övergripande slutsatser.

Kön

Variabeln Kön valdes av den enkla anledningen att den kategoriserar opinionsskribenter som antingen män eller kvinnor (ett värde för icke-binära var initialt representerat i variabeln Kön, men då ingen skribent analyserades med detta värde togs värdet bort efter avslutat kodning). Vårt syfte var att undersöka i vilken utsträckning manliga och kvinnliga journalister skriver opinionsartiklar och att ha med en variabel för kön var förnuftigt motiverat. Det är dock värt att nämna att genusteorin skiljer på begreppen kön och genus, där kön syftar till biologiskt kön och genus till socialt kön (Jarlbro 2013, 11). Vårt syfte var att undersöka opinionsskribentens kön och hur det påverkade innehållet av opinionsartiklar i svensk dagspress. Något som enligt teorin har mer med genus att göra än med människors biologiska kön, då genus handlar om hur individer agerar utefter kön i sociala relationer (Connel och Pearse 2015, 25) Att koda skribenterna baserat på genus istället för kön hade varit svårt att genomföra, då vi hade fått fråga varje skribent om vilket genus de upplever sig tillhöra. Istället valde vi att utgå från biologiskt kön då det enklare kan bestämmas utefter traditionella markörer, såsom namn och utseende. När vi stötte på namn varifrån det var svårt att säkerställa personens kön, använde vi kompletterande uppgifter för att bestämma kön. Exempelvis via foton från tidningars hemsidor där skribenterna var verksamma, eller via personinformation från Ratsit.se.

4.4.1.2 Synlighet

Vi var också intresserade av att undersöka hur mycket skribenterna syns i tidningen. För att kunna göra det identifierade vi tre olika variabler. Artikelstorlek, bildbyline och puffar. Genom att analysera de variablerna anser vi att vi får en bra bild över hur mycket skribenten syns, både genom text och bild.

Artikelstorlek

En av våra frågeställningar behandlar hur mycket utrymme män och kvinnor fick i de analyserade tidningarna. Därför var det en självklarhet att ha med en variabel där vi analyserar om det finns någon skillnad på vilket utrymme män och kvinnors opinionsartiklar ges. Vi valde fyra olika storleksvariabler därför att vi ansåg att bara två variabler (stor och liten) var för svårt att sätta en rimlig distinktion. Vi ville också ha med variabeln Större än en hel sida, eftersom det var där vi anade att det fanns störst skillnader att hitta.

Vi valde att räkna det totala utrymmet för artikeln, alltså att inkludera bild och bildbyline. På så sätt räknas det totala utrymme som skribenten ges och inte bara det utrymme som texten tar.

Bildbyline

Även förekomsten av bildbyline är något vi använde oss av för att mäta synlighet. Huruvida skribenten förekommer i bild i anknytning till artikeln är mer eller mindre definitionen av synlighet. Därför var det en självklarhet att analysera förekomsten av bildbyline i vår undersökning.

Under analyserandet stötte vi på två bekymmer gällande bildbyline. Aftonbladet hade ibland inga bilder utan istället svart-vita teckningar på skribenten. Vi valde att räkna det som bildbyline eftersom det till formen påminde om en bildbyline, med den enda skillnaden att de var tecknade. Det var också välgjorda teckningar så det gick lätt att känna igen skribenten på teckningarna.

Det andra problemet kring bildbyline var att Nya Wermlands-Tidningens ledarsidor hade en redaktör som skrev alla ledare. Han hade en bildbyline överst på sidan som redaktör men saknade bildbyline i anknytning till artiklarna. Vi ansåg då att han hade en bildbyline som redaktör men inte som skribent, och valde då att inte räkna det som bildbyline för vår undersökning.

Puff

Förutom artikelstorlek identifierade vi också puffar som ett sätt att mäta skribentens utrymme i tidningen. En puff är alltså när någon av tidningens förstasidor har med en liten del av artikeln (ofta ett citat eller en rubrik) och hänvisar till sidnummer. Genom att mäta hur mycket män och kvinnor puffas för kan vi direkt se hur mycket utrymme deras opinionsartiklar får på tidningarnas förstasidor, det mest åtråvärda utrymmet.

4.4.1.3 Innehåll – Vad de skriver om

För att kunna fastställa om det finns någon skillnad i vad män och kvinnor skriver om valde vi variabler som avhandlade ämnen och innehåll. Variablerna vi valde var Ämne 1, Ämne 2, Huvudperson, Arena och Aktualitet. Genom ett stort urval upplever vi att vi kan se om det finns skillnader i vad män och kvinnor skriver opinionsartiklar om.

Ämnen

Variabeln valdes för att operationalisera huruvida män och kvinnor skriver om olika ämnen, och utformades utefter en indelning av hårda och mjuka ämnen tagen från Monica Löfgren Nilssons *Kvinnor, män och nyheter i televisionen: en innehållsstudie av ämnen och källor under 45 år* (Löfgren 2009, 6).

När vi testade vårt kodschema i början märkte vi att det var risk för mätfel om vi bara kodade ett ämne per artikel eftersom flera artiklar handlar om två ämnen. Det hade då varit risk att vi valde olika ämnen för liknande artiklar och då fick ett missvisande resultat. Därför valde vi att ha med två variabler för ämne, alltså Ämne 1 och Ämne 2, där Ämne 1 var huvudämnet och Ämne 2 det andra ämnet. Fanns det inget andra ämne kodades Ämne 2 som "Inget andra ämne".

Huvudperson

I *Hör upp, du måste flytta på dig! - Manspreading i svensk dagspress* (hädanefter förkortat *Manspreading*) skriver Nilsson, Rahlén, och Rostedt (2015) om att män skriver mer om män och att kvinnor också skriver mer om män. Vi ville naturligtvis se hur det såg ut i opinionsartiklar, och inkluderade därför variabeln huvudperson.

Arena

I *Sportens olika sidor: männens och de manliga sporternas revir* konstaterar Ulrika Andersson (2004) att män skriver mer lokala nyheter än kvinnor. Eftersom vår undersökning fyller ett hål i forskningen var vi noga med att täcka in så många delar som möjligt och valde därför att titta på hur könsrepresentationen på opinionsartiklar såg ut på lokal, inrikes och utrikes nivå. Den fjärde variabeln i Arena-kategorin kallade vi för "Arena saknas", att använda för artiklar där ingen plats nämns. I resultatet blev den dock mer frekvent förekommande än vi hade räknat med. Detta hade till viss del att göra med #metoo-kampanjen som slog till ordentligt under vår datainsamling. Eftersom den främst var stor på sociala medier i början hade många opinionsartiklar därför internet som arena. Vi borde haft ytterligare en variabel där vi kunde placera artiklar som tog plats på internet.

Aktualitet

För att klargöra om det fanns någon skillnad mellan könen när det gällde aktualitet analyserade vi artiklar som antingen dagsaktuell, tidsaktuell, eller tidlös. Aktualitet redovisas dock inte i resultatavsnittet, utan enbart i en bilaga (se bilaga 3).

4.4.2 Utförande av analys

Vi har sammanlagt analyserat 992 opinionsartiklar, fördelat på 15 olika tidningar under två veckors tid. Från 171023 till 171105. Vi inledde datainsamlingen med att sitta tillsammans och analysera opinionsartiklar ihop, på så sätt kunde vi minimera risken att vi analyserade artiklar på olika sätt.

4.4.2.1 Material och bortfall

Vissa tidningar utkom inte under helgen och har därför inte analyserats. Alla helgons dag inträffade under vår datainsamling och då uteblev ytterligare tidningar under lördagen 171104. Dagens Nyheter och Borås Tidning utkom som e-tidningar under Alla helgons dag men vi valde att exkludera dem och bara koda de tidningar som kom ut som papperstidningar. Detta för att vi var osäkra på om läsarantalet skulle förändras då de bara kom ut som e-tidningar. I vårt slutgiltiga resultat har minst tio exemplar av varje tidning analyserats.

Tabell 4.1. Analyserade artiklar och exemplar.

Tidning	Antal analyserade artiklar	Antal analyserade exemplar
Aftonbladet	91	14
Expressen	88	14
Dagens Nyheter	122	13
Göteborgsposten	64	13
Svenska Dagbladet	132	13
Sydsvenskan	66	13
Dagens Industri	70	10
Nya Wermlands-Tidningen	61	11
Borås Tidning	54	13
Hallands Nyheter	31	11
Dalademokraten	33	11
Gotlands Tidningar	56	11
Tidningen Ångermanland	47	11

Dagens ETC	17	10
Metro	23	10
Totalt	955	178

Vissa tidningar misslyckades vi med att få tag i och kunde därför inte koda just de tidningarna. Det beror på att vi hämtade in mycket material från Stadsbiblioteket i Göteborg, samt JMG och ibland uteblev leveransen av tidningar, eller så hade någon tidning försvunnit när vi skulle koda den. I stället ersatte vi de saknade tidningarna med minsta möjliga avvikelse. Vi tog alltså samma tidning, samma veckodag, och så nära i tid som möjligt.

Tabell 4.2. Tidningar som ersattes med samma tidning från andra datum

Tidning	Datum som saknades	Datum som ersatte
Expressen	171029 (söndag)	171112 (söndag)
Dagens Nyheter	171027 (fredag)	171110 (fredag)
Dagens Industri	171024 (tisdag)	171107 (tisdag)
Nya Wermlands-Tidningen	171030 (måndag)	171106 (måndag)
Tidningen Ångermanland	171028 (lördag)	171111 (lördag)
Tidningen Ångermanland	171030 (måndag)	171113 (måndag)
Dagens ETC	171103 (fredag)	171110 (fredag)

4.4.2.2 Validitet och reliabilitet

Vi upplever att vår undersökning når både en hög validitet och en hög reliabilitet. Genom att vi använt oss av olika variabler för att mäta exempelvis synlighet, ger det en bra validitet för frågeställningarna. Sedan var vår huvudfrågeställning, "Hur ser könsfördelning av opinionsskribenter ut i delar av svensk dagspress?", enkelt formulerad och också enkel att mäta. Även reliabiliteten tycker vi är hög. Vi har varit noga under analyserandet av artiklar genom att sitta ihop i mesta mån och annars alltid fråga varandra vid oklarheter. För att stärka reliabiliteten ännu mer gjorde vi också ett reliabilitetstest där vi analyserade om de åtta variabler vi ansåg var viktigast för vår undersökning.

De variabler som reliabilitetstestades var följande:

Artikeltyp, Storlek på artikel, Skribentens kön, Ämne 1, Ämne 2, Huvudperson i artikeln, Bildbyline, och Puff.

Totalt gjordes reliabilitetstestet på 50 olika artiklar från fem olika tidningar och flera olika dagar. Den viktigaste variabeln, kön på skribent, stämde till 100 procent. Däremot upptäckte vi att vi hade kodat variabler som "huvudperson saknas" och "inget andra ämne" på lite olika sätt, då någon av oss varit mer benägen att använda "huvudperson saknas" om förekomsten av huvudperson är otydlig. Felmarginalen bland variablerna ämne och huvudperson blev då högre än väntat, 20 procent för huvudperson och 17 procent för ämne. Med det sagt är det rimligt att anta att vi har missat ungefär lika många manliga som kvinnliga huvudpersoner, eftersom alla fel utom ett hade med "huvudperson saknas" att göra. Det påverkar alltså inte könsfördelningen gällande huvudperson utan bara totala antalet artiklar som hade en huvudperson. Samma sak gällde ämnesvariablerna. Få artiklar analyserades fel, felet ligger istället att någon av oss analyserade ett andra ämne och den andra ansåg att andra ämne

saknades. Däremot stämde andelen mjuka och hårda ämnen väl överens, endast ett av de 100 analyserade ämnesvalen hade kodats som mjukt i originalkodningen och hårt i testkodningen.

Vi beslutade därför att räkna om validiteten utifrån de missar som påverkade könsfördelningen. Alltså genom att räkna bort "huvudperson saknas" och "inget andra ämne". Felmarginalen för huvudperson blev då 2 procent och 7 procent för ämne. Den totala felmarginalen blev 4 procent.

5. Resultat

Här presenteras undersökningens resultat. Vi redovisar vårt insamlade material och för diskussioner kring resultatet. I jämförande syfte använder vi oss av en jämställdhetsmodell, 60/40-modellen, där könsfördelningen måste ligga inom 60/40 procent fördelning av män/kvinnor eller kvinnor/män för att ett visst område ska räknas som jämställt.

5.1 Materialet – En överblick

Totalt identifierades 992 opinionsartiklar i de 15 undersökta tidningarna. 33 artiklar saknade namn och fyra artiklar var skrivna av mer än en person. Dessa har valts bort från redovisningen då de var svåra att analysera tillsammans med resten av materialet. Analysen är gjord på de återstående 955 analyserade artiklarna.

Vi identifierade tre olika sorters opinionsartiklar. Krönikor, ledare, och analys/kommentar. Av samtliga analyserade artiklar var artikeltypen krönika vanligast förekommande, följt av ledare och sedan analys/kommentar. Nedan följer en kort beskrivning av de olika artikeltyperna.

Ledare: Artiklar skrivna ur tidningens officiella politiska ståndpunkt. Oftast på något av de första uppslagen i tidningen och ofta vinjetterat.

Krönika: Artiklar skrivna av en skribent som speglar skribentens egna åsikter. Kan skilja sig från tidningens politiska tendens.

Analys/kommentar: Artiklar skrivna av en skribent som analyserar och tycker till kring en aktuell händelse.

Manliga opinionsskribenter är överrepresenterade i både ledare, krönikor och analyser/kommentarer. Könsfördelningen av det totala antalet analyserade opinionsartiklar är 65 procent män och 35 procent kvinnor. (Tabell 5.1) I tabellerna har vi fyllt fälten med statistik från manliga skribenter med blå färg och statistik med kvinnliga skribenter med röd färg. Detta för att underlätta läsningen.

Tabell 5.1. Andelen manliga och kvinnliga opinionsskribenter utifrån typ av artikel.

	Ledare	Krönika	Analys	Totalt
Män	61%	65%	68%	65%
Kvinnor	39%	35%	32%	35%
Summa procent	100%	100%	100%	100%
N=antal artiklar	283	473	199	955

* *Krönika består av artikeltyperna krönika (432 artiklar), kolumn (35 artiklar), och kåseri (sex artiklar).*

** *Analys/kommentar består av artikeltyperna analys (113 artiklar), kommentar (70 artiklar), aktuella frågor (tio artiklar), opinion (en artikel), replik (tre artiklar), och reflektion (två artiklar).*

5.1.1 Artikeltyper - Flest män som tycker till

Fördelningen av manliga och kvinnliga skribenter inom varje artikeltyp ligger på ungefär samma siffror som för det totala antalet analyserade artiklar. Ojämnast är artikeltypen

analys/kommentar som har högst andel män av alla artikeltyper. Vidare finns det ingen märkbar skillnad kategorierna emellan, då endast enstaka procentenheter skiljer dem åt.

Vi bör dock titta närmare på artikeltypen analys/kommentar, då den har inbördes skillnader i könsfördelning. Om vi delar upp analyser och kommentarer och ställer dem mot varandra ser vi att könsfördelningen för enbart analyser är märkbart ojämnare än för enbart kommentarer, med fördelen män. Manliga skribenter stod för 74 procent av analyserna, jämfört med 60 procent av kommentarerna.

5.1.2 Hur vi presenterar materialet

För att enklare redovisa vårt analyserade material har vi delat upp resten av vår resultatdel i olika avsnitt baserade på våra frågeställningar och syfte. Varje avsnitt börjar med en översiktlig genomgång av resultatet, följt av en redovisning för varje enskild artikeltyp, och avslutas med en sammanfattande diskussion. Vi kommer att redovisa och diskutera vårt material i fyra avsnitt:

Könsfördelning på tidningar: Här presenteras könsfördelningen av män och kvinnor på de olika tidningarna. Vi redovisar tidningarna enskilt men även grupperade i kategorier utefter tidningarnas typ, kallade kvällstidningar, storstadsmorgontidningar, och landsortstidningar. Vi fördelar även materialet på typ av artikel. Syftet med avsnittet är att redogöra för den övergripande könsfördelningen av män och kvinnor på de olika tidningarna i undersökningen, samt att få en inblick i huruvida män och kvinnor skriver olika artikeltyper i olika tidningar.

Synlighet: Här presenteras opinionsskribenternas synlighet i tidningarna, något vi redovisar utifrån tre olika företeelser: Bildbylines, puffade artiklar på förstasidor, och artikelstorlek. Dessa företeelser är uppdelade i tre "synlighetskategorier" som vi går igenom en efter en, och varje kategori är vidare indelad i typ av artikel. Syftet med avsnittet är att redogöra för hur män och kvinnor synliggörs i tidningarna, och att jämföra synlighetskillnader mellan könen.

Innehåll: Här presenteras vad opinionsskribenterna skrev om och även i detta avsnitt redovisar vi två olika företeelser; ämne - vad artikeln i huvudsak handlar om, och arena - vilken plats artikeln i huvudsak handlar om. Vi redogör för ämnena var för sig men även grupperade i hårda och mjuka ämnen. Vi delar även här in resultatet i typ av artikel. Syftet är att redogöra för hur män och kvinnor skriver om olika saker, och hur könsmärkning realiseras i opinionsskribenternas artiklar.

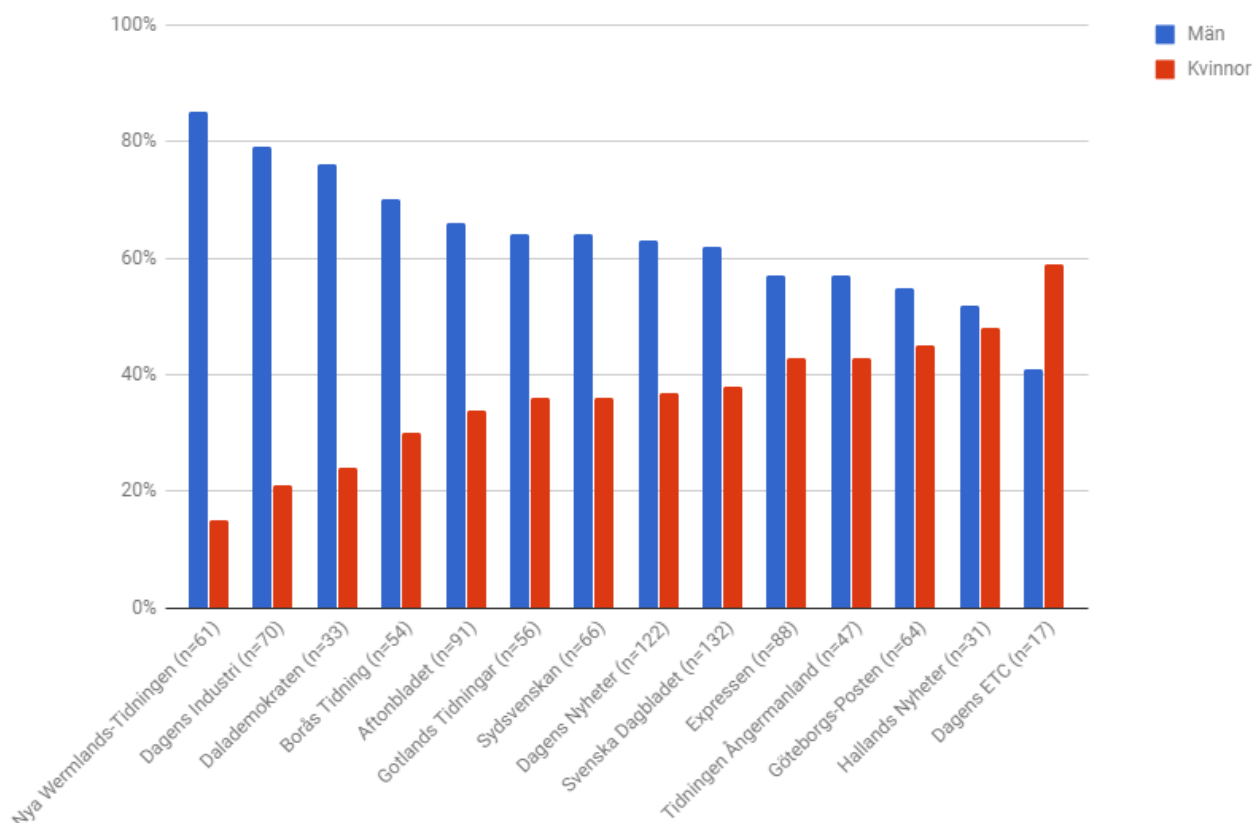
Huvudpersoner: Här presenteras vilka personer opinionsskribenterna skriver om. Vi presenterar de artiklar där skribenterna nämner en huvudperson, och huruvida huvudpersonerna är män eller kvinnor. Vi delar enbart in huvudpersonerna utefter kön, och syftet är att redogöra för i vilken utsträckning skribenterna skriver om män respektive kvinnor.

5.2 Könsfördelning på 15 tidningar - Fler ojämsställda än jämställda

Samtliga analyserade tidningar förutom en har fler manliga skribenter än kvinnliga skribenter, och för de flesta tidningarna ligger könsfördelningen utanför 60/40-modellen, med fördelen manliga skribenter. Ojämnast är Nya Wermlands-Tidning som har könsfördelningen 85 procent manliga skribenter. Dagens ETC är den enda tidning som har fler kvinnliga skribenter

än manliga, med 59 procent kvinnliga skribenter. Värt att tillägga är att Dagens ETC är en uttalat feministisk tidning som själva räknar och redovisar antalet män respektive kvinnor som förekommer i tidningen, med målsättningen 50/50 (Strömbom, 2017)

Figur 5.1. Opinionsartiklar skrivna av män respektive kvinnor på de olika tidningarna (procent).



Gällande könsfördelning och politisk tendens finns inga tydliga samband. Märkbart är såklart att Nya Wermlands-Tidning (konservativ tendens) har ojämnast könsfördelning och att Dagens ETC (vänstertendens) har jämnast könsfördelning. Men mellan dessa motpolar är spridningen stor baserat på tidningarnas politiska tendens. Bland tidningarna som ligger utanför 60/40-modellen är andelen med högerpolitisk tendens ungefär lika stor som för tidningarna innanför 60/40-modellen. Det finns alltså både höger- och vänsterpolitisk representation bland de jämställda tidningarna såväl som bland de ojämnställda.

Inte heller finns där några tydliga samband mellan könsfördelning och tidningarnas storlek. Små och stora tidningar finns representerade både bland de med jämn könsfördelning och bland de med ojämn könsfördelning. Två tidningar av liknande storlek, Hallands Nyheter (centerpartistisk) och Dalademokraten (socialdemokratisk), har exempelvis vitt skilda könsfördelningar. En liknande jämförelse kan göras med Sveriges största tidningar för att illustrera att storlek inte verkar påverka en tidnings jämställdhet. Könsfördelningen för Aftonbladet, Dagens Nyheter, Expressen och Göteborgs-Posten skiljer sig ganska mycket från varandra, och hälften av ovan nämnda tidningar ligger innanför 60/40-modellen och hälften utanför (figur 5.1).

5.2.1 Ledare, krönikor och analyser/kommentarer i tidningarna

Vi ska i det här avsnittet titta närmare på könsfördelningen i tidningarna uppdelat på typ av artikel. Vi använder den artikelindelning vi redovisat tidigare, alltså ledare, krönika, och analys/kommentar för att få en mer detaljerad redovisning av resultatet. Syftet är att redovisa eventuella skillnader i synlighet inom de olika artikeltyperna, och att lyfta fram det som sticker ut i resultatet.

För att enklare redovisa resultatet delar vi upp tidningarna i tre kategorier som vi benämner kvällstidningar, storstadsmorgontidningar och landsortstidningar. Tidningskategoriernas syfte är att underlätta resultatjämförelser utifrån tidningarnas storlek och spridning. Vi vill kunna jämföra om resultatet skiljer sig från de olika tidningstyperna.

Vi har valt att placera Dagens ETC bland landsortstidningar, trots att det är en storstadsmorgontidning. Därför att den ges ut i så mycket mindre upplaga än de andra storstadsmorgontidningar, och ligger betydligt närmare landsortstidningarna i antal upplagor. Dagens ETC ges ut i 8 300 exemplar på vardagar, att jämföra med landsortstidningen Dalademokraten på 8 100, och storstadsmorgontidningen Svenska Dagbladet som ges ut i 155 300 exemplar (TS Mediefakta, 2017).

Kvällstidningar: Aftonbladet och Expressen.

Storstadsmorgontidningar: Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Göteborgs-Posten, Dagens Industri, Sydsvenskan och Metro.

Landsortstidningar: Nya Wermlands-Tidning, Borås Tidning, Hallands Nyheter, Dalademokraten, Gotlands Tidningar, Tidningen Ångermanland och Dagens ETC.

Tabell 5.2. Andelen olika artikeltyper i tidningar fördelat på kön.

Tidning	Ledare (n=283)			Krönika (n=473)			Analys (n=199)		
	Manlig skribent	Kvinnlig skribent	Totalt	Manlig skribent	Kvinnlig skribent	Totalt	Manlig skribent	Kvinnlig skribent	Totalt
Aftonbladet	63%	37%	100%	71%	29%	100%	44%	56%	100%
Expressen	14%	86%	100%	59%	41%	100%	92%	8%	100%
Dagens Nyheter	62%	38%	100%	61%	39%	100%	69%	31%	100%
Göteborgs-Posten	29%	71%	100%	78%	22%	100%	56%	44%	100%
Svenska Dagbladet	58%	42%	100%	73%	27%	100%	59%	31%	100%
Sydsvenskan	82%	18%	100%	61%	39%	100%	93%	7%	100%
Dagens Industri	44%	56%	100%	75%	25%	100%	55%	45%	100%
Nya Wermlands-Tidningen	95%	5%	100%	80%	20%	100%	*	*	*
Borås Tidning	92%	8%	100%	54%	46%	100%	*	*	*
Hallands Nyheter	57%	43%	100%	47%	53%	100%	*	*	*
Dalademokraten	85%	15%	100%	70%	30%	100%	*	*	*

Gotlands Tidningar	62%	38%	100%	74%	26%	100%	*	*	*
Tidningen Ångermanland	50%	50%	100%	62%	38%	100%	*	*	*
Dagens ETC	60%	40%	100%	0%	100%	100%	*	*	*
Metro	*	*	*	39%	61%	100%	*	*	*

* Tidningar med mindre än fem analyserade artiklar redovisas ej.

5.2.1.1 Ledare - Ojämna landsortstidningar

Översiktligt har landsortstidningarna ojämnast könsfördelning av ledarskribenter. Samtliga landsortstidningar har en högre andel män än kvinnor och 72 procent av ledare i landsortstidningar skrivs av män. Nya Wermlands-Tidningen har överlägset ojämnast könsfördelning, med 95 procent män. Dags- och kvällstidningarna ligger båda totalt sett innanför 60/40-modellen, men det finns dock stora skillnader inom varje enskild tidningskategori. Om vi tittar på kvällstidningarna ser att vi Aftonbladet har flest manliga ledarskribenter, och Expressen överlägset flest kvinnliga skribenter. Notera att varken Aftonbladet eller Expressen hade hamnat innanför 60/40-modellen om de har stått för sig själva. Det är bara när vi analyserar resultatet för båda tidningarna som de blir jämställda. Bland storstadsmorgontidningar har Sydsvenskan ojämnast könsfördelning, med 85 procent män. Könsfördelningen är dock betydligt jämnare för storstadsmorgontidningar än för landsortstidningar, och två av storstadsmorgontidningarna har fler kvinnor än män.

5.2.1.2 Krönikor - Jämmt överlag

Krönikor är relativt jämnt könsfördelade för samtliga tidningskategorier, med 64-67 procent manliga skribenter. Det finns alltså inga avsevärda skillnader mellan dags-, kvälls- och landsortstidningarna. Högst andel kvinnliga skribenter har Dagens ETC, med 100 procent, och högst andel män har återigen Nya Wermlands-Tidningen. Resultaten för könsfördelningen av krönikor stämmer väl överens med resultaten för det totala antalet artiklar. Mycket på grund av att krönikor utgör den största andelen av artiklar i undersökningen.

5.2.1.3 Analyser/kommentarer - Flest män

När det gäller "Analys/kommentar" är skillnaden i könsfördelningen mellan storstadsmorgontidningar och kvällstidningar knapp. Andelen män och kvinnor låg på runt 65 procent för dags- och kvällstidningar. Märkbart är att samtliga tidningar har fler manliga skribenter än kvinnliga, men samtidigt ligger fyra av sju tidningar innanför 60/40-modellen. Utmärkande är Expressen och Sydsvenskan som har 92-93 procent män.

5.2.1.4 Sammanfattning - Manliga ledarskribenter på landsortstidningar

Sammanfattningsvis kan vi konstatera att det finns ett visst samband mellan landsortstidningar och hög andel manliga ledarskribenter. Intressant är att ingen av landsortstidningarna har fler kvinnliga ledarskribenter än män, och att tre av dem har väldigt hög andel manliga skribenter: Nya Wermlands-Tidningen, Dalademokraten och Borås Tidning har samtliga över 85 procent manliga ledarskribenter, och de flesta av landsortstidningar hamnar utanför 60/40-modellen gällande ledare. En möjlig förklaring kan vara att ledarredaktionerna på landsortstidningar utgörs av ganska få personer och att det då är lättare hänt att en tidning får ojämn

könsfördelning. Samtidigt är det intressant att ingen av landsortstidningarna har en ojämn fördelning med fler kvinnor än män, utan att det alltid är männen som är fler.

5.3 Skribenternas synlighet i tidningarna - Skyltar med kvinnor

Med synlighet menar vi i vilken mån opinionsskribenterna ges utrymme i tidningarna. Huruvida de syns på bild, om deras artiklar är med på förstasidan och hur stor plats deras artiklar tar upp. Resultatet gällande synlighet i tidningarna representerades av tre variabler: Artikelstorlek (bild inkluderad i storleken), förekomsten av bildbyline, och huruvida artikeln puffades för på tidningens förstasida, eller på tillhörande tidningsbilagas förstasida.

5.3.1 Artikelstorlek - Män och kvinnor skriver ungefär lika stort

Vi bedömde opinionsartikeln utifrån fyra olika storlekar där det totala utrymmet i tidningen (bild och byline inkluderat) räknades.

Liten: Mindre än $\frac{1}{4}$ sida.

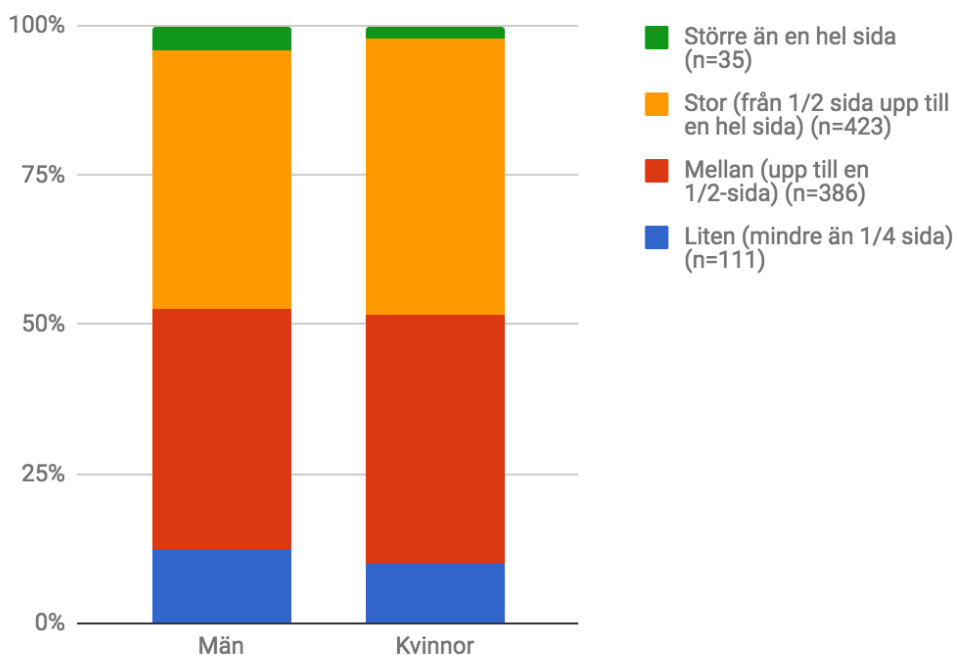
Mellan: $\frac{1}{4}$ sida eller större men mindre än $\frac{1}{2}$.

Stor: Från $\frac{1}{2}$ sida till en hel sida.

Större: Större än en hel sida.

Vi fann att artiklar skrivna av män respektive kvinnor inte varierade särskilt mycket i storlek. I regel är artikelstorleken för både män och kvinnor runt en halvsida, då överlägset flest av de analyserade artiklarna hamnade mellan storlekarna stor och mellan. Män skriver i viss utsträckning fler korta artiklar, och i stor utsträckning fler väldigt långa artiklar än kvinnor.

Figur 5.2. Storlek på opinionsartiklar skrivna av män respektive kvinnor (procent).



Enligt figur 5.3 är det alltså män som stod för de artiklar som tog störst plats i tidningarna. Det finns en märkbar skillnad i könsfördelningen inom artiklar av storleken "Större än en helsida", där 77 procent av totalt 35 artiklar är skrivna av män.

5.3.2 Artikelstorlek för ledare, krönikor, och analys/kommentar - Män skriver de största krönikorna

5.3.2.1 Ledare

Storleken på ledarna skiljer sig inte märkbart könen emellan. Män skriver ledare i samtliga fyra storlekar, medan kvinnor inte är representerade i den största storleken (större än en helsida). Den mest förekommande storleken av ledare för båda könen är "stor" (mellan en halvsida och en helsida).

5.3.2.2 Krönikor

Storleksfördelningen på krönikor av både män och kvinnor är näst intill densamma som storleksfördelningen av samtliga artiklar i undersökningen. Män skriver i större utsträckning krönikor av storleken "större än en helsida".

5.3.2.3. Analyser/kommentarer

Precis som för krönikor är storleksfördelningen på analyser/kommentarer lik den av det totala antalet artiklar. Med undantag för att män i större utsträckning skriver fler stora analyser och kommentarer än kvinnor.

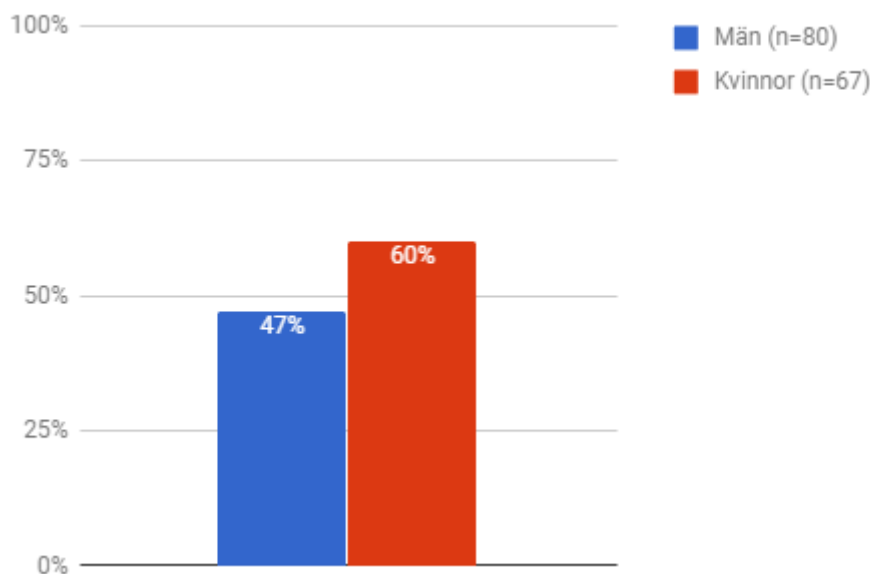
5.3.3 Bildbyline - Högst andel för kvinnor

Av samtliga analyserade artiklar har 81 procent tillhörande bildbyline av skribenten. Andelen bildbylines för kvinnliga skribenter är aningen högre än den för män; det är alltså procentuellt sett vanligare att kvinnor har bildbyline än att män har bildbyline. Totalt är det 83 procent av de kvinnliga skribenternas artiklar som har en bildbyline, jämfört med 80 procent hos de manliga skribenterna.

5.3.3.1 Bildbyline för Ledare - Högre andel kvinnor

Ledare är den artikeltyp som har lägst andel bildbylines. Av 283 ledarartiklar har endast 52 procent bildbyline.

Figur 5.3. Andelen ledare av män respektive kvinnor som hade bildbyline (procent).



Ledare har ojämnast könsfördelning av bildbylines. Kvinnor har i större utsträckning än män bildbylines tillhörande sina ledare, då 60 procent av kvinnliga ledare har bildbylines jämfört med 47 procent för manliga ledare.

5.3.3.2 Bildbyline för Krönikor - Högst andel bylines för båda könen

Andelen krönikor som har bildbylines är större än den totala andelen bildbylines för samtliga artiklar. Totalt har 93 procent av krönikor bildbylines, och könsfördelningen är jämn. 92 procent av männens krönikor har bildbylines samt 95 procent av kvinnornas.

5.3.3.3 Bildbyline för Analyser/kommentarer - Få skillnader

Andelen bildbylines för analyser/kommentarer är stort sett densamma som för krönikor, och i jämförelse med det totala antalet artiklar utmärker sig inte resultaten.

Då en tidigare uppdelning av artikeltypen analys/kommentar, där analys och kommentar undersöktes var för sig, visat på annorlunda resultat än för den ursprungliga artikelindelningen, genomfördes denna uppdelning även för att undersöka skribenternas synlighet i tidningarna. Små skillnader mellan artikeltyperna hittades men inget som skulle kunna motivera en vidare analys av materialet, då antalet artiklar som skiljer sig åt är för få.

5.3.4 Att puffa eller att inte puffa - Större utsträckning puffade kvinnor

Även när det gäller vilka opinionsartiklar som det puffas mest för ligger kvinnorna i framkant. Av det totala antalet analyserade artiklarna som är skrivna av kvinnliga skribenter puffas 32 procent, jämfört med artiklar av män som puffas 21 procent. Precis som för bildbyline puffas kvinnors artiklar i större utsträckning än mäns artiklar. Skillnaden mellan män och kvinnor är stor och intressant är att om du är kvinna och skriver en opinionsartikel har du en högre chans att bli puffad än om du är man.

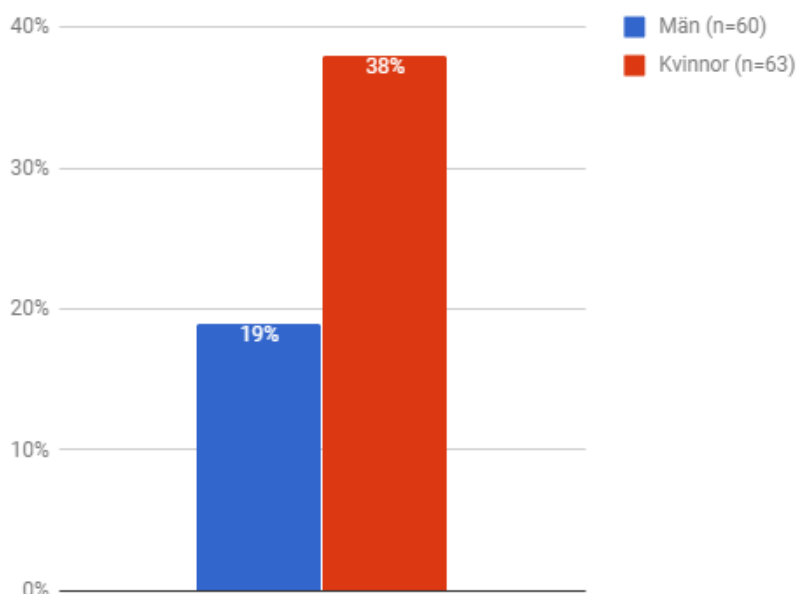
5.3.4.1 Puffade Ledare

Ledare puffas på tidningarnas förstasidor i ungefär lika stor utsträckning som det puffas för det totala antalet artiklar. Av det totala antalet ledare puffas det för 23 procent. Könsfördelningen är densamma som för samtliga artikeltyper.

5.3.4.2 Puffade Krönikor - dubbelt upp för kvinnor

Däremot är andelen puffade krönikor mer ojämnt fördelat mellan män och kvinnor jämfört med andelen för det totala antalet puffade artiklar.

Figur 5.4. Andelen krönikor av män respektive kvinnor som puffades för på någon av tidningens förstasida (procent).



Kvinnors krönikor puffas i mycket större utsträckning än mäns krönikor. Andelen puffade krönikor är dubbelt så stor som den för män.

5.3.4.3 Puffade Analyser/kommentarer

Andelen puffade analyser/kommentarer är stort sett densamma som för artikeltypen krönikor, och i jämförelse med det totala antalet artiklar utmärker sig inte resultaten.

5.3.4.4 Sammanfattning - Färre kvinnor syns oftare

För att sammanfatta synligheten av män respektive kvinnor måste vi först understryka att det är fler artiklar av män än av kvinnor i undersökningen. Samt att de flesta puffade artiklarna och artiklar som har bildbyline är skrivna av män. Av de artiklar som syntes i tidningarna är alltså den största andelen skrivna av män, och därför kan ett resonemang göras angående mäns och kvinnors synlighet som menar att män syntes mest i tidningarna. Däremot, om vi tittar på synlighet för män och kvinnor var för sig, kan vi se att det är större chans att kvinnors artiklar puffas för och att de har bildbyline. Ännu större chans till synlighet har du om du är kvinnlig krönikör eller ledarskribent, då chansen att få en bildbyline ökade för kvinnor som skriver krönikor, och chansen att puffas för ökade för kvinnor som skriver ledare. Att kvinnors artiklar i större utsträckning synliggörs trots att de är färre till antalet kan ha att göra med tidningarnas vilja att skylta med sina kvinnliga skribenter. Möjligtvis kan en tidning som

vill framstå som mer jämställda redaktionella beslut för att synliggöra sina kvinnliga skribenter. En annan anledning kan vara att de kvinnliga skribenternas artiklar helt enkelt är bättre och därför puffas mer.

5.4 Ämnen och arena

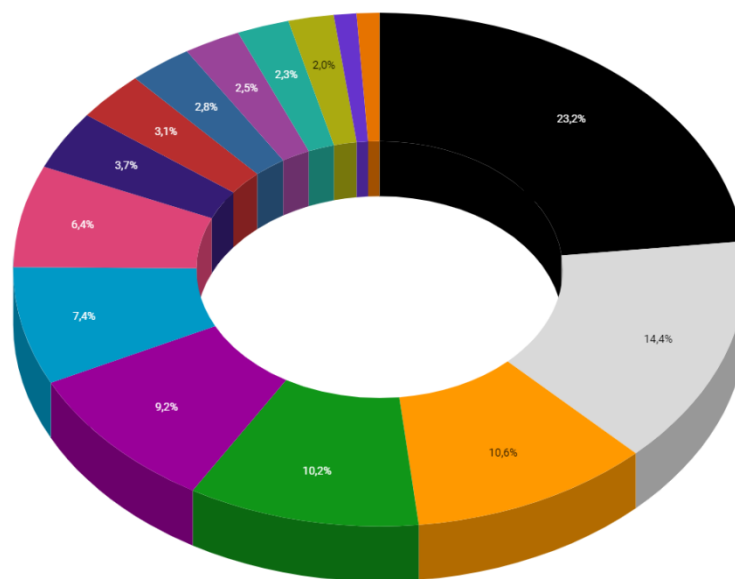
Här ska vi titta närmare på vad skribenter skriver om med hjälp av resultatet av två variabler, som alla representerar olika nyheter eller företeelser som skribenterna valde att skriva ledare, krönikor och/eller analyser/kommentarer om.

5.4.1 Ämnen - Manlig sport och kvinnliga sociala frågor

Av våra 15 ämneskategorier är politik, sociala frågor, ekonomi & arbetsmarknad, och sport de mest förekommande. Tillsammans utgör de fyra ämnena 58 procent av samtliga analyserade ämnen i vår undersökning. Politik är det mest förekommande ämnet och sociala frågor är det näst mest förekommande ämnet.

Figur 5.5. Fördelning av analyserade ämnen i opinionsartiklar (procent).

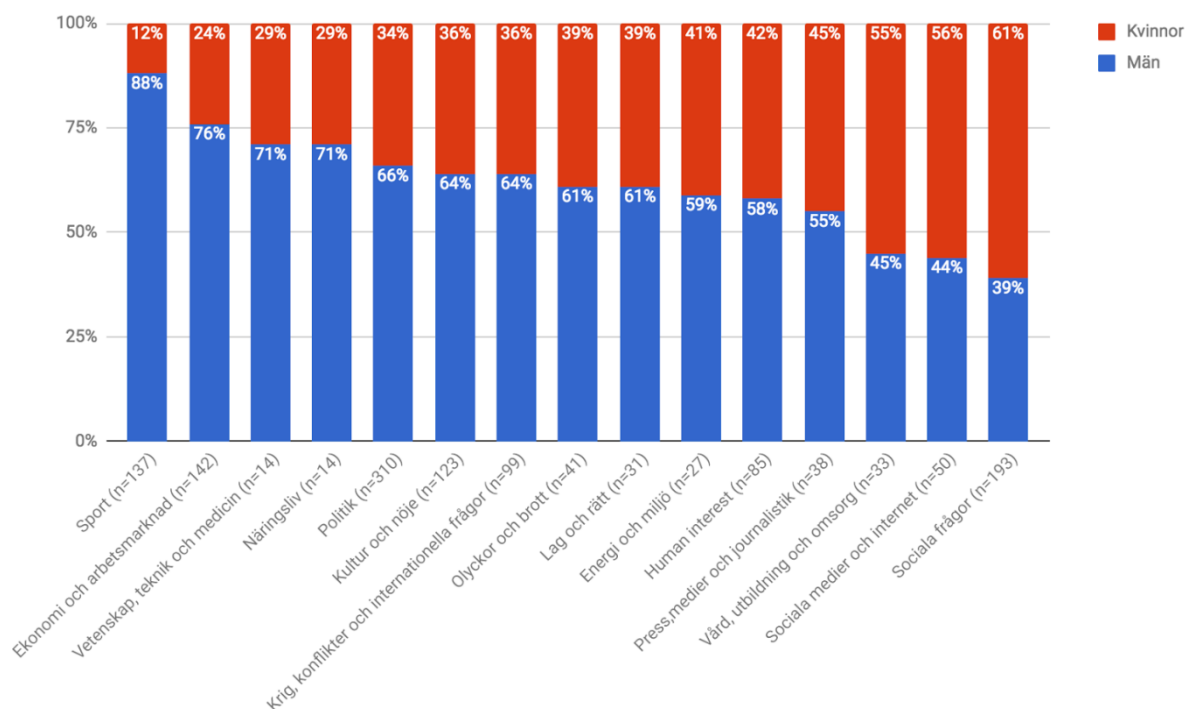
- Politik (n=310)
- Sociala frågor (n=193)
- Ekonomi och arbetsmarknad (n=142)
- Sport (n=137)
- Kultur och nöje (n=123)
- Krig, konflikter och internationella frågor (n=99)
- Human interest (n=85)
- Sociala medier och internet (n=50)
- Olyckor och brott (n=41)
- Press, medier och journalistik (n=38)
- Vård, utbildning och omsorg (n=33)
- Lag och rätt (n=31)
- Energi och miljö (n=27)
- Vetenskap, teknik och medicin (n=14)
- Näringsliv (n=14)



Kommentar: Antal ämnen var 1 337 då vissa artiklar har fler än ett ämne.

Om vi tittar närmare på könsfördelningen inom de olika ämneskategorierna ser vi att de flesta ligger på en könsfördelning runt 65/35 av manliga och kvinnliga skribenter. De största skillnaderna mellan könen ser vi i ämnena sport och ekonomi & arbetsmarknad. Sport är även det ämne som har högst andel manliga skribenter. Kvinnor skriver allra mest om sociala frågor. De tre ämnena som kvinnor skriver mer än män om är “Vård, utbildning och omsorg”, “Sociala frågor”, och “Sociala medier och internet”.

Figur 5.6. Vilka ämnen män respektive kvinnor skriver opinionsartiklar om (procent).



5.4.2 Hårda och mjuka ämnen - Hårda ämnen vanligast

Som nämnt i operationaliseringen (se kapitel 4.4) utgick vi från en indelning av hårda och mjuka ämnen tagen från Monica Löfgren Nilsson (2009, 6) för att ytterligare granska könsmärkning i materialet. Följande tabell redovisar översiktligt ämneskategoriseringen av hårda och mjuka ämnen:

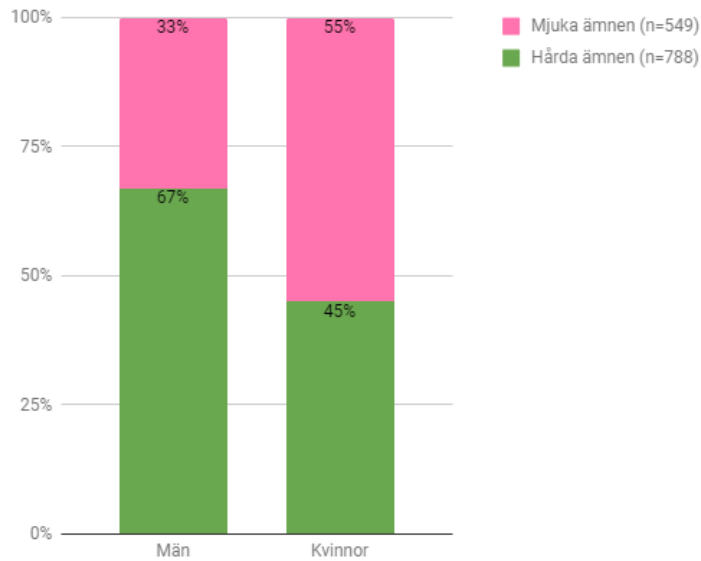
Tabell 5.2. Ämneskategorisering för hårda och mjuka ämnen

Hårda ämnen	Mjuka ämnen
Krig, konflikter, internationella frågor	Vård, utbildning och omsorg
Ekonomi och arbetsmarknad	Sociala frågor
Sport	Energi och miljö
Olyckor och brott	Kultur och nöje
Lag och rätt	Human intress
Näringsliv	Sociala medier och internet*
Sport	Press,medier och journalistik*
Vetenskap, teknik och medicin	

*Dessa ämnen har vi lagt till själva då de tillkom under kodningen.

Av de fyra mest förekommande ämnena är tre av dem hårda ämnen. Politik, ekonomi & arbetsmarknad, och sport. Det fjärde ämnet - och det näst mest förekommande - är ett mjukt ämne, nämligen sociala frågor. Tittar vi på indelningen av ämnen i kategorierna hårda och mjuka ämnen fördelat på kön ser vi att stora skillnader finns i vad manliga och kvinnliga skribenter skriver om.

Figur 5.7. Användandet av hårda och mjuka ämnen av män respektive kvinnor (procent).



Två av tre opinionsartiklar skriven av en man handlar alltså om hårda ämnen.

5.4.3 Sammanfattning - Hårda män och mjuka kvinnor

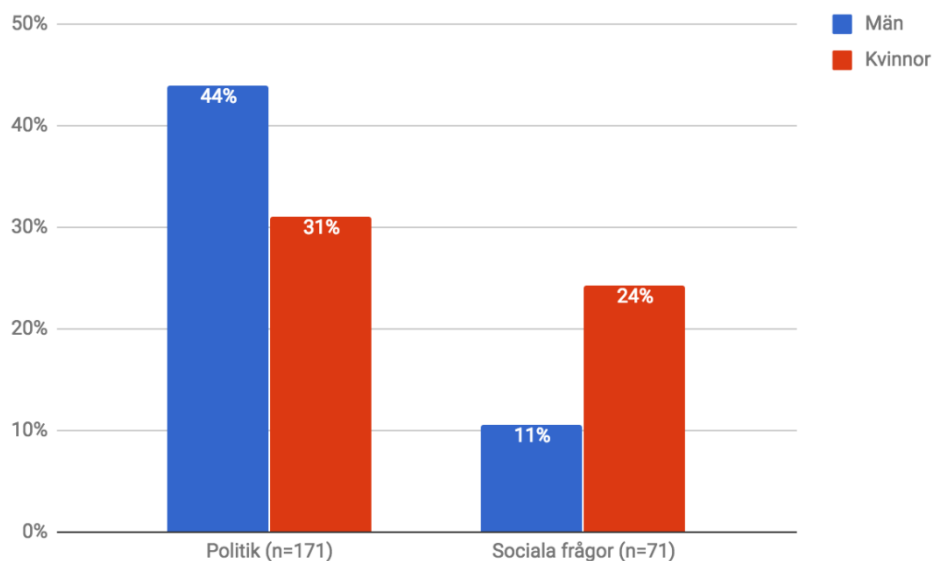
Sammanfattningsvis kan vi konstatera att män skriver mest om hårda ämnen och kvinnor mest om mjuka ämnen. Det dominerande hårda ämnet är politik och det dominerande mjuka ämnet är sociala frågor. Merparten av artiklarna handlade om just politik och andra hårda ämnen. Det finns ett tydligt samband mellan andelen manliga skribenter och att det totalt sett skrivs mest om hårda ämnen. Opinionsskribenterna är flest män som skriver mest om hårda ämnen, något som rimmar väl med både genusteori och tidigare forskning inom journalistik.

5.4.4 Ämnen inom artikeltyp

5.4.4.1 Ledare

Den vanligaste ledaren skriven av en man handlade om politik och samma är sant för den vanligaste ledaren skriven av en kvinna.

Figur 5.8. De två vanligaste ledarämnena fördelat på män och kvinnor (procent).



Bortsett från ämnena politik och sociala frågor finns bara små skillnader i vilka ämnen män respektive kvinnor skriver ledare om.

Om vi tittar på indelningen av hårda och mjuka ämnen för ledare ser vi att det finns skillnader i vilken utsträckning män och kvinnor skriver om hårda och mjuka ämnen.

Tabell 5.3 Andelen ledare fördelat på hårda & mjuka ämnen och kön.

Ämne	Män	Kvinnor	Totalt
Hårda	73%	59%	67%
Mjuka	27%	41%	33%
Totalt	100%	100%	100%
Antal	264	177	441

Den vanligaste ledaren skriven av en man handlade om hårda ämnen, och även om fördelningen av hårda och mjuka ämnen är jämnare för kvinnor handlade även den vanligaste ledaren av kvinnor om hårda ämnen.

5.4.4.2 Krönikor

Den vanligaste krönikan skriven av en man handlade om sport, och den vanligaste krönikan skriven av en kvinna handlade om sociala frågor. Jämfört med ledarna finns det en bredare ämnesspridning inom krönikorna, men precis som i ledarna skriver män och kvinnor i samma utsträckning om de flesta av ämnena. Störst skillnad i vad män och kvinnor skriver om är ämnena sport och sociala frågor. 26 procent av krönikor av män handlade om sport, jämfört med 5 procent för krönikor av kvinnor.

Tabell 5.4. Andelen krönikor fördelat på hårda & mjuka ämnen och kön.

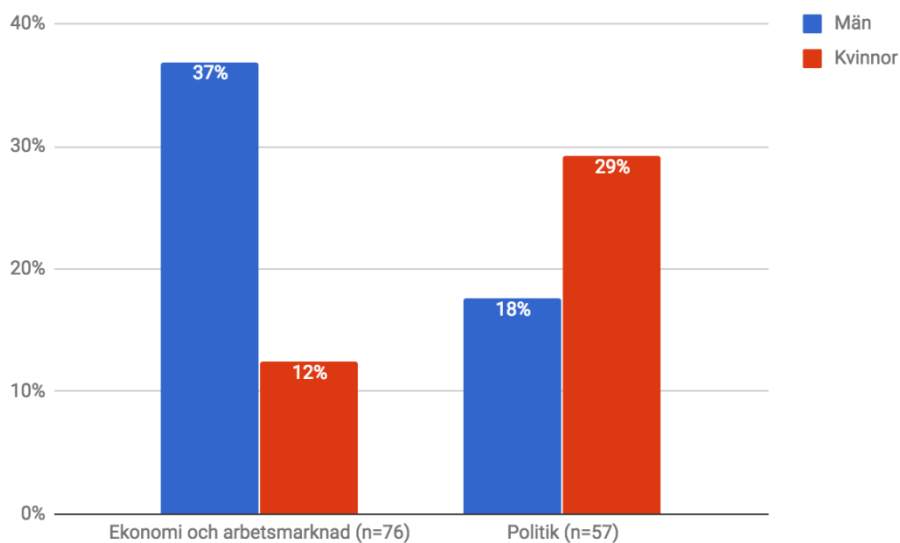
Ämne	Män	Kvinnor	Totalt
Hårda	55%	27%	45%
Mjuka	45%	73%	55%
Totalt	100%	100%	100%
Antal	397	232	629

Män skriver krönikor om hårda respektive mjuka ämnen i ungefär lika stor utsträckning. Kvinnor, däremot, skriver i större utsträckning om mjuka ämnen än om hårda ämnen. Mycket på grund av ämnet sociala frågor som utgör 29 procent av krönikor skrivna av kvinnor.

5.4.4.3 Analyser/kommentarer

Den vanligaste analysen/kommentaren skriven av en man handlade om ekonomi & arbetsmarknad, och den vanligaste analysen/kommentaren skriven av en kvinna handlade om politik.

Figur 5.9. De två vanligaste analys/kommentar-ämnena fördelat på män och kvinnor (procent).



Till antalet är ämnena ekonomi & arbetsmarknad och politik de mest förekommande ämnena, och tillsammans utgör de mer än hälften av analyser/kommentarer (29 procent för ekonomi & arbetsmarknad och 22 procent för politik). Vidare intressant är att tidningen Dagens Industri stod för 53 procent av samtliga analyser/kommentarer.

Tabell 5.5. Andelen analys/kommentar fördelat på hårda & mjuka ämnen och kön.

Ämne	Män	Kvinnor	Totalt
Hårda	85%	58%	66%
Mjuka	15%	42%	34%
Totalt	100%	100%	100%
Antal	176	91	267

Män skriver i störst utsträckning om hårda ämnen i analyser/kommentarer. Mycket på grund av att 37 procent av analyser/kommentarer skrivna av män handlade om ämnet ekonomi & arbetsmarknad.

5.4.4.3 Sammanfattning - Fler hårda kvinnor än mjuka män

De flesta artiklar i undersökningen handlade om hårda ämnen. Män skriver mest om hårda ämnen i samtliga artikeltyper, och andelen artiklar av män med mjuka ämnen steg aldrig över 45 procent för någon artikeltyp. Kvinnor skriver mest om hårda ämnen i analyser/kommentarer och ledare, men inte i krönikor där det istället är mjuka ämnen som är i majoritet. Opinionsartiklar av kvinnor handlade trots detta mest om mjuka ämnen då krönikor är flest i antal. Kvinnor skriver alltså mer jämnt fördelat om hårda och mjuka ämnen än män, och de procentuella skillnaderna är mindre polariserade ämnena emellan. Kvinnor har ett bredare spektrum gällande ämnesval, både sett till enskilda ämnen och hårda och mjuka ämnen.

Anledningen att sociala frågor blev ett så frekvent förekommande ämne, särskilt för kvinnliga skribenter, är att vår datainsamling gjordes under tiden #metoo var som störst. Den analyserades oftast med sociala frågor som första ämne.

5.4.5 Arena

För att avgöra om män eller kvinnor skriver om olika platser undersökte vi vilka arenor som förekom i de analyserade opinionsartiklarna. Vi har följande fyra arenatyper att välja på mellan under den empiriska insamlingen.

Lokalt: Opinionsartikeln berör tidningens närmsta omgivning.

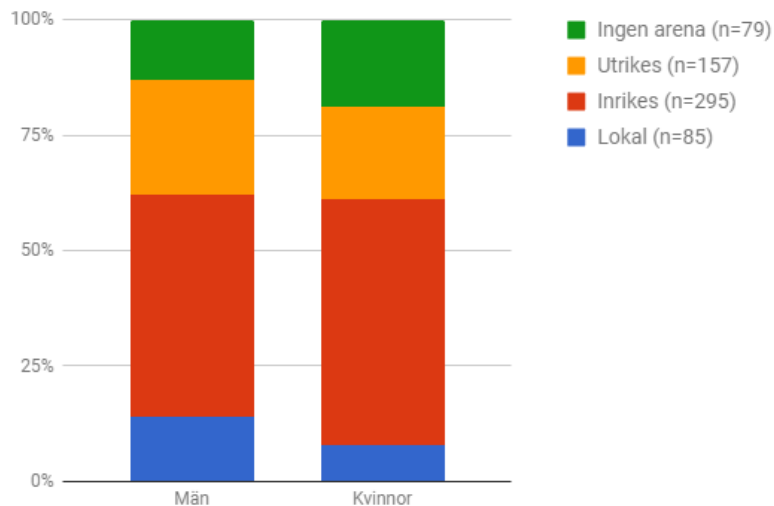
Inrikes: Opinionsartikeln berör inrikesfrågor.

Utrikes: Opinionsartikeln berör utrikesfrågor.

Arena saknas: Skribenten uppger inte någon plats där artikeln utspelar sig eller diskuterar någon fråga som är specifik för lokalt, inrikes, eller utrikes. Kunde vara skribentens egna tankar eller något som inträffade online.

De största skillnaderna mellan män och kvinnor gällande vilka platser de skriver opinionsartiklar om är att män skriver mer lokalt.

Figur 5.10. Arena för opinionsartiklar skrivna av män respektive kvinnor (procent).



Endast 8 procent artiklar skrivna av kvinnliga skribenter analyserades som “Lokal”, detta att jämföras med 14 procent av manliga skribenter.

5.4.6 Arena inom de olika artikeltyperna

Val av arena för ledare är även den liknande mellan män och kvinnor, och eftersom inga större skillnader kan ses redovisas inte ledare i ett eget avsnitt.

5.4.6.1 Krönikor

Som vi redovisade i figur 5.10 skriver kvinnor i mindre utsträckning opinionsartiklar som handlade om lokala saker. Anledningen till det resultatet är att kvinnor är underrepresenterade i lokala krönikor. Av det totala antalet krönikor skrivna av män är 20 procent lokala. Av de kvinnliga skribenternas krönikor är endast 6 procent lokala. Kvinnors krönikor hamnar däremot i högre utsträckning än mäns i kategorin “Arena saknas”.

5.4.6.2 Analyser/kommentarer

I kategorin analys/kommentar svänger resultaten från ledarna och resulterar istället i att kvinnor skriver mer utrikes och män mer inrikes. Av det totala antalet analys/kommentarartiklar skrivna av män är 58 procent inrikes och 37 procent utrikes. För kvinnorna är det istället 47 procent av artiklarna som handlade om inrikes och 41 procent som handlade om utrikes.

5.4.6.3 Sammanfattning - Ett lokalt perspektiv utan kvinnor

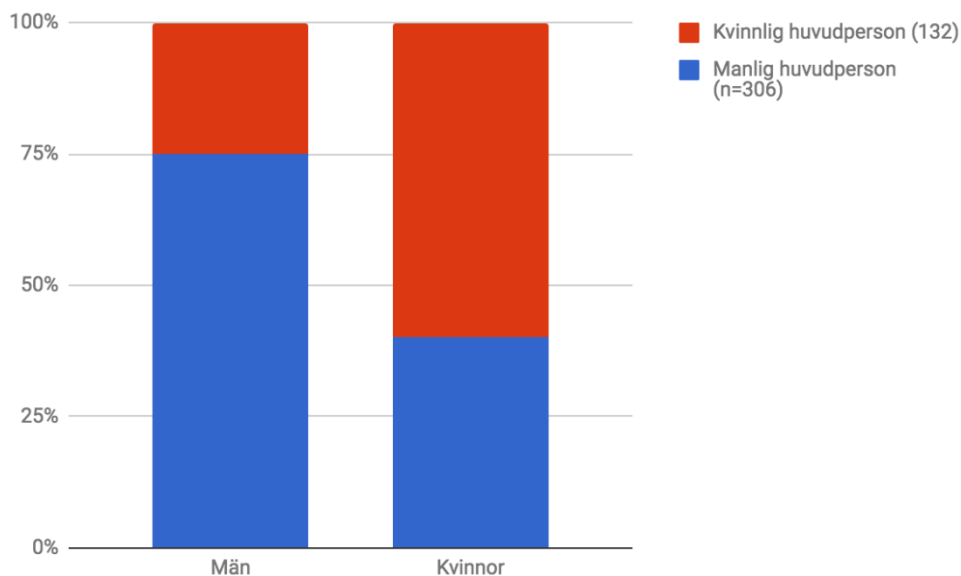
De resultat som sticker ut mest är att män skriver mer lokalt. Av de opinionsartiklar som är skrivna av en manlig skribent är 14 procent lokalt förankrade. För kvinnor är det endast 8 procent. En annan intressant siffra är att “Arena saknas” förekommer mer frekvent än vi har väntat oss på förhand. En rimlig anledning till detta kan vara att kodningen sammanföll med tiden då väldigt många opinionsartiklar handlade om #metoo. Många artiklar behandlade då skribentens tankar utan att fastställa någon plats. En del opinionsartiklar behandlade då också

internet och sociala medier, varpå ingen arenavariabel kunde användas. Vi diskuterar i operationaliseringskapitlet (4.4.) att vi borde haft med en särskild variabel för "Online".

5.6 Huvudpersoner

Män skriver mer om män, och kvinnor skriver mer om kvinnor. Det syns tydligt när vi tittar på vilka som är huvudpersoner i de analyserade opinionsartiklarna. Av artiklarna skrivna av män har 75 procent av huvudpersonerna manligt kön. När det gäller kvinnliga skribenters artiklar är 60 procent av huvudpersonerna av kvinnligt kön.

Figur 5.12. Manliga och kvinnliga huvudpersoner i opinionstexter skrivna av män respektive kvinnor (procent).



Män skriver alltså mer om män, än vad kvinnor skriver om kvinnor. I 75 procent av de analyserade artiklarna skrivna av manliga skribenter är huvudpersonen en man. Medan 60 procent av de analyserade artiklarna skrivna av kvinnliga skribenter har en kvinna som huvudperson. Män och kvinnor använder huvudperson i samma utsträckning. 46 procent av artiklarna har huvudperson, lika för båda könen.

5.6.1 Huvudpersoner inom de olika artikeltyperna

5.6.1.1 Ledare

Endast 40 procent av alla ledare har någon huvudperson, vilket är betydligt mindre än i andra artikeltyper. Som vi tidigare visat skriver män i större utsträckning om män än vad kvinnor skriver om kvinnor. I procent är fördelningen könen för sig 75 procent för män som skriver om män, och 60 procent för kvinnor som skriver om kvinnor. För ledare är fördelningen inom könen jämnare. 64 procent av männen använder manlig huvudperson, och 59 procent av kvinnorna använder kvinnlig huvudperson. Kvinnor använder alltså i större utsträckning manlig huvudperson än vad män använder kvinnlig huvudperson.

5.6.1.2 Krönikor

Krönikor har högst andel huvudpersoner med 50 procent, och män och kvinnor använder en huvudperson i samma utsträckning. Det finns dock stora skillnader i vilken utsträckning män och kvinnor använder manliga eller kvinnliga huvudpersoner. Män skriver i större utsträckning krönikor om män än om kvinnor, och kvinnor skriver i större utsträckning krönikor om kvinnor än om män. 88 procent av krönikor skrivna av män har manlig huvudperson, och 59 procent av krönikor skrivna av kvinnor har kvinnlig huvudperson. Intressant är att kvinnor använder manlig huvudperson i större utsträckning än vad män använder kvinnlig huvudperson. Förenklat: Kvinnor skriver mer om män än vad män skriver om kvinnor.

5.6.1.3 Analyser/kommentarer

För analys/kommentar är andelen huvudpersoner mitt emellan krönikor och ledare, på 45 procent av samtliga analys/kommentar-artiklar. Märkbart är att kvinnor inte skriver i större utsträckning om kvinnor. Tvärtemot de andra artikeltyperna är andelen kvinnor som använder manliga huvudpersoner 87 procent. Män använder fortfarande manliga huvudpersoner i större utsträckning än kvinnliga. 81 procent av analyser/kommentarer av män har manliga huvudpersoner.

Om vi bryter ut analys ur analys/kommentar blir andelen män som skriver om män, och kvinnor som skriver om män ännu högre. 91 procent av analyser av män, och 100 procent av analyser av kvinnor har manlig huvudperson.

5.6.1.4 Sammanfattning - Män skriver mer om män än kvinnor skriver om kvinnor

Att det är vanligast att skribenter skriver om personer med samma kön som sig själv är kanske inte så förvånande. Men att män skriver så mycket mer om sig själva än vad kvinnor gör är naturligtvis intressant. Om det finns en huvudperson i en manlig skribents opinionstext är det alltså 75 procent sannolikhet att den personen är en man. För en kvinna är det 60 procent sannolikhet att huvudpersonen är en kvinna.

Värt att notera om särskilt analys/kommentar är att många av de analyserade artiklarna berörde börsmarknaden, en bransch som till stor del består av män. De höga siffrorna där kan till viss del förklaras med att många artiklar kommenterar en ojämsställd bransch.

Däremot räknade vi inte hela idrottslag som huvudpersoner. Det är flera opinionsartiklar som handlade om manliga idrottslag som inte räknades som en huvudperson. Har vi räknat in det har andelen män som skriver om män med största sannolikhet varit ännu större, eftersom opinionsartiklar om ämnet sport är starkt mansdominerat.

6. Analys och diskussion

I följande avsnitt analyser vi våra resultat och för en diskussion kring möjliga anledningar och följder. För att underlätta både läsning och argumentation har vi återigen delat upp kapitlet i våra frågeställningar. När samtliga tre frågeställningar har diskuterats avslutar vi med en slutdiskussion där vi sammanfattar resultatet och våra diskussioner.

6.1 Könsfördelning av opinionsskribenter

Av det tidigare presenterade resultat om könsfördelning på analyserade tidningarna kan vi konstatera främst två saker: Att den svenska journalistkårens könsfördelning på 50/50 procent inte speglas i de svenska dagstidningarnas opinionsmaterial, och att en låg andel av dessa tidningar ligger innanför 60/40-modellen av jämställdhet. Självklart betyder det inte att en bransch som har lika många manliga och kvinnliga anställda har en helt jämställd inbördes struktur, och den svenska journalistkåren är bevisligen ojämnt könsfördelad vad gäller arbetsuppgifter och ansvarsområden. Vårt resultat som visar en 65/35-indelning av manliga och kvinnliga opinionsskribenter är därför långt ifrån överraskande. Att kvinnor är underrepresenterade i vårt material går i linje med tidigare forskning om både strukturella skillnader i journalistbranschen gällande olika arbetsuppgifter av män och kvinnor, men även om könsmärkning. Som redovisat i *Den svenska journalistkåren* (Edström 2012, 22-23) var kvinnor som uppgav sig ha ledare/kommentar som huvudsakligt bevakningsområde mycket färre än män, och könsfördelningen inom ledare/kommentar hade heller inte förändrats sedan 1989. Maria Edström nämner förvisso att siffrorna för bevakningsområden inte stämmer överens med vad journalister faktiskt producerar, men tillsammans med annan tidigare forskning blir kvinnors situation som journalister tydligare. Kandidatuppsatsen *Hör upp, du måste flytta på dig* - *Manspredding i svensk press* (2015) visade på liknande siffror av fördelning av män och kvinnor inom produktionen av inrikesnyheter i svensk dagspress (63/37), och om vi jämför vårt resultat med deras finner vi att det överlag verkar råda en dissonans mellan vilka som är de svenska dagstidningsjournalisterna och vad de har för arbetsuppgifter.

Så, vad beror det här på? En möjlig förklaring är att könsfördelningen inom journalistkåren relativt nyligen blivit helt jämställd till antalet, och att gamla mansnormativa strukturer än finns kvar. 1999 var andelen män och kvinnor 52 respektive 48 procent i Sveriges journalistbransch, och 2005 nådde branschen jämvikt av manliga och kvinnliga anställda journalister. Det kan mycket väl vara så att gamla uppfattningar om kvinnor och kvinnliga intressen sitter kvar som journalistiska strukturer och att detta påverkar den slutgiltiga produktionen av nyheter, såväl som av opinionsmaterial. När kvinnor tog sig in i journalistbranschen följde uppfattningar och ideal om kvinnliga intressen och ämnen med, och många kvinnor rapporterade till en början lite om mansdominerade ämnen, och mer om kvinnliga ämnen. Denna indelning av ämnen och bevakningsområden har fortsatt, om än i mindre utsträckning, och kan ha påverkat könsfördelningen av opinionstexter i svensk dagspress. Då vårt resultat visar att de flesta ämnena som förekommer i opinionstexter är manliga - eller hårda - ämnen som exempelvis politik och sport, och att mycket forskning visar att dessa ämnen fortfarande rapporteras mest av män är det inte orimligt att anta att detta påverkar opinionsjournalistikens innehåll.

En annan möjlig förklaring är att kvinnor ännu inte har nått beslutstagande positioner inom journalistbranschen, eller medier över huvud taget. Gunilla Jarlbro (2013) och Karen Ross (2010) skriver både om journalistbranschens ojämna könsfördelning och om hur innehåll kan påverkas av personer med exekutivt ansvar, exempelvis chefredaktörer, eller politiska redaktörer. Förenklat kan det handla om att män bestämmer att det ska rapporteras mest om manliga ämnen. Vi vet att många kvinnliga journalister upplever en s.k. "glastakseffekt" av att inte kunna slå sig in på högre positioner i mediebranschen, och att opinionsjournalistik domineras av manliga/hårda nyheter. Ett rimligt antagande vore då att kvinnliga nyheter blir åsidosatta på grund av redaktionella prioriteringar. Ett problem i sig, såklart, men det kan också betyda att kvinnliga journalisters ämnesval hämmas av genusstrukturer och mansnormer.

Detta kan såklart ha negativa konsekvenser för manlig och kvinnlig representation inom journalistbranschen, och i förlängning för mäns och kvinnors lika villkor på journalistiska arbetsplatser. Vidare konsekvenser kan kopplas till dagordningsteorin, även om forskare tenderar att vara oense om hur mycket medierna verkligen sätter agendan. Men de flesta forskare kring agendasättande är ändå överens om att media har möjlighet att sätta agendan kring vad som pratas om i lunchrummet och på fikarasten. Vissa forskare hävdar att det som medierna skriver om påverkar folks åsikter om vad som är viktigt (McCombs och Shaw, 1972; Asp och Bjerling, 2014; Shehata, 2015). Om så är fallet är det naturligtvis viktigt att representationen i journalistiska texter, inte minst opinionsartiklar som per definition skrivs för att påverka opinionen, är jämställd. Med tanke på att män skriver mer om män, samtidigt som att det är flest män som skriver över huvud taget, blir könsfördelningen skev. Resultatet blir precis som andra liknande undersökningar också pekar på: män syns mer, både som skribenter och som huvudpersoner. Gunilla Jarlbro (2013) menar att jämn könsrepresentationen i journalistiken är viktigt för att demokratin ska fungera: "*Är det så att en genuskategori, ett av könen, har större möjligheter att göra sina åsikter hörda i den offentliga debatten? Om så är fallet menar jag att vi har ett demokratiproblem*" (Jarlbro 2013, 20).

6.2 Synlighet för manliga och kvinnliga opinionsskribenter

När det gäller storlek på artiklar är det i kategorin "Större än en sida", det finns intressanta resultat. Där skriver kvinnor endast 23 procent av artiklarna. Ett resultat som speglade det i *Manspreading* (2015), där störst skillnad funnits i de största artiklarna. Till skillnad från *Manspreading* fick vi inte någon större skillnad mellan mjuka och hårda ämnen när det gäller de största artiklarna. Så kopplingen mellan hårda och mjuka ämnen och män och kvinnor som skriver stora artiklar kan vi inte göra utifrån vårt resultat. Därför blir resultatet mer svårförklarligt. Varför skriver män större del av de längsta artiklarna? Har det att göra med att de får förtroendet att skriva längre eller är det något som sker på eget bevåg? För att kunna analysera det på ett trovärdigt sätt tror vi att man hade behövt befinna sig på en redaktion och följa opinionsskribenter närmre.

I en undersökning gjord av Monika Djerf-Pierre frågar hon journalister hur viktigt de tycker det är att könsrepresentationen i journalistiken avspeglar befolkningens. (Djerf-Pierre, 2011). Av de 1396 tillfrågade journalisterna svarade 70 procent att det är "mycket viktigt". I våra resultat ser vi att större andel kvinnor än män får sina artiklar puffade på någon av tidningens förstasidor. 32 procent av de kvinnliga artiklarna mot 21 procent av de manliga. Samma tendens ser vi också om vi tittar på bildbyline, där 83 procent av artiklarna skrivna av en kvinna har en tillhörande bildbyline och 80 procent av artiklarna skrivna av en man. Monica

Löfgren Nilsson (2015) konstaterar i sin undersökning *Räkna med kvinnor* att kvinnor citeras mer och är med på bild mer. Det gäller då nyhetsartiklar, men vi kan dra samma slutsatser utefter vår studie. En text skriven av en kvinna har större procentuell möjlighet att puffas för på tidningens förstasidor.

Vad kan det då finnas för anledningar till det? En anledning kan vara att tidningarna har ett intresse av att skylta med sina kvinnliga skribenter. Eftersom det är så stor andel journalister som anser det vara mycket viktigt att branschen speglar befolkningen är det rimligt att anta att tidningar också vill framstå som jämställda, även om de inte är det. Det kan då vara en förklaring till kvinnors större möjligheter till puffar och bildbyline. Alltså att tidningen är självmedveten kring sin ojämställdhet men försöker sudda ut det genom att i högre utsträckning ge sina kvinnliga skribenter utrymme i samband med puffar och bildbylines.

En annan teori är att det helt enkelt är så att kvinnornas texter är bättre och att det är därför de puffas för i högre utsträckning. Rodgers och Thorson (2003, 658-675) menar att kvinnor och män skriver annorlunda på fler sätt än bara genom olika ämnesval. De menar att skillnader finns inom tonen i skrivsättet, samt att kvinnor tenderade att använda stereotyper i mindre utsträckning. Det är rimligt att anta att det kan ha en inverkan på kvaliteten på opinionsartiklar. Däremot är det svårt att förklara vårt resultat för bildbyline med den här teorin, men gällande puffar kan det finnas en koppling.

Som vi tidigare har nämnt gjordes vår datainsamling när #metoo-kampanjen var som mest aktiv. Det är därför rimligt att tänka sig att kvinnliga skribenter som skrev om kampanjen puffades i hög utsträckning. Under sista veckan i oktober hade många av tidningarna en opinionsartikel om #metoo och med tanke på vad kampanjen handlade om är det inte alls otänkbart att det var mer troligt att en kvinnlig skribent än en manlig puffades. Utöver just de regelbundna skribenterna som finns hos tidningarna är det fullt rimligt att flera gästkrönikörer har lyfts i och med #metoo.

Om vi tillåts spekulera skulle vi säga att det är en kombination av alla tre. Då skillnaden i bildbyline finns men är mindre än den för puffar skulle det kunna ha att göra med att tidningen vill lyfta fram sina kvinnliga skribenter. Gällande puffandet kanske det är samma grundskillnad, några procentenheter fler kvinnor som puffas för att tidningen vill lyfta fram kvinnor samt att de generellt skriver lite bättre. Sen ökade procentandelen ytterligare lite i och med #metoo. Men en fråga kvarstår; Om kvinnor är bättre och tidningen vet om det genom att puffa för artiklarna mer, borde det inte då också finnas fler kvinnliga opinionsskribenter?

6.3 Innehåll i texter av manliga respektive kvinnliga opinionsskribenter

Vi fann att män och kvinnor skriver om olika ämnen, och i olika stor utsträckning om de flesta av ämnen, något som tidigare forskning även visat. Skillnader i vilken utsträckning män och kvinnor skriver om hårda och mjuka nyheter är också märkbar. Vårt resultat stämmer överens med att män främst sysslar med "hard news" och kvinnor mest med "soft news" i enlighet med Monika Djerf-Pierre (2007, 81-104), men även med Monica Löfgren Nilssons undersökning av hårda och mjuka nyheter i svensk television. De senaste siffrorna från 2000-2003 visade att könsfördelningen på hårda nyheter låg på 70/30 procent, och 50/50 för mjuka nyheter (Löfgren Nilsson 2009, 11-15). Nilsson Löfgrens resultat avser förvisso nyhetsproduktion men vårt resultat stämmer ändå väl överens med dessa siffror, då vi fann att könsfördelningen på hårda nyheter är 71/29 procent, och på mjuka nyheter 50/50. Liknande

resultat finns även i *Manspreading* (2015) där andelen män och kvinnor på hårda nyheter är 68/32 procent och på mjuka nyheter 51/49 procent. Återigen handlade dessa två tidigare forskningar om just nyheter och inte opinionstexter, men relationen mellan hårda och mjuka nyheter och män och kvinnor observerades likväl, och vårt resultat och deras är väl överensstämmande med varandra. Det verkar alltså finnas en överförbarhet mellan könsfördelning av producerade nyheter och opinionstexter, då tidigare forskning visar på samma resultat som dem presenterade i denna undersökning.

Vårt resultat visar att män skriver mest om män, och att kvinnor skriver mest om kvinnor. Kvinnor skriver dock mer om män än vad män skriver om kvinnor, och innan vi närmar oss en analys av tidigare forskning ska vi problematisera vårt eget resultat. Ett möjligt problem är att vi kodade artiklar där skribenterna skriver om sig själva som att de hade en huvudperson. Exempelvis om en man skrev om sig själv fick den artikeln kodningen manlig huvudperson, och vice versa för om det hade varit en kvinnlig skribent. Vi nämner detta här då det är viktigt att ha det i åtanke vid jämförelser med annat resultat, där huvudpersoner alltid behandlats som "andra aktörer" i artiklar, snarare än att de stundtals behandlats som skribenterna själva.

Med det sagt kan vi jämföra vårt resultat med resultatet för huvudpersoner i *Manspreading*. Nilsson, Råhlen & och Rosteds (2015) undersökning visar att manliga skribenter skriver om män till 65 procent och kvinnliga skribenter skriver om kvinnor till 40 procent. Kvinnor skriver alltså mer om män i deras undersökning. Även i *Räkna med kvinnor* menar Maria Edström och Josefine Jacobsson (2015, 7) att även om journalistbranschen är kvantitativt jämställd figurerar kvinnor bara i en fjärdedel av nyhetsflödet. Vårt resultat för män som skriver om män är likt deras med 75 procent, men vad gäller kvinnor som skriver om kvinnor skiljer det sig mer. Vårt resultat visar att kvinnor skriver om kvinnor till 60 procent, vilket kan förklaras av flera olika saker. En möjlig orsak är att de ämnen kvinnor skriver mest om är mjuka ämnen som exempelvis human interest, sociala frågor, och sociala medier & internet, och att dessa ämnen möjligen är benägna att vara mer självrelaterande än hårda ämnen som män skriver mest om. Kvinnor kan alltså ha använt sig själva som huvudperson i större utsträckning än män då de skriver om ämnen där jaget som huvudperson passar bättre. Vidare kan en koppling göras till att artikeltypen krönika både är den mest förekommande och den artikeltyp med bredast spridning av olika ämnen. Något som kan ha bidragit till att kvinnor skriver mer om kvinnor än om män.

Som vi tidigare nämnt kan en förklaring till varför män skriver om hårda nyheter och kvinnor om mjuka vara att det finns könsmärkta ämnen, och att det beror på en bakomliggande genuslogik. Monika Djerf-Pierre skriver om genuslogik som en sorts tankelogik som skapar föreställningar om vad män och kvinnor bör vara intresserade av (Djerf-Pierre 2003, 45). Mjuka ämnen som stereotyp attribueras kvinnor kan förväntas att skrivas av kvinnor, och samma fenomen kan existera för hårda nyheter och män. Tidigare forskning och teori visar tydligt att det finns könsmärkning i både nyhetsproduktion och nyhetsläsning och vår undersökning stämmer överens med vilka ämnen som hör till män och vilka som hör till kvinnor. Vårt resultat kan därför förklaras utifrån teorier om grundläggande genusstrukturer och om könsmärkning. Att manliga journalister är överrepresenterade och att det skrivs mest om hårda nyheter i den opinionsjournalistik vi har analyserat, går hand i hand med varandra. Manlig överrepresentation kan enklast förklaras genom traditionella genusstrukturer, såsom genuslogik och att det råder en mansnorm inom journalistiken. Att hårda nyheter fortfarande dominerar, både i nyhetsflödet och i opinionsjournalistiken, kan förklaras av samma teorier. Om vi antar att kvinnor kan anta maskulina roller i olika medier (Ross 2010, 112-115), och att dessa roller innehar värderingar om manliga nyheter, kan vi förklara varför kvinnor skriver

mer om hårda nyheter än vad män skriver om mjuka nyheter. Män behöver alltså inte anpassa sig till det redan existerande mansnormen, såsom kvinnor behöver.

6.4 Slutdiskussion

Av de som skriver opinionsartiklar i svensk dagspress är 65 procent män och 35 procent kvinnor. Det är det enkla och konkreta svaret på vår huvudfrågeställning. Är vi då förvånade över resultatet? Nej, inte alls. Med tanke på att det i tidigare forskning från 2005 (Löfgren Nilsson 2007, 46-49) låg på endast 22 procent kvinnor kände vi oss tämligen säkra på att det måste ha blivit mer jämställt. Särskilt när genusfrågor blivit allt mer omdebatterade och diskuterade. Men vi var samtidigt ganska övertygande om att det inte var helt jämställt.

Att resultatet kändes väntat är något som gör att reliabiliteten känns hög, däremot finns det en utomstående faktor som kan ha påverkat resultatet åt ett mer jämställt håll. Nämligen #metoo-kampanjen. Att vår undersökning inleddes och pågick under #metoo-kampanjens uppgång har naturligtvis påverkat vårt resultat. Frågan är bara hur mycket. När det gäller ämnet "Sociala frågor", som de flesta #metoo-artiklar hamnade under, har det naturligtvis påverkat mycket. Ämnet kanske inte hade fått lika många träffar om vi undersökt två veckor från en annan period, vilket kan förklara skillnader i vårt och andra undersökningars resultat.

#Metoo var alltså kampanjen där kvinnor en gång för alla fick nog av sexuella trakasserier och övergrepp. Att kampanjen resulterade i att kvinnor med omedelbar verkan fick ta mer plats och ansvar i opinionsjournalistiken är lätt att argumentera för. Åtminstone att det gällde under tiden kampanjen var som mest aktiv. Vi kan nog med ganska stor säkerhet slå fast att andelen artiklar av kvinnliga opinionskribenter under de två veckorna vi analyserade var fler än vad det var två veckor tidigare. Den mer intressanta frågeställningen är snarare följande: Analyserade vi två veckor som avvek från normen, eller analyserade vi de två veckor då normen förändrades?

Om det nu är så att männen en gång för alla har fått ställa sig åt sidan och på riktigt släppa fram "det andra könet" i journalistiken kan de här två veckorna ses som katalysatorn. Så kanske är det inte en svaghet i vår undersökning utan istället en styrka. Om medielandskapet verkligen har förändrats hamnade undersökningen snarare i helt rätt läge, där man istället hade kunnat argumentera för att den var utdaterad om den istället behandlat två veckor i slutet på oktober. Men det får tiden helt enkelt utvisa.

Sammanfattningsvis kan vi konkludera att våra resultat överensstämde med både tidigare forskning och vårt teoretiska ramverk. Vi har fört diskussioner om hur vårt resultat kan kopplas till våra två teorier, där vi har behandlat genusteori som möjliga *orsaker* och medier- och demokratiteori som möjliga *effekter*. Vi anser att det finns ett starkt samband mellan genusteori och vårt resultat, och att vårt resultat orsakas av könsmärkning, mansnormer och genuslogik. Genusteorin fungerar alltså som förklaringar till den ojämna könsfördelning vi har undersökt. Med medie- och demokratiteori har vi diskuterat möjliga effekter av vårt resultat, och särskilt med hjälp av dagordningsteorin. Här anser vi att det kan finnas ett samband mellan en ojämn könsfördelning inom svensk opinionsjournalistik och samhällsdebatten. Vårt att nämna är att dagordningsteorin är mer omdiskuterad än de genusteorier vi presenterat, och är därför svårare att applicera som tydlig effekt av vårt resultat. Men det är trots detta värt att diskutera kring rimliga slutsatser av hur vårt resultat kan påverka vad ett samhälle pratar om. Vad kan vårt resultat få för konsekvenser för samhället? Ett möjligt svar är att eftersom genusteorier som mansnormer, genuslogik och

könsmärkning bevisligen kan påverka medierna, är det rimligt att anta att medierna kan påverka samhället. Om manliga/hårda nyheter får mest utrymme i opinionsjournalistiken inom svensk dagspress, kan det möjligen få ett samhälle att prata mer om just manliga/hårda nyheter än om kvinnliga/mjuka. Något som kan leda till att vissa nyheter och ämnen kan anses vara viktigare för ett samhälle, enbart på grund av att de tillhör den "manliga sfären". Kvinnliga nyheter kan som resultat bli åsidosatta och följaktligen även kvinnliga läsare. Svensk dagspress är ett medium som anställer hälften av Sveriges journalister och som många läsare tar del av, och därför finns det stora möjligheter att vårt resultat i viss mån kan generaliseras att gälla för hur svenska medier kan påverka samhället gällande opinionsjournalistik. Om hårda nyheter sedan blir normen och journalistiken har ett intresse av att skriva om och för samhället, kan manliga nyheter gagnas och kvinnliga nyheter skadas, vilket är ett problem för demokratin.

6.5 Förslag till framtida forskning

Då vår undersökning kategoriskt inte undersökte debattartiklar eller insändare hade det varit intressant att se hur könsfördelningen ser ut av dessa texter. Besluten av vilka texter som publiceras på en tidnings debatt- och insändarsidor kan rimligtvis härledas till de teorier och forskning som vi tagit upp i vår uppsats. Därför hade en sådan undersökning varit kompletterande, och breddande, av vår undersöknings syfte. Det hade även varit intressant att med en liknande kvantitativ undersökning undersöka etnisk mångfald inom opinionsjournalistiken såväl som i nyhetsjournalistik.

Källor

- Statistiska Centralbyrån (2015)
http://www.scb.se/contentassets/982742930b774ff49ba5a7056d069992/am0208_2015a01_sm_am33sm1701.pdf (hämtad 11/12-2017) 19.
- TS Mediefakta (2017)
<https://ts.se/mediefakta-upplagor/dagspress/> (hämtad 14/12-2017)

Referenser

- Andersson, Ulrika (2004). *2003 års Publicistiska bokslut, del 2. Sportens olika sidor: männens och de manliga sporternas revir [Elektronisk resurs]*. Tillgänglig på Internet: <http://hdl.handle.net/2077/39703>
- Andersson Odén, Tomas & Asp, Kent (2007). *Den svenska journalistkåren*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet. E-bok.
- Asp, Kent (1986). *Mäktiga massmedier: studier i politisk opinionsbildning*. Diss. Göteborg: Univ.
- Asp, Kent (red.) (2012). *Svenska journalister: 1989-2011*. Göteborg: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMG), Göteborgs universitet. E-bok.
- Asp, Kent & Bjerling, Johannes (2014). *Mediekratin: mediernas makt i svenska val*. Stockholm.
- Connell, Raewyn & Pearse, Rebecca (2015). *Om genus*. 3., [omarb. och uppdaterade] uppl. Göteborg: Daidalos
- Djerf Pierre, Monika (2003). Journalistikens kön: fältets struktur och logik under 1900-talet. *Kvinnovetenskaplig tidskrift*. 2003(24):2, s. [29]-52. E-bok.
- Djerf Pierre, Monika (2007). The gender of journalism: the structure and logic of the field in the twentieth century. *NORDICOM-information*. 2007(29):2, s. 81-104 E-bok.
- Djerf Pierre, Monika & Löfgren Nilsson, Monica (2004). Gender-typing in the newsroom: the feminization of Swedish television news production, 1958-2000. *Gender and newsroom cultures: identities at work*. S. 79-104. E-bok.
- Edström, Maria & Jacobsson, Josefine (2015). *Räkna med kvinnor: Global Media Monitoring Project 2015. Nationell rapport Sverige*. [Allt är möjligt]
- Esaïasson, Peter, Gilljam, Mikael, Oscarsson, Henrik & Wängnerud, Lena (red.) (2012). *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad*. 4., [rev.] uppl. Stockholm: Norstedts juridik
- Gill, Rosalind (2007). *Gender and the media*. Cambridge: Polity
- Hadenius, Stig (red.) (1990). *Journalistik och politik: en bok från JMK*. Stockholm: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Univ.
- Inglehart, Roland & Norris, Pippa (2000) The Developmental Theory of the Gender Gap: Women's and Men's Voting Behavior in Global Perspective. *International Political Science Review*. S. 441-463. E-bok.
- Jarlbro, Gunilla (2013). *Genusmedveten journalistik*. 1. uppl. Lund: Studentlitteratur
- Karlsson, Michael & Strömbäck, Jesper (red.) (2015). *Handbok i journalistikforskning*. 1. uppl. Lund: Studentlitteratur
- Löfgren Nilsson, Monica (2009). *Kvinnor, män och nyheter i televisionen. En innehållsstudie av ämnen och källor under 45 år [Elektronisk resurs]*. Tillgänglig på Internet: <http://hdl.handle.net/2077/40127>
- McCombs, Maxwell & Shaw, Donald (1972) The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, Vol 36, No. 2 1972. 176-187.
- Neuman, Russell., Guggenheim, Lauren., Jang, Mo., Bae, Soo Young. The Dynamics of Public Setting: Agenda-Setting Theory Meets Big Data. *Journal of Communication*. Vol 64. No. 2 2014. 193-214. DOI: 10.1111/jcom.12088

- Nilsson, Ellen., Rahlén, Hanna & Rostedt, Ellinor (2015). *Hör upp, du måste flytta på dig! - Manspreddning i svensk press*. Kandidatuppsats, Institutionen för journalistik, medier & kommunikation (JMG), Göteborg: Göteborgs Universitet.
- Nord, Lars & Strömbäck, Jesper (red.) (2012). *Medierna och demokratin*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur.
- Rodgers, Shelley & Thorson, Esther (2003). *A Socialization Perspective on Male and Female Reporting*. *Journal of communication*. Volume 53, No. 4 2003. 658-675.
- Ross, Karen (2010). *Gendered media: women, men, and identity politics*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers
- Strömbom, Hanna (2017) Därför behöver Göteborg en feministisk dagstidning. *Dagens ETC*. 8 mars. <https://www.etc.se/inrikes/darfor-behoover-goteborg-en-feministisk-dagstidning-0> (hämtad 2017-12-14)
- Strömbäck, Jesper (2008) Medialisering och makt: En analys av mediernas politiska påverkan. *Statsvetenskaplig tidskrift* Vol 110, No. 4 2008. 385-405.

Bilaga 1: Kodschema

V1 - Tidning

- 1 Aftonbladet: Socialdemokratisk
- 2 Expressen: Liberal
- 3 Dagens Nyheter: Oberoende Liberal
- 4 Göteborgsposten: Liberal
- 5 Svenska Dagbladet: - Moderat
- 6 Sydsvenskan: - Oberoende liberal
- 7 Dagens Industri: Obunden eller obunden borgerlig
- 8 Nya Wermlands-Tidningen: Konservativ
- 9 Borås Tidning: Moderat
- 10 Hallands Nyheter: Centerpartistisk
- 11 Dalademokraten: Socialdemokratisk
- 12 Gotlands Tidningar: Socialdemokratisk
- 13 Tidningen Ångermanland: Socialdemokratisk
- 14 Dagens etc: Feministisk
- 15 Metro: Obunden

V2 - Politisk tendens

- 1 Socialdemokratisk
- 2 Moderat
- 3 Centerpartistisk
- 4 Vänster
- 5 Liberal
- 6 Konservativ
- 7 Obunden
- 8 Obunden borgerlig

V3 - Datum

V4 - Typ av artikel

- 1 Ledare
- 2 Krönika
- 3 Debatt
- 4 Kåseri
- 5 Kolumn
- 6 Aktuella frågor
- 7 Analys
- 8 Opinion
- 9 Kommentar
- 10 Replik
- 11 Reflektion

V5 - Skribentens kön

- 1 Man
- 2 Kvinna
- 3 Icke-binär
- 4 Flera personer, flest män
- 5 Flera personer, flest kvinnor
- 6 Flera personer, jämnt fördelat
- 7 Okodbart

V6 - Storlek

- 1= Liten (större än 1/8, upp till 1/4 sida)
- 2= Mellanstor (större än 1/4 , upp till 1/2 sida)
- 3= Stor (mellan 1/2 och 1/1 sida)
- 4= Mer än en hel sida

V7 - Ämne 1

- 1 Krig, konflikter och internationella frågor
- 2 Ekonomi och arbetsmarknad
- 3 Politik
- 4 Olyckor och brott
- 5 Lag och rätt
- 6 Näringsliv
- 7 Sport
- 8 Vetenskap, teknik och medicin
- 9 Vård, utbildning och omsorg
- 10 Sociala frågor
- 11 Energi och miljö
- 12 Kultur och nöje
- 13 Human interest
- 14 Sociala medier och internet
- 15 Press,medier och journalistik

V8 - Ämne 2

- 1 Krig, konflikter och internationella frågor
- 2 Ekonomi och arbetsmarknad
- 3 Politik
- 4 Olyckor och brott
- 5 Lag och rätt
- 6 Näringsliv
- 7 Sport
- 8 Vetenskap, teknik och medicin
- 9 Vård, utbildning och omsorg
- 10 Sociala frågor
- 11 Energi och miljö
- 12 Kultur och nöje
- 13 Human interest
- 14 Sociala medier och internet
- 15 Press, medier och journalistik
- 16 Inget andra ämne

V9 - Huvudpersons kön

- 1 Man
- 2 Kvinna
- 3 Icke-binär
- 4 Ingen huvudperson

V10 Bildbyline

- 1 Bild finns
- 2 Bild finns ej

V11 - Arena

- 1 Lokal
- 2 Inrikes
- 3 Utrikes

4 Arena saknas

V12 - Aktualitet

- 1 Dagsaktuell
- 2 Tidsaktuell
- 3 Tidlös

V13 - Puffas för

- 1 Puffas för
- 2 Puffas inte för

Bilaga 2: Definitioner av ämnesområden

Hårda ämnen

Krig, konflikter, internationella frågor

- Stadsbesök, diplomati
- Försvarsfrågor
- Mellanstatligt krig
- Terrorism
- Inbördeskrig, revolution, statskupp

Ekonomi, arbetsmarknad

- Sysselsättning, arbetslöshet
- Samhällsekonomi
- Skattefrågor
- Hushållsekonomi
- Kommunal ekonomi

Politik

- Valrörelser, kampanjer
- Demokratifrågor.
- Fri - och rättigheter
- EU -politik
- Arbetsmarknadspolitik
- Samhällsekonomisk politik
- Invandring, flyktingpolitik
- Sjukvårdspolitik
- Miljöpolitik
- Skol - och utbildningspolitik
- Kulturpolitik
- Rättspolitik, rättsväsendet

Olyckor, brott Brott

- Olyckor, katastrofer
- Naturkatastrofer
- Näringsliv
- Aktiemarknad, börsen
- Enskilda företag
- Företagskriser
- Invigningar
- Nyetableteringar, expansion
- Jordbruk, skogsbruk, fiske

Sport
Sport

Vetenskap, teknik, medicin

Innovation
Ny medicin (ej epidemier och dylikt)
Astronomi/rymdteknik

Mjuka ämnen

Vård och omsorg

Sjukvården, äldreomsorg
Barnomsorg
Kriminalvård
Skola, utbildning

Sociala frågor

Invandring, flyktingfrågor
Bostadsfrågor
Fritidsverksamhet, ungdomsfrågor
Religion, kyrka

Energi, miljö

Naturskydd
Miljöfrågor
Energi - och kärnkraft

Kultur, nöje

Finkultur (teater, opera ect)
Populärkultur, nöje (film, pop)
Utställningar

Human interest

Kuriosa ”Feel good

Sociala medier och internet

Press,medier och journalistik

Bilaga 3: Aktualitet

För att kunna avgöra om män eller kvinnor skriver mer eller mindre om dagsfärska nyheter samlade vi in information om aktualitet. Vi identifierade tre olika sorters aktualitet under vår datainsamling. Då resultatet inte var aktuellt att vidare analysera för vår undersökning förpassades det till en bilaga.

Figur 5.11. Aktualitet för opinionsartiklar skrivna av män respektive kvinnor (procent).

