

# JMG

Kandidatuppsats i journalistik

2018-05-23

Institutionen för journalistik,  
medier och kommunikation

[www.jmg.gu.se](http://www.jmg.gu.se)

# En studie som skiljer sig

En kvantitativ innehållsanalys av kvällspressens  
gestaltning av offentliga kvinnor och män i skilsmässa.

Författare: Amanda Samuelsson och Lovisa Meijer

Handledare: Monica Löfgren Nilsson

Kursansvarig: Marina Ghersetti



GÖTEBORGS UNIVERSITET  
JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

# Abstract

---

**Authors:** Amanda Samuelsson and Lovisa Meijer

**Title:** A divorce

**Level:** Bachelor of Journalism

**Location:** University of Gothenburg

**Language:** Swedish

**Number of pages:** 43

The purpose of this study is to examine the media portrayal of public couples going through a divorce. The examined newspapers are the Swedish tabloids Aftonbladet and Expressen. The used method is a quantitative content analysis, in which we have analyzed 221 articles, all regarding a public couples divorce. All of the selected six couples are heterosexual, since our study is based on the heterosexual norm.

We have examined how much space the woman and the man receive, who gets the most quotes and whether the man or woman is mentioned the most times. We have also examined the gender of the journalist, to see if that makes any difference in the portrayal according to the different genders. These aspects of our study are connected to the theory of framing.

We have also examined who talks the most about their children, who gets mentioned connected to their work and who talks about appearance. Also who is portrayed as emotionally weak, strong and neutral. These aspects of our study is connected to Yvonne Hirdman's theory about the gender contract.

Our results has shown that the woman gets more space in the articles. It is also clear that the man does not get that much space we thought he would, according to theory. The man is more often neutral, meaning that he does not show as much emotion as the woman. It is more common that the women talks about children. We also noticed that the journalists gender has no impact on the portrayal of the different genders.

In conclusion we mean that our study both confirm and contradict the stereotypes we wanted to investigate. Some, as the one with the women being the one who talks the most about children, is strengthened by theory. Some, as the man being the strong one, is not.

**Keywords:** divorce, gender stereotypes, Swedish tabloids, media portrayal, framing, gender.

**Nyckelord:** skilsmässa, könsstereotyper, svensk kvällspress, medieframställning, gestaltning, genus.

# Innehållsförteckning

---

<b>1. Inledning</b>	<b>4</b>
<b>2. Teori och tidigare forskning</b>	<b>5</b>
2.1 Teoretisk ram	5
2.1.1 Gestaltning	5
2.1.2 Genus	6
2.1.3 Heteronormativitet	8
2.2 Utomvetenskaplig relevans	8
2.3 Inomvetenskaplig relevans	10
<b>3. Syfte och frågeställningar</b>	<b>15</b>
3.1 Män och kvinnor i skilsmässa	15
3.2 Hur gestaltas de?	15
<b>4. Metod och material</b>	<b>16</b>
4.1 Kvantitativ innehållsanalys	16
4.2 Material	16
4.2.1 Paren - strategiskt urval	17
4.2.2 Tidningar - strategiskt urval	18
4.2.3 Tidsperiod - strategiskt urval	18
4.2.4 Artiklar - totalurval	19
4.3 Avgränsningar och bortfall	19
4.4 Reliabilitet och validitet	19
4.4.1 Reliabilitet	19
4.4.2 Validitet	20
4.4.3 Begreppsvaliditet	20
4.4.4 Extern validitet	20
4.4.5 Operationalisering	21
<b>5. Resultatredovisning och analys</b>	<b>23</b>
5.1 Vem får mest utrymme?	24
5.1.1 Kvinnan i huvudrollen	24
5.1.2 Kvinnan får prata känslor	25
5.1.3 Kvinnans namn i topp	25
5.2 Vem gestaltas som vad?	26
5.2.1 Den neutrale mannen	26
5.3 Vad står i fokus hos de olika könen?	29
5.3.1 Kvinnan och barnet	29
5.3.2 Kvinnans yrke är viktigt	31

5.3.3 Utseende har ingen betydelse	32
5.4 Vem talar om vem?	33
5.4.1 Kvinnor talar om män, män talar om kvinnor	33
5.5 Kvinnlig eller manlig journalist?	34
5.5.1 Jämmt fördelat bland journalisterna	35
<b>6. Slutsatser och sammanfattning</b>	<b>36</b>
6.1 Slutsatser och slutdiskussion	36
6.2 Detta fick inte empiriskt stöd	36
6.3 Detta fick empiriskt stöd	39
6.4 Resultatvaliditet	40
<b>7. Slutdiskussion</b>	<b>41</b>
7.1 Bilden av kvinnan	41
7.2 Bilden av mannen	41
7.3 Övriga reflektioner	41
7.4 Framtida forskning	42
<b>8. Referenslista</b>	<b>43</b>

# 1. Inledning

---

När Laila Bagge och Niclas Wahlgren skilde sig skrevs 105 artiklar av Aftonbladet och Expressen webb. Samtliga artiklar rapporterar till första anblick om just det - skilsmässan, och besvarar de regelrätta frågorna; *var, när, vad, vem, varför?* När du läser den här uppsatsen kommer du däremot få ta del av vad som går att utläsa av artiklarna när man tar på sig de så kallade "genusglasögonen".

Vi har undersökt samtliga artiklar skrivna av tidigare nämnd kvällspress, som rör sex strategiskt utvalda offentliga pars skilsmässor som genomgicks under 2010-talet. Vi har bland annat undersökt hur kvinnan respektive mannen i paret gestaltas i dessa artiklar, vad de får prata om och hur mycket utrymme de får.

Det är relevant, inte minst ur ett jämställdhetsperspektiv, att undersöka detta. Även om stereotyper i media inte anges förbjudet i lag, poängterar genusforskarna Jacobson, Broman Norrby och Edström (2004) att det är en diskriminerande faktor i ett mediasamhälle. Sverige har även Diskrimineringslagen (SFS 2008:567) som förbjuder diskriminering på grund av kön, därför bör sådan rapportering inte förekomma. Kvinnor och män bör ges likvärdiga förutsättningar i rapportering som rör samma sak. Rapporteringen borde vidare inte upprätthålla förlegade stereotyper av kvinnor och män.

Utifrån ett genusteoretiskt perspektiv har vi kartlagt de rådande stereotyperna. Med hjälp av genusteori vill vi synliggöra eventuella stereotyper i rapporteringen. Vi tillämpar denna teori från ett heteronormativt perspektiv. Vi kommer med det sagt enbart undersöka artiklar som behandlar heterosexuella pars skilsmässor. Detta för att det är då vi menar att de invanda rollerna samt de kvinnliga och manliga stereotyperna ställs på sin spets.

Vi utgår från att både journalisterna till artiklarna såväl som intervjuobjekten är med och skapar den diskurs de befinner sig i. Vi anser dock att de besitter olika stor makt när det kommer till att påverka den. Vi lägger därför vikt vid journalistens egna val när det kommer till gestaltningen av de olika könen, kopplat till gestaltningsteorin.

Vår utgångspunkt har vi haft i att besvara vårt allomfattande syfte: *Hur gestaltas kvinnor och män i skilsmässa?* Våra resultat både dementerar och befäster de förväntningar vi hade. Det visar sig, inte allt för oväntat, att vissa stereotyper står starka medan andra betydligt svagare.

## 2. Teori och tidigare forskning

---

*I detta kapitel kommer vi knyta an till tidigare forskning på området och ge en tydligare bild av vilket forskningsfält vi rör oss inom. Vi kommer även att redogöra för de vetenskapliga teorier som vi baserar vår undersökning på.*

### 2.1 Teoretisk ram

För att studera hur offentliga män och kvinnor framställs i skilsmässa har vi använt oss gestaltningsteorin, teorin om genuskontraktet och genusordningen. Vår undersökning har en heteronormativ utgångspunkt.

#### 2.1.1 Gestaltning

Jesper Strömbäck (2014) är professor i journalistik och har forskat om gestaltningsteorin. Han menar att den handlar om journalistikens och kommunikationens roll gällande hur människor uppfattar och förstår sin omvärld. Teorin menar att journalistiken kan påverka hur en sak/person/situation framställs och uppfattas av den som tar del av medier. Bland annat är gestaltningsteorin en av de ledande teorierna när man undersöker den journalistiska bevakningen av politik.

Gestaltningsteorin kallas också för framing. Framing, eller “to frame”, handlar om att utforma eller gestalta någonting på ett speciellt sätt. Själva gestaltningsprocessen är ofrånkomlig för en journalist, eftersom varje gång man kommunicerar något så gestaltar man verkligheten. Gestaltningsteorin handlar också om de journalistiska valen, som man menar är oundvikliga. Man menar också att gestaltningar som sker under den journalistiska processen kan vara både medvetna och omedvetna.

Val journalisten gör inkluderar vilken infallsvinkel man valt, vilket ämne man valt, vem som får uttala sig, vilken fakta som presenteras och vilka “värdeladdade” ord som används (Shehata, 2015). Gestaltningar skapas också av ordval, fakta, attribut, perspektiv, källor och betoningar. Eftersom journalister väljer vissa aspekter men inte andra när man utformar artiklar och inslag gestaltas verkligheten utifrån deras val. De journalistiska valen handlar alltså om mer än vilka argument som lyfts fram i till exempel artiklar.

Gestaltningar kan också vara ett undermedvetet uttryck för kulturella värderingar, normer och myter. Eftersom gestaltningar är ofrånkomliga uppfattas många val inte som val utan som självklarheter (Strömbäck, 2014). Strömbäck poängterar även: att vara journalist är att välja - och välja bort.

Det finns tre olika sätt att se på gestaltningsteorin:

1. Mediernas gestaltning av verkligheten påverkar människors uppfattning om den gestaltade verkligheten.

2. Medier väljer, genom att gestalta verkligheten på vissa sätt men inte andra, att sprida olika ideologiers sätt att se på verkligheten.

3. Det tredje sättet handlar om mediernas innehåll och vad de representerar.

Effekter av framing kan till exempel vara människors attityd gällande det omskrivna objektet. Gestaltningarna leder människor som läser till att dra mer eller mindre förutsägbara slutsatser, eftersom olika gestaltningar aktiverar olika associationer och tankar hos läsare.

Strömbäck (2014) framhåller metaforen om att nyheterna representerar en spegelbild av verkligheten. All nyhetsförmedling präglas av de val som görs av medierna i allmänhet, av redaktionerna och av enskilda journalister. Istället för att se nyheter som spegelbilder av verkligheten bör man istället se dem som konstruktioner eller gestaltningar av verkligheten.

Utgår man från gestaltningsteorin så förstår man att gestaltningar påverkar både vad som skrivs i medier och hur man som läsare uppfattar det man läser. Vi menar därför att gestaltningsteorin är avgörande att ha i bakhuvudet när vi går vidare till mer specifika gestaltningar och stereotyper, nämligen de som görs beroende på genus.

### 2.1.2 Genus

Redan 1949 beskrev Simone de Beauvoir (2012) hur kvinnor fungerade som "*den andre*" i mäns medvetande. Samma slutsats drar genusforskaren Yvonne Hirdman (1998) i sin teori om genuskontraktet. Teorin om genuskontraktet har flera grundläggande principer som rör olika aspekter av genus.

Först och främst bygger teorin på att människor främst är människor och inte kön. Men när vi människor beter oss på ett könsstereotypt sätt kan det liknas med ett rollspel. Ett rollspel som alla människor på ett eller annat sätt är med på. Rollspelet liknas med ett kontrakt mellan könen som alla skrivit under på och aktivt deltar i. Det är genuskontraktet som reglerar relationerna mellan de olika könen, och också hur vi förväntas bete oss som män och kvinnor. Det mest väsentliga för genuskontraktet är isärhållandet av mannen och kvinnan. Att man enligt det bör vara medveten om att det finns en tydlig skillnad mellan mannen och kvinnan, där mannen alltid är överordnad medan kvinnan är underordnad. Individens status beror alltså på könet.

I kontraktet ingår konkreta föreställningar på olika nivåer av hur kvinnor och män ska bete sig i olika situationer, samt hur relationen mellan mannen och kvinnan bör vara. En könsstereotyp relation mellan en man och en kvinna kallas för en idealtypsrelation.

Kontraktet handlar även om olika roller gällande yrke, språk, kärlek, utseende och olika egenskaper. Det är avgörande att båda könen "vet sin plats", alltså vilka roller man ska spela och vilka egenskaper man förväntas ha. Relationen mellan de båda könen handlar också om förväntade rättigheter, skyldigheter, ansvar och egenskaper.

Dessutom beskriver Hirdman (2003) hur genuskontraktet innehåller begränsningar för kvinnan. Till exempel hur det största bekymret utifrån den naturliga ordningen är att kvinnor föder barn, vilket skapar en slags praxis där det är hemmet som är kvinnans naturliga plats. Att hon förväntas vara hemma och inte jobba gör henne automatiskt underordnad mannen.

Mannens viktigaste uppgift är istället att ta hand om och försörja kvinnan. Genuskontraktet menar alltså att kvinnans biologi redan har bestämt kvinnors förväntade plats .

### Självklarhetens skygglappar

*“Det finns något vi kan kalla en genusordning i varje samhälle. Den består av alla de idéer om kvinnligt och manligt som finns i samhället, och allt de för med sig för vem som gör vad, vem som kan bestämma vad, hur vi uppfattar oss själva, var och en av oss, och varandra, kollektivt och individuellt. Genusordningen påverkar andra förhållanden, till exempel vem som sitter i riksdagen, vem som blir företagsledare, vem som bestämmer om ett barns uppfostran, vem som äter vad, hur vi rör oss i rummet, vem som får vilka hälsoproblem, hur vi ser på oss själva och hur vi relaterar till andra... Och andra förhållanden påverkar i sin tur genusordningen.”*  
- (Britt-Marie Thurén 2004, s. 98)

Teorin om genuskontraktet kan på många sätt liknas med Connells (2003) teori om genusordningen. Connell poängterar att genusordningen är så vanlig och välkänd att den kan tyckas vara given av naturen. Men hon förtydligar också att man inte kan säga att genusordningen enbart är något som påtvingats oss genom sociala normer. Vi intar själva en plats i genusordningen - eller förhåller oss till den plats vi blivit tilldelade, på samma sätt som vi frivilligt skriver på genuskontraktet.

Hirdman understryker i en intervju från journalisten Karin Ekmans bok (1998) att genusperspektivet är viktigt eftersom det är den bästa modellen för att ta bort det hon kallar självklarhetens skygglappar, som vi använder när vi ser på verkligheten. Med självklarheten menar hon att vårt samhälle bygger på att mannen är norm, alltså att det är han som räknas.

Eva Borgström (2002), professor i litteraturvetenskap, skriver att den patriarkala könsordningen, till exempel genuskontraktet eller genusordningen, är så djupt rotad i vårt samhälle att den tidigare inte uppfattats som ett politiskt eller kulturellt fenomen. Förr såg man helt enkelt genusordningen som en ordning given av Gud eller naturen själv.

Nina Lykke (2009), professor i genusvetenskap, konstaterar att Simone de Beauvoirs (2012) tes *“man föds inte till kvinna, man blir det”* också innebär att män inte heller föds till män, utan blir det. Det är alltså mönster i samhällsordningen som gör oss till “kvinnor” och “män”, inte naturen. Connell (2003) håller med om att genus är ett mönster. Men menar också att det inte är något fast i människors liv eller personlighet.

Enligt både Hirdman (2003) och Connell (2003) finns det ett tydligt isärhållande mellan män och kvinnor. Den manliga överordningen och kvinnliga underordningen blir tydlig när man ställer mannen och kvinnan mot varandra på sättet man gör i en förväntad kärleksrelation. Detta leder oss in på heteronormativiteten.

### 2.1.3 Heteronormativitet

*I detta kapitel kommer vi beskriva vad heteronormativitet innebär och varför det är relevant att ha i beaktning när man läser vår studie.*



Med en utgångspunkt i genuskontraktet och genusordningen kan man förklara heteronormen i samhället. Filosofen och genusforskaren Judith Butler (2007) menar att heteronormativiteten föds om man gör antagandet att det finns två genus. Dessa genus är en man och en kvinna.

Dessa två genus har getts kvinnliga respektive manliga "element". Vilket gör att man åtskiljer dem och gör dem till varandras motpoler. Butler förklarar att motpolerna, alltså könen, sammanbinds av att de olika könen ska åtrå varandra. Alltså att mannen ska vilja ha kvinnan, och kvinnan ska vilja ha mannen. Heterosexualiteten förlitar sig på den binära relationen och kategorierna "kvinnligt" och "manligt".

Ordet norm i heteronorm betyder att de heterosexuella relationerna står "högre i rang" än till exempel homosexuella relationer. Butler (2007) menar att heterosexualiteten har institutionaliserats i vårt samhälle, och reproduceras av till exempel medier. Detta skapar heteronormen. Butler menar också att heteronormen är en produkt av genusordningen.

Vi menar att det är heteronormen som gör att man ställer de två könen mot varandra i rapporteringen om en skilsmässa. Den tidigare forskningen om stereotypa egenskaper som ges till de två könen blir mycket intressant att undersöka när ett heterosexuellt par ställs "mot varandra" på det sättet de gör i en skilsmässa.

## 2.2 Utomvetenskaplig relevans

### Håller Sverige sina löften?

Sedan 1988 råder det i Sverige politisk enighet kring idén om jämställdhet. Jämställdhetslagen (SFS 1991:433) reglerar förhållandet mellan kvinnor och män på arbetsmarknaden. På andra samhällsområden finns ingen lag om jämställdhet, men diskriminering på grund av kön är förbjudet sedan 2009 enligt Diskrimineringslagen (SFS 2008:567). Jacobson, Broman Norrby och Edström (2004) framhåller att stereotyper i media är, även om det inte anges i lag, diskriminerande faktorer i ett mediesamhälle.

Sverige har även åtagit sig att aktivt motverka könsstereotyper. Sådär står det i FN:s kvinnokonvention:

*"Ändra mäns och kvinnors sociala och kulturella beteendemönster för att därmed avskaffa fördomar samt seder och bruk som grundar sig på föreställningen om det ena könets underlägsenhet eller på stelnade roller för män och kvinnor."* (Kvinnokonventionen, 1979)

Detta är en bidragande faktor till varför det är intressant att studera detta ämne. Sverige har alltså politisk enighet kring idén om jämställdhet, grundlagen mot diskriminering på grund av kön och FN:s kvinnokonvention. Mycket talar för att det i Sverige inte ska ske någon skillnad i gestaltningen av kön - just för att det rör sig om olika kön. Men stämmer teorin överens med praktiken?

Den frågan är något vår undersökning syftar till att besvara. Och då Sverige åtagit sig dessa idéer, lagar och konventioner anser vi att det är extra viktigt att granska detta. Har ett land uttalat sagt att man ska motverka stereotyper borde också journalistiken jobba för det.

Det är värt att forska i detta då det finns en samhällsrelevans i huruvida medierna upprätthåller det landet åtagit sig.

Att studera medias gestaltning sätter också press på medierna att ha en jämställd mediegestaltning som i sin förlängning skulle kunna leda till ett mer jämställt samhälle.

### **Mediernas makt**

Genusforskaren Gunilla Jarlbro (2006) menar att medierna påverkar oss, kanske mer än vad vi tror, då de hjälper till att skapa våra dagliga referensramar när det gäller våra uppfattningar om omvärlden. Det vill säga vad vi tycker är viktigt och intressant. Jacobson, Broman Norrby och Edström (2004) tillägger att medierna finns med i våra liv som en naturlig ingrediens, ur vilken vi hämtar bland annat kunskap, bildar åsikter, normer och attityder.

Jarlbro (2006) poängterar att i och med att medieinnehållet till stor del handlar om "mäns göranden och tyckande" så grundar sig våra referensramar, vilka påverkar hur och till vad vi tar ställning, till störst del ur ett manligt perspektiv. Det leder i förlängningen till att det man beskriver som den "allmänna opinionen" egentligen är detsamma som den manliga opinionen.

Vidare understryker Jarlbro att FN 1995 erkände att den bristande kvinnorepresentationen i medierna kunde ha betydelse för kvinnors strävan efter ett jämställt liv. Vi menar därför att det är viktigt att studera vårt valda ämne då vi inte bara tittar på hur de olika könen gestaltas i form av stereotypa egenskaper, utan också sett till hur mycket utrymme i artikeln de ges.

Jarlbro framhåller också att kvinnoforskningen tog fart i början av 70-talet, när kvinnor i västvärlden i större utsträckning än tidigare började studera på universitet. Då undersökte man varför kvinnan var osynlig och ville sätta henne på kartan. Aktivism och forskning gick hand i hand.

Det som man såg då var mönster som man kan se än idag i genusordningen. Precis som då kan man fortfarande se att kvinnan tilldelas stereotypa könsroller. Enligt oss är det därför viktigt att fortsätta undersöka sådana frågor och kartlägga huruvida samma problem fortfarande existerar. Frågor som dessa är ständigt aktuella i strävan mot ett mer jämställt samhälle. I följande avsnitt 2.3 *Inomvetenskaplig relevans* kommer vi att definiera vad det är för gestaltningar och stereotyper som förekommer i mediebruset.

## **2.3 Inomvetenskaplig relevans**

### **Bland hårdingar och offer**

1992 grundades det mediekritiska nätverket *Allt är möjligt* av forskarna Maria Edström och Maria Jacobson, för att granska skildringar av kvinnor och män i massmedia. I deras bok om mediekritik (2004) beskriver de hur de, när de bildades, såg att många av mediebrusets bilder av män och kvinnor var långt ifrån verkligheten. Mannen avbildades bland annat som stark och kompetent medan kvinnan avbildades som inåtvänd, mor och maka, sexobjekt eller offer. Detta såg man i alla delar av massmediebruset, så som nyhetsrapportering, på internet och i tidningarnas söndagsbilagor.

Anja Hirdman och Madeleine Kleberg, redaktörer för boken *Mediers känsla för kön* (2015), skriver att det inte är möjligt att enkelt påstå exakt hur medias bild av kvinnan eller mannen är. Men att det finns skillnader är tydligt. Connell (2003) skriver att pojkarna av populärkulturen får lära sig att framstå som hårda och dominerande, vare sig de vill eller inte. Och enligt Hirdman (2007) så deformeras pojkar in i en alltmer extrem maskulinitet.

Jarlbro (2006) har sett att när kvinnor framträder är det oftast i en så kallad offerroll. Kleberg (2015) skriver att man redan 1958 beskrev kvinnor som osäkra och känslösa. Männerna blev istället aggressiva, men också "trofasta".

### **Anpassar oss till mönstret**

Författaren Emer O'Toole (2016) menar att könsnormer begränsar alla, men missgynnar framförallt kvinnor. Det som hon tycker är så konstigt är att vi, fastän vi ser och vet om det, fortsätter spela våra roller. Och fortsätter uppträda på stereotyp kvinnliga och manliga sätt, samt upprätthåller tvåkönsnormen.

Lykke (2009) tillägger att ett centralt mål för genusforskningen är att göra upp med fastlåsta, stereotypa föreställningar om kön. O'Toole (2016) beskriver de olika könsrollerna som ett teaterspel man lär sig manuset till redan som barn, vilket liknar det tidigare nämnda genuskontraktet. Hon menar att barn redan från en ung ålder lär sig om de stereotypa könsrollerna som råder, och inte minst inom TV. Hennes undersökningar visar att det under sent 90-tal inte fanns en enda tecknad tv-serie för barn med en flicka eller kvinna i huvudrollen. Med det menar hon att barn redan i ung ålder lär sig att det är killarna som är huvudrollerna, medan tjejerna ska stå i skymundan.

Dessa könsstereotyper är som sagt applicerbara på flera delar av hela massmediebruset. Ekman (1998) understryker att man i reklam bland annat ser hur mannen gestaltas som aktiv och stark, gärna i en framgångsrik yrkesroll. Medan kvinnans roll ofta är passiv och dekorativ.

### **Kraftfulla män, känsliga kvinnor**

Jarlbro (2006) problematiserar hur man gestaltar en kvinnlig överåklagare och en manlig advokat i brottsrapportering. Den manliga advokaten gestaltas genom att skriva att han sitter och tuggar tuggummi. Den kvinnliga överåklagaren gestaltas genom ett långt utlägg om hennes kläder och utseende. Hon menar att gestaltningen av den kvinnliga överåklagaren aldrig skulle hända en manlig person med makt.

Vidare talas det ofta om "starka kvinnor" inom musikkulturen. Medieforskarna Ann Werner och Marika Nordström (2013) förklarar att detta motsäger sig självt - när publiken ska övertygas om att kvinnor är starka betonas **styrkan** så mycket att uppmärksamheten dras till att kvinnor inte normalt anses vara starka. Stereotypen är således att kvinnor är de svaga utav de två könen.

Något som författaren Nina Björk (1996) tar upp är att stereotyp kvinnliga egenskaper ofta får en negativ klang i jämförelse med stereotyp manliga egenskaper. Kvinnorna är till exempel känsliga istället för att vara förnuftiga som männen, passiva i stället för handlingskraftiga och irrationella istället för rationella.

O'Tooles (2016) betonar att manliga termer ofta används som komplimanger, eller för att beteckna något positivt, som "en hel karl". Medan kvinnliga termer ofta används som skällsord eller för att beteckna något negativt, som "en riktig kärring". Även författaren Helena Josefsson (2005) skriver om ordval. Att vara "fittig" på svenska är lika med att vara dålig, ur form och kass. Att vara någon "med stake i" är däremot positivt.

Enligt Jacobson (1998), är exempel på stereotyp manliga egenskaper:

- Kraftfull
- Dominerande
- Aggressiv
- Oberoende
- Tävlingsinriktad
- Individualistisk
- Självsäker

Josefsson (2005) tilldelar killar ännu fler stereotypa egenskaper, som ädel, hård, modig, tapper, viril, djärv och rakryggad.

Medan exempel på stereotyp kvinnliga egenskaper är:

- Mjuk
- Varm
- Kärleksfull
- Beroende
- Inställd på samarbete
- Känslig för andras behov
- Ängslig

Josefsson (2005) tillägger fler förväntningar som finns gällande hur en kvinna ska vara, till exempel snygg och sexig, vårdande, en bra mamma, omtänksam, inte ta för stor plats och le mycket.

Enligt Heléne Thomsson och Ylva Elvin-Nowak (2003), båda fil. dr. i psykologi, förväntas kvinnor vara ansvarsfulla men i övrigt oviktiga, medan män förväntas vara viktiga. Ylva Ulfsson, Christel Backman och Anna Hedenus, (2014), forskare i sociologi och arbetsvetenskap har studerat en rad olika studier som resulterat i en lista över egenskaper och färdigheter som stereotyp associeras till kvinnor respektive män. De kan se att män uppfattas som mer ambitiösa. Kvinnor ses som noggranna, precisa och med sociala förmågor. Typiskt manliga förmågor är matematiska och logiska. De kvinnliga är förmåga till samarbete och kontakt.

Enligt Josefsson (2005) visar forskning att killar oftare har ett språk som handlar om saker och aktiviteter. Killar är dåliga på att använda språket när de vill uttrycka hur de känner, till skillnad från tjejer som är bättre på att prata om och uttrycka känslor. Dessutom har de svårare att uttrycka empati och kompenserar för rädsla genom att stänga av känslor.

Medieforskaren Monica Löfgren-Nilsson skriver i *Mediers känsla för kön* (2015) att föreställningar om kön traditionellt har kopplats till vissa yrkesområden, positioner och arbetsuppgifter. Det vill säga att varje yrke har ett kön inskrivet i sig. Yrken som ses som socialt viktiga har fått en maskulin karaktär, till exempel är bilden av höga chefer en symbol för framgångsrik, kraftfull manlighet.

Jens Rydström, professor i genusvetenskap och David Tjeder, historiker och genusforskare (2009) skriver att manligheten fortfarande är nära kopplad till makt. De menar att många män fortfarande ser med kritiska ögon på kvinnor som rör sig inom manligt kodade områden. Till exempel maktpositioner i yrkeslivet.

### **Inte mer än söt och fin**

Forskaren Karin Lövgren (2016) konstaterar att kvinnlighet ofta visas upp genom yttre attribut. Hår och kläder är två vanliga markörer, precis som accessoarer. Litteraturvetaren och forskaren Eva Söderberg (2016) understryker att man även kan se hur utseendefixeringen hos kvinnor tar sig uttryck i sagans värld. Söderberg framhåller H.C. Andersens (1805-1875) "Tommelise" som exempel.

Sagan ansågs länge vara en söt saga för tjejer. När Tummelisa i historien presenteras för första gången beskrivs en liten, liten flicka som enligt berättaren är väldigt söt. Hur hon ser ut, förutom att hon är söt och fin, avslöjas inte.

Lövgren (2016) har granskat bloggar som handlar om stil, mode och smink. Där lärs det ut hur man ska sminka sig och klä sig. Hon konstaterar, utifrån sin granskning, att kvinnlighet är ett pågående projekt: konsten att göra om, förbättra, lyfta fram och dölja. Kvinnlighet *görs* och hur det görs kan förändras. Kläder och kropp ska markera kvinnlighet.

### **Barnens genuskontrakt**

Dessa stereotyperna är något man får ta del av redan som ung, O'Tooles (2016) förklarar det genom att säga att man gör skillnad på flickor och pojkar från den dagen de föds. Man skapar och överdriver skillnader. Blått för pojkar och rosa för flickor, långt hår för flickor och kort för pojkar, byxor, tåg och bilar för pojkar, klänningar, fjärilar och blommor för flickor. Lövgren (2016) understryker att ordet flicka används om barn, med förstärkning som liten. Flickan ska skyddas och värnas, hon är ett potentiellt offer.

Forskarna Terese Thompson och Eugenia Zerbinus (1997) undersökte om stereotyperna i tecknade serier hade någon direkt påverkan på barnen som åskådare. Resultatet visade att en majoritet av barnen hade koll på de könsstereotypa rollerna. Killarna var våldsamma och aktiva, medan tjejerna var intresserade av killar, brydde sig om sitt utseende och tog hand om familj/hushåll. Dessutom uppgav dessa barn mer traditionellt könsbestämda yrkesförväntningar på sig själva och folk runt omkring dem.

En annan liknande studie av medieforskarna Campbell Leaper, Lisa Breed, Laurie Hoffman & Carly Ann Pearlman (2002) visade att barn, genom tecknat, får uppfattningen om att män är viktigare än kvinnor. Dessutom är pojkar allt oftare aggressiva och hamnar lättare i slagsmål. Kvinnor är istället ängsliga och omhändertagande.

Jacobson, Edström och Muhr (1998) skriver om hur barn framställs i reklam. Det är flickorna i reklam som pysslar om, sköter hemmet och dockorna. De fixar också med sitt utseende, gör fint, och visar upp sig när de leker. Pojkreklam handlar istället om att konstruera och rasera, om kamp, tävling och våld. De bygger, kör bil, sportar eller yrkesarbetar.

Johanna Sjöberg (2016), lektor vid Tema Barn och Institutionen för kultur och kommunikation har forskat kring vad tidningar framtagna för flickor och tjejer erbjuder för innehåll och vad det säger om den ideala flick- och tjejkonsumenten. Hon kunde bland annat se att de varor som följde med tidningarna hon valde att studera oftast var till för att göra sig fin med. Till exempel smycken, smink och accessoarer. Varorna beskrevs bland annat som "fin", "söt" och "gullig". För att ta ett exempel från en av de studerade tidningarna, *Barbie*, förekom teman som mode, shopping, styling, vänner och yrken. Gemensamt för alla undersökta tidningar är att relationer och vänskap är återkommande teman.

Tidningarna som studerades kom från Egmont Kärnan, som i sin tur fick medial uppmärksamhet år 2011. I ett pressutskick berättade de om två nya tidningar som skulle lanseras. Den ena var för killar, den andra för tjejer. Killarnas tidning beskrevs som "en cool fotbollstidning för killar" medan tjejernas beskrevs som "pysslig och tjejig". Det finns inget utrymme för berättelser som komplicerar bilden av den flickiga flickan. Politik, idrott, kultur, samhällsengagemang eller vetenskap ges ingen plats. De flickor som har sådana intressen stängs ute från tidningens tilltal (Sjöberg, 2016).

Och när vi ändå talar om barn kan man tycka att diskussionen om föräldrarollen är på sin plats. Thomsson och Elvin-Nowak (2003) målar upp ett exempel gällande föräldradighet i sin bok *Att Göra Kön*. Stereotypen är att mamman är hemma med barnet under den första tiden, medan pappan arbetar. Men i de fall där mannen istället är hemma med barnet får han frågor som "*men vad säger de på jobbet då?*". Kvinnan som valt att jobba får istället frågor som "*men känns det inte konstigt att lämna sin lilla baby sådär bara?*". Frågorna som ställs till kvinnan handlar alltså om att vara en dålig mamma, medan frågorna till mannen handlar om att vara en dålig arbetare.

Josefsson (2005) skriver att två av fem skilsmässobarn aldrig eller sällan träffar sin pappa. Dessutom bor 70 procent av barnen till föräldrar som separerat tillsammans med sin mamma. Stereotypen är alltså att det är mamman som ska ta hand om barnen. Josefsson (2005) beskriver ett exempel på en undersökning där dagispersonal valt att kontakta pappan till barnet istället för mamman. Pappornas första reaktion var då att fråga om det hade hänt deras fru någonting.

Thomsson och Elvin-Nowak (2003) menar också att kvinnor som låter bli att ta hand om hemmet uppfattas som okvinnliga, oansvariga och som dåliga personer. Män som låter bli att ta hand om hemmet uppfattas inte på samma sätt, då den sysslan inte anses vara typisk manlig. Att göra "kvinnogöra" får mannen att ses som löjlig.

#### ▷ När saken ställs på sin spets ◁

Connell (2003) konstaterar att den slutsats som kan dras av hundra års forskning av könsskillnader är att män och kvinnor inte alls är särskilt olika när man jämför en lång rad egenskaper som undersökts inom psykologi och andra samhällsvetenskaper. Män och kvinnor är psykologiskt mycket lika, som grupper betraktade. Så varför gestaltas de så olika?

Vi kan konstatera att det finns mönster i hur kvinnor och män gestaltas. Detta tar sig form i genusordningen. De som forskat om genus är överens om att det finns skillnader i mediegestaltningen av män respektive kvinnor. Man kan till exempel urskilja att män oftare framställs som kraftfulla och starka med en oförmåga att prata känslor. Medan kvinnor ses som känsliga och svaga med fokus på moderskapet.

Med denna vetenskap vill vi studera mediegestaltningen av män och kvinnor i skilsmässa. Eftersom det inte finns någon forskning om vårt specifika ämne tror vi att det kan komma journalistiken till nytta på sikt.

Efter att ha tagit del av forskningen anser vi att det är ultimat att studera just skilsmässor, eftersom det är en sårbar situation där de invanda relationerna mellan män och kvinnor ställs på sin spets. Vi anser även att det är viktigt att studera utifrån ett inomvetenskapligt perspektiv då det kan tillföra information till framtida forskning om genus.

### 3. Syfte och frågeställningar

---

*I detta kapitel kommer vi ge en mer precis bild av vad vi tänker undersöka och vilka konkreta frågor vårt arbete avser att besvara.*

#### 3.1 Män och kvinnor i skilsmässa

Vårt syfte med uppsatsämnet är att utifrån ett genusperspektiv undersöka om det finns någon skillnad i hur kvällspress gestaltar offentliga män respektive kvinnor i samband med deras skilsmässor.

Vi vill studera just mediers rapportering kring detta på grund av att media har stor makt när det kommer till forma och sätta regler, som Ekman (1998) framhåller. Och som Jacobson, Broman Norrby och Edström (2004) understryker så hämtar vi även åsikter, normer och attityder från medierna. Med det sagt har mediebildens betydelse för hur vi uppfattar manligt och kvinnligt. Därför blir det extra intressant att studera just medias rapportering.

Vi har valt att avgränsa oss till kvällspressens, Aftonbladet och Expressen, webbrapportering. Detta på grund av att dessa tidningar är de två största, rikstäckande tidningarna, inom kvällspress.

#### 3.2 Hur gestaltas de?

Våra frågeställningar har utformats utifrån teoretiskt grundade antaganden som rör könsstereotyper. Frågeställningarna utgår från de aspekter av syftet som är mest relevanta för vår studie. Detta resulterade i följande frågeställningar :

- Vilket kön får störst utrymme?
- Gestaltas någon som stark/neutral/svag?
- Berörs någons utseende?
- Berörs någons yrke?
- Berörs någons föräldraroll?
- Spelar journalistens kön någon roll?



## 4. Metod och material

---

*I detta kapitel redogör vi för val av metod och material samt hur vi gått tillväga. Vi motiverar även val av variabler.*

### 4.1 Kvantitativ innehållsanalys

Vår studie baseras på en kvantitativ innehållsanalys där vi har undersökt 221 artiklar som uteslutande handlar om offentliga pars skilsmässor. Vi illustrerar våra resultat med hjälp av citat från de undersökta artiklarna. Detta för att ge tydliga exempel på hur resultatet kan ta sig uttryck i artiklarna.

Genom att använda oss av en kvantitativ innehållsanalys har vi kunnat samla in, koda och sammanställa det urval av analysenheter som vi avgränsat oss till. Som Esaiasson et al. (2016) menar är den kvantitativa innehållsanalysen den mest användbara metoden när man vill undersöka hur frekvent någonting förekommer, eller hur stort utrymme någonting får. Eftersom det vi vill undersöka passar bra in under dessa beskrivningar, anser vi att den kvantitativa innehållsanalysen är rätt metod för vårt syfte.

En annan fördel med den kvantitativa innehållsanalysen är att den kräver analysenheter som är likvärdiga och jämförbara (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wängnerud, 2016). Våra analysenheter, artiklar från två likvärdiga tidningar, stämmer bra in på dessa kriterier. Avgränsningar som vi gjort för att artiklarna ska vara likvärdiga och jämförbara återkommer vi till under rubriken 3.3 *Avgränsningar och bortfall*.

Vi har fört en diskussion gällande att kombinera vår kvantitativa innehållsanalys med en kvalitativ textanalys. På grund av tidsbrist har vi dock inte hunnit göra båda delarna. Å andra sidan anser vi att den kvantitativa innehållsanalysen räcker gott för att besvara våra frågeställningar.

Nackdelen med en kvantitativ metod är att man inte analyserar artiklarna på ett lika djupgående sätt som vid en kvalitativ textanalys (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wängnerud, 2016). Detta gör att vi eventuellt kan ha missat dolda mönster och osynliga strukturer som ligger "under ytan". Den kvalitativa textanalysen menar att man endast kan se dessa underliggande aspekter genom en intensiv och noggrann läsning av samma texter.

### 4.2 Material

Som tidigare nämnt bygger vår undersökning på ett urval bestående av 221 artiklar. Nedan följer en redovisning som visar hur vi kom fram till de artiklarna. Det återkommande generella fenomenet som vi undersöker är artiklar som handlar om skilsmässor mellan offentliga par.

#### 4.2.1 Paren - strategiskt urval

- Vi har endast valt heterosexuella par eftersom vår undersökning har en heteronormativ utgångspunkt.
- Skilsmässan ska ha ägt rum under 2010-talet, då vi vill att rapporteringen ska ligga relativt nära oss i tid, för att kunna undersöka hur rapporteringen ser ut i dagsläget.
- Paren ska ha barn för att vi ska kunna undersöka stereotypen kring föräldrarollen.
- Båda parterna i paret ska inte bara vara offentliga, utan även välkända, eftersom man då kan förvänta sig att det skrivs om dem i media.

De par vi slutligen kom fram till är valda utifrån dessa krav. Vi har sökt och letat efter par utifrån dessa kriterier, med sökord som till exempel "skilsmässa" och "kända par".

Vi har inte valt par utifrån några praktiska förutsättningar. Insamling samt kodning hade sett ut på samma sätt även om vi hade valt andra par, med fler eller färre artiklar. Vi tycker inte att det går att hävda att ett annat par hade varit mer representativt än de vi valt, därför finns det inte några för- eller nackdelar med just de par som vi slutligen valde att undersöka.

Vi har gjort ett strategiskt val när det kommer till att välja bort till paren Martina Haag och Erik Haag, samt Lena Philipsson och Per Holknekt. Detta gjorde vi eftersom det fanns en uttalad otrohetsaffär som vi menar hade påverkat våra resultat. Eftersom det i båda fallen var kvinnan som blev utsatt för otrohet bedömde vi att det fanns en risk att rapporteringen skulle bli skev. Vi menar att det fanns en större sannolikhet för kvinnan att bli gestaltad som svag/maktlös redan från start.

*De slutliga paren blev följande:*

##### **Anitha Schulman och Calle Schulman**

Medieprofilerna Anitha Schulman och Calle Schulman gifte sig 2011 och meddelade sin separation den 2 december 2016. De har två barn ihop. Den undersökta perioden är 16/12/01 till 18/04/01.

##### **Carina Berg och Kristian Luuk**

Programledarna Carina Berg och Kristian Luuk gifte sig 2008 och meddelade sin separation den 7 oktober 2016. De har två barn ihop. Den undersökta perioden är 16/10/01 till 18/04/01.

##### **Jennie Hammar och Filip Hammar**

Journalisten Jennie Hammar och programledaren Filip Hammar gifte sig 2008. De meddelade sin separation den 6 oktober 2016. De har två barn ihop. Den undersökta perioden är 16/10/01 till 18/04/01.

**Laila Bagge och Niclas Wahlgren**

Radioprofilerna Laila Bagge och Niclas Wahlgren gifte sig 2010 och meddelade sin separation den 10 november 2014. De har ett barn ihop. Den undersökta perioden är 14/11/01 till 16/11/01.

**Jonna Vanhatalo och Marcus Birro**

Journalisten Jonna Vanhatalo och skribenten Marcus Birro gifte sig 2011 och meddelade sin separation 15 oktober 2014. De har två barn ihop. Den undersökta perioden är 14/10/01 till 16/10/01.

**Ebba Witt-Brattström och Horace Engdahl**

Litteraturprofessorn Ebba Witt-Brattström och litteraturvetaren Horace Engdahl gifte sig 1989 och meddelade sin separation 2 februari 2014. De har tre barn ihop. Den undersökta perioden är 14/02/01 till 16/02/01.

#### 4.2.2 Tidningar - strategiskt urval

De tidningar vi valt är Aftonbladet och Expressen. Dessa valdes för att de två är de största rikstäckande kvällstidningarna i Sverige. Vi valde att studera deras webb istället för tryckt press då alla artiklar inte når den tryckta tidningen. På detta sätt minimerar vi risken att gå miste om några artiklar. Båda tidningarna har dessutom störst räckvidd på internet.

*Räckvidd på internet per dag för de respektive tidningarna:*

- Aftonbladet 1 676 000 (september 2016)<sup>1</sup>
- Expressen 1 066 000 (augusti 2017)<sup>2</sup>

Vi menar att Aftonbladet och Expressen är likvärdiga då de är båda är rikstäckande kvällstidningar. Detta skapar i sin tur likvärdiga artiklar, vilket är optimalt för den kvantitativa innehållsanalysen (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wängnerud, 2016).

Vi är medvetna om att det finns en populärpress som också skriver mycket om undersökningens ämne. Vi har dock ändå valt att avgränsa oss till kvällspress och våra specifika tidningar. Anledningarna till detta var den stora räckvidden och att vi ville att våra artiklar skulle vara likvärdiga.

#### 4.2.3 Tidsperiod - strategiskt urval

Skilsmässan ska ha skett under 2010-talet. Perioden vi valt är från första dagen den månad separationen meddelades till två år efter separation. Detta då vi kunde se att det knappt rapporterades om separationen efter två år.

För hälften (tre stycken) av paren har det dock inte hunnit gå två fulla år efter första rapporteringen om separationen, då valde vi istället att avsluta sökningen ungefär när vi påbörjade vår empiriinsamling. Slutdatum för tre par blev då 18/04/01 (*Anitha Schulman och Calle Schulman, Carina Berg och Kristian Luuk samt Jennie Hammar och Filip Hammar*).

---

<sup>1</sup> [Orvesto Internet september 2016](#) Läst 180518.

<sup>2</sup> [Orvesto Internet augusti 2017](#) Läst 180518.

#### 4.2.4 Artiklar - totalurval

I nästa steg, gällande artiklar, har vi gjort ett totalurval. Ett totalurval innebär att man undersöker samtliga enheter i populationen, vilket också är den överlägset bästa formen av urval när det gäller att generalisera resultat. Den statistiska felmarginalen blir lika med noll vid beräkningar utifrån ett totalurval (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wängnerud, 2016).

Vi har möjligheten att göra ett totalurval på grund av de strategiska urval vi gjort gällande val av tidning, par och tidsperiod. Dessa urval har lett fram till sex specifika par (fall) som vi undersökt, i två specifika tidningar, under en utvald tidsperiod.

Utifrån dessa förutsättningar har vi gjort ytterligare avgränsningar som säkerställer att vi verkligen undersökt de artiklar som handlar om vad vi faktiskt vill undersöka.

### 4.3 Avgränsningar och bortfall

- Alla sorters rubriker, (inkl mellanrubriker), ingresser, faktarutor och brödtexter kodas.
- Ingen webb-tv, bildtexter, eller "andra artikel-länkar" räknas in. Bildtexter räknas bort eftersom vi bara vill koda själva artikeltexten.
- Inga krönikor. Vi vill inte undersöka åsiktsmaterial.
- Vi har valt bort artiklar som endast handlar om en i paret, eller en och eventuell ny partner - utan att den andra personen i paret eller skilsmässan nämns. Detta då vi gjort bedömningen att de inte klassas som "skilsmäso"-artiklar, vilket är vår analysenhet.

### 4.4 Reliabilitet och validitet

#### 4.4.1 Reliabilitet

Vi hävdar att vår undersökning har hög reliabilitet. Detta baserar vi främst på det reliabilitetstest vi genomförde efter den avslutade kodningen. En kvantitativ innehållsanalys brukar vanligtvis inkludera ett reliabilitetstest för att förhoppningsvis höja reliabiliteten i undersökningen (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wängnerud, 2016). Bristande reliabilitet orsakas ofta av slump- eller slarvfel under datainsamlingen och den databearbetning som följer.

Under reliabilitetstestet kodade vi om drygt tio procent av artiklarna. Av våra 221 artiklar kodades 24 stycken. Varje analysenhet hade 19 variabler. Sammanlagda fel på 456 variabler var 34 stycken. Resultatet på vårt reliabilitetstest blev 93 procent.

*En redogörelse för samtliga variabler finns under rubriken 4.4.5 Operationalisering.*

På nio variabler (*V1, V2, V3, V4, V5, V8, V15, V16, V19*) av 19 hade vi noll procents felmarginal. Reliabiliteten på de tio variabler med vissa fel (*V6, V7, V9, V10, V11, V12, V13, V14, V17, V18*) blev 87,2 procent. Reliabiliteten på de två subjektiva variablerna (*V17 och V18*), där man kan hävda att det finns störst risk för felmarginal, blev 71,1 procent. Enligt Esaiasson et al. (2016) måste man nöja sig med en lägre grad av överensstämmelse (reliabilitet) vid variabler med högre svårighetsgrad, vilket variabler med större inslag av bedömning (subjektivitet) har. Vi menar att V17 och V18 faller inom ramen av variabler med högre svårighetsgrad.

I många av de fel vi fick på just de två subjektiva variablerna (*V17 och V18*) slog variabelvärdet fel mellan värdena *neutral* till *stark*, eller *svag* till *neutral*. Det slog aldrig fel mellan *stark* och *svag*. Detta menar vi också stärker vår reliabilitet. Denna typen av osystematiska reliabilitetsfel är också enklare att ha overseende med, enligt Esaiasson et al. (2016), då över- och underskattningar ofta "tar ut varandra" när man slår samman alla analysenheter.

Reliabilitetstestet vi gjorde var ett interkodarreliabilitetstest. Detta innebär att någon annan än den som har genomfört den första kodningen genomför den andra kodningen (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wängnerud, 2016). Detta är den bättre formen av reliabilitetstest, istället för att samma person skulle koda om samma artiklar som den kodat från början.

Det finns som sagt utrymme för subjektiva bedömningar i våra variabler. Men efter vårt genomförda reliabilitetstest vill vi hävda att vi har hög interkodarreliabilitet. Vi gjorde den största delen av kodningen tillsammans och diskuterade eventuella frågor som uppstod tillsammans under vägens gång. Vilket vi också skulle hävda visar på hög reliabilitet.

Resultatet från reliabilitetstestet menar vi stärker kvalitén på vår undersökning. Eftersom vi fick så pass låg felmarginal kände vi inte behovet av att slå ihop eller ändra på några variabler.

#### 4.4.2 Validitet

*Nedan följer en redovisning av hur vi operationaliserat våra frågeställningar av variabler och resonemang kring olika typer av validitet.*

#### 4.4.3 Begreppsvaliditet

Begreppsvaliditeten ser till om våra variabler är tillräckligt operationaliserade utifrån vårt teoretiska ramverk och tidigare forskning för att kunna besvara våra frågeställningar. Dessa operationaliseringar kan alltid ifrågasättas. Våra variabler är utformade helt från teori och tidigare forskning. Det gör att vi har en tydlig översättning från våra teoretiskt grundade antaganden och de operationella indikatorerna till våra variabler.

Vi menar därför att det finns en frånvaro av systematiska fel som i förlängningen leder till en hög validitet (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wängnerud, 2016).

Under rubriken *4.4.5 Operationalisering* följer en redovisning av våra variabler samt hur vi tänkt när de utformades.

#### 4.4.4 Extern validitet

Den externa validiteten handlar om vår genomförda undersökning stämmer på andra liknande fall (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wängnerud, 2016). Eftersom våra fall bygger på strategiska urval i tre steg (totalurval i det fjärde steget), är det svårt för oss att hävda att våra resultat är representativa för samtliga mediala gestaltningar av offentliga parsskilsmässor. Eftersom vi inte undersökt alla offentliga par som genomgått en skilsmässa kan vi inte hävda att våra fall går generalisera till hela populationen. Det är sannolikt att vi har hittat alla par som möter våra kriterier. Skulle detta vara fallet så är vår undersökning generaliserbar. Vi kan dock inte med säkerhet säga detta, då det inte finns någon exakt urvalsram över alla offentliga par som skilt sig sedan 2010.

Vi menar alltså att vi trots hög reliabilitet, hög begreppsvaliditet och hög resultatvaliditet inte kan vara säkra på att vi har hög extern validitet. De resultat vi presenterar visar enbart hur gestaltningen sett ut för våra strategiskt utvalda fall.

#### 4.4.5 Operationalisering

För att översätta våra frågeställningar till kvantifierbar data har vi valt variabler utifrån vår undersöknings teoretiska bakgrund och ramverk. Som Esaiasson et al. (2016) förklarar så är variablerna med tillhörande variabelvärden byggstenarna i en kvantitativ innehållsanalys. De valda variablerna bestämmer vilka egenskaper, delar och uppfattningar av analysenheten det är man kan undersöka.

*Variabler (för exakt kodschema se rubrik "Kodschema" i bilagan)*

Vi har tre stycken variabler som fungerar som identifikationsvariabler. Dessa är *datum (V1)*, *rubrik (V2)* samt *par (V4)*. Dessa använde vi för att kunna hitta och återgå till artiklar vi ville ta citat och delar från. Dessa variabler bör få, och fick, noll procent felmarginal i reliabilitetstestet. Vi använde oss också av variabeln *par* under analysdelen för att kunna jämföra olika variabler fördelat på par.

Resterande variabler har vi använt för vår analys. Dessa är *tidning (V3)*, *huvudperson (V5)*, *kvinnan omtalad (V6)*, *mannen omtalad (V7)*, *nämns flest gånger (V8)*, *citat av kvinnan (V9)*, *citat av mannen (V10)*, *kvinnas nämns barn (V11)*, *man nämns barn (V12)*, *man nämns yrke (V13)*, *kvinnas nämns yrke (V14)*, *man nämns utseende (V15)*, *kvinnas nämns utseende (V16)*, *man stark/svag (V17)*, *kvinnas stark/svag (V18)*, samt *journalistkön (V19)*.

- *Tidning* valde vi för att dels kunna undersöka vilken tidning som skrev flest artiklar, samt undersöka om det skiljer sig i utrymme och gestaltning mellan de olika tidningarna.
- *Huvudperson, nämns flest gånger* och *citat-variablerna* valde vi för att undersöka kvinnans respektive mannens utrymme i artiklarna.

*Huvudperson* handlar om vem textens huvudfokus ligger på. Värdena varierar från "kvinnan", "mannen", till "neutral". "Neutral" innebär att ingen står i fokus.

*Nämns flest gånger och citat räknas. Man väljer mellan värdena "mannen", "kvinnan" och "lika", beroende på resultatet när man räknar. Resultatet av citat skrivs i exakta siffror.*

- *Omtalad-variablerna* valde vi för att kunna undersöka vem som talar om vem i artiklarna.

Värdena varierar från "Av man", "Av kvinna", "Av båda", "Av ingen", till "Av annan". Värdet "Av annan" är när kvinnan/mannen omtalas av till exempel en organisation eller förening.

- *Barn, yrke, utseende och stark/svag-variablerna* valdes för att kunna undersöka hur kvinnor och män gestaltas. Vi valde dessa variabler utifrån teoretiskt grundade antaganden utifrån genusteori och tidigare forskning som visade starka könsstereotyper gällande dessa kategorier.

De valda variabelvärdena för de tre förstnämnda variablerna varierar mellan "i fokus", "i övrig text" och "nämns ej". Om ämnet nämns i rubrik/ingress kodas det som "i fokus", i övrig text kodas alltså som "i övrig text" och om det inte nämns som "nämns ej".

Vi har operationaliserat stereotypen om att mannen ofta avbildas som stark (Jacobson, Broman Norrby och Edström, 2004) medan kvinnan ofta framträder i en offerroll (Jarlbro, 2006) till variabelvärdena "stark", "svag" och "neutral". Det finns fler stereotyper i tidigare forskning, dessa är två exempel.

- *Journalistkön* valde vi för att kunna undersöka om de olika resultaten påverkas av vilket kön journalisten har. Dessa värden varierar mellan *man/män, kvinna/kvinnor, båda* och *odefinierbart*.

*Exakta analysregler för variablerna finns att läsa i kodschemat som finns i bilagan.*

Vi har inte under undersökningen känt att vi saknar någon variabel. Vi är säkra på att vi utifrån våra frågeställningar har undersökt allt i våra analysenheter som vi haft för avsikt att undersöka.

Eftersom vi utformat våra variabler själva (med detta menar vi att våra exakta variabler inte använts i tidigare forskning), finns det inget som stärker att de fungerar. Vi vill dock argumentera för att våra variabler har utformats utifrån den teoretiska ram och tidigare forskning vi tagit del av. Och att vi därför anser att vi har operationaliserat på bästa möjliga sätt, som i sin tur gett oss möjligheten att undersöka det vi faktiskt haft för avsikt att undersöka.

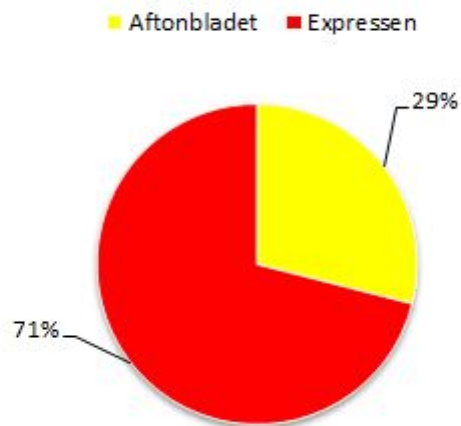
## 5. Resultatredovisning och analys

I det här kapitlet kommer vi presentera undersökningens resultat och analysera dem. Vi kommer presentera resultaten genom tabeller och figurer för att du som tar del av uppsatsen lättare ska kunna förhålla dig till dem. Resultaten kommer presenteras i olika delar som utgår från de olika variablerna. Varje resultat följs av en diskussion.

Våra resultat bygger på 221 artiklar skrivna av antingen Aftonbladet eller Expressen som skrivits för webben. Det här är vårt material som ligger till grund för våra resultat:

**Figur 1**

### Skrivna artiklar per tidning (procent)



N=221

**Tabell 2 - Paren**

	Skrivna artiklar (styck)
Anitha Schulman, Calle Schulman	46
Carina Berg, Kristian Luuk	39
Ebba Witt-Brattström, Horace Engdahl	8
Jennie Hammar, Filip Hammar	18
Jonna Vanhatalo, Marcus Birro	5
Laila Bagge, Niclas Wahlgren	105
Totalt antal	221

n=221, Total (procent): 101, Kommentar: Alla siffror är avrundade.



Mest skrevs det om Laila Bagge och Niclas Wahlgren. Närmare hälften (48%) av alla artiklar som ingår i analysen, handlar om dem. En dryg femtedel av alla artiklar (21%) handlar om Anitha och Calle Schulman, medan närmare en femtedel (18%) handlade om Carina Berg och Kristian Luuk. Mer ovanligt var det att artiklarna handlade om Jennie och Filip Hammar (8%), Ebba Witt Brattström och Horace Engdahl (4%) samt Jonna Vanhatalo och Marcus Birro (2%).

## 5.1 Vem får mest utrymme?

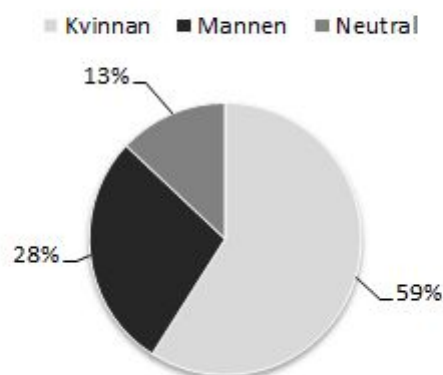
*I det här avsnittet kommer vi urskilja vem av kvinnan och mannen som får mest utrymme i artiklarna.*

### 5.1.1 Kvinnan i huvudrollen

Det första vi gör är att ta reda på vem som är huvudperson i flest av artiklarna. Det vill säga vem artikelns huvudfokus ligger på. Det huvudsakliga resultatet är att kvinnan är huvudperson i flest artiklar.

**Figur 3**

### Huvudperson i artikeln fördelat på kön (procent)



N=221, Total: 100, *Kommentar: Alla siffror är avrundade.*

Vi kan se att kvinnan är huvudperson i majoriteten av artiklarna. När vi räknar bort artiklarna med neutral utgångspunkt, det vill säga de där varken kvinnan eller mannen är i huvudfokus, står kvinnan i fokus i 68 procent av artiklarna. Att kvinnan i drygt två tredjedelar av artiklarna är huvudperson, skulle i motsats till den forskning som redovisats i tidigare forskning där kvinnan i huvudsak intar en passiv (Björk, 1996) roll där hon inte tar stor plats (Josefsson, 2005), snarare kunna tolkas som att kvinnan i artiklarna i vår studie intar en aktiv roll.

Som Björk (1996) skrev tilldelas kvinnor egenskapen känslig, istället för exempelvis förnuftig, som mannen. Stereotypa kvinnliga egenskaper är också kärleksfull och känslig för andras behov (Jacobson, 1998). Josefsson (2005) framhåller också att kvinnor anses vara

bättre på att prata om känslor än vad män är. Därför tror vi att kvinnan tillåts spela huvudrollen så länge genren berör känslor. Precis som det gör här.

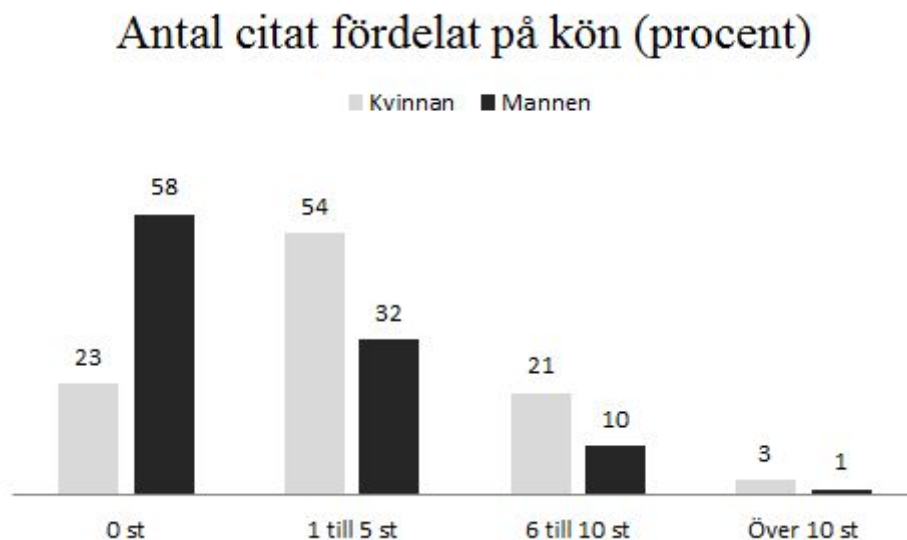
Att kvinnan är huvudperson i flest artiklar tror vi därför kan bero på att journalisten medvetet, eller omedvetet, väljer att intervjua kvinnan på grund av tidigare nämnda stereotyper. Vi kan också se att det inte skiljer sig nämnvärt när man jämför vem som är huvudperson i artikeln, med vilken tidning som skrivit den, se tabell 4 i tabellbilagan.

När man tittar närmare på vem som är huvudperson i artikeln beroende på par kan vi se att de enskilda parens resultat stämmer bra överens med helhetsresultatet. Det finns dock ett par som skiljer sig från resten, Jonna Vanhatalo och Marcus Birro. Där utgick alla artiklar från mannen. Det går dock inte att härleda några slutsatser när det kommer just det paret, då n-talet är väldigt lågt (n=5). För att se tabell, se tabell 5 i tabellbilagan.

### 5.1.2 Kvinnan får prata känslor

För att vidare mäta vem som får mest utrymme kommer vi urskilja vem av kvinnan och mannen som får flest citat i artiklarna. På det sättet ser vi vem av dem som får uttrycka sig flest gånger. Det huvudsakliga resultatet är det är vanligt att ingen får uttala sig i form av citat, men att kvinnan får det mer än män.

**Figur 6**



N-tal=221, n-tal Kvinnan=221, n-tal Mannen=221. Kvinnan total (procent): 101, Mannen total (procent): 101.  
 Kommentar: Alla siffror är avrundade.

Det är vanligt att varken mannen eller kvinnan får uttala sig och representeras med hjälp av citat i artiklarna. Mannen uttalar sig inte i 128 artiklar (58 procent), medan kvinnorna inte gör det i 51 artiklar (23 procent). I de fall där mannen eller kvinnan får komma till tals med hjälp av citat, finns det en stor skillnad mellan kvinnor och män. Det är nästan dubbelt så många kvinnor som män som får komma till tals på detta vis, 78 procent av kvinnorna jämfört med 43 procent av männen.

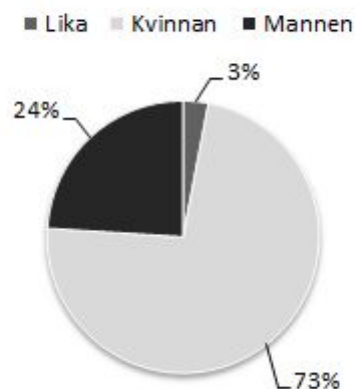
Detta kan återigen förklaras genom att kvinnor anses vara bra på att prata om känslor medan män anses vara dåliga på att uttrycka vad de känner (Josefsson, 2005). Vidare kan vi se att det inte råder någon större skillnad vad gäller hur många citat kvinnan respektive mannen får fördelat på tidning. Både i Aftonbladet och Expressen får kvinnan flest, se tabell 7 i tabellbilagan. Det gäller även fördelat på de olika paren, bortsett från Jonna Vanhatalo och Marcus Birro, se tabell 8 i tabellbilagan.

### 5.1.3 Kvinnans namn i topp

Fortsättningsvis mäter vi utrymmet de får genom att se till vem som nämns vid namn flest gånger i artiklarna. Om man nämns flera gånger betyder det att man tar upp en viss del av artikeln. Vem som nämns flest gånger är alltså ett mått på vem som tar störst utrymme. Det huvudsakliga resultatet är att kvinnan nämns vid namn flest gånger.

**Figur 9**

#### Nämns vid namn flest gånger fördelat på kön (procent)



N=221. Total (procent): 100, *Kommentar: Alla siffror är avrundade.*

Kvinnan får mest utrymme även här. Om man ser till vem som nämns flest gånger beroende på vem som är huvudperson i artikeln nämns kvinnan inte bara flest gånger i de artiklar där hon är huvudperson. Utan också i 76 procent av fallen i de artiklarna med neutral utgångspunkt. Det spelar inte heller här någon roll vilken av tidningarna man jämför med, se tabell 10 i tabellbilagan. Detsamma gäller fördelat på de olika paren, men även här bortsett från Jonna Vanhatalo och Marcus Birro, se tabell 11 i tabellbilaga.

## 5.2 Vem gestaltas som vad?

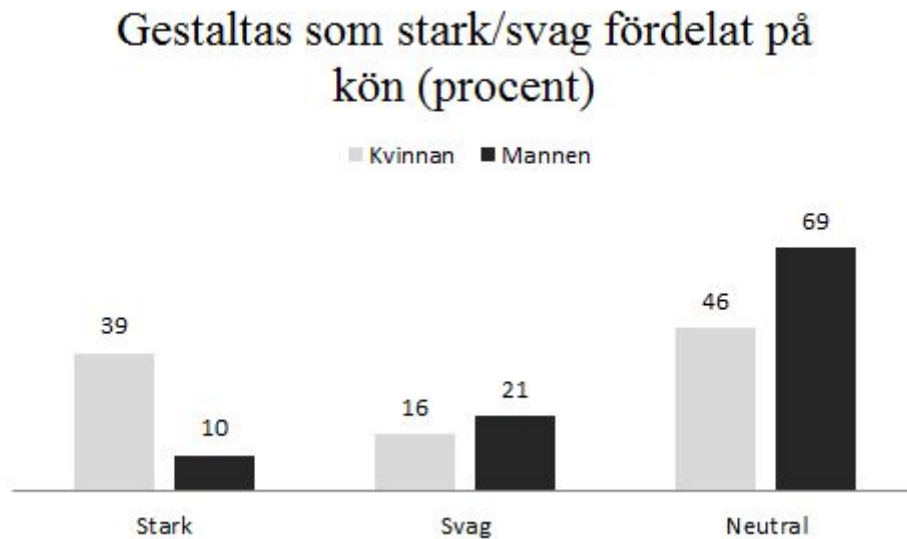
*I det här avsnittet kommer vi ta reda på vem som gestaltas som stark, svag eller neutral.*

### 5.2.1 Den neutrале mannen

För att ta reda på vem som gestaltas som vad undersöker vi vilka känslor de själva uttryckt, eller någon annan uttryckt åt dem. Detta eftersom det är när man pratar om känslor som det

framgår om man är stark, svag eller neutral. Det huvudsakliga resultatet är att mannen gestaltas som neutral i hög grad.

**Figur 12**



N-tal=221, n-tal Kvinnan=221, n-tal Mannen=221. Kvinna total (procent): 101, Man total (procent): 100.

*Kommentar: Alla siffror är avrundade.*

Kvinnan gestaltas också ofta som neutral, men inte i samma höga utsträckning som mannen. Mannen gestaltas som neutral i 69% av fallen. Medan kvinnan gestaltas som neutral i 46% av fallen. Kvinnan gestaltas vidare som stark i 39% av fallen. Det råder inte lika stor skillnad när det gäller att gestaltas som svag mellan de olika könen.

Att kvinnan gestaltas som stark går emot det teoretiska antagandet om att kvinnan skulle avbildas som ett offer (Jacobson, Broman Norrby och Edström, 2004). Det går även emot de stereotypa kvinnliga egenskaperna Jacobson (1998) framhåller, vilka bland annat är beroende och ängslig.

Att män gestaltas som neutrala kan bero på det Connell (2003) framhåller; att pojkar av populärkulturen får lära sig att framstå som hårda och dominerande. Enligt Hirdman (2007) deformeras pojkar även in i en alltmer extrem maskulinitet. Det vill säga att män redan som små pojkar lär sig att framstå som hårda. Och att de kanske därför inte visar känslor. Josefsson (2005) ger exempel på ännu en stereotyp manlig egenskap; viril.

Viril betyder enligt SAOL<sup>3</sup> att man ‘*har de egenskaper som anses utmärka en man, som är eller beter sig som ‘en riktig man’’*’ och ‘*som är eller anses vara full av kraft, styrka och dylikt.*’

<sup>3</sup> [Svenska akademins ordlista: viril](#) Läst: 180515.

Kvinnor gestaltas som sagt oftare som starka, men gör de det i alla artiklar, oavsett vem artikeln har som huvudperson? Nej, för när mannen är huvudperson är det vanligare att han är stark. Det finns alltså en betydelse i hur man gestaltas, fördelat på vem som är huvudperson i artikeln.

**Tabell 13 - Stark/svag fördelat på kön och vem som är huvudperson i artikeln (procent)**

	Neutral		Kvinnan		Mannen	
	Man	Kvinna	Man	Kvinna	Man	Kvinna
Stark	3	7	2	55	29	18
Svag	17	21	5	19	57	8
Neutral	79	72	93	26	15	74
Total	99	100	100	100	101	100
Totalt antal artiklar	29	29	130	130	62	62

N-tal=221, *Kommentar: Alla siffror är avrundade.*

När artikeln är neutral, det vill säga att varken kvinnan eller mannen är i huvudfokus, skiljer sig inte gestaltningen av kvinnan och mannen nämnvärt. Men med små marginaler förekommer kvinnan oftare som både stark och svag. Mannen i sin tur förekommer med små marginaler som mer neutral än kvinnan. Mannen förekommer också som mer neutral i kvinnans artiklar, än vad kvinnan gör i mannens.

Om man tittar närmre på alla de enskilda paren kan man se att samtliga män, utom en, gestaltas som neutral i högre grad än kvinnan. Undantaget var även här Jonna Vanhatalo och Marcus Birro. Där utgick dock alla artiklarna från mannen och kvinnan hade inga citat. För att se alla enskilda pars tabeller, se tabell 14 i tabellbilagan.

När man jämför hur könen gestaltas i Aftonbladet och Expressen finns det inga större skillnader, se tabell 15 i tabellbilagan. Detsamma gäller för om det är en kvinnlig eller manlig journalist, mannen förblir gestaltad som den neutrala parten och kvinnan som den starka. Se tabell 16 i tabellbilagan.

Som gestaltningsteorin säger är gestaltningsprocessen ofrånkomlig, precis som de journalistiska valen (Strömbäck, 2015). Och eftersom gestaltningar är oundvikliga uppfattas många val inte som val utan som självklarheter (Strömbäck, 2014). Journalisten kan med det sagt påverka hur en viss person framställs och därav även uppfattas av läsaren.

Journalisten har alltså makt när det kommer till att gestalta någon som stark eller svag. Och även om journalisten inte skriver något rakt ut, så väljer de vilka citat som kommer med i artikeln. De väljer också vilka frågor som ställs - som i sin tur genererar ett visst svar - som vidare leder till hur vi uppfattar intervjuobjektet.

När journalisten däremot skriver något rakt ut kan det ta sig form på olika sätt. Här i en artikel som rör Laila Bagge och kommentarer hon fått till följd av skilsmässan:

*"Jag har aldrig plockat bort kommentarer tidigare men att i denna jobbiga tid få läsa så många kommentarer som är lögner, skitsnack och rent förtal accepterar inte jag. Jag kommer att plocka bort alla kommentarer eftersom folk inte kan uppföra sig", skrev Laila. Och under gårdagskvällen satt hon som vanligt stark i "Idol"-jury under sändningen."*

Här kan man se att journalisten aktivt bestämmer att vi ska uppfatta Laila Bagge som stark.

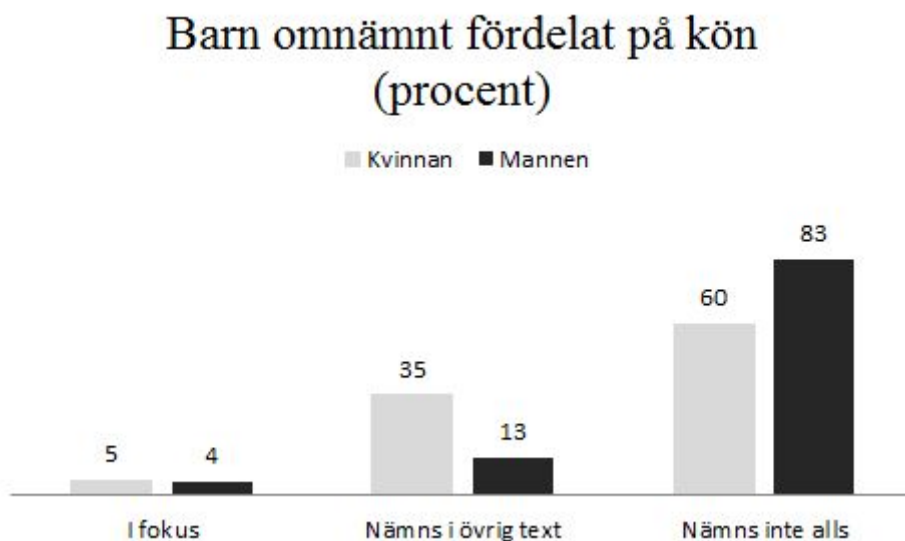
### 5.3 Vad står i fokus hos de olika könen?

*I följande avsnitt diskuterar vi vad som står i fokus, eller inte står i fokus, fördelat på de olika könen. Det som diskuteras är i följande ordning; barn, yrke och utseende.*

#### 5.3.1 Kvinnan och barnet

Det första vi gör är att se till vem som behandlar ämnet barn i störst utsträckning. Detta har vi gjort genom att se till vem som nämner de gemensamma barnen och hur tidigt i artikeln de nämner dem. Om de stått i fokus betyder det att har de nämnts i rubrik eller ingress. Det huvudsakliga resultatet är att det vanligaste är att barnen inte nämns, men när de gör det är det kvinnan som nämner dem.

**Figur 17**



N-tal=221, n-tal Kvinnan=221, n-tal Mannen=221. Kvinnan total (procent): 100, Mannen total (procent): 100.  
Kommentar: Alla siffror är avrundade.

Det är tydligt att kvinnan i paret i högre grad nämner gemensamma barn, hon nämner dem någon gång, oavsett om det är i fokus eller i övrig text i 40% av fallen. Mannen nämner dem någon gång i 17% av fallen. Det betyder att mannen inte nämner barn i 83% av fallen.

Detta resultat stämmer överens med vårt teoretiskt grundade antagande om att kvinnan förväntas vara vårdande, omtänksam, en bra mamma och att det är just mamman som ska ta hand om barnen (Josefsson, 2005). Det stämmer också överens med att mediebruset avbildar kvinnor som mödrar (Jacobson, Broman Norrby och Edström, 2004).

I de 29 fall där artikeln har en neutral utgångspunkt nämner kvinnan i högre grad barn än vad mannen gör. Kvinnan nämner barn, oavsett om det är i fokus eller övrig text, i 55% av artiklarna med neutral utgångspunkt. Mannen nämner barn i 31% av artiklar med neutral utgångspunkt.

**Tabell 18** - Barn omnämnt fördelat på kön och vem som är huvudperson i artikeln (**procent**)

	Neutral		Kvinnan		Mannen	
	Man	Kvinna	Man	Kvinna	Man	Kvinna
I fokus	3	7	0	7	11	0
Nämns i övrig text	28	48	5	44	24	11
Förekommer ej	69	45	95	49	65	89
Total	100	100	100	100	100	100
Totalt antal artiklar	29	29	130	130	62	62

N=221, Kommentar: Alla siffror är avrundade.

När mannen är huvudperson nämner han barnen som mest, i 35% av fallen. Jämför man med de artiklar då kvinnan är huvudperson ser man en skillnad, då kvinnan nämner barn i 51% av de fallen.

Kvinnan nämner även barn i artiklar där mannen är huvudperson oftare än vad män nämner barn i artiklar där kvinnan är huvudperson. Vad gäller de olika tidningarna råder det ingen större skillnad från det hela resultatet, se tabell 19 i tabellbilagan.

Ett exempel som rör omnämnande av barn är när Laila Bagge fått nytt jobb:

*“Jag behöver inte och tänker inte redovisa hela mitt liv för att alla ska förstå hur jag jobbar och hur jag löst mina dagar med barnen. Det enda jag kan säga är att det finns många föräldrar som är ensamstående med både nattjobb och jobb där man jobbar tidigt på morgonen.”*

I en artikel som handlar om Ebba Witt-Brattström och att hon vunnit pris för god kulturjournalistik inleds artikeln med en diskussion om barn, ett tydligt val från journalistens sida:

*“- Ursäkta om jag ammar, säger Natalia Kazmierska.  
- Ursäkta? Det är väl underbart att du ammar!*

*Ebba Witt-Brattström går i väntans tider. Hennes äldste son - hon har fyra - ska snart bli pappa, hon själv för första gången farmor. Att barnbarnet är efterlängtat råder det inga tvivel om.”*

Man kan fråga sig själv om samma artikel, fast med Horace Engdahl i fokus, hade inletts på samma sätt. Precis denna fråga tas upp i en artikel där Jessica Almenäs är huvudperson, i ett stycke där hon berättar om en konversation hon haft med Carina Berg:

**“Hur trött är du på frågor om att jobba som nybliven mamma?**

–Jo, ganska trött, säger hon med ett skratt.

**Hur många såna frågor får du?**

– Våldigt många.

**Hur många av dina manliga kollegor får samma frågor, tror du?**

– Ingen, tror jag. Vilket är ganska fascinerande. Till exempel Filip och Fredrik som är ute och reser så mycket, de borde ju verkligen få frågor om hur de får ihop det med sitt familjeliv och sina ungar.

**Säger du det till dem som frågar?**

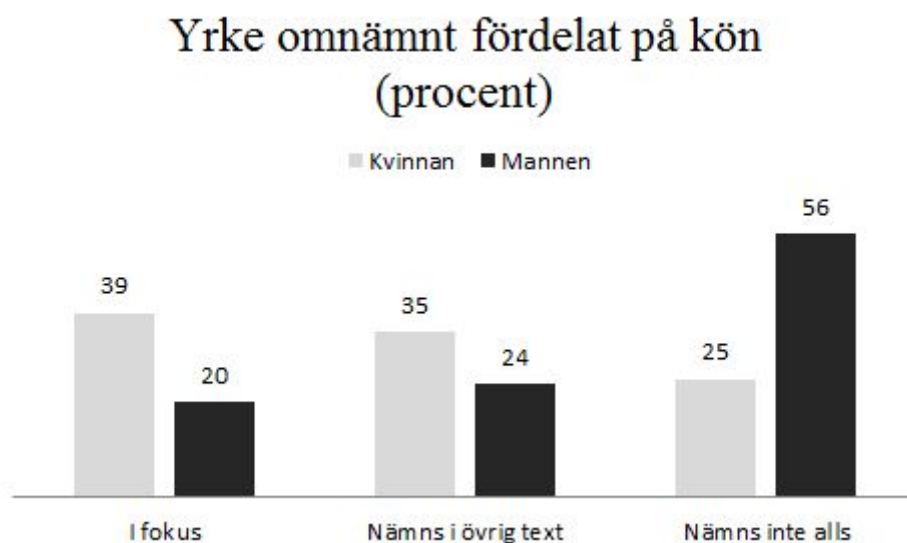
– Nej, men jag ska börja med det. Jag och Carina Berg pratade om det innan den här pressträffen om att vi ska börja svara så: ”Fråga Filip och Fredrik hur de får ihop sitt livspussel”, då kan jag också svara.”

Det blir här ännu tydligare att det är kvinnor och inte män som får frågor om barn - och därav pratar mer om barn. Gällande de enskilda paren stämmer majoritetens resultatet överens med det hela resultatet, men några undantag, se tabell 20 i tabellbilagan.

### 5.3.2 Kvinnans yrke är viktigt

Nästa steg är att se till vems yrke som tas upp i störst utsträckning. Detta har vi gjort genom att se till om man kan urskilja de olika parternas yrkestitlar och isåfall hur tidigt man kan göra det. Om yrket stått i fokus har man kunnat utläsa yrkestiteln i rubrik eller ingress. Det huvudsakliga resultatet är att kvinnans yrke nämns oftare än mannens.

**Figur 21**





N=221, n-tal Kvinnan=221, n-tal Mannen=221. Kvinna total (procent): 99, Man total (procent): 100.  
 Kommentar: Alla siffror är avrundade.

När det kommer till att nämna kvinnans respektive mannens yrke kan man se att kvinnans nämns oftare. Kvinnans yrke nämns någon gång i texten, oavsett om det är i fokus eller övrig text, i 74% av fallen. Detta medan mannens någon gång nämns i 44% av fallen. Det blir också tydligt när man ser till att mannens yrke inte alls nämns i 56% av fallen, medan kvinnans yrke inte alls nämns i 25% av fallen.

Detta går emot vårt teoretiskt grundade antagande. I tidigare forskning kan man läsa att reklam riktad till pojkar ofta handlar om att yrkesarbete, medan reklam riktad till flickor bland annat handlar om att fixa med sitt utseende (Jacobson, Edström och Muhr, 1998). Det framgår även att yrken som ses som socialt viktiga har en maskulin karaktär (Löfgren Nilsson, 2015). Därför trodde vi att mannens yrke skulle nämnas i högre grad än kvinnans.

Man kan också, i tabell 22, se att kvinnans yrke nämns oftast även när artikeln har en neutral utgångspunkt. Kvinnans yrke nämns dessutom oftare i artiklar där mannen är huvudperson, än tvärtom.

**Tabell 22 - Yrke omnämnt fördelat på kön och vem som är huvudperson i artikeln (procent)**

	Neutral		Kvinnan		Mannen	
	Man	Kvinna	Man	Kvinna	Man	Kvinna
I fokus	38	45	7	54	39	7
Nämns i övrig text	28	45	19	32	36	39
Nämns inte alls	35	10	75	15	26	55
Total	101	100	101	101	101	101
Totalt antal artiklar	29	29	130	130	62	62

n=221, Kommentar: Alla siffror är avrundade.

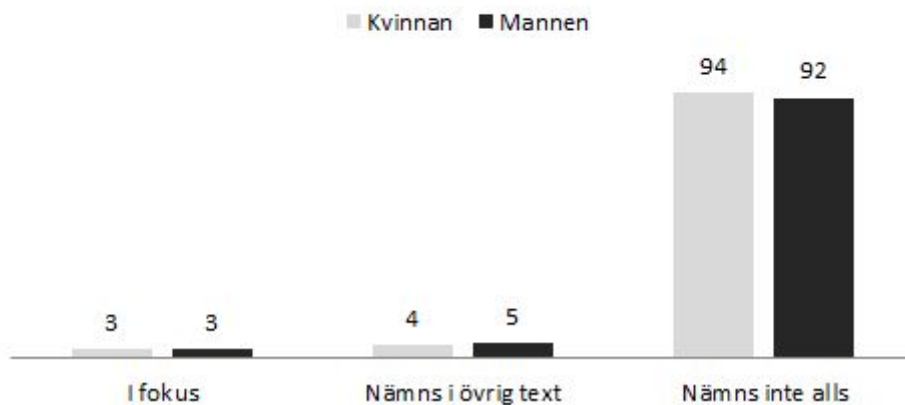
Man kan se liknande mönster i både Aftonbladet och Expressen, se tabell 23 i tabellbilagan. Vad gäller det enskilda paret finns inga drastiska skillnader från det hela resultatet, bortsett från Jonna Vanhatalo och Marcus Birro, se tabell 24 i tabellbilagan.

### 5.3.3 Utseende har ingen betydelse

Det sista vi gör i avsnittet vad gäller vad som står i fokus för vem, är att se till vilken grad utseende diskuteras. Detta har vi gjort genom att se till om något som rör utseende berörs i artikeln och hur tidigt i artikeln det gjorts. Om det stått i fokus har något som går att koppla till en eller båda av de berörda parternas utseende nämns i rubrik eller ingress. Det huvudsakliga resultatet är att utseende i princip aldrig nämns.

### Figur 25

## Utseende omnämnt fördelat på kön (procent)



N=221, n-tal Kvinnan=221, n-Mannen=221. Kvinnan total (procent): 101, Mannen total (procent): 100.  
 Kommentar: Alla siffror är avrundade.

Vad gäller huruvida utseende nämns är skillnaderna nästintill obefintliga. Gestaltning av utseende är något som sällan förekommer i artiklarna, vad gäller varken män eller kvinnor. Det finns inte heller någon skillnad om man jämför i vilken utsträckning utseende gestaltas i Aftonbladet och Expressen, se tabell 26 i tabellbilagan. När det kommer till hur utseende gestaltas beroende på vem som är huvudperson i artikeln är också skillnaderna ytterst få, eftersom det är så få artiklar som behandlar frågan.

Med tanke på den tidigare forskning vi tog del av trodde vi att resultaten skulle te sig annorlunda. Detta på grund av att kvinnlighet ofta visas upp genom yttre attribut (Lövgren, 2016). Thompson och Zerbinus (1997) framhåller att en stereotyp i tecknade serier är att tjejerna bryr sig om utseende, till skillnad från killarna som istället är våldsamma och aktiva. Detsamma gäller tidningar framtagna för flickor (Sjöberg, 2016).

Utifrån delvis detta trodde vi att kvinnornas utseende skulle diskuteras mer än mannens och mer än vad det gjorde i allmänhet. Vi har stött på fåtal artiklar som fokuserar helt och hållet på utseende. Ett exempel på en sådan artikel är en som rör Anitha Schulmans bröstoperation. Under rubriken "Därför opererade Anitha bröstet efter separationen" kan man läsa:

*"Det var väl min ritual antar jag, att få en ny kropp som tillhör mig och som inte har varit utlånad till någon annan, säger hon till tidningen."*

Vidare säger hon "Som kvinna är man märkt på ett annat sätt efter två, tre graviditeter. Visst, du kan träna, men det finns spår av amning och bebis över hela din kropp."

Det kan också beskrivas väldigt kort, i förbifarten. Här i ett exempel från en intervju med Marcus Birro:

*"Jag mår fantastiskt bra. Har precis skrivit kontrakt rörande ny roman, fått nytt jobb som krönikör, lyckats gå ned sju kilo på sex veckor och turnerar för fulla hus", skriver Marcus Birro."*

Det är jämnt fördelat även när man ser till de enskilda paren, se tabell 27 i tabellbilagan.

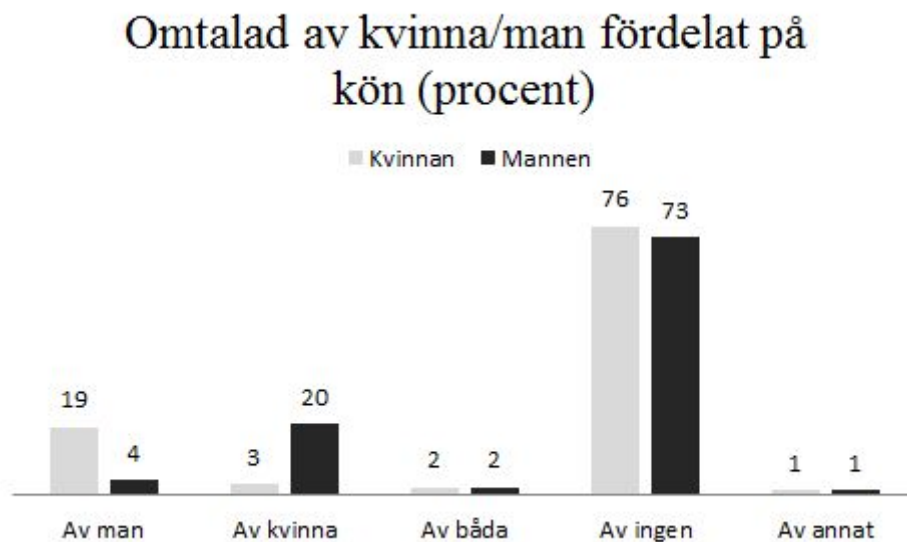
## 5.4 Vem talar om vem?

*I detta avsnitt vill vi se om kvinnan eller mannen omtalas av någon annan i högre grad än den andre.*

### 5.4.1 Kvinnor talar om män, män talar om kvinnor

För att ta reda på det ser vi helt enkelt till vem som omtalar vem genom att konstatera; 1. Vem i paret har blivit omtalad?, och 2. Av vem? Om till exempel mannen blivit omtalad av en kvinna kan det vara kvinnan i paret eller en utomstående kvinna. Det huvudsakliga resultatet är att det är vanligast att inget av könen omtalas av någon.

**Figur 28**



N=221, n-tal Kvinnan=221, n-tal Mannen=221. Kvinnan total (procent): 101, Mannen total (procent): 100.  
 Kommentar: Alla siffror är avrundade.

Vad gäller fokus på i vilken utsträckning mannen respektive kvinnan blivit omtalade i artikeln kan vi se att det inte råder någon större skillnad. Kvinnan omtalas inte i 75% av fallen, medan mannen inte omtalas i 72% av fallen.

**Tabell 29 - Antal procent av artiklarna kvinnan och mannen omtalas i (procent)**

	Kvinna omtalad	Man omtalad
Omtalad	25	27
Inte omtalad	75	72
Total	100	99

Totalt antal artiklar	221	221
-----------------------	-----	-----

n=221

*Kommentar: Alla siffror är avrundade.*

Utöver det kan vi se att kvinnor och män omtalar varandra i högre grad än vad män omtalar män, och kvinnor omtalar kvinnor. Detta beror antagligen på att kvinnan och mannen i respektive par omtalar vandra. Men under kodningen har vi även vägt in utomstående män och kvinnor som omtalat de båda parterna i paret. Detta förekom dock inte särskilt ofta.

Om vi mäter samma sak och jämför Aftonbladet och Expressen ser vi inga större skillnader från det hela resultatet, se tabell 30 i tabellbilaga. Det är även jämnt fördelat om man ser till de enskilda paren, se tabell 31 i tabellbilagan.

## 5.5 Kvinnlig eller manlig journalist?

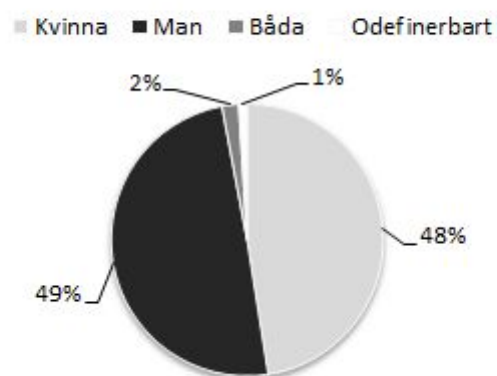
*I det sista avsnittet vill vi ta reda på om det finns några mönster eller skillnader vad gäller vilket kön journalisten som skrivit artikeln har.*

### 5.5.1 Jämnt fördelat bland journalisterna

För att ta reda på om det finns några skillnader har vi kodat vilket kön som skrivit alla artiklar, för att sedan kunna korsköra det med andra variabler.

**Figur 32**

### Artikel skriven av kvinna/man (procent)



N=221, Total (procent): 100, *Kommentar: Alla siffror är avrundade.*

Vad gäller vilket kön journalisten som skrivit artikeln har, oavsett tidning, är det jämnt fördelat mellan kvinnor och män. På Aftonbladet är det något fler kvinnliga journalister, medan det på Expressen är något fler manliga. Skillnaden är dock inte stor, se tabell 33 i tabellbilagan. Vi märkte också att journalistens kön överlag inte har någon betydelse för de olika resultaten.

## 6. Slutsatser och sammanfattning

---

*I det här kapitlet kommer vi sammanfatta uppsatsens huvudsakliga resultat och resonera kring våra egna tolkningar. Vi kommer också diskutera resultatens validitet.*

### 6.1 Slutsatser och slutdiskussion

Idén till denna uppsats kom från att vi ville undersöka mediernas gestaltning av kvinnor och män. Vidare föddes idén om att studera skilsmässor - just för att det är där de invanda rollerna och de kvinnliga och manliga stereotyperna ställs på sin spets. Vi har tagit fram frågeställningar utifrån teori och tidigare forskning om stereotyper som rör de olika könen. Vår undersökning både befäster och dementerar de stereotyper vi tog fram.

### 6.2 Detta fick inte empiriskt stöd

*Våra teoretiskt grundade antaganden både befästs och dementeras av empirin. Nedan kommer vi behandla de som inte fick empiriskt stöd och därav dementerades.*

#### **Vilket kön för störst utrymme?**

Vad gäller frågeställningen “*vilket kön får störst utrymme?*” visade tidigare forskning tecken på att svaret skulle vara mannen. Jarlbro (2006) framhåller att FN 1995 erkände att den bristande kvinnorepresentationen i medierna kunde ha betydelse för deras strävan efter ett jämställt liv. Vilket betyder att det redan funnits en bristande representation av kvinnor, som i sin tur också betyder att män var eller är överrepresenterade.

Jacobson (1998) framhåller stereotypa manliga egenskaper, däribland; kraftfull, dominerande, oberoende, tävlingsinriktad, individualistisk och självsäker. Dessa egenskaper för enligt oss tankarna till en person som tar plats. Stereotypa kvinnliga egenskaper är däremot mjuk, beroende, inställd på samarbete, känslig för andras behov och ängslig. Dessa egenskaper tillhör enligt oss inte nödvändigtvis en person som står i rampljuset.

Som det står skrivet i föregående kapitel framhåller Josefsson (2005) att det finns förväntningar på hur en kvinna ska vara, däribland att hon inte ska ta för stor plats. Vi kan också läsa att en stereotyp bild av kvinnan är att hon är passiv, till skillnad från mannen (Björk, 1996). O’Toole (2016) tillägger att barn redan i ung ålder lär sig att det är killarna som är huvudrollen, medan tjejerna ska stå i skymundan.

För att mäta vem som fick störst utrymme mätte vi vem som fick vara huvudperson i flest artiklar, vem som fick flest citat och vem som nämdes vid namn flest gånger. Kvinnan hade högst procent i samtliga.

Detta betyder att kvinnan fick störst utrymme i det undersökta materialet. Det teoretiska antagandet om att kvinnan ofta intar en passiv roll och inte får ta för stor plats saknar därför empiriskt stöd.

Vi tror att detta beror på det teoretiskt grundade antagandet att kvinnor både pratar mer och är bättre på att prata känslor än män. Josefsson (2005) framhåller även att män har svårt att uttrycka empati och kompenserar för rädsla genom att stänga av känslor.

Vi tror med det sagt inte att det är så att män är sämre på att uttrycka känslor än kvinnor. Men vi tror att journalisten kan göra ett medvetet val utifrån dessa stereotyper och vända sig till kvinnan istället för mannen på grund av dem. Detta förklarar i så fall varför kvinnan tillåts stå i centrum när det handlar om känslor.

Att journalisten skulle göra ett val för oss in på aspekten gällande gestaltningsteorin. Som gestaltningsteorin menar är det hela tiden journalisten som gör både medvetna och omedvetna val i sin rapportering (Strömbäck, 2014). Dessa val har att göra med vem journalisten låter uttala sig i artikeln, och vad personen tillåts säga. Ett sätt att förklara gestaltningsteorin är genom att säga att medier väljer att gestalta verkligheten på vissa sätt men inte andra.

Vi menar här att journalisten kan ha gjort ett medvetet eller undermedvetet val vad gäller att rapportera utifrån den stereotyp som säger att kvinnor är bättre att prata om känslor.

Vidare använde vi huruvida mannen och kvinnan omtalas i texten som ett mått på hur stort utrymme de får. Den variabeln gav dock inte särskilt mycket då ingen av dem blev särskilt omtalad. Det vi kom fram till var att kvinnor omtalar män och män omtalar kvinnor. Detta beror dock på att mannen och kvinnan i förhållandet omtalar varandra. Det sker sällan att någon utomstående paret omtalar någon i paret.

### **Gestaltas någon som stark/neutral/svag?**

När det kommer till vem som gestaltas som stark, svag eller neutral trodde vi utifrån vårt teoretiskt grundade antagande att kvinnorna skulle vara svaga, medan männen skulle vara starka. Som Jacobson, Broman Norrby och Edström (2004) skriver så kan man läsa att skildringar av män och kvinnor i massmedia skiljer sig åt. Mannen avbildas som stark och kompetent medan kvinnan avbildas som inåtvänd, sexobjekt eller offer. Jarlbro (2006) har vidare sett att när kvinnor framträder är det oftast i en så kallad offerroll. Kleberg (2015) skriver att man sedan långt tillbaka beskrev kvinnor som osäkra och känslösa.

Detta ger oss anledning att tro att kvinnorna i högre grad skulle gestaltas som svaga. Vilket de inte gör. Männen gestaltas inte heller som särskilt starka, utan snarare neutrala. Detta tror vi återigen går att förklara med hjälp av den rådande stereotypen om att kvinnor är bättre på att prata känslor, medan män har svårt för det.

Kvinnan gestaltas oftare med känslor, vare sig de är som stark eller svag. Detta går också att koppla till stereotypen om att kvinnan är känslig (Björk, 1996). Däremot visar empirin att känslig inte är lika med svag.

Att mannen i hög grad gestaltas som neutral tror vi har att göra med tidigare diskussion om journalistens val kopplat till gestaltningsteorin. Männens kanske helt enkelt inte får lika stor chans som kvinnan att uttrycka sina känslor, och därav framställs han som neutral. För vi har svårt att tro att någon faktiskt skulle vara neutral i en skilsmässa, man som kvinna.

När vi kodat någon som neutral har personen antingen inte deltagit i artikeln, inte blivit omtalad i artikeln på ett sätt som rör känslor eller deltagit i artikeln men då inte uttryckt några direkta känslor. Vi har kodat dem som starka, svaga eller neutrala utifrån hur de pratat om sina känslor, eftersom vi anser att det är då det går att komma åt.

### **Berörs någons yrke?**

Vad gäller huruvida det skrivs om kvinnans och mannens yrke talade vårt teoretiskt grundade antagande för att mannens yrke skulle stå i fokus. Ekman (1998) framhåller att mannen i reklam ofta gestaltas som aktiv och stark, gärna i en framgångsrik yrkesroll. Löfgren-Nilsson (2015) skriver att yrken som ses som socialt viktiga har fått en maskulin karaktär. Och som Jacobson, Edström och Muhr (1998) framhåller så brukar pojkar i reklam oftast konstruera, rasera och yrkesarbeta.

På grund av detta trodde vi att mannens yrke skulle stå i fokus och kvinnans hamna i skymundan. Men att det inte gör det kan bero på den aspekten att våra valda par faktiskt inte bara är offentliga, utan också välkända och därav starka i sina yrkesroller. Kvinnor såväl som män. Att kvinnor också skulle ha någon slags huvudroll stärks ytterligare när vi ser att hennes yrke nämns i högre grad än mannens. En förklaring till varför kvinnans yrke nämns mer än mannens kan vara just det, att kvinnan får en slags huvudroll, som indirekt gör att mannen intar en slags biroll, där till exempel presentation av yrkestitel faller bort.

### **Berörs någons utseende?**

När det kommer till vems utseende som berörs trodde vi att kvinnan skulle stå i fokus, eftersom vårt teoretiskt grundade antagande vittnade om det. Till exempel tar Jarlbro (2006) upp hur man gestaltar en kvinnlig respektive manlig överåklagare och advokat. Den kvinnliga överåklagaren gestaltas genom ett långt utlägg om hennes kläder och utseende. Till skillnad från den manlige advokaten där utseende inte nämns. Hon menar att en likadan gestaltning som gjordes av kvinnan aldrig skulle göras av mannen.

Vi kan också läsa att barn i tidig ålder lär sig att det är kvinnan som ska bry sig om sitt utseende. Thompson och Zerbinus (1997) som undersökt stereotyper i tecknade serier visar att tjejerna där brydde sig om sitt utseende till skillnad från killarna som inte gjorde det. Det samma gäller för tidningar riktade till tjejer, där gåvoartiklar som följer med är smycken, smink och accessoarer som är till för att göra sig fin med (Sjöberg, 2016).

Vad vi kunde se var dock att det inte råder några skillnader gällande hur ofta utseende gestaltas eller nämns. Vi tror att det faktum att kvinnors och mäns utseende gestaltas i samma grad kan bero på att samhället inte bara fokuserar på kvinnans utseende längre, utan också mannens. Å andra sidan var det väldigt få gånger utseende nämndes överhuvudtaget.

Kanske är vi inte lika utseendefixerade längre? Eller så är helt enkelt inte utseende något som journalisten lägger vikt vid när det kommer till skilsmässorapportering.

### 6.3 Detta fick empiriskt stöd

*I följande avsnitt kommer vi diskutera de teoretiskt grundade antaganden som fick empiriskt stöd.*

#### **Berörs någons föräldraroll?**

Ett teoretiskt grundat antagande som fick empiriskt stöd var det som handlade om att kvinnan i högre grad förväntas prata om barn och sin roll som mamma. Tidigare forskning kring stereotypa föräldraroller visar att stereotypen är den att det är mamman som förväntas vara hemma med barnet, medan pappan arbetar (Thomsson och Elvin-Nowak, 2003).

Thomsson och Elvin-Nowak (2003) menar dessutom att kvinnor som inte tar hand om hemmet, och med det också barnen, ses som okvinnliga, oansvariga och som dåliga personer. När det kommer till mannen får däremot detta "kvinnogöra" honom att framstå som löjlig. Det är också kvinnor som får frågor om hur hon kan lämna sitt barn hemma för att jobba, medan mannens frågor ifrågasätter varför han väljer att ta hand om barnet istället för att jobba.

I teorin om genuskontraktet stärker Hirdman (2003) också stereotypen om att det är kvinnan som ska ta hand om hemmet och barnen. Dessutom säger tidigare forskning att stereotypt kvinnliga egenskaper är ängslig och omhändertagande (Leaper, Breed, Hoffman & Pearlman, 2002). Där menar vi att egenskapen "omhändertagande" lätt kan kopplas till den stereotypa mammarollen.

Vi menar också att gestaltningsteorin och journalistens val spelar en stor roll i frågan om vem som pratar mest om barnen. Intervjuer och artiklar baseras som sagt på journalistens olika val, däribland vilka frågor som ställs och vem man väljer att intervjua. Därför tror vi att journalisten väljer, medvetet eller undermedvetet, att i större utsträckning prata med kvinnor om barn och föräldraroll. Precis som tidigare diskussion gällande vem som får prata om känslor. Samma medvetna eller omedvetna val menar vi sker när journalisten inte ställer frågor om barnen och föräldrarollen till mannen.

#### **Spelar journalistens kön någon roll?**

Vad gäller journalistens kön och ifall det skulle spela någon roll för hur rapporteringen ter sig hade vi inget direkt teoretiskt grundat antagande. Vi kom i vilket fall fram till att journalistens kön inte har någon betydelse för artikelns utfall. Detta efter att ha korskört journalistens kön med våra variabler och sett att resultaten såg ungefär likadana ut.

Inte heller hade Aftonbladet och Expressen några nämnvärda skillnader i sina respektive rapporteringar.



## 6.4 Resultatvaliditet

Som vi tidigare diskuterat under rubriken *4.4 Reliabilitet och validitet* så menar vi att vår undersökning har hög validitet. Trots att inte alla teoretiskt grundade antaganden befästes vill vi argumentera för att det inte går att ifrågasätta undersökningens reliabilitet eller begreppsvaliditet. Vi menar fortfarande att de är höga.

Urvalet påverkar eventuellt våra resultat, eftersom det inte med säkerhet går att säga att vi hade fått samma resultat om vi hade valt andra fall, som diskuteras under rubrik *4.4.4 Extern validitet*. Dock menar vi att dessa eventuella skillnader då skulle bero på de valda fallen och inte på grund av metodval eller operationalisering. Eftersom resultatvaliditet handlar om vi faktiskt undersökt det vi utifrån våra frågeställningar sagt att vi ska undersöka (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wängnerud, 2016), så tycker vi att undersökningen har en hög resultatvaliditet, trots att inte alla teoretiskt grundade antaganden får empiriskt stöd.

## 7. Slutdiskussion

---

*I det här kapitlet kommer vi sammanfatta uppsatsens huvudsakliga resultat och ge förslag till fortsatt forskning.*

### 7.1 Bilden av kvinnan

Man får en bild av kvinnan som yrkesarbetande, stark och någon som tar mycket plats. Hon visar känslor och pratar mycket om sin relation till barnen.

### 7.2 Bilden av mannen

Bilden av mannen är att han tillskrivs mindre av det mesta. Han är mest neutral, om man bortser från ett par, som genomgående stack ut. Jonna Vanhatalo och Marcus Birro. Vidare pratar mannen inte särskilt mycket om sina känslor och inte heller relationen till sina barn.

### 7.3 Övriga reflektioner

#### **Vem är välkänd?**

Vi har reflekterat över hur rapporteringen påverkats till följd av hur välkända parterna i paret är. När vi ser tillbaka på hur vi gick tillväga gällande vårt urval hade vi, om vi skulle göra om undersökningen, lagt till ett kriterium i listan över urvalskriterier. Det skulle vara ett kriterium som omfattar en slags minimigräns av antal artiklar som måste ha skrivits om respektive par. Det skulle också bli ett slags mått på vad "välkänd" är.

Detta tror vi skulle vara bra eftersom ett par, Jonna Vanhatalo och Marcus Birro, inte inkluderades i undersökningen på samma sätt som de andra paren. Dels var våra analysenheter gällande dem endast fem stycken, vilket ger ett lågt n-värde, som betyder att det är svårt att dra några slutsatser. Dessutom var Jonna Vanhatalo inte huvudperson i någon av artiklarna och fick heller inga citat i någon av dem.

Eftersom Jonna Vanhatalo knappt fick någon plats i någon av artiklarna kan vi ha missbedömt hennes status. Visst, hon är offentlig, men det betyder inte att hon är välkänd. För att kringgå detta problem skulle man kunna addera ytterligare ett kriterium på listan över urvalskriterier. Det skulle kunna vara ett kriterium som omfattar en slags minimigräns som säkerhetsställer att båda parterna får komma till tals i x antal artiklar. Detta blir också en slags garanti på att inte bara den ena halvan av paret är välkänd, likt tidigare förslag.

#### **Källornas bäst före-datum?**

Vi vill också lyfta en diskussion vi haft kring vår tidigare forskning. Många av de källor vi använt oss av kommer från sent 90-tal och tidigt 00-tal. Därför kan de skett förändringar gällande till exempel stereotypa kvinnliga och manliga egenskaper som vi använt oss av. Det kan vara en ytterligare förklaring till varför flera av våra teoretiskt grundade antaganden inte fick empiriskt stöd.

Vi är också medvetna om att vi lever i ett samhälle med en ständigt pågående genusdebatt och ökad genusmedvetenhet. Med det sagt kanske den enskilde journalisten numera reflekterar en extra gång över hur man väljer att gestalta kvinnor och män i sin rapportering.

## 7.4 Framtida forskning

Den här studien undersöker endast gestaltningar av skilsmässor i kvällspress. Förslagsvis skulle en annan studie kunna undersöka hur liknande artiklar och situationer beskrivs i morgontidningar eller populärpress. Det hade varit intressant att undersöka hur rapportering och gestaltningar skiljer sig mellan tidningar som titulerar sig på ett annat sätt än kvällspress.

Vår studie fokuserar enbart på artikeltextern, det skulle därför vara intressant att göra en studie som enbart fokuserar på bilderna till artikeln. En bildanalys över bilderna i artiklar som behandlar skilsmässor helt enkelt.

Ytterligare en framtida diskussion att fundera kring är vem som får ta mest plats i medier. Enligt vår undersökning är det kvinnorna som tillåts ta mest plats. Ser det likadant inom andra typer av rapportering, om man tittar utanför vårt undersökta område? Enligt den tidigare forskningen vi läst och sammanställt finns det tydliga stereotyper kopplat till de olika könen. En framtida diskussion skulle därför kunna vara inom vilka områden av medierapporteringen som stereotyperna lever kvar respektive var de försvunnit.

Och med tanke på den ständigt pågående genusdebatten hade det varit intressant att undersöka förändring över tid. Har rapporteringen om skilsmässor sett annorlunda ut förr? Är man mer "medveten" nu än då?

## 8. Referenslista

---

Allt är möjligt. (2018). [Om oss](#). Läst: 180424.

Backman, C., Hedenus A. & Ulfsdotter Eriksson, Y. (2014). [Stereotyper och brytbilder i yrkesbeskrivande text och film](#). Hämtad: 180420.

Berglez, P., Ekström, M., Johansson, B., Eriksson, G., Nilsson, Å., Larsson, L., Kroon-Lundell, Å., Vigsö, O., Fogde, M., Ledin, J., Östman, J. (2010). *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur.

Björk, N. (1996). *Under det rosa täcket*. Stockholm: Wahlström & Widstrand.

Borgström, E., Rosenberg, T., Stahre, U., Ney, A., Fuhr, G. & Liliequist, J. (2002) *Makalösa kvinnor*. Göteborg: Alfabetanamma.

Butler, J. (2006). *Genus ogjort*. Stockholm: Norstedts Akademiska Förlag.

Butler, J. (2007). *Genustrubbel*. Göteborg: Daidalos.

Connell, R. (2003). *Om genus*. Göteborg: Daidalos.

Connell, R. (2015). *Om genus*. Göteborg: Daidalos.

de Beauvoir, S. (2012) *Det andra könet*. Stockholm: Norstedts.

Ekman, K. (1998). *Var så god: makt, kön och media*. Stockholm: Rabén Prisma.

Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H. & Wängnerud, L. (2016). *Metodpraktikan*. Stockholm: Norstedts Juridik.

FN:s kvinnokonvention (1979) [Styrdokument](#). New York: Kvinnokonventionen. Hämtad: 180424.

Hirdman, A. & Kleberg, M. (2015). *Mediers känsla för kön*. Göteborg: Nordicom.

Hirdman, Y. (2007). *Gösta och genusordningen*. Stockholm: Ordfront.

Hirdman, Y. (2014). *Vad bör göras?* Stockholm: Ordfront.

Hirdman, Y. (2003). *Genus: om det stabila föränderliga former*. Stockholm: Liber.

Hirdman, Y. (1988). [Genussystemet - reflexioner kring kvinnors sociala underordning](#). Hämtad: 180513.

Jarlbro, G. (2006). *Medier, Genus och Makt*. Lund: Studentlitteratur.

Jacobson, M., Broman Norrby, A. & Edström, M. (2004). *Allt är möjligt : en handbok i mediekritik*. Göteborg: Allt är möjligt.

Jacobson, M., Edström, M. & Muhr, G. (1998). *Drömprinsen och glamourgullet*. Stockholm: Konsumentverket.

Josefsson, H. (2005). *Genus - hur påverkar det dig?* Stockholm: Natur & Kultur.

Leander G. (2004). *Könets kemi : om könsskillnader, hormoner och allt som förenar oss*. Västerljung: Valentin förlag.

Leeper, C. Breed, L. Hoffman, L. Pearlman, C-A. (2002). *Variations in the Gender-Stereotyped Content of Children's Television Cartoons Across Genres*. Hämtad:

Lykke, N. (2009). *Genusforskning - En guide till feministisk teori, metodologi och skrift*. Stockholm: Liber.

Lövgren, K., Bränström Öhman, A., Persson, T., Sjöberg, J., Söderberg, E. & Åström, B. (2016). *Att konstruera en kvinna : berättelser om normer flickor och tanter*. Lund: Nordic Academic Press.

O'Toole, E. (2016). *Girls will be girls: Klä upp sig, klä ut sig och våga agera annorlunda*. Stockholm: Ordfront.

Rydström, J. & Tjeder, D. (2009) *Kvinnor män och alla andra*. Lund: Studentlitteratur.

SFS 1991:433. *Jämställdhetslagen*. Stockholm: Integrations- och jämställdhetsdepartementet.

SFS 2008:567. *Diskrimineringslagen*. Stockholm: Kulturdepartementet.

Strömbäck, J. (2014). *Makt, medier och samhälle*. Lund: Studentlitteratur.

Shehata, A. (2015). *Journalistikens dagordningar och gestaltningar*. Strömbäck, J. *Handbok i journalistikforskning (s.353-368)*. Lund: Studentlitteratur.

Thompson, T L. & Zerbinos, E. (1997). [Television Cartoons: Do Children Notice It's a Boy's World?](#) Hämtad: 180419.

Thomsson, H., & Elvin-Nowak, Y. (2003). *Att göra kön - om vårt våldsamma behov av att vara kvinnor och män*. Stockholm: Albert Bonniers Förlag.

Thurén, B-M. (2004). *Genusforskning - Frågor, villkor och utmaningar*. Stockholm: Vetenskapsrådet.

Werner, A. & Nordström, M. (2013). [\*Strong women? Girls and role models in music production and consumption.\*](#) Hämtad: 180420.

## Kodschema

	Variabelnamn (label)	Variabelvärden	Analysregler
v1	Datum	XX/XX/XX	Exempel "18/01/01".
v2	Rubrik	"Rubrik"	Artikels rubrik.
v3	Tidning	0 = Aftonbladet 1 = Expressen	Aftonbladet eller Expressen.
v4	Par	0 = Anitha, Calle 1 = Carina, Kristian 2 = Ebba, Horace 3 = Jennie, Filip 4 = Jonna, Marcus 5 = Laila, Niclas	Vilket par är det som står i fokus för artikeln.
v5	Huvudperson	0 = Neutral 1 = Kvinnan 2 = Mannen	Vem är huvudperson i artikeln.
v6	Kvinnan omtalad	0 = Av man 1 = Av kvinna 2 = Av båda 3 = Av ingen 4 = Av annat	Blir kvinnan omtalad av någon genom ett citat i artikeln*.  Med omtalad menas att personen blivit omnämnd, så som "hon", "namn", eller "exet".  Alltså inte tilltalad, så som "du", "vi" eller "oss".
v7	Mannen omtalad	0 = Av man 1 = Av kvinna 2 = Av båda 3 = Av ingen 4 = Av annat	Blir mannen omtalad av någon genom ett citat i artikeln*.  Med omtalad menas att personen blivit omnämnd, så som "han", "namn", eller "exet".  Alltså inte tilltalad, så som "du", "vi" eller "oss".
v8	Nämns flest gånger	0 = Lika 1 = Kvinnan	Vem nämns vid namn flest antal gånger i artikeln*.

		2 = Mannen	<p>Med namn räknas både för- och efternamn. Står för- och efternamn ihop räknas det som en gång.</p> <p>Står efternamnet i plural, så som "Schulmans" räknas det en gång per person.</p>
<b>v9</b>	Citat av kvinnan	Antal 15 = 15 eller fler	Hur många citat av kvinnan finns i artikeln*.
<b>v10</b>	Citat av mannen	Antal 15 = 15 eller fler	Hur många citat av mannen finns i artikeln*.
<b>v11</b>	MAN nämns barn	0 = I fokus 1 = Nämns i övrig text 2 = Nämns inte	<p>Nämner mannen barnen eller skrivs det om barnen i direkt koppling till honom i artikeln*.</p> <p><u>I fokus</u> = rubrik/ingress</p> <p><u>Nämns i övrig text</u> = övrig text</p> <p><u>Nämns inte</u> = barn nämns inte av mannen eller i direkt koppling till honom</p> <p>Med direkt koppling menas till exempel "X ska resa med sin son/dotter"</p> <p>Om journalisten till exempel konstaterar "x och y har två barn ihop" blir det alltså variabelvärde 2.</p>
<b>v12</b>	KVINNA nämns barn	0 = I fokus 1 = Nämns i övrig text 2 = Nämns inte	<p>Nämner kvinnan barnen eller skrivs det om barnen i direkt koppling till henne i artikeln*.</p> <p><u>I fokus</u> = rubrik/ingress</p>



			<p><u>Nämns i övrig text</u> = övrig text</p> <p><u>Nämns inte</u> = barn nämns inte av kvinnan eller i direkt koppling till henne.</p> <p>Med direkt koppling menas till exempel "X ska resa med sin son/dotter"</p> <p>Om journalisten till exempel konstaterar "x och y har två barn ihop" blir det alltså variabelvärde 2.</p>
<b>v13</b>	MAN nämns yrke	<p>0 = I fokus 1 = Nämns i övrig text 2 = Nämns inte</p>	<p>Kan man utläsa mannens yrke genom att läsa artikeln*.</p> <p><u>I fokus</u> = rubrik/ingress</p> <p><u>Nämns i övrig text</u> = övrig text</p> <p><u>Nämns inte</u> = nämns inte i artikeln</p>
<b>v14</b>	KVINNA nämns yrke	<p>0 = I fokus 1 = Nämns i övrig text 2 = Nämns inte alls</p>	<p>Kan man utläsa kvinnans yrke genom att läsa artikeln*.</p> <p><u>I fokus</u> = rubrik/ingress</p> <p><u>Nämns i övrig text</u> = övrig text</p> <p><u>Nämns inte</u> = nämns inte i artikeln</p>
<b>v15</b>	MAN nämns utseende	<p>0 = I fokus 1 = Nämns i övrig text 2 = Nämns inte</p>	<p>Nämns något kopplat till mannens utseende i artikeln*.</p> <p>Till exempel skönhetsoperationer eller klädval. Allt som berör</p>

			<p>utseende.</p> <p><u>I fokus</u> = rubrik/ingress</p> <p><u>Nämns i övrig text</u> = övrig text</p> <p><u>Nämns inte</u> = nämns inte i artikeln</p>
<b>v16</b>	KVINNA nämns utseende kvinna	<p>0 = I fokus</p> <p>1 = Nämns i övrig text</p> <p>2 = Nämns inte</p>	<p>Nämns något kopplat till kvinnans utseende i artikeln*.</p> <p>Till exempel skönhetsoperationer eller klädval. Allt som berör utseende.</p> <p><u>I fokus</u> = rubrik/ingress</p> <p><u>Nämns i övrig text</u> = övrig text</p> <p><u>Nämns inte</u> = nämns inte i artikeln</p>
<b>v17</b>	MAN stark/svag	<p>0 = Stark</p> <p>1 = Svag</p> <p>2 = Neutral</p>	<p>Gestaltas mannen som stark eller svag i artikeln*. Gå efter ditt första intryck när du läst artikeln.</p> <p>Om han till exempel gestaltas som ledsen blir det variabelvärde 1.</p> <p>Om han gestaltas som lycklig blir det variabelvärde 0.</p> <p>Om han gestaltas som varken eller blir det variabelvärde 2.</p>
<b>v18</b>	KVINNA stark/svag	<p>0 = Stark</p> <p>1 = Svag</p> <p>2 = Neutral</p>	<p>Gestaltas kvinnan som stark eller svag i artikeln*. Gå efter ditt första intryck när du läst artikeln.</p>

			<p>Om hon till exempel gestaltas som ledsen blir det variabelvärde 1.</p> <p>Om hon gestaltas som lycklig blir det variabelvärde 0.</p> <p>Om hon gestaltas som varken eller blir det variabelvärde 2.</p>
<b>v19</b>	Journalist kön	<p>0 = Kvinna/kvinnor</p> <p>1 = Man/män</p> <p>2 = Båda</p> <p>3 = Odefinierbart</p>	Vem eller vilka står som författare till artikeln.

\*Med artikeln menar vi: rubrik, ingress, brödtext, mellanrubriker och faktarutor. Det som inte räknas är bildtexter och "läs även"-länkar.

## Tabeller och figurer

**Tabell 4** - Huvudperson i artikeln fördelat på kön och tidning (procent)

	Expressen	Aftonbladet
Neutral	12	16
Kvinnan	61	55
Mannen	27	30
Total	100	101
Totalt antal	157	64

N=221

*Kommentar: Alla siffror är avrundade.*

**Tabell 5** - Huvudperson i artikeln fördelat på par (procent)

	Calle, Anitha	Carina, Kristian	Ebba, Horace	Jennie, Filip	Jonna, Marcus	Laila, Niclas
Neutral	11	31	13	6	0	10
Kvinnan	54	54	63	39	0	69
Mannen	35	15	25	56	100	22

Total	100	100	101	101	100	101
Totalt antal	46	39	8	18	5	105

N=221

*Kommentar: Alla siffror är avrundade.***Tabell 7 - Citat fördelat på kön och tidning (procent)**

	Expressen		Aftonbladet	
	Mannen	Kvinnan	Mannen	Kvinnan
0 st	59	20	55	28
1-5 st	31	57	36	48
6-10 st	11	20	9	21
Över 10 st	1	4	2	3
Total	102	101	102	100
Totalt antal	157	157	64	64

N=221

*Kommentar: Alla siffror är avrundade.***Tabell 8 - Citat fördelat på par (procent)**

	Anitha, Calle		Carina, Kristian		Ebba, Horace		Jennie, Filip		Jonnas, Marcus		Niclas, Laila	
	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂
0 st	30	54	13	49	25	50	17	39	100	0	20	69
1-5 st	44	37	83	41	51	38	40	57	0	80	53	21
6-10 st	26	8	6	11	13	13	45	6	0	20	22	10
Över 10 st	0	0	0	0	13	0	0	0	0	0	6	2
Total	100	99	102	101	102	101	102	102	100	100	101	102
Totalt antal	46	46	39	39	8	8	18	18	5	5	105	105

N=221

*Kommentar: Alla siffror är avrundade.*

**Tabell 10** - Nämns vid namn flest gånger fördelat på kön och tidning (**procent**)

	Expressen	Aftonbladet
Lika	3	2
Kvinnan	69	75
Mannen	28	23
Total	100	100
Totalt antal	157	64

N=221

*Kommentar: Alla siffror är avrundade.***Tabell 11** - Nämns vid namn flest gånger fördelat på par (**procent**)

	Anitha, Calle	Carina, Kristian	Ebba, Horace	Jennie, Filip	Jonna, Marcus	Laila, Niclas
Lika	2	8	0	6	0	0
Kvinnan	67	74	63	50	0	84
Mannen	30	18	38	44	100	16
Total	99	100	101	100	100	100
Totalt antal	46	39	8	18	5	105

N=221

*Kommentar: Alla siffror är avrundade.***Tabell 14** - Gestaltas som stark/svag fördelat på par (**procent**)

	Anitha, Calle		Carina, Kristian		Ebba, Horace		Jennie, Filip		Jonna, Marcus		Laila, Niclas	
	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂
Stark	37	20	62	3	38	25	17	6	0	40	36	6
Svag	20	17	3	15	13	13	56	56	0	60	13	18
Neutral	44	63	36	82	50	63	28	39	100	0	51	76
Total	101	100	101	100	101	101	101	101	100	100	100	100
Totalt antal	46	46	39	39	8	8	18	18	5	5	105	105

N=221

*Kommentar: Alla siffror är avrundade.*

**Tabell 15 - Gestaltas som stark/svag fördelat på kön och tidning (procent)**

	Expressen		Aftonbladet	
	Mannen	Kvinnan	Mannen	Kvinnan
Stark	10	41	8	31
Svag	21	15	22	17
Neutral	69	43	70	52
Total	100	99	100	100
Totalt antal	157	157	64	64

N=221

*Kommentar: Alla siffror är avrundade.***Tabell 16 - Gestaltas som stark/svag fördelar på journalists kön (procent)**

	Kvinnlig journalist		Manlig journalist		Båda		Odefinierbart	
	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂
Stark	37	10	40	9	25	50	50	0
Svag	14	23	18	20	0	0	0	50
Neutral	49	68	42	72	75	50	50	50
Total	100	101	100	101	100	100	100	100
Totalt antal	105		110		4		2	

N=221

*Kommentar: Alla siffror är avrundade.***Tabell 19 - Barn omnämnt fördelat på kön och tidning (procent)**

	Expressen		Aftonbladet	
	Mannen	Kvinnan	Mannen	Kvinnan
I fokus	4	6	3	2
I övrig text	14	36	11	33
Förekommer ej	82	57	86	66
Total	100	99	100	101
Totalt antal	157	157	64	64

N=221

*Kommentar: Alla siffror är avrundade.*

**Tabell 20 - Barn omnämnt fördelat på par (procent)**

	Anitha, Calle		Carina, Kristian		Ebba, Horace		Jennie, Filip		Jonna, Marcus		Laila, Niclas	
	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂
I fokus	9	4	3	5	0	0	6	0	0	0	5	4
Nämns i övrig text	37	13	39	39	13	0	28	0	0	60	38	5
Förekommer ej	54	83	59	56	88	100	67	100	100	40	57	91
Total	100	100	101	100	100	101	100	101	100	100	100	100
Totalt antal	46	46	39	39	8	8	18	18	5	5	105	105

N=221

*Kommentar: Alla siffror är avrundade.***Tabell 23 - Yrke omnämnt fördelat på kön och tidning (procent)**

	Expressen		Aftonbladet	
	Mannen	Kvinnan	Mannen	Kvinnan
I fokus	22	41	16	34
I övrig text	20	33	34	41
Förekommer ej	58	26	50	25
Total	100	100	100	100
Totalt antal	157	157	64	64

N=221

*Kommentar: Alla siffror är avrundade.***Tabell 24 - Yrke omnämnt fördelat på par (procent)**

	Anitha, Calle		Carina, Kristian		Ebba, Horace		Jennie, Filip		Jonna, Marcus		Laila, Niclas	
	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂
I fokus	26	13	56	31	25	50	33	44	0	80	43	10
Nämns i övrig text	30	22	41	49	50	38	50	33	20	20	32	14

Förekommer ej	44	65	3	21	25	13	17	22	80	0	25	76
Total	100	100	101	100	100	101	99	100	100	100	100	100
Totalt antal	46	46	39	39	8	8	18	18	5	5	105	105

N=221

*Kommentar: Alla siffror är avrundade.***Tabell 26 - Utseende omnämnt fördelat på kön och tidning (procent)**

	Expressen		Aftonbladet	
	Mannen	Kvinnan	Mannen	Kvinnan
I fokus	3	3	3	2
I övrig text	5	5	5	2
Förekommer ej	92	92	92	97
Total	100	100	100	101
Totalt antal	157	157	64	64

N=221

*Kommentar: Alla siffror är avrundade.***Tabell 27 - Utseende omnämnt fördelat på par (procent)**

	Anitha, Calle		Carina, Kristian		Ebba, Horace		Jennie, Filip		Jonna, Marcus		Laila, Niclas	
	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂
I fokus	7	4	0	0	0	0	0	0	0	0	3	5
Nämns i övrig text	2	15	3	0	0	0	0	0	0	0	2	6
Förekommer ej	91	80	97	100	100	100	100	100	100	100	91	94
Total	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	101	100
Totalt antal	46	46	39	39	8	8	18	18	5	5	105	105

N=221

*Kommentar: Alla siffror är avrundade.*



**Tabell 30 - Omtalad av kvinna/man fördelat på kön och tidning (procent)**

	Expressen		Aftonbladet	
	Kvinnan	Mannen	Kvinnan	Mannen
Av man	19	3	19	6
Av kvinna	3	19	3	25
Av båda	2	3	3	2
Av ingen	77	75	72	67
Av annat	0	1	3	0
Total	101	101	100	100
Totalt antal	157	157	64	64

N=221

*Kommentar: Alla siffror är avrundade.***Tabell 31 - Omtalad av kvinna/man fördelat på par (procent)**

	Anitha, Calle		Carina, Kristian		Ebba, Horace		Jennie, Filip		Jonna, Marcus		Laila, Niclas	
	Kvinna omtalad/ man omtalad:		Kvinna omtalad/ man omtalad:		Kvinna omtalad/ man omtalad:		Kvinna omtalad/ man omtalad:		Kvinna omtalad/ man omtalad:		Kvinna omtalad/ man omtalad:	
	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂
Av man	15	7	13	8	25	0	0	0	60	0	23	3
Av kvinna	0	28	0	3	0	38	0	56	0	20	6	16
Av båda	0	0	3	0	0	25	0	6	0	0	4	2
Av ingen	85	65	85	90	75	38	100	39	40	80	66	78
Av annat	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1
Total	100	100	101	101	100	101	100	101	100	100	101	100
Totalt antal	46	46	39	39	8	8	18	18	5	5	105	105

N=221

*Kommentar: Alla siffror är avrundade.*

**Tabell 33** - Artikel skriven av kvinna/man fördelat på tidning (**procent**)

	Aftonbladet	Expressen
Kvinna	58	43
Man	34	56
Båda	5	1
Odefinierbart	3	1
Total	100	101
Totalt antal	64	157

N=221

*Kommentar: Alla siffror är avrundade.*