RÄKNA MED KVINNOR

Maria Edström
Josefine Jacobsson
(red.)

GMMP

Global Media Monitoring Project 2020. Nationell rapport Sverige

Räkna med kvinnor. Global Media Monitoring Project 2020. Nationell rapport Sverige
© Maria Edström & Josefine Jacobsson (red.)

Räkna med kvinnor 2020 är en nationell rapport baserad på den sjätte globala nyhetsstudien Global Media Monitoring Project som koordineras av WACC, World Association of Christian Communication. Studien har genomförts vart femte år sedan 1995. Sverige har deltagit sedan år 2000.

Nationell koordinator för Sverige har varit Maria Edström, docent vid institutionen för journalistik, medier och kommunikation, JMG, Göteborgs universitet.
maria.edstrom@jmg.gu.se

Räkna med kvinnor 2020 publiceras i samarbete med Medieinstitutet Fojo, med stöd av Jämställdhetsmyndigheten.

Grafisk form: Duolongo
Omslagsillustration: WACC
Kollagebilderna är tagna av lokala GMMP-kodare.
Tryck: Exakta, Malmö, 2021

Räkna med kvinnor 2020 finns som tryckt rapport och publiceras även digitalt som nr 87 i JMG:s rapportserie.

ISSN: 1101-4657 (pdf)
ISBN: 978-91-88212-97-9 (print)

Detta är version 2 av den digitala rapporten.

WACC
308 Main Street
Toronto
ON M4C 4X7
Canada

Tel: +1 416 691 1999
Fax: +1 416 691 1997
gmmp@waccglobal.org
www.waccglobal.org
www.whomakesthenews.org

#GMMP2020

#whomakesthenews

RÄKNA MED KVINNOR

Global Media Monitoring Project 2020

Nationell rapport Sverige

Redaktörer: Maria Edström & Josefine Jacobsson

GMMP

GMMP

Global Media Monitoring Project

2020

creative commons

GMMP 2020 is licensed under creative commons using an Attribution-NonCommercial-NoDerivs.

GMMP 2020 is co-ordinated by the World Association for Christian Communication (WACC), an international NGO which promotes communication for social change.

Data for GMMP 2020 were collected through the collective voluntary effort of hundreds of organizations including gender and media activists, grassroots communication groups, university researchers, students, media professionals, journalists associations, alternative media networks and faith groups.

Noncommercial. You may not use this work for commercial purposes. No derivative Works. You may not alter, transform, or build upon this work. For any use or distribution, you must make clear to others the license terms of this work. Your fair use and other rights are in no way affected by the above.

WACC communication for all

CODE for AFRICA

UNIVERSITY OF GOTHENBURG

JMG

FOJO: MEDIA INSTITUTE Linnæus University

In Partnership with

UN WOMEN

UNESCO United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

FREE PRESS UNLIMITED

PACMAS Pacific Media Assistance Scheme

ABC Australian Broadcasting Corporation

WAN IFRA Women in News

INNEHÅLL

Tabell- och figurförteckning ➜ *6*
Nyheter handlar om att välja ➜ *7*
Om GMMP – metod och material ➜ *11*

HUVUDRESULTAT ➜ *19*
Svenska nyhetsmedier har höjt nivån ➜ *20*
Nyhetsdagen i Sverige ➜ *22*
Fördjupade resultat ➜ *24*

MEDIERNA SVARAR ➜ *33*
Dataverktygens intåg på redaktionerna ➜ *34*
Kommersiella medier ➜ *36*
Bonnier News planerar för könsbalans ➜ *39*
Nystart för Fempers Nyheter ➜ *42*
ETC mäter sedan 2014 ➜ *44*
Public Service med särskilt ansvar ➜ *45*
Prisade sportnyheter ➜ *49*

JOURNALISTUTBILDNINGARNA SVARAR ➜ *52*
Skiftande fokus på jämställdhet ➜ *53*
En internationell utblick ➜ *56*

VÄGAR FRAMÅT ➜ *58*
Globala åtaganden för jämställdhet i medierna ➜ *59*
Internationella och europeiska resurser – ett urval ➜ *63*
Så använder du GEM-indexet ➜ *66*
Nya länder på GMMP-kartan ➜ *71*
Här behövs förändring ➜ *75*

FÖR DIG SOM VILL VETA MER ➜ *77*
Svensk journalistik i backspegeln ➜ *78*
Glastaket består i svenska mediebolag ➜ *82*
Lästips – ett urval ➜ *85*
Vi som har kodat och skrivit ➜ *93*

Tabell och figurförteckning

Tabell 1	Undersökta medier i Sverige GMMP 2020	15
Tabell 2	Andelen kvinnor och män i olika medieslag i Sverige GMMP 2020	25
Tabell 3	Andel kvinnor och män i dagstidningsföretagens styrelser och ledningar 2018 och 2012	84
Figur 1	Andelen kvinnor och män i nyheterna i Sverige och globalt 2020	21
Figur 2	Utveckling i Sverige. Andelen kvinnor och män i nyheterna 2000–2020	24
Figur 3	Andel kvinnor och män inom olika ämnen i svenska nyheter 2020	25
Figur 4	Kvinnor och mäns olika funktioner i svenska nyheter 2020	26
Figur 5	Andelen kvinnor inom de tio vanligaste yrkena i svenska och europeiska nyhetsmedier	27
Figur 6	Andelen kvinnor och män som reportrar och presentatörer i nyheterna Sverige 2020	29
Figur 7	Andel kvinnor som nyhetssubjekt i press, radio och tv i Norden och globalt 2010–2020	30
Figur 8	Nordiska länders jämställdhet i medierna baserat på GEM-Indexet 2020	31
Figur 9	Andelen kvinnor och män bland journalister i Sverige 1914–2019	79
Figur 10	Styrelsesammansättning och VD i dagstidningsföretag 2012 och 2018	83
Figur 11	Dagstidningsföretag med minst en kvinna i styrelsen 2012 och 2018	83

NYHETER HANDLAR OM ATT VÄLJA

➜ Pandemiår eller inte, nyheter handlar fortfarande om att välja. Och fortfarande väljs kvinnor bort. Kvinnor utgör halva världens befolkning men syns bara i en fjärdedel av det globala nyhetsflödet. 2020 års studie från Global Media Monitoring Project (GMMP) innebär dock ett trendbrott för Sverige. För första gången på 20 år ökar andelen kvinnor i svenska nyhetskanaler.

Kvinnors andel i nyheter i press, radio och tv har ökat från 31 till 38 procent i Sverige på fem år. Fortfarande förekommer dock få kvinnliga experter i nyheterna. Liksom tidigare år presterar digitala nyhetskanaler något sämre än traditionella, även om andelen kvinnor har ökat även där, till 34 procent.

GMMP har genomförts vart femte år sedan 1995. Studien är unik, eftersom nyheterna undersökts på samma sätt över hela världen, samtidigt. Visserligen är undersökningen baserad på en dags granskning, men nyhetsarbete är så rutinbaserat att även en dag ger en tydlig bild av det globala nyhetsflödet, och i viss mån även hur det ser ut i enskilda länder som Sverige.

”Redaktionerna har mycket att vinna på att göra nyheter med, om och för både kvinnor och män. Publicistiskt innebär det fler perspektiv och ingångar i nyheterna, demokratiskt innebär det att fler kommer till tals och rent kommersiellt så berör det fler människor.”

Maria Edström, nationell koordinator för GMMP Sverige

”Det är svårt att överskatta vikten av att ha siffror på jämställdheten i nyhetsflödet. Det är först när du vet hur det ser ut i ditt eget land som förändringsarbetet kan börja. Det är därför GMMP är så viktigt för våra partners. Det blir spännande att se hur resultaten kommer att användas av våra partnerorganisationer i Kambodja, Myanmar, Ryssland och Zimbabwe.”

Agneta Söderberg Jacobson, Medieinstitutet Fojo vid Linnéuniversitetet

➜ ***Det är viktigt med globala jämförelser.*** Sverige har förändrats men gör världen det? När GMMP genomfördes för första gången 1995 deltog 71 länder som med en gemensam metod granskade press, radio och tv-nyheter under en dag. Sedan dess deltar allt fler länder i studien och numera granskas även internetbaserade nyhetssajter och twitter. De globala resultaten för 2020, då 116 länder deltog i studien, visar att andelen kvinnor ökar med myrsteg, från 17 procent 1995 till 25 procent 2020. Samtidigt saknas grundläggande data från flera länder som ofta presterar lågt både vad gäller pressfrihet och jämställdhet.

Det finns numera flera exempel på svenska redaktioner och redaktionsledningar som har rutiner för att skapa en bättre könsbalans i sina nyheter. Vissa integrerar även andra representationsfrågor i sitt nyhetstänk och diskuterar vilka kvinnor och män som kommer till tals och hur. Både riks- och lokaltidningarna har klivit fram och systematiserat sitt arbete. Detta berättar vi mer om under avsnittet *Medierna svarar*. Vi granskar också journalistutbildningarnas roll för självmedvetenhet och ökad representation. I *Vägar framåt* påminner vi om de globala åtaganden gällande jämställdhet som Sverige har förbundit sig till och hur redaktioner kan räkna ut sitt eget jämställdhetsindex. Rapporten avslutas med en tillbakablick över svensk journalistik ur ett genusperspektiv, en översikt över mansdominansen i mediebolagen och vidare lästips.

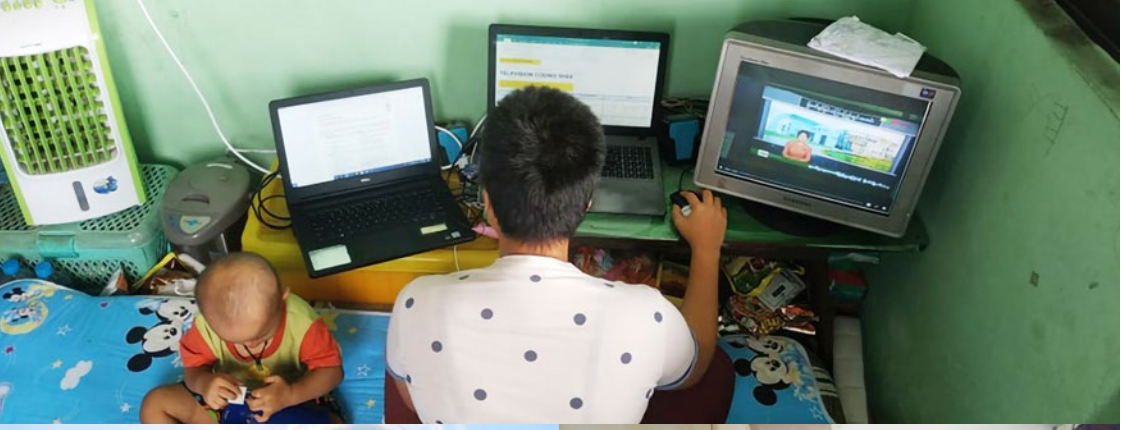
➜ ***Titeln Räkna med kvinnor har två betydelser.*** En syftar på det trägna mätarbete som medieaktivister, forskare och jämställdhetsarbetare utför för att studera hur kvinnor kommer till tals i nyhetsförmedlingen. Nyheter är en av de viktigaste informationskanalerna till medborgarna och har stor betydelse för vår förståelse av världen. Fortfarande marginaliseras kvinnor i nyheterna. Därför fortsätter vi räkna.

Den andra betydelsen av *Räkna med kvinnor* utmanar den realitet som den systematiska underrepresentationen av kvinnor i nyhetsmedierna avslöjar, det vill säga att kvinnors verkligheter, tankar, världar och villkor fortfarande inte räknas fullt ut i samhället. Nyhetsmedierna är en maktsfär med stort ansvar för en demokratisk samhällsutveckling. När dessa medier återkommande sorterar bort kvinnors åsikter, erfarenheter och kunskap riskerar de att bli en tillbakahållande kraft som motverkar ett jämställt, hållbart och rättvist samhälle.

➜ ***Sverige vill gärna se sig som ett redan jämställt land.*** Det finns ett antal metoder för jämställdhetsarbete tillgängliga, genus- och jämställdhetsforskningen är omfattande och jämställdhetspolitiken progressiv. Kvinnor i Sverige har själva med stor framgång gjort – och gör – anspråk på inflytande i politik och beslutsfattande. De utbildar sig och är högpresterande i skola, arbetsliv och som omsorgsgivare. Men kvinnor har rätt till att komma till tals i medierna, oavsett om de gör skillnad eller ej. Ändå fortsätter männen att dominera nyhetsmedierna. Därför fortsätter vi räkna.

Göteborg, maj 2021

Maria Edström, nationell koordinator för GMMP Sverige



OM GLOBAL MEDIA MONITORING PROJECT – METOD OCH MATERIAL

Global Media Monitoring Project (GMMP) är världens mest omfattande undersökning av kvinnor och män i nyhetsmedier som gjorts över tid.

Den första undersökningen genomfördes 1995 av frivilliga i 71 länder. Rapporten *Who makes the news?* blev klar lagom till FN:s fjärde kvinnokonferens i september 1995.

Kvinnokonferensen resulterade i en global handlingsplan för jämställdhet, den så kallade Pekingplattformen, där ”Kvinnor och medier” blev ett av tolv fokusområden. De länder som undertecknade plattformen förband sig att verka för att:

- Öka kvinnors tillgång till och deltagande i massmedier och nya kommunikationsteknologier
- Att främja balanserade och icke-stereotypa framställningar av kvinnor i medier

Sedan dess har den globala nyhetsstudien genomförts vart femte år. 2020 deltog 116 länder.

GMMP koordineras av the World Association for Christian Communication (WACC), en internationell civilsamhällesorganisation som arbetar för social rättvisa. WACC verkar för full informations- och kommunikationsfrihet och mångfald i medierna. Data för GMMP samlas in genom en kollektiv ideell insats av hundratals organisationer på gräsrotsnivå, inklusive medie- och genusaktivister, forskare,

Kodare i Myanmar, Argentina, Niger, Nepal, Demokratiska Republiken Kongo och Surinam.

akademiker, studenter, yrkesverksamma i olika medieprofessioner, journalistorganisationer och kyrkoanknutna grupper. WACC samarbetar med medieforskare för utformning av studien samt för att bearbeta insamlad data.

Jämförbarhet över tid

GMMP har genomförts på ungefär samma sätt sedan starten 1995 för att det ska gå att göra jämförelser över tid. Projektet kan ses som ett exempel på internets möjligheter till samverkan och samarbete. Via nätet distribueras kodböcker och manualer till de nationella koordinatorerna som ansvarar för att organisera arbetet i respektive land.

Oftast är den nationella koordinatorn en medieforskare, men det kan också vara en civilsamhällesorganisation som har ansvaret. Kodningsarbetet sker i princip alltid ideellt av studenter, journalister och universitetspersonal som utbildas genom provkodningssessioner. Grundtanken är att det ska räcka med ett kodpapper och en penna för att alla som önskar ska kunna delta. I 2020 års studie kunde kodarna dock välja att registrera informationen direkt i Excel.

Den nationella datamängden kontrolleras och skickas sedan till WACC som bearbetar och processar det insamlade materialet. Resultaten blir sedan tillgängliga för allmänheten via webben.

En omfattande metodbeskrivning finns på projektets hemsida www.whomakesthenews.org. Där finns också alla tidigare rapporter.

Viktning och urval

GMMP 2020 använder en viktningsprocedur som introducerades 2005. Systemet har uppdaterats och granskats för att garantera noggrannhet och tillförlitlighet. Hänsyn har även tagits till vilken tillgång befolkningen i landet har till olika typer av medier.

Urvalet av antal medier inom olika medietyper utgår från kriterier fastställda av GMMP:s ledning. För Sveriges del innebar det att fler nyhetssajter kodades 2020 jämfört med 2015 och 2010. Datainsamlingen från sju svenska twitterflöden ströks däremot ur undersökningen 2020 eftersom frekvensen av tweets var för låg enligt GMMP:s urvalskriterier.

Kodare i Sverige, Pakistan, Nederländerna, Nigeria och Papua Nya Guinea.

Det är enbart nyheter som kodas, opinionsmaterial ingår till exempel inte i undersökningen. De 12–14 största nyheterna i varje tidning/program/sajt/flöde granskas. Basinformation om nyheten, det vill säga ämnesområde, personer i nyheterna och journalister kodas. Liksom tidigare år använder GMMP en tredelad kategorisering av kön; male/female/other, och granskningen utgår från hur personer presenteras och framträder i nyheterna (inte hur de upplever sig själva). Då kategorin ”other” i princip är försumbar i det insamlade materialet presenteras enbart kategorierna kvinnor/män i resultatet.

Nytt för GMMP 2020 var tilläggsfrågan om nyheten var corona-relaterad, för att på så sätt få en indikation om hur mycket det globala nyhetsflödet påverkats av den pågående pandemin.

GMMP innehåller också några mer kvalitativa variabler om bildval, stereotyper och huruvida nyheten handlar om jämställdhet. Här kan man notera att med 116 deltagande länder finns det vissa skillnader i tolkning, då det som betraktas som stereotypt i ett land nödvändigtvis inte är det i ett annat. På nationell nivå blir sällan dessa kvalitativa kodningar användbara då underlaget är för litet.

Sverige i GMMP

Sverige har deltagit i datainsamlingen till GMMP sedan 2000. Mellan 2000–2015 skedde insamlingen genom ett samarbete mellan det mediekritiska nätverket Allt är Möjligt och JMG, institutionen för journalistik, medier och kommunikation vid Göteborgs universitet. Genom åren har arbetet även skett med hjälp av andra organisationer. 2015 deltog till exempel frivilliga från Kvinna till Kvinna och Rättviseförmedlingen i kodningen av nyhetsmaterial. 2020 genomfördes datainsamlingen i ett samarbete mellan JMG och Medieinstitutet Fojo, och rapporten har tryckts med stöd av Jämställdhetsmyndigheten.

I Sverige undersöktes 2020 elva dagstidningar, fem radiosändningar, sex tv-sändningar och sju nyhetssajter.

Tabell 1: Undersökta medier i Sverige GMMP 2020

Dagstidningar (11)	**Nyhetssajter (7)**
Aftonbladet Barometern Dagens Industri Dagens Nyheter Expressen Göteborgs-Posten Nerikes Allehanda Svenska Dagbladet Sydsvenskan Upsala Nya Tidning Västerbottens-Kuriren	aftonbladet.se dn.se expressen.se gp.se svd.se svt.se sydsvenskan.se
TV (6)	**Radio (5)**
SVT Rapport 19.30 SVT Aktuellt 21.00 TV4 Nyheterna 22.00 SVT Nyheter Skåne 19.15 SVT Nyheter Stockholm 19.15 SVT Nyheter Väst 19.15	SR P1 Morgonekot 07.00 SR P1 Dagens Eko 16.45 SR P4 Göteborg 16.30 SR P4 Malmö 16.30 SR P4 Stockholm 16.30

Kommentar: Urvalet utgår från GMMP:s kriterier baserade på nationell mediestruktur, internetstatistik från Alexa, samt svensk räckviddsstatistik från TU, MMS och Kantar Sifo.

Studien granskade 861 nyhetssubjekt, varav 627 förekom i press, radio och tv och 234 i onlinenyheter. Även 395 reportrar och presentatörer ingick i studien.

Den svenska rapporten har sedan 2005 också berättat om olika redaktionella initiativ för att öka andelen kvinnor i nyheterna. I *Räkna med kvinnor 2020* ingår en enkät till journalistutbildningarna, intervjuer med ett antal redaktioner samt statistik över könsfördelningen i medieföretagens ledningsgrupper.

Går det att lita på en endagsstudie?

GMMP syftar framför allt till att belysa globala mönster i nyhetsflödet. Att analysera ett enskilt lands data är mera känsligt. Vissa länder har gjort en mer omfattande datainsamling parallellt med GMMP för att styrka sina resultat för den specifika insamlingsdagen. I Sverige fanns dock inte resurser till detta. Därför redovisar vi inte heller enskilda mediers resultat eller resultat som innehåller för få analysenheter.

Däremot går det att jämföra de svenska GMMP-resultaten med andra undersökningar av svenska medier. Företaget Prognosis har delat data över samma nyhetssajter för september 2020. GMMP:s manuella kodning gav 34 procent kvinnor på sju nyhetssajter. Prognosis hade 32 procent för samma dag och medier, med ett månadssnitt på 33 procent kvinnor för september och ett årssnitt på detsamma för 2020.

Rättvisaren, som genomfördes 2019 av Mediekompaniet/Kantar Sifo utifrån 3000 slumpvis utvalda nyheter online, visade att två tredjedelar av personerna i nyheterna var män. Även om metod och urval skiljer sig åt är alltså resultaten snarlika och stabila över tid. Ökningen av andelen kvinnor i svenska nyhetsmedier, som GMMP 2020 visar, bekräftas också av innehållsanalyserna av 26 svenska nyhetsmedier som Institutet för mediestudier återkommande genomför (Hirdman 2019).

Förändringar i medielandskapet

Svensk nyhetskonsumtion förskjuts alltmer från traditionella medier till digitala plattformar och reklamintäkterna för medierna går i ökande grad till plattformsägarna. Andelen som prenumererar på en papperstidning fortsätter att minska samtidigt som de digitala prenumerationerna ökar. Den svenska tv- och radiomarknaden har sedan länge dominerats av ett fåtal ägare. SVT har dock ökat sin närvaro från 34 orter 2019 till 40 orter 2020. Tillgången till lokala nyheter fortsätter ändå att minska då många mindre tidningar har lagts ner eller köpts upp av större mediebolag för att överleva den ökande konkurrensen. Branschens kris har därmed lett till ett demokratiskt underskott, då 44 kommuner i dagsläget helt saknar redaktionell närvaro på orten (Facht & Ohlsson 2021).

Kodare i Zimbabwe, Jordanien, Sierra Leone, Myanmar, Senegal och Sverige.

Det är stor skillnad mellan generationerna i valet av plattform för nyhetskonsumtion. Den yngre generationen använder främst Instagram (42 procent) och Facebook (34 procent) för att få tillgång till nyheter. Den äldre generationen tittar framför allt på SVT (88 procent) och lyssnar på Sveriges Radio (64 procent) för att ta del av nyheter (Facht & Ohlsson 2021).

➜ ***Det politiska landskapet i Sverige*** har också blivit alltmer polariserat under de senaste tio åren, något som även återspeglats i medieutbudet. Vänstersajten *Politism* grundades av Schibstedt, Kommunal och LO 2013, men lades ner fem år senare på grund av bristande lönsamhet. Hösten 2020 lanserades den konservativa webbtidningen *Bulletin* med profilerade högernamn inom media och politik.

På senare tid har också allt fler alternativa nationalistiska medier tillkommit. Flera får presstöd och de flesta är sedan 2020 också anslutna till det medieetiska systemet (Ledarsidorna, Nya Tider, Samtiden, Samhällsnytt, Exakt24 och Swebbtv). Stiftelsen Expo skriver i sin årsrapport (2020) att dessa medier sprider högerextrema narrativ och stödjer rasideologiska organisationer. Redan tidigare har Expo pekat på att de nationalistiska ideologierna i Europa bygger på traditionella könsroller (Expo & Kvinna till kvinna 2014). Dessa alternativa medier kan därför väntas förstärka ojämställda strukturer.

➜ ***Värt att notera*** är också att Sverigedemokraternas nystartade youtubekanal Riks frontar sina nyhetssändningar med unga kvinnor. Ovan nämnda medier ingår dock inte i underlaget för GMMP då de inte finns med i den upplagestatistik som urvalet bygger på.

➜ ***Sverige har två dagstidningar*** med uttalad feministisk profil, Fempers Nyheter och Dagens ETC. Dessa ingick inte i GMMP:s granskning eftersom deras räckvidd är för liten. Däremot kommer de till tals i denna rapport för att synliggöra strategier för ett jämställt nyhetsutbud.

HUVUD-RESULTAT

Den sjätte globala studien inom GMMP visar att män fortfarande är i kraftig majoritet i nyhetsflödet. Andelen kvinnor i svenska nyhetsmedier har för första gången sedan 2000 ökat markant. Här presenteras de svenska resultaten.

SVENSKA NYHETSMEDIER HAR HÖJT NIVÅN

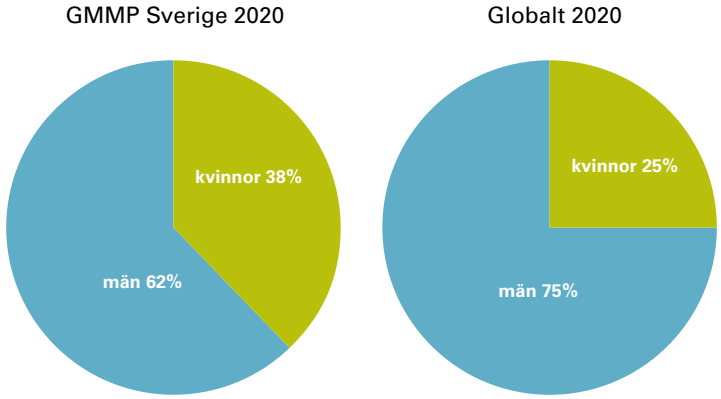
Sverige behåller positionen som ett av de länder som har högst andel kvinnor i nyheterna i det globala nyhetsflödet, men det är fortfarande inte jämställt i nyheterna, varken i Sverige eller globalt.

Sammanfattning:

- Svenska medier har för första gången på 20 år tydligt ökat andelen kvinnor i nyheterna. Inom press, radio och tv är andelen kvinnor 38 procent.
- Det är framför allt dagspressen som bidragit till att höja den totala andelen kvinnor.
- Onlinenyheterna innehåller också en högre andel kvinnor än tidigare med 34 procent på de sju svenska nyhetssajter som undersöktes.
- Andelen kvinnliga experter i nyhetsflödet är oförändrat låg, 21 procent.
- Fler kvinnor än män är nyhetspresentatörer (77 procent) och något fler män än kvinnor än nyhetsreportrar (54 procent).
- Sveriges coronarelaterade nyheter hade en något högre andel kvinnor än övriga nyhetsrapportering (40 procent).
- Samtliga nordiska länder har tydligt ökat andelen kvinnor i nyheterna.

En förklaring till att Sverige ökat andelen kvinnor i nyheterna 2020 är att flera redaktioner återigen har systematiserat sitt genus- och jämställdhetsarbete. Många använder numera också digitala mätverktyg för att hålla koll på synligheten för kvinnor och män. Mer om det i kapitlet *Medierna svarar.*

Figur 1. Andelen kvinnor och män i nyheterna i Sverige och globalt 2020 (procent)



Kommentar: Avser nyhetssubjekt, det vill säga personer som uttalar sig eller som det handlar om i nyheterna (press, radio och tv).

Källa: www.whomakesthenews.org

”En förklaring till att Sverige ökat andelen kvinnor i nyheterna 2020 är att flera redaktioner återigen har systematiserat sitt genus- och jämställdhetsarbete.”

NYHETSDAGEN
I SVERIGE

Tisdagen 29 september 2020 kan beskrivas som en ganska typisk nyhetsdag. Ett fåtal nyheter fick genomslag i alla medier men några stora händelser dominerade ändå, framför allt i riksmedierna. Det gällde till exempel nyheten om krav på en ny utredning efter uppgifter om hål i skrovet på det förlista fartyget Estonia. Oljeraffinaderiet Preem lade ner planerna på att bygga ut sin anläggning Lysekil, vilket blev en stor nationell nyhet. Under nyhetsdagen blev det även klart att kirurgen Paulo Macchiarini skulle åtalas för grov misshandel, vilket blev en toppnyhet i de nationella etermedierna och online.

Utrikesnyheterna dominerades bland annat av rapporter om hårda strider i Nagorno-Karabach, och nya turer kring det stundande presidentvalet i USA. Inrikespolitiskt berättade flera medier att Nooshi Dadgostar förväntades bli ny partiledare för Vänsterpartiet och att Märta Stenevi var en stark kandidat för att bli nytt språkrör för Miljöpartiet.

Flera nyheter var coronarelaterade. Folkhälsomyndigheten höll en av sina återkommande presskonferenser där man meddelade att ytterligare tio personer avlidit, och från Stockholm rapporterades att smittspridningen ökat. Kulturminister Amanda Lind och energi- och digitaliseringsminister Anders Ygeman meddelande på en presskonferens att regeringen planerade att lätta på corona-restriktionerna. Ännu en deltagare i tv-programmet Idol hade drabbats av Covid-19 och dansbanden rapporterades uppleva sin största kris genom tiderna på grund av inställda spelningar.

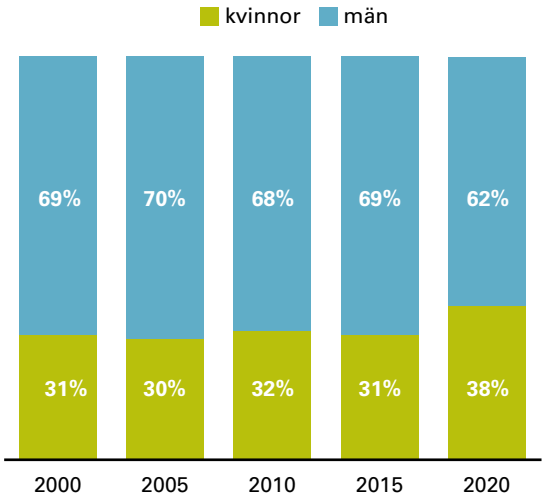
Det fanns också egna nyheter som lyftes fram. SVT hade bland annat en nyhet som var koppad till en fördjupande dokumentär om män som slår kvinnor, Göteborgs-Posten gjorde i papperstidningen en tillbakablick på raset i Surte 70 år tidigare, medan Västerbotten-Kuriren drog stort på att det finns åtta kvinnliga hotelldirektörer i Umeå.

Fem granskade papperstidningar av elva hade kvinnor på dragarbilden på förstasidan.

FÖRDJUPADE RESULTAT

Den stora förändringen i GMMP 2020 är alltså att andelen kvinnor i nyheterna har ökat i Sverige, från 31 procent till 38 procent på fem år. Svenska redaktioner har därmed brutit det stillastående läget med omkring 30 procent kvinnor i nyheterna sedan Sverige började delta i GMMP:s mätningar vid millenieskiftet. Globalt är förändringen de senaste åren marginell, från 24 procent kvinnliga nyhetskällor i GMMP 2015 till 25 procent kvinnor 2020.

Figur 2. Utveckling i Sverige. Andelen kvinnor och män i nyheterna 2000–2020 (procent)



Kommentar: Avser nyhetssubjekt, det vill säga personer som uttalar sig eller som det handlar om i nyheterna (press, radio och tv). Antal nyhetssubjekt de olika åren är 2000: 331, 2005: 374, 2010: 418, 2015: 620, 2020: 627.

Källa: www.whomakesthenews.org

Dagspressen står för den största mängden material i GMMP Sverige. Tidigare år har etermedierna haft en tydligt högre andel kvinnor, men 2020 har den skillnaden mer eller mindre försvunnit. Liksom tidigare år tycks de svenska onlinenyheter gynna mäns närvaro, även om andelen kvinnor ökat även där, från 28 procent 2015 till 34 procent 2020.

Tabell 2. Andelen kvinnor och män i olika medieslag i Sverige GMMP 2020 (procent)

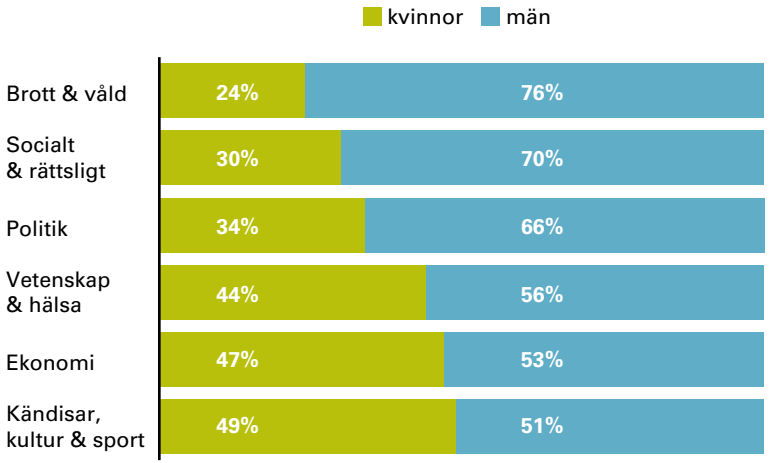
	Press	Radio	TV	Online
Kvinnor	37	38	39	34
Män	63	62	61	66
Totalprocent	**100**	**100**	**100**	**100**
Antal	505	39	83	234

Källa: www.whomakesthenews.org

Män dominerar mest inom brott och våld

De största ämneskategorierna i svenska nyheter, där flest personer uttalar sig, var sociala och rättsliga frågor samt ekonomi. Därefter kom politik, vetenskap och hälsa, samt kändisar, kultur och sport som fick ungefär lika mycket utrymme. Nyheter om kändisar, kultur och sport hade högst andel kvinnor och ämnesområdet brott och våld hade högst andel män.

Figur 3: Andel kvinnor och män inom olika ämnen i svenska nyheter 2020 (procent)



Kommentar: Avser vad nyheten handlar om, samt hur många kvinnor och män som förekommer inom de vanligaste ämnena. Gäller press, radio och tv i Sverige 2020. N=614.

Källa: www.whomakesthenews.org

Männen är experter och talespersoner

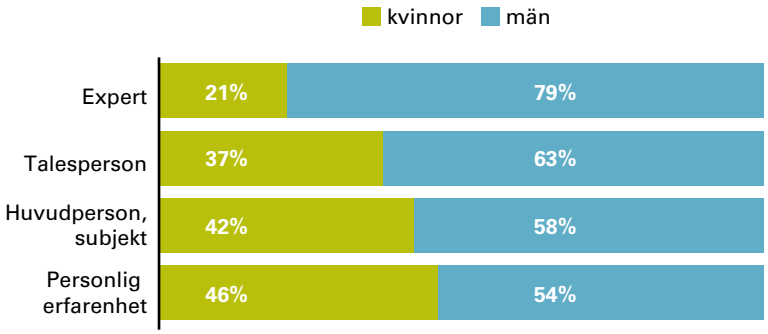
Fler kvinnor kommer till tals i nyheterna, men både roller och ämnen är fortfarande könsmärkta. Det finns alltså en strukturell underrepresentation av kvinnor i nyhetsutbudet. Det är framför allt experter och talespersoner som förekommer i svenska medier, majoriteten av alla som framträder har dessa funktioner. Båda rollerna domineras av män.

Fyra av fem experter är män i svenska nyheter (79 procent), vilket är mer än det europeiska snittet på 76 procent. Sveriges låga andel kvinnliga experter i nyheterna är oförändrat.

När det gäller talespersoner är andelen kvinnor högre i Sverige, 37 procent, jämfört med Europasnittet på 28 procent.

Kvinnorna förekommer oftast när journalister söker efter personliga erfarenheter. Det mönstret är generellt. Nyhetslogiken är global och den bygger framför allt på intervjuer med makthavare och experter.

Figur 4. Kvinnor och mäns olika funktioner i svenska nyheter 2020 (procent)



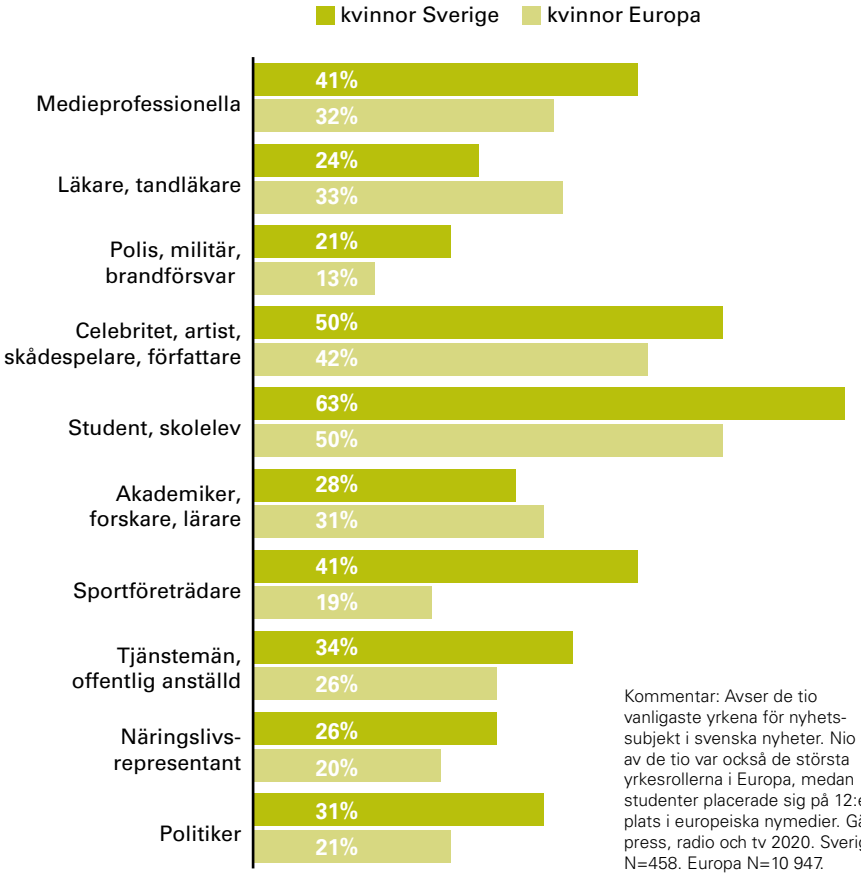
Kommentar: Avser personer som uttalar sig eller som det handlar om i svenska nyheter (press, radio och tv) 2020. N=583.

Källa: www.whomakesthenews.org

Manliga politiker syns mer

Det vanligaste yrket eller rollen bland nyhetssubjekten är politiker i någon form. 31 procent av politikerna som framträder i svenska nyheter är kvinnor, vilket kan det jämföras med 46 procent kvinnor i riksdagen och 43 procent kvinnliga förtroendevalda i svenska kommuner (Statistiska centralbyrån 2020).

Figur 5. Andelen kvinnor inom de tio vanligaste yrkena i svenska och europeiska nyhetsmedier (procent)



Kommentar: Avser de tio vanligaste yrkena för nyhetssubjekt i svenska nyheter. Nio av de tio var också de största yrkesrollerna i Europa, medan studenter placerade sig på 12:e plats i europeiska nymedier. Gäller press, radio och tv 2020. Sverige N=458. Europa N=10 947.

Källa: www.whomakesthenews.org

Det finns en stor samstämmighet med de europeiska resultaten när det gäller de tio vanligast förekommande yrkena bland nyhetssubjekten. Sverige har genomgående en högre andel kvinnor inom de flesta yrken utom för akademiker och läkare/tandläkare, där de europeiska resultaten visar en högre andel kvinnor. Tydligaste skillnaden återfinns i kategorin sportföreträdare, där svenska nyhetsmedier på undersökningsdagen hade 41 procent kvinnor jämfört med Europasnittet på 19 procent kvinnor.

Fler kvinnor i coronarelaterade nyheter

Coronapandemin har inneburit att globala ojämlikheter har förstärkts. En mediestudie som genomfördes under våren 2020 om coronarelaterade nyheter i sex länder (Indien, Kenya, Nigeria, Storbritannien, Sydafrika och USA) pekade på en underrepresentation av kvinnor och att genus- och jämställdhetsperspektiv saknades i rapporteringen (Kassova 2020). Vad gäller Sverige var ungefär en fjärdedel av alla granskade nyheter i GMMP coronarelaterade och andelen kvinnor var något högre (40 procent) jämfört med det europeiska genomsnittet på 38 procent. Coronanyheterna dominerades av talespersoner och experter, få ”vanliga” personer kom till tals eller var i centrum för nyheterna.

Kvinnor syns mer på bild

Även om det är färre kvinnor med i nyheterna så är det större chans att komma med på bild som kvinna. Nästan hälften av kvinnorna i svenska nyheter är med på bild, jämfört med en tredjedel av männen. På så sätt följer svenska nyheter en global trend. Detta kan tolkas som ett sätt för redaktionerna att kompensera för mansdominansen i nyheterna.

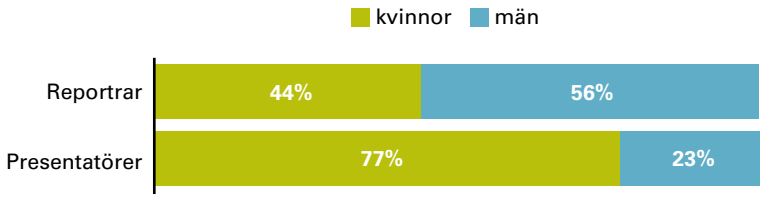
Äldre kvinnor fortsätter att vara osynliga

De yngsta och äldsta människorna fortsätter att vara marginalerade i nyheterna. 6o procent av alla som förekommer i nyheterna är mellan 35 och 65 år, där ligger Sverige något högre än det globala snittet. Män dominerar i alla åldersgrupper över 35 år och kvinnors andel är högst i åldersgrupper under 35 år. Könsmärkningen av åldrar är ännu tydligare i det globala materialet. Där är det bara inom kategorin barn (0–12 år) som kvinnor/flickor är i majoritet, och då på en mycket låg nivå – tre procent av alla medverkande i nyheterna är barn. Globalt sett är barn och äldre över 80 år lika osynliga, men flickor syns mer och de äldre männen syns mest inom sin åldersgrupp (för mer info om globala mönster, se www.whomakesthenews.org).

Kvinnor oftare presentatörer

Den globala trenden är att kvinnor presenterar nyheterna i radio och tv, vilka oftast handlar om män. Detta gäller även i Sverige. Under nyhetsdagen var tre av fyra nyhetspresentatörer kvinnor (77 procent). Kvinnliga nyhetspresentatörer är också yngre än sina manliga kollegor. Bland nyhetsreportrarna var det mer jämt fördelat, 44 procent kvinnor och 56 procent män inom press, radio och tv. I onlinenyheterna var 63 procent att reportarna män.

Figur 6. Andelen kvinnor och män som reportrar och presentatörer i nyheterna Sverige 2020 (procent)



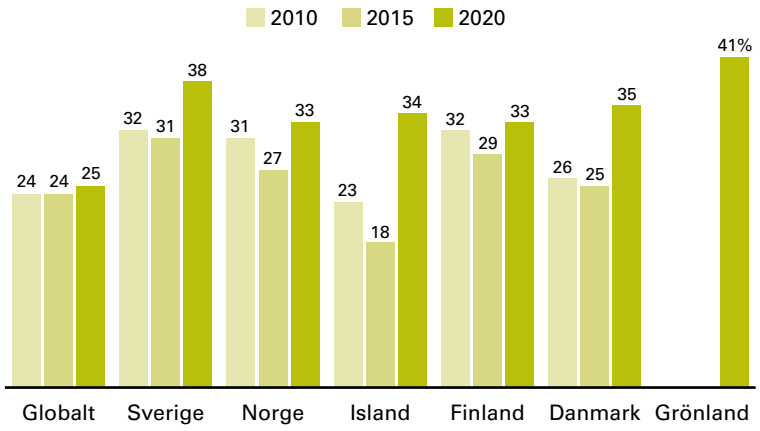
Kommentar: Gäller press, radio och tv i Sverige 2020. Reportrar N=207. Nyhetspresentatörer N=78.
Källa: www.whomakesthenews.org

”Den globala trenden är att kvinnor presenterar nyheterna i radio och tv, vilka oftast handlar om män.”

Skillnader i Norden

De nordiska länderna ligger ofta i topp i olika jämställdhetsindex och jämställdhet ses närmast som en nordisk exportvara. I Världsbankens Global Gender Gap Report 2021 placerar sig Island, Norge, Finland och Sverige bland de fem bästa länderna. 2020 har alla deltagande nordiska länder i GMMP ökat andelen kvinnor i nyheterna. För första gången placerar sig samtliga över 30 procent kvinnor i press, radio och tv och har en tydligt högre andel kvinnor än både det globala (25 procent) och europeiska genomsnittet (28 procent). Grönland som deltog i GMMP för första gången 2020 har 41 procent kvinnor i nyheterna.

Figur 7. Andel kvinnor som nyhetssubjekt i press,radio och tv i Norden och globalt 2010–2020 (procent)



Kommentar: Antal nyhetssubjekt press, radio och tv år 2020: Sverige 627, Norge 418, Island 108, Finland 368, Danmark 314, Grönland 71. Färöarna och Åland deltog inte i GMMP 2020.

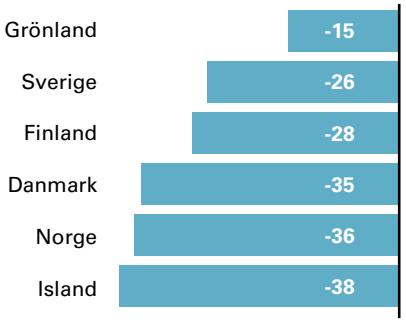
Källa: www.whomakesthenews.org

När det gäller nyhetssubjektens funktion utmärker sig Danmark med en förhållandevis hög andel kvinnor som experter (28 procent). Detta skulle kunna förklaras med att landet sedan 20 år tillbaka har en kvinnlig expertdatabas (Kvinfo).

Långt kvar till jämställda nyheter

JMG har skapat ett index för jämställdhet i nyhetsmedier. Indexet går mellan -100 och +100 där 0 är balans, baserat på GMMP-data om kvinnor och mäns närvaro i nyheterna i olika roller och ämnen. GMMP 2020 visar att alla deltagande länder ligger på minussidan. Sverige placerar sig bland de bättre, men ligger ändå på minus 26 i indexet. I figur 8 redovisas de nordiska ländernas placering i indexet, där man kan se att det är ganska stora skillnader inom Norden, även om alla länder placerar sig närmare balans (0) än total mansdominans (-100). Läs mer om indexet på sidorna 66–70.

Figur 8: Nordiska länders jämställdhet i medierna baserat på GEM-Indexet 2020



Kommentar: GEM-Indexet bygger på medelvärdet av sex GMMP-indikatorer för jämställdhet i nyheterna: Andelen kvinnor och män som nyhetssubjekt; reportrar; experter; företrädare; samt andelen kvinnor och män inom ämnena ekonomi; och politik. -100 betyder att det är bara män, +100 betyder att det bara är kvinnor och 0 = balans. För indexet uppbyggnad, se Djerf-Pierre & Edström 2020.

Källa: www.whomakesthenews.org

Synlighetens betydelse

GMMP 2020 visar att andelen kvinnor i svenska nyhetsmedier har ökat. Det märks också att redaktionerna anstränger sig för att nå en bättre balans genom att till exempel låta kvinnor förekomma oftare på bild. Men kvinnor i svenska nyheter är fortfarande en bristvara.

Synlighet för olika grupper är viktigt och det spelar roll om du tillhör en minoritets- eller majoritetsgrupp för vilken frihet du har att agera. Redan på 1970-talet konstaterade organisationsforskaren Rosabeth Moss Kanter att om en person tillhörde en grupp som var mindre än 35 procent av totalen så fick den personen räkna med att vara en ”token”, en symbol för sin kategori snarare än att bli betraktad som en egen individ. Det är därför jämställdhet ofta anges vara vara minst 40 procent av vardera kön i olika sammanhang.

Överfört på nyhetsmedier kan vi nu se att kvinnor är så pass synliga i svenska medier att de uppfattas som individer i stället för att bli representanter för sin grupp. Samtidigt noteras att roller och ämnen är könsmärkta. En expert i medierna är fortfarande oftast en man.

MEDIERNA SVARAR

I denna del lyfts nya initiativ för ökad jämställdhet i nyhetsmedierna. Nyhetsredaktioner som omskrivits tidigare år följs också upp. Samtliga mediehus vars kanaler har granskats i årets studie har kontaktats.

DATAVERKTYGENS INTÅG *PÅ REDAKTIONERNA*

För första gången på 20 år har andelen kvinnor ökat i svenska nyhetsmedier. En förklaring är att dagspressen tagit nya tag för att arbeta mer systematiskt med representation.

Redan 2015 hade enskilda redaktioner börjat använda digitala mätverktyg som kunde sköta räknandet baserat på namnstatistik. Idag ingår könsbalans som en del av dataanalyserna på många redaktioner.

Prognosis startade 2015 och används idag av flera redaktioner, bland annat inom public service. Max Berggren som utvecklat verktyget har också skapat ett datorprogram på Twitter som automatiskt granskar nyhetsmedier i olika länder.[1]

2016 valde Dagens Nyheter att göra ett ”omtag” som Martin Jönsson, redaktionell utvecklingschef på DN, uttrycker det. Jämställdhet och balans i rapporteringen blev ett prioriterat mål och med systematiskt arbete har en förändring skett. Andelen chefer är nu 50/50 och löneskillnader baserat på kön har rättats till. Genom Prognosis mäts könsbalansen i onlinenyheterna, DN mäter under pågående produktion och reportrarna får månadsrapporter om det egna arbetet för självreflektion. Enligt DN:s egna mätningar har andelen kvinnor i nyheterna ökat från 32 procent 2017 till 38 procent 2021. Flera tidningar inom Bonnier News arbetar numera på liknande sätt, se sidorna 39–41.

Räkna med Kvinnor har tidigare skrivit om enskilda redaktioner som systematiskt räknat på jämställdheten, men nu har lokaltidningarnas gemensamma bolag Mediekompaniet höjt ambitionsnivån. Mediekompaniet arbetar främst med annonsaffärer, men 2019 tog företaget över rapporten *Rättvisaren* från Rättviseförmedlingen som lades ner samma år. Nya *Rättvisaren* handlade 2019 om

1) Nyhetsrepresenationsbottar som Max Berggren utvecklat: Sverige (@shamebot_se), Danmark (@ligestillingbot), Norge (@likestillingbot), Finland (@tasaarvobotti), Tyskland (@shamebot_de), UK (@gendereqbot)

Martin Jönsson, redaktionell utvecklingschef på DN och Bonnier News. Bild: Anette Nantell

representation i nyheterna, 2020 var temat representation i reklam och 2021 handlar rapporten om publiken[2].

– Vi jobbar för en hållbar mediebild inom både reklam och nyheter, säger Ricki Rebecka Petrini, marknads- och kommunikationschef på Mediekompaniet. Vi har en läsaraffär och en annonsaffär där vi har större chans att attrahera kunder om vi speglar befolkningen.

Att ta över *Rättvisaren* var ett första steg, att utveckla ett mätverktyg blev nästa. I mars 2020 introducerades verktyget Media Watch som framför allt mäter könsrepresentation baserat på namnstatistik. För internt bruk kan redaktionen även få indikationer på ålder och utomnordisk bakgrund. Tredje steget handlar om utbildning. Under 2020 har Mediekompaniet arrangerat workshops runt om i landet för tidningsledningar och redaktioner.

Enligt Martin Jönsson på DN ligger Sverige långt framme med att utveckla tjänster för att mäta redaktionellt innehåll när det gäller könsbalans. Vad gäller andra former av representation har Sverige längre väg att gå, både kvalitativt och kvantitativt.

2) Rättvisaren görs i samarbete med Kantar Sifo: https://rattvisaren.com

KOMMERSIELLA MEDIER

Aftonbladet

Aftonbladet är ett av alla mediehus som numera använder digitala mätverktyg för att hålla koll på jämställdheten i innehållet. En robot mäter sedan 2018 nyhetssajten ur ett genusperspektiv, en annan påminner journalisterna om att använda expertlistan med hundratals kvinnor listade inom olika områden.

Könsfördelning på sajtens förstasida ligger på 48 procent kvinnor (juli 2020–mars 2021). Könsfördelningen i läsekretsen mäts via Orvesto, där aktuell statistik visar på 49 procent kvinnliga läsare totalt på Aftonbladet inklusive Sportbladet.

I samband med att den senaste omorganisationen lades ett stort fokus på genusfrågor. Bland annat har ledningen utbildats om ”unconscious bias”, det vill säga att skapa självinsikt om sina egna fördomar. Aftonbladets ledningsgrupp och redaktionsledning har idag en jämn könsfördelning. Hela organisationen, inklusive redaktionen, befinner sig inom Schibsteds policy om 40/60.

Under hela 2000-talet har Aftonbladet också satsat stort på att granska och belysa mäns våld mot kvinnor.

Upsala Nya Tidning

UNT, som ingår i NTM-koncernen, mäter återigen könsfördelningen i sitt innehåll sedan april 2021. Siffrorna tas upp på alla redaktionella möten och följs upp veckovis. När den nya satsningen inleddes låg fördelningen på 31 procent kvinnor och 69 procent män.

Ett antal workshops på redaktionen om vikten av representativitet i såväl det redaktionella innehållet som i annonser och hur det kan uppnås är genomförda och fler är inplanerade. Det finns en jämställdhetsplan för arbetsplatsen som uppdateras varje år, samt en jämställdhetsgrupp. UNT jobbar även aktivt för ett genusmedvetet ledarskap.

Umeå IK:s Monica Jusu Bah drar på ett skott i matchen mot Bollstanäs i Elitettan.
Bild: Abebe Asres, Västerbottens-Kuriren

Västerbottens-Kuriren

Västerbottens-Kuriren är en av få nyhetsmedier som kontinuerligt har räknat könsfördelningen i sitt innehåll sedan början av 2000-talet. Räkningen sker fortfarande manuellt, därav mäts bara papperstidningen. Merparten av innehållet är dock detsamma både i tryck och på webben.

År 2002, när räkningen initierades, bestod nyheterna i tidningen av 23 procent kvinnor, medan sportsidorna enbart hade 18 procent. Knappt 20 år senare är fördelningen i nyheterna 49 procent kvinnor och 51 procent män. Sporten har nått upp till 43 procent kvinnor.

– Det är så klart väldigt glädjande att det går åt rätt håll, även om det alltid finns mer att jobba på. I min roll som sportchef försöker jag också ha med fördelningen som en del i de olika val och prioriteringar som vi gör. Det finns ofta små val som kan göra skillnad över tid, säger Markus Isacson.

Fortfarande lyser ofta de kvinnliga tränarna med sin frånvaro även i damlagen. Sportreportrarna på Västerbottens-Kuriren har därför vinnlagt sig om att intervjua spelarna i stället för de manliga tränarna.

Pandemiåret 2020–2021 har inte visat på några avvikelser i könsfördelningen. Något som kan bero på att de tre viktigaste positionerna gällande smittskyddsarbetet i Västerbottens län innehas av kvinnor.

– När vi gjorde en artikelserie ett år efter de första coronafallen i länet intervjuade vi relevanta forskare om framtiden. Denna intervju blev omdiskuterad på grund av att alla forskare var män. Vår reporter hade som vanligt sökt efter kvinnor, men upptäckte att expertlistan som lyftes av Region Västerbotten främst bestod av män. Detta har föranlett en diskussion hos oss internt och vi har gett en reporter i uppdrag att ta fram en mer balanserad lista på experter, säger ansvarige utgivaren Jessica Wennberg.

Förutom att jobba aktivt för en jämn könsfördelning i sitt innehåll har tidningen en rekryteringspolicy för en jämställd redaktion. Ett genusmedvetet ledarskap är en självklar del i alla utbildningar och ledningen jobbar aktivt för att göra det lättare för kvinnor att jobba som chefer genom individuella insatser och anpassningar.

BONNIER NEWS PLANERAR FÖR KÖNSBALANS

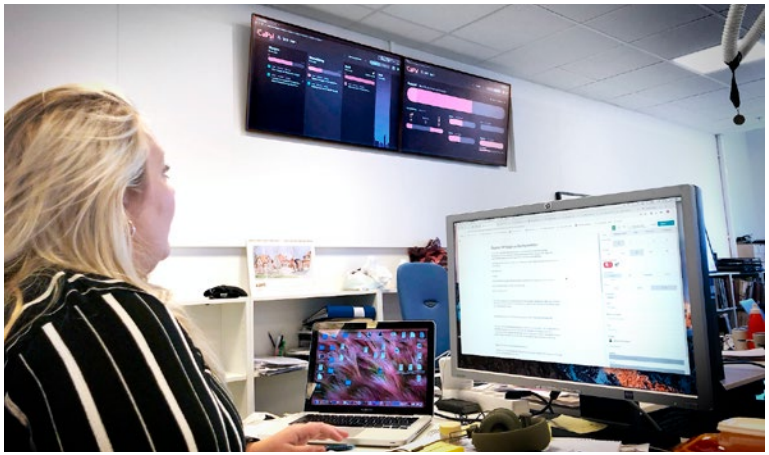
Fem av de svenska tidningarna som granskats i GMMP 2020 ingår i Bonniers News. Där är jämn könsfördelning numera en prioriterad fråga.

– Väldigt mycket av att uppnå könsbalans handlar om hur man planerar och lägger ut jobben, och vilken sorts journalistik man gör, säger Martin Jönsson, redaktionell utvecklingschef för såväl DN som Bonnier News.

I dagsläget finns inte någon gemensam jämställdhetsstatistik då de olika tidningarna inom mediehuset använder olika mätverktyg.

– Vi håller på att utveckla funktionalitet för att vi ska få till det under det kommande året så att vi kan ha det aggregerat, kommenterar Jönsson.

Sydsvenskan arbetar sedan 2016 med det internt utvecklade publiceringsverktyget Calpal där varje reporter markerar sina artiklar



Johanna Karlsson, chef på avdelningen Omkretsen på Sydsvenskan som täcker kranskommunerna runt Malmö och Lund. Det interna verktyget Calpal syns i bakgrunden.
Bild: Mattias Pehrsson

”Du får ingen förändring förrän du har en struktur som möjliggör en förändring.”

Mattias Pehrsson, redaktionell utvecklingschef för Sydsvenskan

som kvinnliga, manliga eller neutrala. Artiklarna nyhetsvärderas också för att se om man ”prioriterar eller värderar kvinnliga nyheter annorlunda än manliga nyheter” som Mattias Pehrsson, redaktionell utvecklingschef för Sydsvenskan, uttrycker det och tillägger:

– Du får ingen förändring förrän du har en struktur som möjliggör en förändring.

She News, Expressens mätverktyg, fokuserar på den digitala produkten och registrerar även uppdateringar som görs i efterhand.

– Vi har blivit medvetna om hur män och kvinnor porträtteras och kunnat agera, säger Johanna Cardell, biträdande redaktionschef för Expressen.

Hon anser att möjligheten att se könsfördelningen i realtid har bidragit till att öka andelen kvinnor. Framför allt är det dock ett strategiskt arbete, tillsammans med diskussioner och planering av jobb som lett till en förändring på Expressen, säger hon.

På Nerikes Allehanda påbörjades en manuell granskning av innehållet under hösten 2020, där reportrarna markerar egenproducerade artiklar med övervägande kvinnor eller män i ett Excel-ark.

– Det är ett aktivt arbete och innehållet som publiceras nu ligger väldigt nära ett jämställt innehåll, kommenterar chefredaktören Anders Nilsson.

Featurereportern och familjeredaktören Heléne Berzeliuz säger:

– I praktiken jobbar vi på bred front. Allt från en särskild projektgrupp till digitala redaktionsmöten en gång i veckan, och därutöver möten och avstämningar inom varje avdelning på redaktionen. Mötena kan innehålla allt från att diskutera ämnet i stort till att spåna konkreta idéer och uppslag.

Nyhetsdesken på Nerikes Allehanda. Bild: Nerikes Allehanda

Snart ska Nerikes Allehanda övergå från manuell till digital granskning, samma publiceringsverktyg som används av Sydsvenskan och Helsingborgs Dagblad kommer då att införas.

Det är lättare att uppnå mål kring ett jämställt nyhetsinnehåll i den planerade journalistiken än i den nyhetsreaktiva verksamheten, menar Jonas Jonsson, Dagens Industris redaktionschef:

– Vi intervjuar många aktieexperter och där är det tyvärr så att män är överrepresenterade. Men vi försöker hela tiden hitta kvinnliga aktieexperter också och lyfta fram dem.

Att se en förändring i nyhetsinnehållet tar tid.

– Det krävs att man river upp gamla arbetssätt och att ledningarna håller i det. Och att du får med dig redaktörer och avdelningschefer att jobba med de här frågorna. Drivkraften är att leverera bättre journalistik till läsarna, säger Martin Jönsson.

NYSTART FÖR FEMPERS NYHETER

Det blåste hårt mot Sveriges första feministiska dagstidning, Feministiskt Perspektiv, under deras tioåriga existens. Med ett nytecknat samarbetsavtal ser dock chefredaktören för nystartade Fempers Nyheter, Anna-Klara Bratt, med tillförsikt på framtiden.

Feministiskt Perspektiv, numera Fempers Nyheter, bevakar både inrikes- och utrikesnyheter, ekonomi, kultur och sport ur just ett feministiskt perspektiv. Antalet prenumeranter har legat på drygt 2 000 sedan starten och antalet läsare per månad uppgår till knappt 70 000.

Nyheterna i tidningen har en genomsnittlig könsfördelning på 80 procent kvinnor och 20 procent män, vilket är helt i sin ordning enligt Bratt:

– Vi bedriver informationsbildning ur ett feministiskt perspektiv, visionen är att verka komplicerande. Vi kompenserar bristen på kvinnlig kunskap och erfarenhet i övriga medier. Under #metoo uppstod ett enormt behov av denna kunskap. Då fick vi lite ledigt när andra medier tog vid, kommenterar hon.

Akademiker utgör basen i prenumerantstocken, medan läsarna av det öppna materialet främst består av kvinnor, pensionärer och socioekonomiskt utsatta. Bland tidningens läsare och prenumeranter är 30 procent män.

I februari 2021 fick Feministiskt Perspektiv nej till fortsatt presstöd på grund av att tidningen hade för få prenumeranter.

> ”Det känns väldigt bra att vi säkrat fortsatt utgivning av feministisk nyhetsproduktion.”
>
> Anna-Klara Bratt, chefredaktör för nystartade Fempers Nyheter

Josefine Rönnbäck, Anna-Klara Bratt, Anne Atambo, Helen Pankhurst och Somar Al-Naher på Bokmässan 2019. Bild: Jenny Rönngren

– Våra läsare tillhör inte de resursstarka i samhället. Vi påverkas också av att feminism har suspektifierats när Facebooks algoritmer stänger ner politiska och enkönade communities, det vill säga våra målgrupper, kommenterar Bratt.

I april 2021 ingick Feministiskt Perspektiv ett samarbetsavtal med Mediehuset Grön Press, som bland annat ger ut tidningarna Syre och Global. Tillsammans startade de en helt ny produkt, den digitala tvådagarstidningen Fempers Nyheter. Tidningen Feministiskt Perspektiv har låsts upp i sin helhet och vid sidan av arkivet kommer den ideella föreningen även fortsätta med live- och poddverksamhet.

– Det känns väldigt bra att vi säkrat fortsatt utgivning av feministisk nyhetsproduktion. Nu finns det en nytändning. Det våras för fakta, säger Bratt, samtidigt som hon pekar på vikten av Feministiskt Perspektivs betydelse för utvecklingen av övrig nyhetsrapportering:

– Jag kan konstatera att vår initiala sportbevakning har haft effekt både bland kvinnliga utövare och sportjournalister. Vår bevakning av nazism, rasism, anti-feminism och transfrågan har också fått ringar på vattnet genom att frågorna har förts vidare i den breda samhällsdebatten och i andra medier.

ETC MÄTER SEDAN 2014

Dagens ETC har sedan starten 2014 dagligen mätt jämställdheten i innehållet. Redaktionen räknar kvinnor, män och uttalat icke-binära på bild och i citat före pressläggning och redovisar siffrorna på sidan tre i tidningen.

– Jag är övertygad om att det här ger bättre och mer reflekterande journalistik. Jag är lika övertygad om att någon annan målsättning vore omöjlig för en dagstidning som kallar sig feministisk. För alla anställda hoppas jag att det faktiska resultatet kan betyda stolthet, att vi med gemensamma ansträngningar lyckades, då det här i allt väsentligt är en kollektiv insats där alla yrkesgrupper på tidningen är involverade, säger chefredaktören Andreas Gustavsson.

Totalt
Kvinnor 50% (49)
Män 50% (51)

Omfattar intervjupersoner, personer som syns på bild samt anlitade frilansmedarbetare.

Profilintervjuer
Kvinnor 48% (49)
Män 52% (51)

De lite längre intervjuerna, till exempel inom kultur eller politik.

Debatt
Kvinnor 49% (46)
Män 51% (54)

Debattuppslagets störst utgjorda artikel. Vissa texter har haft flera undertecknare.

I vilken egenskap intervjuas kvinnor?
Expert/yrke/initiativtagare 70% (68)
Offer för omständigheter 12% (16)
Neutral, ofta enkätform 18% (16)

Medier har en tendens att skildra kvinnor som offer. Därför har ETC räknat på i vilken roll kvinnor får komma till tals. Att vara drabbad är så klart inte per definition att vara passiv.

Källa: Statistik från Dagens ETC 1 januari 2020–31 december 2020.
Resultat för 2019 inom parantes.

PUBLIC SERVICE – MED SÄRSKILT ANSVAR

Public service, det vill säga Sveriges Television, Sveriges Radio och Utbildningsradion, har jobbat med jämställdhet inom sina uppdrag i drygt 40 år, bland annat genom en medveten personalpolitik och ett jämställt innehåll. Programutbudet ska präglas av ett jämställdhets- och mångfaldsperspektiv, enligt sändningstillstånden (kravet på jämställdhet infördes 2014).

Framför allt Sveriges Radio blev tidigt ett flaggskepp för genusmedvetna satsningar och feministiska program, som Radio Ellen, Radio Freja, Lika villkor, Gender, Pitbull och Heliga familjen.

Sveriges Radio har tagit fram en ny strategi 2021 för att hålla ihop arbetet som görs kring satsningen på fler perspektiv. En del av arbetet handlar om att bredda perspektiven i innehållet, en annan handlar om rekrytering av nya medarbetare med olika perspektiv, och en tredje om en inkluderande företagskultur där alla olikheter får plats, trivs och kan utvecklas.

Vad gäller granskningen av könsfördelningen i nyhetsprogrammen sätter varje redaktion upp egna rutiner för mätning.

– För vissa av Ekots program har vi kontinuerligt gått igenom medverkande. För andra har vi gjort punktinsatser. Vi strävar hela tiden efter att ge flera perspektiv på de frågor vi bevakar, säger Klas Wolf-Watz, chef och ansvarig utgivare för Ekot.

Även flera SVT-redaktioner mäter regelbundet könsfördelningen i innehållet, bland annat Aktuellt, Rapport och många lokala nyhetsredaktioner. Bland de anställda är 49 procent kvinnor och 51 procent män, och hos cheferna är könsfördelningen 56 procent kvinnor och 44 procent män.

– Vi får en del extern kritik för att vi har en övervikt av kvinnliga programledare på Rapport och Aktuellt, säger Charlotta Friborg, programchef för SVT Riksnyheter.

SVT jobbar sedan 2015 utifrån policyn Sverigespegling och likabehandling. Samtidigt inrättades en ny tjänst, ansvarig för ”framtidens kompetenser”. Syftet är att i en digital omställning fokusera på utbildningar, kurser och verktyg för medarbetarna utifrån en omvärldsanalys. Under hösten 2020 antog bolaget även en ny företagsstrategi med fokus på mångfald. Enligt strategin behöver SVT bredda sina kunskaper och erfarenheter för att bli mer relevanta. Två initiativ har tagits för att följa upp om de åtgärder som genomförs ger önskad effekt:

1. Genomlysning av 100 rekryteringar

SVT:s policy för Sverigespegling och likabehandling säger att Sveriges befolkning ska avspeglas i sammansättning av personal. I syfte att stärka kompetensbaserad och icke-diskriminerande rekrytering ska SVT genomlysa, följa och lära av 100 rekryteringsprocesser. På så sätt medvetandegörs organisationen på om olika kandidater möts av olika förutsättningar. Genomlysningen kan sedan följas och upprepas för att se om genomförda insatser gjort skillnad.

2. Pilot av medarbetarundersökning med särskilt fokus på inkludering av känsla av samhörighet

Alla på SVT ska känna sig inkluderade och värda lika mycket. Under 2021 kommer organisationen därför att genomföra en pilot av en medarbetarundersökning med särskilt fokus på inkludering och känsla av samhörighet. Undersökningen kommer att följas upp med konkreta åtgärder och insatser.

Under 2021 har drygt 400 medarbetare på SVT:s lokala nyhetsredaktioner genomgått en perspektivworkshop med fokus på att medvetenhetsgöra journalisterna kring frågor som rör jämställdhet, inkludering och representation. Nyhetsredaktionerna jobbar även med områdesanalyser för att synliggöra vilka som bor i bevakningsområdet för att på så sätt möjliggöra en bred representation.

Intern kritik

Såväl SVT som SR har dock fått intern kritik för bristande mångfald.

Under hösten 2020 gick 39 medarbetare på Sveriges Radio samman i uppropet ”Vems SR?” mot rasism och brist på representation, riktat till ledningen. ”Vems SR?” följdes av ett stödupprop undertecknat av ett 50-tal SR-medarbetare.

Efter uppropen på Sveriges Radio initierade den lokala fackklubben på SVT en enkätundersökning om inkludering och diskriminering. Tillsammans med en grupp SVT-medarbetare genomfördes även djupintervjuer med anställda med utländsk bakgrund (minst en förälder från ett annat land) om arbetssituationen och de journalistiska perspektiven på SVT. Intervjuerna har sammanställts i rapporten *Hur kan det vara så här?* som synliggör arbetsmiljöproblem, en brist på mångfald i ledande positioner, samt ensidig bevakning av minoriteter, invandrare och utsatta områden.

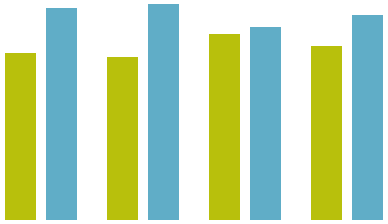
European Broadcasting Union har tagit fram flera rapporter om hur europeiska public service-bolag arbetar med jämställdhet. Se lästipsen på sidan 86.

2018 firade nyhetsredaktionen på SVT Nyheter Västerbotten 20 år av systematiskt jämställdhetsarbete. På bilden några av de drivande krafterna: Maria Brändström, Maria Brännström, Lotta Strömland, Jenny Gustafsson och Anna Hellgren.
Bild: Maria Edström

En lokalredaktion i täten

SVT Nyheter Västerbotten har, liksom Västerbottens-Kuriren, fört statistik över könsfördelningen i innehållet under 20 års tid. Skillnaden från tidigare är att redaktionen nu räknar fördelningen på webben i stället för i direktsändningarna på grund av organisationsförändringar. Räkningen sker dock fortfarande manuellt. Redaktörerna går igenom alla klipp som publiceras och räknar hur många kvinnor och män som intervjuas. Trots de mer händelsebaserade nyheterna på webben ligger könsfördelningen för det mesta kring 40–60 på veckobasis.

– Det var dags att skifta fokus till sajten och där har vi nu en fungerande metod för att räkna de intervjuade varje dag. Vi har bättre siffror än vi vågat hoppas på, vi trodde att blåljusnyheter och händelsenyheter skulle dra ner statistiken ännu mer, kommenterar redaktören Maria Brändström.



Andelen kvinnor och män över tid i nyheterna från SVT Nyheter Västerbotten

2005: Kvinnor 44%, män 56%
2010: Kvinnor 43%, män 57%
2014: Kvinnor 49%, män 51%
2020: Kvinnor 46%, män 54%

PRISADE SPORTNYHETER

SVT Sport har vunnit flera priser för sin jämställda sportbevakning. Dessutom har trafiken ökat med över hundra procent på tre år.

– Man måste vara ihärdig och inte ge upp så lätt, kommenterar sportchef Åsa Edlund Jönsson.

Sportnyheter är en klassisk manlig domän, som har haft svårt att bryta ojämställda mönster i såväl organisation som innehåll. SVT Sport inkluderar programmen Sportnytt, Sportspegeln, Söndagsmagasinet och Vinterstudion. I tillägg sänder de 2000 timmar direktsänd sport per år.

Redaktionen hade 2015 länge pratat om att de ville bli bättre på damidrott. Åsa Edlund Jönsson fick som engagerad sportchef uppgiften att göra verklighet av visionen.

– Jag insåg dock tidigt att hela redaktionen måste bidra om detta skulle kunna bli verklighet, säger hon.

Sagt och gjort. På de dagliga morgonmötena infördes en obligatorisk punkt om damidrott. Redaktionen började mäta andelen kvinnor och män i sina nyheter. På de digitala kanalerna mäts namn, pronomen och lag, i direktsändningarna räknas sekunder dam- och herridrott. Man började ställa krav på sina leverantörer att leverera material även från damidrott, annars sades avtalen upp. Dessutom startades ett instagramkonto som bara följer profilerade kvinnliga idrottare, med motiveringen att stora manliga idrottsprofiler syns i alla övriga medier.

Målet är att vara världsledande på jämställd sportbevakning. Efter flera år av en jämn könsfördelning slog coronapandemin till, vilket i sportens värld innebar att herrligorna fick fortsätta spela medan damligorna ställdes in. År 2020 stod bevakningen av damidrott därför bara för 39 procent av totalen. Resultaten fluktuerar dock över tid beroende på vilka evenemang som står på dagordningen, enligt Edlund Jönsson:

– Nu har vi en liten övervikt på dambevakningen efter en stark vinter, men med hockey-VM och fotbolls-EM för herrar 2021 jämnar det ut sig igen.

”Idag är redaktionen mycket mer heterogen och vi har helt andra redaktionella samtal än tidigare, vilket också öppnar upp för ökad jämställdhet och mångfald.”

Åsa Edlund Jönsson, sportchef på SVT Sport

Vid stora manliga idrottsår lägger redaktionen extra mycket fokus på att ta fram egna damnyheter.

– Omgivningen ger oss inte det gratis, så det måste vi fokusera hårt på. Vi måste bidra genom att samla in egna bilder. Vi behöver också bli bättre på att skapa större kontaktnät bland kvinnliga idrottare. Kvinnliga idrottare har inte heller vanan att kontakta journalister på samma sätt som manliga, säger Edlund Jönsson.

Redaktionen är transparenta med statistiken för att sätta tryck på sig själva att lyckas. Dels görs veckovisa utskick med aktuell könsfördelning till de 170 medarbetarna, dels publiceras den i SVT-bloggen.

Även redaktionen är numera helt jämställd efter att man förändrat sin rekryteringsprocess.

– När jag började på SVT Sport och skulle rekrytera nya förmågor använde jag ett test med fokus på traditionella sporter, som speedway, fotboll och hockey. Det var ju så klart väldigt exkluderande för dem som kunde massor om stora damidrotter och stjälpte mer än det hjälpte.

Idag är SVT Sport öppet för en bredd av kompetenser. Det räcker med att vara sportintresserad för att få jobb på redaktionen, enligt Edlund Jönsson. Däremot behöver man vara en stjärna inom sin kompetens, som till exempel sociala medier.

– Idag är redaktionen mycket mer heterogen och vi har helt andra redaktionella samtal än tidigare, vilket också öppnar upp för ökad jämställdhet och mångfald, säger hon.

Åsa Edlund Jönsson, sportchef på SVT Sport, tar emot Svenska Jämställdhetspriset 2020.
Bild: Anna Hållams

Det är fortfarande något fler män än kvinnor som intresserar sig för SVT Sports nyheter. Den direktsända idrotten ses av 60 procent män och 40 procent kvinnor. Däremot handlar hälften av alla lästa artiklar om damidrott.

SVT Sports jämställdhetsarbete och dess resultat har gett ringar på vattnet. Såväl sportredaktioner, näringsliv som lärosäten efterfrågar föreläsningar, flera internationella förbund har hört sig för om samarbete och lärdomarna har blivit tips i en handbok för de som vill bli bättre på att bevaka damidrott. Boken heter *Reimagining Sport – pathways to gender-balanced media coverage* och ges ut av European Broadcasting Union (EBU 2020 b).

– I början var det många som fnissade lite nervöst åt oss. Idag vet vi att det går och att det är en enorm framgångsfaktor. En jämställd sportbevakning har gett oss fler egna nyheter, mer livesport att sända, en kraftigt ökad digital publik och stora konkurrensfördelar. Nu är det ingen som fnissar längre.

JOURNALIST-UTBILDNINGARNA SVARAR

Som en del av kartläggningen av kvinnors representation i nyhetsmedierna är det också angeläget att undersöka hur väl genus- och jämställdhetsperspektiv integreras i Sveriges journalistutbildningar. En enkät har därför mejlats till de 17 universitet, högskolor och folkhögskolor som utbildar journalister.

SKIFTANDE FOKUS PÅ JÄMSTÄLLDHET

En första genusgranskning av landets journalistutbildningar genomfördes inför *Räkna med kvinnor 2015*. Då framhöll en majoritet av respondenterna att genusperspektivet är oerhört relevant för yrket. Dock var det bara två lärosäten som erbjöd specifika kurser kopplade till genus.

Sedan dess är det flera folkhögskolor och ett universitet som har lagt ner sina journalistutbildningar. Ytterligare en vid Luleå Tekniska Universitet är på väg att nedmonteras. Samtidigt kommer Kalix folkhögskola, återigen, att erbjuda en journalistutbildning från och med höstterminen 2021 efter att ha pausat den under fyra år.

Av 17 tillfrågade lärosäten har representanter för 13 av dessa svarat på enkäten. Endast en utbildning, vid Ljungskile folkhögskola, erbjuder en specifik kurs i genus och jämställdhet. Däremot svarar alla respondenter att flera kurser och temaområden, såväl teoretiska som praktiska, innehåller moment kopplade till genus och jämställdhet. Det kan till exempel handla om enskilda föreläsningar, medieanalyser ur ett genusperspektiv, workshops och seminarier kring demokrati, intersektionalitet, makt, #metoo och näthat.

Linnéuniversitetet, Luleå Tekniska Universitet, Lunds universitet, Umeå universitet, Stockholms universitet, Södertörns högskola, Ljungskile folkhögskola samt Vara folkhögskola har obligatorisk kurslitteratur om genus och jämställdhet kopplat till medier.

På Linnéuniversitet har några studenter ifrågasatt de obligatoriska momenten om genus och jämställdhet i utbildningen.

– Ett antal studenter upplever en politisk styrning av utbildningen. Jag tror att nuvarande upplägg i journalistutbildningen, att ge jämställhet lite utrymme i olika kurser, inte på ett tydligt vis problematiserar journalistikens betydelse för genus och jämställdhetsfrågan som en av de viktigaste delarna i ett demokratiskt samhälle.

Jag tror också att en särskild genuskurs i journalistik kan vara en mer fruktsam väg i rådande samhällsklimat för att ge journaliststudenterna kunskaper som de sedan kan omsätta i sitt kommande yrkesliv, säger Britt-Marie Ringfjord, institutionen för Medier och Journalistik vid Linnéuniversitetet.

Lärares och studenters eget intresse av genus och jämställdhet är i många fall det som styr innehållet i utbildningarna.

– Jag tror det krävs en större medvetenhet hos oss pedagoger för att frågan skulle uppmärksammas mer. Jag tror också att det har med olika deltagargrupper att göra, säger Tommy Karlsson Ravström, lärare vid Radiolinjen, Vara folkhögskola.

– Vi har under de senaste åren märkt ett ökat intresse för genus och jämställdhet kopplat till medieforskning och tittar just nu på hur vi kan möta detta intresse, säger universitetsadjunkt Philip Zetterlund vid institutionen för informatik och media vid Uppsala universitet.

Tillfrågade universitet och högskolor:

Göteborgs universitet
Linnéuniversitetet
Luleå Tekniska Universitet
Lunds universitet
Mittuniversitetet
Stockholms universitet
Södertörns högskola
Umeå universitet
Uppsala universitet

Tillfrågade folkhögskolor:

Jakobsbergs folkhögskola
Kaggeholms folkhögskola
Kalix folkhögskola
Ljungskile folkhögskola
Skurups folkhögskola
Södra Vätterbygdens folkhögskola
Vara folkhögskola
Kista folkhögskola

”Lyckas man inte visa hela samhället så misslyckas man med sitt journalistiska uppdrag, och i förlängningen också det demokratiska uppdrag som man har.”

Ulf Svenning, linjeledare journalistlinjen vid Skurups folkhögskola

”Det är viktigt att tydligare medvetandegöra för studenterna vilka normer och maktstrukturer som de själva direkt, och indirekt, kan vara med att upprätthålla inom nyhetsrapporteringen.”

Andreas Mattsson, programansvarig och universitetsadjunkt vid journalistutbildningen, Lunds universitet

”För att frågan skulle uppmärksammas mer i utbildningen krävs mer litteratur med genusperspektiv på fler kurser, och ett globalt perspektiv på frågan.”

Maria Nilsson, studierektor i journalistik vid institutionen för mediestudier vid Stockholms universitet

EN INTERNATIONELL UTBLICK

Journalistutbildningarnas roll för att uppnå jämställdhet i branschen och i mediernas innehåll lyfts såväl i riktlinjer från UNESCO som av Europarådet. Tillgången till kvalificerad utbildning i jämställdhet och medier är dock ojämn och till stor del beroende på enskilda institutioners goda vilja.

Mycket har ändå hänt på senare år, inte minst tack vare engagerade akademiker från 19 universitet globalt som samlas i UniTWIN Network for Gender, Media and ICTs. Nätverket bildades 2016 på initiativ av UNESCO för att stödja organisationens arbete för jämställdhet i och genom medierna.

Till Kvinnokommissionen i New York 2018, där kvinnor och medier var ett centralt tema, tog nätverket fram lägesbeskrivningar på medieområdet. I en rapport om journalistutbildningar framgår att jämställdhetsintegrering på de flesta håll i världen inte är ett krav. Även där försök har gjorts visar studier att systematik i kursplaneringen saknas (Geertsema-Sligh mfl 2020).

Under 2020/2021 arrangerade UniTWIN-nätverket en serie digitala workshops om att integrera genus i journalistutbildningar, bland annat med utgångspunkt från en manual om hur kursplaner kan utformas som nätverket publicerade 2019: *Gender, media and ICTs: New approaches for research, education and training*. Flera av deltagarna i Europa-workshopen bekräftade att genusperspektivet fortfarande är marginellt i journalistutbildningar och efterfrågade strategier för att få universiteten intresserade.

I Frankrike togs 2013 ett lagförslag fram om att göra jämställdhet till ett obligatoriskt ämne i landets journalistutbildningar. Syftet var enligt utbildningsministern Najat Vallaud-Belkacem, socialist och första kvinna på posten, att ”bekämpa kränkande könsstereotyper som skapar och upprätthåller ojämlikhet mellan kvinnor och män”.

Men rektorerna för samtliga 14 erkända journalistutbildningar i landet gjorde gemensam sak och satte stopp för lagförslaget. Som argument anförde de akademisk frihet. Dessutom kände de sig skuldbelagda eftersom obligatoriet inte omfattade andra universitetsutbildningar (Le Monde 2014).

Det finns dock flera universitet som erbjuder kurser och program i genus och medier. I Ecuador har nyligen masterprogrammet Gender and Communication implementerats vid Universidad Andina Simón Bolívar, och i Barcelona finns ett liknande masterprogram vid UAB, Universitad Autonoma de Barcelona.

I en rapport till Världsrådet för journalistutbildning, WJEC, konstaterar medieforskaren Margaretha Geertsema-Sligh tillsammans med flera kollegor att det inte finns någon samsyn om hur bristen på jämställdhet i medierna ska lösas, men att utbildningen är en bra plats att börja. De förespråkar en intersektionell utgångspunkt eftersom ojämlikhet baserad på föreställningar om kön, ras, klass, funktionalitet, sexualitet, genusidentitet och nationalitet är överlappande.

”Med tanke på hur mottagliga människor är för dessa diskussioner idag, är det rätt tid att införliva frågor om kön och ojämlikhet i läroplanerna.”

Geertsema-Sligh mfl, 2020: 72

VÄGAR FRAMÅT

Mediefrihet, yttrandefrihet och jämställdhet är grundläggande mänskliga rättigheter, som bör förstärkas och samverka snarare än att ställas mot varandra. I detta avsnitt anges några förslag på vägar framåt för mediaföretag, branschorgan och beslutsfattare.

GLOBALA ÅTAGANDEN FÖR JÄMSTÄLLDHET I MEDIERNA

Det har funnits en avvaktande inställning från politikers sida att lägga sig i frågan om bristande jämställdhet i medierna. Om statsmakten agerar gentemot medierna skulle det kunna ses som ett hot mot yttrandefriheten. Förhoppningen har varit att branschen själva ska hantera frågan.

Här följer några viktiga åtaganden som Sverige skrivit under.

Kvinnokonventionen lyfter könsstereotyper

Konventionen om avskaffande av all slags diskriminering av kvinnor (CEDAW) antogs av FN 1979 och är ett av de viktigaste dokumenten för kvinnors rättigheter. Den definierar vad som är diskriminering mot kvinnor och hur den kan motverkas. Artikel 5 handlar om skyldigheten för stater att motverka könsstereotypa mönster. Fortfarande är CEDAW förhållandevis okänd i Sverige. Det görs dock regelbundna kontroller av vilka åtgärder staterna har tagit i förhållande till konventionen. Civilsamhället gör också så kallade skuggrapporter.
I Sverige granskar Sveriges kvinnolobby hur konventionen efterlevs.

Pekingplattformen visar på vikten av medier och jämställdhet

Sverige har undertecknat den så kallade Pekingplattformen, den globala handlingsplanen för jämställdhet som antogs i Peking under FN:s fjärde internationella kvinnokonferens 1995. Handlingsplanen identifierar kvinnor och medier (Sektion J) som ett av tolv fokusområden i arbetet för rättvisa, demokrati och kvinnors rättigheter, och mediers ansvar betonas i nästan alla fokusområden. Staterna som skrivit under Pekingplattformen har förbundit sig att verka för

att (1) kvinnor ska få tillgång och inflytande över medier, och (2) att främja balanserade och icke-stereotypa skildringar i medier. Det har gått trögt att få i gång ett systematiskt arbete för att nå dessa mål, det framgår bland annat av den svenska regeringens uppföljningar av Pekingplattformen och skuggrapporterna från Sveriges kvinnolobby. 2018 inrättades Jämställdhetsmyndigheten som har ett pågående uppdrag om att sprida kunskap om Pekingplattformen och dess tolv fokusområden. På EU-nivå är det EIGE, EU:s jämställdhetsinstitut, som ansvarar för att återrapportera till FN hur medlemsstaterna följer Pekingplattformen.

Jämställdhet central i Agenda 2030

Hösten 2015 antog FN 17 globala mål för en hållbar utveckling, *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*, i Sverige ofta kallad Agenda 2030. Där bekräftas att målen i Pekingplattformen fortfarande gäller. Medierna har inget eget mål i Agenda 2030, ord som yttrandefrihet och pressfrihet nämns inte. Samtidigt anges att alla grundläggande rättigheter som FN enats om tidigare gäller, det vill säga även FN:s deklaration om mänskliga rättigheter från 1948 som slår fast både människors yttrandefrihet och informationsfrihet.

Mål 16 handlar om att skapa inkluderande samhällen och där är rätten till information ett särskilt delmål (16.10). Mål 5 handlar om att uppnå jämställdhet och det målet ska också genomsyra alla andra mål. I tillägg till de 17 huvudmålen finns också 169 delmål där FN betonar betydelsen av informations- och kommunikationsteknologi (ICT), bland annat i ett delmål för jämställdhet.

Europeiska åtaganden

Både EU och Europarådet har de senaste åren satt större press på att jämställdheten ska öka i medierna, både inom mediebolagen och i utbudet. 2013 antog EU:s ministerråd tre indikatorer för medier i förhållande till ett av delmålen i Pekingplattformen; att ge kvinnor större tillgång till medier.

EU:s indikatorer är:

1. Andelen kvinnor i medieföretagens styrelser
2. Andelen kvinnor på beslutsfattande positioner
3. I vilken omfattning medieföretagen har jämställdhetsplaner och aktiva åtgärder för att öka jämställdheten

Medlemsstaterna ska årligen återrapportera kring dessa indikatorer till EU (European Union 2013).

Strax efter att EU beslutat om medieindikatorer antog Europarådet nya rekommendationer för hur jämställdheten ska öka i medierna. Rekommendationerna är inte bindande, men de har betydelse för till exempel kartläggningar av rådande läge. Branschen uppmanas att ta sitt ansvar men också medlemsstaterna uppmanas agera (Europarådet 2013). Förutom jämställdhet i medierna har Europarådet också tagit fram rekommendationer för att motverka sexism (Europarådet 2019).

EU och Europarådet talar om vikten av att ta fram statistik för medieområdet, men det är sällsynt med jämförbar statistik. Även från svenskt håll har det uppmärksammats att det inte går att göra uppföljningar gällande jämställdhet om det inte finns könsuppdelad statistik.

Istanbulkonventionen pekar på mediernas ansvar

Istanbulkonventionen är det första juridiskt bindande avtalet om våld mot kvinnor i Europa. Den beskriver att avskaffandet av våld mot kvinnor är nödvändigt för att kunna uppnå jämställdhet. Konventionen upprättades 2011 och Sverige ratificerade den 2014. I artikel 17 uppges att medierna, med hänsyn till yttrandefrihet och oberoende, ska uppmuntras att delta i utvecklingen och genomförandet av politiken. Medierna ska också ta fram riktlinjer för självreglering för att förebygga våld mot kvinnor och stärka respekten för kvinnor.

Sveriges jämställdhetspolitik är uppdelad i sex delmål, varav det sjätte delmålet handlar om att mäns våld mot kvinnor ska upphöra. Delmålet har ett särskilt fokus på kopplingen mellan maskulinitet och våld. Det omfattar också att motverka kommersialisering och exploatering av kvinnokroppen i medier som syftar till att reproducera föreställningar om kvinnors underordning. I arbetet utgår man från den nationella strategin för att förebygga och bekämpa mäns våld mot kvinnor. Strategin är en del i Sveriges arbete med att leva upp till sina åtaganden i Istanbulkonventionen.

Sveriges uppföljning av Pekingplattformen

I ett uppföljningssystem för jämställdhetspolitiken (Ds 2013:37, sid 30) identifieras medierna som ett område där Sverige bör ta fram jämställdhetsindikatorer. Detta har ännu inte gjorts, men från politikerhåll framhålls andra tillvägagångssätt. I uppföljningen av Pekingplattformen 2014 pekade dåvarande regering på demokratiskrivningen i Radio och tv-lagen samt de skärpta kraven på public service för tillståndsperioden 2014–2019, där det står att all programverksamhet ska präglas av jämställdhet och mångfald (U2014/240/JÄM). Kraven är de samma i de nya sändningstillstånden för 2020–2025. I Sveriges uppföljning av Pekingplattformen 2019 lyfts åter skrivningen i sändningstillstånden. Regeringen pekar också på Statens Medieråds arbete med medie- och informationskunnighet, samt stöd för att stoppa hat och hot mot journalister (A2019/00538/JÄM).

INTERNATIONELLA OCH EUROPEISKA RESURSER – ETT URVAL

Advancing Gender Equality in the Media Industries

Advancing Gender Equality in the Media Industries (AGEMI) är en läroplattform i samverkan mellan tre universitet (Göteborg, Newcastle och Padova) och två branschorganisationer (COPEAM och EFJ). Plattformen skapades inom ramen för ett projekt finansierat med stöd från EU:s generaldirektorat för rättsliga frågor, konsumentfrågor och jämställdhet. Projektet är avslutat men hemsidan finns kvar:

www.agemi-eu.org

Europarådet

Europarådet ser jämställdhet i medierna som central för yttrandefriheten i världen och har en speciell sida för dessa frågor:

www.coe.int/en/web/freedom-expression/gender-and-media

Europarådet har också skapat en egen sajt för uppföljningen av de globala åtagandena mot sexism:

www.coe.int/en/web/human-rights-channel/stop-sexism

European Broadcasting Union

Public servicebolagen i Europa driver jämställdhetsarbetet via organisationen European Broadcasting Union (EBU) och samlar exempel på hur public service arbetat systematisk med dessa frågor.

www.ebu.ch/groups/gender-equality

Gender Links

Gender Links är en civilsamhällesorganisation med bas i Sydafrika. Gender Links utgår från medierna som bärare av social förändring. Villkor och innehåll i nyhetsjournalistik är ett av organisationens fokusområden. 2021 firade Gender Links 20 år av aktivism.

www.genderlinks.org.za

Global Alliance on Media and Gender

UNESCO, FN-organet för utbildning, vetenskap och kultur, arbetar också med genus och medier. 2013 bildades Global Alliance on Media and Gender (GAMAG) och den första generalförsamlingen hölls 2015 i Genève. GAMAG arbetar i huvudsak ofinansierad men har en viktig nätverkande och samordnande funktion, inte minst i förhållande till övrigt FN-arbete.

gamag.net

International Association of Women in Radio and Television

The International Association of Women in Radio & Television (IAWRT) är ett nätverk för forskare och journalister inom radio och tv-området. Organisationen har medlemmar i 145 länder och arbetar med kvinnliga journalisters villkor och säkerhet, samt mediebilden av kvinnor i journalistiken.

www.iawrt.org

International Federation of Journalists

Internationella journalistfederationen (IFJ) har jämställdhet som ett av sina huvudområden och driver frågor om arbetsvillkor och säkerhet. På uppdrag av UNESCO håller IFJ på att uppdatera UNESCO:s indikatorer för jämställdhet i medierna som skapades 2012.

www.ifj.org/what/gender-equality.html

International Women´s Media Foundation

International Women´s Media Foundation (IWMF) arbetar med att bevaka kvinnliga journalisters villkor. Organisationen publicerade 2011 Global Report on the Status of Women in the News Media, en kartläggning av jämställdhetsläget på drygt 500 redaktioner världen över. IWMF:s hemsida är också värdplats för rapporterna *The Missing Perspectives of Women in the News* och *The Missing Perspectives of Women in the Covid-19 News* från 2020.

www.iwmf.org

Safety of Female Journalists Online

Organisationen för säkerhet och samverkan i Europa, OSCE, har ett projekt som särskilt syftar till att förbättra kvinnliga journalisters arbetsvillkor som en del i demokratiarbetet, kallat Safety of Female Journalists Online eller #SOFJO.

www.osce.org/fom/safety-female-journalists-online

UniTWIN

UNESCO:s UniTWIN Network on Gender, Media and ICTs är ett universitetsnätverk som jobbar i nära samarbete med GAMAG och publicerar olika rapporter, bland annat med förslag på undervisnings-moduler och kartläggning av policydokument inom området.

www.unitwin.net

UN Women

2010 slog FN ihop UNIFEM med andra organisationer för kvinnors rättigheter och utveckling i en organisation, UN Women. Huvudkontoret ligger i New York och leds av Phumzile Mlambo-Ngcuka. Åsa Regnér, tidigare svensk jämställdhetsminister, är vice chef. Medierna är inget utpekat fokusområde för UN Women, med de är partners till GMMP 2020. Deras svenska sida finns på:

unwomen.se

Women in News

World Association of News Publishers (WAN-IFRA) är en global branschorganisation för dagstidningar. Deras projekt Women in News syftar till att utbilda kvinnliga redaktörer och journalister, framför allt i globala syd. Organisationen har också tagit fram exempel på hur redaktioner kan utveckla sitt systematiska arbete för jämställdhet. WAN-IFRA är partners till GMMP 2020.

genderbalancecontent.womeninnews.org

SÅ ANVÄNDER DU GEM-INDEXET

Gender and Media-indexet (GEM-I) som tagits fram på JMG, se sidan 92, är baserat på kodningsschemat för GMMP. Indexet består av sex indikatorer gällande kvinnors och mäns närvaro, ämnen och roller i nyheterna.

KVINNOR		JÄMSTÄLLDHETSINDIKATORER	MÄN	
ANTAL	%		%	ANTAL
		NÄRVARO		
		1. Nyhetssubjekt		
		2. Reportrar		
		ÄMNEN		
		3. Nyhetssubjekt inom ekonomi- och affärsnyheter		
		4. Nyhetssubjekt inom politik och förvaltning		
		ROLLER		
		5. Talespersoner		
		6. Experter		
	SUMMA %		**SUMMA %**	
	GENOM-SNITT %	**GEM-I** (genomsnitt % kvinnor minus genomsnitt % män)	**GENOM-SNITT %**	

STEG 1

Räkna antal kvinnor och män i nyheterna, som (1) nyhetssubjekt; (2) reportrar; (3) nyhetssubjekt inom ekonomi- och affärsnyheter; (4) nyhetssubjekt inom politik och förvaltning; (5) talespersoner; och (6) experter (ANTAL).

STEG 2

Räkna ut andelen kvinnor och män för varje indikator (%).

STEG 3

Summera andelen kvinnor respektive män för samtliga indikatorer (SUMMA %).

STEG 4

Räkna ut den genomsnittliga andelen kvinnor respektive män genom att dividera summan med sex (GENOMSNITT %).

STEG 5

Räkna ut ditt GEM-I-resultat genom att dra av männens genomsnitt från kvinnornas genomsnitt: (GENOMSNITT % kvinnor minus GENOMSNITT % män). Det slutgiltiga GEM-I kan ligga mellan -100 (alla män) och +100 (alla kvinnor). Noll (0) motsvarar jämställdhet i relation till samtliga indikatorer.

För mer utförlig beskrivning av indikatorerna, se kodningsguiderna för GMMP: whomakesthenews.org/gmmp-2020/media-monitoring/methodology-guides-and-coding-tools

Tänk på att GEM-I kan användas för alla typer av nyheter i text, radio, tv och online. Det är också möjligt att tillämpa GEM-I genom att bara använda fyra indikatorer (nyhetssubjekt, reportar, talespersoner och experter)[1].

1) Följ samma process, men använd följande formel: ((% kvinnliga nyhetssubjekt + % kvinnliga reportrar + % kvinnliga experter + % kvinnliga talespersoner) / 4) – (% manliga nyhetssubjekt + % manliga reportrar + % manliga experter + % manliga talespersoner) / 4)). GEM-I-4 kan vara relevant om du vill granska aktualitetsprogram inom till exempel kultur, nöje och sport. GEM-I-4 har därmed ett bredare användningsområde än basindexet, men genererar generellt sett högre poäng. Om du vill räkna ut ett index utifrån könskvot (GEM-GGI) istället för könsbalans (GEM-I) i nyheterna kan följande formel användas: GENOMSNITT % kvinnor / GENOMSNITT % män. GEM-GGI går från 0 (ingen könsbalans) till 1 (total könsbalans) och mäts utifrån samma skala som det etablerade Global Gender Gap Index och Gender Inequality Index (observera dock att GII är omvänd så att 0 innebär jämställdhet och 1 ojämställdhet).

Sammanfattning av kodningsprinciper och definitioner från GMMP:s kodningsguide (2015/2020)

Bestäm urval, det vill säga vilka typer av nyhetsmedier och kanaler, samt vilken tidsperiod du vill studera. GMMP inkluderar en rad olika nyhetsmedier som publiceras under en och samma dag i varje deltagarland, men du kan välja att granska till exempel en längre period eller bara en nyhetskälla.

(1) VAD SOM KODAS

Tidningar: Koda 12–14 nyheter i huvuddelen av varje tidning. Börja med att koda alla nyheter på förstasidan. Om en nyhet fortsätter inne i tidningen så kodas hela nyheten. Fortsätt sedan till nästa stora nyhetssida. Bildnyheter, inklusive rubrik, bildtext eller kortare text, kodas som en vanlig artikel.
➜ ***Koda inte:*** Ledarsidor, kommentarer, krönikor eller insändare. I vissa tidningar finns innehållsförteckningar, dessa ska ej kodas. Inte heller tecknade serier eller skämtsidor.

Radio och tv: Koda alla nyheter i sändningen, inklusive politik, lokala nyheter, internationella nyheter, utbildning, hälsa, affärsnyheter, nöje, osv. Sport- och vädernyheter kodas bara om de ingår i nyhetssändningen.
➜ ***Koda inte:*** Intron och huvudrubriker; vissa nyhetssändningar inleds med en sammanfattning av de största nyheterna, denna ska ej kodas. Koda inte heller fördjupningar som inte ingår i nyhetssändningen, rullande text-nyheter eller reklamavbrott.

Onlinenyheter: Koda de översta 12–14 nyheterna på sajten. En nyhetssajt är vanligen uppbyggd i flera lager, det vill säga puffarna på förstasidan som utgör det första lagret, länkar till nyheterna som utgör det andra lagret, osv. Ibland finns länkar till ytterligare material, som relaterade nyheter, ljud- eller videoklipp, från det andra lagret till ett tredje. Koda inte längre än det tredje lagret.
➜ ***Koda inte:*** Ledare, kommentarer, krönikor eller lyssnar- och tittarinlägg, innehållsförteckningar, tecknade serier och skämt, väderrapporter, annonser och youtubevideos.
➜ ***OBS!*** Nyheter om klimat och väder ska dock kodas.

(2) SÅ KODAR DU NÄRVARO

Närvaron av kvinnor och män i nyheterna mäts genom två indikatorer: personer som syns och hörs i nyheterna samt reportrar.

NYHETSSUBJEKT: Koda personen som nyheten handlar om, även om personen ifråga inte är intervjuad eller citerad, samt övriga intervjuade personer i nyheten.
I tidningar: Koda alla personer som är citerade, direkt eller indirekt. En person räknas som direktciterad om hens egna ord trycks i nyheten. En person räknas som indirekt citerad om hens ord är omskrivna eller sammanfattade.
I radio och tv: Koda varje person som nyheten handlar om och/eller kommer till tals i inslaget. Kodade personer kan både befinna sig i och utanför studion. Koda enskilda individer.
➜ ***Koda inte:*** Grupper, organisationer, företag, kollektiv, partier, karaktärer i berättelser eller filmer (förutsatt att nyheten inte handlar om en viss karaktär), döda historiska personer (förutsatt att nyheten inte handlar om en död historisk person), människor som nämns i förbigående (förutsatt att nyheten inte handlar om den som nämns), samt översättare.

REPORTRAR: Koda varje reporter som namnges vid varje enskild tidningsnyhet.
➜ ***Koda inte:*** Ej namngivna journalister (till exempel ”vår reporter” eller ”vår korrespondent”) eller nyhetsbyråer.
I radion och tv: Koda varje reporter. Inkludera även reportrar som inte syns, men som medverkar i till exempel röstpålägg.
➜ ***Koda inte:*** Nyhetsankare och presentatörer.

(3) SÅ KODAR DU ÄMNEN

Hur kvinnor och män representeras i nyheter om politik och förvaltning, respektive ekonomi- och affärsnyheter, mäts genom att granska personer som får komma till tals i dessa nyheter.

NYHETSSUBJEKT I POLITIK OCH FÖRVALTNING: Koda alla personer som förekommer i nyheter om politik och förvaltning, inklusive lokala, regionala och nationella överenskommelser,

inrikespolitik, utrikespolitik, val, tal, politiska processer, kvinnliga politiker och kandidater, globala partnerskap, internationella relationer, försvar, säkerhet och fredsförhandlingar.

NYHETSSUBJEKT I EKONOMI- OCH AFFÄRSNYHETER: Koda alla personer som förekommer i nyheter om ekonomi- och affärsnyheter, inklusive handlingsplaner, strategier, moduler, indikatorer, börsnyheter, skatter, kriser, statliga uppköp, företagsövertaganden, fusioner, välfärdsfrågor, fattigdom, bostadsmarknad, arbetsmarknad, hem- och hushållsarbete, strejker, fackförbund, förhandlingar, landrättigheter, konsumentfrågor och infrastruktur.

(4) SÅ KODAR DU ROLLER

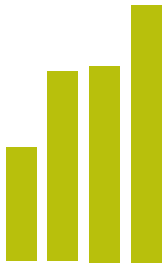
Roller refererar till vilken funktion kvinnor och män har i nyheterna och mäts med två indiatorer; talesperson och expert.

TALESPERSON: Koda alla individer i nyheten som har en roll som talesperson. En talesperson representerar en grupp eller organisation, eller talar för någon annan.

EXPERT: Koda alla individer i nyheten som har en roll som expert eller kommentator. Detta är en person som tillför ytterligare information, åsikter eller kommentarer, baserade på sakkunskaper.

NYA LÄNDER PÅ GMMP-KARTAN

En sak tycks nyhetsmedierna i alla världens länder ha gemensamt, att männen dominerar nyheterna. Kunskapen om den skeva könsbalansen i nyheterna finns ännu inte i alla länder, men tack vare Fojos partners i Kambodja, Myanmar, Ryssland och Zimbabwe, så täcks ytterligare några vita fläckar på kartan i och med GMMP 2020.



Andelen kvinnor i nyheterna för Fojos partnerländer, GMMP 2020:

Myanmar 15%
Zimbabwe 25%
Ryssland 26%
Kambodja 34%

Källa: www.whomakesthenews.org

Myanmar

När Fojo började jobba i Myanmar 2013 så fanns frågan om jämställdhet i medierna knappt på dagordningen. Ett första steg för att uppmärksamma frågan var en studie av kvinnors arbetsvillkor i mediebranschen. Studien visade bland annat att kvinnor och män ofta tilldelades olika ämnen att bevaka, att få kvinnor avancerade till beslutsfattare och att många kvinnor saknade en branschorganisation som engagerade sig i deras sak.

En grupp kvinnliga journalister som börjat diskutera dessa frågor i en grupp på Facebook kände sig stärkta av studien och bildade Myanmar Women Journalist Society (MWJS). Kvinnorna i gruppen hörde talas om GMMP och bestämde sig för att få med Myanmar i projektet nästa gång studien genomfördes (2020). Målet var att ta fram

data för det egna landet och att kunna använda den för påverkansarbete och i annan verksamhet.

2017 började MWJS med att göra en pilotstudie. Den visade att bara 16 procent av alla som syns och hörs i nyhetsmedierna i Myanmar är kvinnor. Nyheten väckte intresse, då det var första gången sådana siffror presenteras.

Nu är situationen radikalt annorlunda. Den 1 februari 2021 tog militären över makten i Myanmar och de demokratiska reformer som genomförts sedan den förra perioden av militärdiktatur är nu ett minne blott.

– Det finns inte något intresse för jämställdhet i medierna idag. Fokus ligger på helt andra saker, på hur vi ska kunna överleva som oberoende media och som journalister, säger Tin Zar, generalsekreterare för MWJS.

Men det är samtidigt viktigt att Myanmar nu är med i GMMP, understryker hon. Det ger ett referensvärde som kan användas i framtiden, när utvecklingen vänder igen. Dessutom finns det en mindre grupp medier och andra aktörer som fortfarande har intresse för frågan och som kan använda resultaten inom sina organisationer.

– Vi kommer att ha en dialog kring resultatet med vissa utvalda medier, men det blir en begränsad skara, förklarar hon.

Kodare i Zimbabwe. Bild: Tinashe Nyaruwanga

Zimbabwe

Ett land som har större erfarenhet av GMMP är Zimbabwe, som varit med sedan projektet startade 1995. Idag är det organisationen Gender Media Connect som är nationell koordinator och spindeln i nätet. Abigail Gamanya leder verksamheten och har många års erfarenhet av att jobba med jämställdhet i zimbabwiska mediehus.

– GMMP är viktigt, det ger oss kraft i påverkansarbetet och en baseline som vi kan mäta utvecklingen ifrån, konstaterar hon.

Att vara med i GMMP betyder också att vara del i ett globalt nätverk som kan sätta tryck på internationell nivå:

– Jämställdhet i medierna är en fråga som behöver globalt fokus. Tack vara GMMP så åstadkommer alla organisationer som är med detta tillsammans.

Zin Moe War kodar i Myanmar.
Bild: Privat

Kodare i Kambodja. Bild: San Vattanakvatey/Ly Sokuntheary

Kambodja

En av 2020 års nykomlingar i GMMP är Kambodja, där Cambodian Center for Independent Media (CCIM) är nationell koordinator. San Vattanakvatey, som arbetar med påverkansarbete vid CCIM, berättar att intresset är stort för att vara med och granska medierna.

– Unga människor är intresserade av jämställdhet i medierna, av hur kvinnor porträtteras. Man är medveten om att medierna inte beskriver verkligheten som den är.

Att Kambodja nu tack vare GMMP och Fojo kommer att få siffror som svart på vitt visar hur det ser ut med könsbalansen i nyhetsmedierna ser hon som en stor fördel.

– Vi kommer att använda resultatet för påverkansarbete, för att förändra mediebilden. För oss är GMMP är ett nytt viktigt redskap för att kunna göra kvinnor mer synliga i medierna.

Ryssland

Även Ryssland har deltagit i GMMP 2020 med stöd av Fojo, efter att ha varit borta ur leken under 20 år.

HÄR BEHÖVS FÖRÄNDRING

Ett jämställt och inkluderande utbud handlar inte bara om att räkna huvuden, men det är ett steg på väg mot ökat medvetande om vilka som får synas och höras i nyheterna. Svenska medier har i GMMP 2020 tagit ett rejält kliv framåt när det gäller andelen kvinnor i nyheterna, men än är det långt kvar till 50/50. GMMP visar också att nyhetsmediernas verklighetsbeskrivning släpar efterefter. Kvinnliga politiker och experter är till exempel betydligt färre i nyhetsflödet jämfört med den faktiska utvecklingen i samhället.

Medieföretag – jämställdhet är en ledningsfråga

Flera redaktioner nämner genusmedvetet ledarskap som en nyckelfråga. Det är viktigt att hålla koll på utbudet och redaktionen, men det är lika relevant att ledningen granskar sig själva. Mediehusens toppskikt är minst lika mansdominerade som övriga näringslivet, se sidorna 82–84.

- Fortsätt räkna könsfördelningen i ert utbud, sätt upp mål och följ upp.
- Inventera era expertlistor och öka mångfalden bland era källor.
- Tänk på att det sällan *enbart* handlar om kön.
- Öppna upp för fler kvinnor i ledande positioner.

Branschorgan och fackförbund – jämförbar statistik ger utvecklingsmöjligheter

Paraplyorganisationer kan se till att internationella åtaganden följs och bistå med omvärldsbevakning.

- Samla in könsuppdelad statistik som är jämförbar över tid, både när det gäller organisation och innehåll.
- Erbjud fortbildning med genusperspektiv för chefer och anställda.

Beslutsfattare – följ globala åtaganden

Ökad jämställdhet i medierna handlar om att vidga yttrandefriheten.

- Agera utifrån de globala åtagandena gällande medier och jämställdhet som Sverige skrivit under.
- Skapa förutsättningar för att samla in könsuppdelad statistik även för medieområdet, i Sverige och globalt.
- Främja forskning om mediernas roll för jämställdheten.

Journalistutbildningar – dra fördel av forskningen

Utbildningarna har ett ansvar att ge studenterna analysverktyg så att de kan förstå hur yttrandefrihet och jämställdhet hänger ihop. Som blivande journalist är det viktigt att bli medveten om den maktposition som yrket innebär och vilket ansvar som följer med professionen.

- Använd den forskning, litteratur och branschkunskap om medier och jämställdhet som finns.

FÖR DIG SOM VILL VETA MER

Hur har jämställdheten sett ut på svenska redaktioner genom decennierna? Och hur mycket har egentligen förändrats under de senaste hundra åren? Här kan du läsa mer om de första kvinnliga journalisterna, mediala upprop från Dokumentet till #metoo, samt om mansdominansen på toppen inom svenska mediebolag. Vill du förkovra dig ytterligare finns en lång lista med lästips.

SVENSK JOURNALISTIK
I BACKSPEGELN

För hundra år sedan fick kvinnor rösträtt i Sverige. Då fanns bara ett fåtal kvinnor på landets redaktioner. Numera är kvinnliga journalister i majoritet.

Publicistklubben (PK) grundades i Stockholm 1874. Ursprungligen fungerade den främst som mötesplats för de manliga journalisterna vid Stockholmstidningarna, men med tiden har den blivit en samlingsplats för debatt och yrkesfrågor för hela Mediesverige. 1901 bildades Svenska Journalistförbundet (SJF) för att öka statusen för landets journalistkår. Förbundet hade vid starten två kvinnliga medlemmar (Djerf-Pierre 2003).

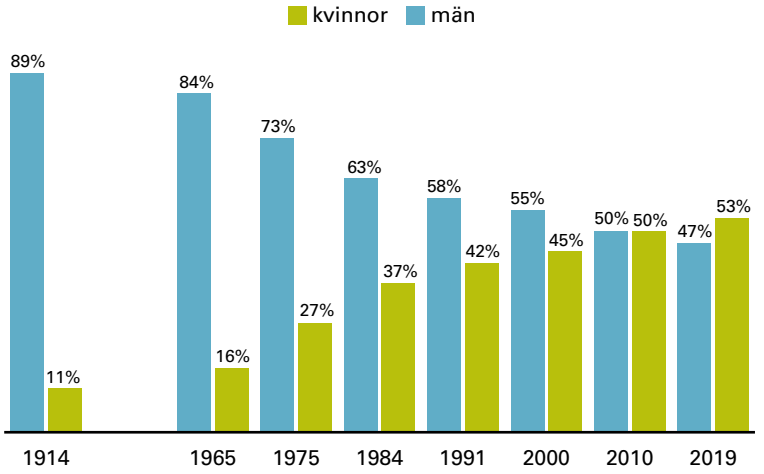
I början av 1900-talet utvecklades en stark partipress. Samtliga partier i alla större svenska städer drev egna tidningar, medan Radiotjänst sände allmännyttig information nationellt. Det var inom den borgerliga Stockholmspressen som de första kvinnliga journalisterna gjorde sitt intåg på redaktionerna. På 1910-talet bildade de gruppen Ligan för att stötta varandra och förbättra kvinnors villkor i en mansdominerad bransch (Djerf-Pierre 2003). Den manlige murvelns kvinnliga motsvarighet kallades vid tiden för pennskaft, med Ester Blenda Nordström och Elin Wägner som de kanske mest kända företrädarna (Stål 2003).

Under de båda världskrigen blev utrikespolitiken allt viktigare och journalistikens status växte. Kvinnorna fick dock nöja sig med att rapportera om familje-, hushålls- och konsumentfrågor. Då de ofta var mer välutbildade än sina manliga kollegor kunde de också få översätta utrikesnyheter (Djerf-Pierre 2007).

Utbildningskraven växte och 1959 startades Journalistinstitutet av PK, SJF och Tidningsutgivarna. 1962 tog staten över ansvaret för utbildningen. På så sätt professionaliserades och feminiserades yrket, då kvinnorna släpptes in i branschen via universiteten. På

1970-talet drev kvinnor på Aftonbladet, DN och GT kampen om lika villkor. Rapporten *Dokumentet* om alkohol- och ”tafsarkulturen” på Aftonbladet ledde till en kvinnoredaktion. På DN agerade en grupp kvinnor (i pressen kallade Kvinnomaffian) för rättvisa löner och lika möjligheter till avancemang, och på GT fanns Hönsamaros, kvinnor som stred för jämställda löner och arbetsförhållanden. 1979 kom rapporten *Sakligt, opartiskt, jämställt?* från Sveriges Radios jämställdhetsprojekt som då pågått i flera år och som initierades efter FN:s första kvinnokonferens i Mexiko 1975.

Figur 9. Andelen kvinnor och män bland journalister i Sverige 1914–2019 (procent)



Källor: Djerf-Pierre (2003) och årsredovisningar/statistik från Journalistförbundet

Mot slutet av 1980-talet kommersialiserades medielandskapet när det blev möjligt att distribuera tv via kabel och satellit. Hushållen fick också tillgång till reklamfinansierad radio och tv (Myndigheten för press, radio och tv 2021). I kulturdebatten talades det om bakslag

för feminismen och mediernas ansvar för skadliga kroppsideal. Den tredje vågens feminism nådde Sverige. Den feministiska tidskriften *Bang*, uppkallad efter journalisten Barbro ”Bang” Alving, grundades 1991. Journalisten Nina Björks bok *Under det rosa täcket* kom 1996, följt av första upplagan av *Allt är Möjligt – En handbok i mediekritik* 1998 och antologin *Fittstim* 1999, skriven av unga journalister och kulturarbetare.

I början av 2000-talet inleddes ett samarbete mellan Göteborgs universitet och tidningsbranschen, kallat *Publicistiskt bokslut*. Fokus låg bland annat på granskning av nyhetsinnehåll utifrån vem som kom till tals. Från början deltog 36 tidningar, men intresset klingade snabbt av. Projektet ledde ändå till att flera redaktioner implementerade egna rutiner för att bredda innehåll och representation. *Publicistiskt bokslut* 2001 visade på 72 procent män i nyheterna (Andersson Odén 2002).

Digitaliseringen av medierna under 2000-talet har medfört att mediehusen har behövt utveckla nya affärsmodeller för att överleva. Det har samtidigt skett en maktförskjutning från traditionella medier till nya arenor, som i vissa fall ägs av digitala aktörer utan publicistiska anspråk (SOU 2016:30). Näthat mot journalister har ökat över tid och framför allt kvinnliga journalister utsätts för grova sexualiserade hot (SOU 2020:56; Bladini 2017). Vissa ämnen väcker mer hat än andra, som jämställdhet och feminism (Löfgren Nilsson 2019; Bladini 2017).

Idag utgör kvinnor 53 procent av Journalistförbundets medlemmar (se figur 9). Fortfarande är dock männen i majoriteten i bolagsledningarna och har de flesta chefsposterna globalt (Nordicom 2018, se även sidorna 82–84).

#metoo

#metoo-händelser med medialt efterspel

Hösten 2017 startade de första #metoo-uppropen i USA och spred sig snabbt över världen. I Sverige samlades tiotusentals kvinnor bakom fler än 50 upprop inom lika många branscher mot sexuella trakasserier. De kvinnliga journalisternas upprop kallades #deadline. #metoo fick stor uppmärksamhet i svenska medier, medan debatten därefter främst handlat om kritik mot namnpubliceringar av påstådda förövare.

Under #metoo anklagade journalisten Cissi Wallin sin branschkollega Fredrik Virtanen för våldtäkt. 2018 sände Uppdrag Granskning programmet #metoo och Fredrik Virtanen. 2 187 personer anmälde programmet till Granskningsnämnden, som fällde det för intrång i Wallins privatliv. I tingsrätten blev Wallin fälld för grovt förtal och att betala 90 000 kronor i skadestånd till Virtanen.

Drygt tre år efter #metoo anklagades toppjuristen Jöran Lambertz för våldtäkt. När utredningen lades ner bjöd Lambertz in till presskonferens där han namngav kvinnan som anmält honom och kallade henne lögnerska. SVT och Expressen direktsände presskonferensen, något som möttes av stark kritik för bristande medieetik.

Komikern Soran Ismail anmäldes 2017 för våldtäkt och flera fall av sexuella ofredanden. Förundersökningen lades ner året därpå. 2021 sände SVT serien Persona non grata, där Ismail berättar om hur hans liv förändrats efter våldtäktsanklagelserna och om hans försök att ta sig tillbaka som yrkesverksam. Kritiken mot serien var massiv på kulturredaktionerna, men SVT försvarade sig med att syftet inte var att utreda skuldfrågan.

GLASTAKET BESTÅR I SVENSKA MEDIEBOLAG

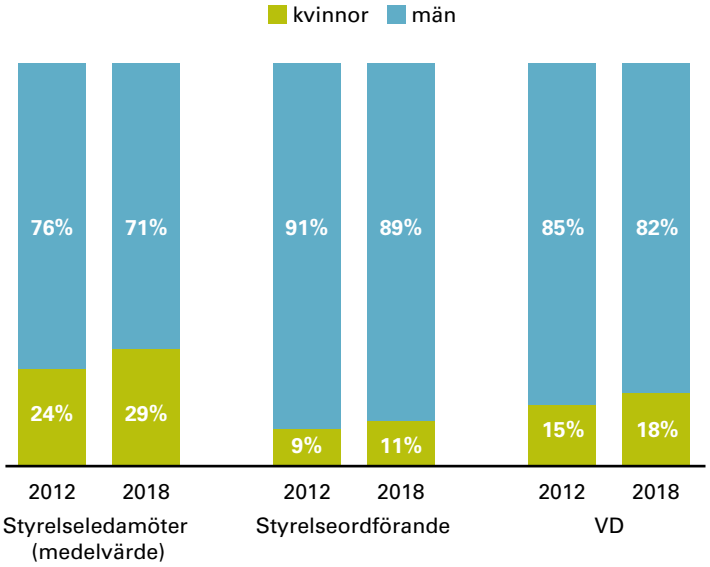
GMMP handlar främst om nyhetsinnehåll, men de redaktionella strukturerna, ägande och styrning har betydelse för nyhetsarbetet. Både ALMI och Allbright har genomfört flera studier över svenskt näringsliv under 2010-talet. De pekar på att andelen kvinnor i vissa avseenden ökar, men studierna visar samtidigt att det går långsamt. Medierna är en del av det ojämställda näringslivet.

Dagstidningsföretag

Nordicom har granskat andelen kvinnor och män i svenska styrelser och ledningsgrupper inom dagstidningsbranschen 2012 och 2018 och ser liten förändring över tid. Det har skett en koncentration av företagsstrukturen i dagstidningsbranschen på senare år. Antalet tidningstitlar är relativt oförändrat mellan 2012 och 2018, men antalet företag som publicerar dem har minskat från 49 till 35. Trots det visar studien på en uppåtsida. Andelen kvinnor i styrelserna har ökat från 24 till 29 procent. Antalet kvinnor som är ordförande är oförändrad (fyra kvinnor), dock innebär det en liten ökningsandel från 9 till 11 procent på grund av att företagen blivit färre. Den manliga dominansen på ordförandeposten är i linje med hur det ser ut på börsen och i svenskt näringsliv i övrigt. Andelen kvinnor på vd-posten har också ändrats marginellt mellan 2012 och 2018.

”GMMP handlar främst om nyhetsinnehåll, men de redaktionella strukturerna, ägande och styrning har betydelse för nyhetsarbetet.”

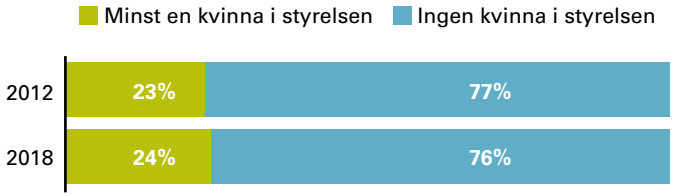
Figur 10. Styrelsesammansättning och VD i dagstidningsföretag 2012 och 2018 (procent)



Källa: Årsredovisningar. Beräknat på totalt 49 företag 2012 och 35 företag 2018.

Genomgången visar att kvinnorna i styrelserna och på vd-stolen har blivit fler under 2010-talet, men det är långt kvar till en jämställd bransch. Även om andelen kvinnor med styrelseuppdrag har ökat saknar en fjärdedel av alla dagstidningar helt kvinnor i styrelserna. 2012 saknades kvinnor i 23 procent av bolagsstyrelserna, 2018 saknade 24 procent av dagstidningsföretagen kvinnor sina styrelser.

Figur 11. Dagstidningsföretag med minst en kvinna i styrelsen 2012 och 2018 (procent)



Källa: Årsredovisningar. Beräknat på totalt 49 företag 2012 och 35 företag 2018.

Tabell 3. Andel kvinnor och män i dagstidningsföretagens styrelser och ledningar 2018 och 2012 (procent)

		Kvinnor (%)	Män (%)	N-tal
Styrelseledamöter (medelvärde)	2018	29	71	147
	2012	24	76	315
Styrelseordförande	2018	11	89	35
	2012	9	91	47
VD	2018	18	82	34
	2012	15	85	48
Ledande befattnings-havare (medelvärde)	2018	31	69	…
	2012	…	…	…
Anställda (medelvärde)	2018	44	56	2 853
	2012	…	…	…

Källa: Årsredovisningar. Beräknat på totalt 49 företag 2012 och 35 företag 2018.

Radio- och tv-bolag

Nordicom har även granskat könsrepresentationen i tio svenska radio- och tv-bolag. Etermedierna har genomgående högre andel kvinnor i ledningen, men det är framför allt public service-bolagens styrelseledamöter och vd:ar som drar upp andelen kvinnor. Fem av nio vd:ar var kvinnor 2018 (TV4 och CMore hade samma vd). Totalt var 35 procent av ledamöterna kvinnor medan nio av tio styrelseordföranden var män.

Kommentar: Datainsamlingen och bearbetningen är gjord av Ulrika Facht på Nordicom och materialet är hämtat ur årsredovisningar från framför allt Bolagsverket och Retriever Business. Informationen gäller data på balansdagen (2018-12-31 och 2012-12-31). Företagen som ingår i underlaget har handplockats efter bedömning av var respektive företags operativa verksamhet ligger. I underlaget ingår både stora och små företag. Storleken på styrelser varierar även mellan företag av jämförbar storlek.

LÄSTIPS – ETT URVAL

Abrahamsson, Ulla B (1990). *Hälften vunnet?* Sveriges Radios jämställdhetsarbete under 10 år och avstamp inför 90-talet.

Aftonbladets kvinnliga journalister (1979). *Dokumentet - och vad hände sen?* Stockholm: Rabén & Sjögren.

Andersson Odén, Tomas (2002). *2001 års publicistiska bokslut. En rapport om 36 tidningars bokstäver och siffror.* JMG arbetsrapport nr 3. Göteborgs universitet.

Bladini, Moa (2017). Hat och hot på nätet: En kartläggning av den rättsliga regleringen i Norden från ett jämställdhetsperspektiv. Göteborg: NIKK.

Bremmer, Fatima (2017). *Ett jävla solsken: en biografi om Ester Blenda Nordström*. Forum.

Bromander, Tobias (2012). *Politiska skandaler! Behandlas kvinnor och män olika i massmedia?* Avhandling. Linnéuniversitetet.

Callamard, Agnes (2006). *Gender-based Censorship and the News Media*. www.article19.org/pdfs/publications/gender-women-s-day-paper-2006.pdf

Carlsson, Ulla (red.) (1993). *Nordisk forskning om kvinnor och medier*. Nordicom.

Djerf-Pierre, Monika (2003). Journalistikens kön. Fältets struktur och logik under 1900-talet. *Kvinnovetenskaplig Tidskrift 2003(24):2*

Djerf-Pierre, Monika (2007). 'Medieeliten' i Anita Göransson (red.) *Maktens kön: kvinnor och män i den svenska makteliten på 2000-talet.* Nora: Bokförlaget Nya Doxa.

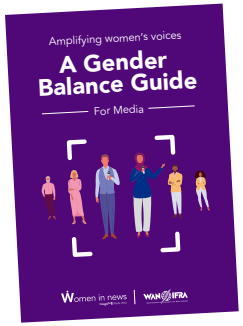
Djerf Pierre (2007.) The Gender of Journalism The Structure and Logic of the Field in the Twentieth Century. *Nordicom Review, Jubilee issue*.

Djerf-Pierre, Monika (2011). The Difference Engine. Gender equality, journalism and the good society. *Feminist Media Studies*. 11:1.

Djerf-Pierre, Monika & Edström, Maria (2020). 'The GEM-Index: Constructing a unitary measure of gender equality in the news' i Monika Djerf-Pierre & Maria Edström (red.) *Comparing Gender and Media Equality Across the Globe: A Cross-National Study of the Qualities, Causes, and Consequences of Gender Equality in and through the News Media*. Nordicom.

Domellöf-Wik, Maria & Hanna Tornbrant (2021).*Tidningsliv: Tio kvinnor som förändrade Göteborgs-Posten*. Stampen AB.

Doss, Diana (2019). *SVT Nyheter Västerbotten En fallstudie av mediekonvergensens påverkan på jämställdhetsarbete*. Kandidatuppsats, Digital produktion. Umeå universitet.



EBU (2019). *All things being equal. Gender equality guidelines from public service media.* European Broadcasting Union.

EBU (2020a). *Gender equality and PSM*. EBU's media intelligence service. European Broadcasting Union.

EBU (2020b). *Reimagining Sport. Pathways to gender-balanced media coverage*. European Broadcasting Union.

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

Edström, Maria (2010). 'Utan jämställdhet ingen yttrandefrihet' i Torbjörn von Krogh (red.) *Journalistisk kvalitet? En antologi om hot och möjligheter när medievärlden förändras.* Institutet för Mediestudier.

Edström, Maria & Mølster, Ragnhild (red.) (2014). *Making Change. Nordic Examples of Working Towards Gender Equality in the Media*. Nordicom.

Edström, Maria & Nordberg, Karin (2007). 'Medierummets eliter' i Anita Göransson (red.) *Maktens kön.* Nya Doxa.

Edström, Maria & Josefine Jacobsson (2015). *Räkna med kvinnor 2015*. Global Media Monitoring Project Nationell rapport Sverige. JMG Arbetsrapport nr 73.

Edström, Maria & Facht, Ulrika (2018) *Men and (a few) women in the top 100 international media corporations*. Fact sheet. Nordicom.

Europarådet/Council of Europe (2013). *Recommendation CM/Rec (2013) 1 of the Committee of Ministers to member States on gender equality and media.*

Europarådet/Council of Europe (2019). Recommendation CM/Rec(2019)1 of the Committee of Ministers to member States on preventing and combating sexism.

European Commission. (2019). *MLP in gender equality seminar - Women and the media - France, 12-13 November 2018. Summary Report*. https://ec.europa.eu/info/publications/mlp-gender-equality-seminar-women-and-media-france-12-13-november-2018_en

Expo/Kvinna till Kvinna (2014). *Folk, familj och fosterland – Nationalismens konsekvenser för jämställdhet.*

Expo (2021). *Svensk rasideologisk miljö 2020. Analys, statistik och trender.* Årsrapport.

Facht, Ulrika & Ohlsson, Jonas (2021). *MedieSverige 2021*. Nordicom.

Fernquist, Johan mfl (2020). *Det digitala hatets karaktär. En studie av hat mot kvinnor och män i utsatta yrkesgrupper.* FOI:s forskningsrapport Memo 7429. Totalförsvarets forskningsinstitut.

FN (1979). *Convention on the Elimination of Discrimination Against Women* (CEDAW) (A/RES/34/180). https://digitallibrary.un.org/record/10649?ln=en

FN (1995). Beijing Declaration and Platform for Action. In *Report of the 4th World Conference on Women, Beijing, 4-15 September 1995*. (A/CONF.177/20/Rev.1). https://digitallibrary.un.org/record/250039?ln=en

Geertsema-Sligh, Margaretha, Ingrid Bachmann, Mia Moody-Ramirez, Elanie Steyn & Robyn S Goodman (2020). 'Educating Journalism Students on Gender and Inequality.' *Journalism & Mass Communication Educator* 75.1: 69-74.

Hammarlin, Mia-Marie & Jarlbro, Gunilla (2014). *Kvinnor och män i offentlighetens ljus*. Studentlitteratur.

Hirdman, Anja & Kleberg, Madeleine (red.) (2015). *Mediers känsla för kön. Feministisk medieforskning*. Nordicom.

Hirdman; Anja (2019). 'Kön, källor och ämnen i nyhetsjournalistiken' i Michael Karlsson & Lars Truedsson (red.) *Nyheter allt mer en tolkningsfråga*. Institutionen för mediestudier.

Istanbulkonventionen (2011) *Europarådets konvention om förebyggande och bekämpning av våld mot kvinnor och av våld i hemmet*. Europarådets fördragsserie – nr 210.

Jacobson, Maria & Broman Norrby, Anna (2004). *Allt är möjligt: en handbok i mediekritik: tänk kritiskt, diskutera, säg ifrån*. Edition 3., [omarb. och utvidgade] uppl. Allt är Möjligt/Tidskriftverkstan i Malmö.

Jarlbro, Gunilla (2013). *Genusmedveten journalistik*. Lund. Studentlitteratur.

Kassova; Luba (2020) *The missing perspectives of women in Covid-19 news.* Bill & Melinda Gates Foundation.

Kassova; Luba (2020) *The missing perspectives of women in the news.* Bill & Melinda Gates Foundation.

Kvinna till Kvinna (2015). *Handbook Gender & Conflict Sensitive Journalism.*

Kvinna till Kvinna/Pernilla Ahlsén (2013). *Peace journalism – How media reporting affects war and conflicts*.

Le Monde (2014). Loi égalité hommes-femmes: le coup de gueule des écoles de journalisme (2014-01-28).

Ledman, Anna-Lill (2012). *Att representera och representeras. Samiska kvinnor i svensk och samisk press. 1966-2006.* Avhandling. Umeå universitet.

Lippe, Berit von der & Ottosen, Rune (red.) (2016). *Gendering war and peace reporting: some insights - some missing links*. Nordicom.

Lodalen Mia & Anna-Klara Bratt (2007). *Könsbalans – så jobbar du jämställt.* DN förlag.

Lundgren, Kristina & Birgitta Ney (red.) (2000). *Tidningskvinnor 1690-1960*. Studentlitteratur.

Löfgren Nilsson, Monica (1997). *Hon och han i journalistutbildningen – Ett pedagogiskt projekt*, JMG Arbetsrapport nr 68.

Löfgren Nilsson, Monica (2004). 'Könsmärkning i SVT:s nyheter 1958-2003', *Nordicom Information* 4/2004.

Löfgren Nilsson, Monica (2019). *Hot och hat mot journalister (3) 2019*. Journalistundersökningarna. JMG: Göteborgs universitet. https://www.gu.se/forskning/hot-och-hat-mot-journalister-2019

Lönnroth, Ami (red.) (2008). *Empati och engagemang: en kvinnolinje i svensk journalistik*. Tusculum Förlag.

Myndigheten för press, radio och tv (2021). *Medieutveckling över tid*. Hämtad 20 maj 2021 https://www.mprt.se/medieutveckling-och-statistik/medieutveckling-over-tid/

Mediebarometern 2021. Nordicom, Göteborgs universitet.

Melin-Higgins, Margareta (2008). *Gendered journalism cultures: strategies and tactics in the fields of journalism in Britain and Sweden*. Avhandling. Göteborgs universitet.

Nordberg, Karin (2020). Radio Ellen tog vid efter Husmors-programmen. Kvinnoprogrammen i Sveriges Radio i ett historiskt perspektiv. *Nättidskriften Västerbotten förr & nu*.

Nordicom Information (2015). Tema: Medier och kön, årgång 37, nummer 2.

Nordlander, Jenny (2018). *Mellan raderna: en bok om att vara kvinna och journalist.* Natur & Kultur.

På pränt- om journalistik och journalistutbildning. 12 personliga debattinlägg (1988). Journalisthögskolan, Stockholm.

Roosvall, Anna (2005). *Utrikesjournalistikens antropologi: nationalitet, etnicitet och kön i svenska tidningar*. Avhandling. Stockholms universitet.

Rättvisaren 2019. Mediekompaniet/Kantar Sifo, https://rattvisaren.com/2019/.

Scoop 2007:1. Tema: Kvinnor i Machoreservatet.

Statens offentliga utredningar(2020). *Det demokratiska samtalet i en digital tid - Så stärker vi motståndskraften mot desinformation, propaganda och näthat (SOU 2020:56)*. Stockholm: Kulturdepartementet.

Statens offentliga utredningar (2016). *Människorna medierna & marknaden - Medieutredningens forskningsantologi om en demokrati i förändring (SOU 2016:30)*. Stockholm: Kulturdepartementet.

Stål, Margareta (2002). *Signaturen Bansai: Ester Blenda Nordström: pennskaft och reporter i det tidiga 1900-talet*. Avhandling. Göteborgs universitet.

Stål, Margareta (2003). Kvinnorna i det offentliga samtalet. Om hur pennskaften blev reportrar. *Kvinnovetenskaplig Tidskrift 2003(24):2.*

Statistiska centralbyrån (SCB) (2020). *På tal om kvinnor och män. Lathund om jämställdhet 2020.*

Sveriges Radio (1979). *Sakligt, opartiskt, jämställt?* Slutrapport från Sveriges Radios jämställdhetsprojekt. Stockholm.

Sveriges uppföljning utifrån Pekingplattformen 2014 (Utbildningsdepartementet 2014, (U2014/240/JÄM)).

Sveriges uppföljning utifrån Pekingplattformen 2019 *Sweden's report on Beijing +25*. Arbetsmarknadsdepartmentet (A2019/00538/JÄM).

UNESCO. (2012). *Gender sensitive indicators for the media. Framework of indicators to gauge gender sensitivity in media operations and content*. UNESCO.

UNESCO (2019). *Gender, media and ICTs: New approaches for research, education and training.* UNESCO.

Voronova, Liudmila (2014). *Gendering in political journalism: a comparative study of Russia and Sweden*. Avhandling. Örebro universitet.

Wadbring, Ingela (2003). Publicistiska bokslut. *Nordicom Information* 3/2003.

WAN-IFRA. (2020). *Amplifying women's voices. A gender balance guide for media*. A Women In News (WIN) publikation från WAN-IFRA.

Zadig, Cecilia & Oleskog Tryggvason, Nora (2014). *Kvinnor och ledarskap i svenska medier*.

Zuiderveld, Maria (2019). *Battling the "invisible nets": gender in the fields of journalism in sub-Saharan Africa*. Avhandling. Göteborgs universitet.

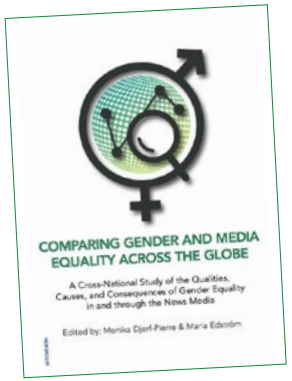
Hitta mer via kvinnohistoriska samlingarna

KvinnSam vid Göteborgs universitetsbibliotek är ett nationellt bibliotek för genusforskning och har funnits sedan 1958. KvinnSam har utvecklat flera portaler och databaser, bland annat databasen KVINNSAM som är en tvärvetenskaplig litteraturdatabas med ca 150.000 svenska och utländska genusvetenskapliga referenser ur Göteborgs universitetsbiblioteks bestånd. I databasen GENA finns referenser till svenska doktorsavhandlingar inom kvinno-, mans- och genusforskning. Databasen produceras av KvinnSam i samarbete med Nationella sekretariatet för genusforskning.

www2.ub.gu.se/kvinn

Nytt dataset med globalt perspektiv

Forskningsprojektet Comparing Gender and Media Equality Across the Globe vid JMG har skapat ett dataset om nyhetsmedier och jämställdhet, *GEM-datasetet*. Datasetet kan laddas ner i olika format från JMG:s hemsida. Där finns också boken *Comparing Gender and Media Equality Across the Globe* där internationella forskare ger exempel på hur datasetet kan användas. I boken finns också en översikt av globala åtaganden, olika branschinitiativ samt några slutsatser om den globala utvecklingen.



Projektet har även utvecklat ett enkelt index för jämställdhet i nyheterna, som dels beskrivs utförligt på engelska i *Comparing Gender and Media Across the Globe*, dels i denna rapport på sidorna 66-70. GEM-Indexet är tänkt att kunna användas både inom forskning och på redaktioner.

GEM-datasetet kommer att uppdateras med nya data från GMMP 2020 och andra källor. GEM-projektet leds av professor Monika Djerf-Pierre och är finansierat av Vetenskapsrådet.

Här finns GEM-datasetet:
www.gu.se/forskning/gemdataset

Läs mer om projektet på JMG:s webbplats:
www.gu.se/forskning/medier-och-jamstalldhet

VI SOM HAR KODAT OCH SKRIVIT RÄKNA MED KVINNOR 2020

GMMP 2020 har genomförts med förhinder. På grund av corona-pandemin blev den planerade kodningen i mars inställd. I stället skedde datainsamlingen 29 september 2020 och kodningen genomfördes i fysiska rum där det var möjligt, samt över Zoom. 145 länder hade anmält sig för att koda, men till slut var det bara 116 länder som hade möjlighet att delta.

I Sverige var det initialt svårt att hitta personer som ville och kunde koda på grund av pandemin, men till slut fick vi ihop ett stort gäng studenter från JMG vid Göteborgs universitet och JMK vid Stockholms universitet, personal från JMG och Medieinstitutet Fojo vid Linnéuniversitetet, familjemedlemmar och andra engagerade personer som tog sig tid att gå igenom provkodning och kodning. Agneta Söderberg Jacobson ansvarade för kodningen med Fojo och Maria Edström för kodningen i JMG:s regi.

Stort tack till alla inblandade i Stockholm, Göteborg och Kalmar!

➜ ***Personer som kodade via Fojo:*** Anders Behrmann, Annicka Flovin, Kersti Forsberg, Annelie Frank, Caroline Fredholm, Helena Gailani, Caroline Hammargren, Rebecka Jacobson, Janett Khador, Johanna Mannergren Selimovic, Jenny Rönngren och Agneta Söderberg Jacobson.

➜ ***Personer som kodade via JMG:*** Lovisa Andersson, Nils Arnell, Monika Djerf-Pierre, Maria Edström, Victoria Graf, Amanda Haraldsson, Gunilla Ivarsson, Josefine Jacobsson, Teo Kristjansson, Simone Lindsten, Nike Lundahl, Fredrik Löfgren och Karin Zwinkels.

Kodare i Stockholm, Kalmar, Göteborg, Ryssland, Kambodja och Myanmar.

➜ *Redaktörer för Räkna med kvinnor 2020* är Maria Edström och Josefine Jacobsson. Maria Edström har analyserat GMMP-datan och Josefine Jacobsson har ansvarat för enkäten till journalistutbildningarna och genomfört flera av intervjuerna i avsnittet Medierna svarar.

➜ *I årets rapport har också följande skribenter bidragit med texter:* Elfete Kadrija har skrivit om utvecklingen inom Bonnier News, Jenny Rönngren har skrivit om internationella satsningar inom utbildningsområdet, och Agneta Söderberg Jacobson har skrivit om deltagandet av Fojos partnerländer i GMMP 2020. Statistiken om mediebolagens struktur är insamlad av Ulrika Facht på Nordicom.

➜ *Tryck och layout har finansierats* av Jämställhetsmyndigheten.

GMMP 2020 har genomförts med förhinder. Tack till alla som deltog!

Maria Edström

Josefine Jacobsson

Maria Edström, docent vid institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMG) vid Göteborgs universitet. Nationell koordinator för GMMP Sverige och ansvarig för rapportens innehåll. Edström har deltagit i GMMP sedan år 2000 och varit redaktör för Räkna med kvinnor sedan 2005.

Josefine Jacobsson, journalist, har en master i mänskliga rättigheter och jobbar som kommunikatör vid Jämställdhetsmyndigheten. Jacobsson har deltagit i GMMP sedan år 2015 och varit medredaktör för Räkna med kvinnor sedan dess.

Räkna med kvinnor 2020 kan laddas ner från JMG:s webbplats.

GMMP 2020 och de nationella rapporterna finns att ladda ner på whomakesthenews.org

Nyheter handlar om att välja. Fortfarande väljs kvinnor bort när nyhetsredaktioner ska beskriva världen. Kvinnor utgör halva världens befolkning men förekommer bara i en fjärdedel av det globala nyhetsflödet. Det visar nyhetsstudien Global Media Monitoring Project (GMMP) 2020. Bristen på jämställdhet i nyheterna är ett demokratiproblem.

I svenska nyhetsmedier är 38 procent av alla nyhetssubjekt kvinnor, vilket är en betydligt högre andel jämfört med tidigare undersökningsår. Fortfarande är dock ämnen och positioner könsmärkta och männen dominerar i mediebolagens toppskikt.

Räkna med kvinnor 2020 berättar också om hur svenska medieföretag arbetar med genus och jämställdhet och vilket ansvar journalistutbildningar tar. Rapporten lyfter också en rad förslag på vägar framåt.

Räkna med kvinnor 2020 är producerad vid institutionen för journalistik, medier och kommunikation vid Göteborgs universitet i samarbete med Medieinstitutet Fojo.

GÖTEBORGS UNIVERSITET

JMG

FOJO: MEDIEINSTITUTET Linnéuniversitetet

BILAGA
PUBLIKATIONER

PUBLIKATIONER UTGIVNA AV INSTITUTIONEN FÖR JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION (JMG)

Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG) har två publikationsserier:

- JMG:s bokserie: Göteborgsstudier i journalistik och masskommunikation

- JMG:s arbetsrapportserie: Arbetsrapporter från Institutionen för journalistik och masskommunikation

Mellan 1991 och 1994 utgavs även en särskild rapportserie. Titlarna i den finns förtecknade separat.

JMG:s bokserie Göteborgsstudier i masskommunikation (1980 — 1990)

1. Lennart Weibull (1983) *Tidningsläsning i Sverige*. Stockholm, Liber. 521 sid.

2. Anders Ohlsson (1989) *Politiska nyheter till nytta och nöje.* Almqvist & Wiksell International, Stockholm. 350 sid.

3. Lennart Weibull, Karin Björkqvist (1989) *Dagspressen och dess läsare.* Stockholm, Almqvist&Wiksell International. (slut)

Göteborgsstudier i journalistik och masskommunikation (1990–)

1. Robert Burnett (1990) *Concentration and Diversty in the International Phonogram Industry.* (slut)

2. Roger Wallis (1991) *Internationalisation, Localisation & Integration.*. 281 sid. Göteborgs universitet.

3. Ronny Severinsson (1994) *Tidningar i konkurrens. Dagstidningar- nas agerande på lokala läsarmarknader i Västergötland 1950 - 1985.*

4. Bo Reimer (1994) *The Most Common of Practices. On Mass Media Use in Late Modernity*. Almqvist & Wiksell International. Stockholm. (slut)

5. Ulf Wallin (1995) *Vad fick vi veta? En studie i svenska nyhetsmediers rapportering åren före folkomröstningen om EU*. Göteborgs universitet.

6. Lennart Weibull och Charlotta Kratz (red) (1995) *Tidningsmiljöer. Dagstidningsläsning på 1990-talet.* Göteborgs universitet.

7. William Borden (1995) *Power Plays. A Comparision Between Swedish and American Press Policies.* Göteborgs universitet.

8. Admassu Tassew (1995) *Reporting a Pandemic. A Comparative Study of AIDS News Coverage in African and European Dailies*. Göteborgs universitet.

9. Monika Djerf Pierre (1996) *Gröna nyheter. Miljöjournalistiken i televisionens nyhetssändningar 1961 – 1994.* Göteborgs universitet.

10. Tomas Andersson Odén (1996) *Principer på pränt. En studie av redaktionella mål inom den svenska dagspressen.* Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs unviersitet.

11. Margareta Melin-Higgins (1996) *Pedagoger och spårhundar. En studie av svenska journalisters yrkesideal.* Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

12. Maria Elliot (1997) *Förtroendet för medierna. TV, radio och dags- press i allmänhetens ögon.* Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet.

13. Kent Asp, Bengt Johansson och Larsåke Larsson (1997) *Nära nyheter. Studier om kommunaljournalistik.* Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet.

14. Carlsson, Ulla (1998) *Frågan om en ny internationell informationsordning. En studie i internationell mediepolitik*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

15. Johansson, Bengt (1998) *Nyheter mitt ibland oss. Kommunala nyheter, personlig erfarenhet och lokal opinionsbildning.* Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet.

16. Wallin, Ulf (1998) *Sporten i spalterna. Sportjournalistikens utveckling i svensk dagspress under 100 år.* Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet.

17. Larsson, Larsåke (1998) *Nyheter i samspel. Studier i kommun- journalistik.* Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet.

18. Weibull, Lennart och Ingela Wadbring /red/ (1998) *Publik och medier 1996/1997. Särtryck av artiklar om medier ur SOM-rapporterna nr 18 och 19.* Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet.

19. Lindstedt, Inger (1998) "*Till de unga, till dem som ämna bliva tidningsmän". Handböcker i journalistik.* Göteborgs universitet.

20. Dahlén, Peter (1999) *Från Vasaloppet till Sportextra. Radiosportens etablering och förgrening 1925 – 1995.* Stockholm: Stiftelsen Etermedierna i Sverige.

21. Löfgren Nilsson, Monica (1999) *På Bladet, Kuriren och Allehanda. Om ideal och organiseringsprinciper i den redaktionella vardagen.* Göteborgs universitet.

22. Wadbring, Ingela och Weibull, Lennart /red/ (2000) *Tryckt. 20 kapitel om dagstidningar i början av 2000-talet.* Göteborgs universitet.

23. Andersson Odén, Tomas (2000) *Skaraborgar'n och Spionen. Tidningar i Västra Götaland genom 250 år.* Göteborgs universitet.

23. Ghersetti, Marina (2000) *Sensationella berättelser. En studie av nyheter från Angola 1987 och om* Prinsessan Diana 1997 i dagstidningar, radio och TV. Göteborgs universitet.

JMG:s rapportserie (avslutad 1994)
Rapporter från Avdelningen för masskommunikation

1. Lennart Weibull (1984) *Dagspress och etermedier i Sverige 1979-1983.* (slut)

2. Jan Strid och Lennart Weibull (1984) *Läsvanor och Läsintressen. 1979-1983.* (slut)

3. Ingela Strid och Lennart Weibull (1984) *Annonsbladsläsning i Sverige.*

4. Ronny Severinsson (1985) *Publiken möter kabel-TV*. (slut)

5. Lennart Weibull (1985) *Närradiolyssnandet i Stockholm 1984.* (slut)

6. Bo Reimer och Lennart Weibull (1985) *Dagspress på arbetsplatsen.*

7. Informatörer i Sverige: Arbetsmarknad Framtidsutsikter (1986) Utdrag ur utredningen om informationsutbildning i Sverige (*UHÄ- rapport 985:13)*

8. Ingela Strid och Lennart Weibull (1986) *Mediesverige 1986.*

9. Bo Reimer (1986) *Läsaren och tidningen.*

10. Rutger Lindahl (1986) *Nyheten om mordet på Olof Palme.*

11. Monika Djerf (1986) *Funktioner hos kabel-TV.*

12. Anders Ohlsson (1986) *Att svara eller inte svara - det är frågan.*

13. Ronny Severinsson (1987) *Den nya medieframtiden - TV via satellit och kabel.*

14. Ingela Strid och Lennart Weibull (1988) *Mediesverige 1988.*

15. Ronny Severinsson (1989) *Agerande och utveckling inom dagspressen i Västergötland.*

Rapporter från Instiutionen för journalistik och masskommunikation (avslutad 1994)

1. Emanuelsson, Eva & Karlsson, Kristina (1991) *Informatörer inför 90-talet.* Pris: 90 kronor.

2. Wallin, Ulf (1991) *Bilden av EG.* Pris: 120 kronor.

3 Wallin, Ulf (1992) *EG - Hot eller löfte? Argument i dagspress, radio och TV för och emot svenskt EG-medlemskap.* Pris: 100 kronor.

4. Flodin, Bertil (1993) *Samhällskommunikation under 80-talet. En kunskapsöversikt*. Pris: 150 kronor.

5. Severinsson, Ronny (red), (1995) - *Studier i medielandskapet. Ett urval av analyser genomförda på uppdrag av Pressutredningen -94.* Pris: 200 kronor.

Arbetsrapporter från Avdelningen för masskommunikation (1980–1990)

1. Lennart Weibull (1984) *Trender i massmedieanvändningen.*

2. Bo Reimer (1985) *Tidningsläsning i södra Halland.*

3. Lennart Weibull (1985) *Läsvanor för svensk morgonpress 1979-1984.*

4. Ingela Strid, Lennart Weibull (1985) *Sport i medierna.*

5. Lennart Weibull (1985) *Masskommunikationen i Sverige. Några reflektioner om läget 1985.*

6. Karl Erik Rosengren, Bo Reimer (1985) *Internaliserad kultur. Ett forskningsprogram om värden, individer och massmedier.*

7. Robert Burnett, Peter Esaiasson, Bo Reimer (1985) *Milestones in Mass Communication Research: Media Effects. A Review Essay.*

8. Bo Reimer (1985) *Values and the Choice of Measurement Technique. The Rating and Ranking of Postmaterialism.*

9. Lennart Weibull (1986) *Press, radio, TV och nya medier i Japan.*

10. Nyhetsspridningen om mordet på statsminister Olof Palme. En sammanställning av Statistiska Centralbyråns intervjuundersökning 2-4 mars 1986.

11. Rune Hedberg och Lennart Weibull (1986) *Kassettidningsläsning på Gotland.*

12. Lennart Weibull (1986) *Massmediernas framtida utveckling.*

13. Ronny Severinsson (1986) *Tidningsläning i Södermanland.*

14. Maria Elliot, Bo Reimer och Lennart Weibull (1986) *Tidningsläsning i Kalmar län.*

15. Lennart Weibull, Dagspresskollegiet (1986). *Läsvanor 1986.*

16. Bo Reimer och Karl Erik Rosengren (1986). *Maps of Culture: Macro and Micro.*

17. Maria Elliot (1986). *Allmänhetens syn på massmediernas trovärdighet.*

18. Lennart Weibull (1986) *Tendenser i svensk dagstidningsläsning.*

19. Bo Reimer (1986) *Social Space and the Structuring of Communication Processes.*

20. Lennart Weibull och Ronny Severinsson (1987) *Actions and Reactions - the Nordic Countries in Age of Satellite Broadcasting.*

21. Lennart Weibull (1987) *Massmediernas räckvidd 1985/86.*

22. Ronny Severinsson (1987) *Dagspressutvecklingen i Västergötland.* 23. Keith Roe (1987) *The Swedish Moral Panic over Video 1980-84.* 24. Bo Reimer (1987) *Dagens Nyheter i västra Sverige.*

25. Ann-Marie Hellerström (1987) *Lokal-TV- Ett reellt alternativ till satellit-TV.*

26. Ronny Severinsson (1987) *Skaraborgspressens innehåll 1950-1985.*

27. Ronny Severinsson (1987) *Tidningsläsning i Essunga, Götene och Vara.*

28. Karin Björkqvist (1988) *Tidningsläsning i Gästrikland - presentation av en läsarundersökning.*

29. Bo Reimer (1988) *Reading Postmaterialism.*

30. Lennart Weibull (1988) *Publicistisk sed. Ett forskningsprogram om ett regelsystem och dess betydelse för svensk journalistik.*

31. Magnus Anshelm och Lennart Weibull (1988) *Läsvanestudien 1986. Huvudresultat och metodjämförelse.*

32. Magnus Anshelm (1988) *Sverige - nu - SOM* 86 - en jämförelse av två undersökningar.

33. Rutger Lindahl och Lennart Weibull (1988) *Palme i amerikanska ögon. En studie av den amerikanska pressens behandling av nyheten om mordet på statsminister Olof Palme 1986.*

34. Magnus Anshelm (1988) *Massmediernas räckvidd 1986/*87 *- en analys av Mediebarometern.*

35. Ingela Strid (1988) *Svenska folkets intressen 1973-1982. En sekundärbearbetning av Testologens mätningar av intressen.*

36. Anders Ohlsson och Keith Roe (1988) *Mått på mätning - En förundersökning av fördelningsegenskaper och stabilitet hos linje- och kategoribaserade mått.*

37. Britt Börjesson (1988) *Brott och publicitet. Kriminaljournalistik och pressetik under 1900-talet.*

38. Lennart Weibull (1988) *Rapport från kontaktresa till Uruguay 10-22 april 1988*.

39. Gunilla Jarlbro (1988) *En kvalitativ studie av hur människor upplever tidningsinnehåll.*

40. Monica Löfgren (1988) *Kabel-TV i Göteborg.*

41. Lennart Weibull (1988) *Lokal-TV via kabel*. Synen på en ny kanal bland andra medier.

42. Karin Björkqvist (1988) *Tidningsläsning i Värmland. Presentation av en läsarundersökning från våren 1977.*

43. Keith Roe (1988) *Adolescents' VCR Use: How and Why.*

44. Monika Djerf (1989) *Finns det funktionsdimensioner i medieanvändningen? En faktoranalys*.

45. Karin Björkqvist (1989) *Det politiska tidningsvalet.*

46. Magnus Anshelm och Jan Strid (1989) *Läsvanor och läsintressen.*

47. Monika Djerf (1989) *Massmedier och beslutsfattare: en litteraturstudie.*

48. Britt Börjesson (1989) *Pressens självsanering. Ett regelsystems framväxt*.

49. Magnus Anshelm (1989) *Mediebarometern resultat från 1988/99.*

50. Lennart Weibull (1989) *Rapport från en andra kontaktresa till Uruguay. Om massmedier, utbildning och forskning i social kommunikation samt Institudo Communicacion y Desarrollo*.

52. Monica Löfgren (1989) *Nyhetstidningen 8 sidor - innehåll, spridning och läsning.*

53. Keith Roe (1989) *Notes on the Concept of Aggression and its (Mis) Use in Media Research.*

54. Charlotta Kratz (1989) *Tidningsläsning i Kalmar och på Öland.*

55. Catharina Kisch och Mikael Stoltz (1989) *City 103 och dess lyssnare - en undersökning om lyssnandet på svenska arbetsgivareföreningens närradiostation i Göteborg.*

56. Karin Björkqvist (1990) *Mediebarometern under åttiotalet.*

57. Roger Wallis (1990) *Music, music everywhere, and so much of it the same.*

58. Charlotta Lekvall och Patrik Vult von Steyern (1990) *City 103 och tre livsstilar.*

59. Margareta Melin (1990) *Kommunaktuellt - studier av tidningens spridning och abonnenternas läsvanor.*

60. Maria Elliot (1990) *Förtroendet för medierna.*

61. Keith Roe (1990) *Never Has so Much Been Written by so Many about so Few, or, Why Youth Research?*

Arbetsrapporter från Institutionen för journalistik och masskommunikation (1990–2000)

1. Ronny Severinsson (1990) *Massmedier, allmänhet och flyktingfrågor i Sverige och Sjöbo. En fallstudie på Sjöbo.*

2. Ronny Severinsson (1990) *Tidningsläsning i Nordvästra Skåne.*

3. Charlotta Kratz (1990) *Tidningsläsning i sydöstra Skåne. En presentation av en läsarundersökning.*

4. Bo Reimer (1990) *Kulturdiskussioner - Inlägg i tre eviga debatter.*

5. Charlotta Kratz (1990) *Tidningsläsning i Jönköping. En presentation av en läsarundersökning.*

6. Charlotta Kratz (1991) *Verklighetsval och kapital. En studie av det ekonomiska och det kulturella kapitalets betydelse för läsningen av Stockholmstidningar utanför Stockholm.*

7. Deanna Huthman (1991) *Dynamisk public relations. En explorativ studie av Public Relations i fyra företag.*

8. Admassu Tassew (1991) *Public service broadcasting concept and practice: a preliminary overview of the ideals and some swedish experience.*

9. Ronny Severinsson (1991) *Tidningsvanor i Gästrikland 1989. Presentation av en läsarundersökning.*

10. Lennart Weibull (1991) *Publik och medier i samspel. En analys gjord för MedieSverige 1991.*

11. Monica Löfgren (1991) *Massmediernas räckvidd 1979 - 1990.*

12. Lennart Weibull (1991) *Masskommunikation som ämnesområde. Ett försök till empirisk bestämning.*

13. Charlotta Kratz (1991) *Tidningsläsning i Södra Halland 1990, jämförelser med situationen 1984.*

14. Margareta Melin (1991) *Från kulturteori till journalistkultur. En litteraturöversikt över diskussionerna kring kulturbegreppet.*

15. Charlotta Kratz (1991) *Från icke-läsare till allätare. Fyra läsartyper i Stockholm och i landsorten.*

16. Kent Asp (1992) *Partiskheten i Sveriges Radios och TV4:s nyhetsprogram under 1991 års valrörelse.*

17. Ronny Severinsson (1992) *Med eller utan prenumeration i Eskilstuna och Katrineholm. Presentation av en läsarundersökning från hösten 1990.*

18. Karin Björkqvist Hellingwerf (1992) *Mediebarometern 1979-1991.*

19. Karin Björkqvist Hellingwerf (1992) *Dagspress och medievanor. En analys av läsvanestudien 1991.*

20. Lennart Weibull och Karl Erik Rosengren (1992) *Swedes' view of the world. A Descriptive Report from the First Two BALTICOM Surveys.*

21. Monica Löfgren Nilsson (1992) *Kvinnligt, manligt, journalistiskt - journalisters syn på nyhetsvärdering.*

22. Monika Djerf-Pierre (1992) *A Toaster With Pictures. The Evolution of American Broadcasting 1921-1991.*

23. Charlotta Kratz (1992) *En fråga om smak. Om stabila och rörliga gruppers kulturella preferenser.*

24. Thomas Östberg (1992) *Sportjournalistik - en analys av fyra dagstidningar 1961 - 1991.*

25. Karin Björkqvist Hellingwerf (1993) *Mediebarometern 1979 - 1992.*

26. Carin Nilsson, Åsa Widgren (1993) *Videotex - massmedium eller ej? En litteraturstudie och begreppsnalys.*

27. Margareta Melin (1993) *Var finns kvinnorna? En analys av manligt och kvinnligt i kurslitteraturen vid Journalisthögskolan i Göteborg.*

28. Karin Björkqvist Hellingwerf (1993) *Läsvanestudiens mått på läsvanor. En analys av två mått mått på läsvanor.*

29. Gunilla Jarlbro (1993) *HIV-aktuellt - En läsarundersökning.*

30. Monica Löfgren Nilsson (1993) *Klimat och kön - Journalisters bedömningar av arbetsklimatet på* nyhetsredaktioner.

31. Bengt Carlsson, Inger Lindstedt, Lennart Weibull (1993) *Studieresa till amerikanska högskoleutbildningar i journalistik, medier och kommunikation - En personlig reserapport.*

32. Håkan Hvitfelt, Lennart Weibull (1993) *Pendeln har svängt - En reserapport från Kina.*

33. Ulf Wallin (1993) *Den franska folkomröstningen - En analys av rapporteringen om den franska folkomröstningen om Maastrichtfördraget i svensk press, radio och TV samt i övriga nordiska länders press.*

34. Karin Björkqvist Hellingwerf (1994) *Tidningsläsning i Luleå och Kiruna*

35. Tomas Andersson (1994) *Jönköpings-Posten och Smålandsposten - två småländska tidningsstrategier.*

36. Karin Björkqvist Hellingwerf (1994) *Mediebarometern 1979 - 1993.*

37. Bengt Johansson (1994) *Att studera massmediernas innehåll. En genomgång av innehållsstudier inom svensk forskning om journalistik, medier & kommunikation.*

38. Maria Edström, Maria Jacobson (1994) *Massmediernas enfaldiga typer. Kvinnor och män i mediebruset den 17 mars 1994.*

39. Ingela Wadbring, Lennart Weibull (1994) *På konsumenternas sida. En analys av hur konsumentfrågorna speglas i göteborgspressen.*

40. Bo Reimer (1994) *Kulturell identitet och massmedieanvändning på Åland.*

41. Olof Hultén, Carin Nilsson (1994) *Det svenska TV-utbudet 1987 och 1993. Undersökning av sändningstid och programkategorier.*

42. Kent Asp (1994) *Medieval 94'.* Anförande vid Folkrörelsernas Medieforum torsdagen den 20 oktober 1994 (framfört i urval). Forskningsprogrammet Journalistik och demokrati - studier kring mediekvalitet.

43. Margareta Melin (1995) *Can Women Become Cowboys? The Importance of Journalist Education for the Professional Ideal Among Swedish Journalists.*

44. Margareta Melin (1995) *Female Educators and Male Craftsmen? The Professional Ideals Among Swedish Journalists.*

45. Ingela Wadbring (1995) *Sista ordet är inte sagt än! - en analys av lärarnas syn på jämställdhet vid* journalistutbildningen i Göteborg.

46. Karin Björkqvist Hellingwerf (1995) *Tidningsläsning i Gästrikland.*

47. Gunilla Jarlbro (1995) *Barn, ungdom och reklam.*

48. Karin Björkqvist Hellingwerf (1995) *Mediebarometern 1979 - 1994.*

49. Lennart Weibull (1995) *Journalister om Journalisten. Redovisning av en läsarundersökning från hösten 1994.*

50. Kent Asp (1995) *Kommersialiserade TV-nyheter - på gott och ont. En jämförande undersökning av Rapport TV2 och Nyheterna TV4.*

51. Monica Löfgren Nilsson (1995. "*Pennskaften" Female Journalists in Sweden.*

52. Gunilla Jarlbro (1995) *Våldsbrott i svensk press. En jämförelse mellan åren 1983 och 1993.*

53. Jakob Bjur och Jörgen Thörnqvist (1995) *Samma röster med nya ansikten. En studie av Rapports innehålls-, form- och presentationsmässiga förändring över en tioårsperiod med tyngdpunkt på begriplighet.*

54. Dino Viscovi (1995) *Med Loket mot framtiden. Om unga arbetarklassmän, invandrare, EU och massmedier.*

55. Ingela Wadbring (1995) *Tidningsläsaren - vem är det? En analys av olika gruppers tidningsanvändning.*

56. Marina Ghersetti (1996) *Jakten på den försvinnande publiken. Om besök och besökare på svenska biografer.*

57. Kent Asp (1996) *Sverigebilden i TV-nyheterna. En undersökning av Stockholmsdominansen i Rapport (1986 - 1995) och Nyheterna (1991 - 1995).*

58. Lennart Weibull (1996) *Bio, film och samhälle 1995. En analys av svenskarnas biobesök, filmpreferenser och syn på film och samhälle*

59. Birgitte Christiansen (1996) *IT-brug - en litteraturoversigt ud fra et humanistisk-samfundvidenskabligt perspektiv.*

60. Ylva Brune (1996) *Vålberg i nyheterna - en kamp mellan tolkningsmönster.*

61. Karin Björkqvist Hellingwerf (1996) *Mediebarometern 1979 - 1995.*

62. Ingela Wadbring (1996) *Den journalistiska vägen - vadan och varthän? En studie om kvinnliga och manliga journaliststudenter i Göteborg.*

63. Ylva Brune (1996) *Svenskar, invandrare och flyktingar i rubrikerna.*

64. André Jansson (1996) *TV-tittarna och det sociala rummet - En studie av den sociala positionens betydelse för kanalpreferenser och självuppfattning.*

65. Bo Reimer (1996) *Inte utan relevans - Om ungdomars användning av massmedier.*

66. Birgitte Christiansen (1996) *IT-brug i hverdgslivet- en kvalitativ interview-undersøgelse om ti menneskers computer- og Internetbrug i privatsfären.*

67. Ebba Sundin (1997) *Barn och massmedier - En forskningsöversikt.*

68. Monica Löfgren Nilsson (1997) *Hon och han i journalistutbildningen - Ett pedagogiskt projekt.*

69. Bertil Flodin (1997) *Medborgarna och EU-informationen - En studie av inställning, aktivitet och kunskap hos svenska folket inför folkomröstningen 1994*

70. Maria Edström (1997) *Kön och journalistik - att utvidga medieverkligheten. En litteraturöversikt*

71. Larsåke Larsson (1997) *Forskningsöversikt - Kommunjournalistik.*

72. Torsten Malmström och Lennart Weibull (1997) *Snöstormen den 17 november 1995.*

73. Anna Maria Andersson (1997) *Vem är den svenske journalisten? - En studie av journalistkåren i* yrkesliv och vardagsliv 1994 - 1995.

74. André Jansson (1997) *Svensk dagstidningsläsning i förändring. Resultat från Riks-SOM-studien 1996.*

75. Britt-Marie Leivik Knowles (1997) *Inter-organisatorisk kommunikation mellan myndigheter och medier. Forskningsöversikt över myndigheters och mediers interaktion i samband med allvarliga samhällsstörningar.*

76. André Jansson (1997) *Sätt att se på TV. En kvantitativ problematisering av den selektiva TV-publiken.*

77. Sigurd Høst och Ronny Severinsson (1997) *Avisstrukturen i Norge og Sverige - 1960 til1995. Arbeidsrapport nr. 1 fra prosjektet Norsk- svensk dagspresseutvickling.*

78. Anders Lithner och Ingela Wadbring (1997) *Ungdomars dagstidningsläsning.*

79. André Jansson (1997) *Tidningsvärden i morgon- och kvällspress.*

80. Tomas Andersson Odén (1997) *Pressen i Skaraborg. Tidningar och redaktörer från 1793 och framåt.*

81. Magnus Andersson (1997) *Populärmusik: såväl Wu-Tang Clan som Pat Bone.*

82. Birgitte Christiansen och Annika Bergström (1998) *Tidningars symbol- & bruksvärde.Kvalitativa intervjuer med några av Göteborgs- Postens & Hallands Nyheters läsare.*

83. Erik Fjellman och Jan Sjögren (1998) *Nyhetsläsning på Internet - Svenska CNN från ett användarperspektiv.*

84. Ronny Severinsson /red/ (1998) *Lokalt innehåll i norska och svenska tidnignar.Fyra redaktörer läser varandras tidningar.*

85. Anna Maria Andersson, Birgitte Christiansen & KarinFogelberg (1998) *Vad tycker tittarna? En publikstudie av två underhållningsprogram.*

86. André Jansson (1998) *Dagstidningsläsning 1997. En tabellrapport från Dagspresskollegiet.*

87. Kent Asp (1988) *Medierna och giftutsläppet i Hallandsåsen.*

88. Ronny Severinsson (1988) *Marjasin i medierna. En inneållsanalys på uppdrg av Medieakademin.*

89. Annika Bergström (1988) *Tidningar, radio och TV i västra Småland.*

90. Annika Bergströn (1999) *Internet i svenska hushåll hösten 1997.*

91. Lennart Weibull och Ingela Wadbring (1999) *De nya svenskarna möter svenska massmedier.*

92. Liselotte Englund (1999) *Katastrofjournalistikens dilemman. En forskningsöversikt med etiska och* psykologiska perspektiv.

93. Josefine Sternvik (1999) *Dagspressens ungdomssatsning.*

94. Maria Domellöf (1999) *Mycket nöje! Nöjesjournalistik i förändring.*

95. Annika Bergström (1999) *Internet i medielandskapet.*

96. Anna Maria Jönsson (2000) *Radio och TV i allmänhetens tjänst? Allmänhetens syn på public* service-verksamheten.

97. Liselotte Englund (2000) *Kvalitetseffektivitet i Public Service-radion. En kunskaps- och* forskningsöversikt med förslag till indikatorer på radiokvalitet.

98. Kent Asp, Bengt Johansson och Åsa Nilsson (2000) *Medievalsundersökningen 1998. Teknisk rapport.*

99. Magnus Fredrikson (2000) *Var skall jag kryssa? – En studie av RSV:s och dagspressens pesonvals* information inför valet 1998.

100. Stina Bengtsson (2000) *Personvalet och journalisterna – 16 svenska journalister om det första* svenska personvalet 1998.

Arbetsrapporter från Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (2001–)

1. Annika Bergström & Ingela Wadbring (2001) *Medierna i vardagslivet. En metodologisk skiss över hur det är möjligt att använda dagböcker som insamligsmetod i medieforskningen.*
2. Kent Asp & Magnus Fredriksson (2001) *Bilavgaserna och den allmänna opinionen. Åsikter och handlingsberedskap.*
3. Tomas Andersson Odén (2002) *2001 års publicistiska bokslut. En rapport om 36 tidningars bokstäver - i siffror.*
4. Gabriella Sandstig (2002) *Organisation och kön. En strategisk litteraturöversikt av ämnesområdena organisation och kön applicerat på forskningsprojektet "Kvinnorna i journalistkulturen".*
5. Therese Eriksson (2002) *Gratistidningsmarknaden i Sverige 2001.*
6. Rudolf Antoni (2002) *Publikens publik. Aktuell forskning kring användning och värdering av medier.*
7. Rudolf Antoni & Therese Eriksson (2002) *Läsvanestudien. En tabellrapport.*
8. Gabriella Sandstig (2003) *Orons platser. En granskning av människors upplevelser av rädsla och otrygghet.*
9. Tomas Andersson Odén (2003) *2002 års Publicistiska bokslut. Del 1 Om tidningars redaktioner och innehåll.*
10. Ingela Wadbring (2003) *2002 års Publicistiska bokslut. Del 2 Om läsares och medarbetares syn på tidningar.*
11. Tomas Andersson Odén & Ingela Wadbring (2003) *Teknisk rapport för publicistiska bokslut.*
12. Mariann Björkemarken (2003) *Jönköpings Lokal-TV Förening. Utvecklingen av en lokal TV-verksamhet.*
13. Kent Asp (2003) *Medieval 2002 - partiskheten och valutgången. En studie av valrörelsens medialisering.*
14. Petra Sintorn (2003) *Publicistiska bokslut - hyllvärmare eller redskap för förändring?*
15. Oscar Westlund (2003) *Betala för nyheter på internet?*
16. Bengt Johansson, Lisa Henricsson & Annelie Karlsson (2003) *Hur farligt är Göteborg? Risker i GP:s lokalnyheter.*
17. Gabriella Sandstig (2004) *Att undersöka otrygghet - en metodstudie.*
18. Tomas Andersson Odén (2004) *2003 års Publicistiska bokslut. Del 1 Om tidningars redaktioner och innehåll.*
19. Ulrika Andersson (2004) *2003 års Publicistiska bokslut. Del 2 Sportens olika sidor: männens och de manliga sporternas revir.*
20. Josefine Sternvik (2004) *Ögonrörelser och dagstidningsläsning - en forskningsöversikt.*
21. Valpuri Mäkinen (2004) *En tidning för alla? Om invandrares användning av och attityder till medier i allmänhet och dagstidningar i synnerhet.*
22. Eva Berglie (2004) *Jakten på lycka. En teoriutvecklande studie av tredjepersonseffekten.*
23. Åsa Nilsson (2004) *Mediers räckvidd. En Jämförelse av mätmetoder och undersökningar.*
24. Oscar Westlund (2004) *www.lokaltidning.se . Prenumeranters attityder till sin lokaltidning och nättidningsläsning.*
25. Karin Fogelberg (2005) *Media Literacy. En diskussion om medieundervisning.*
26. Mira Öhlin (2005) *Fågel, fisk eller... Om klassresenärers medievanor.*
27. Tomas Andersson Odén (2005) *2004 år publicistiska bokslut. Om tidningars redaktioner och innehåll.*

28. Anna Maria Jönsson (2005) *Mångfalden i journalistkåren - studier av social sammansättning, samhällssyn och nyhetssyn i den svenska journalistkåren.*

29. Tomas Andersson Odén (2005) *President Chavez i press, radio och TV. Mediebevakningen av folkomröstningskampanjen i Venezuela, augusti 2004.*

30. Ulrika Andersson (2005) *Journalister och deras läsare. En studie av tidningsjournalisters syn på läsare och läsarundersökningar.*

31. Ulrika Andersson, Ingela Wadbring (2005) *I gratistidningsland.*

32. Carl Bergholtz, Johan Olsson (2005) *Unga dagstidningsläsare i ny mediesituation.*

33. Åsa Nilsson, Lennart Weibull, Annette Hill (2005) *Synen på icke-fiktion i TV. Resultatredovisning.*

34. Ulrika Andersson (2005) *Nya svenskar och svenska medier.*

35. Ulf Wallin, Johannes Bjerling, Christoffer Lärkner (2006) *Barnen i nyheterna om tsunamin. En studie av mediernas rapportering under första månaden.*

36. Oscar Westlund (2006) *Media and Communication studies in Sweden. Disciplinary Boundary Construction - a theoretical contribution to Theory of Science.*

37. Oscar Westlund (2006) *Känslor av medieförtroende.*

38. Kent Asp (2006) *Journalistkårens partisympatier.*

39. Jonas Ohlsson (2006) *Partiernas press*

40. Ulrika Hedman (2006) *Har ni nått webbigt? En fallstudie av Göteborgs-Postens flerkanalspublicering: Redaktionell organisering och arbetsrutiner, nyhetsvärde samt medielogik*

41. Anna Bolin (2006) *In whose interest? A journalists`view of their responsibilities and possibilities within the mainstream press in Sri Lanka*

42. Kent Asp (2006) *Rättvisa nyhetsmedier. Partiskheten under 2006 års medievalrörelse*

43. Marina Ghersetti (2007) *Bilden av funktionshinder. En studie av nyheter i Sveriges Television*

44. Malin Dellgran (2007) *Konsten att förhandla. Om journalister i en kommersiell tv-kultur*

45. Johannes Bjerling (2007) *Partiledarutfrågningarna i SVT 2006*

46. Ulrika Andersson (2007) *Fokus på unga vuxna. Sociala förändringar och växande medieutbud skapar nya medievanor bland unga*

47. Oscar Westlund (2007) *Mobiltelefonianvändning. En forskningsöversikt*

48. Jonas Ohlsson (2007) *Göteborgsakademiker 2006. Medieinnehav och medieanvändning bland unga högutbildade*

49. Ingela Wadbring (2007) *Från annonsblad till tidningar. Decenniers utveckling av lokala gratistidningar.*

50. Oscar Westlund (2007) *Mobiltelefonen som multimedium och nyhetsmedium. Ett användarperspektiv.*

51. Gabriella Sandstig (2007) *Förtroendet för polisen. En analys av medborgarnas syn på polisen och dess roll i samhället 1986 - 2006.*

52. Sandra Byström, Björn Danielsson, Bengt Johansson (2007) *Regionala TV-nyheter i medielogikens tid. En studie av Västnytts bevakning av Västra Götalandsregionen.*

53. Mathias A Färdigh (2008) *Mediesystem i Europa. En studie av de europeiska ländernas mediesystem utifrån ett användarperspektiv.*

54. Tomas Andersson Odén, Johannes Bjerling (2008) *A-press med borgerliga ägare.*

55. Therese Blomqvist, Maja Norin (2009) *"Sjuning, åttning, nining, tidning!" Förskolebarns föreställningar om dagstidningen*

56. Ulrika Hedman (2009) *Läsarmedverkan: Lönande logiskt lockbete. Nättidningarnas användarskapade innehåll ur ett redaktionellt ledningsperspektiv.*

57. Magnus Ekström, Björn Granstrand (2009) *Dagstidningen på 3,5 tum? En nutids- och framtidsstudie av svensk dagspress förhållande till mobila tjänster.*

58. Johan Cedersjö, Roger Gustavsson (2009) *Hot eller möjlighet? En kvantitativ studie av svenska landsortsbaserade dagspressjournalisters inställning till användarskapat innehåll.*

59. Marina Ghersetti (2009) *Personer med invandrarbakgrund i SVTs nyhetsprogram. En innehållsanalys av Rapport, Aktuellt, Sportnytt och Kulturnyheterna 2001.*

60. Marina Ghersetti (2009) *Terrorattackerna i USA. Sveriges Radios rapportering om den 11 september 2001.*

61. Monica Löfgren Nilsson (2009) *Kvinnor, män och nyheter i televisionen. En innehållsstudie av ämnen och källor under 45 år.*

62. Johannes Bjerling, Jonas Ohlsson (2010) *En introduktion till logistisk regressionsanalys.*

63. Diana Jacobsson (2010) *Viruset och vaccinet. En undersökning av pressens rapportering kring vaccinationen i samband med svininfluensan 2009.*

64. Marina Ghersetti, Tomas A. Odén (2010) *Snöovädret i medierna vintern 2009-2010.*

65. Marina Ghersetti (2011) *Olika men ändå lika. Rapporteringen om riksdagsvalet 2010 i fem stora pappers- och webbtidningar.*

66. Mira Hjort, Signe Oskarsson, Madelene Szabó (2011) *Jättekliv eller tidsfördriv. En studie i hur svenska journalister använder sociala medier som arbetsverktyg.*

67. John Rejnäs, Martin Gunséus (2011) *GP.se - om publiken själv får välja. En studie i publikens delningsvärdering.*

68. Carl Malmer (2012) *Professionell men personlig. En publikstudie av läsares uppfattningar om journalisters aktivitet på twitter.*

69. Ingrid Lord (2013) *Institutioners organisatoriska lärande från samhällskriser. En studie av redaktioner, myndigheter och resebyråer i samband med tsunamivarningen 2012.*

70. Magnus Fredriksson, Josef Pallas (2014) *Den medialiserade myndigheten. En analys av svenska myndiheters anpassningar till medielogiken*

71. Anna Erwander, Hugo Lindkvist (2014) *"Det här var dagen då anonyma tonåringar via sociala medier startade ett upplopp i Göteborg". En studie över gestaltningen i fyra svenska tidningar av gatuoroligheterna i samband med "Instagramhändelserna" i Göteborg i december 2012.*

72. Martin Spaak (2015) *Falska larm och äkta stormar. En studie av allmänhetens syn på myndigheter och medier i samband med SMHI:s varning inför stormen Simone 2013.*

73. Maria Edström, Josefine Jacobsson (2015) *Räkna med kvinnor. Global Media Monitoring Project. Nationell rapport Sverige*

74. Maria Jervelycke Belfrage (2016) *Både slumpmässig och planerad. Ungas nyhetskonsumtion i sociala medier.*

75. Monica Löfgren Nilsson (2017) *Journalisternas trygghetsundersökning. Journalisters utsatthet under 2016.*

76. Maria Jervelycke Belfrage (2018) *"Om jobb och bostäder och hur det ligger till i andra länder - det är ju det man vill veta mer om". En studie om ungas behov av nyheter och samhällsinformation i den digitala medieekologin.*

77. Magnus Fredriksson, Daniel Lövgren, Josef Pallas (2018) *Bortom uppdraget. En analys av svenska myndigheters kommunikationsaktiviteter under Almedalsveckan*

78. Maria Jervelycke Belfrage (2018) *Tvåstegshypotesen och teorin om opinionsledare – i en ny och snabbt föränderlig medieekologi.*

79. Magnus Fredriksson, Mathias Färdigh, Anton Törnberg (2018*) Den kommunikativa blicken. En analys av principerna för svenska kommuners kommunikationsverksamheter*

80. Orla Vigsö (2019) *Satirteckningar i svensk dagspress 1890-2017*

81. Magnus Fredriksson, Christian Mossberg (2020) *En fråga om tillgång, kvalité och arbetsvillkor. Mediebilden av äldreomsorgen i fyra svenska lokaltidningar.*

82. Jacob Sohlberg, Bengt Johansson (2020) *"Uppgifterna om det misstänkta knivdådet är ännu osäkra…" Ett experiment om användandet av journalistiska osäkerhetsmarkörer.*

83. Tim Segerberg (2020) *Det motståndskraftiga förtroendet. Kriser och institutionellt förtroende i Sverige 1986-2017.*

84. Peter Esaiasson, Bengt Johansson, Marina Ghersetti & Jacob Sohlberg (2020) *Kriskommunikation och segregation i en pandemi – hur boende i utsatta områden informerade sigo m coronaviruset våren 2020.*

85. Ulla Carlsson (2020) *Yttrandefrihet och medier i en orostid. Anteckningar inför Pressfrihetsdagen den 3 maj 2020.*

86. Magnus Fredriksson (2021) *Att (re)presentera staten. En analys av svenska myndigheters märken och logotyper 1974–2019.*

87. Maria Edström & Josefine Jacobsson (2021) *Räkna med Kvinnor 2020*. Global Media Monitoring Project 2020. Nationell rapport Sverige.

De flesta av rapporterna finns tillgängliga på JMGs hemsida.
https://www.gu.se/jmg/var-forskning/publikationer/jmgs-rapportserie

Institutionen för journalistik, medier och kommunikation Box 710
405 30 GÖTEBORG
e-post jmg@jmg.gu.se