

The background of the entire page is a solid pink color. It is populated with numerous white, stylized silhouettes of human figures of various sizes and orientations, scattered across the surface. The silhouettes are simple, with circular heads and rectangular bodies, some with short lines for arms and legs. The overall effect is a dense, textured pattern representing a crowd or a community.

62/38

Jannike Back

62/38

Jannike Back

62/38

Jannike Back

Yrkehögskolan Novia

Enheten för kultur, Jakobstad

Handledare Lars Rebers och Emma Westerlund

Examensarbete för medianom, YH-examen

Utbildningsprogrammet för mediakultur

Jakobstad 2016

Till Cathja.

Den här världen blir lite vackrare
tack vare människor som du.

Inledning	8
Frågeställning och beskrivning	11
Genusperspektiv	15
Undersökning	21
Resultat	25
Reflektion	35
Genusperspektiv inom bildjournalistik	39
Mediernas ansvar	57
Tack	63
Källor	66

INLEDNING

Genus. Ett ord som förbannar och förenar. För min del har ordet tagit tag i mig, skakat om mig och öppnat upp en ny, intressant värld.

Det var i slutet av mina tonår som jag började kalla mig feminist. Feminism är ett annat ord som förbannar och förenar. För mig personligen har det till stor del förenat. Men oj så förbannad jag har varit.

När jag i mina sena tonår började fördjupa mig i feminism och genus tog jag även på mig genusglasögonen och började se världen på ett helt annat sätt. Jag började märka att vi är kodade och inrutade på ett sätt som jag inte hade lagt märke till tidigare. Under våren 2015 ökade mitt intresse ytterligare under en kort men intensiv genuskurs. Det var då jag fick svart på vitt att det var männen som var överrepresenterade i media. I detta fall handlade det om vem som syntes i tidningarna. Visst syntes kvinnorna också, men vilken var deras roll?

Efter kursen fortsatte jag att fundera på detta. Var är kvinnorna? Kvinnorna förekommer mer sällan än männen i dagstidningarna. På kultur och nöjessidorna syns de, men det är sällan de agerar som experter inom exempelvis ekonomi och sport.

I sin bok *Medier, genus och makt från 2006* tar Gunilla Jarlbro upp detta. Hon berättar att hon är arg för att så lite har hänt i skillnaden mellan hur kvinnor och män framställs i medierna. Hon menar att kvinnor antingen är osynliga i nyhetsmedierna eller att ännu 2006 presenterar man kvinnor som någons maka eller mamma. Och istället för att granskas för sina göranden, granskas kvinnor enligt hur de ser ut. (*Jarlbro, 2006*)

I mitt examensarbete har jag att fokuserat på detta. I vilken omfattning syns kvinnorna? Och är det någon skillnad på hur kvinnor och män avporträtteras?

Syftet med mitt arbete är att reda ut skillnaderna mellan hur man avporträtterar män och kvinnor i finländska tidningarna. Med mitt arbete vill jag inte att folk ska känna sig uppläxade, utan jag vill att det ska kunna användas för medvetandegöra folk om genusperspektiv inom media.

**FRÅGESTÄLLNING
OCH
BESKRIVNING**

FRÅGESTÄLLNING

- Hur många kvinnor och män syns i Huvudstadsbladet, Pohjalainen och Vasabladet under en månad, i detta fall november 2016?
- I vilka avdelningar av tidningarna syns det flest kvinnor och flest män?
- Hur är de avporträtterade? Är det någon skillnad på hur man avporträtterar män och kvinnor i dagstidningarna idag?

BEGREPPFÖRKLARING

Två begrepp jag har använt i mitt arbete är kön och genus. Kön använder jag när jag skriver om män och kvinnor. Ordet genus används för att beskriva hur vi beter oss normativt och som “riktiga” män och kvinnor. Alltså det som beskriver vad som uppfattas som manligt och kvinnligt enligt vårt samhälles normer.

GENUS- PERSPEKTIV

GENUSPERSPEKTIV

Genusforskningen fick sin början i Norden på 1970-talet. Det var då kvinnorörelsen kom hit från USA och den feministiska politiken fick sin start. Men det var först år 1995 erkänt av FN att bristen av kvinnorepresentation i medierna hade stor betydelse för ett jämställt liv för kvinnor. (*Jarlbro, 2006*)

“Flickor tränas in i birollen och att uppfylla andras behov. Pojkar övar ständigt på huvudrollen.”

Citatet är plockat från inledningen i Kajsa Wahlströms bok *Flickor, pojkar och pedagoger*. Pojkar får huvudrollen och flickorna birollen. Det är inte helt ovanligt att barn redan från tidig ålder kods till sitt kön. Redan som barn lär man sig vad som är kvinnligt och manligt - och att det manliga har högre status. (*Hedlin, 2004*) Man behöver bara kolla i leksakskataloger för att se skillnaden mellan hur pojkar och flickor framställs. Pojkarna leker med traktorer och bilar medan flickorna stökar i sitt leksakskök. Detta är något som har fått mycket kritik och något som leksakstillverkarna har tagit åt sig. Ett steg i rätt riktning med andra ord.

“Man föds inte till kvinna, man blir det” skrev Simone de Beauvoir i sin bok *Det andra könet* från 1949. En enkel mening som visar att genus, kvinnlighet och manlighet inte är något medfött, utan något som produceras i efterhand. (*Carlson, 2001*). Redan från barnsben uppfostras vi till att vara snälla och vackra flickor och duktiga och starka pojkar. Vi betar oss också automatiskt på ett sådant sätt som anses vara normalt för vårt kön. Genom normer skapas förväntningar om olika roller, som till exempel skillnaden mellan kvinnor och mäns inlärningsförmåga och ledarskapsförmåga. Med könsnormer kommer också ett antagande om att människan ska bete sig på ett sätt som är typiskt för det egna könet. (*Normer, 2013*)

Enligt Wahlström börjar det redan på BB. Hon menar att det finns undersökningar som tyder på att samma barn kan behandlas helt olika av vuxna, beroende på om den vuxna människan tror att det är en flicka eller en pojke. Pojkar tilltalas med färre ord men uppmuntras enligt Wahlström till att vara aktiva och starka, medan det för flickor är tvärtom. De är små, gulliga och tilltalas med fler ord. Även på dagis får barn olika roller. Wahlström tar upp ett exempel i sin bok. En dagisgrupp ska baka tillsammans. Pedagogen har glömt sockret men hen är upptagen med att passa två pojkar som leker med bakmaskinen, så istället får två flickor bli hennes hjälpredor och hämta sockret. “Flickorna fick alltså hjälpa pedagogerna med att springa ärenden och fungera som buffert mellan pojkarna. Pojkarna fick ensamma stå i centrum och öva färdigheter som det egentligen var meningen att hela gruppen skulle ta del av.” skriver Wahlström. Att redan från tidig ålder uppmanas till att visa sin maskulinitet påverkar pojkar. Det sätter grunden för en norm som styr hela vårt samhällssystem. Män tar för givet att de har makten. (*Wahlström, 2003*) Och detta är något som syns även i bilder. Pojkar lär sig att de ska vara hårda och tuffa medan flickorna ska vara snälla och duktiga.

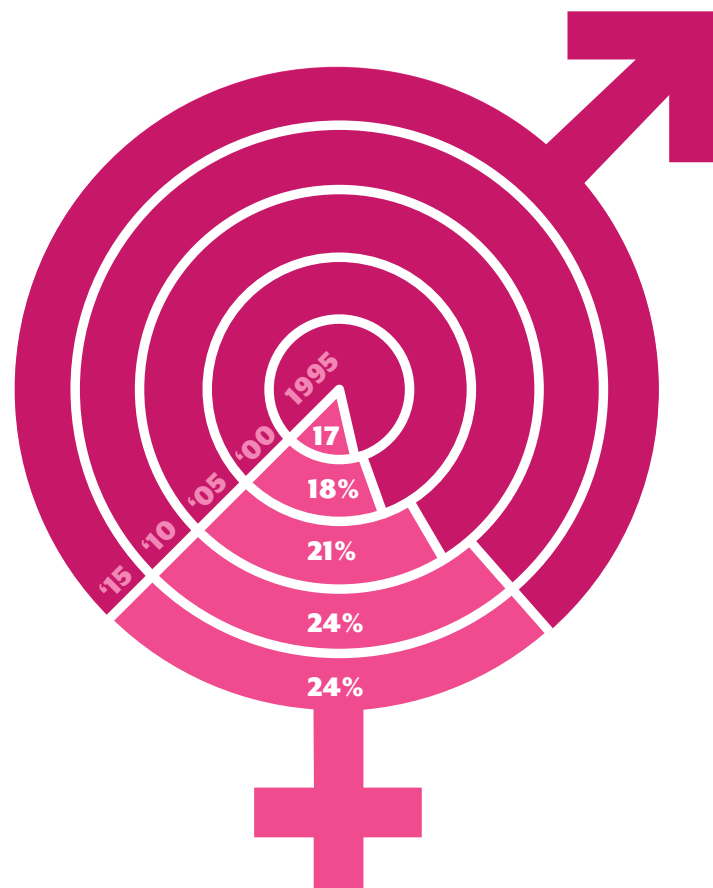
GLOBAL MEDIA MONITORING PROJECT

Global Media Monitoring Project är världens största internationella undersökning som fokuserar på könsuppdelningen i medier över hela världen.

Global Media Monitoring Project har vart femte år sedan 1995 undersökt kvinnors närvaro i media i jämförelse med männen. (<http://whomakesthenews.org/gmmp>) Målet med undersökningen är att kartlägga hur kvinnor representeras och presenteras i världens medier och att skapa en medvetenhet om detta. Projektet Who Makes the News påbörjades den 18 januari 1995 och undersökningen pågick under den dagen. Volontärer från 71 olika länder bevakade nyheter från radio, TV och tidningar vilket resulterade i mer än 50 000 olika poster och artiklar. Resultatet från endagsstudien presenterades sedan i Peking under Women's NGO Forum i september 1995. (*Global Media Monitoring: Women's Participation in the News*). Rapporten visar att 43% av journalisterna eller den som intervjuar är kvinnor, medan endast 17% av de som blir intervjuade är kvinnor. Det vill säga att 83% av de som intervjuades är män. (*Global Media Monitoring Project, 1995*)

Fem år senare, år 2000 har resultatet ändrat med en procent-enhet. Det vill säga att 18% av de intervjuade är kvinnor. 2005 sker en förändring. Då har kvinnornas procent åter en gång gått upp, men denna gång med hela 3%, alltså är det 21% kvinnor som syns i medierna. I rapporten skriver GMMP att det är en klar förbättring från en synvinkel, men fortfarande usla resultat ur en annan.

Både 2010 och fem år senare, nämligen 2015 visar siffrorna att 24% av de som syns i media är kvinnor.



Källa: Global Media Monitoring Project

UNDERSÖKNING

UNDERSÖKNING

Mitt examensarbete grundar sig på en undersökning jag gjorde i november 2016. Jag samlade alla tidningar som Vasabladet, Hufvudstadsbladet och Pohjalainen gav ut under månaden. Sen började jag räkna.

Min metod var att göra en tabell med alla olika sektioner som finns i tidningen. Parad, inrikes och utrikesnyheter, kultur, nöje, debatt, sport, hälsa och idagsidorna. Sen räknade jag alla människor som syntes på bild. Dessa delades in i huvudroll och biroll. Huvudroll är personen som är mest i fokus, den som nämns i bildtexten och som reportaget handlar om. En bild kan ha flera huvudroller om det handlar om till exempel en grupp eller om bilden fokuserar på flera personer. Biroll är personer som inte är i fokus eller som syns i bakgrunden. Metoden med hur man räknar människor är den samma som jag lärde mig under den korta genuskursen jag gick.

Med bilder så menar jag fotografier, jag har alltså inte räknat med grafiker eller illustrationer. Det jag har räknat med är redaktionellt innehåll. Bylinebilder och nyhetsbilder, men inte bilder som läsarna har skickat in eller annonsbilder. När det kommer till bilder med stora folkmassor så har jag valt att endast räkna med dem som går att identifiera.

Jag har inte kunnat räkna enligt vilket kön en person själv identifierar sig med. Jag antar att det har förekommit personer i tidningarna som inte identifierar sig som man eller kvinna, men tyvärr är det inget som lyfts upp i tidningarna idag, men jag hoppas att det kommer lyftas i framtiden. Därför har jag bara kunnat räknat med de två juridiska könen, alltså man och kvinna. Jag har identifierat människors kön genom namnet eller det pronomen som nämns i bildtexten eller genom deras fysiska attribut. När det kommer till personer i biroll så har jag såklart inte kunnat veta säkert vilket kön de tillhör eftersom deras namn inte framkommer i bildtexten. Personer där man inte ser tydliga signalement har jag inte räknat med, men annars har jag räknat enligt min egen uppfattning. En uppfattning som är baserad på normer.



RESULTAT

RESULTAT

Ungefär samtidigt som jag hade räknat ut mitt resultat kom Rättviseförmedlingen i Sverige ut med sin årliga rapport om vem som får synas i media. Rättviseförmedlingens rapport visar att hela 70,8% av de som syns i medierna i Sverige är män. Det innebär att 29,2% är kvinnor.

Min undersökning som brer ut sig under en månad visar ett medeltal på att 62% av de som syns i dagstidningarna är män och 38% är kvinnor.

VASABLADET – 59/41

Dagstidningen Vasabladet är den tidning som fick bäst resultat i min undersökning. Under november 2016 syntes 1643 män och 1123 kvinnor. Det innebär att 59% var män och 41% var kvinnor. Under månaden jag räknade var det endast under tre dagar som kvinnor syntes oftare än män i tidningen.

Eftersom att detta inte är ett vanligt förekommande fenomen analyserade jag dessa tidningar extra noggrant. En bild föreställer en damkör. På den bilden syntes inte mindre än 30 kvinnor och en man - pianisten. Denna bild finns på kultursidorna. I en annan tidning där procenterna visar 44/56% till kvinnornas fördel finns en bild som handlar om arbetsmängden för närvårdare. Artikeln illustreras av en bild där tio kvinnor syns och inga män.

DATUM	MÄN I HR	MÄN I BR	KVINNOR I HR	KVINNOR I BR	TOTALT	PROCENT M / K
1.11	23	51	18	33	125	59 / 41
2.11	28	37	24	18	107	61 / 39
3.11	29	37	17	23	106	62 / 38
4.11	34	30	24	16	104	62 / 38
5.11	44	37	21	27	129	63 / 37
8.11	26	25	19	22	92	55 / 45
9.11	15	14	22	14	65	45 / 55
10.11	29	30	18	23	100	59 / 41
11.11	37	31	15	27	110	62 / 38
12.11	41	19	17	20	97	62 / 38
13.11	30	32	21	8	91	68 / 32
15.11	25	40	24	38	127	51 / 49
16.11	21	21	9	0	51	82 / 18
17.11	12	14	11	22	59	44 / 56
18.11	22	63	21	43	149	57 / 43
19.11	36	56	12	23	127	72 / 28
20.11	32	56	23	39	150	59 / 41
22.11	23	63	16	24	126	68 / 32
23.11	21	13	22	11	67	51 / 49
24.11	34	34	14	24	106	64 / 36
25.11	39	10	19	6	74	66 / 34
26.11	25	32	23	32	112	51 / 49
27.11	40	60	23	17	140	71 / 29
29.11	21	53	15	87	176	42 / 58
30.11	24	74	18	60	176	56 / 54

HR - HUVUDROLL
BR - BIROLL

HUFVUDSTADSBLADET – 62/38

Under november 2016 syntes 1435 män och 871 kvinnor i Hufvudstadsbladet. Det betyder att 62% var män och 38% var kvinnor.

Min undersökning visar att det fanns två dagar där kvinnor syntes mer än männen. I den ena tidningen finns det en artikel som är kopplad till presidentvalet i USA. Den handlar om kvinnliga ledare och till artikeln hör bilder på tio olika ledare som är kvinnor och en bild på Hillary Clinton. Hälften av bilderna visar leende kvinnor. I denna tidning är det även kvinnorna som syns mest på kultursidorna. I den andra tidningen där kvinnor syns mer än män är procenterna 48% män och 52% kvinnor. Där ser allt ut att vara "som vanligt", alltså att männen syns mer, ända tills man kommer fram till kultursidorna. På kultursidorna hittas en bild på en barnkör som till största del består av flickor.

DATUM	MÄN I HR	MÄN I BR	KVINNOR I HR	KVINNOR I BR	TOTALT	PROCENT M / K
1.11	25	19	15	26	85	52 / 48
2.11	48	12	19	7	86	70 / 30
3.11	25	11	16	13	65	55 / 45
4.11	30	5	12	4	51	69 / 31
5.11	37	27	20	9	93	69 / 31
7.11	17	22	13	25	77	51 / 49
8.11	17	13	10	3	43	70 / 30
9.11	21	18	14	13	66	59 / 41
10.11	31	23	17	25	96	56 / 44
11.11	18	43	32	37	130	47 / 53
12.11	26	60	12	27	125	69 / 31
13.11	40	39	19	19	117	68 / 32
14.11	22	32	9	6	68	78 / 22
15.11	19	17	9	10	55	65 / 35
16.11	19	15	15	7	56	61 / 39
17.11	22	9	11	9	51	61 / 39
18.11	23	15	24	6	68	56 / 44
19.11	32	4	5	15	56	64 / 36
20.11	41	36	20	11	108	71 / 29
21.11	22	32	9	18	81	67 / 33
22.11	22	45	16	18	101	66 / 34
23.11	23	32	12	47	114	48 / 52
24.11	25	13	14	9	61	62 / 38
25.11	23	7	20	2	52	58 / 42
26.11	27	7	20	3	57	60 / 40
27.11	38	78	17	47	180	64 / 36
28.11	16	14	11	6	47	64 / 36
29.11	21	29	6	18	74	68 / 32
30.11	16	13	11	3	43	67 / 33

POHJALAINEN – 63/37

I Pohjalainen syntes 1799 män och 1058 kvinnor under min undersökning. Det ger procenterna 63% män och 37% kvinnor.

Precis som i Vasabladet så var det tre dagar där kvinnor syntes mest i Pohjalainen. Det som skiljer Pohjalainen från de andra tidningarna är att i Pohjalainen syns kvinnorna inte i grupp. I de tidningar där det syns mest kvinnor syns inga damkörer till. Antingen syns kvinnorna ensamma eller så har de sällskap av män och andra kvinnor i bilden. Det enda som skiljer sig från detta är en sida om hälsa där de visar olika träningsövningar för gravida.

DATUM	MÄN I HR	MÄN I BR	KVINNOR I HR	KVINNOR I BR	TOTALT	PROCENT M / K
1.11	19	24	14	19	76	57 / 43
2.11	40	28	14	7	97	78 / 22
3.11	38	37	23	20	118	64 / 36
4.11	20	9	30	6	65	45 / 55
5.11	30	10	33	18	91	44 / 56
7.11	27	23	21	22	93	54 / 46
8.11	37	25	19	11	92	67 / 33
9.11	27	48	14	25	114	66 / 34
10.11	27	23	17	12	79	63 / 37
11.11	31	21	17	10	79	66 / 34
12.11	28	25	12	15	80	66 / 34
13.11	34	55	17	41	147	61 / 39
14.11	39	26	9	5	79	82 / 18
15.11	28	41	22	38	129	53 / 47
16.11	26	71	20	25	142	68 / 32
17.11	28	11	15	8	62	63 / 37
18.11	17	13	15	7	52	58 / 42
19.11	35	20	24	15	94	59 / 41
20.11	38	69	19	36	162	66 / 34
21.11	29	24	26	18	97	55 / 45
22.11	19	14	26	8	67	49 / 51
23.11	24	16	14	13	67	60 / 40
24.11	32	9	27	10	78	53 / 47
25.11	39	93	20	33	185	71 / 29
26.11	36	7	19	7	68	62 / 38
27.11	39	58	28	17	142	68 / 32
28.11	37	53	21	20	131	69 / 31
29.11	23	18	14	2	57	72 / 28
30.11	33	41	12	28	114	65 / 35

REFLEKTION

REFLEKTION

Syftet med min undersökning var att undersöka könsrepresentationen i tre olika tidningar samt att se på vilket sätt kvinnor och män framställs i de olika tidningarna.

Resultatet av undersökningen blev ungefär som jag hade väntat. Kvinnor är fortfarande underrepresenterade i jämförelse med männen. Så i den aspekten har jag inte kommit fram till något nytt.

Den tidigare undersökningen jag deltog i (februari 2015) gav ungefär samma resultat. Det som överraskade mest var att en tidning hamnade under procenterna 60/40 i denna undersökning. I den tidigare undersökningen jag deltog i hade alla tidningar över 60% män och under 40% kvinnor. Inför min undersökning hade jag på förhand trott att resultatet skulle bli ungefär det samma, att alla tidningar skulle ha över 60% män. Så blev inte fallet, utan Vasa-bladets resultat visade att 59% av de som syntes i deras tidning var män och 41% kvinnor. Det är alltså endast en procent ifrån 60/40 som jag hade förutspått, men ett litet steg i rätt riktning är det. Det betyder att vi är på väg åt rätt håll men att vi fortfarande har en lång väg att gå. Efter att ha jämfört min studie med andra studier som oftast är gjorda i Sverige verkar Finland ha ett bättre resultat. Gunilla Jarlbro, Rättviseförmedlingen och en studie från Mittuniversitetet visar att ca 80% av de som syns i medierna idag eller de senaste åren är män. Enligt min beräkning är ca 60% män.

**GENUS-
PERSPEKTIV
INOM
BILDJOURNALISTIK**

GENUSPERSPEKTIV INOM BILDJOURNALISTIK

En som har skrivit mycket om ämnet är Tomas Gunnarsson. På sin hemsida www.genusfotografen.se berättar han att han kallar sig själv för genusfotograf, men att vi alla egentligen är genusfotografer. Det är svårt att inte fånga genus på bild. Han berättar att genus betyder socialt och kulturellt konstruerat kön och att när vi ser en människa är den första frågan som dyker upp i vårt huvud: Man eller kvinna? Vanligtvis tar det oss mindre än en sekund att avgöra. Vi har förväntningar, fördomar och förutfattade meningar om personen vi ser.

Fortsätter man läsa hans presentationstext så berättar han att det som räknas som manligt i dagens samhälle har högre status än det som räknas som kvinnligt och det som män gör värderas vanligtvis högre än saker som kvinnor gör. Även hudfärg, sexualitet och om man inte har några funktionsnedsättningar ger högre status. Den vita, heterosexuella medelålders mannen är norm i dagens samhälle och har hög status. Detta beror på att vi lever i ett patriarkat. Ett patriarkat är ett samhällssystem som innebär att det är män som har den ekonomiska, juridiska och politiska makten. Alltså att män generellt har mer makt än vad kvinnor har. (Öhman, 2016)

Som fotograf har man många val när man fotograferar en människa. Man kan välja vinkel, miljö och ljussättning. Man har också en valmöjlighet att välja vad man fokuserar på och möjligheten att instruera modellen hur hen ska stå, posera och om hen ska le eller inte. Detta är exempel på saker som man bör tänka på om man vill skapa genusmedvetna bilder.

Det är inte enbart fotografers "fel" att bilder blir typiska genusklyschor. Mycket beror också på hur vi människor är kodade och fungerar. Kvinnor lär sig från tidig ålder att dom ska le och se snälla ut, medan män lär sig att de ska vara hårda och tuffa. Det finns massor av exempel på detta bland annat på genusfotografens hemsida.

PROBLEM OCH LÖSNINGAR

I genushandboken *“Bilder som förändrar världen”* som Tomas Gunnarsson har gjort tillsammans med Gävle kommun berättar han om problemet med att kvinnor ler och män ser hårda ut. Kvinnor förväntas vara mjuka, tillgängliga och medgörliga. Han berättar också att detta leder till att kvinnor som inte ler uppfattas som otrevliga och arga medan män med samma ansiktsuttryck tolkas som bestämda och seriösa. En leende människa uppfattas som mer lättillgänglig och oproblematiske. Ett leende skapar också en kontakt mellan den som avporträtteras och betraktaren. Mansidealet idag är att man ska vara hård och ha kontroll. En man ska alltså inte visa sig svag eller i underläge.

– Det tycks nästan vara ett reflexmässigt beteende hos kvinnor att le inför en fotograf och näringslivets kvinnliga företrädare utgör inga undantag. Det verkar också som om både fotografer och intervju-personer vill visa att dessa kvinnliga makthavare inte är så farliga, ett avväpnande leende bekräftar deras leende och gör dem mindre hotande. Behovet av leende män verkar inte alls lika stort, säger Maria Edström, doktorand vid institutionen för journalistik och masskommunikation i Göteborg i en intervju från 2003. Detta är något som också nämns på genusfotografens blogg, så det är fortfarande aktuellt.

Tomas Gunnarsson och Gävle kommun önskar att vi ska bryta genusmönstret som råder idag. En lösning på problemet le/inte le är att sammanhanget och budskapet ska avgöra ansiktsuttrycket på personen som fotograferas. Låt kvinnor slippa le ibland och låt männen se mjuka och glada ut. Detta är något som är viktigt att tänka på när man fotograferar personer med makt, till exempel en politiker eller chefen på ett företag.

När det gäller andra typer av bilder, till exempel reklambilder, finns det också stora skillnader hur kvinnor och män avporträtteras. Kvinnor ska visas upp och män presterar. Detta ser man också ofta i nyhetsbilder. Det är inte helt ovanligt att manliga politiker avporträtteras

när de står och gestikulerar medan de håller ett tal, medan kvinnorna fotograferas när de står och ler och poserar. Män ska visa hur saker görs medan kvinnors kroppar ofta används som dekoration. Även här är det lätt att bryta mönster och vända om på hur man fotograferar. Låt kvinnorna användas som annat än dekoration och låt dem vara aktiva istället för bara glada och poserande.

Att fotografera kvinnor med makt ovanifrån är också vanligt förekommande. Enligt Maria Edström ger detta betraktaren ett visst övertag. Genom att fotografera ovanifrån framstår kvinnliga chefer och politiker som mindre hotfulla. Män däremot fotograferas ofta ur ett så kallat grodperspektiv, alltså underifrån. Detta får männen att se stora och mäktiga ut. Denna kameravinkel visar att den som avbildas har makt av en högre grad. Enligt Tomas Gunnarsson möter män ofta betraktaren med en aggressiv, kontrollerande blick. Detta säger han att beror på att maskulinitet ofta handlar om att vara dominant.

– Bildval och vinklar förstärker och förstorar ibland skillnaderna mellan män och kvinnor på ledande poster. Män framställs gärna som extra kraftfulla medan kvinnor gärna placeras i mindre maktbetonade miljöer och positioner, säger Maria Edström. I samma intervju nämner hon också att män ofta avbildas med blicken på väg ut ur bilden.

TIPS FÖR EN MER GENUSMEDVETEN TIDNING

Det finns många saker man kan göra för att få en mer genusmedveten tidning. Steg ett är att börja analysera sitt innehåll. Här kan man antingen välja ut en person på redaktionen eller så bildar man en genusgrupp som ansvarar för detta. En genusgrupp ska helst bestå av en blandad skara människor, både kvinnor och män i olika åldrar. Gruppens viktigaste uppgift är att samla in data.

Att samla in data innebär att räkna ut hur många kvinnor och män som syns i tidningen. Det här är något jag tycker att alla redaktioner borde göra. En sådan räkning tar inte många minuter att göra och resultatet är intressant att se. Efter att man gjort sin räkning är det dags för nästa steg, att kolla vem som syns som expert och inom vilka områden. Om ni ser ett mönster att det är männen som syns som expert inom ekonomi och samhällsfrågor är det dags att uppdatera era kontaktlistor. Uppdatera dem och försök att hitta människor som inte hör till normen. På så vis får ni en balans och ni kan variera vilka experter ni kan kontakta inom olika områden. Detta är saker som är bra att ha i bakhuvudet för hela redaktionen. Om ni bildar en genusgrupp, se till att resten av redaktionen också får ta del av vad genusgruppen har kommit fram till och försök att alltid ha en öppen dialog om detta.

När det kommer till bilder finns det också mycket att tänka på. Här kan man också börja med att kolla igenom sina egna bilder och börja analysera. Grunden till att få mer genusmedvetna bilder är att tänka på hur den man fotograferar poserar, men även miljö, vinkel och ljussättning är viktiga grundstenar. Försök bryta ditt eget mönster om du märker att dina bilder är typiska genusklypschor. Läs på om vad de vanligaste felen är och granska dina egna bilder. Här kan jag också rekommendera att kolla genusfotografens hemsida. Där har Tomas Gunnarsson skrivit mycket om hur man får mer genusmedvetna bilder. Det är inte svårt att lära sig om genus, det är svårare att bryta sina egna mönster

1. Bilda en genusgrupp.

Låt gruppen bestå av både kvinnor och män men även människor i olika åldrar. Till gruppens uppgifter hör att analysera innehållet och göra kartläggningar om tidningens innehåll. Skapa en rutin hur resultatet ska delas med övriga medarbetare. Under redaktionens morgonmöte kan vara en bra tidpunkt att gå igenom resultatet.

2. Analysera ert innehåll.

Börja med att analysera ert innehåll. Vem syns mest var i tidningen? Finns det normer som kan brytas? Ett exempel är att det är männen som syns som experter på ekonomisidorna och kvinnorna på kultur och nöjessidorna. Försök hitta experter som bryter mot dessa normer!

3. Uppdatera era kontaktlistor.

Kolla igenom era kontaktlistor. Uppdatera dem och se till att ha en genusbalans. På så sätt kan ni variera vilka experter ni kontaktar inom olika genrer.

4. Tänk på bildens uppbyggnad.

Som fotograf - kolla igenom dina bilder och analysera. Finns det typiska genusklypschor bland dina bilder? Exempel på typiska genusklypschor är att fotografera kvinnor ovanifrån och män ur ett grodperspektiv. Tänk på ljussättning, vinkel, miljö och hur personerna du fotograferar poserar.

5. Tänk på vad artikeln handlar om

Passar bilden ihop med artikeln? De vanligaste genusfelen handlar oftast om vilken vinkel man fotograferar i eller hur personerna poserar. Men också i vilken miljö man fotograferar i. Tänk efter noga när du väljer miljö så att den passar till artikeln. Fotografera alltså inte en kvinnlig vd för ett metallbolag på en sommaräng. Det är ett steg i rätt riktning för att få mer genusmedvetna bilder.

BILDEXEMPEL

Under tiden jag har skrivit det här har jag förstås funderat mycket på bilder. Eftersom att jag inte vill peka ut att någon gör fel så har jag börjat med att granska mig själv och mina egna bilder.

Under mina studieår har jag både sommarjobbat och praktiserat på en tidningsredaktion. Så jag började med att kolla igenom mina egna bilder och hittade många, många fel. Jag har både skrattat och skämts över vad jag har hittat. Att ingen är perfekt vet vi alla. Men för att få en mer genusmedveten bildjournalistik måste vi börja med att inse detta. Sedan kan vi börja bättra oss.

Jag funderade mycket hur jag skulle göra med bildexempel i det här arbetet. Jag vill inte ta bilder av någon fotograf som jag inte känner och peka ut vad som är fel med bilderna hen tar.



Den här skulle jag vilja kalla "Jannike Back fotograferar VD". När jag hittade den här bilden skämdes jag. Här hittar jag snabbt många genusfel. En kvinna i rollen som VD, som jag har fotograferat ovanifrån. Hon har ett stort leende och sitter med benen i kors. Hennes posé, med benen i kors får mig att tänka på en liten flicka, inte en vd. Ja, där ser man. Ett sånt misstag vill jag inte göra om. Något jag vill tillägga är att bilden är från 2014, ungefär ett år före jag började intressera mig för att få genusmedvetna bilder.



En till bild som jag tog när jag sommarjobbade på en tidning. Här tycker jag att jag har lyckats ganska bra. Bilden är fotograferad till en artikel som handlar om att mannen på bilden fyller 70 år. Mannen i fråga är före detta riksdagsman. Intervjun ägde rum vid hans sommarstuga och det är även där bilden är tagen. Intervjun handlade till stor del om hans politiska karriär, men även om hans privatliv. På så sätt tycker jag att denna bild passade bra till artikeln. Bilden är fotograferad i en "neutral" vinkel, alltså inte underifrån som man ofta gör med män inom politik. Istället ser vi en man som ser avslappnad och ofarlig ut.



En till man jag har fotograferat. Den här bilden kämpade jag med. Han var mycket längre än mig, vilket resulterade i att jag till slut ställde mig på en parkbänk för att inte fotografera ur ett grodperspektiv. Artikeln handlade om att mannen på bilden var en av kandidaterna till tjänsten att bli teaterchef på Wasa Teater. Att ha armarna i kors kan betyda många olika saker. Det kan ge uppfattningen av att man har makt, förtroende eller att man är defensiv och skärmar av sig från andra. Men det är också en posé som man tar till när man inte vet vad man ska göra av armarna. Det är den känslan jag får av den här bilden eftersom att han i övrigt ser ganska glad och avslappnad ut.



Ännu en bild från när jag sommarjobbade som fotograf. Artikeln handlade om sommarjobb och att arbeta utomhus i hettan. Kvinnan på bilden jobbar med att sälja blommor på Vasa torg. När det kommer till vinkeln så är bilden tagen lite snett underifrån. Blommorna i förgrunden visar vad hon jobbar med. Hennes blick möter inte kameran, istället kollar hon ut ur bild med en blick som enligt mig utstrålar en typ av självsäkerhet.

MEDIERNAS ANSVAR

MEDIERNAS ANSVAR

Samtidigt som jag skrev detta arbete tog jag kurser i masskommunikation vid Åbo Akademi. Under kursen diskuterades mediernas ansvar i samhället och detta kapitel kommer baseras på vad jag lärde mig under kurserna.

Massmedierna, den tredje statsmakten har ett stort ansvar i dagens samhälle. Till deras uppgifter hör bland annat att granska, avslöja och förmedla information till allmänheten. Och de ska stå på samma sida som sin uppdragsgivare och "de svaga" i samhället - folket. Massmedierna påverkar människor. Och det är en del av deras ansvar, de har ett ansvar inför allmänheten och allmänhetens intresse.

I dagens samhälle är vi alla medieproducenter. Vi har tillgång till sociala medier och kan på så sätt själva sprida information på nätet. Det innebär att vi alla är både medieproducenter och konsumenter på samma gång. Vi har gått från en audiovisuell kultur till en sociala mediekultur. Nyheter är lättillgängliga i dagens samhälle. Vi kan till exempel följa med ett presidentval i USA minut för minut via nyhetsidor och sociala medier. Under 1900-talet följde vi med från dag till dag genom tidningar och nyhetssändningar. Det samma gäller gatekeeper-hypotesen. Idag är det inte bara journalister som väljer vilka nyheter som är tillräckligt viktiga för att publiceras. Politiker, makthavare och andra med inflytande är inte beroende av en journalist eller en tidning på samma sätt som förut i dagens mediasamhälle. Idag använder många sina sociala medier för att nå ut till allmänheten. På så sätt förlorar gatekeeper-teorin en liten del av sin betydelse. Med gatekeeper-hypotesen menar man att journalisterna är som en dörrvakt. Folket står utanför, makthavarna på insidan. Det är journalister som har tillåtelse att komma in till makthavarna och deras uppgift är att föra ut information till allmänheten.

Förutom via internet är det genom massmedier som unga människor hittar sina förebilder idag. Det är ingen som övervakar vad som

finns och vad som händer på internet. Därför har också tidningshusen och andra medier ett stort ansvar och det är viktigt att de har tydliga riktlinjer. Väljer man att endast visa stereotyper så får unga människor en skev bild av världen. Genom att bryta normerna hjälper man unga människor att tro på sig själva. Att även kvinnor kan få synas som experter inom de nu typiskt manliga områdena. Därför tycker jag att massmedierna ska ta vara på sin makt och sitt inflytande.

Till journalisternas uppgift hör bland annat att förmedla ny och aktuell information, att påverka åsikter och attityder samt att bilda opinion. Men också att ge underhållning och vägledning i samhället. Jag antecknade aktivt under kurstillfällena. I mina anteckningar har jag också skrivit "Vad vill journalisterna själva? - Informera relevant och intressant information och att uppfostra allmänheten." Med detta menas att man ska förkorta och förenkla verkligheten och att dramatisera och berätta om vad som händer i samhället. Medierna lever på vår uppmärksamhet. (Carlsson, Koppfeldt)

Jesper Strömbäck förklarar i sin bok Makt, medier och samhälle varför medierna är viktiga. Medierna är vår viktigaste källa till kunskap inom ämnen som politik och samhälle. Det är ämnen som ligger utanför vår vardag. I vår vardag får vi erfarenheter hur till exempel den egna skolan eller sjukhuset fungerar, men genom medier får vi information om hur det i allmänhet fungerar. Via medier får vi också information om vilka förslag politiker för fram och händelser och konflikter i världen. Det är alltså genom medierna vi får kunskap och information om allt sådant som ligger bortom den egna vardagens horisont. (Strömbäck, 2014)

RÄTTVISEFÖRMEDLINGEN

I Sverige finns något som heter Rättviseförmedlingen. Rättviseförmedlingen finns också i Finland, även om de inte är särskilt aktiva. De har en facebook sida, Moninaistus - Rättviseförmedlingen i Finland, där de har 740 gillamarkeringar (8.2 2017). När detta skrivs har de inte varit aktiva på ett år. Annat är det med Rättviseförmedlingen i Sverige. Enligt deras hemsida www.rattviseformedlingen.se har de över 100 000 följare på sociala medier. Nästan dagligen postar dem något nytt på deras sociala medier. Det kan vara allt från tips till efterlysningar.

Rättviseförmedlingen beskriver sig som en partipolitiskt obunden ideell organisation. Deras verksamhet går ut på att hjälpa andra hitta personer till intervjuer, experter, paneldeltagare och talare som inte hör till "de vanliga", alltså normen.

TACK

TACK

Att bestämma vad jag ville göra som examensarbete var inget lätt beslut. Men när jag väl hittade rätt så föll alla bitar på plats. Det kändes helt självklart att jag skulle skriva om genusperspektiv inom bildjournalistik.

Det finns så många jag vill tacka. Nästan alla jag har pratat med har sagt att de tycker att det är ett intressant ämne och att det är bra att jag skriver om det. Men det finns några jag vill tacka extra mycket.

Robin Källdström, om jag ska skriva ner alla orsaker till varför jag vill tacka dig blir det en helt annan bok. Men tack för att du är lugnet varje gång det stormar.

Mamma, pappa och Joakim, tack för att ni stöttar och tror på mig.

Fammo Göta. Hos dig kan jag koppla bort alla tankar som stressar mig och tänka på annat en stund. Tack.

Sofia Nordström, för att du redan första gången vi träffades visste hur man får mig att skratta genom att gå in i en glasvägg. Och för att du har fått mig att skratta varje gång vi ses sedan dess. Tack.

Cathja Riska, tack för all hjälp med layout och grafisk design. Och för att du har orkat lyssna på mitt ältande.

Emma Westerlund och Lars Rebers. Tack för alla handledningstimmar och för att jag fick göra detta arbete. Ert stöd har betytt så mycket för mig.

MK13. Tack för att ni har varit fantastiska klasskompisar under fyra års tid. Ni är bäst.

Och alla andra som jag glömt. Tack för att ni har lyssnat på mig och uppmuntrat mig till att göra detta arbete.

KÄLLOR

Litteratur

- Jarlbro, Gunilla (2006) *Medier, genus och makt*. Lund: Studentlitteratur
- Jarlbro, Gunilla (2013) *Genusmedveten journalistik*. Studentlitteratur
- Öhman,eppe (2016) *Livet & patriarkatet*. Schildts & Söderström
- Carlson, Åsa (2001) *Kön, kropp och konstruktion*. Brutus Östling bokförlag symposion
- Hedlin, Maria (2004) *Lilla Genushäftet*. Rapport från institutionen för hälso- och beteendevetenskap, Högskolan i Kalmar
- Strömbäck, Jesper, 2009, *Medier, makt och samhälle - en introduktion till politisk kommunikation*, Studentlitteratur AB
- Carlsson, Anders. Koppfeldt, Thomas (2003) *Bild och retorik i media*, Liber

Digitala källor

Rättviseförmedlingen

<https://rattviseformedlingen.se/om-oss/>

Normer - Seta rf, Finlands Svenska Skolungdomsförbund FSS rf och Suomen Ammattiin Opiskelevien Liitto - SAKKI ry

<http://normer.fi/normit/#content>

Räkna med kvinnor

http://jmg.gu.se/digitalAssets/1564/1564701_73-rakna-med-kvinnor-2015.pdf

GMMP 2005

http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2005/gmmp-report-en-2005.pdf

GMMP 2010

http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2010/global/gmmp_global_report_en.pdf

GMMP 2015 highlights

http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/highlights/highlights_en.pdf

Genusfotografen.

http://www.genusfotografen.se/?page_id=12

Genusfotografen, "Bilder som förändrar världen"

<http://www.genusfotografen.se/?p=7305>

Maria Edström

<http://www.genus.se/nyhet/stereotyp-mediebild-av-kvinnliga-chefer/>

<http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=478&artikel=6308685>

