

JMG

Kandidatuppsats i journalistik
2018-05-23
Institutionen för journalistik,
medier och kommunikation
www.jmg.gu.se

Kvinnorna sätter
HÅRT MOT HÅRT
på ledarsidorna

En kvantitativ innehållsanalys av
könsmärkning på svenska ledarsidor

Författare: Anna Wikman & Hilma Lundwall
Handledare: Marina Ghersetti
Kursansvarig: Marina Ghersetti



GÖTEBORGS UNIVERSITET
JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

Innehållsförteckning

Abstract	4
1. Inledning	4
2. Tidigare forskning	7
2.1 <i>Genusforskning</i>	7
2.1.1 Könsfördelningen inom den svenska journalistkåren	7
2.1.2 Män och kvinnors synlighet i mediebruset	7
2.1.3 Könsmärkning	8
2.2 <i>Forskning inom opinionsjournalistik</i>	8
2.2.1 Forskning på ledarsidor, ledarskribenter och ledarredaktioner	8
2.2.2 Könsmärkning inom opinionsjournalistik	9
2.3 <i>Sammanfattning av tidigare forskning</i>	9
2.4 <i>Inomvetenskaplig relevans</i>	10
3. Syfte och frågeställningar	12
3.1 <i>Syfte</i>	12
3.2 <i>Frågeställningar</i>	12
4. Teoretiskt ramverk	13
4.1 <i>Kön som genus</i>	13
4.2 <i>Kvantitativ jämställdhet</i>	13
4.3 <i>Könsmärkning av bevakningsområden</i>	13
4.3.1 <i>Tolkningar av könsmärkning</i>	14
4.4 <i>Definition av hårda och mjuka ämnen</i>	14
4.5 <i>Dagordningsteorin</i>	15
5. Metod och material	16
5.1 <i>Metod: Kvantitativ innehållsanalys</i>	16
5.1.1 <i>Kritik mot kvantitativ innehållsanalys</i>	16
5.2 <i>Material</i>	16
5.3 <i>Urval</i>	17
5.4 <i>Variabler och dess tolkningsregler</i>	18
5.4.1 <i>Diskussion kring tolkningsregler och definitioner</i>	19
5.5 <i>Utförande av kodning</i>	19
5.6 <i>Validitet</i>	20
5.7 <i>Reliabilitet</i>	21

<i>5.8 Generaliseringsanspråk</i>	22
6. Resultatredovisning och analys	23
<i>6.1 Könsfördelning på ledarredaktionerna</i>	23
6.1.1 Analys och diskussion av frågeställning ett (1)	26
<i>6.2 Fördelning av mjuka och hårda ämnen på ledarredaktionerna</i>	27
6.2.1 Analys och diskussion av frågeställning två (2)	31
<i>6.3 Manliga och kvinnliga huvudpersoner</i>	32
6.3.1 Analys och diskussion av frågeställning tre (3)	34
<i>6.5 Sammanfattning resultat</i>	34
7. Slutdiskussion	35
<i>7.1 Könsfördelningen på undersökta ledarredaktioner är totalt sett jämn</i>	35
<i>7.2 Könsmärkning förekommer inte på undersökta ledarredaktioner</i>	35
<i>7.3 Urvalet är för litet för att avläsa om manliga respektive kvinnliga ledarskribenter skriver mer om det ena könet än det andra</i>	36
<i>7.4 Förslag på framtida forskning</i>	36
Referenslista	38
Bilaga 1: Hårda & mjuka ämnen	41
Bilaga 2: Kodschema	44

Abstract

Title: Kvinnorna sätter hårt mot hårt på ledarsidorna - En kvantitativ innehållsanalys av könsmärkning på svenska ledarsidor.

Authors: Anna Wikman and Hilma Lundwall.

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

Term: Spring 2018.

Supervisor: Marina Ghersetti, JMG, University of Gothenburg.

Pages/words: 45/13284

Purpose: The main purpose of this study is to determine if gender-typing occurs in the editorial pages of five of Sweden's biggest daily newspapers on two levels; the composition of the editorial desk and the subjects which male and female editorial journalists write about.

Method: Quantitative content analysis.

Procedure: We have used Moss Kanter's theory about gender-typing and Löfgren Nilsson's theory about hard subjects that are traditionally covered by male journalists and soft subjects that are traditionally covered by female journalists to analyse 177 editorial articles from Dagens Nyheter, Expressen, Aftonbladet, Svenska Dagbladet and Göteborgs-Posten.

Results: Gender-typing does not occur in the editorial pages of analysed newspapers, neither in the composition of the editorial desk nor in the subjects which male and female journalists write about. However, we found strong tendencies that women still cover more of the soft subjects than men and men cover the biggest part of the hard subjects.

Key words: Editorials, Gender-typing, Moss Kanter, Aftonbladet, Expressen, Göteborgs-Posten, Svenska Dagbladet, Dagens Nyheter, Könsmärkning, Gender, Kön, Ledartexter, Ledarskribenter, Ledare, Ledarsidor, Massmedia, Dagordningsteorin, Dagstidningar, Kvällstidningar, Medier.

1. Inledning

*“Om det är så att vissa ämnen inte speglas på ledarsidorna,
är det ett svek mot en stor del av ledarsidornas läsare”*

(Magdalena Nordenson 2008, s. 56)

22 procent. Så många var de kvinnliga ledarskribenterna 2005 (Löfgren Nilsson, 2007). En könsfördelning som inte alls återspeglar hur det ser ut i journalistkåren i stort då de kvinnliga journalisterna är strax över 50 procent (Karlsson & Strömbäck, 2015). Därför kommer den här uppsatsen undersöka *hur könsfördelningen ser ut bland ledarskribenterna idag*.

Ledartextens avsikt är att påverka läsarnas åsikter, kunskaper, attityder och politiska beteende (Vallinder, 2018) och tillhör därmed det viktigaste materialet i dagspressen (Nord, 1998). En undersökning som gjordes 2017 av non-profit organisationen Nordicom (2018) visade att 50 procent av morgontidningsläsarna läste ledartexterna och debattartiklarna i papperstidningen. Enligt tvåstegshypotesen vänder sig politiskt osäkra till bekanta som de har förtroende för, så kallade opinionsledare, för att få råd om politiska frågor (Lazarsfeld, 1968). Så även fast ledarsidesläsarna endast utgörs av dryga hälften av det totala antalet läsare, kan dessa ändå ha en stor påverkan över andra människors värderingar och politiska tankar eftersom att mediepåverkan ofta sker i två steg; dessa opinionsledare kan sprida vidare ledartexternas ståndpunkter till de politiskt osäkra i befolkningen (Lazarsfeld, 1968; Nordensson, 2008). Många människor kan därför antas bli påverkade av de ämnen som berörs i ledartexterna.

Dagordningsteorin bygger på att de frågor som medierna ger mycket uppmärksamhet blir de frågor som människor också upplever som viktiga (McCombs & Shaw, 1972). Omvänt blir det att ju mindre en fråga uppmärksammas i medierna, desto mindre tycker människorna att det är en viktig fråga. Det finns alltså anledning att anta att ledarsidorna påverkar befolkningens åsikter och den politiska debatten (Bolin, Hinnfors & Strömbäck, 2016).

Forskning visar på att kvinnor och män tilldelas olika bevakningsområden, genom en så kallad könsmärkning, inom många typer av journalistik (Djerf-Pierre, 2003). Traditionellt skriver kvinnliga journalister mest om mjuka ämnen som till exempel vård och skola, medan de manliga journalisterna skriver mest om hårda ämnen som exempelvis ekonomi och näringsliv (Löfgren Nilsson, 2009). När det gäller könsmärkning och ledartexter så finns till dags dato ingen funnen forskning listad i forskningsdatabaser, men att ett liknande mönster gäller för ledarskribenter är rimligt att anta (Nordensson, 2008). Därför är uppsatsens syfte att undersöka *om det förekommer könsmärkning i ledartexterna*. Författarna till uppsatsen vill undersöka hur fördelningen ser ut mellan skribentens kön och mjuka och hårda ämnen.

Med hänvisning till ledartextens avsikt och dagordningsteorin kan följande scenario tänkas: Om det förekommer könsmärkning i ledartexterna och att fördelningen mellan manliga och kvinnliga ledarskribenter är ojämn, kan det anses vara oroande ur ett samhällsligt perspektiv. Detta på grund av att vissa ämnen då inte tas upp på

ledarsidorna, vilket i sin tur leder till att människor inte anser att dessa ämnen är lika viktiga som de som ges plats och tas upp i texterna. Det färgar i sin tur det politiska klimatet och om vissa frågor systematiskt glöms bort och andra systematiskt höjs upp är det problematiskt och odemokratiskt.

Forskning har också visat på att kvinnor och män inte syns lika mycket i journalistiskt innehåll, kvinnor tar endast upp cirka 30 procent av platsen i mediebruset (Edström & Jacobsson, 2015). I en studentuppsats visade det sig att både män och kvinnor i större utsträckning skriver om män än vad de skriver om kvinnor (Nilsson, Rahlén & Rostedt, 2015). Detta kan anses vara snedvridet och dessutom odemokratiskt eftersom kvinnor utgör hälften av befolkningen. Då medier, och i detta fall ledarsidorna, underminerar kvinnors intressen riskerar den snedvridna fördelningen av utrymme i mediebruset att bli en tillbakahållande kraft som inte gynnar en demokratisk och rättvis samhällsutveckling (Edström & Jacobsson, 2015). Om det är så att redaktionerna består till största del av män, och att män skriver om andra män i störst utsträckning finns det anledning till att tro att kvinnor i mycket liten utsträckning skrivs om i ledartexterna. Med det som bakgrund ingår det också i studiens undersökning att utforska om detta går att urskilja bland ledarskribenterna, om *manliga respektive kvinnliga ledarskribenter till största del skriver om manliga eller kvinnliga huvudpersoner*.

2. Tidigare forskning

Uppsatsens ambition är att kunna tillföra ny kunskap till medieforskning utifrån ett genusperspektiv.

Sökningar i *Web of Science*, *Scopus*, *Gender Studies Database* samt *Google Scholar* ger få träffar inom både svensk och internationell forskning på området genus och/eller könsmärkning kombinerat med ledartexter och/eller ledarskribenter men det vi funnit återfinns nedan. Först presenteras genusforskning och sedan forskning inom opinionsjournalistik som bedöms vara relevant för studien. Sedan knyts dessa två ihop och landar i den knappa forskning som kombinerar genus med opinionsjournalistik. Kapitlet avslutas med en sammanfattning som mynnar ut i en diskussion om studiens inomvetenskapliga relevans.

I detta kapitel presenteras även några studentuppsatser. De har undersökt närliggande ämnesområden och bör därför nämnas. Dessa håller dock inte lika hög relevans som den övriga forskningen men eftersom att den övriga forskningen på området är så pass sparsam, fyller uppsatserna en funktion i denna studie.

2.1 Genusforskning

Nedan presenteras forskning av könsfördelningen inom den svenska journalistkåren, sedan presenteras teorin om könsmärkning och slutligen leder avsnittet in på könsmärkning inom journalistik.

2.1.1 Könsfördelningen inom den svenska journalistkåren

”*Den svenska journalistkåren*” är en antologi av forskare och doktorander vid JMG (Asp, 2007). I denna studie tas två kapitel ur denna upp: Löfgren Nilssons (2007) kapitel ”Journalistiken - ett könsmärkt fält?” och Djerf Pierres (2007) kapitel ”Journalisternas sociala bakgrund”, då dessa helt eller delvis har ett genusperspektiv och därmed är relevanta för uppsatsen.

Djerf-Pierre (2007) slår fast att kvinnliga journalister ungefär är lika många som de manliga och Löfgren Nilsson (2007) menar att kvinnor finns representerade i alla olika typer av medier. 70 procent av alla journalister upplever att det helt eller delvis stämmer att det förekommer könsuppdelning kring bevakningsområden. Löfgren Nilsson (2007) skriver också att ledartexter och sportbevakning har högst mansdominans, endast 13 procent av alla sportjournalister och 22 procent av alla ledarskribenter är kvinnor.

2.1.2 Män och kvinnors synlighet i mediebruset

År 2015 tog Edström och Jacobsson (2015) fram den nationella rapporten ”*Räkna med kvinnor*” om hur kvinnor och män syns i journalistiskt innehåll, mediebruset, i Sverige. Den visar att kvinnor syns i mediebruset endast till 30 procent och att det har sett ut så sedan slutet av 90-talet. Rapporten är en del av *Global Media Monitoring Project* (GMMP) som mäter män och kvinnors synlighet i mediebruset globalt.

I kandidatuppsatsen ”*Hör upp, du måste flytta på dig - manspreddning i svensk press*” undersökte Nilsson, Rahlén och Rostedt (2015) om män och kvinnor skriver till största

del om det egna könet. Genom en kvantitativ innehållsanalys av 993 artiklar kunde de utläsa att både män och kvinnor till största del skriver om män. Däremot skriver män något mer om det egna könet än vad kvinnor gör.

2.1.3 Könsmärkning

Boken *"Men and women in the corporation"* av Moss Kanter (1993) släpptes 1977 och uppdaterades 1993. Boken behandlar män och kvinnor i arbetslivet och hur möjligheter påverkas av maktförhållanden, där män oftare ges fördelar. Moss Kanter belyser att män och kvinnor sällan tilldelas samma möjligheter i arbetslivet. I denna forskning presenteras bland annat teorin om könsmärkning, vilken denna uppsats tillämpar i analysen av ledartexterna.

Djerf-Pierre (2003) menar att könsmärkning inom journalistiken kan delas in i två områden; de typiskt manliga, så kallade hårda, bevakningsområdena som politik och ekonomi har historiskt sett tillskrivits en högre status än de typiskt kvinnliga, så kallade mjuka bevakningsområdena som skola och omsorg. I början av 1970-talet sökte sig många kvinnliga journalister till mjuka ämnen som skola, omsorg och familjeliv, för att upphöja statusen av dessa. Frågorna fick därmed ökat utrymme, men var fortfarande kvinnodominerade. Att kvinnor dominerat de mjuka ämnena och män de hårda ämnena är ett resultat både av könsmärkt tilldelning av ämnen men också av kvinnliga journalisters egna val. (Djerf-Pierre, 2003).

Könsuppdelningen av bevakningsområden har undersökts historiskt, en undersökning av nyhetsredaktionerna på SVT visade att det under perioden 1985-1995 inte fanns några skillnader alls mellan män och kvinnor i bevakningsområden. Men i slutet av 1990-talet började könsmärkningen öka (Djerf-Pierre, 2003).

2.2 Forskning inom opinionsjournalistik

Nedan presenteras forskning gjord på opinionsjournalistik som bedöms vara relevant för denna studie.

2.2.1 Forskning på ledarsidor, ledarskribenter och ledarredaktioner

Så långt som litteratursökningar har visat är Nord (1998) en av de få som har studerat ledartexter och ledarskribenter i Sverige. Han menar att ledartexterna tillhör det viktigaste materialet i dagstidningarna och att deras roll är att skapa opinion och spegla samhällsdebatten.

I *"Makten bakom orden"* vars undersökande del genomfördes 1993, analyserade Nord (1998) ledarna i den svenska dagspressen med syftet att ta reda på vilken roll ledartexterna spelar. Han undersökte hur ledartexterna kommer till, deras innehåll samt vilken roll de spelar i den lokala demokratin och hur de uppfattas av medborgare, politiker, journalister samt skribenterna själva. Resultaten visade att ledartexterna allt mer rörde sig bort från de politiska partierna och att skribenternas professionella värderingar som exempelvis opartiskhet spelade en större roll än skribenternas politiska åskådning.

Nord (1998) undersökte också ålder, utbildning och kön hos svenska ledarskribenter på de större svenska tidningarna. Det visade sig att medelåldern är hög, 44 procent av

ledarskribenterna var 51 år eller äldre. De flesta hade också akademisk utbildning och omsättningen bland dem var låg. Enkätundersökningen visade dessutom att enbart 9 procent av ledarskribenterna var kvinnor. Som tidigare nämnt visade en senare studie gjord av Löfgren Nilsson (2007) att andelen kvinnliga ledarskribenter hade ökat till 22 procent år 2005. Nord (1998) menade också i sin avhandling att skribentens kön mycket väl kan påverka innehållet i ledartexten.

Steijer och Almqvist (2013) hade som syfte med sin kandidatuppsats att följa upp Nords studie av svenska ledarsidor. De undersökte vad ledarskribenterna hade för egenskaper, vad de hade för produktionsvillkor och hur skribenterna förhöll sig till de politiska partierna år 2013 i jämförelse med år 1993. Resultatet visade att det hade skett vissa förändringar; ytterligare avstånd från partipolitiken hade skett och ledarskribenters ämnesval var nu, ännu mer än tidigare, förankrade till aktualitet och egna intressen. Resultatet visade också att ledarskribenterna fått en större stjärnstatus med signerade texter och med bylinebilder. Studien visade också att ledarskribenter gärna refererar till sig själva i sina texter. Steijer och Almqvist (2013) kom också fram till att ledarredaktionens sammansättning gällande ålder och utbildning är relativt lik den som var 1993. Men de såg också att andelen kvinnor hade ökat till 37 procent år 2013.

2.2.2 Könsmärkning inom opinionsjournalistik

Wikström (2010) undersökte i sin kandidatuppsats kröniketexter i de två största kvällstidningarna och om de kvinnliga skribenterna mest skrev om mjuka bevakningsområden, precis som forskning inom nyhetsbevakningen tidigare visat (Djerf-Pierre, 2003). Wikström (2010) kom fram till att det finns en könsmärkning även bland krönikörerna; de kvinnliga skribenterna skrev i större utsträckning om mjuka bevakningsområden. Undersökningen visade även att ingen man under undersökningsperioden skrev om jämställdhet eller genus.

I kandidatuppsatsen *“Män, ändå... En kvantitativ innehållsanalys av könsrepresentation i svenska dagstidningars opinionsjournalistik”* undersökte Svahn och Dahlbäck (2017) könsfördelningen av opinionsskribenter i 15 utvalda dagstidningar. De tittade på tre sorters opinionsmaterial; ledartexter, krönikor samt analyser. De undersökte även i vilken utsträckning de manliga och kvinnliga opinionsskribenterna syntes och vilka ämnen och personer de olika könen skrev om. Resultatet blev att 35 procent av opinionsskribenterna bestod av kvinnor. Svahn och Dahlbäck (2017) kom också fram till att kvinnor i större utsträckning skrev om mjuka ämnen och män om hårda ämnen.

2.3 Sammanfattning av tidigare forskning

Den forskning och de uppsatser som har presenterats ovan behandlar snarlika områden som denna studie ämnar göra. De kommer fram till samstämmiga resultat; män syns mer än kvinnor i medierna, männen är fler än kvinnorna på ledarredaktionerna och könsmärkning förekommer inom såväl nyhetsbevakning som på ledarredaktioner; kvinnor skriver till största del om mjuka ämnen och män om hårda (Wikström, 2010; Svahn & Dahlbäck, 2017).

Det tycks tidigare ha funnits en kraftig underrepresentation av kvinnor bland ledarskribenterna, och även fast de olika studierna gjorda av Nord (1998) och Löfgren Nilsson (2007) samt kandidatuppsatserna gjorda av Steijer och Almqvist (2013) och

Svahn och Dahlbäck (2017) har använt sig av metoder och urval som skiljer sig åt, kan en viss trend anas; de kvinnliga ledarskribenterna har blivit fler men är fortfarande i minoritet.

Kvinnors synlighet i mediebruset har legat på omkring 30 procent sedan slutet av 90-talet (Edström & Jacobsson, 2015) och både manliga och kvinnliga journalister skriver till största del om män (Nilsson, Rahlén & Rostedt, 2015).

2.4 Inomvetenskaplig relevans

Det finns flera skäl till att titta närmare på ledartexter ur ett genusperspektiv. För det första är ledarsidorna ett relativt underutforskat område (Nord, 2001), Lars Nord (personlig kommunikation, 24 april, 2018) menar att det än idag finns sparsamt med forskning på området. För det andra har det gjorts forskning kring hur många kvinnliga ledarskribenter som finns på de olika redaktionerna (Nord, 1998; Löfgren Nilsson, 2007), men då den senaste undersökningen (Svahn & Dahlbäck, 2017) har undersökt könsfördelningen inom flera sorters opinionsmaterial är det resultatet inte riktigt jämförbart med de undersökningar som tidigare har gjorts. I den här uppsatsen ämnar undersöka fördelningen av manliga och kvinnliga skribenter på utvalda ledarredaktioner. Förhoppningen är att kunna jämföra detta med de tidigare åren och på så vis kunna utröna en eventuell trend eller ett trendbrott kring könsfördelningen av skribenter, men då undersökningen är begränsad till två veckolånga tidsperioder vet vi att en generalisering knappast är att ta i anspråk.

Svahn och Dahlbäck (2017) skrev en kandidatuppsats på området könsmärkning och opinionsjournalistik och kom fram till att könsmärkning förekom. Det är nära besläktat med vad den här studien ämnar undersöka; om det förekommer könsmärkning i ledartexternas ämnen. Svahn och Dahlbäck (2017) hade dock ett bredare urval av analysenheter än den här studiens, de analyserade ledartexter, krönikor och analyser. Petersson (2009) menar att om man ska kunna applicera dagordningsteorin är det nödvändigt att skilja på olika slags medier och olika slags medieinnehåll. Därför ämnar denna studie att enbart undersöka ledartexter.

Forskning har visat att det förekommer könsmärkning inom journalistik i stort (Djerf-Pierre, 2003) och även inom opinionsjournalistik (Wikström, 2010; Svahn & Dahlbäck, 2017). Med stöd av den tidigare forskningen kan det konstateras att just ledartexter är särskilt relevant material att titta på som analysenheter då materialet är särskilt opinionsdrivande (Bolin, Hinnfors & Strömbäck, 2016), får stort utrymme i tidningarna (Svahn & Dahlbäck, 2017) och får stor spridning digitalt (Wadbring & Ödmark 2014). Vi kommer alltså avgränsa oss till att analysera ledartexter i fem svenska tidningar utifrån teorin om könsmärkning. Något som, så vitt översikten av den tidigare forskningen kunde visa, ännu är utforskat. Ett av studiens mål är därför att undersöka hur fördelningen ser ut av mjuka och hårda ämnen bland kvinnliga ledarskribenter och hur fördelningen ser ut av mjuka och hårda ämnen bland manliga ledarskribenter.

I kandidatuppsatsen *"Hör upp, du måste flytta på dig! – Manspredding inom svensk press"* kom författarna fram till att både män och kvinnor skriver mer om män än om kvinnor och att män i högre grad skriver om det egna könet än vad kvinnor gör (Nilsson, Rahlén & Rostedt, 2015). Men så vitt översikten av den tidigare forskningen har kunnat finna,

saknas det forskning på vilket kön den dominerande personen i en ledartext har. Därför ämnar uppsatsen undersöka om kvinnliga och manliga ledarskribenter skriver till största del om sitt eget kön eller inte.

Med detta som bakgrund presenteras syfte och frågeställningar för denna studie i nästa kapitel.

3. Syfte och frågeställningar

Som presenterats i tidigare forskning, förekommer könsmärkning inom opinionsjournalistik; män skriver i högre utsträckning om hårda ämnen och kvinnor skriver i högre utsträckning om mjuka ämnen. Det är dessutom fler män än kvinnor på ledarredaktionerna. Det finns därför anledning att tro att mjuka ämnen underprioriteras i dessa texter. När detta sker systematiskt och samma typer av ämnen upprepat bortprioriteras kan detta i förlängningen bli problematiskt med stöd av dagordningsteorin (McCombs & Shaw, 1972) då de frågor som behandlas i media blir de frågor som medborgarna anser är viktiga. När mjuka ämnen inte behandlas i media, borde detta alltså leda till att medborgare inte anser dessa lika viktiga som de hårda ämnena. Det kan också utläsas att män syns mer än kvinnor i mediebruset (Edström & Jacobsson, 2015) och att både män och kvinnor skriver mer om män än om kvinnor (Nilsson, Rahlén & Rostedt, 2015). Även detta är problematiskt, då kvinnor utgör omkring hälften av befolkningen och att medierna inte representerar dessa är att undergräva kvinnors verklighet (Edström & Jacobsson, 2015).

3.1 Syfte

Med ovanstående som grund är uppsatsens syfte att undersöka om könsmärkning förekommer i utvalda ledartexter.

3.2 Frågeställningar

- 1. Hur ser könsfördelningen av kvinnor och män ut bland ledarskribenterna under undersökningsperioden?*
- 2. Hur ser fördelningen ut av mjuka och hårda ämnen bland de kvinnliga respektive manliga ledarskribenterna?*
- 3. Skriver manliga respektive kvinnliga ledarskribenter till största del om manliga eller kvinnliga huvudpersoner?*

4. Teoretiskt ramverk

För att kunna genomföra en lyckad kvantitativ innehållsanalytisk studie måste ett genomarbetat teoretiskt ramverk tillämpas (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson, Towns & Wägnerud, 2017). För att besvara de syften och frågeställningar som presenterades ovan samt analysera resultatet av dessa används nedanstående teoretiska modeller. Kapitlet inleds med den definition av kön som studien avser använda för att avläsa könsfördelningen på ledarredaktionerna. Sedan följer den beskrivning av jämställdhet studien avser att nyttja. Därefter följer en beskrivning av könsmärkning av bevakningsområden som används i analysen av ledartexternas dominerande ämnen. I kapitlets avslutande del presenteras dagordningsteorin, som används för att för att analysera eventuella följder av vilka ämnen som är dominerande i ledartexterna. För att analysera män och kvinnors synlighet i ledartexterna appliceras en syn på en icke jämställd representation som problematisk (Edström & Jacobsson, 2015).

4.1 Kön som genus

För att besvara frågeställning ett (1); hur många kvinnor och män som skriver ledartexter, kommer studien använda sig av Hirdmans (1988) förklaringar av genussystemet. Hirdman menar att systemet arrangerar könen in i deras respektive genus. Hon delar in systemet i två principer där den första är en uppdelning av alla områden i livet, som exempelvis familjeliv och arbete, i kvinnliga och manliga kategorier. Den andra är den manliga normen, det vill säga att de manliga kategorierna tillskrivs ett högre värde. Dessa principer fortsätter sedan att reproduceras på tre nivåer; den institutionella, den mellanmännsliga och den kulturella. Den institutionella nivån avser exempelvis olika arbetsuppgifter som tilldelas män respektive kvinnor, den mellanmännsliga nivån avser våra roller i relationella sammanhang och den kulturella nivån avser de olika förväntningar som läggs på oss som män och kvinnor.

När könsfördelningen av ledarskribenter under valda tidsperioder undersöks kommer definitionen av kön som en social konstruktion, genus, att användas. Vi kommer alltså inte utgå från om skribentens kropp eller utseende avläses manligt eller kvinnligt, utan utgå från hur skribenten identifierar sig genom sitt namn. Detta för att det finns både män och kvinnor som definierar sig utanför det biologiska könet.

4.2 Kvantitativ jämställdhet

För att vidare analysera frågeställning ett (1) kommer studien använda sig av begreppet kvantitativ jämställdhet. Det är det begreppet som används i Sverige när det gäller förhållandet mellan kvinnor och män (SCB, 2016). Kvantitativ jämställdhet innebär en jämn fördelning mellan kvinnor och män. Finns det mer än 60 procent kvinnor i en grupp är den kvinnodominerad. Finns det mer än 60 procent män i en grupp är den mansdominerad.

4.3 Könsmärkning av bevakningsområden

För att vidare förstå eventuella följder av frågeställning ett (1) och för att analysera frågeställning två (2); huruvida kvinnliga skribenter och manliga skribenter skriver om mjuka respektive hårda ämnen, kommer studien använda sig av att teorin om könsmärkning. Teorin togs fram av Moss Kanter (1993). Hon menade att könsmärkning

är socialt konstruerade föreställningar kring maskulinitet och femininitet vilket i förlängningen leder till att organisationer och de uppgifter olika individer får arbeta med är könade, precis som de biologiska kropparna. Abrahamsson (2000) menar att det innebär att vissa positioner och arbetsuppgifter blir ”märkta” att passa bättre för ett visst kön. Detta appliceras på denna studie för att avläsa om det finns ämnen i ledartexterna som är märkta att passa kvinnor eller män. Om ett kön representerar över 60 procent i en organisation anses könsmärkning förekomma (Löfgren Nilsson, 2004).

4.3.1 Tolkningar av könsmärkning

Löfgren Nilsson (2007) resonerar kring att det finns olika sätt att förstå könsmärkning i medier. Ett sätt är att se på den som oproblematiserad, det vill säga: män och kvinnor har olika intressen vilket leder till en naturlig uppdelning i bevakningsområden. Ett annat sätt att se på könsmärkningen är som problematisk, alltså att män gynnas vid fördelning av uppgifterna, eftersom studier visar på att män dominerar inom den statusfyllda bevakningen (Djerf-Pierre, 2003). När teorin om könsmärkning först presenterades 1977, kom Moss Kanter (1993) fram till att män och kvinnor ges olika möjligheter på sina arbetsplatser och att kvinnor systematiskt drar det kortare strået. Senare forskning (Djerf-Pierre, 2003; Löfgren Nilsson, 2007) har visat att detta tycks leva kvar, därför väljer vi att gå in i studien med en problematiserande syn på könsmärkning.

4.4 Definition av hårda och mjuka ämnen

Studien använder sig av termerna hårda och mjuka ämnen och Löfgren Nilssons (2009) indelning och definition av dessa tillsammans med Svahn och Dahlbäcks (2017) tillägg; sociala medier och internet. Dessa tillämpas då de är tidigare beprövade och har visat sig effektiva i studier om könsmärkning. I analysen kommer ledartexter undersökas och kategoriseras efter vilket huvudämne ledartexten har och om ämnet i sin tur är hårt eller mjukt.

En mer detaljerad lista på de hårda och mjuka ämnena och dess underkategorier återfinns i sin helhet i bilaga ett (1).

Hårda ämnen	Mjuka ämnen
Krig, konflikter, internationella frågor	Vård, omsorg, utbildning
Ekonomi, arbetsmarknad	Sociala frågor
Politik	Energi, miljö
Brott, olyckor	Kultur, nöje
Näringsliv, företag	Human intress, livsåskådning
Jordbruk	Sociala medier, internet
Sport	Press, medier och journalistik
Vetenskap, teknik, medicin	

4.5 Dagordningsteorin

För att kunna diskutera vad en eventuell könsmärkning av ledartexternas ämnen har för betydelse för läsarna appliceras dagordningsteorin i studiens analys.

Dagordningsteorin bygger på tanken om att medierna har en dagordningsfunktion. Det innebär att de samhällsfrågor som massmedierna prioriterar och ger stort medialt utrymme blir de frågor som publiken anser är viktigast (McCombs & Shaw, 1972). Medierna påverkar inte vilka specifika åsikter människor har utan vilka frågor människor har åsikter om (McCombs, 2006). Konsekvensen blir alltså att de frågor som medierna ger mycket uppmärksamhet blir de frågor som läsarna upplever som viktiga. Omvänt blir det att ju mindre en fråga uppmärksammas i medierna, desto mindre tycker människorna att det är en viktig fråga (Strömbäck, 2014). Nordensson (2008) menar att om en ledarskribent vid ett tillfälle skriver om ett ämne så gör det inte särskilt stor skillnad, men om frågan är återkommande och skrivs om ur olika perspektiv kan det bli en påverkan på den allmänna opinionen.

Dagordningsteorin kan kopplas samman med teorin om könsmärkning (Moss Kanter, 1993). Om det skulle vara så att det förekommer könsmärkning bland ledartexternas ämnen, att män skriver om hårda ämnen och kvinnor skriver om mjuka ämnen, och att fördelningen mellan manliga och kvinnliga ledarskribenter dessutom är ojämn så har man i förlängningen ett demokratiskt problem. Detta för att vissa ämnen då glöms bort i ledartexterna, vilket i sin tur leder till att läsarna inte anser att dessa ämnen är lika viktiga som de som ges plats och tas upp i ledartexterna.

5. Metod och material

Nedan följer beskrivning av metod och material samt en diskussion kring varför dessa har valts för att besvara studiens frågeställningar. Studiens kod- och tolkningsschema presenteras också här för att studien skall kunna replikeras. Kapitlet avslutas med en diskussion kring studiens validitet, reliabilitet samt generaliseringsanspråk.

5.1 Metod: Kvantitativ innehållsanalys

För att besvara studiens forskningsfrågor tillämpades det i studien en kvantitativ innehållsanalys, vilket enligt Esaiasson et al. (2017) är ett användbart verktyg ”när man vill ha svar på frågor om förekomsten av olika typer av innehållsliga kategorier i ett material” (s.198). Studien ämnar undersöka hur frekvent olika ämnen förekommer i ledartexterna, vilket kön ledarskribenten har som skriver om dessa ämnen samt om manliga respektive kvinnliga ledarskribenter till största del skriver om manliga eller kvinnliga personer. En kvantitativ innehållsanalys bygger på ett material med jämförbara uppgifter som kan beskrivas och analyseras med numeriska värden (Esaiasson et al., 2017), därför ansågs metoden lämplig för denna studie.

5.1.1 Kritik mot kvantitativ innehållsanalys

För att kunna göra en studie med så god reliabilitet som möjligt har uppsatsens författare i detta avsnitt valt att lyfta kritik som framförts mot kvantitativ innehållsanalys, men även presenterat åtgärder för att stävja att studien skulle stöta på de problem som kritikerna har framfört.

En fråga som ställs mot kvantitativ innehållsanalys är om det är det möjligt att mäta text. Esaiasson et al. (2017) menar att genom att operationalisera forskningsfrågor till mätbara variabler kan egenskaperna i textens innehåll mätas på ett effektivt sätt. Författarna till denna studie har dessutom arbetat fram ett väl utformat kodschema med effektiva och uttömmande variabler för att göra det möjligt att besvara undersökningens frågeställningar. Med hjälp av det välgrundade teoretiska ramverket fick sedan den kvantitativa mätningen mening och relevans i tolkningen.

En annan vanlig invändning är att kvantitativ analys endast mäter egenskaper på en övergripande nivå och att egenskaper som kräver en mer avancerad tolkning så som underliggande budskap inte är möjlig att genomföra (Esaiasson et al., 2017). Det finns en sanning i att denna uppsats inte har undersökt ledartextens innehåll utifrån alla perspektiv, det har heller aldrig varit studiens syfte. Kvantitativ metod tillåter analys av ett större material och därmed kan också mer generella slutsatser dras. Att kvalitativt analysera ledartexters innehåll lämnas åt andra former av studier.

5.2 Material

Studiens analysenheter består av samtliga ledartexter publicerade under första veckan i september 2017 samt första veckan i mars 2018 i följande fem dagstidningar:

Analysenheter	
Tidning	Räckvidd
Aftonbladet	3 479 000
Expressen	2 306 000
Dagens Nyheter (DN)	1 131 000
Svenska Dagbladet (SvD)	837 000
Göteborgs-Posten (GP)	558 000

Dessa är fem av de sex dagstidningarna med störst räckvidd i Sverige enligt rapporten "TU, medier i Sverige, branschfakta 2017" som är framställd av branschorganisationen Svenska Tidningsutgivareföreningen (TU, 2017). Varför studien inte undersökte de fem tidningarna med störst räckvidd är för att Dagens Industri (Di), som ligger på femte plats på den listan, har plockas bort. Detta för att Di är nischad mot ekonomi vilket är ett hårt ämne. Därför ansågs inte tidningen vara representativ för undersökningen. Istället har GP, som ligger på sjätte plats vad gäller räckvidd, lagts till bland analysenheterna.

GP, Aftonbladet och Expressen har studerats i fysisk form på Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMG) på Göteborgs universitet, som arkiverar dessa tidningar. Enda undantaget är GP den 3:e mars som försvunnit från arkivet på JMG och därför lästes på mediearkivet retriever i PDF-form. SvD har lästs på pressreader.com där den presenteras genom PDF. DN har studerats i PDF-form genom inloggning på tidningens hemsida. Att studien har valt att läsa artiklarna i fysisk form och genom PDF är dels för att kunna se vilken dag de publicerats i tidningen, detta för att datumet de presenteras på webben inte alltid är samma som den dag de har tryckts i tidningen. En annan anledning till varför de lästes i denna form var för att kunna utläsa vilka texter som varit huvudledare och vilka som varit övrigt material på ledarsidan.

5.3 Urval

Ett strategiskt urval har tillämpats, både vad gäller tidningar och tidsperiod. Detta begränsar naturligtvis möjligheten att generalisera, men för att besvara studiens syfte var ett urval bestående av några av de tidningarna med störst räckvidd mest effektivt. En idé om att basera urvalet efter politisk färg valdes bort då detta inte ansågs lika relevant för studien. Detta då uppsatsens utomvetenskapliga relevans grundar sig i dagordningsteorin där räckvidden får anses vara betydelsebärande. När en tidning når fler människor påverkas också fler av dess innehåll.

I studien har samtliga ledartexter som förekommer på ledarsidorna i tidningens A-del analyserats, undantagen är små notiser i form av till exempel *tweets* eller *citats*. Allt längre material, även det som benämns med andra epitet än just *ledare*, exempelvis; *ledarkrönika*, *gästledare* och *vykortet*, har analyserats så länge de funnits med på ledarsidan.

Författarna har tagit hänsyn till, och reflekterat kring en eventuell påverkan av olika stora nyhetshändelser som kan ha skett under de veckorna studien valt att undersöka. Därför tillämpades ett strategiskt urval även vad gäller undersökta månader. De valda veckorna skulle så gott som möjligt representera årets övriga veckor och därför undveks veckor under sommarmånaderna då nyhetstorka ofta förekommer, samt veckor i

månader då stora nyhetshändelser dominerat. De undersökta veckorna är första veckan i september 2017, det vill säga första till sjunde september samt första veckan i mars 2018, det vill säga första till sjunde mars. Detta på grund av att det är en vecka under en höstmånad och en vecka under en vårmånad, då innehållet kan skilja sig åt beroende på årstid. Första veckan i mars 2018 valdes för att det ligger nära i tiden som studien gjordes samt tidigt under valåret 2018 så ledarsidorna dominerades ännu ej av valfrågor, även om hänsyn till och medvetenhet fanns om att de skulle kunna förekomma. I efterhand är detta dock inget som märkts av något särskilt. Första veckan i september 2017 valdes för att debatten kring #metoo drog igång i oktober och sedan till stor del dominerade medierna under resten av hösten. Det resonerades kring att IT-skandalen på transportstyrelsen som uppdagades under sommaren möjligen skulle kunna nämnas även under september på ledarsidorna, mycket riktigt handlade några texter om detta. Vissa händelser kommer dock alltid speglas på ledarsidorna en längre tid och är nog därför svårt att undvika. Önskvärt vore givetvis därför att göra en studie under fler valda perioder. Denna studie hade dock inte den möjligheten med hänvisning till studiens storlek och tidsbegränsning. De valda månaderna ansågs ändå vara bäst lämpade för att vara så representativa som möjligt.

5.4 Variabler och dess tolkningsregler

När en innehållsanalys görs finns det alltid vissa element av tolkning (Ekström & Larsson, 2010). För att undvika systematiska fel har studiens författare därför formulerat ett tydligt analyschema samt utförliga tolkningsregler kring de variabler där tolkningsutrymme ges. Tolkningsreglerna kan ses som ett hjälpmedel för att de som kodar ska göra detta med så lika förutsättningar som möjligt (Ekström & Larsson, 2010), på så vis görs studien också replikerbar. Studiens kodschema återfinns i bilaga två (2).

Variabel 1: Tidning

Här kodas vilken tidning ledartexten är ifrån.

Variabel 2: Textens rubrik

Ledartextens rubrik ska skrivas ned, för att lättare kunna gå tillbaka och kolla fel eller andra oklarheter som eventuellt gjorts.

Variabel 3: Skribentens kön

Om namnet utläses som kvinnligt, koda som kvinna. Om namnet utläses som manligt, koda som man. Om det inte går att avgöra om namnet är kvinnligt eller manligt, koda som 99. Om materialet inte har någon byline, koda som osignerat.

Variabel 4: Textens datum

Det datum texten publicerades. Anges enligt: dd.mm.yy

Variabel 5: Ledartextens dominerande ämne

Här anges vilket ämne ledartexten i huvudsak behandlar. Detta prioriteras i tre steg. Det första är att avgöra vilket ämne som får störst utrymme i ledartexten. Om flera ämnen bedöms få lika stort utrymme, avgörs vilket ämne som framhävs i rubrik och/eller ingress. Om det fortsatt är fler ämnen som framhävs lika mycket, ses det ämne som nämns först i texten som det dominerande.

Variabel 6: Dominerande persons kön

Samma kriterier som för dominerande ämne gäller, det vill säga: först avgörs vilken person som ges störst utrymme i texten. Om två personer får lika stort utrymme, avgörs vilken av dem som framhävs i rubrik och/eller ingress. Om två personer framhävs lika mycket, ser man till vem som nämns först. Om personer förekommer men ej tolkas som huvudperson/dominerande i texten kodas dessa som ingen person förekommer.

Variabel 7: Refererar skribenten till sig själv

Om skribenten refererar till sig själv, sina nära och kära eller sitt liv kodas detta som ja. Annars nej.

Variabel 8: Huvudledare eller övrigt material på ledarsidan

Den ledartext som får störst utrymme på ledarsidan kodas som huvudledare, kortare ledartexter kodas som övrigt material på ledarsidan. Om tveksamhet sker kring vilken text som är huvudledare tolkas den med störst rubrik och störst bild som huvudledare. Om flera texter på ledarsidan tar lika stor plats, kodas dessa som 99. I det fall tidningar har fler ledarsidor kodas den texten som kommer först som huvudledare, trots att någon längre bak eventuellt tar upp en hel sida.

Variabel 9: Kodare

Vem som kodar materialet, i detta fall Anna Wikman eller Hilma Lundwall. Detta för att enkelt kunna rätta till eventuella felaktigheter och för att kunna kontrollkoda varandras redan kodade material för att säkerställa en hög reliabilitet.

Övrigt

I studiens kodschema kommer det även finnas en möjlighet att koda material som *okodbar* utifall att något är omöjligt att koda. Detta skapades för att det alltid skulle finnas uttömmande variabelvärden. Inget material behövde dock kodas som okodbart under studiens gång.

Dessutom har studien undersökt hur många kvinnor och män redaktionen består av. Detta gjordes genom att i marginalen av samtliga tidningar avläsa vilka som är redaktionella medarbetare. Poängen med detta var att kunna jämföra med könsfördelningen av de skribenterna som hade skrivit på ledarsidorna. Detta kodades inte in för varje dag under undersökningsperioderna, utan avlästes vid ett tillfälle per vecka och tidning.

5.4.1 Diskussion kring tolkningsregler och definitioner

En medvetenhet fanns om att det kan vara problematiskt med en två-binär könsindelning då det finns personer som identifierar sig på ett annat sätt. I uppsatsen valdes dock denna indelning eftersom studien endast ämnade analysera ett namn och utifrån det dra slutsatser om skribenten är en man eller en kvinna. Detta för att kunna jämföra med tidigare forskning som använt sig av ett två-binärt könssystem.

5.5 Utförande av kodning

Artiklarna har kodats efter ovanstående nio variabler. Utförandet av kodningen har skett systematiskt och alltid i enhetlighet med kodschemat. Tidigt i analysens skede utfördes en "provomgång" för att upptäcka eventuella luckor i kodschemat, beslut togs

då om att hålla listan med hårda och mjuka ämnen levande (se bilaga 1), så att en möjlighet till uppdatering fanns genom hela arbetet.

Under kodningen ansågs några av texterna inte falla in under någon av de redan existerande kategorierna. En diskussion fördes och efter övervägning togs beslut om att lägga till några underkategorier till redan existerande huvudkategorier samt två helt nya huvudkategorier i listan med hårda och mjuka ämnen (bilaga 1). Detta för att minimera mätfel och okodbara variabler.

De underkategorierna som lades till var:

- *Handel och internationell handel under ekonomi*
- *Internationell politik, partipolitik och ideologi, extremism under politik.*
- *Kriminalitet och polis under Olyckor, brott*
- *Tiggeri, missbruk och mellanmänniska/relationära frågor under sociala frågor*

De nya huvudkategorierna som lades till var:

- *Jämställdhet som kodas som ett mjukt ämne*
- *Transport som kodas som ett hårt ämne*

En hög medvetenhet om att det är riskabelt att själva lägga till såväl underkategorier som huvudkategorier fanns, men utan dessa hade en för stor del av materialet fått kodas som okodbart. Uppsatsens författare identifierade därför ett behov och en nödvändighet i att göra på det här viset. Givetvis finns en respekt och förståelse för att detta inte bör göras lättvindigt, men genom inläsning av tidigare forskning på området könsmärkning och mjuka och hårda ämnen ansågs det att nya ämnen ändå kunde läggas till i denna studie.

Många texter kan beröra flera olika ämnen. Det blev således en utmaning att bedöma huruvida ämnet huvudsakligen tillhörde det ena eller det andra området. Som tur var fanns väl utformade tolkningsregler men om osäkerhet trots detta uppstod fördes en dialog mellan kodare, i vissa fall har även en kontrollkodning utförts av den andra personen.

Under kodningens gång upptäcktes också, att antalet artiklar på ledarsidan skiljer sig mycket mellan de olika tidningarna. I uppsatsen kodades 54 artiklar från DN och 25 från Aftonbladet. Det är alltså mer än dubbelt så många från den förstnämnda tidningen. Detta påverkar naturligtvis resultatet och utvecklas vidare under avsnittet om validitet.

Variabel 7, om skribenten refererar till sig själv, kom aldrig till användning i resultatet. Först och främst skedde detta i mycket liten utsträckning vilket gjorde att eventuella korskörningar med andra variabler skulle ge ett mycket osäkert resultat. Dessutom ansågs variabeln inte heller vara så pass relevant för studiens frågeställningar att den behövdes presenteras eller analyseras. Att denna variabel ändå kodades var givetvis onödigt men det tog så kort tid per text att det knappast blev tidsödslande.

5.6 Validitet

Objektivitet, systematik, kvantitet och det manifesta, direkt synliga, innehållet är de grundläggande förutsättningarna för en lyckad kvantitativ analys (Ekström & Larsson,

2010). Detta är något som har funnits i åtanke under hela studiens gång och som återspeglas i kapitlet om validitet och reliabilitet.

Begreppsvaliditeten anses i denna uppsats vara god då operationaliseringen gjorts med hjälp av redan utvecklade och beprövade teoretiska modeller. Något som är värt att lyfta är att det uppstod vissa problem under kodningen. I vissa fall är definitionerna av mjuka och hårda ämnen bristfälliga att applicera på ledartexter på flera vis. Dels är vissa kategorier väl snäva, exempelvis vetenskap/teknik/medicin, medan andra är väl generösa, exempelvis politik. Det mest omskrivna ämnet bland de kodade ledartexterna är just politik, föga förvånande eftersom ledarsidan är politisk i sin karaktär. Under politik ligger 15 underkategorier, tre som författarna till denna studie själva lagt till och 12 redan existerande. Hade denna studie undersökt var och en av dessa underkategorier, är det möjligt att könsmärkning hade visat sig i fråga om att kvinnliga skribenter skriver mer om vissa typer av politik och män mer om andra. För att avgöra det hade man dock behövt ett större urval och mer tid till att studera materialet.

Under *utförande av kodning* beskrivs hur det under arbetets gång upptäcktes att de olika tidningarna hade en stor variation i antal artiklar på ledarsidan. Beslut togs ändå om att hålla sig till den metod av urval som från början hade avsetts, det vill säga att undersöka de ledartexter som publicerades under en begränsad tidsperiod. Besluts togs också om att inte vikta upp detta; att inte ta in fler dagar för de tidningar som har färre texter per dag. Detta behöver dock inte nödvändigtvis vara ett problem, men bör ändå problematiseras eftersom det kodades överlägset flest ledartexter från DN. Det ger DN ett statistiskt övertag mot de övriga tidningarna, vilket även leder till att det är enklare att dra mer säkra slutsatser om deras ledartexter. Eftersom att fördelningen av mjuka och hårda ämnen och vilka som skriver om dessa fördelar sig relativt jämt på de olika tidningarna, bör detta dock inte vara något stort problem. Resultatet hade möjligtvis kunnat se annorlunda ut för till exempel Aftonbladet om det kodats lika många artiklar från dem som från DN, och detta bör tas i beaktning vid tolkning av resultatet.

Sammanfattningsvis kan sägas att undersökningens resultat har haft signifikans på nästan samtliga variabler, när den inte haft signifikans har detta tydligt angetts under resultat. Tendenserna som kan utläsas av undersökningen är dock tydliga. Därför anses att materialet är tillräckligt och undersökningen har validitet gällande både frågeställning ett (1) och två (2). Vid frågeställning tre (3) däremot blev mängden material med antal huvudpersoner inte tillräckligt stort för att kunna dra några större slutsatser kring, studien lyckades bara delvis mäta det den avsåg att mäta. Validiteten kring frågeställning tre (3) är således lägre.

5.7 Reliabilitet

Undersökningen har en hög reliabilitet tack vare noggrannhet i behandling av materialet. Författarna har varit tydliga och konsekventa i arbetsprocessen samt synkroniserade med varandra.

Under de dagar som de 177 ledartexterna kodades, valde författarna till studien att sitta tillsammans för att kunna föra en dialog kring frågor och problem som uppkom. Detta gjordes för att minimera tolkningsfel. Det har lagts till vissa underkategorier till de hårda och mjuka ämnena samt två nya huvudkategorier. Dessa har lagts till i

samförstånd mellan studiens författare, genom att diskutera nödvändigheten av dessa nya kategorier och slutligen vilken placering de bör ha, sett till den övriga uppdelningen av hårda och mjuka ämnen.

Kodningen av ledartexterna har skett i samarbete mellan de båda författarna genom hela processen. För att minska risken för systematiska tolkningsfel har det genom hela processen varit en diskussion kring olika frågetecken och osäkerhet kring tolkning. Båda författarna har läst och kodat texter från samtliga tidningar under båda tidsperioderna för att inte någon ska koda alla ledartexter från en tidning. Detta för att säkra att inte kodningen av till exempel DN:s ledartexter präglas av någon av författarnas förförståelse, attityd och politiska ståndpunkt.

Författarna har även provkodat delar av varandras material för att säkerställa att tolkningsreglerna appliceras på samma sätt. Det har de visat sig göra. Trots detta bör den mänskliga faktorn räknas in, det kan naturligtvis ha förekommit fel som inte har upptäckts men sannolikheten för det är låg sett till att författarna har fört dialog om varje steg i kodningen, dubbelkollat så inga siffror saknas samt testat reliabiliteten.

Genomgående har studien försökt att hålla en så objektiv ställning som möjligt under kodningen av materialet, med hjälp av tolkningsreglerna. Ekström och Larsson (2010) menar att objektivitet är viktigt för studiens replikerbarhet, något vi aktivt arbetat med. Dock vet vi om studien har lyckats med replikerbarheten först när en annan forskare har utfört samma undersökning.

5.8 Generaliseringsanspråk

De kodade artiklarna var 177 stycken fördelat som följer: 54 från DN, 43 från SvD, 28 från GP, 27 från Expressen och 25 från Aftonbladet. Detta måste tas i beaktning vid tolkning av resultatet. Förmodligen går det att dra mer säkra slutsatser kring ledartexterna som skrivs i DN än de som skrivs i Aftonbladet till exempel, eftersom det kodades långt många fler artiklar från den förstnämnda. Möjligheterna till generalisering kan därför anses vara begränsade. Det är självklart också möjligt att det ser annorlunda ut på andra redaktioner och på andra ledarsidor än just de vi undersökt. Men eftersom att tidningarna vars ledartexter analyseras är fem av Sveriges största, kan det tänkas att ledartexter i övriga svenska dagstidningar följer liknande mönster. Detta stöds av intermediala dagordningseffekter (McCombs, 2014) som menar att resursstarka medier med central placering och stor räckvidd bevakas av andra journalister och sätter agendan för de mindre medierna. Därför anser vi oss ändå kunna ha vissa generaliseringsanspråk i denna studie.

6. Resultatredovisning och analys

I detta avsnitt redogörs för vad studien kommit fram till. Detta presenteras i tabeller eller diagram med kompletterande text. För att förenkla läsningen delas resultatet upp i forskningsfrågorna som även analyseras. Kapitlet avslutas med en sammanfattning av studiens mest relevanta resultat och analys. Var god observera att många av diagrammen och tabellerna är angivna och avrundat till hela procent. Detta kan medföra att summan vid vissa tillfällen blir 101 eller 99 procent.

6.1 Könsfördelning på ledarredaktionerna

Frågeställning ett (1): Hur ser könsfördelningen av kvinnor och män ut bland ledarskribenterna under undersökningsperioden?

I studien har det undersökts hur många kvinnor och hur många män som har skrivit ledartexter under studiens undersökningsperiod (se tabell 1). Av skribenterna var 37 procent kvinnor och 47 procent män. De övriga 16 procenten bestod av osignerat material. När det osignerade materialet utesluts blir andelen kvinnliga skribenter 44 procent och de manliga 56 procent.

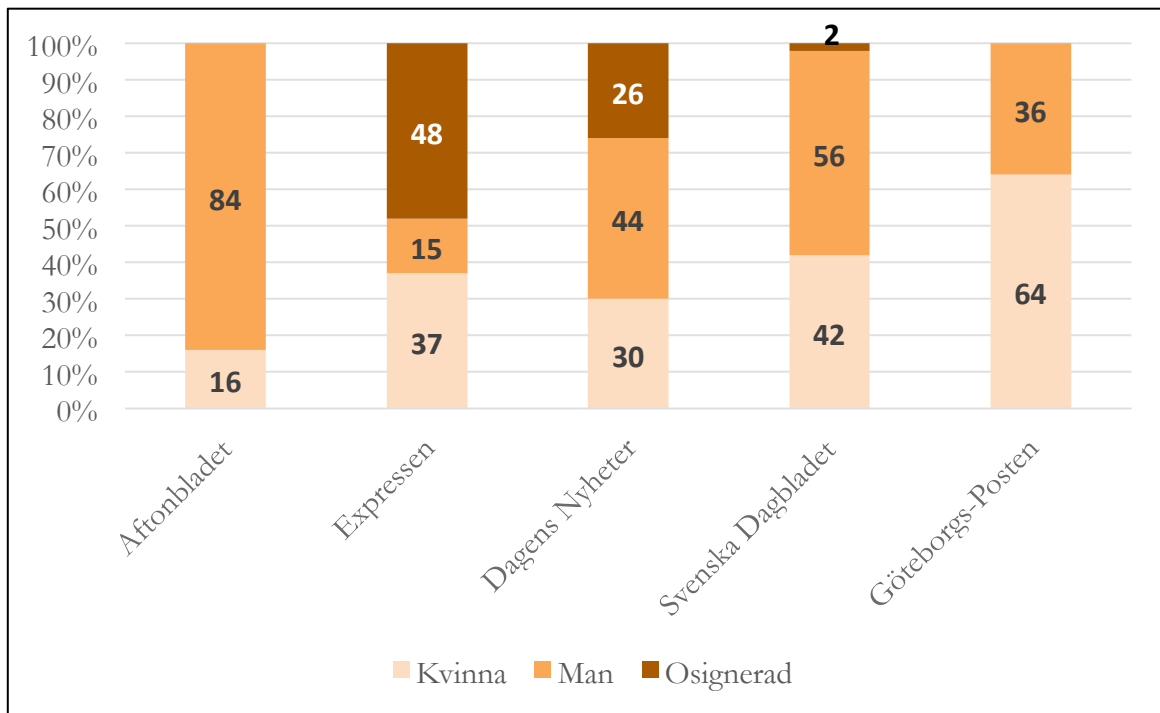
Tabell 1. Andel ledarskribenter som har skrivit ledartexter under undersökta tidsperioder fördelat på kön. Angett i antal samt procent.

Kön	Procent
Kvinna	37 %
Man	47 %
Osignerad	16 %
Total	100 %

Kommentar: n=177.

I diagram 1 visas könsfördelningen av ledartexterna under studiens undersökningsperiod fördelat på de undersökta tidningarna. Aftonbladet var den tidning som hade den mest ojämna könsfördelningen där 84 procent av texterna var skrivna av män och resterande 16 av kvinnor. Jämnast fördelning återfanns i Svenska Dagbladets ledartexter, där fördelningen var 56 procent män, 42 procent kvinnor samt 2 procent osignerat material. Undersökningen visar att det finns ett signifikant medelstarkt samband mellan tidning och skribentens kön.

Diagram 1. Andel ledartexter skrivna av kvinnliga och manliga ledarskribenter fördelat på tidning. Angett i procent.



Kommentar: Antal artiklar Aftonbladet = 25, antal artiklar Expressen = 27, antal artiklar Dagens Nyheter = 54, antal artiklar Svenska Dagbladet = 43, Antal artiklar GP = 28, samtliga artiklar n = 177, Cramer's V = 0,408, signifikans = <0,001.

För att få en uppfattning om hur könsfördelningen ser ut på redaktionerna har studien även kollat på den redaktionella sammansättningen under de två undersökta perioderna. Fördelningen av män och kvinnor på alla redaktioner är sammanlagt jämnt fördelad under de undersökta tidsperioderna (se tabell 2). Med en mer kvinna än man. Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet och Göteborgs-Posten har en jämn könsfördelning. De båda kvällstidningarna har ojämn fördelning av anställda på ledarredaktionen; Aftonbladet har fler män, Expressen har fler kvinnor.

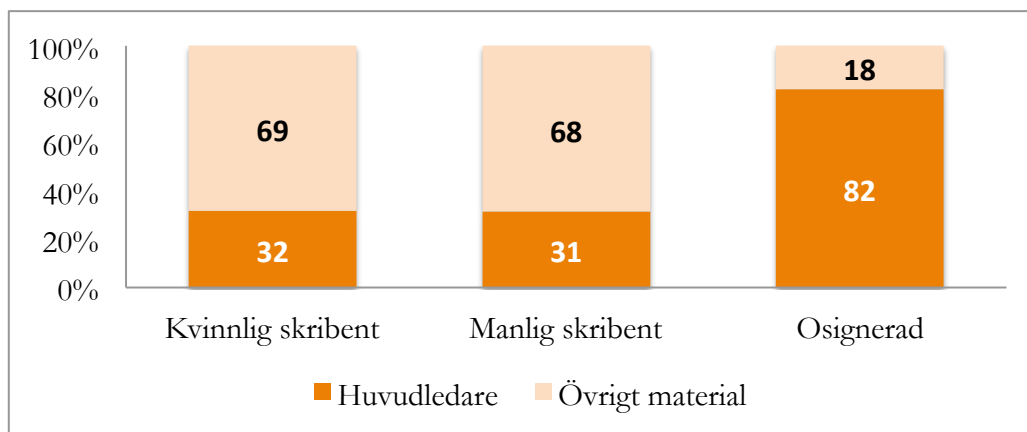
Tabell 2. Antal redaktionellt anställda ledarskribenter fördelat på tidningar och kön. Angett i antal samt summerat i procent.

Redaktionell sammansättning fördelat på kön				
Månad, År	Tidning	Kvinnor	Män	Totalt antal
Mars, 2018	Aftonbladet	1	3	4
	Expressen	3	1	4
	Dagens Nyheter	4	4	8
	Svenska Dagbladet	2	2	4
	Göteborgs-Posten	3	2	5
Summa mars, 2018		13	12	25
Summa procent		52 %	48 %	100 %
September, 2017	Aftonbladet	2	3	5
	Expressen	5	1	6
	Dagens Nyheter	3	4	7
	Svenska Dagbladet	2	3	5
	Göteborgs-Posten	2	2	4
Summa september, 2017		14	13	27
Summa procent		52 %	48 %	100 %

Kommentar: Mars n= 25, september n=27.

Studien undersökte också om det är kvinnliga eller manliga skribenters texter som lyfts fram som huvudledare. Det totala antalet huvudledare uppgår till 39 procent och 61 procent är placerade på annan plats på ledarsidan. Placering av ledartext uppdelat på kön håller en väldigt jämn fördelning (se diagram 2). Strax över 30 procent av ledartexter skrivna av både män och kvinnor placeras som huvudledare och strax under 70 procent placeras på övriga ledarsidan. Det osignerade materialet har en annorlunda fördelning, 82 procent av de osignerade artiklarna placeras som huvudledare och övriga 18 procenten placeras på annan plats på ledarsidan. Undersökningen visar att det finns ett signifikant medelstarkt samband mellan skribentens kön och placering av ledartexten.

Diagram 2. Stapeldiagram över ledartextens placering fördelat mellan ledarskribentens kön. Angivet i procentuell fördelning.



Kommentar: Huvudledare n = 70, Övrigt material n = 107, Cramer's V = 0,378, signifikans = <0,001.

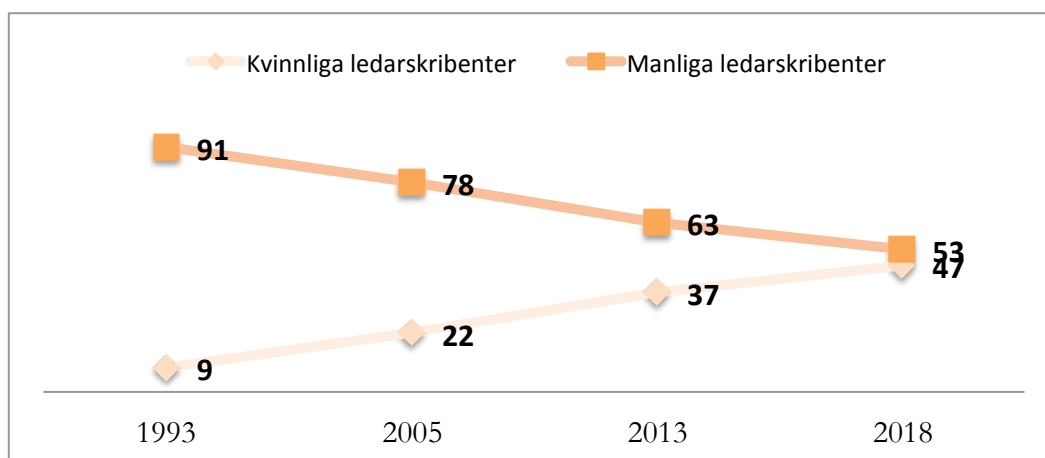
6.1.1 Analys och diskussion av frågeställning ett (1)

Den redaktionella sammansättningen under den undersökta perioden är totalt sett kvantitativt jämställd. Men både Aftonbladet och Expressen är könsmärkta redaktioner, Expressen är en kvinnodominerad redaktion och Aftonbladet en mansdominerad. Löfgren Nilsson (2004) menar att om ett kön representerar över 60 procent i en organisation anses könsmärkning förekomma. Vilket innebär en risk för att det ena eller andra könet premieras och blir tilldelad bättre möjligheter än det motsatta (Moss Kanter, 1993).

Vi gick in i den här uppsatsen med tanken på att om bara en del av könen får göra sina åsikter hörda i den offentliga debatten finns ett demokratiskt problem med grund av dagordningsteorin (McCombs & Shaw, 1972). De två tidningarna med störst räckvidd i Sverige är icke jämställda, det kan därför anses vara problematiskt. Aftonbladet är den tidning som i särklass når ut till flest; cirka 3,5 miljoner personer, medan Expressen når ut till dryga 2,3 miljoner. Med detta i åtanke skulle man kunna tänka sig att det faktiskt finns en ojämlikhet i vilket kön som når ut och får ta störst plats i den allmänna debatten. Den här studien har dock inte viktat och räknat på detta, förslagsvis skulle detta kunna vara en dimension att undersöka närmare i en annan framtida studie.

Totalt sett kan vi i den här undersökningen ändå konstatera att de undersökta ledarsidorna är kvantitativt jämställda och speglas i den övriga svenska journalistkåren, där könsfördelning är 50/50 procent (Djerf-Pierre, 2007). I förhållande till tidigare forskning kan det avläsas att utveckling har skett mot en mer jämställd fördelning av ledarskribenter; Nords (1998) undersökning visade att ledarskribenterna bestod av 9 procent kvinnor, Löfgren Nilsson (2007) fann att de var 22 procent, Steijer och Almquist (2013) konstaterade att kvinnorna sedan var 37 procent. Slutligen kan denna undersökning visa att kvinnorna nu består till 52 procent (se diagram 3). Det är ändå viktigt att ta i beaktning att samtliga studier har använt sig av olika urval och analysenheter och att två av dessa är studentuppsatser. Men, vi menar trots detta att man med största sannolikhet kan uttröna en positiv trend av vårt resultat.

Diagram 3: Linjediagram över könsfördelningen av ledarskribenter över tid, angivet i procent. Var god observera att tidsperioderna inte är angivna med jämna mellanrum då dessa är baserade på de år då antal ledarskribenter har mätts.



Kommentar: Källor; 1993: Nord (1998), 2005: Löfgren Nilsson (2007), 2013: Steijer & Almquist (2013).

Även om könsfördelningen är jämn på redaktionen totalt sett återspeglas inte riktigt detta i uppsatsens resultat på om det är kvinnor eller män som skriver texterna. De kvinnliga signaturerna uppgår endast till 37 procent (44 procent om det osignerade materialet räknas bort). En eventuell förklaring till detta skulle kunna vara mängden osignerat material som vi inte kan könskoda läggs till del till de kvinnliga skribenternas arbetsuppgifter. Detta är dock inte speciellt troligt eftersom det främst är på Expressen, som är en kvinnodominerad redaktion, och på DN, som är kvantitativt jämställd redaktion som osignerat material förekommer. En annan något troligare förklaring är att män premieras i vem som får skriva oftast. Och att det kanske bjuds in fler män till att skriva exempelvis *gästledare*. Statistik pekar också på att kvinnor i större utsträckning arbetar deltid än män, de tar ut fler föräldradagar och de har högre sjukfrånvaro än män (SCB, 2016), vilket också skulle kunna vara en förklaring till studiens resultat. Vi får därför ödmjukt konstatera att vår studie inte är så stor så att vi riktigt kan komma fram till något resultat kring vad skevheten beror på. Detta skulle förslagsvis en annan studie, till exempel en intervjustudie eller enkätstudie, kunna undersöka djupare.

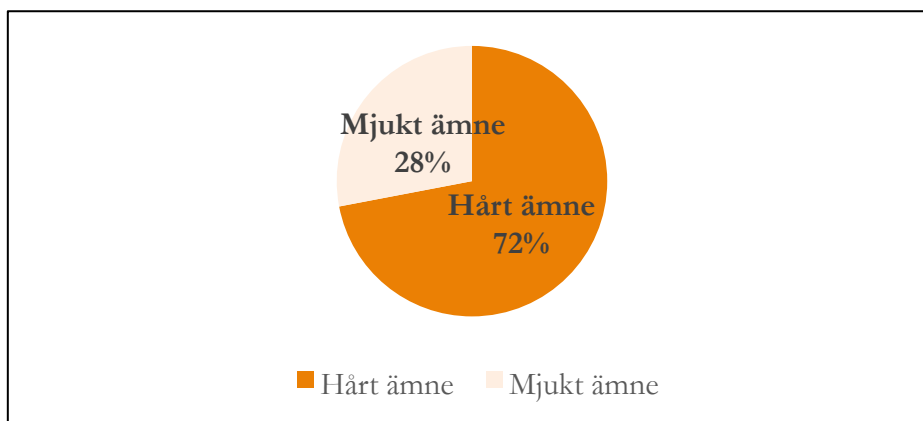
Placeringen av ledartexter håller sig otroligt jämnt mellan könen, kvinnor och män placeras i lika hög grad som huvudledare och övrigt material på ledarsidan, detta speglas i det jämställda resultatet på sammansättningen av ledarredaktionen. Vår undersökning har också visat på osignerat material nästan alltid placeras som huvudledare. Tänkbart skulle kunna vara att redaktionerna har ett rullande schema över vem som skall skriva huvudledaren och vem som skriver på övrig plats på sidan, detta är dock inte något denna studie har undersökt utan är högst spekulativt från författarnas sida. Förslagsvis skulle en framtida intervjustudie ge svar på detta.

6.2 Fördelning av mjuka och hårda ämnen på ledarredaktionerna

Frågeställning två (2): Hur ser fördelningen ut av mjuka och hårda ämnen bland de kvinnliga respektive manliga ledarskribenterna?

Av 177 kodade ledartexter behandlade 128 (72 procent) av dem hårda ämnen och endast 49 (28 procent) behandlade mjuka ämnen (se diagram 4).

Diagram 4. Cirkeldiagram över ledartexternas huvudsakliga ämnen, fördelat på mjukt eller hårt ämne. Angivet i procent.



Kommentar: n=177.

I tabell 3 kan det utläsas att av de hårt kodade artiklarna, är 51 procent skrivna av män och endast 32 procent skrivna av kvinnor. Övriga 17 procent av de hårt kodade artiklarna är osignerade. En motsatt fördelning gäller för de mjukt kodade artiklarna. 51 procent av dessa är skrivna av kvinnor och 37 procent av män. Övriga 12 procent av de mjukt kodade artiklarna är osignerade. Undersökningen visar på ett svagt samband, observera dock att p-värdet är 0,065.

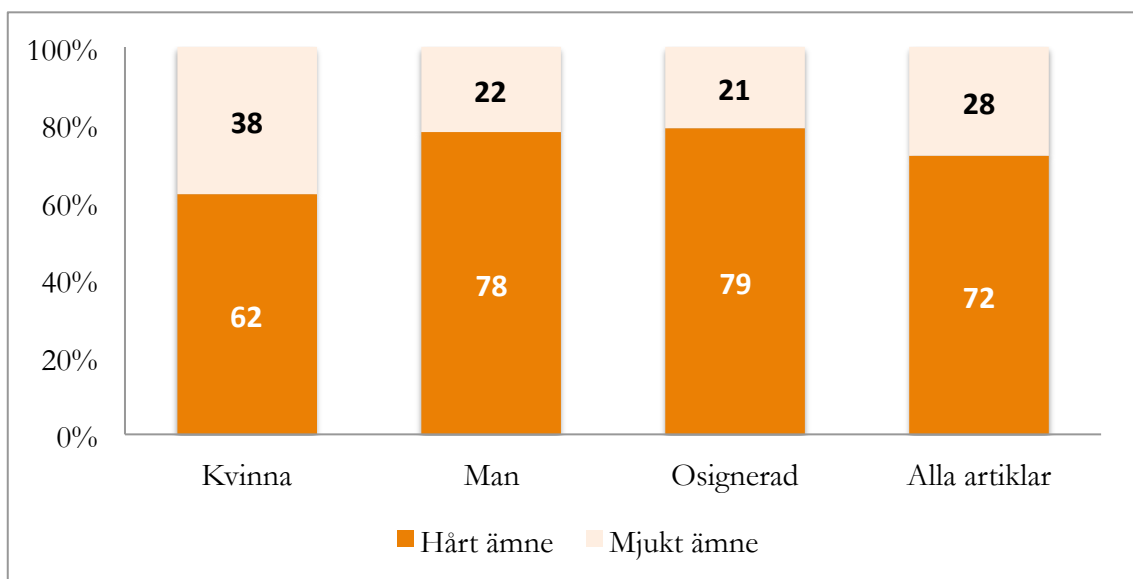
Tabell 3. Korstabell mellan ledarskribenternas kön och mjukt och hårt ämne. Angett i procent.

Skribentens kön	Hårt ämne	Mjukt ämne	Totalt antal artiklar
Kvinna	32 %	51 %	37 %
Man	51 %	37 %	47 %
Osignerad	17 %	12 %	16 %
Total summa	100 %	100 %	100 %

Kommentar: Totalt n = 177, totalt antal hårt kodade artiklar = 128, totalt antal mjukt kodade artiklar = 49, Cramer's V = 0,176, signifikans = 0,065.

De flesta artiklarna behandlar hårda ämnen; både kvinnliga och manliga ledarskribenter skriver oftare om hårda ämnen (se diagram 5). Det är dock vanligare att kvinnor skriver om mjuka ämnen än vad män gör. Undersöks det osignerade materialet, kan det utläsas att dessa artiklar följer samma mönster som de manliga ledarskribenternas artiklar. Endast 21 procent av det osignerade materialet behandlar mjuka ämnen och 79 procent behandlar hårda ämnen. Undersökningen visar på ett svagt samband, observera dock att p-värdet är 0,065.

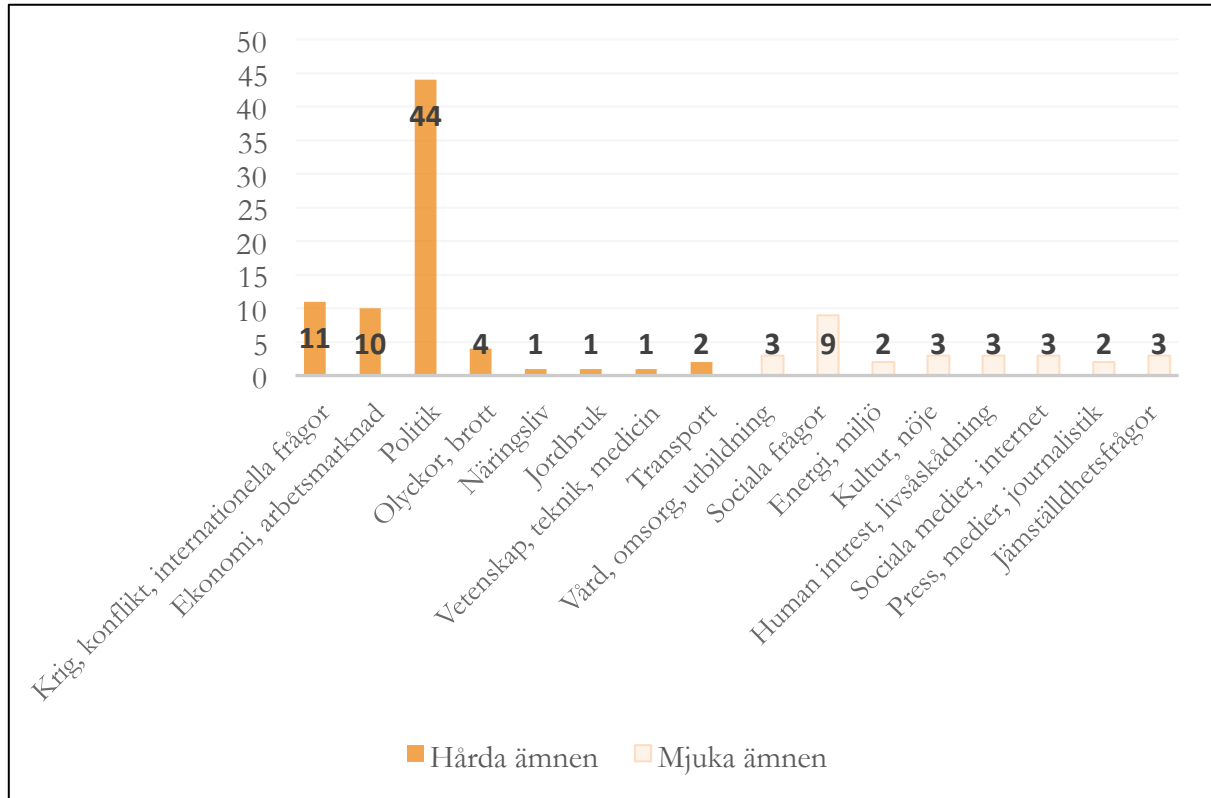
Diagram 5. Stapeldiagram över den procentuella fördelningen mellan mjuka och hårda ämnen som i ledarartiklarna, uppdelad på ledarskribenternas kön.



Kommentar: Artiklar skrivna av kvinnor n = 66, artiklar skrivna av män n = 83, osignerade artiklar n = 28, samtliga artiklar n = 177. Cramer's V = 0,176, signifikans = 0,065.

Det mest dominerande ämnet bland de undersökta ledartexterna är "politik", vilket utgörs av 44 procent av texterna (se diagram 6). Därefter är det vanligast att skriva om kategorin "krig, konflikt, internationella frågor" (11 procent), efterföljt av "ekonomi, arbetsmarknad" (10 procent). Ämnet "sociala frågor" är det fjärde vanligaste ämnet att skriva om, där 9 procent av artiklarna skrivs om.

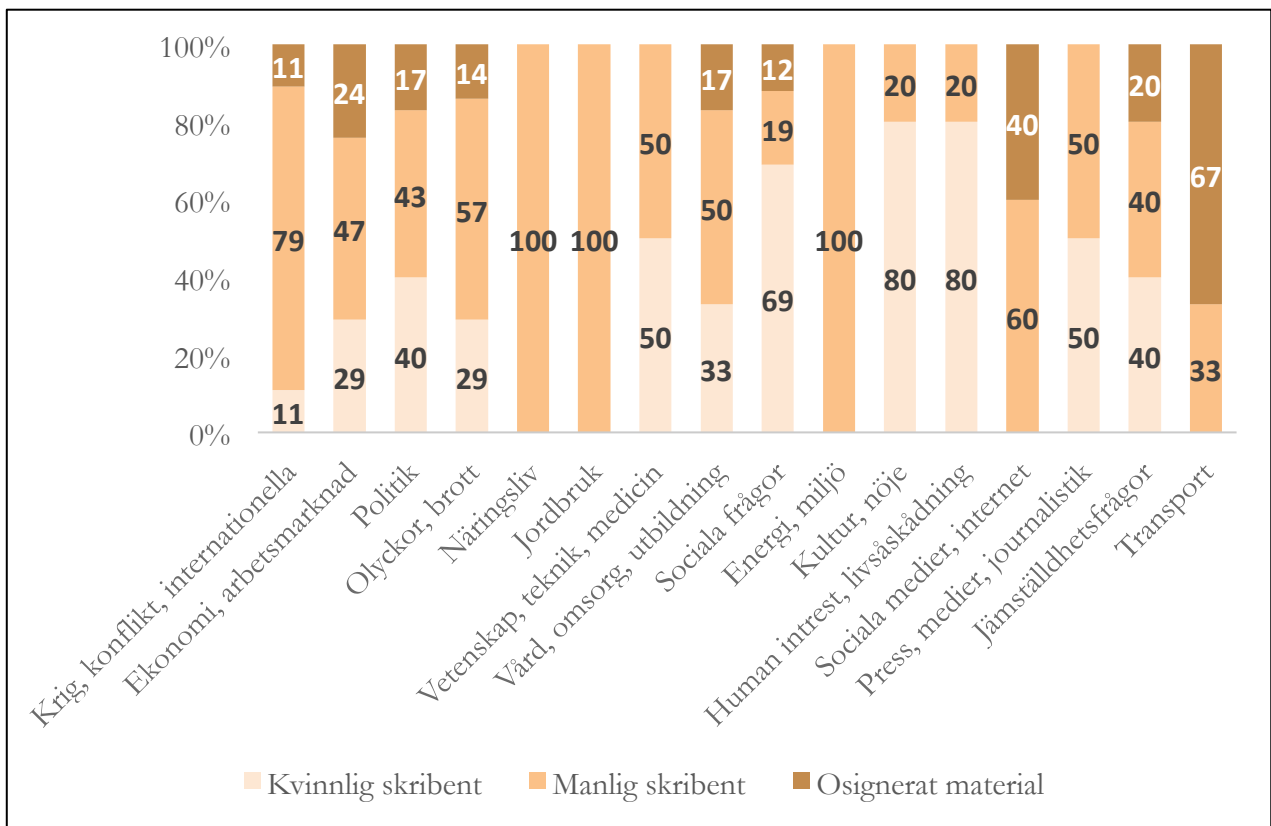
Diagram 6. Stapeldiagram över ledartexternas huvudsakliga ämnen. Angivet i procent.



Kommentar: n=177.

I diagram 7 presenteras fördelningen av ämnen i förhållande till kön mer detaljerat. Ämnet "politik" håller en relativt jämn könsfördelning, "ekonomi, arbetsmarknad" domineras något av män och "krig, konflikt, internationella frågor" domineras starkt av män. Ämnet "sociala frågor" domineras starkt av kvinnor. I beaktning bör tas att artiklarna inom några av ämnena i nedanstående tabell är mycket få, således kan resultatet vara osäkert sett till generalisering.

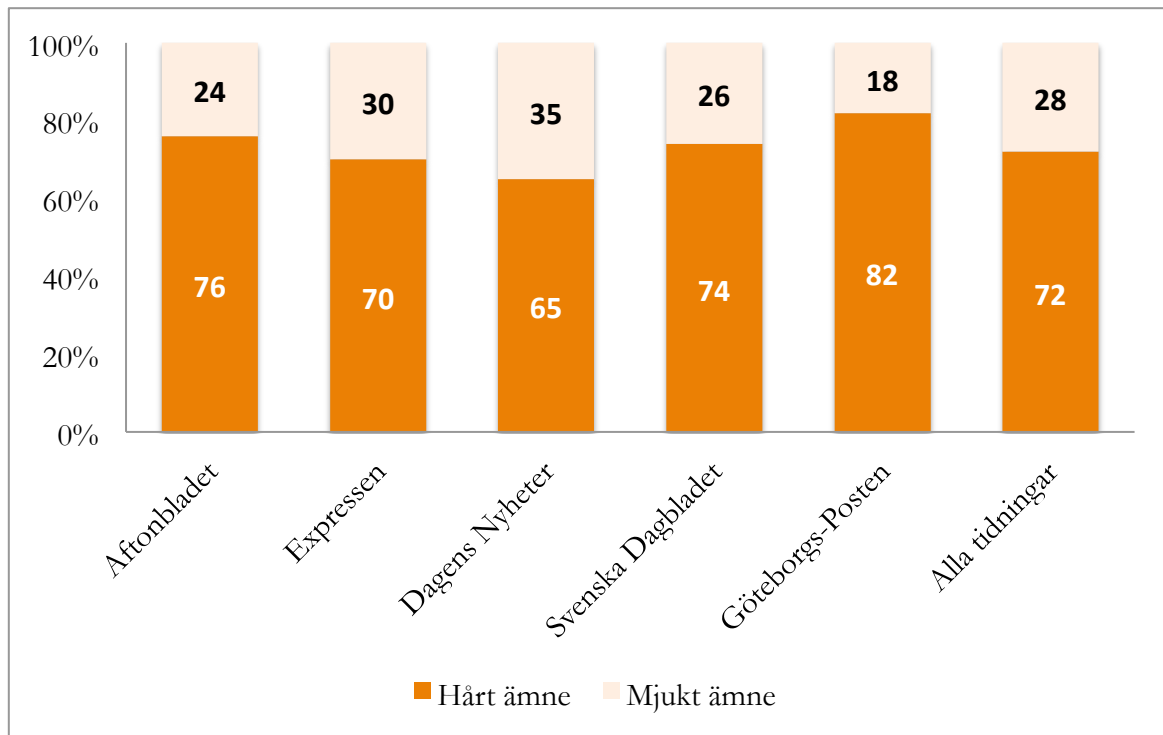
Diagram 7. Stapeldiagram över ledartexternas huvudsakliga ämnen fördelat på skribentens kön. Angivet i procentuell fördelning.



Kommentar: Krig, konflikt, internationella frågor n=19,
 Ekonomi, arbetsmarknad n=17
 Politik n=77
 Olyckor, brott n=7
 Näringsliv n=2
 Jordbruk n=1
 Vetenskap, teknik, medicin n=2
 Vård, omsorg n=6
 Sociala frågor n=16
 Energi, miljö n=3
 Kultur, nöje n=5
 Human intrest, kuriosa n=5
 Sociala medier, internet n=5
 Press, medier, journalistik n=4
 Jämställdhetsfrågor n=5
 Transport n=3.

Fördelningen av mjuka och hårda ämnen i de undersökta ledartexterna skiljer sig åt mellan de olika tidningarna (se diagram 8). Att några av tidningarna har haft fler ledartexter under de undersökta tidsperioderna än andra kan naturligtvis påverka resultatet. Dagens Nyheter har den jämnaste fördelningen; 35 procent av ledartexterna behandlar mjuka ämnen och 65 procent behandlar hårda ämnen. Göteborgs-Posten har den mest ojämna fördelningen mellan hårda och mjuka ämnen, där behandlar 82 procent av ledartexterna hårda ämnen och 18 procent behandlar mjuka ämnen.

Diagram 8. Stapeldiagram över den procentuella fördelningen mellan mjuka och hårda ämnen i ledarartiklarna, uppdelad på fem av de sex tidningarna i Sverige med störst räckvidd.



Kommentar: Antal artiklar Aftonbladet = 25, antal artiklar Expressen = 27, antal artiklar Dagens Nyheter = 54, antal artiklar Svenska Dagbladet = 43, Antal artiklar GP = 28, samtliga artiklar n = 177. Cramer's V = 0,134, signifikans = 0,528.

6.2.1 Analys och diskussion av frågeställning två (2)

Även om denna studie har visat på att ledarredaktionerna överlag är kvantitativt jämställda kan man fundera över om det är en jämställd bild som förmedlas i fråga om ämnesval.

Gemensamt för samtliga tidningar är att mjuka ämnen absolut är underrepresenterade, då endast 28 procent av artiklarna berör mjuka ämnen. Detta kan ses som problematiskt med stöd av dagordningsteorin; de samhällsfrågor som massmedierna prioriterar och ger stort medialt utrymme blir de frågor som publiken anser är viktigast (McCombs & Shaw, 1972). Konsekvensen blir omvänt att ju mindre en fråga uppmärksammas i medierna, desto mindre tycker människorna att det är en viktig fråga (Strömbäck 2014). Studiens resultat visar att politik är kraftigt överrepresenterat vid val av ämne. Dock anser vi att just detta inte nödvändigt behöver problematiseras då ledarsidans karaktär ska vara just politisk.

Att övriga bevakningsområden inte är mer jämnt representerade däremot, kan och bör problematiseras. Studiens resultat visar tydligt att hårda ämnen skrivs om oftare än mjuka vilket i sin tur kan påverka läsarens uppfattning om vilka ämnen som är viktiga. Nordensson (2008) menar att om en ledarskribent vid ett tillfälle skriver om ett ämne kanske det inte gör så stor skillnad, men om frågan är återkommande och skrivs om ur olika aspekter kan det bli en påverkan på den allmänna opinionen. Det är naturligtvis

problematiskt för samhället när mjuka ämnen och frågor som vård och omsorg inte anses lika viktiga och nedprioriteras till fördel för internationella frågor till exempel.

Varken Expressen eller Aftonbladet, som båda är könsmärkta redaktioner, avviker avsevärt från resten av tidningarna vilket kan ge bilden av att könsmärkning av de anställda på redaktionen verkar spela mindre roll på ledarredaktionerna än vad de gör i övriga mediesverige. Även om vi ändå ser att Aftonbladet, vars redaktion domineras av män, i något större utsträckning skriver om hårda ämnen och mindre om mjuka än Expressen, vars redaktion domineras av kvinnor.

Med andra ord kan vi, så vitt denna studie visar, konstatera att könsmärkning inte förekommer på de undersökta ledarredaktionerna. Detta innebär alltså att skribentens kön till största del inte avgör vilka ämnen de skriver om eftersom att kvinnliga ledarskribenter skriver till största del om hårda ämnen. Dock kan vi i studiens resultat se att de generellt har närmre till att behandla mjuka ämnen än vad de manliga skribenterna har. Dock får vi ödmjukt konstatera att vår studie är för liten för att analysera på en djupare nivå. I studien ser vi exempelvis att det endast har varit män som har skrivit om miljö och energi vilket klassas som ett mjukt ämne, men eftersom analysenheterna är så få, i detta fall var det tre texter som behandlade ämnet är det svårt att dra några högre växlar av det. Önskvärt vore helt klart om det gjordes en större studie som undersökte detta, under fler perioder och gärna med fler analysenheter så att generalisering kring detta skulle kunna tas i anspråk.

Det vi kan se är dock att gränserna för könsmärkning av hårda och mjuka ämnen kanske håller på att suddas ut på ledarsidorna, i alla fall sett till studiens undersökta perioder. Män närmar sig de mjuka ämnena och kvinnorna har definitivt tagit sig in på männens arena; de hårda ämnena. Tidigare forskning av professorn Djerf-Pierre (2003) och även en kandidatuppsats av Wikström (2010) visar på att det förekommer könsmärkning inom journalistiken i Sverige. Intressant vore att göra en förnyad studie på samma område; med syftet att ta reda på om könsmärkning fortfarande ens förekommer inom journalistiken överhuvudtaget. Det kanske då visar sig att ledarsidorna inte alls skiljer sig från den övriga journalistiken; det kanske rent av skrivs mindre om mjuka ämnen än vad det görs om hårda. Kan man i sådana fall tänka sig att kvinnorna då skulle ha anpassat sig efter den manliga normen som har varit att skriva om hårda ämnen, eller är det så att män nu också i större utsträckning skriver om mjuka ämnen?

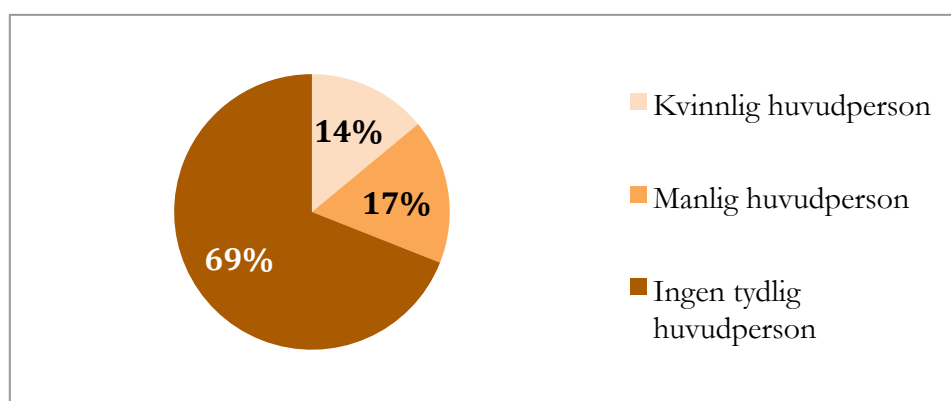
Att politisk färg skulle påverka fördelningen av mjuka och hårda ämnen finns det inget som tyder på i denna studie. Den tidningen med jämnast fördelning av dessa; DN, och den tidningen med mest ojämn fördelning av dessa; GP, är båda oberoende liberala. Dessutom har studien inte visat på någon skillnad mellan de andra tidningarna heller som har olika politiska ideologier; Expressen är obunden liberal, Aftonbladet är obunden socialdemokratisk och SvD är obunden moderat. Dock kan man fundera kring urvalets storlek. Det är mycket möjligt att man skulle fått ett annat resultat om fler tidningar hade studerats.

6.3 Manliga och kvinnliga huvudpersoner

Frågeställning tre (3): Skriver manliga respektive kvinnliga ledarskribenter till största del om manliga eller kvinnliga huvudpersoner?

Huvudpersons kön undersöktes också i studien. 14 procent av gångerna fanns en kvinnlig huvudperson, 17 procent av gångerna en manlig (se diagram 9). I 69 procent av fallen förekom ingen person alternativt fanns ingen tydligt dominerande huvudperson.

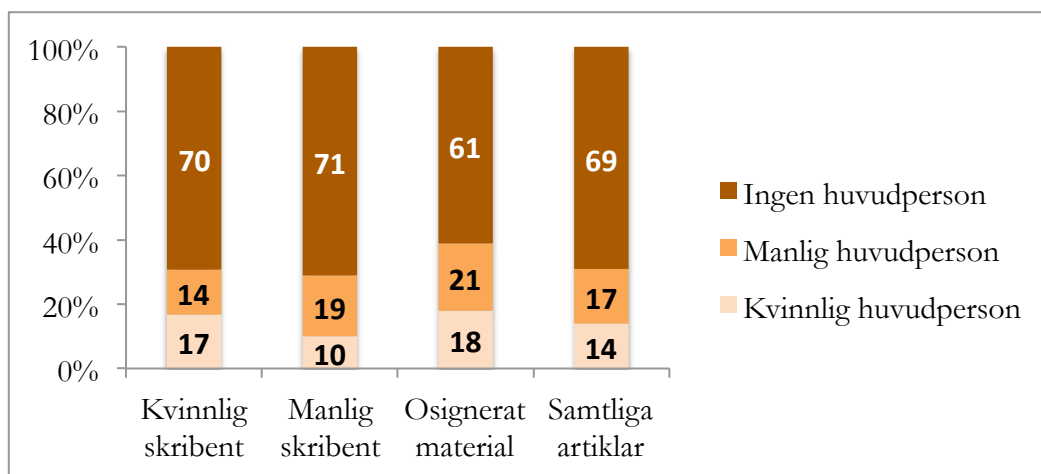
Diagram 9. Cirkeldiagram över den procentuella fördelningen mellan manliga och kvinnliga huvudpersoner i ledartidklarna.



Kommentar: n = 177.

I de artiklar som har en tydlig huvudperson, kan utläsas att både män och kvinnor skriver mer om det egna könet (se diagram 10). Män skriver i mycket hög utsträckning om män och kvinnor skriver i något lägre utsträckning om kvinnor. Det osignerade materialet håller jämnast könsfördelning av dominerande person, med 5 texter om kvinnor och 6 texter om män. De flesta av de kodade artiklarna, 122 av 177, saknar en tydlig huvudperson.

Diagram 10. Stapeldiagram över dominerande huvudperson i ledartidklarna och ledarskribentens kön. Angiven i procent.



Kommentar: n=177. Artiklar av kvinnlig skribent n = 66, artiklar av manlig skribent n = 83, osignerat material n = 28, Cramer's V = 0,093, signifikans = 0,543.

6.3.1 Analys och diskussion av frågeställning tre (3)

Runt 70 procent av samtliga kodade artiklar saknade tydlig huvudperson, vilket gör just denna variabel svår att dra slutsatser utifrån och att forskningsfråga tre; om manliga respektive kvinnliga ledarskribenter till största del om manliga eller kvinnliga huvudpersoner, blir svår för studien att besvara.

De artiklar som har en tydlig huvudperson är helt enkelt för få. Däremot kan somliga tendenser utläsas; kvinnliga ledarskribenter skriver mer jämnt fördelat om kvinnor och män än de manliga ledarskribenterna. Det verkar också som att det osignerade materialet oftare har en tydlig huvudperson än materialet med byline. Sammanlagt skriver ledarskribenter marginellt mindre om kvinnliga huvudpersoner, men skillnaden är så pass liten och urvalet så pass osäkert att vi lämnar till framtida forskning att avgöra om det är så eller ej.

I rapporten "Räkna med kvinnor" (Edström & Jacobsson, 2015) kan läsas att representationen av kvinnor i svensk nyhetsrapportering legat på runt 30 procent sedan slutet av nittiotalet trots att könsfördelningen inom journalistkåren jämnats ut. Denna studies resultat ger antydningar till att kvinnor skriver mer balanserat om båda könen och män håller sig till det egna; alltså syns kvinnor mindre i medierna, vilket går i linje med Edström & Jacobssons (2015) forskning. Det gör den även med studenterna Nilsson, Rählen och Rostedts (2015) undersökning som visade det sig att manliga skribenter skriver om män till 65 procent och kvinnliga skribenter skriver om kvinnor till 40 procent. Att kvinnor och män skriver mer om sitt eget kön ser vi tendenser av vår studie, men materialet är för litet för att kunna fastställa dessa och det är möjligt att resultatet hade kunnat se annorlunda ut i en större undersökning.

6.5 Sammanfattning resultat

Genom undersökandet av ledartexter kan konstateras att könsmärkning av bevakningsområden inte förekommer bland ledartexter, även om det går att utläsa könsmärkande tendenser inom några av bevakningsområdena. Både män och kvinnor skriver till största del om hårda ämnen, men kvinnor skriver i högre utsträckning också om mjuka ämnen än vad män gör. Män tenderar istället att hålla sig till hårda ämnen.

Fördelningen på redaktionerna är jämn under båda undersökta tidsperioder, med en mer kvinna än man. Detta speglas inte i vilka som skriver texterna, där är det istället 47 procent män och 37 procent kvinnor (övriga 16 procent består av osignerat material).

På de olika tidningarna är man olika bra på att jämnt fördela mjuka och hårda ämnen, Dagens Nyheter har jämnast fördelning och Göteborgs-Posten den mest ojämna. Gemensamt för alla tidningar är att hårda ämnen dominerar ledarsidan.

Både män och kvinnor skriver mer om sitt eget kön än det motsatta, men kvinnor har lättare att skriva om båda könen. Män tenderar att hålla sig till sitt eget kön. Placeringen av ledartexter håller sig otroligt jämnt mellan könen, kvinnor och män placeras i lika hög grad som huvudledare och övrigt material på ledarsidan.

7. Slutdiskussion

I detta avsnitt sammanfattas studiens viktigaste resultat. Det resoneras även kring alternativa förklaringsmodeller, eventuella effekter och andra intressanta aspekter av studien. Det är till stor del mycket av våra, författarnas, egna åsikter som speglas i denna del.

7.1 Könsfördelningen på undersökta ledarredaktioner är totalt sett jämn

Könsfördelningen på redaktionerna är jämn, trots det är det fler män än kvinnor som skriver ledartexter. Så även om kvinnor numer är lika många på redaktionerna som män, är det fortfarande män som skriver oftast eller åtminstone publiceras oftare. För att fördelningen ska bli jämn även i fråga om vem som skriver texterna, skulle alltså en könsmärkning åt kvinnors fördel (60 procent kvinnor och 40 procent män på ledarredaktionerna) behöva förekomma vad gäller fördelningen på redaktionerna, enligt de siffror denna undersökning fått fram.

Att könsfördelningen på redaktionerna inte speglas i vilka som skriver ledartexter kan förklaras på olika sätt, bland annat genom den stora mängd osignerade ledartexter som ingår i urvalet eller för att skribenternas anställningsformer inte är kända för oss. Detta utvecklades under *analys och diskussion av frågeställning ett (1)*.

7.2 Könsmärkning förekommer inte på undersökta ledarredaktioner

Studiens viktigaste resultat är att könsmärkning inte förekommer på ledarsidorna i undersökta tidningar och under undersökta perioder. Detta kan förstås tolkas som positivt vilket inte nödvändigtvis är osant, men det finns andra aspekter att räkna in än bara själva könsmärkningen. Manliga ledarskribenter skriver mer om hårda ämnen än mjuka ämnen. Även kvinnor sätter hårt mot hårt på ledarsidan och skriver också de till största del om hårda ämnen. Det kan däremot utläsas att kvinnor i högre utsträckning skriver om både hårda och mjuka ämnen än män, som tenderar att hålla sig till hårda ämnen. Detta kan tolkas som att kvinnor har tagit sig in på den manliga arenan, men att män stannar kvar på sin egen arena. Är det jämställdhet? Vi skulle vilja hävda att det inte är det, eftersom att det är de hårda, klassiskt manliga ämnena, som fortfarande dominerar och tolkningen är kvinnor anpassar sig till det idealet snarare än att mjuka och hårda ämnen värderas lika högt.

Det är föga förvånande att ledarsidorna håller en profil bestående av störst del hårda ämnen eftersom ledarsidan i sig ska vara politisk, vilket är ett hårt ämne. Det som däremot är förvånande och i någon mån oroande är att mjuka ämnen som skola och utbildning håller så låg profil trots att dessa är centrala politiska frågor. Att mjuka ämnen inte lyfts i samma utsträckning som hårda ämnen kan, med stöd av dagordningsteorin, tänkas leda till att dessa ämnen inte uppfattas som viktiga av läsarna. Det skulle i förlängningen kunna leda till att dessa ämnen får ett lågt intresse hos medborgarna vilket i sin tur är en dålig kombination med populistisk politik som speglar just vad medborgarna anser är viktigt - hur relevant eller irrelevant det än må vara.

En reflektion kring dagordningsteorin och dess applicering på denna studie är på sin plats. Det är en av de dominerande teorierna inom medieeffekter, men trots det har det varit svårt att finna orsakssamband (Petersson, 2009). Det kan finnas händelser eller personer, exempelvis politiker, som påverkar prioriteringarna av mediernas dagordning. Det är också svårt att säga något om hur människors prioriteringar kring vilka frågor de anser vara viktiga skulle sett ut utan medier (Scheufele & Tewksbury, 2007). McCombs (2006) har också lyft att dagordningsteorin bara ser till vilka ämnen och personer som uppmärksammas – inte om uppmärksamheten i sig är positiv eller negativ. Strömbäck (2014) menar dock att eftersom dagordningsteorin är en av de mest utforskade teorierna på området går det att med hög säkerhet konstatera att det grundläggande sambandet att medierna påverkar opinionen stämmer. Det motiverar vårt beslut att använda dagordningsteorin i denna studie.

Vi vill också knyta underrepresentationen av mjuka ämnen till det citat vi valde att inleda denna uppsats med; *“Om det är så att vissa ämnen inte speglas på ledarsidorna, är det ett svek mot en stor del av ledarsidornas läsare”*. För att kunna fastslå att det verkligen är ett svek mot delar av ledarsidornas läsare, behöver vi veta mer om läsarna och deras intressen. Visst kan det vara så att de mjuka ämnena faller utanför ledarsidans läsares intresse men det kan också vara motsatt, det vet vi inget om. Det är därför tänkbart att läsarna även hade varit intresserade av texter om utbildning, vård och omsorg eller sociala frågor. Vi får ödmjukt konstatera att vår studie inte är så pass stor att vi riktigt kan komma fram till vad ojämlikheten mellan hårda och mjuka ämnen beror på. Detta skulle förslagsvis en annan studie, till exempel en intervjustudie eller enkätstudie riktad mot svenska ledarskribenter, kunna undersöka vidare och djupare.

7.3 Urvalet är för litet för att avläsa om manliga respektive kvinnliga ledarskribenter skriver mer om det ena könet än det andra

De texter som har en tydligt dominerande person är för få för att kunna dra några slutsatser kring huruvida män och kvinnor skriver mest om sitt eget kön eller det motsatta. Det går att se tendenser i riktningen att både män och kvinnor skriver mer om det egna könet än det motsatta, men för att fastställa detta behöver en större undersökning genomföras då det visade sig att ytterst få av ledartexterna kan knytas till en dominerande person.

Vi kan därför inte heller varken bekräfta eller dementera den tidigare forskningen som pekar på att både män och kvinnor skriver mer om män än om kvinnor och lämnar därför detta till framtida forskning att fastställa.

7.4 Förslag på framtida forskning

Vi har identifierat några frågor som vi antingen har för litet material för att undersöka eller som vi kommit på under arbetets gång att vi skulle velat se forskning på. Dessa presenteras nedan med förslag på forskningsmetod för att undersöka dessa.

Vilka är ledarsidans läsare?

Vilka är deras intressen, vilka samhällsfrågor engagerar dem och vilka yrken har de? En bättre bild av detta hade hjälpt oss att förstå huruvida ojämlikheten av hårda och mjuka

ämnena på ledarsidan är ett svek mot läsarna eller inte. Detta skulle bäst undersökas genom en enkätundersökning där läsarna själva får besvara den här typen av frågor.

Skriver manliga respektive kvinnliga ledarskribenter mer om det egna könet eller det motsatta?

Om detta har vi för lite material för att komma fram till någon slutsats, men vi ser tendenser som vi gärna ser att någon dementerar/bekräftar genom en större kvantitativ innehållsanalys av ledartexter.

Vilka anställningsformer har manliga respektive kvinnliga ledarskribenter?

Vilka jobbar heltid, vilka jobbar deltid? Detta skulle kunna förklara att fler män än kvinnor skriver ledartexter trots att redaktionerna har en jämn könsfördelning och undersöks bäst genom en enkätstudie av ledarskribenter där de får svara på frågor om sina arbetsförhållanden.

Hur upplever tidningarna själva att det går med jämställdheten?

Vår uppfattning av den allmänna debatten är att många organisationer, inklusive medieföretag, anser sig jobba jämställt med policys och värdegrundsarbete. Men funkar det i praktiken? Och framförallt: stämmer bilden av den egna tidningen med det som publiceras? Även detta skulle undersökas bäst genom en enkätundersökning av journalisternas bild av den egna tidningen.

Kommer ledarskribenterna med något nytt eller inte? Vem är det som lyfter fram nya frågor, män eller kvinnor?

Vi kan utläsa att både män och kvinnor skriver mest om hårda ämnen, med tolkningen att kvinnorna tagit sig in på den manliga arenan och inte tvärtom. Men vilka är det som sätter agendan för ledarjournalistiken i Sverige, är det män eller kvinnor? Även detta skulle vara ett intressant mått på jämställdheten hos den yrkesgruppen och skulle undersökas bäst genom en kvantitativ innehållsanalys med stort material.

Vem skriver ledarmaterialet?

Vem är det som skriver det osignerade materialet? Är det mesta dels män som bjuds in som gästskribenter? I studiens resultat visade det sig att det fanns en stor mängd osignerat material. För att ta reda på varför män skriver fler texter än kvinnor, trots att könsfördelningen är jämn på redaktionerna skulle en mer djupgående studie behöva göras. Förslagsvis i form av en intervjustudie eller enkätundersökning.

Referenslista

Abrahamsson, Lena. (2000). *Att återställa ordningen. Könsmonster och förändring i arbetsorganisationer*. Umeå: Boréa bokförlag.

Asp, Kent. (2007). *Den svenska journalistkåren*. Göteborg: Institutionen för Journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Bolin, Niklas., Hinnfors, Jonas., & Strömbäck, Jesper. (2016) *Invandring på ledarsidorna i svensk nationell dagspress 2010–2015*. I Lars, Truedson (Red.) *Migrationen i medierna: men det får en väl inte prata om* (s. 192-211). Stockholm: Institutet för mediestudier, Stockholms universitet.

Djerf-Pierre, Monica. (2003). *Journalistikens kön. Fältets struktur och logik under 1900-talet*. *Tidskrift för genusvetenskap*, (2), 29-52.

Djerf-Pierre, Monica. (2007). *Journalisternas sociala bakgrund*. I Kent. Asp (Red.), *Den svenska journalistkåren* (s. 17-32). Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Edström, Maria., Jacobsson, Josefine. (2015), *Räkna med kvinnor (Global media Monitoring Project, 52)*. Göteborg: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet.

Esaiasson, Peter., Gilljam, Mikael., Oscarsson, Henrik., Towns, Ann., & Wägnerud, Lena. (2017). *Metodpraktikan. Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Stockholm: Norstedts Juridik.

Hirdman, Yvonne. (1988) *Genussystemet - reflexioner kring kvinnors sociala underordning*. *Kvinnovetenskaplig tidskrift*, 1988 (3), 49-63.

Kanter, Rosabeth, Moss. (1993). *Men and Women of the Corporation*. New York: Basic Books.

Karlsson, Michael., & Strömbäck, Jesper (Red.). (2015). *Handbok i journalistikforskning*. Lund: Studentlitteratur AB.

Lazarsfeld, Paul. (1968). *The people's choice : how the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York: Columbia University Press.

Löfgren Nilsson, Monica. (2004). *Könsmärkning i SVT: s nyheter 1958–2003*. *Nordicom Information*, 26(4), 39-50.

Löfgren Nilsson, Monica. (2007). *Journalistiken – ett könsmärkt fält*. I Kent. Asp (Red.), *Den svenska journalistkåren* (s. 45-54). Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Löfgren Nilsson, Monica. (2009). *Kvinnor, Män och Nyheter i televisionen*. Göteborg: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet.

McCombs, Maxwell. E., & Shaw, Donald. L. (1972). The agenda-Setting Function of Mass Media. *Public opinion Quarterly*, 36(1) s. 176-187.

McCombs, Maxwell. E. (2006). *Makten över dagordningen. Om medierna, politiken och opinionsbildningen*. Stockholm: SNS Förlag.

McCombs, Maxwell. E., & Funk, Marcus. (2011). Shaping the agenda of local daily newspapers: A methodology merging the agenda setting and community structure perspectives. *Mass Communication and Society*, 14(6), 905-919

Nilsson, Ellen., Rahlén, Hanna., & Rostedt, Ellinor. (2015). "Hör upp, du måste flytta på dig!" – Manspreddning i svensk press Könsmärkning i *Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Aftonbladet och Expressen*. (Kandidatuppsats/Bachelor's Essay). Göteborg: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs Universitet. Hämtad 2018-05-17 från <https://bit.ly/2L7NVFP>

Nord, Lars (1998). *Makten bakom orden – en studie av ledarsidor och ledarskrivande i svensk dagspress* (Licentiatuppsats). Stockholm: Stockholms universitet.

Nord, Lars. (2001). *Vår tids ledare : en studie av den svenska dagspressens politiska opinionsbildning* (Doktorsavhandling, doktorsavhandlingar från JMK, 18) Stockholm: Diss. Carlsson.

Nordenson, Magdalena. (2008). *Opinionsjournalistik*. Lund: Studentlitteratur.

Nordicom. (2017). *Mediebarometer 2017*. Göteborg: Nordicom-Sverige.

Petersson, Olof. (2009). *Opinionsbildning*. Stockholm: SNS Förlag.

Statistiska centralbyrån (SCB). (2016). *På tal om kvinnor och män, Lathund om jämställdhet*. Örebro: Statistiska centralbyrån.

Scheufele, Dietram, A., & Tewksbury, David. (2007). Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. *Journal of Communication*, vol 57, s. 9-20.

Steijer, Siri & Almqvist, Viktor. (2013). *Vår tids ledare 1993 och 2013: en uppföljning av Lars Nords studie av svenska ledarsidor*. (Kandidatuppsats). Huddinge: Institutionen för samhällsvetenskaper, Södertörns högskola. Hämtad 2018-02-28 från <https://bit.ly/2L8MNBD>

Strömbäck, Jesper. (2014). *Makt, medier och samhälle*. Stockholm: SNS Förlag.

Svahn, Olof., & Dahlbäck, Linus. (2015). *Män, ändå...* (Kandidatuppsats/Bachelor's Essay). Göteborg: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs Universitet. Hämtad 2018-05-17 från <https://bit.ly/2rOn9u6>

Svenska Tidningsutgivareföreningen (TU). (2017). *TU, medier i Sverige, branschfakta 2017*. Stockholm.

Vallinder, Torbjörn. (2018). *Ledare*. I Nationalencyklopedin. Hämtad 2018-05-19 från <http://www.ne.se.ezproxy.ub.gu.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/ledare>

Wadbring, Ingela., & Ödmark, Sara. (2014). *Delad glädje är dubbel glädje: en studie om nyhetsdelning i sociala medier*. (20). Sundsvall: Mittuniversitetet.

Wiktröm, Jasmin. (2010) En granskning av krönikor på aftenbladet.se och expressen.se: i ett genusperspektiv. (Kandidatuppsats/Bachelor's Essay). Stockholm: Institutionen för kommunikation, medier och it, Södertörns högskola. Hämtad 2018-05-19 från <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:420013/FULLTEXT01.pdf>

Bilaga 1: Hårda & mjuka ämnen

Fullständig lista av hårda och mjuka ämnen enligt Löfgren Nilssons (2009) och Svahn och Dahlbäcks (2017) definitioner. Inklusiva studiens egna tillägg som skrivits kursiverade.

Hårda ämnen

Krig, konflikter, internationella frågor

Statsbesök

Diplomati

Försvarsfrågor

Krig

Terrorism

Inbördeskrig

Revolutioner

Statskupper

Ekonomi, arbetsmarknad

Sysselsättning

Arbetslöshet

Samhällsekonomi

Skattefrågor

Hushållsekonomi

Kommunal ekonomi

Handel, internationell handel

Politik

Valrörelser

Politiska kampanjer

Demokratiska frågor

Fri - och rättigheter

EU-politik

Arbetsmarknadspolitik

Samhällsekonomisk politik

Invandring- och flyktingpolitik

Sjukvårdspolitik

Miljöpolitik

Skol - och utbildningspolitik

Kulturpolitik

Rättspolitiska frågor

Rättsväsendet

Internationell politik

Politiska partier (Svenska och internationella)

Ideologi

Extremism

Olyckor, brott

Brott

Olyckor,

Katastrofer

Naturkatastrofer
Kriminalitet
Polis

Näringsliv

Aktiemarknad, börsen
Enskilda företag
Företagskriser
Invigningar
Nyetableringar
Expansion

Jordbruk,

Skogsbruk
Fiske

Sport

Vetenskap, teknik, medicin

Innovation
Ny medicin
Astronomi
Rymdteknik

Transport

Mjuka ämnen

Vård, omsorg, utbildning

Sjukvård
Äldrevård
Barnomsorg
Kriminalvård
Skola
Utbildning

Sociala frågor

Invandring
Flyktingfrågor
Bostadsfrågor
Fritidsverksamhet
Ungdomsfrågor
Religion
Kyrka
Tiggeri
Missbruk
Mellanmänskliga och relationära frågor

Energi, miljö

Naturskydd

Miljöfrågor
Energi
Kärnkraft

Kultur, nöje

Finkultur ex. teater, museer, opera
Populärkultur ex. film, tv-serier, popmusik
Utställningar

Human interest, livsåskådning

Kuriosa
"Feel good"

Sociala medier och internet

Press, medier och journalistik

Jämställdhet

Bilaga 2: Kodschema

	VARIABELNAMN	VARIABELVÄRDEN	BESKRIVNING
V1	Tidning	1 = Aftonbladet 2 = Expressen 3 = Dagens Nyheter 4 = Svenska Dagbladet 5 = Göteborgs-Posten	
V2	Textens rubrik		
V3	Skribentens kön	1 = Kvinna 2 = Man 3 = Osignerad	Är ledartexten signerad av en man, kvinna eller osignerad.
V4	Textens datum		Anges enligt: dd.mm.yy
V5	Textens dominerande ämne	1 = Krig, Konflikt, Internationella frågor 2 = Ekonomi, Arbetsmarknad 3 = Politik 4 = Olyckor, Brott 5 = Näringsliv 6 = Jordbruk 7 = Sport 8 = Vetenskap, teknik, medicin 9 = Vård, omsorg, utbildning 10 = Sociala frågor 11 = Energi, miljö 12 = Kultur, nöje 13 = Human interest, livsåskådning 14 = Sociala medier, internet 15 = Press, medier, journalistik 16 = Jämställdhet	Vilket ämne ledartexten i huvudsak har. För underkategorier, var god se bilaga 1.
V6	Dominerande persons kön	1 = Kvinna 2 = Man 3 = Ingen person förekommer, ingen tydlig huvudperson finns	Vilket kön personen har som ledartexten i huvudsak handlar om.

V7	Refererar skribenten till sig själv	1 = Ja 2 = Nej	
V8	Placering på ledarsidan	1 = Huvudledare 2 = Övrigt material på ledarsidan	
V9	Kodare	1 = Anna Wikman 2 = Hilma Lundwall	

Okodbart = 99