

Kandidatuppsats i journalistik

2018-05-23

Institutionen för journalistik,
medier och kommunikation

www.jmg.gu.se

Idrottstjejen med guldtårarna

En studie om genusstereotyper i onlinerapporteringen
av OS 2018 i tre svenska medier

Författare: Cecilia Oscarsson, Evelina Segerqvist, Helena Kaloudi Isaksson

Handledare: Monica Löfgren Nilsson

Kursansvarig: Marina Ghersetti

"SOV 1,5 TIMME I NATT"

Guld-Stinas nya tårar vid medaljceremonien

Stina Nilsson var lycklig efter sitt livs största idrottsliga ögonblick när

hon vann sitt första individuella medalj

OS

11 FEBRUARI **SPORTBLADET**

Hyllas av alla efter succén: "Hon är som en liten Nasse i Nalle Puh"

TV+TEXT PYEONGCHANG. Ebba Andersson gjorde sitt livs
lopp i skiathlon och var bara åtta tiondelar från pallen.

25 FEBRUARI **SPORTBLADET**

Lilla Anna blev störst i hela curlingvärlden

GANGNEUNG. Här blir lilla Anna störst i hela curlingvärlden.
Med sin mor, far och pojkvän på läktaren ledde 28-åringen...

"Silver-Sebbes" flört med Vonn: "Jag väntar"

Idag är det alla hjärtans dag. Alpina stjärnan Lindsey Vonn söker en
dejt till kvällen. Och fick svar av det svenska stjärnskottet Sebastian
Samuelsson. "Jag väntar", skriver han på twitter.

Nilsson om guldtårarna: "Varit ett känslösamt år"



Abstract

The purpose of this study is to investigate the occurrence of gender stereotypes in the Swedish online news reporting of the 2018 Winter Olympics. The aim is to find out to what extent the Swedish media uses stereotypical attributes and contexts in the portrayal of athletes through a gender perspective. The theoretical frameworks used in this study are mainly the theories of framing and gender. Furthermore, the operationalization of the different attributes, depictions and contexts used in the analysis, are based on previous research in the field.

The mediums that have been examined in this study are Dagens Nyheter, Aftonbladet and SVT Nyheter. This selection was made based on the three different areas of the media landscape that these online news outlets cover. Both a quantitative content analysis and an ethnographical content analysis have been applied in this study. For the former method, a total of 1 221 headlines and leads have been examined. These were chosen as a total sample of the articles published during this year's Winter Olympics in Pyeongchang. For the latter method, 21 full articles were studied in detail to provide a deeper understanding of underlying messages and nuances. These were chosen as a total sample of the articles containing three or more of the stereotypical depictions.

The findings of the study show that there are no major quantities of gender stereotypes in the Swedish reporting of the Pyeongchang Winter Olympics. However, out of the cases where they do occur, there are certain tendencies worth noting. It is more common for the female athletes to be portrayed with typical female stereotypes, particularly with emotional attributes, than the male athletes. On the contrary, women are attributed typical male stereotypes to the same extent as men. Furthermore, the female athletes are given the typical male attribute of power, in an even higher extent than the male athletes. In a comparison between the three online newspapers, the main difference noted is that Aftonbladet uses female stereotypes much more frequently than Dagens Nyheter and SVT Nyheter.

The results from this study do not strongly correspond with the theories and results of previous studies, which tend to show much larger differences between the sexes. Furthermore, they even break the typical female stereotype of impotence, and therefore go against the tendencies found in previous research. It does, however, correspond with some aspects, regarding the higher frequencies of female stereotypes used for the female athletes.

Key words: Gender stereotypes, gender, gender roles, sport, athlete, stereotypes, male and female stereotypes, Winter Olympics 2018, media, framing, journalism, Aftonbladet, Dagens Nyheter, SVT Nyheter

Nyckelord: Genusstereotyper, genus, genusroller, sport, atlet, stereotyper, manliga och kvinnliga stereotyper, Vinter-OS 2018, medier, gestaltning, journalistik, Aftonbladet, Dagens Nyheter, SVT Nyheter

Innehållsförteckning

1	Inledning	4
1.1	Introduktion	4
1.2	Journalistiken och jämställdheten	5
2	Teori och tidigare forskning	6
2.1	Gestaltningsteorin	6
2.2	Genus	6
2.3	Stereotyper och medier	7
2.4	Sport, medier och genus	9
2.4.1	<i>Den sekundära damsporten</i>	9
2.4.2	<i>Damlagsport, vad är det?</i>	9
2.4.3	<i>Kvinnor är mödrar, inte atleter</i>	10
2.4.4	<i>Mjuka kvinnor och tuffa män</i>	10
2.4.5	<i>Kvinnor som sexuella objekt</i>	10
3	Syfte och frågeställningar	12
4	Metod och material	14
4.1	Kvantitativ innehållsanalys	14
4.2	Kvalitativ innehållsanalys	14
4.3	Material och urval	15
4.4	Operationalisering, tolkningsregler och kodning	17
4.5	Metoddiskussion	19
4.5.1	<i>Reliabilitet</i>	19
4.5.2	<i>Validitet</i>	20
5	Resultat och analys	22
5.1	Förekommer könsmärkning av dam- och herrsport?	22
5.2	Vilka stereotypa skildringar av kvinnor respektive män förekommer?	25
5.2.1	<i>Förminskning/infantilisering</i>	25
5.2.2	<i>Sexualisering</i>	29
5.3	Vilka slags stereotypa attribut tillskrivs kvinnor respektive män?	30
5.3.1	<i>Kvinnliga stereotyper</i>	30
5.4	I vilka stereotypa sammanhang förekommer kvinnor respektive män?	44
5.4.1	<i>Beskrivs i familjär kontext</i>	44
5.5	Vilka skillnader finns mellan medierna?	47
5.6	Vilka mönster finns i hur de stereotypa attributen, skildringarna och sammanhangen ter sig i extremfallen?	48
5.7	Sammanfattning av resultat	50
5.7.1	<i>Förekommer könsmärkning?</i>	50
5.7.2	<i>Vilka stereotypa skildringar av kvinnor respektive män förekommer?</i>	50
5.7.3	<i>Vilka slags stereotypa attribut tillskrivs kvinnor respektive män?</i>	50
5.7.4	<i>I vilka stereotypa sammanhang förekommer kvinnor respektive män?</i>	50
5.7.5	<i>Vilka skillnader finns mellan medierna?</i>	50
5.7.6	<i>Vilka mönster finns i hur de stereotypa attributen, skildringarna och sammanhangen ter sig i extremfallen?</i>	51
6	Slutdiskussion	52
6.1	Förslag till vidare forskning	53
	Referenslista	55
	Bilagor	60

1 Inledning

1.1 Introduktion

“Special caution should (...) be exercised in how the media, sports authorities and athletes themselves go about raising sportswomen to the media status they deserve. Their under-representation should not be rectified by “selling” female athletes as sex objects or by subjecting them to the roles laid down by traditional gender stereotypes. Although the media coverage of women seriously needs to be magnified and multiplied, it is of vital importance to do this by multiplying the exemplary reporting already being done, not by magnifying the content of stereotypes and sexism.”

Centre for Gender Equality, Iceland (2006), s. 22

OS i Pyeongchang 2018 var de svenska kvinnornas mästerskap. Faktum är att Sverige gjorde sitt bästa vinter-OS någonsin och kunde resa hem med 14 medaljer i bagaget. Damerna stod för tio av dem (Sveriges olympiska kommitté, 2018). Sportsidorna fylldes med hyllningar, känslosamma citat och guldårar. Vad händer egentligen med rapporteringen av världens största mästerskap, med världens bästa atleter, när kvinnorna överglänsar männen med råge?

När de olympiska spelen drog igång 1896 var det uteslutande en tävling för män. År 1900 hölls tävlingen för andra gången och två procent av deltagarna var kvinnor. De 22 kvinnorna av totalt 997 medverkande var begränsade till fem sporter, och endast i golf och tennis fanns separata damtävlingar. I segling, ridning och krocket fick de tävla mot män. 100 år senare fanns det fortfarande grenar som enbart var för manliga atleter; så sent som 2012 i London genomfördes de första olympiska spelen någonsin där både män och kvinnor deltog i alla sporter på programmet. Några stora sporter som kvinnor länge exkluderades från är fotboll, där tävlingar för båda könen introducerades först till OS 1996, och boxning, som infördes för kvinnor 2012. Det finns liknande exempel på vintersporter – kvinnliga curling- och ishockeyspelare kunde delta i olympiska spelen för första gången år 1998. De som tävlade i bob fick vänta till 2002 (International Olympic Committee, 2016).

Detta är bara några av de oändliga exempel som finns på hur kvinnor har marginaliserats inom sporten genom alla tider. Idag är det ungefär lika många kvinnor och män som tävlar i OS, men den skeva fördelningen lever till viss del kvar i mediernas rapportering. Historiskt sett har kvinnor helt exkluderats från sportsidorna, men i takt med att de har givits mer utrymme har även stereotyperna fått större genomslag. När det väl har rapporterats om kvinnliga idrottare har de förminskats, trivialiserats och sexualiserats, och den kvinnliga idrotten har setts som sekundär i jämförelse med den manliga (t.ex. Kane & Greendorfer, 1994; Dahlén, 2008).

Om medierna bidrar till att bibehålla konstruktioner av hur män och kvinnor uppfattas och bör vara, har de också möjligheten att förändra dem. De väljer vilken del av verkligheten de vill lyfta, vilka värdeord som ska användas och vilken fakta som är viktigast. Det är med andra ord journalisterna som bestämmer hur atleterna ska gestaltas (Entman, 1993; Shehata, 2015). Så vad är egentligen viktigast att förmedla i OS-rapporteringen? Kvinnornas dominans? Att ännu en kvinna har tagit medalj? Eller att tårarna rinner nerför hennes kinder vid prisutdelningen?

Med utgångspunkt i gestaltningsteorin och genusforskningen avser vi att undersöka porträtteringen av kvinnliga och manliga atleter i rapporteringen om de olympiska spelen i Pyeongchang 2018. Studien fokuserar på innehållet på tre rikstäckande webbplattformar; Aftonbladet, Dagens Nyheter och SVT Nyheter. Den har huvudsakligen genomförts genom en kvantitativ innehållsanalys av 1 221 rubriker och ingresser, samt en mindre kvalitativ analys av de 21 artiklar som innehåller tre eller fler stereotyper.

1.2 Journalistiken och jämställdheten

Medier har makten att både utmana stereotyper och att reproducera dem. Kvinnor har alltid varit underrepresenterade och marginaliserade i medierapporteringen. Enligt den senaste versionen av *Who makes the news* (2015) tar kvinnor idag upp 24 procent av utrymmet i det globala mediebruset (The global media monitoring project, 2015). Samtidigt ligger det kvantitativa måttet för jämställdhet på mellan 40 och 60 procent. Det finns dock ingen garanti för att jämställdhetskvaliteten skulle öka och andelen stereotyper minska även om kvinnor skulle ges mer utrymme i medierna. Men en klar majoritet män i mediebruset hjälper förmodligen inte heller (Edström, 2015).

Förhoppningen är att denna studie ska ha en positiv inverkan på journalisters medvetenhet om hur män och kvinnor gestaltas i sportsammanhang. Målet är att uppmärksamma jämställdhet, eller bristen på den, på sportsidorna i vad som ofta kallas för ett av världens mest jämställda länder – Sverige.

Tidigare forskning har konstaterat att många sportjournalister har en tendens att se sig själva som genusneutrala. Men i själva verket är det inte ovanligt med så kallad "genusblindhet", vilket innebär att journalisterna inte ser att de rapporterar annorlunda om damsport jämfört med herrsport (Knoppers & Elling, 2004; Bruce, 2011). Därmed finns det ett stort behov av att belysa och forska mer om frågor kring förekomsten av stereotyper i medier.

Mediernas sportrapportering kan i mycket hög grad påverka samhället och befolkningens genussyn (Trolan, 2013; Seggrave, McDowell & King, 2006). Journalisters ökade medvetenhet om hur det rapporteras om manliga respektive kvinnliga idrottare kan på lång sikt leda till ett mer jämställt samhälle, både inom och utanför sportvärlden. Möjligtvis kan det få unga flickor att i större utsträckning engagera sig i idrott, samt göra att alla får realistiska förebilder och förväntningar på sig själva, oavsett genus. Detta kan i sin tur bidra till bättre psykisk hälsa för flickor och unga kvinnor, då bristen på kvinnliga förebilder inom sport förklarar varför en stor del flickor slutar aktivera sig inom organiserad sport när de når tonåren. Forskning har nämligen visat att risken för sämre självkänsla och depression ökar för dem som inte ägnar sig åt idrottslig aktivitet (Centre for Gender Equality in Iceland, 2006).

Under olympiska spel mer än fördubblas bevakningen av damsport (Quin, Wipf, & Ohl, 2010, återgiven i Bruce 2012¹). Men att kvantiteten i bevakningen ökar behöver nödvändigtvis inte betyda att kvaliteten gör det. Eftersom allt fler människor exponeras för mediernas sportbevakning under ett olympiskt spel, blir det ännu viktigare att studera hur gestaltningen av män och kvinnor ser ut just då.

¹ Quin, Wipf, & Ohl (2010) är ett kapitel i *Sportswomen at the Olympics: A global content analysis of newspaper coverage* av T. Bruce, J. Hovden och P. Markula. Den finns inte tillgänglig i Göteborgs Universitets databaser. Bruce, (2012) är peer reviewed.

2 Teori och tidigare forskning

2.1 Gestaltningsteorin

Denna studie utgår från gestaltningsteorin, då syftet är att undersöka hur journalister använder stereotyper i sin gestaltning av kvinnor och män inom sportvärlden.

I grund och botten innebär gestaltningsteorin att medier kan påverka människors syn på sin omvärld genom hur journalisterna målar upp den. Medier kan nämligen aldrig spegla hela verkligheten, utan bara en skärva av den. Tuchman (1978) beskrev det som ett fönster, genom vilket vi ser den del av världen som det är riktat mot. Vad vi då ser beror på fönstrets storlek, om glaset är klart eller frostat, vilket håll det är riktat åt, samt om vi står nära eller långt bort, rakt framför eller vid någon av fönstrets sidor (Tuchman, 1978). Rent konkret kan det handla om hur journalisterna vinklar nyheterna, väljer sina nyhetssubjekt och fakta, samt hur de använder laddade ord (Shehata, 2015).

Entman (1993) menar att gestaltningsteorin handlar om nyhetsurval och vilka sakfrågor journalisterna väljer att lyfta i medierna, samt hur de porträtterar dem. Alltså tolkar och definierar journalisterna de problem som rapporteras om i medier (Entman, 1993). Enligt Shehata (2015) är mediernas gestaltningar omöjliga att undgå eftersom de formas av de medvetna och omedvetna val som en journalist ständigt ställs inför i sitt dagliga arbete (Shehata, 2015).

Vidare anser Tuchman (1978) att nyhetsproducenterna inte bör ses som individer, utan som delar av en organisation. Hur de gestaltar nyheter beror troligen inte på journalisternas egna värderingar, utan på de journalistiska rutiner, normer och produktionsvillkor som styr skapandeprocessen. Nyhetsorganisationer ger å ena sidan mediekonsumenterna kunskap, men de reproducerar å andra sidan också den kunskap som redan finns. Detta beror på att de inte bara vill förse publiken med vad de behöver och borde konsumera, utan också med vad de *vill* konsumera. Sättet som vi sedan diskuterar ett problem eller fenomen på kommer troligen vara mycket likt det språk som medierna använt i sin gestaltning av det (Tuchman, 1978).

Det är inte bara nyheterna som formar vår världsuppfattning på det här sättet. Även den underhållning vi konsumerar har stor inverkan på hur vi formar vår värld och vår kunskap. Precis som sagor ter sig nyheter olika i olika kulturer. De som producerar nyheter anpassar dem, mer eller mindre medvetet, efter den kultur som både de och konsumenterna lever i (ibid.).

2.2 Genus

Termen genus används genomgående i denna uppsats, och har en betydande roll i det teoretiska ramverket. En central fråga hos dem som forskar om genus är huruvida det finns naturliga skillnader mellan kvinnor och män. Enligt Connell och Pearse (2017) finns det nämligen en hel värld av populärkultur som talar om för oss att så är fallet, det vill säga att män och kvinnor är varandras motsatser. Men de menar också att det finns en problematik i detta. För det första handlar det om skillnader som skadar kvinnors rättigheter och allas, både män och kvinnors, känslomässiga relationer. För det andra menar Connell och Pearse att det

finns ett hav av forskning som tyder på motsatsen, alltså att män och kvinnor egentligen är ganska lika varandra. Många av de fysiska skillnader som finns mellan den manliga och kvinnliga kroppen är beroende av åldern; som barn och gamla är våra kroppar mer lika än olika. Connell och Pearse hävdar att genus inte är något man föds med, utan att det är ett "tillstånd under aktiv konstruktion" (Connell & Pearse, 2017, s. 19). De talar om ett ständigt utvecklande av vår genusidentitet, alltså den identitet som vi tar på oss beroende på vilket kön vi fötts med.

West och Zimmerman (1987) definierar kön som det som avgörs av biologi, det vill säga kroppens anatomi, uppbyggnad och hormonproduktion. De menar att genus snarare handlar om en bedrift; något som uppnås med hjälp av psykologiska, kulturella och sociala medel. Frågan är dock om det kan kallas för en bedrift, då det bland annat skapar ojämn arbetsfördelning, låser in människor i begränsande, traditionella genusidentiteter, samt säkerställer kvinnans underordning gentemot mannen. Författarna konstaterar att vid fem års ålder är vår genusuppfattning lika statisk och ingjuten som uppfattningen om vår könstillhörighet. De kallar fenomenet för att "göra genus", vilket betyder att skapa skillnader mellan män och kvinnor som vi inte föds med, eller som med andra ord inte är naturliga (West & Zimmerman, 1987). Människor "gör genus" dagligen, så även journalister. Därför blir även medier delaktiga i formandet av våra uppfattningar om hur män och kvinnor förväntas vara.

Även Hirdman (1988) menar att termerna genus och kön används för att separera kultur och biologi. Enligt henne bör begreppet genussystem uppfattas som en dynamisk struktur, som genom ett "nätverk av processer, fenomen, föreställningar och förväntningar" (1988, s. 51) leder till bildandet av sociala och kulturella mönster. Denna struktur innebär följaktligen att genussystemet blir en slags ordningsstruktur av kön, som lägger grunden för exempelvis de sociala, ekonomiska och politiska ordningarna. Hirdman tar upp genussystemets två logiker; dikotomin och hierarkin. Den förstnämnda logiken innebär att manligt och kvinnligt ska hållas isär och inte beblandas. Den sistnämnda innebär att mannen och det manliga är normen.

Hegemonisk maskulinitet är ett begrepp som ofta återkommer inom genusforskningen. Connell (1987) definierar begreppet som en manlig dominans uppnådd genom sociala maktspel, vilken sträcker sig över både privatliv och kulturella processer. Hon menar att det inte handlar om fysisk dominans, utan om sådan makt som visar sig bland annat inom religiösa läror, massmediers innehåll, samt sociala och ekonomiska strukturer. Connell talar om en acceptans av patriarkatet, vilken i sin tur bibehåller männens överordnade ställning gentemot kvinnorna (Connell, 1995).

Nordberg (2001) menar att begreppet pekar på en djupt rotad normativ uppfattning i samhället om hur en man ska vara och se ut. På grund av denna ideologi underordnas de män som bryter mot normen, samt kvinnor. Hearn (2004) betonar att hegemonisk maskulinitet inte handlar om att alla män har makt, utan om att makt genomsyrar mäns sociala relationer och beteenden. Begreppet innebär i klartext att ge uttryck åt traditionella och stereotypa maskulina normer. Detta definieras ofta genom egenskaper såsom aggressivitet, risktagande, makt, dominans och heterosexualitet (Connell & Messerschmidt, 2005; McDermott et al., 2017).

2.3 Stereotyper och medier

Sverige har skrivit under både FN:s handlingsplan från kvinnokonferensen i Peking 1995, och Kvinnokonventionen från 1979. Därmed har regeringen åtagit sig att motarbeta

stereotyperingen av män och kvinnor och se till att kvinnor blir mer aktiva inom medierna (Edström & Jacobsson, 2015).

Hinton (2003) menar att stereotypering enligt psykologins synsätt innebär att kategorisera människor. Ofta definieras stereotyper utifrån tre huvudsakliga steg. Till att börja med handlar det om att tillskriva en grupp människor olika egenskaper som sedan används för att känneteckna dem. Exempelvis kan det röra sig om att gruppera människor utifrån kön, etnicitet, nationalitet, utseende och sysselsättning. Efter denna kategorisering attribueras samhällsgrupperna ytterligare utifrån deras vanligt förekommande egenskaper. Vanligtvis definieras de utefter personlighetsdrag eller fysiska egenskaper. Stereotyperingsprocessen avslutas med att slå fast att alla människor som tillhör en specifik grupp besitter de tillskrivna egenskaperna. Därmed grundar sig stereotypering i uppfattningen om att alla människor inom en samhällsgrupp är likadana, utan hänsyn till att skillnader kan förekomma mellan gruppmedlemmarna (Hinton, 2003).

Begreppet stereotyp myntades år 1922 av Walter Lippman. Han beskrev det som att människor skapar "förenklade bilder" av sin omvärld för sig själva (Lippman, 1922, s. 3). Anledningen till detta menade han handlar om att den riktiga världen är för komplex för oss människor att förstå och greppa, vilket har sin grund i våra begränsade kognitiva förmågor. Stereotyperna uppkommer således delvis på individnivå, men också som ett arv av den kulturella kontext som råder i ett samhälle. Lippman ställde sig kritisk till denna samhällskonstruktion och menade att stereotyper ofta är falska uppfattningar av verkligheten som är svåra att förändra (Lippman, 1922).

Kommunikationen har en viktig roll för reproduktionen av stereotyper, vilket gör massmedier till centrala redskap som förmedlare av dessa (Hinton, 2003). Enligt organisationen Allt är möjligt (1998) utgör gestaltning av stereotyper centrala delar av medieinnehållet, eftersom de helt enkelt passar mediernas format av tydlighet och förenkling. I och med att stereotypering historiskt sett har förekommit i massmedieinnehållet handlar den fortsatta användningen av dessa om ekonomi. Medierna tjänar med andra ord på att fortsätta porträttera sakfrågor såsom de alltid har gjort, eftersom det invanda mönstret gör produktionsprocessen effektiv och därmed billigare (Allt är möjligt, 1998).

Både idag och historiskt sett har kvinnan marginaliserats, infantiliserats, trivialiserats och osynliggjorts i medier. Ofta tillskrivs hon rollen som mor, fru eller sexuellt objekt. Det är inte heller ovanligt att hon porträtteras som varm, empatisk, känslig, hjälpsam och vänlig (t.ex. Tolved, 2004; Burris, 2006; Eagly & Steffen 1984; Koivula, 1999; Dahlén, 2008). Van Zoonen (1995) lyfter fram att det som setts som kvinnoidealet i mediasammanhang är attribut som tillgänglighet, undergivenhet och medgörlighet. Dessutom tenderar kvinnor att gestaltas som passiva, beroende och definierade i relation till män i sin närhet. Vidare nämner Van Zoonen resultat från tidigare forskning gjord av Gallagher (1980), som visar att kvinnor oftare porträtteras i familjära miljöer än i professionella eller yrkesrelaterade sådana.

Den manliga stereotypen är kompetent, aktiv, bestämd, självsäker, auktoritär, ambitiös, aggressiv och dominant (t. ex. Tolved, 2004; Burris, 2006; Eagly & Steffen 1984; Koivula, 1999; Dahlén, 2008; Van Zoonen, 1995). Till skillnad från kvinnan förekommer han ofta i sin professionella yrkesroll istället för i familjära sammanhang (Giaccardi et al., 2016). Van Zoonen (1995) framhåller dessutom att män sällan gestaltas i hemmiljö. I sportsammanhang låter medierna honom vara en aktiv idrottsutövare, medan kvinnan får stå vid sidlinjen.

Mannen får alltså stå i centrum medan kvinnan förväntas göra uppoffringar för honom, helt i enlighet med traditionella genusroller (Messner et al., 2000).

2.4 Sport, medier och genus

Om samhället skiljer på män och kvinnor, är sportvärlden troligen inget undantag. Den speglar ofta hur samhället ser ut och kan därför fungera som ett mått på jämställdhet (Beard, 1998). Eftersom idrotten är en del av samhället, har den också möjlighet att påverka dess normer och värderingar även utanför sportvärlden. I symbiosen mellan sport och medier finns därför en möjlighet att antingen bekämpa stereotyper eller befästa dem ännu mer. Detta sker både aktivt genom ordval och passivt i exempelvis fotografier (Trolan, 2013; Seggrave et al., 2006).

2.4.1 Den sekundära damsporten

Historiskt sett har sport varit männens maskulina arena. Sportrapporteringen i medier har därför producerats av män, för män och om män (Bruce, 2012). I och med kvinnornas intåg i sportvärlden utmanades det manliga privilegiet och männens totala dominans. För att bevara den manliga hegemonin menar Kane och Greendorfer (1994) att medier tillämpar en form av anpassning och motstånd. De anpassar sig genom att inkludera kvinnor i medieinnehållet, men tillämpar samtidigt ett motstånd genom att stereotypa och förminska kvinnliga idrottsutövare (Kane & Greendorfer, 1994).

Det har traditionellt funnits en uppfattning om att kvinnor är sämre atleter än män och att damsport är mindre underhållande att titta på. Men den stora skillnaden mellan herr- och damsport ligger inte i kvalitet eller hur underhållande det är, utan nästan enbart i hur mycket de har marknadsförts. Dessutom får damsport ofta mindre produktionsresurser och gestaltas på ett mindre dramatiskt sätt än herrsporten (Burris, 2006; Duncan & Messner, 1998). Tuggle och Owen (1999) förklarar den upplevda bristen på intresse för damlagsporter hos publiken som ett resultat av att de helt enkelt inte har haft möjlighet att ta del av det. Åskådarna är med andra ord inte vana vid damsport (Tuggle & Owen, 1999).

Det finns visserligen fysiska skillnader mellan den manliga och kvinnliga kroppen som skulle kunna översättas i atletisk förmåga; män är exempelvis ofta starkare och snabbare än kvinnor. Idag utövar även kvinnor många traditionellt sett manliga sporter och andelen damsport i medier har ökat. Men genom att medierna framhäver skillnader mellan könen kan förtrycket av kvinnliga sportutövare fortsätta, likaså männens dominans inom sporten (Messner, 1988). Dessutom har de idrottskvinnor som är mer traditionellt feminina ofta fått mer uppmärksamhet i medierapporteringen än de som bryter könsnormerna (Trolan, 2013; Pirinen, 1997).

Både inom medier och i sportvärlden används så kallad könsmärkning. Det betyder att sport som kvinnor utövar ofta kallas för damsport, medan sport som män utövar enbart kallas för sport. Detta är en tydlig markering på att damsport betraktas som sekundär och måste definieras i förhållande till den manliga normen (Messner & Duncan, 1998; Koivula, 1999; Hultén, 2004). Användningen av könsmärkning går i linje med Hirdmans teorier om isärhållande av manligt och kvinnligt (Hirdman, 1988).

2.4.2 Damlagsport, vad är det?

Koivulas (1999) avhandling om genusstereotyper i sportrapportering visar att damsport som traditionellt sett klassats som maskulin utgjorde en nästintill obefintlig del av den generella

idrottsbevakningen. Kvinnor som deltog i lagsporter fick allra minst utrymme. Eftersom lagidrotter ofta kategoriseras som maskulina, tolkar Koivula detta resultat som att lagsporter är mindre accepterade för kvinnor än vad individuella sporter är (Koivula, 1999). I enlighet med Koivulas studie visar forskning av Tuggle och Adams (2004) att bevakningen av olympiska spel i USA traditionellt sett har givit herrlagsporterna betydligt större utrymme i medierna än damlagssporterna. Tidigare studier om olympiska spel genomförda av bland andra Tuggle, visar att kvinnor som tävlar i individuella idrotter historiskt sett har fått nästan dubbelt så mycket uppmärksamhet som kvinnor som tävlade i lagsporter. För att idrottskvinnor ska bevakas i medier, bör de därmed syssla med individuella sporter som klassas som mer socialt accepterade (Tuggle & Adams, 2004; Tuggle & Owen, 1999; Tuggle, Huffman & Rosengard, 2002).

2.4.3 Kvinnor är mödrar, inte atleter

Traditionellt sett har idrottskvinnor i första hand gestaltats som kvinnor och idrotten har hamnat i andra hand. Tolvhed (2004) påpekar i sin studie av OS-rapporteringen mellan 1948 och 1972 att kvinnor ofta har förekommit i andra sammanhang än sportsliga när de väl givits plats i medierna. Vid dessa tillfällen har idrotten dessutom mest framställts som en lek och OS har beskrivits som ett äventyr (Tolvhed, 2004). Enligt Messner (2012) låg mycket av de amerikanska mediernas fokus under OS 2012 på hur kvinnorna hade behövt göra svåra val för att kunna fortsätta utöva sin sport och samtidigt värna om sin familj. Samtidigt sågs männen som självklara atleter. Ofta gestaltades kvinnor som flexjobbande familjekvinnor, medan män porträtterades som linjära varelser med en naturlig fallenhet för sport och medial uppmärksamhet (Messner, 2012).

2.4.4 Mjuka kvinnor och tuffa män

Tidigare forskning visar att medier har en tendens att porträttera kvinnliga idrottare med det som ses som feminina kvaliteter, exempelvis genom att de beskrivs som mjuka, känsllosamma, moderliga och familjära. Manliga idrottare gestaltas däremot enligt de traditionellt maskulina dragen, vilket visar sig bland annat genom att de beskrivs som hårda, tuffa och fysiska (Koivula, 1999). De stereotypa kvinnliga särdragen lyfts fram för att skilja kvinnorna från männen och för att undvika att störa den patriarkala samhällsordningen. Bruce och Wensing beskriver det på följande vis: "Even though they may play sport (well), they conform to the ideals of a 'real woman'" (Bruce & Wensing, 2003, s. 388).

Infantilisering innebär att kvinnor förminskas genom att de porträtteras som flickor och unga kvinnor, samt kallas vid sina förnamn. När Daddario (1994) analyserade vinter-OS 1992 fann hon tre typer av infantiliserande kommentarer: kommentarer som framhäver barnliga drag, de som framhäver hennes familjeroll, främst som dotter, samt de som framhäver damsporten som sekundär, "de andra" (Daddario, 1994). Något som Koivula (1999) lade märke till i sin studie om gestaltning av män och kvinnor i sportsammanhang, var att kvinnor oftare tilltalades med sitt förnamn, eller med för- och efternamn tillsammans. Männen däremot omnämndes snarare med bara efternamn (Koivula, 1999).

2.4.5 Kvinnor som sexuella objekt

Obligatorisk heterosexualitet är en definition som används i de fall då kvinnans relation till sin pojkvän, man, eller pappan till hennes barn lyfts fram i medier. Detta grundar sig i en sorts fördom om kvinnliga idrottare – om inte deras heterosexuella relationer eller stereotypa femininitet framhävs, måste de vara homosexuella. Det skulle i sin tur kunna hota den manliga hegemonin, då kvinnor porträtteras i sammanhang där de inte behöver män (Kane &

Lenskyj, 1998). Ännu en dimension av hur kvinnor sexualiseras i medier handlar om att de tillskrivs en normativ attraktivitet (Markula, 2009, återgiven i Bruce 2012²).

Kane och Greendorfer (1994) argumenterar för att stereotyperingen och sexualiseringen i gestaltningen av kvinnor i medier är ett modernt verktyg som patriarkatet använder för att förtrycka kvinnor. Detta genom att det sociala systemet av genusroller och värderingar normaliseras. De menar vidare att olikheterna mellan det feminina och det maskulina inte bara blir en olikhet, utan även en skillnad rent hierarkiskt. Med andra ord blir femininiteten inte en jämlik skillnad i jämförelse med maskuliniteten, utan en lägre sådan. Ett exempel på detta är hur mannen förväntas vara aktiv, aggressiv och spontan, medan kvinnan förväntas vara svag, passiv och känslig. Kane och Greendorfer menar här att vara aktiv, aggressiv och spontan ses som något som hellre bör eftersträvas (Nead, 1984; Kane & Greendorfer, 1994).

² Markulas (2009) bok *Olympic women and the media: International perspectives* finns inte tillgänglig via Göteborgs universitetsbibliotek. Bruce, (2012) är peer reviewed.

3 Syfte och frågeställningar

Det finns fortfarande brist på forskning och material som handlar om hur könsstereotyper i sportmedier ska bekämpas (Centre for Gender Equality in Iceland, 2006). Mycket av forskningen om genus i mediernas sportrapportering handlar om hur stort utrymme männen respektive kvinnorna ges (Koivula, 1999). Den forskning som fokuserar på hur män och kvinnor gestaltas kommer i stor utsträckning från USA (t.ex. Burris, 2006; Kian, 2011; Seggrave et al., 2006; Duncan & Messner, 1998). Eftersom den svenska forskning som finns om gestaltningen av kvinnor i sportrapporteringen är äldre (Tolvhed, 2004; Koivula, 1999), anser vi att det finns en lucka som behöver fyllas, där denna undersökning kan bli ett värdefullt bidrag till fältet.

Studien fokuserar på medierapportering i Sverige, ett av världens mest jämställda länder. Dessutom handlar den om gestaltningen av OS-atleter, alltså sportvärldens högsta elit. Därmed ökar chanserna för att resultatet kan skilja sig från tidigare forskning och istället visa en mer jämställd porträttering av idrottsutövarna.

Moderna medieformer leder inte per automatik till förändring av medieinnehållet. Även webbnyheter reproducerar de genusstereotyper som länge förekommit i andra typer av mediekanalet (Edström och Jacobsson, 2015). Tidigare studier både i och utanför Sverige har i huvudsak granskat tryckt press, samt radio och tv (t.ex. Koivula, 1999; Messner et al., 2000; Tolvhed, 2004; Tuggle & Owen, 1999; Pirinen, 1997; Daddario, 1994). Denna forskning har visat att sportbevakningen återger stereotypa skildringar av kvinnliga och manliga idrottare. Idag använder allt fler sportfans webben för att snabbt få tillgång till sportresultat och Shifflet et al. (2016) anser att mer forskning bör ägnas åt gestaltningen av kvinnliga och manliga idrottare på denna plattform. Därför kommer denna studie att fokusera på innehåll på webben.

Både i Sverige och andra delar av västvärlden har alltså stereotypa skildringar av idrottskvinnor varit vanligt förekommande, exempelvis sådana som förminskar, infantiliserar och sexualiserar kvinnan. Samtidigt har män och kvinnor tillskrivits stereotypa attribut i form av typiskt manliga egenskaper såsom styrka, makt och aktivitet, samt typiskt kvinnliga egenskaper såsom omvårdnad, känslighet och passivitet. Dessutom har kvinnliga idrottsutövare ofta förekommit i utomsportsliga sammanhang och familjära kontexter. Därför väljer vi att skilja på stereotypa skildringar, attribut och sammanhang i våra frågeställningar.

Vi avser alltså att undersöka på vilket sätt kvinnliga och manliga sportutövare porträtteras i svensk bevakning av vinter-OS 2018. Syftet är därför att genom en kvantitativ och en mindre kvalitativ innehållsanalys undersöka genusgestaltningen i rubriker och ingresser online under OS 2018, på tre av Sveriges största mediers sportsidor; Aftonbladet, SVT Nyheter och Dagens Nyheter.

För att besvara syftet har följande frågeställningar formulerats:

1. Förekommer könsmärkning av dam- och herrsport?
2. Vilka stereotypa skildringar av kvinnor respektive män förekommer?
3. Vilka slags stereotypa attribut tillskrivs kvinnor respektive män?
4. I vilka stereotypa sammanhang förekommer kvinnor respektive män?
5. Vilka, om några, skillnader finns mellan de tre valda medierna i gestaltningen av män och kvinnor?
6. Vilka mönster finns i hur de stereotypa attributen, skildringarna och sammanhangen ter sig i extremfallen?

Fråga ett, två och tre kommer att besvaras utifrån tidigare forskares definitioner av könsmärkning, feminina respektive maskulina attribut och stereotypa skildringar i medier. För att svara på fråga fyra utgår vi från forskning som behandlar de sammanhang kvinnliga och manliga idrottare ofta har gestaltats i. Resultatet kommer delvis presenteras i diagram och tabeller uppdelat per medium, för att synliggöra eventuella skillnader dem emellan och därmed kunna besvara den femte frågeställningen. Den sjätte frågeställningen kommer att besvaras genom en mindre kvalitativ innehållsanalys.

4 Metod och material

Denna studie genomförs med en kvantitativ och en kvalitativ innehållsanalys, där huvudfokus ligger på den kvantitativa delen. Den kvalitativa delen utformades först efter att insamling av empiri för den kvantitativa undersökningen var genomförd. Anledningen till detta var att vissa underliggande budskap inte blev synliga när fokus endast låg på det manifesta innehållet. Genom att komplettera studien med en kvalitativ textanalys får vi både en djupare och en mer generell bild av stereotypernas förekomst i sportmedier på webben.

4.1 Kvantitativ innehållsanalys

Studiens första del genomfördes med en kvantitativ innehållsanalys. Enligt Esaiasson, Gilljam, Oscarsson och Wängnerud (2012) är denna metod att föredra för att svara på frågorna ”hur ofta?” och ”hur mycket?”. En kvantitativ innehållsanalys lämpar sig därmed bäst som metodval för mätning av hur frekvent genusstereotyper förekommer.

Esaiasson et al. (2012) menar att en av fördelarna med just denna typ av vetenskapliga metod är möjligheten till mekaniskt räknande, vilket gör det möjligt att på kort tid gå igenom en större mängd material och samla in stora mängder data. Detta är därmed en passande metod att använda sig av i denna studie, eftersom vi analyserar ett stort antal analysenheter, vilket möjliggör generalisering av resultatet. Den kvantitativa innehållsanalysen är dock inte begränsad till endast mekaniskt räknande. Precis som i en kvalitativ textanalys kommer viss tolkning att vara nödvändig för att kunna avgöra under vilka variabler rubrikerna och ingresserna ska kategoriseras (Esaiasson et al., 2012).

Den kvantitativa innehållsanalysen gör det möjligt att urskilja mönster och strukturer i det material som analyseras. Följaktligen är det med denna metod möjligt att göra generaliseringar och dra slutsatser som kan lyftas upp från de enskilda analysenheterna till en samhällelig nivå (Nilsson, 2010). Metoden har dock kritiserats för att vara enkel och endast skrapa analysmaterialet på ytan, i jämförelse med den kvalitativa analysens djupare tolkning. Detta beror bland annat på att analysen begränsas till det manifesta budskapet, alltså det som kan utläsas med blotta ögat. Därmed riskerar forskaren att gå miste om underliggande betydelser som hade kommit fram i en kvalitativ analys (Nilsson, 2010). Av denna anledning har vi valt att komplettera den kvantitativa delen med en mindre kvalitativ textanalys.

4.2 Kvalitativ innehållsanalys

Studiens kvalitativa del utgår från Altheides (1996) definition av ECA-modellen (Ethnographic Content Analysis). Denna metod används för att få en uppfattning om underliggande betydelser och för att urskilja nyanser och mönster i materialet. ECA-metoden fungerar som ett bra komplement till den kvantitativa delen av studien, då den kan fånga upp underliggande mönster och meningar som annars hade gått förlorade. Viktigt att poängtera är att målet med ECA inte är att utveckla nya teorier, utan att upptäcka eventuella strukturer i materialet som tolkas (Altheide, 1996).

I den kvalitativa analysen används ett protokoll med frågor till materialet som analyseras. Det innehåller teman som fungerar som en guide vid insamlandet av empiri. Forskaren bör vara öppen för att omdefiniera dessa under arbetets gång. Till skillnad från den kvantitativa analysmetoden, ämnar ECA att låta forskaren i mycket högre grad reflektera över och göra

tolkningar av det analyserade materialet (Altheide, 1996). För att enklare kunna utläsa mönster i materialet har vi, som Altheide rekommenderar, noterat beskrivningar och citat från de utvalda texterna i protokollet.

Den kvalitativa delen utgår från de variabler som arbetats fram under den kvantitativa analysen. Men eftersom ECA lämnar utrymme för nya upptäckter under arbetets gång, innehöll protokollet endast tolv frågor från början. Protokollets utveckling behandlades därför som en del av forskningen, och den slutgiltiga versionen kom fram först efter ett flertal omarbetningar, i enlighet med Altheides (1996) beskrivning av den etnografiska innehållsanalysen.

4.3 Material och urval

Undersökningens kvantitativa del täcker samtliga rubriker och ingresser till artiklar under vinjetten OS i Pyeongchang 2018 på Aftonbladets, Dagens Nyheters och SVT Nyheters webbplattformer som publicerades under tiden för de olympiska spelen; 9 till 25 februari 2018. Således bygger denna del av studien på ett totalurval, vilket är en av de bästa metoderna för att i efterhand kunna generalisera resultaten (Esaiasson et al., 2012). Detta faller sig naturligt då antalet artiklar som är relevanta för studien har en tydlig tidsavgränsning.

Efter viss reflektion valdes artiklar som publicerats före och efter OS bort. Enligt Nilsson (2010) bör det övervägas huruvida det är relevant att inkludera analysenheter som inträffat både före och efter den händelse som ska undersökas. På så vis möjliggörs en jämförelse mellan den aktuella händelsen och hur det ser ut i normalfall (Nilsson, 2010). Det hade möjligen gått att inkludera samtliga artiklar under OS-vinjetten på respektive sida, men den begränsade tiden satte stopp för detta. I sådant fall hade något medium fått prioriteras bort. Vi bedömde det som viktigare att ha med tre medium och därmed täcka en större del av det svenska sportmedielandskapet. På så vis ökar möjligheterna för att kunna generalisera slutresultaten.

I ett försök att spegla en bred del av medielandskapet valde vi alltså att fokusera undersökningen på tre olika typer av rikstäckande medier; en kvällstidning, en morgontidning och en public service-kanal. Idag använder sig alltför många människor av webben för att följa sportresultat och få tillgång till dem snabbt (Shifflett, Murphy, Ghiasvand, Carlton & Cuevas, 2016). Därför är webbplattformarna de mest relevanta för studien. Genom detta urval kan eventuella skillnader mellan mediekanalerna identifieras. Alla hemsidor har varsin vinjett där samtliga artiklar från vinter-OS är samlade. Sammanlagt bygger undersökningen på 1 221 analysenheter, varav 514 från Aftonbladet, 367 från Dagens Nyheter och 340 från SVT Nyheter.

Denna studie baseras på forskning om idrottskvinnor och -män. Därför är den kvantitativa innehållsanalysens urval begränsat till rubriker och ingresser där nyhetssubjektet själv utövar en sport. Därmed föll artiklar där experter, kommentatorer eller anhängare utgör det huvudsakliga subjektet bort. I vissa fall uttalar sig andra personer om idrottsutövarna, men så länge huvudfokus låg på idrottaren i rubriken eller ingressen inkluderades analysenheten. Något vi upptäckte under kodningens gång var att artiklar där fokus låg på en idrottsutövarns familjemedlem exkluderades enligt dessa urvalskriterier. Därmed föll också många tydliga exempel på porträttering i familjär kontext bort. Men eftersom denna studie är koncentrerad till hur idrottsutövare porträtteras, bedömde vi det ändå som mest rimligt att begränsa urvalet till artiklar och ingresser där de har den mest framträdande rollen.

Valet av analysenheter baseras på tidigare forskning som visar att stereotyper i medier säljer mer än normbrytande genusgestaltning, vilket leder till en tendens att reproducera existerande stereotyper (Centre for Gender Equality, Iceland, 2006). Den kvantitativa undersökningen fokuserar på rubriker och ingresser snarare än artiklarnas totala innehåll. Detta urval baseras på det faktum att rubriker och ingresser är till för att locka till läsning. De ska vara relevanta och fånga upp själva kärnan i texterna. Enligt Häger (2014) ska rubriker lyfta artikelns viktigaste budskap och de ska formuleras på ett sätt som fångar läsarens intresse. Dessutom är det denna textdel som når flest människor: "Vill du vara den i tidningen som blir mest läst, då ska du vara den som skriver rubrikerna." (Häger, 2014, s. 63). Eftersom det är betydligt fler människor som läser endast rubrik och ingress än som läser hela artiklar, har just dessa korta textdelar stor inverkan på våra bilder av genus. Således är gestaltningen av manliga och kvinnliga idrottare extra viktig att undersöka i just rubriker och ingresser. Eftersom det i en rubrik och ingress kan förekomma flera olika budskap samtidigt, är kodschemat utformat så att det i en och samma rubrik och ingress går att koda kombinationer av olika budskap (Esaiasson et al., 2012).

Första tanken var att endast analysera rubriker, men efter genomförd provkodning blev det tydligt att ingresserna gav en hel del intressant information som ibland inte framkom i rubrikerna. Vi har därför valt att låta rubrik och ingress stå under en och samma analysenhet, för att få ut så mycket data som möjligt av det analyserade materialet. Ännu en anledning till detta beslut är att ingresserna i många fall finns tillgängliga under rubriken redan innan läsaren har klickat in sig på själva artikeln. Därför fungerar de delvis som nedtryckare som även dessa ska locka till klick och vidare läsning. I SVT:s OS-flöde ligger också en slags överskrift i liten storlek, över själva rubriken. Vi har dock valt att inte bry oss om dessa, då vi anser att de inte tillför mycket med studiens syfte i åtanke. Dessutom finns de inte på övriga sportsidor vi analyserat. På Aftonbladet skiljer sig ibland rubriken på förstasidan från den på artikelsidan. I den kvantitativa delen har vi valt att endast koda rubriken på förstasidan, eftersom det är den som lockar till läsning och klick. I de andra två medierna förekom inte detta, därför ansåg vi att resultatet blev mer enhetligt och jämförbart på så vis. Under kodningsarbetet stötte vi även på vissa plusartiklar på Aftonbladet. Dessa var dock ovanligt förekommande och handlade i många fall inte om någon idrottsutövare. Därför kodade vi inte heller dem.

Inför den kvalitativa delen gjordes ett strategiskt urval baserat på de 21 artiklar som kodats med tre eller fler stereotyper i den kvantitativa undersökningen. I den här delen av studien analyseras hela artikeln, exklusive bild och bildtext. Detta för att kunna utläsa hur idrottsutövarna gestaltas och hur stereotyperna fungerar i en helhetskontext. I de fall där artikeln innehöll flera nyhetssubjekt av båda könen analyserades kvinnorna och männen separat. Protokoll utgår från de stereotyper som utgjorde grunden för den kvantitativa undersökningen; förminskning/infantilisering, sexualisering, porträttering i familjär kontext, samt de traditionellt kvinnliga och manliga attribut som redogörs för i den kvantitativa analysen. Under analysens gång lades följande frågor till:

- Vem uttrycker attributen och väljer skildringarna/sammanhangen?
- Vilket är artikelns huvudsakliga fokus?
- Vad får nyhetssubjektet prata om?
- Bryter artikeln mot normer/stereotyper?

Resultatet av den kvalitativa innehållsanalysen bör ses som typexempel på hur stereotypering av atleter kan te sig i de mest extrema fallen.

4.4 Operationalisering, tolkningsregler och kodning

Esaiasson et al. (2012) menar att det bör finnas tydliga tolkningsregler för samtliga variabelvärden i en kodbok. I utgångsläget för denna studie var alla variabler baserade på tidigare forskning om genus och stereotyper i medier, med gestaltningsteorin som övergripande ramverk. Genom operationalisering av teorier om genus inom sportsammanhang och undersökningen av hur journalister använder värdeladdade ord och vinklar nyheter, genomsyras studien av gestaltningsteorin.

Enligt Nilsson (2010) kan det vara svårt att uppnå total interkodreliabilitet, alltså att samtliga forskare får samma resultat av sin kodning. I ett försök att uppnå detta har vi noggrant definierat variablerna för att undvika subjektiva tolkningar.

Kodboken består av sammanlagt 17 variabler. Vid utformningen av dessa har vi gjort en provkodning för att identifiera eventuella otydligheter. Då vissa problem uppstod gick vi tillbaka till kodschemat för att revidera tolkningsregler och variabelvärden. Enligt Nilsson (2010) är detta ett möjligt tillvägagångssätt för att testa interkodreliabiliteten. Vid provkodningen lades bland annat fler exempel på attribut till i tolkningsreglerna. Dessa har inte stöd i tidigare forskning, men var ändå tydliga exempel på stereotypering av män och kvinnor.

Variabel 1 (kodare): För att visa på eventuella skillnader i kodningsmönster och tendenser mellan forskarna, finns en variabel som anger vem som har kodat materialet. Tack vare denna kunde vi i efterhand genomföra ett reliabilitetstest.

Variabel 2 (medium) avgör vilket av de olika nyhetsmedierna som analysenheten ingår i. Denna variabel syftar till att urskilja eventuella skillnader i resultat mellan de olika medierna och hjälper oss att svara på den femte frågeställningen.

Variabel 3 (datum) handlar om vilket datum artikeln vars rubrik/ingress som analyseras publicerats. Denna identifikationsvariabel används för att lättare kunna genomföra ett reliabilitetstest.

Variabel 4 (kön på nyhetssubjekt i rubrik): Kön definieras efter nyhetssubjektets namn samt det pronomen som används i rubrik och ingress. Under avsnitt 2.3 (Kön eller genus) i denna uppsats fastställs skillnaden mellan genus och kön. Med utgångspunkt i detta är vi medvetna om att det går inte att veta om en person med ett typiskt kvinnligt namn faktiskt identifierar sig som en kvinna. Eftersom atleterna i de olympiska spelen delas upp enligt den klassiska definitionen av biologiskt kön, sker uppdelningen på samma sätt för variabel fyra. I övriga delar av uppsatsen använder vi oss av begreppet genus. I de fall då det inte går att avgöra vilket kön nyhetssubjektet har, kudas inte analysenheten eftersom den inte går att tolka i resultatet och därmed inte tillför något för våra frågeställningar. Detta kan handla om artiklar där nyhetssubjektet är anonymt, exempelvis när det rapporteras om dopningskandaler.

Variabel 5 (rubrikens fokus): Denna variabel finns för att skilja de rubriker och ingresser som fokuserar på sporten och prestationen från dem som inte gör det. Tidigare forskning (t.ex. Tolvhed, 2004; Gallagher, 1980) visar att kvinnor ofta gestaltas i utomsportsliga kontexter även i sportbevakningen, medan män tillåts vara endast atleter. Därmed hjälper denna variabel

till att svara på frågeställningen om i vilka sammanhang män respektive kvinnor tillåts framträda i sportmedier.

Variabel 6 (typ av sport) definierar vilken sport nyhetssubjektet utövar eller kopplas till. Enligt bland andra Koivula (1999) och Tuggle och Adams (2004) har kvinnor som deltagit i lagsporter ofta hamnat i skymundan i ännu större utsträckning än de kvinnor som sysslat med individuella idrotter. Även denna variabel svarar på fråga fyra, om i vilka typer av sammanhang kvinnliga och manliga idrottare porträtteras. Under kodningens gång upptäckte vi svårigheter med att koda skidåkare som tävlar både individuellt och i lag. Där det framgår i artikeln vilken specifik tävling det handlar om, till exempel stafett, har den kodats som lagsport trots att utövaren egentligen huvudsakligen sysslar med en individuell idrott. I fall där artikeln inte handlar om en specifik tävling har utövarens huvudsakliga idrott avgjort tolkningen. Denna variabel har inte diskuterats i resultatet och analysen (se kapitel 4.5.2).

Variabel 7 (sexualisering) avser att mäta huruvida rubriken och ingressen framhäver nyhetssubjektets sexuella läggning och tillgänglighet, samt utseende. Det är inte ovanligt att kvinnor beskrivs i förhållande till sina manliga partners, eller att fokus hamnar på utseende enligt normativ attraktivitet (Van Zoonen, 1995; Kane & Lenskyj, 1998; Markula, 2009, återgiven i Bruce, 2012³). Variabeln svarar på den andra frågeställningen om stereotypa skildringar i sportmedier.

Variabel 8-9 (förminskning/infantilisering, namn i rubrik): Även dessa variabler besvarar frågeställning två, om förekomsten av stereotypa skildringar i sportbevakningen. De baseras på forskning av Daddario (1994) och Koivula (1999), som konstaterar att sportmedier tenderar att förminska och infantilisera kvinnliga idrottare. Med infantilisering menas bland annat att framhäva barnsliga drag, familjeroller och damsportens sekundära ställning. Enligt Koivulas studie från 1999 omnämndes kvinnliga idrottare ofta vid förnamn, alternativt för- och efternamn, medan män endast kallades vid sina efternamn. Med variabel nio vill vi undersöka om det fortfarande ser ut på samma sätt. Vi fokuserar enbart på namn i rubrik, eftersom för- och efternamn nästan alltid redovisas i ingressen.

Variabel 10 (beskrivs i familjär kontext): Denna variabel hjälper oss att besvara fråga fyra i syftet. Tidigare forskning visar att kvinnan ofta gestaltas som mor, fru eller i andra familjeroller (t.ex. Tolved, 2004; Burris, 2006; Eagly & Steffen 1984; Koivula, 1999; Dahlé 2008). Dessutom gestaltas kvinnor i större utsträckning i familjära kontexter än i yrkesrelaterade sammanhang. Tvärtom är det med männen som oftare porträtteras i sin professionella yrkesroll (Gallagher, 1980; Giaccardi, Ward, Seabrook, Manago & Lippman, 2016).

Variabel 11-13 (tillskrivs vårdande, passiva och känslomässiga egenskaper): Dessa variabler ämnar att kategorisera de typiska kvinnliga attributen (t.ex. Tolved, 2004; Burris, 2006; Eagly & Steffen 1984; Koivula, 1999; Dahlé 2008) i tre olika grupper. Vi har valt att låta de vårdande egenskaperna inkludera moderlighet, omhändertagande, hjälpsamhet, värme, vänlighet och empati. Vidare har vi kategoriserat egenskaperna osäkerhet, oro, svaghet och maktlöshet som passiva sådana (Van Zoonen, 1995). Slutligen har vi skapat en kategori med känslomässiga egenskaper som inkluderar attribut såsom känslighet, mjukhet, ödmjukhet och irrationalitet. Med dessa tre kategorier kan vi besvara den tredje frågeställningen.

³ Markulas (2009) bok *Olympic women and the media: International perspectives* finns inte tillgänglig via Göteborgs universitetsbibliotek. Bruce, (2012) är peer reviewed.

Variabel 14-16 (tillskrivs aktiva egenskaper, samt styrka och makt): Även dessa variabler besvarar fråga tre. De kategoriserar de typiska manliga attributen (t.ex. Tolved, 2004; Burris, 2006; Eagly & Steffen 1984; Koivula, 1999; Dahléen 2008) i tre olika grupper. Attribut som exempelvis aggressivitet, styrka, hårdhet, modighet, självsäkerhet, bestämdhet och stabilitet har samlats i kategorin styrka. Vidare har vi valt att i kategorin makt inkludera attribut såsom makt, dominans och auktoritet. Under aktiva egenskaper har vi kategoriserat attribut som relaterar till ambition, aktivitet, rationalitet och handlingskraftighet. Variablerna 11 till 16 är definierade utifrån tidigare forskning. Uppdelningen syftar till att möjliggöra kombination av variablerna för att skapa en mer nyanserad bild av resultatet än som hade framkommit vid en gruppering av alla kvinnliga respektive manliga stereotypa egenskaper i endast två variabler.

Variabel 17 (könsmärkning) lades till efter påbörjad kodning. Vi upptäckte flera fall av könsmärkning och hade stöd för detta i teorin. Därmed bestämde vi oss för att formulera frågeställning ett, samt koda alla rubriker och ingresser där det fanns ord som markerade huruvida det handlade om dam- eller herrsport – exempelvis “herrlaget”, “curlingtjejerna” och “damåkare”. Vi är medvetna om att vissa könsmärkningar är nödvändiga, till exempel i fall såsom “Svenska succén – Sveriges damer bäst i hela OS”, för att betona att det är just på damsidan som de är bäst. Vi kodar varken Damkronorna (svenska hockeylaget) eller Damlejonen (finska hockeylaget) som könsmärkning, eftersom det är vad lagen heter. Det rör sig dock fortfarande om en systematisk könsmärkning, men journalisterna har ingen makt att ändra deras lagnamn. Det är också viktigt att betona att könsmärkning i sig inte är något negativt i sportsammanhang, men om fördelningen är ojämn kan det vara problematiskt. Om det fortfarande skulle vara så att främst damsporten könsmärks, signalerar detta damsportens fortsatt sekundära ställning.

4.5 Metoddiskussion

4.5.1 Reliabilitet

Reliabilitet handlar om att undvika slarv- och slumpfel vid datainsamlingen i en kvantitativ analys (Esaiasson et al., 2012). Nilsson (2010) gör en distinktion mellan den reliabilitet som sker mellan kodare och den som rör den enskilda forskarens kodning. Interkodreliabilitet innebär att samtliga kodare tolkar analysenheterna på samma sätt och därmed får samma resultat. Intrakodreliabilitet handlar om att den enskilda forskaren är konsekvent i sin kodning (Nilsson, 2010).

För att i så stor utsträckning som möjligt undvika slarvfel har vi kodat materialet direkt i SPSS. Under ungefär halva kodningstiden satt samtliga kodare tillsammans för att möjliggöra diskussion om eventuella frågetecken. Resterande tid befann sig en av oss på annan plats, och kodningen utfördes då delvis på skilda håll med kontakt via länk när det fanns möjlighet. Dock såg vi till att markera alla frågetecken som dök upp, samt diskuterade dessa i efterhand.

Efter slutförd kodning gick vi igenom hela datamängden för att se till att vi inte hade glömt att koda någonting. Här tog vi hjälp av funktionen “frequencies” i SPSS och kunde därmed fylla i eventuella luckor i datamatrixen. Därefter genomförde vi ett reliabilitetstest. Vi använde oss av slumpgeneratorn random.org för att få fram 200 stickprover ur datamaterialet. Dessa slumpades fram ur den totala datamängden, vilket innebär att vi testade både våra egna och varandras kodningar. Därmed har både inter- och intrakodreliabiliteten prövats. Enligt Esaiasson et al. (2012) innebär en hög andel samstämmiga kodningar vid ett sådant test att reliabiliteten är god. Exakt hur hög andelen bör vara beror på vilka variabler det handlar om.

Krävs det mer tolkning får kodaren nöja sig med ett något lägre resultat än vid mer konkreta fall. Resultatet av vårt reliabilitetstest visade på 89 procent överensstämmande kodning av de 200 stickprov som genomfördes. Hälften av de avvikande fallen handlade om rena slarvfel som åtgärdades, medan resterande utgjordes av variabler som kräver viss tolkning. Det var ingen specifik variabel som stack ut bland dessa elva procent, utan felen uppstod endast i enstaka fall och var inte systematiska. Därmed bedömer vi reliabiliteten som god.

4.5.2 Validitet

Vi har i den här undersökningen arbetat kumulativt, då vi har utgått från ett flertal forskares studier. Genom att omvandla teoretiska begrepp om exempelvis stereotypa attribut till operationella indikatorer, har vi således använt oss av en form av resonemangsvaliditet. Eftersom tidigare forskare använder konkreta begrepp som enkelt går att översätta till mätbara indikatorer, anser vi att vi har uppnått en god resonemangsvaliditet. Därmed bedömer vi även begreppsvaliditeten som god.

Esaiasson et al. (2012) skriver att en studie ska vara utformad på så sätt att olika forskare ska kunna uppnå samma resultat. Variablerna i den kvantitativa undersökningen öppnar för viss tolkning i och med att vi letar efter budskap i analysenheterna. Genom att noga definiera variablerna och dess värden utifrån teori, har vi försökt värja oss mot dessa subjektiva tolkningar. Vi har varit öppna för att revidera tolkningsreglerna under arbetets gång. När någon variabel var svår att koda diskuterade vi denna och tog ett gemensamt beslut om eventuella ändringar. Vi upptäckte att exempelordet "kompetens" för variabel 16 ställde till det, eftersom vi tolkade den väldigt olika. Detta insåg vi dag två under kodningsarbetet och beslöt oss för att istället definiera aktivitet med exemplen "handlingskraftighet" och "rationalitet". Därefter reviderade vi samtliga analysenheter som redan hade kodats utifrån de nya premisserna.

Efter genomförd kodning fattades beslutet att inte inkludera variabel 6, typ av sport, i studiens resultat eller analytiska del. Vid närmare reflektion insåg vi att vi inte hade definierat variabeln tydligt nog. Utan att veta exakt hur många kvinnor och män som utövar individuella och lagsporter i OS, samt hur framgångsrika de är och hur många som tävlar för Sverige, blir resultatet inte jämförbart med verkligheten. Vi har dessutom kodat skidstafett som lagsport, trots att sportutövaren i huvudsak sysslar med individuell idrott. Alltså hade validiteten brustit om vi hade inkluderat variabeln i resultatet.

Något som kan vara viktigt att ha i beaktning i en kvantitativ studie som innehåller en förhållandevis hög grad av tolkning, är att forskarnas egna värderingar kan influera resultatet. Dock går det att värja sig mot detta genom att ständigt vara transparent i arbetsgången (Esaiasson et al., 2012). Det bör därmed tilläggas att samtliga författare till denna studie identifierar sig som feminister och kvinnor. En utmaning under arbetet med kodningen var att inte läsa in för mycket i det som stod i rubrikerna och ingresserna. Därför har vi varit noga med att enbart titta på det manifesta innehållet i den kvantitativa analysen, samtidigt som vi har diskuterat alla tveksamheter. På så vis kunde dessa fällor undvikas.

Resultatvaliditet uppnås enligt Esaiasson et al. (2012) genom en kombination av god begreppsvaliditet och hög reliabilitet. Då vi bedömer både begreppsvaliditeten och reliabiliteten för den kvantitativa innehållsanalysen som god, finner vi att den även har god resultatvaliditet. Utifrån detta, samt valet av de tre undersökta medierna, kan resultatet med stor sannolikhet generaliseras till webbrapporteringen av de olympiska spelen i allmänhet. Detta framför allt då medierna täcker flera olika delar av medielandskapet – public service,

dagspress och kvällspress – vilket ökar generaliserbarheten. Det är med andra ord sannolikt att rapporteringen på andra kvällstidningar liknar Aftonbladets, och vidare att den ser likadan ut på Dagens Nyheter som på övriga morgontidningar. Andra medier som har snarlika förutsättningar som de undersökta, kommer förmodligen uppvisa liknande mönster. Utifrån dessa givna villkor finns extern validitet för undersökningen. Däremot kan vi inte uttala oss om rapporteringen i radio och TV, eller om generaliserbarheten för sportrapporteringen utanför OS.

Den kvalitativa delen av uppsatsen baseras på ett strategiskt urval utifrån den kvantitativa analysens resultat, medan protokollet bygger på teorier från tidigare forskning. Därmed är resonemangsvaliditeten även för den kvalitativa textanalysen god.

5 Resultat och analys

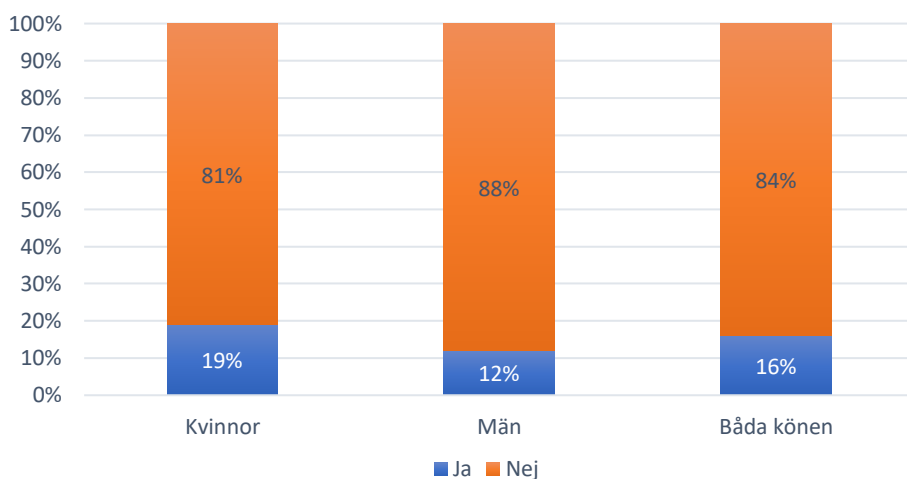
I detta kapitel presenteras resultatet av studien med hjälp av stapeldiagram och tabeller, efterföljande kommentar och en förklarande text, samt analys med exempel. Kapitlet följer frågeställningarnas ordning, med undantag för resultatet som rör skillnader mellan medium. Detta redogörs för under varje frågeställning för att förenkla jämförelse och förståelse av den aktuella frågan, men en övergripande analys av skillnader mellan medierna presenteras senare i kapitlet.

Diagrammen redovisas utifrån uppdelningen kvinnor, män och båda könen. Med båda könen menas de rubriker och ingresser med flera huvudpersoner av olika kön. Kapitlet avslutas med en sammanfattning av resultatet disponerat utifrån undersökningens sex frågeställningar.

5.1 Förekommer könsmärkning av dam- och herrsport?

Män utövar sport, kvinnor utövar damsport. Så har det åtminstone varit i medier, visar tidigare forskning av bland andra Messner och Duncan (1998), Koivula (1999) och Hultén (2004). De menar att damsporten har definierats i förhållande till den manliga normen, och därmed satts i en sekundär ställning. Detta kallas alltså för könsmärkning, ett fenomen som överensstämmer med Hirdmans (1988) teorier om dikotomi och hierarki. Dessa begrepp handlar om att sära på det som ses som manligt och kvinnligt, och synen på mannen som normen.

FIGUR 1. FÖREKOMMER KÖNSMÄRKNING?
I OS-RAPPORTERINGEN 2018 PÅ WEBBEN



Kommentarer: Totalt antal analyserade rubriker/ingresser: 1 221. Kvinnor: 567. Män: 604. Båda könen: 50

Diagrammet i figur 1 redovisar resultaten gällande förekomst av könsmärkning fördelat på artiklar om kvinnor, män, samt flera kön. Det visar att det är något vanligare att damsport och kvinnliga idrottare könsmärks, även om skillnaden är marginell. Rubriker och ingresser om kvinnliga atleter könsmärks 19 procent av gångerna. För män är motsvarande siffra tolv procent. I artiklar om båda könen förekommer könsmärkning i 16 procent av fallen. Vid rubriker och ingresser som handlar om båda könen kan könsmärkning ibland tyckas

nödvändig för att särskilja sporterna; det är dock något vanligare när det handlar om endast damer.

I enlighet med ovan nämnda teorier är det just damsport som traditionellt har blivit föremål för könsmärkning i medier. Denna studies resultat visar liknande tendenser. Könsmärkning är visserligen ovanligt i det material som har undersökts, men används oftare i nyheter om kvinnliga atleter än manliga. I vissa fall kan det dock vara berättigat för journalister att förtydliga om en nyhet handlar om kvinnor eller män i sportsammanhang. Ett tillfälle då det i synnerhet skulle vara nödvändigt att använda sig av könsmärkning är om en nyhet handlar om flera nyhetssubjekt av olika kön. Av denna anledning inkluderades även artiklar där både kvinnor och män utgjorde huvudpersoner. I följande exempel från SVT Nyheter (2018-02-15) förekommer könsmärkning av både män och kvinnor som nyhetssubjekt. I det här fallet är fenomenet mer berättigat i och med att det används för att klargöra distinktionen mellan två tävlingar.

“Först skrällsilver till Sebastian Samuelsson i herrarnas jaktstart. Sen ett ännu mer överraskande OS-guld i damernas distans genom Hanna Öberg. Dessutom har de dragit med sig inspirerade lagkompisar till toppresultat, en breddinsats som nu gett en ny vinst i form av sex friplatser in i den olympiska masstarten.”

I studiens resultat framgår dock att även om könsmärkning av båda könen är vanligare än könsmärkning av endast män, är det fortfarande vanligast förekommande i rubriker och ingresser där kvinnor är de huvudsakliga nyhetssubjekten. Nedan följer ett typexempel på när könsmärkning hade kunnat undvikas, publicerat i Dagens Nyheter (2018-02-25):

Rubrik: *“Johan Esk: Med bättre skidor hade OS-succén blivit ännu större”*

Ingress: *“Det blev inget perfekt slut men en väldigt passande avslutningsdag. Ett lag med kvinnor säkrade Sveriges bästa vinter-OS. En svensk skrällde. Och Marit Björgen visade att hon är tidernas största vinterolympier.”*

Istället för att påpeka att det handlar om “ett lag med kvinnor” hade skribenten kunnat skriva ut vilket lag det rörde sig om. Att det var just kvinnor är egentligen oviktigt i sammanhanget.

Ibland kan det vara berättigat med könsmärkning även i fall som handlar om bara det ena könet. Ett exempel på detta återfinns i Aftonbladet (2018-02-25), där rubriken lyder: *“Svenska succén – Sveriges damer bäst i hela OS.”* Även i ingressen kan vi se ett exempel på könsmärkning:

“Sverige har gjort sitt bästa vinter-OS någonsin.

Faktum är att blågult toppar medaljligen på damsidan - med fem guld, fyra silver och ett brons.

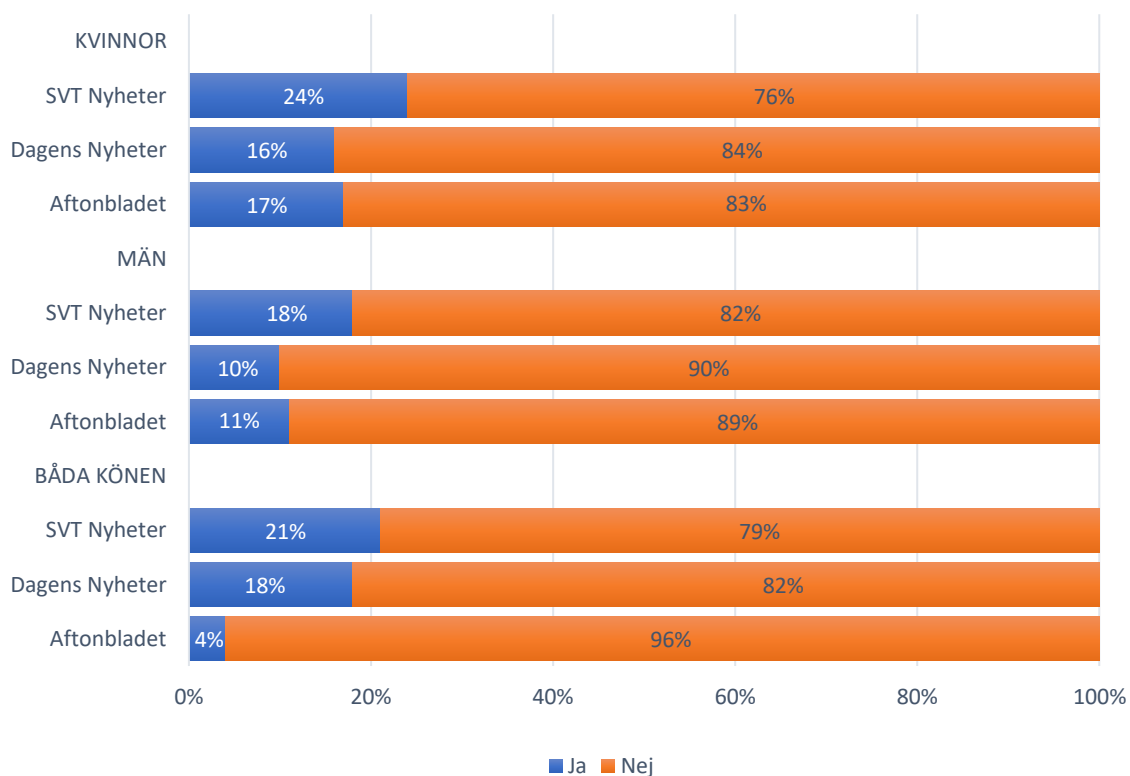
– De är bäst, bäst, bäst! sa Carl XIV Gustaf om Sveriges historiska OS.”

Ovanstående nyhet handlar om att Sverige har tagit flest medaljer på just damsidan. Därmed kan denna könsmärkning rättfärdigas. Visserligen är det alltid möjligt att helt utesluta könsmärkning, men att inte skriva ut orden “damer” och “damsidan” vore i detta fall som att ignorera herrsportens existens.

Under arbetets gång gjordes det aktiva valet att inte tolka Damkronorna, namnet på Sveriges damhockeylag, som könsmärkning. Detta är visserligen ett tydligt exempel på den typ av

strukturella könsmärkning som förekommer i sportvärlden (andra exempel är SHL, Svenska hockeyligan, och SDHL, Svenska damhockeyligan; eller Allsvenskan och Damallsvenskan). Beslutet togs att ändå inte se Damkronorna som könsmärkning i denna studie, då det i dessa fall inte varit journalisten som valt att använda sig av ordet “dam”.

**FIGUR 2. KÖNSMÄRKNING PER MEDIUM
I OS-RAPPORTERINGEN 2018 PÅ WEBBEN**



Kommentarer: Totalt antal analyserade rubriker/ingresser: 1 221
 SVT Nyheter: Totalt: 341. Kvinnor: 173. Män: 152. Båda könen: 16.
 Dagens Nyheter: Totalt: 366. Kvinnor: 172. Män: 183. Båda könen: 11.
 Aftonbladet: Totalt: 514. Kvinnor: 222. Män: 269. Båda könen: 23.

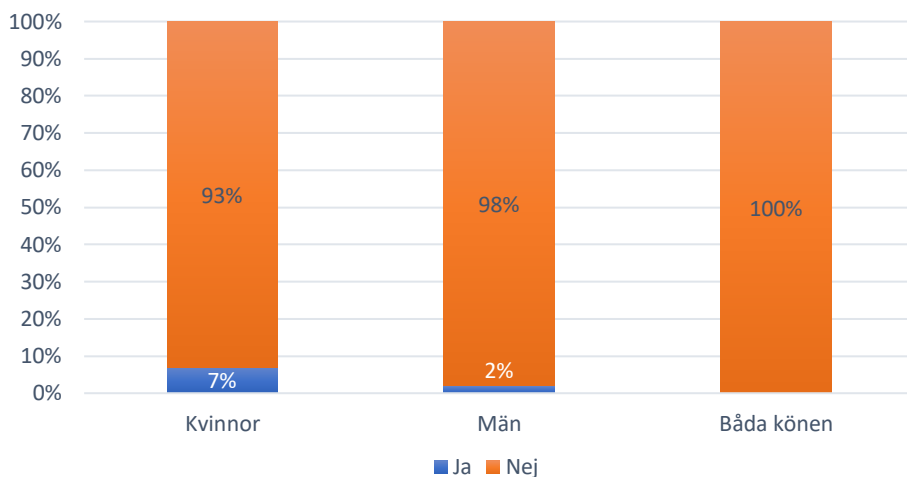
Samtliga medier könsmärker damsport något mer än herrsport. Figur 2 visar att skillnaden är lika stor hos samtliga medier. Könsmärkning är något vanligare hos SVT Nyheter än de andra två medierna. Värt att notera är dock att jämförelsen främst ska göras inom det egna mediet, då könsmärkning i sig inte behöver vara något negativt så länge det förekommer i lika stor utsträckning för både dam- och herrsport. Det blir problematiskt först när ett kön utsätts för detta i större utsträckning än det andra, en tendens som finns hos samtliga medier.

5.2 Vilka stereotypa skildringar av kvinnor respektive män förekommer?

5.2.1 Förminskning/infantilisering

Figur 3 visar förekomsten av förminskning/infantilisering av nyhetssubjekten i de analyserade rubrikerna och ingresserna, och denna data hjälper oss att besvara frågeställning nummer två. I en infantiliserande text porträtteras vuxna människor som barn, exempelvis genom att de kallas för flickor eller pojkar, "Lilla (namn)", eller att barnsliga drag framhävs. En förminskande text är nedlåtande och trivialiserande, där nyhetssubjektet inte tas på allvar. Förminskning och infantilisering är ovanligt bland kvinnor och män, och obefintligt i artiklar om båda könen. Dock är det nästan fyra gånger så vanligt förekommande med infantilisering och förminskning av kvinnor än av män.

FIGUR 3. FÖREKOMMER FÖRMINSKNING/INFANTILISERING?
I OS-RAPPORTERINGEN 2018 PÅ WEBBEN



Kommentarer: Totalt antal analyserade rubriker/ingresser: 1 221. Kvinnor: 567. Män: 604. Båda könen: 50

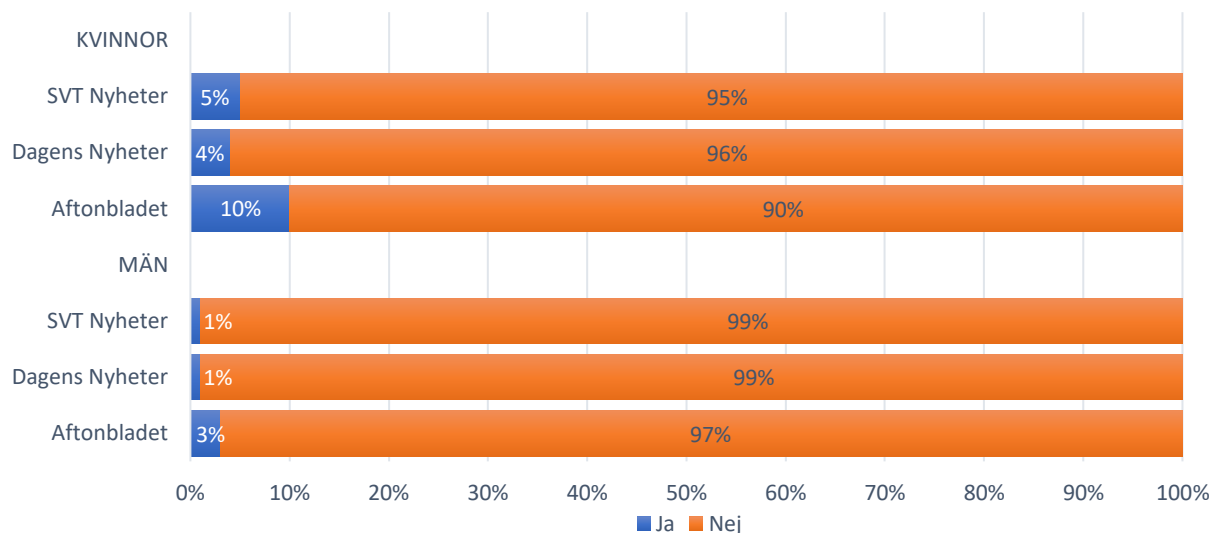
Denna studie visar tecken på liknande typer av infantilisering och förminskning som bland andra Tolvhed (2004), Burris (2006), Koivula (1999) och Van Zoonen (1995) kommit fram till i sina studier. Resultatet överensstämmer med tidigare forskning i det avseende att kvinnliga nyhetssubjekt är de som främst förminskas och infantiliseras i mediernas sportrapportering. Det verkar dock ske i mindre utsträckning i den svenska rapporteringen av OS i Pyeongchang än vad som framgått i ovan nämnda studier.

Ett exempel på infantilisering syns i följande rubrik som är publicerad på Aftonbladet (2018-02-25): "Lilla Anna blev störst i hela curlingvärlden". Här framställer skribenten atleten som ett barn i och med användandet av ordet "lilla" framför hennes namn. Daddario (1994) talar om den typen av infantiliserande kommentarer som framhäver kvinnans familjeroll, framför allt som dotter. Rubriken om "lilla Anna" följs av en ingress som är ett exempel på denna typ av infantilisering:

"Här blir lilla Anna störst i hela curlingvärlden. Med sin mor, far och pojkvän på läktaren ledde 28-åringen Sverige till OS-guld i Sydkorea. – Den här medaljen tillhör hela min familj, säger Anna Hasselborg och låter tårarna rinna av lycka och tacksamhet."

Journalisten har alltså lyft fram idrottarens roll som dotter genom att poängtera att hennes föräldrar är på plats för att stötta henne. Förutom infantilisering är denna ingress ett tydligt exempel på familjär kontext (se kapitel 5.4.1), hur känslomässiga egenskaper framhävs (se kapitel 5.3.1, figur 13), samt sexualisering, vilket diskuteras vidare i kapitel 5.2.2.

**FIGUR 4. INFANTILISERING/FÖRMINSKNING PER MEDIUM
I OS-RAPPORTERINGEN 2018 PÅ WEBBEN**



Kommentarer: Totalt antal analyserade rubriker/ingresser: 1 221
 SVT Nyheter: Totalt: 341. Kvinnor: 173. Män: 152. Båda könen: 16.
 Dagens Nyheter: Totalt: 366. Kvinnor: 172. Män: 183. Båda könen: 11.
 Aftonbladet: Totalt: 514. Kvinnor: 222. Män: 269. Båda könen: 23.

Ovan redovisas skillnaderna i förekomsten av förminskning/infantilisering mellan de tre medierna. I samtliga medier är det vanligare med förminskning och infantilisering av kvinnor än av män. Det medium som utmärker sig mest är Aftonbladet, där var tionde artikel med ett kvinnligt nyhetssubjekt innehåller infantiliserande och förminsande tendenser. Vidare är det mer än tre gånger så vanligt att kvinnliga atleter förminskas eller infantiliseras jämfört med manliga. Den minsta andelen förminskning sker av män på SVT Nyheter och Dagens Nyheter. Där är det fem respektive fyra gånger vanligare att kvinnor förminskas/infantiliserar. Det rör sig dock om små andelar, och förminskning och infantilisering av män är nästintill obefintligt.

TABELL 5. NAMN I RUBRIK
I OS-RAPPORTERINGEN 2018 PÅ WEBBEN, I PROCENT

Namn i rubrik	Kvinnor	Män	Båda könen
<i>Inget namn förekommer</i>	45	58	70
<i>Kallas vid förnamn</i>	5	2	4
<i>Kallas vid efternamn</i>	35	31	16
<i>Kallas vid för- och efternamn</i>	14	7	2
<i>Flera personer, olika benämning</i>	2	1	6
<i>Smeknamn</i>	0	2	2
<i>Total</i>	101%	101%	100%
<i>Antal</i>	567	604	50

Kommentarer: Totalt antal analyserade rubriker/ingresser: 1 221. Kvinnor: 567. Män: 604. Båda könen: 50
Summan blir inte 100 procent för grupperna kvinnor och män på grund av avrundning.

I exemplet om “lilla Anna” omnämns idrottaren endast vid förnamn – något som tidigare forskning visar är vanligt förekommande i rubriker med kvinnliga nyhetssubjekt. Som tidigare nämnt är även detta en form av infantilisering. I resultatet av denna undersökning kan det utläsas att fem procent av kvinnorna omnämns vid förnamn i rubriken, jämfört med endast två procent av männen. De kvinnliga atleterna benämns även oftare vid för- och efternamn än de manliga (14 procent jämfört med sju procent), vilket överensstämmer med Koivulas (1999) slutsatser gällande hur kvinnor och män tilltalas i sportsammanhang.

Koivula konstaterade även i sin studie att män tilltalades med bara efternamn oftare än kvinnor. Detta stämmer dock inte överens med resultatet av denna studie, där det ser jämnt ut mellan könen med en något starkare tendens hos kvinnorna.

Smeknamn är vanligare i männens fall; det bör dock påpekas att många av dessa fall handlar om Calle Halfvarsson (här har Calle tolkats som smeknamn, eftersom hans egentliga namn är Carl-Christian). Kvinnor omnämns aldrig vid smeknamn.

Resultatet visar att över hälften (58 procent) av rubrikerna som handlar om män saknar namngivning helt och hållet. För kvinnorna är samma siffra endast 45 procent. En tolkning av detta kan vara att rubriksättaren antar att publiken redan vet vem subjektet är, och därför avstår från att skriva ut namnet. När journalisten däremot väljer att skriva ut de kvinnliga nyhetssubjektens namn skulle det kunna tolkas som att idrottskvinnor behöver en närmare presentation. På så vis kan fenomenet ses som en form av indirekt könsmärkning, genom att kvinnor nämns vid namn och det därmed klargörs att artikeln handlar om damsport. Detta skulle alltså kunna vara ytterligare ett exempel på hur kvinnorna ges en sekundär ställning rent hierarkiskt gentemot männen.

TABELL 6. NAMN I RUBRIK PER MEDIUM
I OS-RAPPORTERINGEN 2018 PÅ WEBBEN, I PROCENT

Figur 6.1 Kvinnor

Namn i rubrik per medium	Aftonbladet	Dagens Nyheter	SVT Nyheter
Inget namn förekommer	54	36	42
Kallas vid förnamn	6	5	4
Kallas vid efternamn	23	43	41
Kallas vid för- och efternamn	14	14	13
Flera personer, olika benämning	2	1	2
Smeknamn	0	1	0
Total	99 %	100 %	102 %
Antal	222	172	173

Summan blir inte 100 procent för grupperna Aftonbladet och SVT Nyheter på grund av avrundning.

Figur 6.2 Män

Namn i rubrik per medium	Aftonbladet	Dagens Nyheter	SVT Nyheter
Inget namn förekommer	70	57	39
Kallas vid förnamn	2	3	1
Kallas vid efternamn	19	32	49
Kallas vid för- och efternamn	5	6	9
Flera personer, olika benämning	1	0	1
Smeknamn	3	3	1
Total	100 %	101 %	100 %
Antal	269	183	152

Summan blir inte 100 procent för Dagens Nyheter på grund av avrundning.

Figur 6.3 Båda könen

Namn i rubrik per medium	Aftonbladet	Dagens Nyheter	SVT Nyheter
Inget namn förekommer	70	73	69
Kallas vid förnamn	9	0	0
Kallas vid efternamn	13	18	19
Kallas vid för- och efternamn	0	0	6
Flera personer, olika benämning	4	9	6
Smeknamn	4	0	0
Total	100 %	100 %	100 %
Antal	23	11	16

Kommentarer: Totalt antal analyserade rubriker/ingresser: 1 221

SVT Nyheter: Totalt: 341. Kvinnor: 173. Män: 152. Båda könen: 16.

Dagens Nyheter: Totalt: 366. Kvinnor: 172. Män: 183. Båda könen: 11.

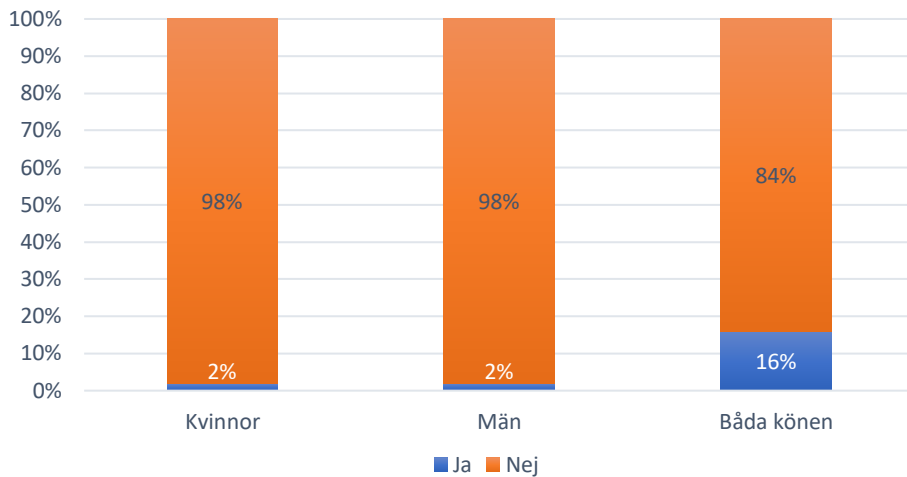
Aftonbladet: Totalt: 514. Kvinnor: 222. Män: 269. Båda könen: 23.

Vid en jämförelse mellan medierna kan det konstateras att SVT Nyheter är det enda medium där det är vanligare att männen omnämns vid efternamn (49 procent), än kvinnorna (41 procent). På Dagens Nyheter är andelen kvinnor som omnämns vid efternamn märkbart större än andelen män (40 respektive 32 procent), medan skillnaden på Aftonbladet är relativt liten. Vidare är Aftonbladet det medium som oftast benämner kvinnor vid endast förnamn.

5.2.2 Sexualisering

I figur 7 redovisas förekomsten av sexualisering av nyhetssubjekten. Med sexualisering menas fokus på utseende, sexuell tillgänglighet eller sexuell läggning. Det är lika vanligt förekommande för kvinnor som för män. I 16 procent av de fall där nyhetssubjekten är av båda könen förekommer sexualiserande skildringar av huvudpersonerna.

FIGUR 7. FÖREKOMMER SEXUALISERING?
I OS-RAPPORTERINGEN 2018 PÅ WEBBEN

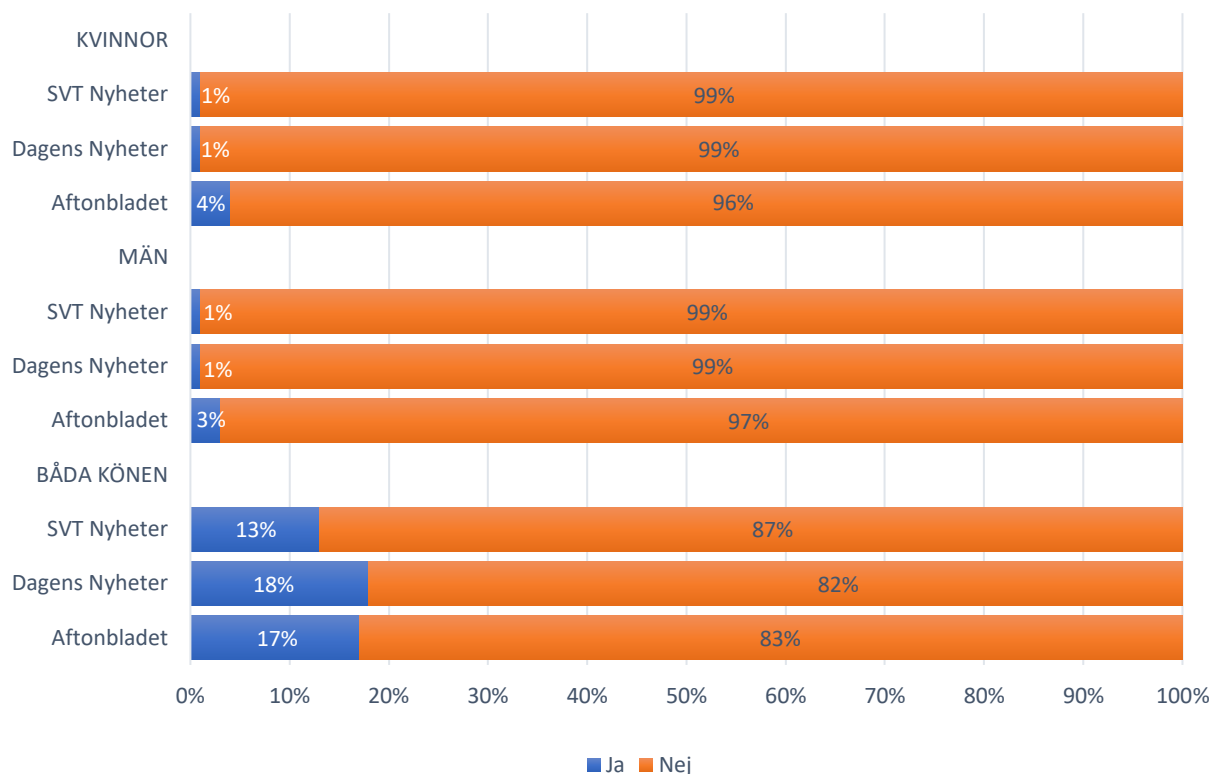


Kommentarer: Totalt antal analyserade rubriker/ingresser: 1 221. Kvinnor: 567. Män: 604. Båda könen: 50

Förutom rollen som dotter, konstaterar Kane och Lenskyj (1998) att kvinnliga atleter ofta gestaltas som flickvän, fru eller sexuellt objekt i medier. De pekar alltså på en form av sexualisering av nyhetssubjekten. Med sexualisering menas även fokus på utseende och sexuell läggning. Denna studies resultat skiljer sig från Kane och Lenskyjs (1998) forskning på så sätt att sexualisering av män är lika vanligt förekommande som det är av kvinnor. Därmed går det inte att se några likheter mellan studiens resultat och teorin om förtryck av kvinnor genom sexualisering i medier (Kane & Greendorfer, 1994). Dock är frekvensen av sexualisering betydligt högre i de artiklar som handlar om båda könen. Många av dessa fall handlar om sexuell tillgänglighet och läggning, det vill säga att nyhetssubjektens romantiska relationer lyfts fram. Exempel på detta syns i följande ingress från SVT Nyheter, publicerad 2018-02-23:

“Idag är det alla hjärtans dag. Alpina stjärnan Lindsey Vonn söker en dejt till kvällen. Och fick svar av det svenska stjärnskottet Sebastian Samuelsson. ‘Jag väntar’, skriver han på Twitter.”

**FIGUR 8. FÖREKOMST AV SEXUALISERING PER MEDIUM
I OS-RAPPORTERINGEN 2018 PÅ WEBBEN**



Kommentarer: Totalt antal analyserade rubriker/ingresser: 1 221
 SVT Nyheter: Totalt: 341. Kvinnor: 173. Män: 152. Båda könen: 16.
 Dagens Nyheter: Totalt: 366. Kvinnor: 172. Män: 183. Båda könen: 11.
 Aftonbladet: Totalt: 514. Kvinnor: 222. Män: 269. Båda könen: 23.

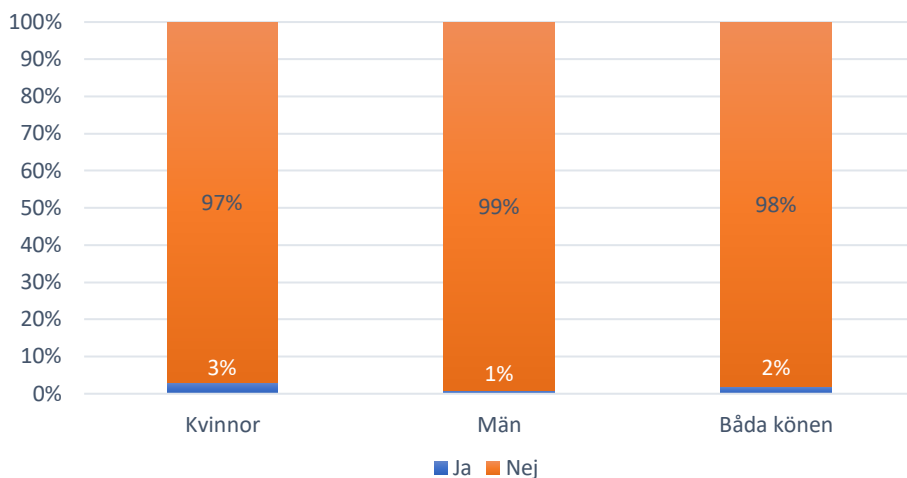
Sexualisering sker i större utsträckning i Aftonbladets och Dagens Nyheters rapportering än hos SVT Nyheter. I Aftonbladet är sexualisering i artiklar som handlar om endast ett av könen vanligare än i resterande medier. Det är marginella skillnader mellan könen i Aftonbladets rapportering, då endast en procentenhet skiljer dem åt. Sexualisering är mest ovanligt förekommande på SVT Nyheter. Det finns ingen skillnad mellan könen vare sig på SVT Nyheter eller på Dagens Nyheter.

5.3 Vilka slags stereotypa attribut tillskrivs kvinnor respektive män?

5.3.1 Kvinnliga stereotyper

De kvinnliga attributen har kategoriserats utifrån tre huvudsakliga grupper – vårdande, passiva och känslomässiga. Figur 9 redovisar i hur stor utsträckning nyhetssubjekten tillskrivs typiskt kvinnliga, vårdande egenskaper. Exempel på vårdande attribut är moderlighet, hjälpsamhet, värme, vänlighet, empati och omhändertagande.

FIGUR 9. VÅRDANDE ATTRIBUT
I OS-RAPPORTERINGEN 2018 PÅ WEBBEN



Kommentarer: Totalt antal analyserade rubriker/ingresser: 1 221. Kvinnor: 567. Män: 604. Båda könen: 50

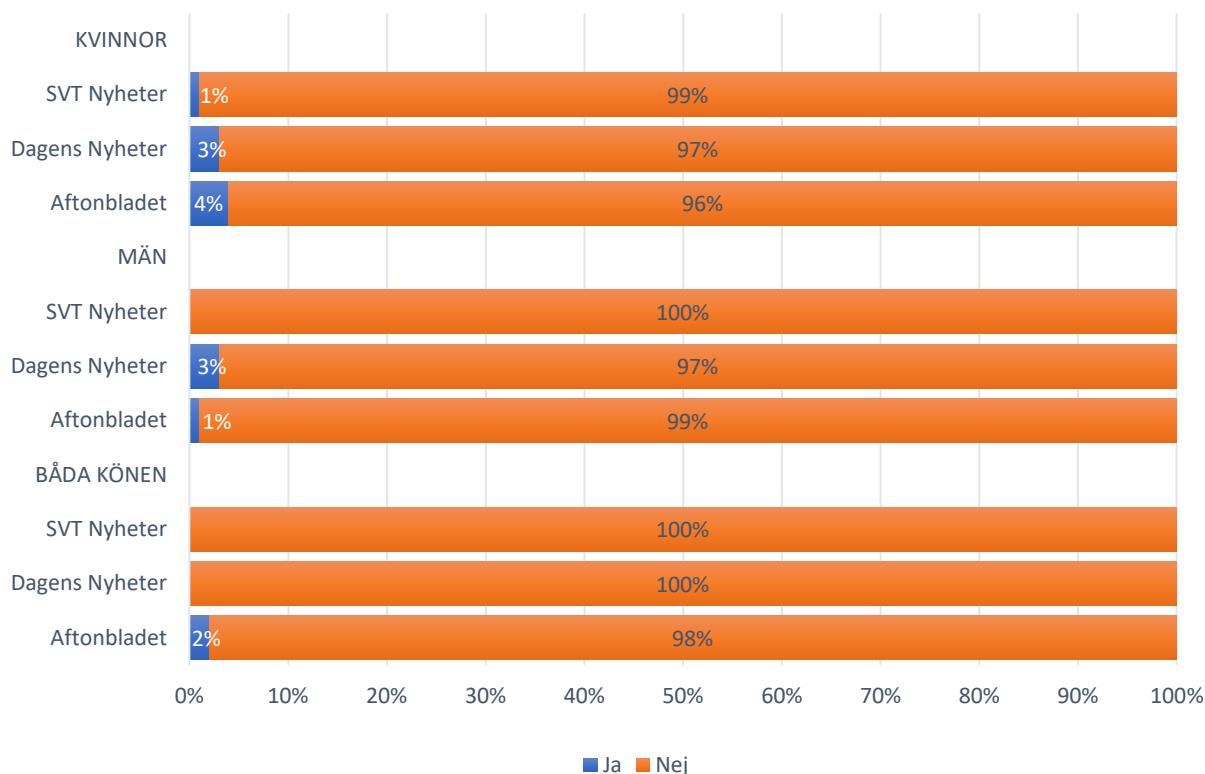
Som figur 9 visar är vårdande egenskaper inte vanligt förekommande, vare sig för kvinnor eller män. Detta går emot tidigare forskning, som har pekat på att kvinnor ofta gestaltas med vårdande attribut (t.ex. Tolved, 2004; Burris, 2006; Eagly & Steffen 1984; Koivula, 1999; Dahlén, 2008; Van Zoonen, 1995). Det bör dock noteras att andelen vårdande kvinnor är tre gånger större än andelen män i denna studie. I fall där nyhetssubjekten är av båda könen tillskrivs de vårdande egenskaper två procent av gångerna. Ett typexempel på denna typ av attribut ses i följande rubrik och ingress publicerade 2018-02-20 på Aftonbladets webbsida.

Rubrik: *“Lagkamraternas fina stöd till Mona Brorsson”*

Ingress: *“Mona Brorsson sköt bort sig och var förkrossad efter mixedstafetten. Nu tröstas hon av lagkamraterna.*

– Vi finns där för Mona och kommer att stötta henne, säger Hanna Öberg.”

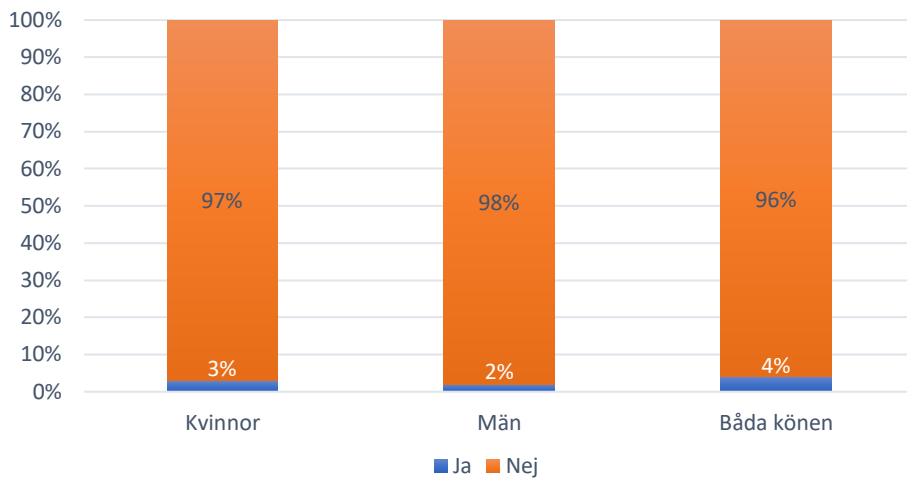
FIGUR 10. VÅRDANDE ATTRIBUT PER MEDIUM
I OS-RAPPORTERINGEN 2018 PÅ WEBBEN



Kommentarer: Totalt antal analyserade rubriker/ingresser: 1 221
 SVT Nyheter: Totalt: 341. Kvinnor: 173. Män: 152. Båda könen: 16.
 Dagens Nyheter: Totalt: 366. Kvinnor: 172. Män: 183. Båda könen: 11.
 Aftonbladet: Totalt: 514. Kvinnor: 222. Män: 269. Båda könen: 23.

Vårdande attribut är ovanliga i samtliga medier. Aftonbladet är det medium som i störst utsträckning tillskriver nyhetssubjekten dessa egenskaper. Kvinnor attribueras med vårdande egenskaper fyra gånger så ofta på Aftonbladet som på SVT Nyheter. Även Dagens Nyheter använder sig av dessa stereotyper något oftare än SVT, men inte lika ofta som Aftonbladet. Män tillskrivs vårdande egenskaper sällan eller aldrig på Aftonbladet och SVT Nyheter. I Dagens Nyheter rapportering förekommer det i tre procent av fallen. Aftonbladet är det enda medium där vårdande stereotyper påträffas i artiklar om båda könen.

FIGUR 11. PASSIVA ATTRIBUT
I OS-RAPPORTERINGEN 2018 PÅ WEBBEN



Kommentarer: Totalt antal analyserade rubriker/ingresser: 1 221. Kvinnor: 567. Män: 604. Båda könen: 50

Passiva attribut utgörs exempelvis av osäkerhet, oro, svaghet, maktlöshet och passivitet. Artiklar där huvudpersonen tillskrivs passiva egenskaper är väldigt få och skillnaderna är marginella mellan samtliga grupper. Endast tre procent av kvinnorna attribueras passivitet. Detta är något mer än i männens fall, där det rör sig om två procent. Fyra procent av artiklarna med nyhetssubjekt av båda könen tillskriver subjekten passiva attribut.

De passiva egenskaperna lyser alltså med sin frånvaro i artiklar om samtliga grupper, vilket kan förklaras med att det handlar om idrottare i världseliten. Det kan ses som ologiskt att beskriva dem som passiva, trots att kvinnor som inte är olympiska atleter ofta har gestaltats på detta sätt (t.ex. Messner, 2000; Nead 1984; Kane & Greendorfer, 1994). Nedan följer ett exempel från SVT Nyheter (2018-02-22) som innehåller passiva attribut.

Rubrik: "Svensken bakom den avgörande straffen"

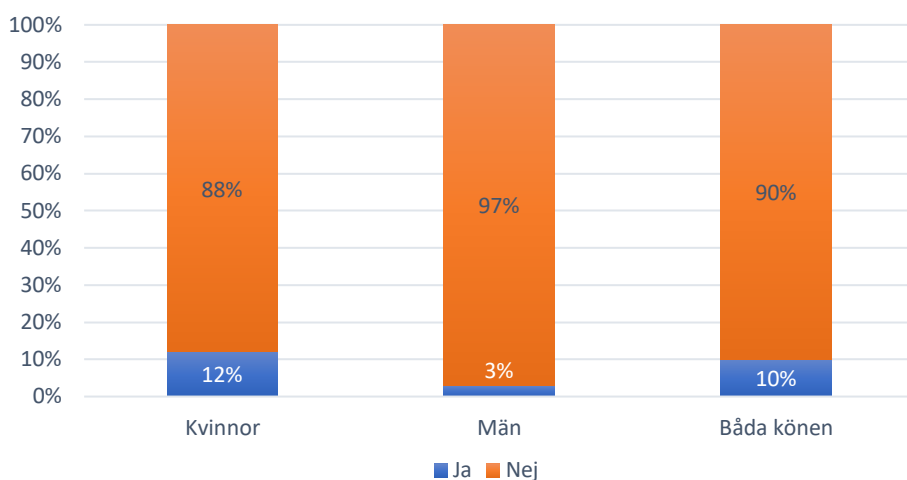
Ingress: "Jocelyne Lamoureux-Davidson satte den avgörande straffen i finalen mot Kanada. Bakom den ligger den förre svenske förbundskaptenen Peter Elander, numera coach i Ohio State."

Ovanstående exempel har tolkats som passivitet i och med att Peter Elander beskrivs som den som ligger bakom Lamoureux-Davidsons framgångar i OS. Med andra ord ges han erkännande för det som egentligen är hennes prestation. Alltså har journalisten tillskrivit den kvinnliga idrottsutövaren passivitet, då det är en man som får ta äran för hennes avgörande straff.

PASSIVA ATTRIBUT PER MEDIUM

Passiva attribut är något vanligare i artiklar där kvinnor är huvudpersoner på Aftonbladet och Dagens Nyheter. I artiklar med nyhetssubjekt av båda könen är passiva attribut vanligast på SVT Nyheter. I övrigt är skillnaderna marginella (se bilaga 1, figur 1).

FIGUR 12. KÄNSLOMÄSSIGA ATTRIBUT
I OS-RAPPORTERINGEN 2018 PÅ WEBBEN



Kommentarer: Totalt antal analyserade rubriker/ingresser: 1 221. Kvinnor: 567. Män: 604. Båda könen: 50

Figur 12 visar resultaten gällande den tredje och sista kategorin med typiskt kvinnliga attribut, känslomässiga egenskaper. Exempel på dessa är känslighet, mjukhet, ödmjukhet och irrationalitet. Här syns en tydlig skillnad mellan manliga och kvinnliga nyhetssubjekt. Det är fyra gånger vanligare att kvinnor tillskrivs känslomässiga attribut än män. I mer än var tionde artikel där en kvinna utgör nyhetssubjekt attribueras hon med känslomässiga egenskaper. Det är nästan lika vanligt förekommande i rubriker och ingresser där nyhetssubjekten är av båda könen. Detta stämmer överens med Koivulas (1999) forskning som visar att kvinnliga atleter i högre grad än manliga gestaltas som känsliga.

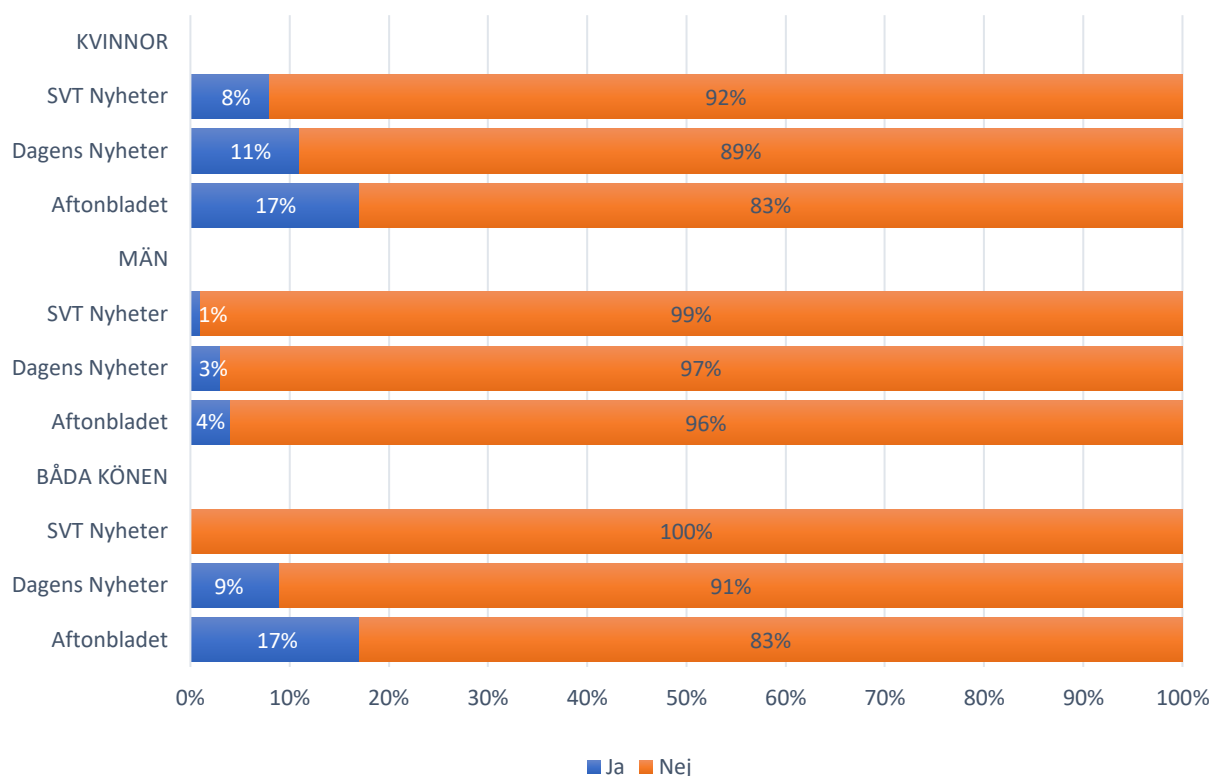
Många av de rubriker och ingresser där nyhetssubjekten tillskrivs känslomässiga attribut handlar om kvinnor som gråter. Det skulle visserligen kunna vara så att kvinnorna gråter oftare än männen, men även om så vore fallet handlar rubriker och ingresser om vad journalisten väljer att lyfta fram och hur de väljer att vinkla nyheten. Således kan detta kopplas till Shehata's (2015) definition av gestaltningsteorin, samt Hägers (2014) förklaring av rubrikers funktion. Häger menar att rubrikens uppgift är att lyfta det viktigaste i artikeln. En relevant fråga att ställa sig i det här sammanhanget är därför om det viktigaste som hände i följande exempel faktiskt var att den kvinnliga atleten grät:

Rubrik: *“Stina i glädjetårar: ‘Det är sinnessjukt’ ”*

Ingress: *“Silver-Stina har blivit guld-Stina. På prispallen då hon fick ta emot blommor och en tygtiger brast det för svenskan som lät glädjetårarna flöda längs kinderna. Det var år av förberedelser som gav utdelning.*

– Jag trodde aldrig att jag skulle gråta på en prispall men jag tränat så länge för det och jag släppte ut det, säger Nilsson och har svårt att få fram orden som stockar sig i halsen till Kanal 5.” (2018-02-13) SVT Nyheter

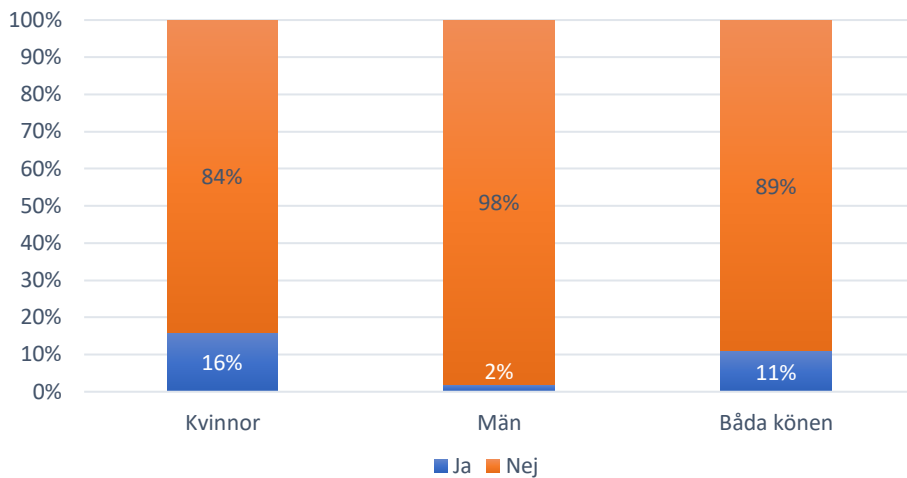
FIGUR 13. KÄNSLOMÄSSIGA ATTRIBUT PER MEDIUM
I OS-RAPPORTERINGEN 2018 PÅ WEBBEN



Kommentarer: Totalt antal analyserade rubriker/ingresser: 1 221
 SVT Nyheter: Totalt: 341. Kvinnor: 173. Män: 152. Båda könen: 16.
 Dagens Nyheter: Totalt: 366. Kvinnor: 172. Män: 183. Båda könen: 11.
 Aftonbladet: Totalt: 514. Kvinnor: 222. Män: 269. Båda könen: 23.

I samtliga medier är det betydligt vanligare att kvinnliga atleter tillskrivs känslomässiga attribut än manliga. Aftonbladet utmärker sig som det medium som i störst utsträckning tillskriver atleter denna typ av egenskaper i samtliga grupper. På SVT Nyheter används dessa attribut minst frekvent och aldrig i artiklar med nyhetssubjekt av båda könen. Det är mer än dubbelt så vanligt förekommande att kvinnor tillskrivs känslomässiga egenskaper på Aftonbladet som på SVT Nyheter. De grupper som utmärker sig är Aftonbladets artiklar med kvinnliga nyhetssubjekt och nyhetssubjekt av båda könen.

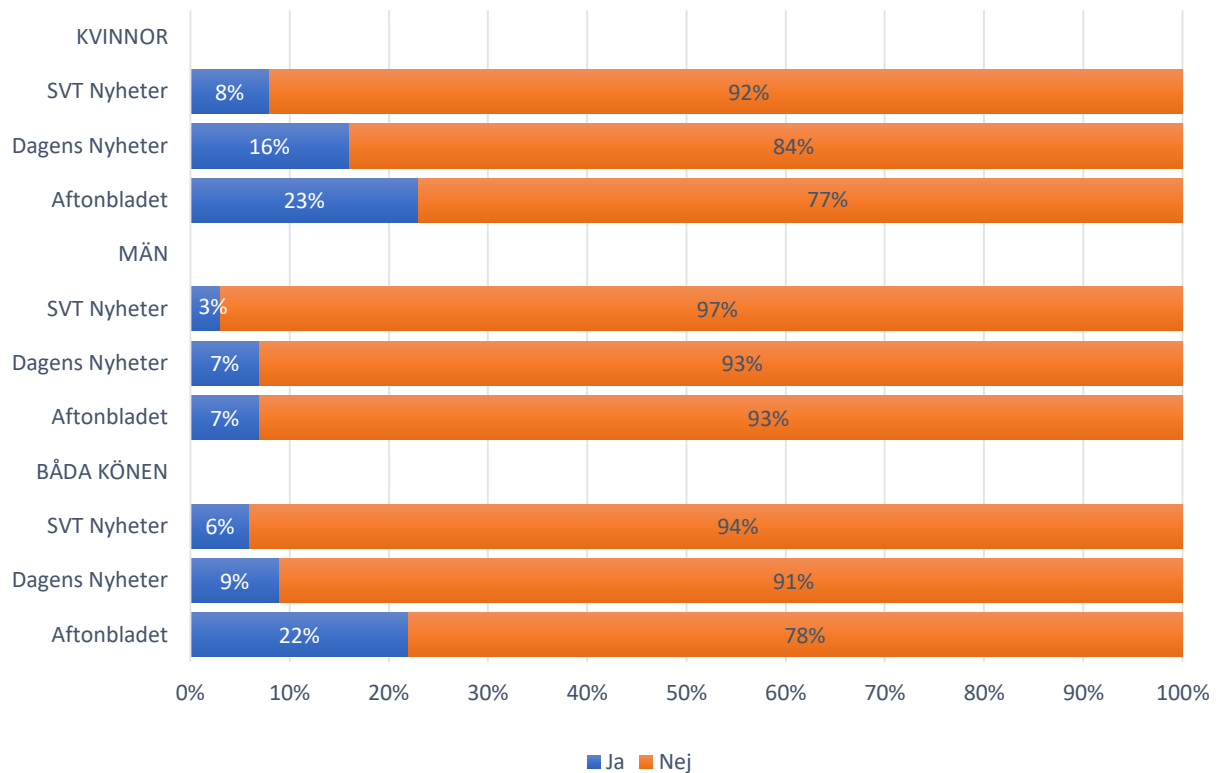
FIGUR 14. SAMTLIGA KVINNliga ATTRIBUT
I OS-RAPPORTERINGEN 2018 PÅ WEBBEN



Kommentarer: Totalt antal analyserade rubriker/ingresser: 1 221. Kvinnor: 567. Män: 604. Båda könen: 50

Diagrammet visar en sammanslagning av de stereotypa kvinnliga attributen, det vill säga hur stor andel rubriker och ingresser som innehåller en eller fler exempel på dessa egenskaper. Här framgår en tydlig skillnad mellan könen. Endast två procent av männen tillskrivs denna typ av karaktärsdrag, jämfört med 16 procent av kvinnorna. Därmed ligger detta i linje med den forskning som visar att kvinnor tenderar att gestaltas med typiskt kvinnliga attribut (känslomässiga, passiva, vårdande) i större utsträckning än männen (t.ex. Tolved, 2004; Burris, 2006; Eagly & Steffen 1984; Koivula, 1999; Dahlé, 2008; Van Zoonen, 1995). Det är även vanligare att artiklar med nyhetssubjekt av båda könen tillskrivs denna typ av egenskaper än artiklar där huvudpersonen är en eller flera män. Här går det dock inte att urskilja om det är kvinnorna, männen eller nyhetssubjekt av båda könen som tillskrivits attributen.

**FIGUR 15. SAMTLIGA KVINNliga ATTRIBUT PER MEDIUM
I OS-RAPPORTERINGEN 2018 PÅ WEBBEN**



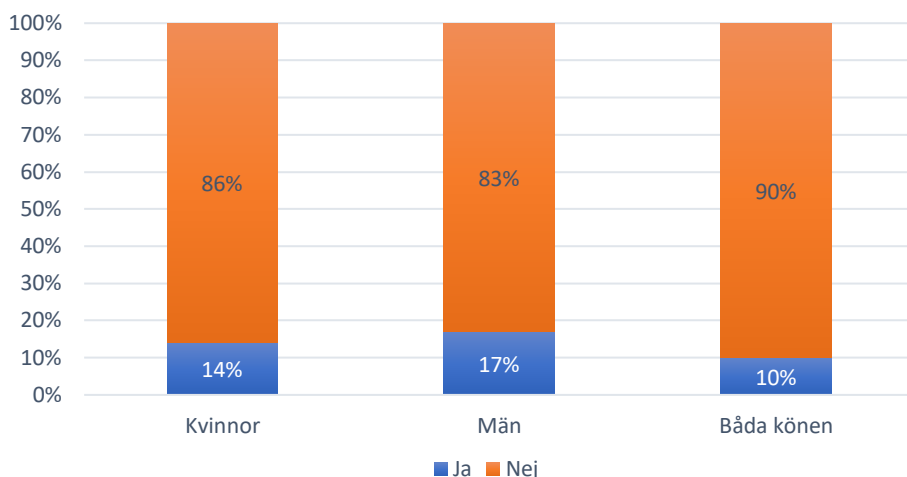
Kommentarer: Totalt antal analyserade rubriker/ingresser: 1 221
 SVT Nyheter: Totalt: 341. Kvinnor: 173. Män: 152. Båda könen: 16.
 Dagens Nyheter: Totalt: 366. Kvinnor: 172. Män: 183. Båda könen: 11.
 Aftonbladet: Totalt: 514. Kvinnor: 222. Män: 269. Båda könen: 23.

Figur 15 redovisar skillnaderna mellan medierna gällande i vilken utsträckning nyhetssubjekten tillskrivits något av de typiskt kvinnliga attributen. Aftonbladet attribuerar nyhetssubjekten kvinnliga stereotyper betydligt oftare än de två andra medierna, när det gäller kvinnor och båda könen. Därefter följer Dagens Nyheter och sist SVT Nyheter, som är det medium som minst frekvent tillskriver nyhetssubjekten kvinnliga attribut.

5.3.2 Manliga stereotyper

De manliga attributen är uppdelade i tre grupper; styrka, makt och aktiva attribut. I figur 17 redovisas den första av dessa tre kategorier. Några exempel på egenskaper som kategoriserats under styrka är aggressivitet, styrka, hårdhet, modighet, stabilitet och bestämdhet.

FIGUR 16. STYRKA
I OS-RAPPORTERINGEN 2018 PÅ WEBBEN



Kommentarer: Totalt antal analyserade rubriker/ingresser: 1 221. Kvinnor: 567. Män: 604. Båda könen: 50

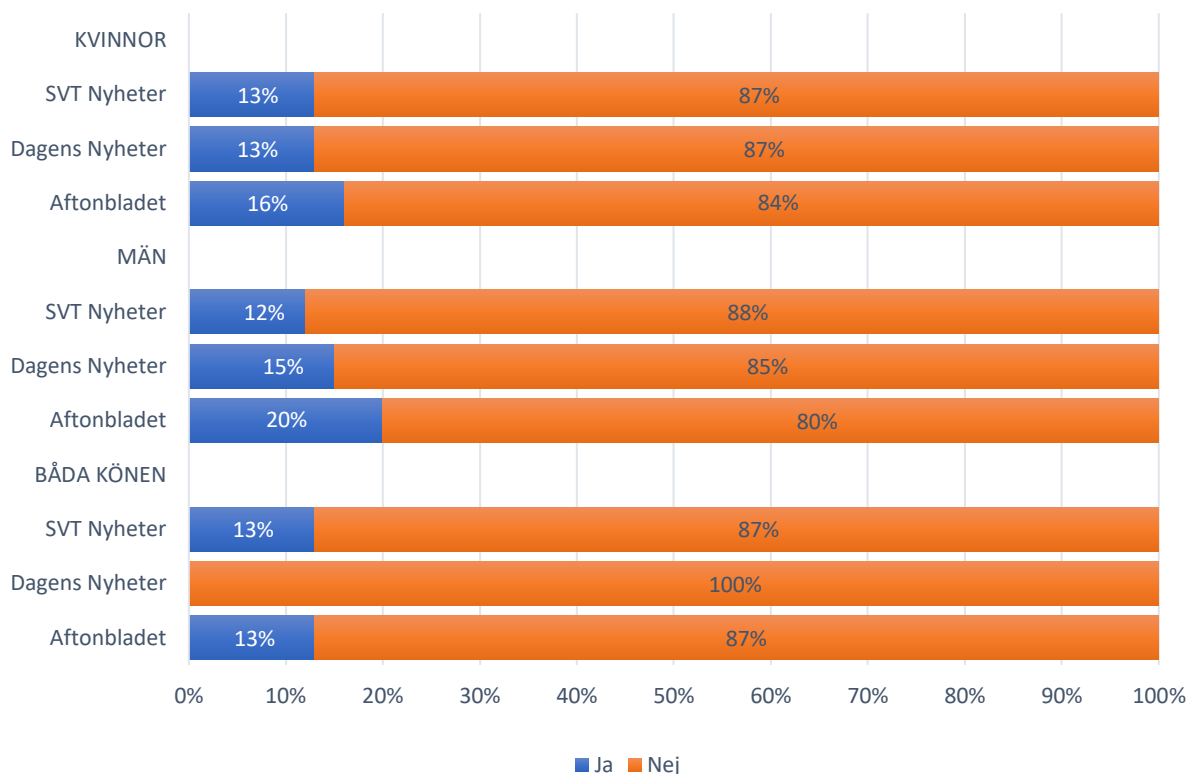
Här framgår det att männen tillskrivs styrka i marginellt större utsträckning än kvinnor (17 respektive 14 procent). Detta går delvis i linje med Koivulas (1999) beskrivning av hur manliga idrottare tenderar att gestaltas. Värt att notera är att de kvinnliga atleterna tillskrivits denna typ av attribut i nästan lika hög grad som män, vilket motsäger Koivulas forskning. Att olympiska atleter är starka är dock ett faktum, oavsett om de är män eller kvinnor. Därför är resultatet inte helt oväntat.

Ett exempel på hur ett fall där nyhetssubjektet tillskrivits styrka kan se ut visas i följande rubrik och ingress från Aftonbladet (2018-02-21):

Rubrik: *“Fasths raseriutbrott - flydde efter Tre Kronors fiasko”*

Ingress: *“Sverige är utslagna ur OS. Det fick Viktor Fasth att se rött. Målvakten fick ett utbrott, slog sönder klubban och nobbade sedan all media.”*

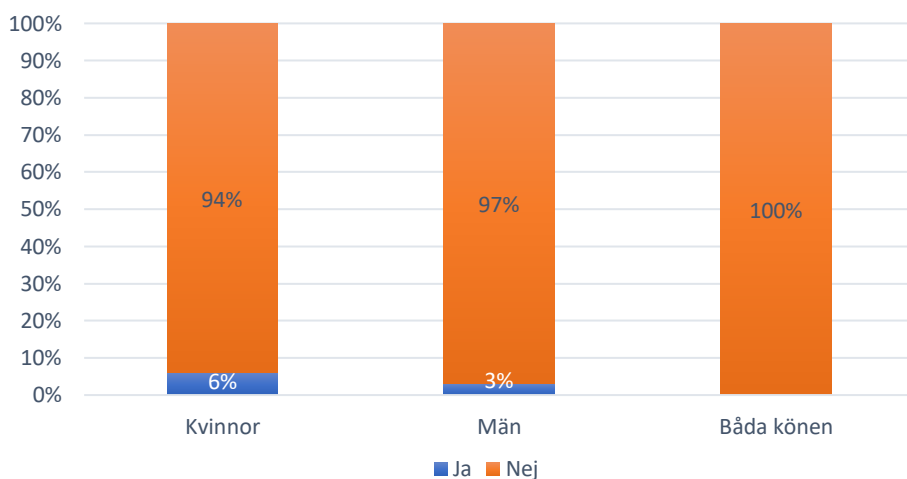
**FIGUR 17. STYRKA PER MEDIUM
I OS-RAPPORTERINGEN 2018 PÅ WEBBEN**



Kommentarer: Totalt antal analyserade rubriker/ingresser: 1 221
 SVT Nyheter: Totalt: 341. Kvinnor: 173. Män: 152. Båda könen: 16.
 Dagens Nyheter: Totalt: 366. Kvinnor: 172. Män: 183. Båda könen: 11.
 Aftonbladet: Totalt: 514. Kvinnor: 222. Män: 269. Båda könen: 23.

Nyhetssubjekten tillskrivs styrka något oftare på Aftonbladet än på SVT och Dagens Nyheter. SVT är det enda medium där kvinnor tillskrivs styrka i högre grad än män. I övrigt är Dagens Nyheter ensamma om att aldrig tillskriva nyhetssubjekt av båda könen denna typ av attribut.

**FIGUR 18. MAKT
I OS-RAPPORTERINGEN 2018 PÅ WEBBEN**



Kommentarer: Totalt antal analyserade rubriker/ingresser: 1 221. Kvinnor: 567. Män: 604. Båda könen: 50

Exempel på attribut som klassificerats som makt är dominans, auktoritet, samt makt. Det är dubbelt så vanligt att kvinnor tillskrivs denna manliga stereotyp än att män gör det. Sex procent av kvinnorna jämfört med tre procent av männen attribueras med makt. Rubriker och ingresser där nyhetssubjekten är av båda könen innehåller inte denna stereotyp någon gång.

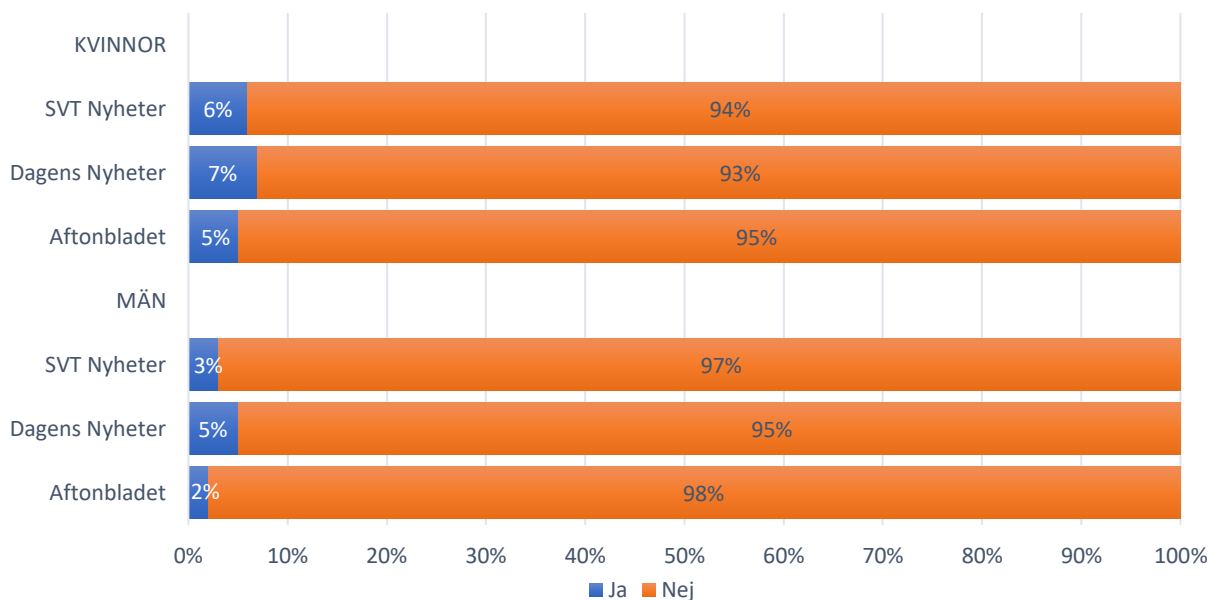
Beträffande maktrelaterade attribut är det med andra ord vanligare att de artiklar som analyserats motverkar stereotyper snarare än reproducerar dem. Med tanke på damernas stora framgångar i detta OS kan det ses som rimligt att de tillskrivits så pass mycket maktrelaterade attribut. Det blev sammanlagt tio medaljer för Sveriges damidrottare, och fyra för herrarna (Sveriges olympiska kommitté, 2018). Dessa framgångar kan vara en förklaring till varför damerna tillskrivits så pass mycket makt, och därmed brutit trenden av den manliga makten som tidigare forskning noterat (t. ex. Tolved, 2004; Burris, 2006; Eagly & Steffen 1984; Koivula, 1999; Dahmén, 2008; Van Zoonen, 1995). Nedan följer ett exempel på rubrik och ingress som kategoriserats som makt, då nyhetssubjektet gestaltats som kungligt:

Rubrik: *“15 år och ny drottning i konståkningsvärlden”*

Ingress: *“Konståkningsvärlden har fått en ny drottning. Alina Zagitova, 15. Ryskan vann friåknningen efter att ha satt träningskompisen Jegenija Medvedeva på plats ytterligare en gång.*

– Det kommer ta tid innan det här sjunker in. Jag kan inte förstå att jag har vunnit OS-guld.”
Aftonbladet (2018-02-22)

FIGUR 19. MAKT PER MEDIUM
I OS-RAPPORTERINGEN 2018 PÅ WEBBEN



Kommentarer: Totalt antal analyserade rubriker/ingresser: 1 221

SVT Nyheter: Totalt: 341. Kvinnor: 173. Män: 152. Båda könen: 16.

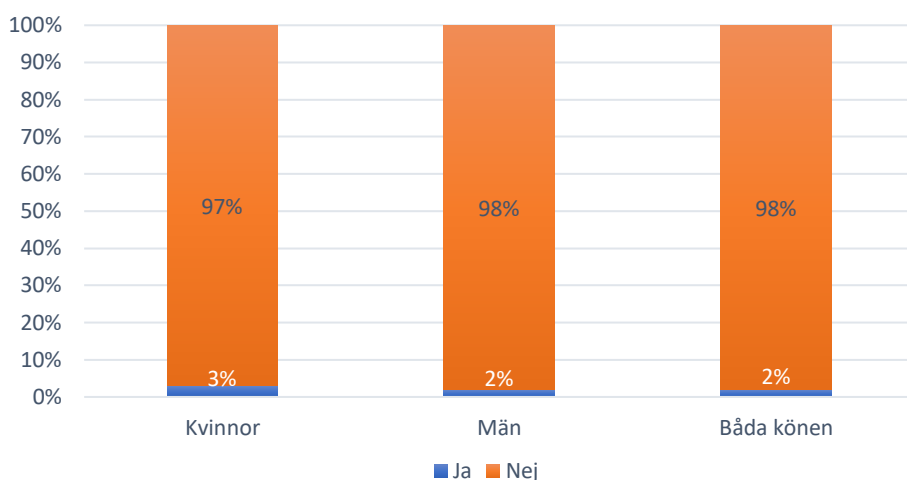
Dagens Nyheter: Totalt: 366. Kvinnor: 172. Män: 183. Båda könen: 11.

Aftonbladet: Totalt: 514. Kvinnor: 222. Män: 269. Båda könen: 23.

Makt förekommer förhållandevis sällan i någon av mediernas rapportering. Samtliga medier tillskriver kvinnliga atleter makt mer frekvent än manliga. Dagens Nyheter använder sig av

den manliga stereotypen ungefär dubbelt så ofta som de övriga medierna i artiklar om män, och marginellt oftare i artiklar om kvinnor. Stereotypen förekommer inte överhuvudtaget i artiklar där nyhetssubjekten är av båda könen.

**FIGUR 20. AKTIVA ATTRIBUT
I OS-RAPPORTERINGEN 2018 PÅ WEBBEN**



Kommentarer: Totalt antal analyserade rubriker/ingresser: 1 221. Kvinnor: 567. Män: 604. Båda könen: 50

Aktiva attribut omfattar exempelvis ambition, aktivitet, handlingskraftighet och rationalitet. Fördelningen av dessa egenskaper är relativt jämn mellan samtliga grupper. Det rör sig överlag om väldigt små andelar som tillskrivs dessa attribut. Det är en procentenhet mer vanligt när nyhetssubjektet är en kvinna, då tre procent av de kvinnliga atleterna tillskrivs aktiva egenskaper, jämfört med två procent av de manliga, samt två procent av de fall där nyhetssubjekten är av båda könen. Aktivitet är det attribut som uppvisar minst skillnad mellan grupperna. Detta resultat skiljer sig från tidigare forskning av bland andra Messner, Dunbar och Hunt (2000), som har visat på mannens aktivitet i relation till kvinnans roll vid sidlinjen. Nedan följer ett exempel på rubrik och ingress som kategoriserats under aktiva attribut.

Rubrik: *“Hockeyrivalerna som driver utvecklingen framåt”*

Ingress: *“Kanada och USA är hockeyvärldens dominanter. Men de två rivalerna driver också utvecklingen framåt i övriga länder.*

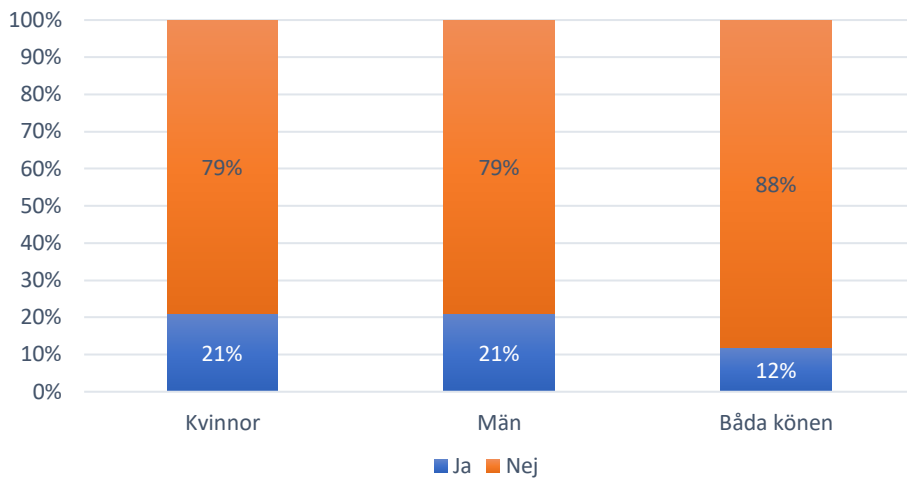
– Tittar man på när damhockeyn gjorde entré på OS-programmet för 20 år sedan och jämför med nu har otroligt mycket hänt, säger Kanadas coach Laura Schuler.”

(2018-02-09) Dagens Nyheter

AKTIVA ATTRIBUT PER MEDIUM

Aktiva attribut är ovanligt förekommande i samtliga mediers rapportering. Dagens Nyheter utmärker sig som det medium som i störst utsträckning tillskriver nyhetssubjekten dessa typer av egenskaper. Särskilt syns detta i grupperna kvinnor och båda könen. På Aftonbladet och SVT Nyheter är skillnaderna marginella (se bilaga 1, figur 2). Slutligen kan det konstateras att artiklar som kategoriserats med starka attribut är vanligare än resterande manliga stereotyper för samtliga medier.

FIGUR 21. SAMTLIGA MANLIGA ATTRIBUT
I OS-RAPPORTERINGEN 2018 PÅ WEBBEN



Kommentarer: Totalt antal analyserade rubriker/ingresser: 1 221. Kvinnor: 567. Män: 604. Båda könen: 50

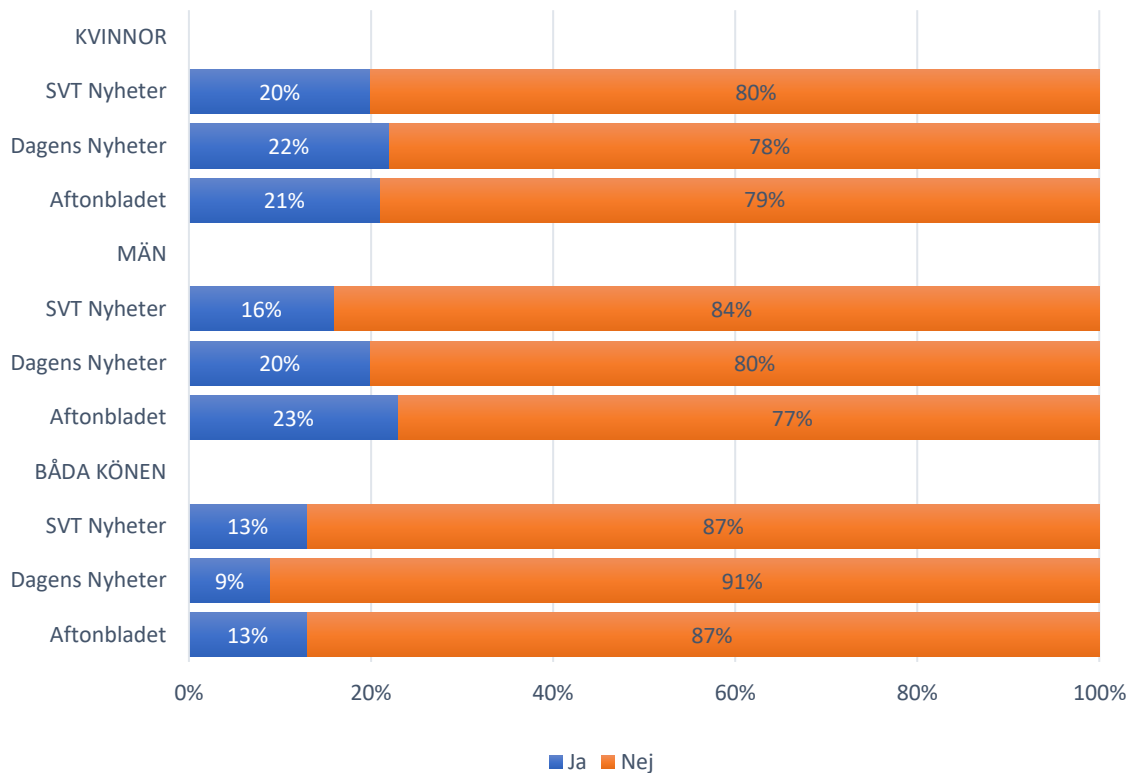
Diagrammet visar en sammanslagning av de stereotypa manliga attributen, det vill säga hur stor andel rubriker och ingresser som innehåller en eller flera exempel på dessa egenskaper. Här framgår att män och kvinnor tillskrivs manliga stereotyper i samma utsträckning. Den traditionella bilden av en skicklig idrottare har varit en man (Messner & Duncan, 1998; Koivula, 1999; Hultén, 20014). Med detta i åtanke är det föga förvånande att kvinnor tillskrivs stereotypa manliga egenskaper lika ofta som männen. Det ter sig snarare logiskt att även kvinnliga atleter på så hög nivå tillskrivs traditionellt manliga attribut. Detta fenomen blir tydligt i nedanstående exempel, där Marit Björgen, en historiskt framgångsrik olympier, porträtteras som bestämd, mäktig och handlingskraftig.

Rubrik: *“Björgen vill ha revansch: Jag ska upp ett hack”*

Ingress: *“Marit Björgen gratulerade Charlotte Kalla till guldets men nästa gång är det det norska fenomenet som vill vara OS-drottning.*

– *Jag ska upp ett hack på torsdag, säger Björgen efter silvret i skiathlon.*
(2018-02-10) Dagens Nyheter

FIGUR 22. SAMTLIGA MANLIGA ATTRIBUT PER MEDIUM
I OS-RAPPORTERINGEN 2018 PÅ WEBBEN



Kommentarer: Totalt antal analyserade rubriker/ingresser: 1 221
 SVT Nyheter: Totalt: 341. Kvinnor: 173. Män: 152. Båda könen: 16.
 Dagens Nyheter: Totalt: 366. Kvinnor: 172. Män: 183. Båda könen: 11.
 Aftonbladet: Totalt: 514. Kvinnor: 222. Män: 269. Båda könen: 23.

I figur 22 redovisas skillnaderna mellan medierna gällande i vilken utsträckning nyhetssubjekten tillskrivs något av de typiskt manliga attributen. Det finns inga större skillnader mellan medierna, vare sig det gäller kvinnor eller män. Vi kan dock se att SVT Nyheter har lägst förekomst av de manliga attributen, både gällande män och kvinnor, om än med marginell skillnad från övriga medier. Dagens Nyheter är det medium som har högst andel kvinnliga nyhetssubjekt tillskrivna dessa attribut. Den mest märkbara skillnaden kan utläsas vid jämförelse av de manliga nyhetssubjekten, där Aftonbladet visar högst förekomst med 23 procent, och SVT Nyheter lägst med 16 procent.

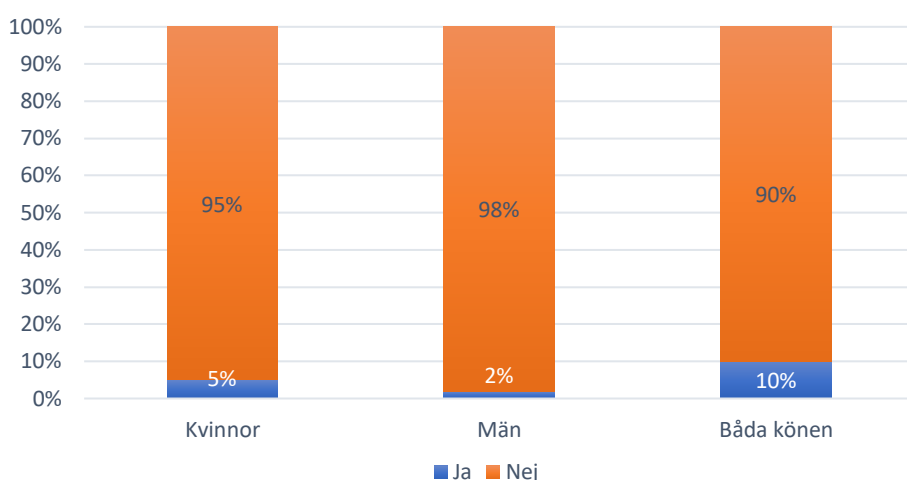
För att sammanfatta frågeställningen som rör stereotypa attribut kan det konstateras att rapportering av damidrotten under detta OS brutit vissa trender. Samtidigt lever några av dem kvar, i synnerhet de känslomässiga kvinnliga attributen.

5.4 I vilka stereotypa sammanhang förekommer kvinnor respektive män?

5.4.1 Beskrivs i familjär kontext

Familjär kontext innebär porträttering av nyhetssubjektet i familjerelationer, som exempelvis mor/far, son/dotter, make/hustru, pojkvän/flickvän, eller i hemmiljö. Denna typ av gestaltning är vanligast i rubriker och ingresser som handlar om flera idrottare av båda könen. Generellt sett är det ovanligt att idrottare porträtteras i familjär kontext. I en jämförelse mellan kvinnor och män kan det ändå konstateras att denna typ av gestaltning är mer än dubbelt så vanlig i rubriker och ingresser om kvinnliga atleter. Var tjugonde kvinna porträtteras i familjär kontext, jämfört med var femtionde man.

FIGUR 23. FAMILJÄR KONTEXT
I OS-RAPPORTERINGEN 2018 PÅ WEBBEN



Kommentarer: Totalt antal analyserade rubriker/ingresser: 1 221. Kvinnor: 567. Män: 604. Båda könen: 50

Tidigare forskning visar att medier gestaltar kvinnor i familjära kontexter och roller oftare än i professionella sådana (Van Zoonen, 1995; Gallagher, 1980; Messner, 2012). Samtidigt tenderar män att förekomma i professionella kontexter och gestaltas i sin yrkesroll i mycket större utsträckning än i familjära sammanhang (Giaccardi et al., 2016; Van Zoonen, 1995). Med utgångspunkt i den tidigare forskningen kan det konstateras att resultatet från denna studie visar på liknande tendenser, trots att det handlar om få fall. Att familjär kontext är vanligast förekommande i rubriker och ingresser där nyhetssubjekten är av båda könen kan bland annat förklaras med att dessa ofta handlar om par där båda parterna är atleter. Ett sådant exempel ser vi i följande rubrik och ingress, publicerade 2018-02-19 på Aftonbladets webb:

Rubrik: *“Kärleksparet kör tillsammans: ‘Jättecoolt’”*

Ingress: *“De lever tillsammans privat. Nu får kärleksparet Hanna Öberg, 22, och Jesper Nelin, 25, även tävla tillsammans i OS. – Jättecoolt, säger Öberg till Sportbladet.”*

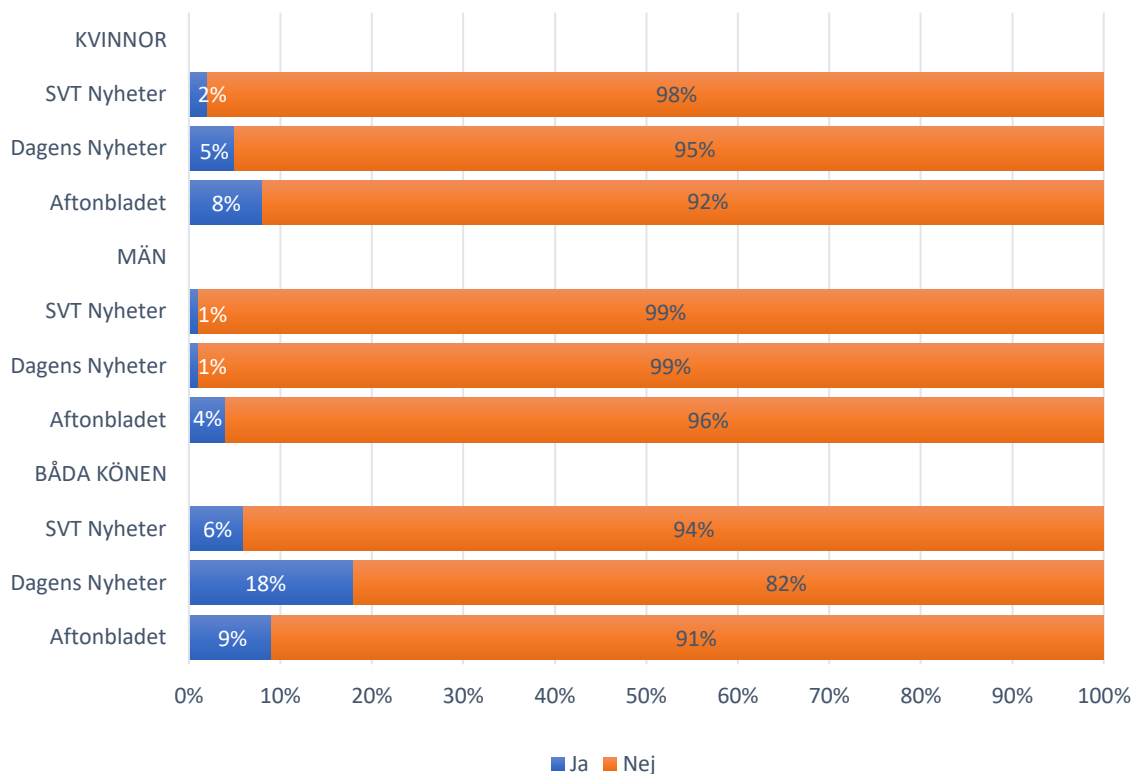
Vidare presenteras ett exempel på hur det kan se ut när enbart kvinnan porträtteras i familjär kontext:

Rubrik: *“Skidstjärnan om bröllopsbestyren efter OS”*

Ingress: *“Anna Haag ser fram emot söndagens tremil. Sen ska hon hem, träffa sambon och skidåkaren Emil Jönsson och börja fixa med bröllopsbestyren.”*

– Jag längtar efter att träffa Emil, jag har inte träffat honom 2018..., säger Anna Haag.”
(2018-02-23) Aftonbladet

FIGUR 24. FAMILJÄR KONTEXT PER MEDIUM
I OS-RAPPORTERINGEN 2018 PÅ WEBBEN



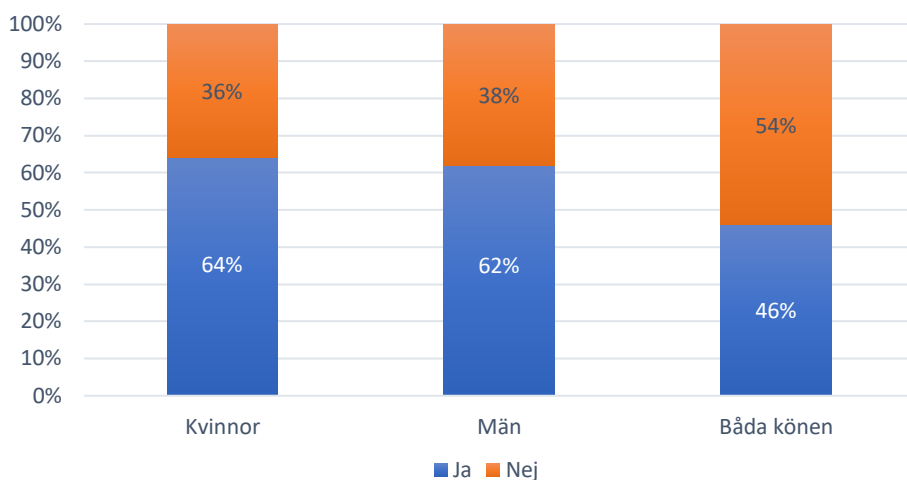
Kommentarer: Totalt antal analyserade rubriker/ingresser: 1 221
SVT Nyheter: Totalt: 341. Kvinnor: 173. Män: 152. Båda könen: 16.
Dagens Nyheter: Totalt: 366. Kvinnor: 172. Män: 183. Båda könen: 11.
Aftonbladet: Totalt: 514. Kvinnor: 222. Män: 269. Båda könen: 23.

Resultatet som redovisas i figur 24 gäller skillnader i familjär kontext mellan de olika medierna. Mest iögonfallande är rubriker och ingresser som handlar om båda könen i Dagens Nyheter. Där förekommer skildringar av nyhetssubjekten i familjär kontext närmare en av fem gånger. Detta kan jämföras med sex procent på SVT Nyheter och nio procent på Aftonbladet. I resterande grupper är det Aftonbladet som utmärker sig mest, där det är dubbelt så vanligt att kvinnor beskrivs i familjär kontext som män. Även på Dagens Nyheter och SVT Nyheter är det vanligare att kvinnor porträtteras i förhållande till sina familjer, men här rör det sig om väldigt små andelar.

5.4.2 Fokus på match/tävling

Fokus på match eller tävling svarar på huruvida atleterna beskrivs i tävlingsmanhang eller inte, vilket i sin tur besvarar frågeställning fyra. Andelen rubriker och ingresser som fokuserar på match eller tävling är ungefär lika stor för kvinnor som män. Andelen för kvinnor är två procentenheter större. I de fall där nyhetssubjekten är av båda könen är det mindre fokus på match eller tävling – 46 procent jämfört med männens 62 och kvinnornas 64. Det skulle kunna bero på att dessa i många fall handlar om idrottarnas kärleksrelationer till varandra.

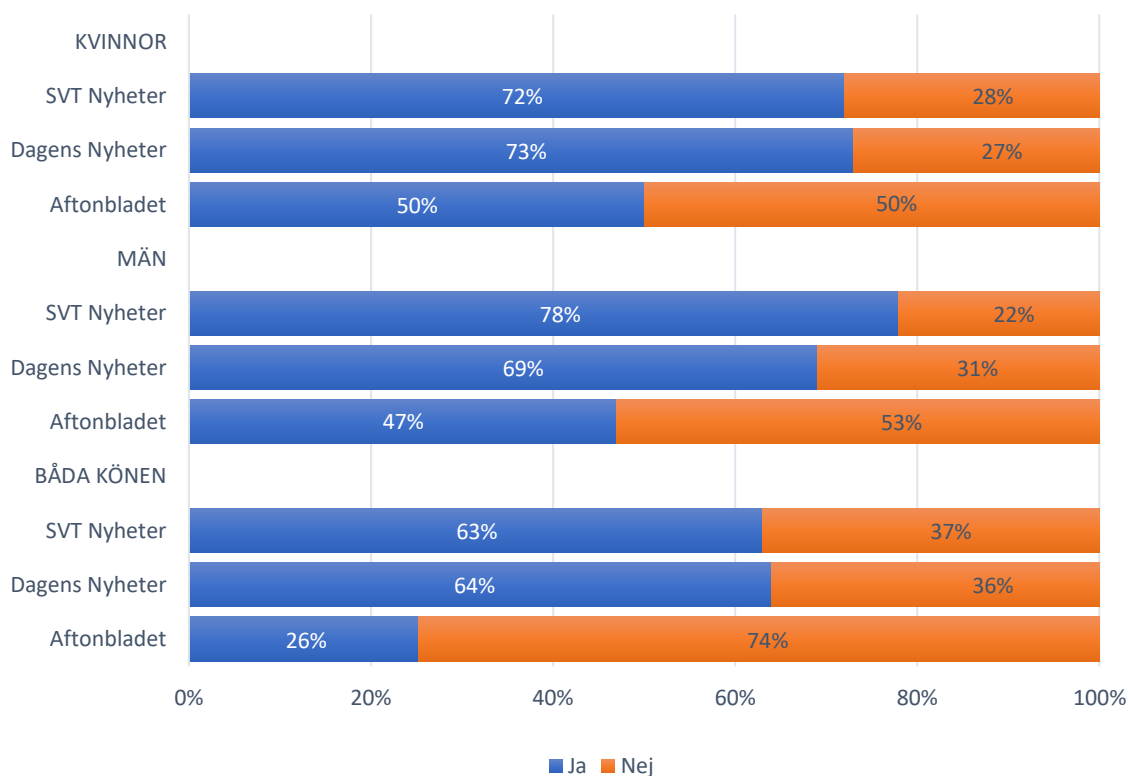
FIGUR 25. FOKUS PÅ MATCH/TÄVLING?
I OS-RAPPORTERINGEN 2018 PÅ WEBBEN



Kommentarer: Totalt antal analyserade rubriker/ingresser: 1 221. Kvinnor: 567. Män: 604. Båda könen: 50

Tolvhed (2004) studerade OS-rapporteringen mellan 1948 och 1972, och fann att idrottskvinnorna ofta porträtterades i utomsportsliga sammanhang. Detta stämmer alltså inte överens med denna studies resultat, som inte visar någon betydande skillnad mellan män och kvinnor.

FIGUR 26. FOKUS PÅ MATCH/TÄVLING PER MEDIUM
I OS-RAPPORTERINGEN 2018 PÅ WEBBEN



Kommentarer: Totalt antal analyserade rubriker/ingresser: 1 221
SVT Nyheter: Totalt: 341. Kvinnor: 173. Män: 152. Båda könen: 16.

*Dagens Nyheter: Totalt: 366. Kvinnor: 172. Män: 183. Båda könen: 11.
Aftonbladet: Totalt: 514. Kvinnor: 222. Män: 269. Båda könen: 23.*

I figur 26 sticker SVT Nyheter ut som det medium där rubriker och ingresser om män i något större utsträckning fokuserar på match eller tävling. För Dagens Nyheter och Aftonbladet är situationen omvänd, med något större fokus på match eller tävling i artiklar om kvinnliga atleter. Överlag kan konstateras att Aftonbladet är det medium som fokuserar minst på match eller tävling, medan Dagens Nyheter och SVT Nyheter är förhållandevis jämlika. Särskilt utmärkande är detta i de artiklar där nyhetssubjekten är av båda könen, där endast en fjärdedel av artiklarna på Aftonbladet handlar om match eller tävling. Detta kan jämföras med nästan två tredjedelar på Dagens Nyheter och SVT. I Aftonbladets artiklar om män och kvinnor är det ungefär hälften av rubrikerna och ingresserna som i huvudsak koncentrerar sig på tävlingsammanhang.

5.5 Vilka skillnader finns mellan medierna?

Vid en jämförelse mellan de tre olika medierna syns både skillnader och likheter. Aftonbladet är en kvällstidning där den största delen material är tillgänglig online, även för dem som inte är prenumeranter. På Dagens Nyheter å andra sidan, ligger nästan allt innehåll bakom en betalvägg. SVT Nyheter däremot är en del av public service, vilket innebär att de inte alls drivs av annonsintäkter. Således är Aftonbladet det medium som i högst grad behöver locka icke-prenumeranter till sin webbsida. Med avstamp i den forskning som visar att traditionella könsnormer i medierapporteringen säljer mer (Trolan, 2013; Pirinen, 1997), kan Aftonbladet antas vara det medium som använder sig av flest stereotyper. Detta stämmer väl överens med resultatet av denna studie.

Om vi exempelvis tittar på infantilisering/förminskning, kan vi se att Aftonbladet använder sig av denna typ av skildring mer än dubbelt så mycket som de övriga medierna. Liknande mönster syns vid en jämförelse av sexualisering av framför allt kvinnor. Även här utmärker sig Aftonbladet som det medium där flest rubriker och ingresser innehåller sexualiserande skildringar. Den mest markanta skillnaden mellan medierna märks dock när vi jämför graden av känslomässiga attribut (se figur 12 i resultatet). Återigen kan vi konstatera att Aftonbladet tenderar att tillskriva nyhetssubjekten denna stereotyp betydligt oftare än övriga medier. I synnerhet rubriker och ingresser med en kvinnlig huvudperson, alternativt nyhetssubjekt av båda könen, innehåller känslomässiga attribut på Aftonbladets webb.

Aftonbladets användning av stereotyper i sin rapportering blir extra tydlig vid en sammanslagning av de grupperade manliga och kvinnliga attributen. Där syns en markant skillnad gentemot övriga medier gällande kvinnliga nyhetssubjekt som tillskrivs kvinnliga attribut. Det är också något vanligare att män tillskrivs manliga attribut på Aftonbladet jämfört med på Dagens Nyheter och SVT Nyheter. När det kommer till sammanhang, är Aftonbladet det medium som i minst utsträckning fokuserar på match och tävling i rubrikerna och ingresserna. Gällande familjär kontext syns inga markanta skillnader mellan medierna. Överlag kan det därmed konstateras att det är Aftonbladet som i högst grad reproducerar genusstereotyper i sportbevakningen på webben. Detta skulle som tidigare nämnt kunna förklaras med att graden av kommersialisering är högre hos Aftonbladet än resterande medier. Det skulle kunna vara så att de använder sig av stereotypering i större utsträckning eftersom det lockar fler läsare och därmed ökar intäkterna.

5.6 Vilka mönster finns i hur de stereotypa attributen, skildringarna och sammanhangen ter sig i extremfallen?

Här presenteras resultat och analys av studiens kvalitativa del, som utgår från ECA-modellen. Till att börja med redogörs för de generella mönster som upptäckts. Därefter beskrivs mer specifikt hur attributen, sammanhangen och skildringarna samverkar och tar sig uttryck i artiklarnas helhetskontext. Detta besvarar frågeställning sex i syftet. Under analysens gång används citat och utdrag ur artiklarna för att exemplifiera de teman som kan urskiljas.

Vid en närmare analys av de 21 artiklar som innehöll flest stereotyper kunde ett antal mönster identifieras. Utmärkande drag för dessa var att de flesta av dem handlade om kvinnor, samt att en övervägande del var från Aftonbladet.

Det finns en tydlig struktur i huruvida artiklarna bekräftar eller motverkar rådande stereotyper och normer. Kvinnliga nyhetssubjekt tillskrivs ofta traditionellt kvinnliga attribut. Gällande manliga nyhetssubjekt visar resultatet det motsatta; det vill säga, istället för att de enbart tillskrivs manliga attribut bryter artiklarna snarare mot normen genom att männen beskrivs med traditionellt kvinnliga egenskaper. Med andra ord stereotyperas kvinnorna i större utsträckning än männen i dessa extremfall. Samtliga artiklar som analyserades innehåller olika slags stereotyper. Utmärkande för artiklar med kvinnliga nyhetssubjekt är att många av dessa innehåller betydligt fler exempel på sådana stereotyper. Det tydligaste exemplet på detta syns vid en analys av artikeln om "lilla Anna", publicerad i Aftonbladet 2018-02-25, där Anna Hasselborg bland annat porträtteras i familjär kontext. Hon beskrivs i relation till sin pojkvän, mor, far, farbror, bror, broderns flickvän och barn, samt lagkamraternas familjemedlemmar. Vidare kallas hon "lilla Anna" på flera ställen, samt "lilltjejen" när reportern väljer att ta upp hennes uppväxt, vilket är tydliga exempel på infantilisering och förminskning. Dessutom porträtteras hon som känslös genom att hon "*inte kan sluta gråta när hon pratar om sin familj*", "*Hon kan inte hålla tårarna tillbaka när hon tänker tillbaka på alla som har format henne till den hon är idag*", och när hon "*låter tårarna rinna av lycka och tacksamhet*".

Under analysens gång gick det att urskilja ett mönster i vad nyhetssubjekten fick uttala sig om i artiklarna. Exempelvis sexualiseras kvinnor och män på ungefär samma sätt. Forskning av bland andra Kane och Lenskyj (1998) visar att sexualisering handlar om objektifiering i form av fokus på utseende, samt sexuell läggning och tillgänglighet. I de artiklar som analyserats handlar det uteslutande om att idrottsutövarna beskrivs i förhållande till sina partners. Något som dock skiljer gestaltningen av manliga och kvinnliga idrottare är vad de får uttala sig om i dessa artiklar. Medan kvinnorna får kommentera sina relationer tillåts män i huvudsak ändå prata om sport och prestationer. Män sexualiseras endast i artiklar där huvudpersonerna är av båda könen. I en artikel från Dagens Nyheter (2018-02-19) beskriver journalisten skidskyttarna Hanna Öberg och Jesper Nelins gemensamma guldjakt. Medan Öberg citeras gällande parets förhållande får Nelin prata om det sportsliga genombrottet.

"– Det är klart att det är jättekul att vi får göra det här tillsammans, säger 22-åriga Öberg. – Vi har ju gjort hela den här resan ihop, vi stöttar varandra varje dag och har stöttat varandra under hela satsningen.

(...)

25-åriga Jesper Nelin fyller i:

– Att genombrottet kommer precis nu kan jag inte förklara, men vi har ju tränat väldigt hårt i några år och då ska ju resultatet komma."

En övervägande majoritet av artiklarna fokuserar huvudsakligen på annat än tävling och prestation. Ofta handlar de istället om kärlek, familjerelationer, relationer till lagkamrater, samt atleternas barndom. Av detta går det att dra slutsatsen att artiklar som innehåller många stereotypa skildringar, sammanhang och attribut har lite utrymme kvar att lägga på sporten.

De flesta manliga och kvinnliga attribut förekommer för sällan för att det ska gå att utläsa något tydligt mönster. Det som utmärker sig är dock hur de känslomässiga attributen tar sig uttryck. I flera av fallen handlar dessa om hur nyhetssubjekten gråter. Kvinnorna var "förkrossade" och "otröstliga", och deras tårar "rann" eller "sprutade". Männerna å andra sidan "storbölade", "blev rörda", eller "hade nära till tårar". Nedan följer ett antal exempel på hur detta kan se ut i artiklarna med flest stereotyper i OS-rapporteringen.

"– Den här medaljen tillhör hela min familj, säger Anna Hasselborg och låter tårarna rinna av lycka och tacksamhet."
(2018-02-25) Aftonbladet

"Sandra Näslund var otröstlig efter den missade OS-medaljen i skicross." "Tårarna rann, 21-åringen hade svårt att få fram orden (...)."
(2018-02-23) Dagens Nyheter

"Inför herrarnas distanslopp fick Jesper Nelin 'storböla' med sin sambo Hanna Öberg som precis tagit OS-guld."
(2018-02-23) SVT Nyheter

"Fredrik Lindström fick en hälsning av sina föräldrar. Då var guldhjälten nära tårar. – Jag blir jätterörd när jag hör det, säger han."
(2018-02-23) Aftonbladet

Under arbetets gång anades ett potentiellt mönster i vilka som uttryckte attributen, samt valde skildringarna och sammanhangen i artiklarna. Därför var avsikten att undersöka huruvida det var nyhetssubjekten själva som uttalade sig på ett stereotypt sätt eller journalisten som beskrev dem på på detta vis. Efter vidare analys kunde dock inget tydligt samband mellan nyhetssubjektets kön och vem som tillskrev dem attributen utläsas. I de flesta fall var det journalisten som beskrev atleterna på ett stereotypt vis. Det skulle dock kunna tolkas som att journalisten alltid är den som tillskriver nyhetssubjekten stereotyper, eftersom de väljer hur artikeln ska vinklas och vilka citat som ska ingå.

Flera av nyhetssubjekten beskrevs i familjär kontext och på ett förminskande och infantiliserande vis. Det finns dock inga signifikanta skillnader i hur dessa typer av skildringar ter sig beroende på om nyhetssubjektet är en man eller kvinna.

För att sammanfatta går det att konstatera att de artiklar som innehåller tre eller fler slags stereotyper visserligen är få, men drabbar i betydligt högre grad kvinnliga atleter. Här finns gott om exempel på fällor som sportjournalister bör undvika. I alla fall om de vill motverka genusstereotyper, och kanske särskilt när de skriver om damsport.

5.7 Sammanfattning av resultat

5.7.1 Förekommer könsmärkning?

Det är något vanligare att artiklar som handlar om kvinnliga atleter och damsport könsmärks. Könsmärkning är problematiskt endast om det drabbar det ena könet i större utsträckning. Det finns alltså fortfarande vissa tendenser till detta, om än svaga.

5.7.2 Vilka stereotypa skildringar av kvinnor respektive män förekommer?

Förminskning och infantilisering förekommer i de analyserade artiklarna, men är ovanligt. Det är dock nästan fyra gånger vanligare att kvinnliga atleter förminskas eller infantiliseras, jämfört med manliga. Den typ av infantilisering då en person endast omnämns vid förnamn har analyserats separat. Här kan det konstateras att kvinnor i större utsträckning än män kallas vid förnamn. Det är dock även vanligare att kvinnor omnämns vid endast efternamn samt vid för- och efternamn. Vanligast för samtliga grupper är att inget namn förekommer i rubriken, vilket särskilt gäller manliga nyhetssubjekt. Vidare är sexualiserande skildringar lika ovanligt för kvinnliga som manliga nyhetssubjekt. I rubriker och ingresser där nyhetssubjekten är av båda könen är sexualisering betydligt vanligare.

5.7.3 Vilka slags stereotypa attribut tillskrivs kvinnor respektive män?

Av de kvinnliga attributen är de känslomässiga egenskaperna vanligast förekommande. Mer än var tionde kvinnlig atlet tillskrivs känslomässiga egenskaper. De vårdande attributen förekommer väldigt sällan, men tre gånger så ofta när det handlar om kvinnliga nyhetssubjekt. Även passiva egenskaper är sällsynta, men också här något vanligare bland kvinnorna än männen. Gällande de manliga attributen förekommer styrka något oftare bland män än kvinnor. Makt är dock dubbelt så vanligt hos det kvinnliga könet i relation till det manliga. Även de aktiva egenskaperna är vanligast förekommande hos de kvinnliga idrottsutövarna. Vid en sammanslagning av samtliga kvinnliga attribut framgår att kvinnor tillskrivs dessa egenskaper i betydligt större utsträckning än män. Det är dock lika vanligt att kvinnor som män tillskrivs manliga attribut.

5.7.4 I vilka stereotypa sammanhang förekommer kvinnor respektive män?

Andelen kvinnor som porträtteras i familjära kontexter är mer än dubbelt så stor som andelen män. Skildringar i familjära kontexter är vanligast i rubriker och ingresser där nyhetssubjekten är av båda könen. Att rubrikens/ingressens fokus är på match eller tävling är ungefär lika vanligt för kvinnliga som manliga atleter. I artiklar om nyhetssubjekt av båda könen läggs dock mindre fokus på match eller tävling.

5.7.5 Vilka skillnader finns mellan medierna?

I samtliga medier förekommer könsmärkning oftare i artiklar om damsport än om herrsport. Skillnaden mellan könen är lika stor på de tre undersökta medierna.

Förminskande och infantiliserande skildringar är vanligast på Aftonbladet, och har lägst frekvens på Dagens Nyheter. Det syns inga tydliga mönster i en jämförelse mellan medierna av hur atleter namnges i rubriker. Sexualiserande skildringar förekommer i störst utsträckning på Aftonbladet, där det sker något oftare för kvinnor än män. I de övriga medierna är skillnaderna mellan könen nästintill obefintliga. Även vårdande attribut tillskrivs kvinnor något mer frekvent på Aftonbladet än på resterande medier. Medan passiva attribut sällan förekommer i materialet och inte heller skiljer sig mellan medierna, utmärker sig de känslomässiga attributen mest. Det är betydligt mer vanligt förekommande att kvinnor

tillskrivs dessa egenskaper på Aftonbladet än på övriga medier. Även när de kvinnliga attributen slås samman sticker Aftonbladet ut som det medium som tillskriver kvinnor dessa i högst grad.

De manliga attributen visar inte på lika tydliga mönster som de kvinnliga. Aftonbladet använder stereotypen styrka något mer för män än vad resterande medier gör. Det syns inga tydliga skillnader mellan medierna gällande vare sig makt eller aktiva attribut. En sammanslagning av de manliga attributen visar att SVT och Dagens Nyheter tillskriver kvinnor denna typ av egenskaper något oftare än män. På Aftonbladet är det tvärtom. Typiskt manliga stereotyper används förhållandevis frekvent i samtliga medier i rapporteringen om OS i Pyeongchang.

Dagens Nyheter visar på störst andel gestaltningar av nyhetssubjekt av båda könen i familjär kontext. I samtliga medier är det vanligare att kvinnor porträtteras i familjär kontext än män. Störst är denna andel på Aftonbladet, som dessutom är det medium som fokuserar minst på match och tävling. SVT Nyheter är det enda medium där artiklar om manliga nyhetssubjekt i större utsträckning fokuserar på match eller tävling. För övriga två medier är situationen den motsatta. Sammantaget kan det konstateras att Aftonbladet är det medium som använder sig mest av traditionella genusstereotyper.

5.7.6 Vilka mönster finns i hur de stereotypa attributen, skildringarna och sammanhangen ter sig i extremfallen?

Enligt den kvalitativa delens resultat tenderar artiklar om kvinnliga nyhetssubjekt att bekräfta stereotyper, medan artiklar om manliga nyhetssubjekt motverkar dem. I artiklar om kvinnor finns det ofta fler exempel på stereotypering, än i dem om män. I de fall där nyhetssubjekt av båda könen skildras på ett sexualiserande sätt, genom att deras förhållande lyfts upp, finns ett mönster i vad de får uttala sig om. Kvinnorna får kommentera relationen, medan männen får prata om sport och prestation. De känslomässiga egenskaperna tar sig uttryck på olika sätt beroende på om de tillskrivs en man eller en kvinna. Medan kvinnornas tårar "rinner" eller "sprutar", blir männen "rörda" eller "har nära till tårar". Den mest utbredda stereotyperingen drabbar med andra ord kvinnor hårdast.

6 Slutdiskussion

Så vad var det egentligen journalisterna tyckte var viktigast att förmedla i OS-rapporteringen? Var det att idrottstjejerna grät över sina pojkvänners prestationer och att männen var starka och stabila i skidspåren? Nja, inte riktigt.

En övervägande del av den tidigare genusforskningen om sportjournalistik har utförts på amerikanska medier. Mycket av den forskning som är gjord i Sverige är dessutom äldre. Idag, i 2010-talets Sverige, ett av världens mest jämställda länder, måste det väl ändå se annorlunda ut? Vi kan konstatera att saker har förändrats, om än kanske inte i den utsträckning som hade varit önskvärd. Studiens resultat visar att en övervägande del av rapporteringen om OS i Pyeongchang 2018 på Aftonbladet, Dagens Nyheter och SVT Nyheter inte reproducerar genusstereotyper. Dock finns det fortfarande en tendens att stereotypera kvinnor i större utsträckning än män.

Kanske är det inte så konstigt att studiens kvantitativa del inte visar på några extrema resultat. Stereotyper som är lätta att identifiera är också lätta för journalisterna att hålla sig ifrån. Men med detta i åtanke borde det inte synas någon skillnad i gestaltningen av män och kvinnor i OS-rapporteringen överhuvudtaget. Så är dock inte fallet, i synnerhet inte på Aftonbladet, som sticker ut på flera plan i undersökningen.

Allra tydligast blir detta när vi tittar på i vilken utsträckning nyhetssubjekten tillskrivs känslomässiga attribut. De kvinnliga tårarna förekommer nästan lika frekvent som deras medaljer. Så ofta att vi nästan förknippar alla medaljer med lyckotårar. Visserligen är det inget konstigt att gråta efter att ha tagit medalj i världens största mästerskap, och kanske är det så att kvinnorna gråter oftare än männen. Men även om så vore fallet, är det journalisten som har tagit beslutet att lyfta fram just detta, något hen lika gärna hade kunnat låta bli att göra.

Trots att stereotypering förekommer i lägre grad idag än vad tidigare studier har konstaterat, går det att fastställa att det fortfarande finns exempel där det förekommer. I 21 av de totalt 1 221 analyserade artiklarna förekommer tre eller fler exempel på stereotyper i rubriker och ingresser. Dessa fall handlar aldrig om en man som enbart tillskrivs typiskt manliga stereotyper; i huvudsak är det kvinnliga atleter som skildras på ett stereotypt kvinnligt sätt. I dessa exempel tillskrivs kvinnorna inte bara känslighet oftare än männen, gestaltningen av tårarna sker dessutom på olika sätt. De kvinnliga atleterna tenderar att låta tårarna rinna, medan männen blir rörda och har nära till tårar.

Aftonbladet sticker ut som det medium där kvinnorna oftast tillskrivs typiskt kvinnliga attribut. Där gestaltas också de kvinnliga nyhetssubjekten på ett infantiliserande och förminskande sätt i högre grad än på de andra medierna. Det är dessutom där som kvinnor oftast porträtteras i familjär kontext, och där som rubriker och ingresser i minst utsträckning fokuserar på match eller tävling. En möjlig förklaring till att Aftonbladet mer frekvent använder stereotyper i sportrapporteringen kan vara dess grad av kommersialisering. Eftersom de till stor del drivs av annonsintäkter är de sannolikt mer benägna än de två övriga medierna att inkludera stereotyper i rubriker och ingresser för att locka läsare, då forskning visar att stereotyper säljer.

Att män tillskrivs manliga stereotyper och kvinnor tillskrivs kvinnliga stereotyper kan tolkas som lika illa. Visserligen kan det vara skadligt åt båda hållen, men som tidigare konstaterat har manliga egenskaper och attribut just inom sportvärlden ofta betraktats som idealet.

Därmed kan det ändå uppfattas som att stereotyper i sportrapporteringen drabbar kvinnorna hårdast. Ett intressant, trendbrytande resultat av denna studie är dock att kvinnorna tillskrivs makt och styrka i betydligt större utsträckning än vad tidigare forskning har visat, vilket pekar på en förändring i rätt riktning. Detta kan visserligen bero på att denna studie endast behandlar artiklar om elitidrottare på den högsta nivån, vilka ofta förknippas med makt och typiskt manliga egenskaper. Vi kan därför inte dra några slutsatser för hela sportmedielandskapet, men resultatet visar ändå att vissa förbättringar inom rapporteringen om OS har gjorts.

Dagens sportjournalister har bevisligen påverkats av den jämställdhetsrörelse som präglat landet de senaste decennierna, och som fortfarande pågår i allra högsta grad. Gestaltningsteorin handlar om att medias sätt att gestalta nyheterna påverkar hur människor ser på sin omvärld. Eftersom medier därmed har makten att både reproducera och utmana stereotyper, kan det tyckas vara på tiden att journalisterna tar sitt ansvar när det gäller just detta. Journalister som inte vill bidra till det indirekta kvinnoförtryck som har skett i sportrapporteringen sedan kvinnor först tilläts delta i mästerskap, bör därför vara medvetna om hur de gestaltar dem, och vad det kan få för konsekvenser. Särskilt uppmärksamma bör de journalister vara som skriver om händelser vid sidan av själva tävlingarna. Som tidigare konstaterat förekommer nämligen stereotyper oftast i artiklar som inte fokuserar på match och prestation.

Denna studie visar att skillnaderna mellan gestaltning av kvinnor och män inte alls är i närheten av vad tidigare forskning visat på. Men det finns fortfarande förbättringar att göra i strävan mot ett medielandskap fritt från genusstereotyper och förtryck. Målet måste vara att tillåta kvinnor och män att vara både känsliga och starka, istället för att låsa in dem i endimensionella stereotyper som fortfarande delvis förekommer i medier. I den perfekta sportbevakningen får även männen låta sina tårar rinna, och kvinnorna får vara förbannade och kasta klubban i sargen utan att någon höjer på ögonbrynen.

6.1 Förslag till vidare forskning

Några av de mest uppseendeväckande resultaten av denna studie var de som framkom genom den kvalitativa innehållsanalysen. Eftersom urvalet bestod av de mest extrema fallen av stereotypering går det inte att dra några generella slutsatser av de mönster som identifierades. Det hade varit intressant att gå på djupet med fler artiklar som tagits fram med ett slumpmässigt urval. I och med att många journalister är mer medvetna om genus idag, borde de manifesta stereotyper som kan utläsas i en kvantitativ analys bli färre och färre. Men eftersom stereotyper och genuskonstruktioner är så djupt rotade i vår kultur, är risken stor att de kommer fortsätta att genomsyra medierapporteringen – om än på ett mer subtilt sätt. Därför blir djupgående kvalitativa studier på detta område förmodligen allt viktigare.

Det hade även varit intressant att genomföra en liknande undersökning som denna under en tidsperiod då det inte pågår ett stort mästerskap. Även detta resultat hade varit mer applicerbart på sportmedielandskapet som det ser ut i normalfall. I denna studie framgår att stereotyper är mer vanligt förekommande när artiklarna inte fokuserar på match eller tävling. Det vore därför relevant att utföra liknande studier och inkludera artiklar som publicerades innan och efter OS, och som rimligtvis bör fokusera ännu mindre på tävling, för att på så sätt undersöka om de dessutom innehåller fler stereotyper.

Ytterligare ett förslag till vidare forskning vore att inkludera bilderna i analysen. Detta var något vi i synnerhet noterade vid analys av passiva och aktiva egenskaper i den kvantitativa delen. Då noterades att kvinnor oftare var passiva i fotona. Männerna fotades ofta i rörelse under tävlingsammanshang, medan kvinnorna förekom i porträttliknande bilder som var tagna strax innan eller efter tävling. Således vore det relevant att undersöka hur stereotyper tar sig uttryck även i bildformat.

Något vi saknade vid efterforskning av tidigare teorier var konkreta undersökningar om publikeffekterna av stereotypering i sportmedier. Vissa studier snuddade vid detta ämne, men då handlade det främst om spekulationer snarare än faktiska empiriska resultat. Det hade varit ett intressant nästa steg för studier som denna.

Referenslista

Böcker

- Allt är möjligt. (1998). *En handbok i mediekritik*. Malmö: Sveriges tidskriftsverkstäder.
- Altheide, D.L. (1996). *Qualitative Media Analysis*. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc.
- Beard, A. (1998). *The Language of Sport*. London: Routledge.
- Connell, R. W. (1987). *Gender and power : society, the person and sexual politics*. Cambridge: Polity Press.
- Connell, R. W. (1995). *Masculinities: knowledge, power and social change*. Berkeley och Los Angeles: University of California Press.
- Connell, R. & Pearse, R. (2017). *Om genus*. Juva: Bookwell Digital.
- Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson H., Wängnerud L., (2012). *Metodpraktikan, konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Stockholm: Norstedts Juridik.
- Gallagher, M. (1981). *Unequal opportunities. The case of women and the media*. Paris: Unesco.
- Hinton, P. R. (2003). *Stereotyper, kognition och kultur*. Lund: Studentlitteratur.
- Häger, B. (2014). *Reporter*. Lund: Studentlitteratur.
- Lippman, W. (1922). *Public Opinion*. Mansfield Centre, CT: Martino Publishing.
- Tuckman, G. (1978). *Making News, A study in the Construction of Reality*. New York: The Free Press.

Kapitel i böcker

- Burris, S. (2006). She Got Game, But She Don't Got Fame. I L. K. Fuller (Red.), *Sport, Rhetoric and Gender: Historical Perspectives and Media Representations* (s. 85-96). New York: Palgrave MacMillan.
- Dahlén, P. (2008). Mediesport och kön. I P. Dahlén (Red.), *Sport och medier: en introduktion* (s. 464-498). Kristiansand : IJ-forlaget.
- Duncan, M. C., & Messner, M. A. (1998). The Media Image of Sport and Gender. I L. A. Wenner (Red.), *MediaSport* (s. 170-185). London; New York: Routledge.
- Kane, M., & Greendorfer, S. (1994). The Media's Role in Accommodating and Resisting Stereotyped Images of Women in Sport. I A. Creedon (Red.), *Women, Media and Sport: Challenging Gender Values* (s. 28-44). Thousand Oaks; London; New Delhi: Sage Publications.

Kane, M. & Lenskyj H. (1998). Media treatment of female athletes: Issues of gender and sexualities: Cultural Sensibilities and Sport n the Media Age. I L. Wenner (Red.), *MediaSport: Cultural Sensibilities and Sport n the Media Age* (s. 186-201). London, England: Routledge.

Larsson, L. (2010). Intervjuer. I M. Ekström, L. Larsson (red.), *Metoder i kommunikationsvetenskap* (s. 119-147). Lund: Studentlitteratur AB.

Nilsson, Å. (2010). Kvantitativ innehållsanalys. I M. Ekström, L. Larsson (red.), *Metoder i kommunikationsvetenskap* (s. 119-147). Lund: Studentlitteratur AB.

Nordberg, M. (2000). Hegemonibegreppet och hegemonier inom mansforskningsfältet. I P. Folkesson, M. Norberg, G. Smirthwaite (red.), *Hegemoni och mansforskning* (s. 37-66). Karlstad: Universitetsstryckeriet.

Nordberg, M. (2001). Teori som importvara: "Hegemonisk maskulinitet" – teoretiskt axiom i svensk genusforskning med fokus på män?. I A. Johansson (red.), *Svensk genusforskning i världen* (s. 124-142). Göteborg: Grafikerna Livréna i Kungälv.

Seggrave, J. O., McDowell, K. L., King, J. G., III. (2006). Language, Gender, and Sport: A Review of the Research Literature. I L. K. Fuller (Red.) *Sport, Rhetoric and Gender: Historical Perspectives and Media Representations* (s. 31-41). New York: Palgrave MacMillan.

Shehata, A. (2015). Journalistikens dagordningar och gestaltningar. I J. Strömbäck (red.), *Handbok i journalistikforskning* (s. 353-371). Lund: Studentlitteratur.

Van Zoonen, L. (1995). Gender, representation, and the Media. I J. Downing, A. Mohammadi, A. Sreberny-Mohammadi (red.), *Questioning the Media* (s. 311-328). Thousand Oaks; London; New Delhi: Sage Publications.

West, C. & Zimmerman, D. H. (1987) Doing Gender. I S. Franklin (Red.), *The Sociology of Gender* (s. 125-305). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.

Vetenskapliga artiklar

Adams, T. & Tuggle, C. A. (2004). ESPN's SportsCenter and Coverage of Women's Athletics: "It's a Boys' Club", *Mass Communication & Society*, 7(2), 237-248. doi: 10.1207/s15327825mcs0702_6

Bruce, T. (2012). Reflections on Communication and Sport: On Women and Femininities. *Communication & Sport*, 1(1-2), 125-137. doi: 10.1177/2167479512472883

Bruce, T. (2011). Shifting the boundaries: Sportswomen in the media. I A. Henderson (Red.), *Refereed proceedings of the Australian and New Zealand Communication Association conference: Communication on the edge 2011, Hamilton, New Zealand, July 6-8*. ISSN 1448-4331. Tillgänglig: <https://www.anzca.net/documents/2011-conf-papers/486-bruce-anzca-2011-1/file.html>

- Bruce, T. och Wensing, E. H. (2003). Bending the rules, Media Representations of Gender during an International Sporting Event. *International review for the sociology of sport*, 38(4), 387–396.
- Connell, R. W. & Messerschmidt, J. W. (2005). Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept. *Gender and Society*, 19(6), 829-859.
- Daddario, G. (1994). Chilly Scenes of the 1992 Winter Games: The Mass Media and the Marginalization of Female Athletes. *Sociology of Sport Journal*, 11(3), 275-288.
- Eagly, A. H., & Steffen, V. J. (1984). Gender Stereotypes Stem From the Distribution of Women and Men into Social Roles. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46(4), 735-754.
- Edström, M. (2015). Svensk journalistik. Bromskloss eller pådrivare för jämställdhet? *Nordicom Information*, 37(2), 57-66.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractures Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Giaccardi, S., Ward, L. M., Seabrook, R. C., Manago, A., Lippman, L. (2016). Media and Modern Manhood: Testing Associations Between Media Consumption and Young Men's Acceptance of Traditional Gender Ideologies. *Sex roles*, 75(3-4), 151-163. doi: 10.1007/s11199-016-0588-z
- Hearn, J. (2004). From hegemonic masculinity to the hegemony of men. *Feminist Theory*, 5(1), 49-72. doi: 10.1177/1464700104040813
- Hirdman, Y. (1988). Genussystemet – reflexioner kring kvinnors sociala underordning. *Kvinnovetenskaplig tidskrift*. 9(3), 49-63.
- Knoppers, A. & Elling, A. (2004). 'We do not engage in promotional journalism' Discursive Strategies Used by Sport Journalists to Describe the Selection Process. *International review for the sociology of sport*, 39(1), 57–73. doi:10.1177/1012690204040523
- Mcdermott, R. C., Levant, R. F., Hammer, J. H., Hall, R. J., Mckelvey, D. K., Jones, Z. T., Tracey, T. J. G., & Kivilghan, D. M. (2017). Further Examination of the Factor Structure of the Male Role Norms Inventory-Short Form (MRNI-SF): Measurement Considerations for Women, Men of Color, and Gay Men. *Journal of Counseling Psychology*, 64(6), 724-738.
- Messner, M. A. (1988). Sports and Male Domination: The Female Athlete as Contested Ideological Terrain. *Sociology of Sport Journal*, 5(3), 197-211.
- Messner, M., Dunbar, M., Hunt, D. (2000). The televised sports manhood formula. *Journal of Sport & Social Issues*, 24(4), 380-394.
- Messner M. (2012). Reflections on Communication and Sport: On Men and Masculinities. *Communication & Sport*, 1(1-2), 113-124.

Nead, L. (1984). The Magdalen in Modern Times: The Mythology of the Fallen Woman in Pre-Raphaelite Painting. *Oxford Art Journal*, 7(1), 26-37.

Pirinen, R.M. (1997). The Construction of Women's Positions in Sport: A Textual Analysis of Articles on Female Athletes in Finnish Women's Magazines. *Sociology of Sport Journal*, 14(3), 290-301.

Shifflett, B., Murphy, D., Ghiasvand, F., Carlton, M., Cuevas, M. (2016). Gender Bias in Sports-Media Analytics. *Journal of Sports Media*, 11(2), 111-128.

Trolan, E. J., (2013). The Impact of the Media on Gender Inequality within Sport. *Procedia - Social and Behavioural Sciences*, 2013(91), 215-277.

Tuggle, C.A., Owen, A. (1999). A Descriptive Analysis of NBC's Coverage of the Centennial Olympics. *Journal of Sport & Social Issues*, 23(2), 171-182.

Tuggle, C.A., Huffman, S., Scott Rosengard, D. (2002). A Descriptive Analysis of NBC's Coverage of the 2000 Summer Olympics. *Mass Communication & Society*, 5(3), 361-375. doi: 10.1207/S15327825MCS0503_7

Digitala källor

Sveriges Olympiska Kommitté. (2018). *Pyeongchang 2018*. Hämtad 2018-05-02 från <https://sok.se/olympiska-spel/tavlingar/spelen/pyeongchang-2018.html>.

Sveriges Olympiska Kommitté. (2018). *Truppen*. Hämtad 2018-05-08 från <https://sok.se/olympiska-spel/tavlingar/spelen/pyeongchang-2018/truppen.html?selectedSport=%2Fidrotter%2Falpint.html&freetext=&lp-view-type=&numberOfHitsToShow=12>

Rapporter

Centre for Gender Equality, Iceland. (2006). *Sport, Media and Stereotypes: Women and Men in Sports and Media*. Akureyi: Ásperent-Stíll.

Edström, M. & Jacobsson, J. (2015). *Räkna med kvinnor. Global Media Monitoring Project 2015. Nationell rapport Sverige*. Toronto: WACC.

International Olympic Committee. (2016). *Women in the Olympic Movement*. Lausanne: International Olympic Committee.

Doktorsavhandlingar

Kian, E. M. (2011). *Framing Differences in Gender-Related Sports Coverage by Internet Sites and Newspapers*. (Doctoral thesis, Graduate Program for Leadership & Coaching, University of Central Florida.) Tillgänglig: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.538.6024&rep=rep1&type=pdf>

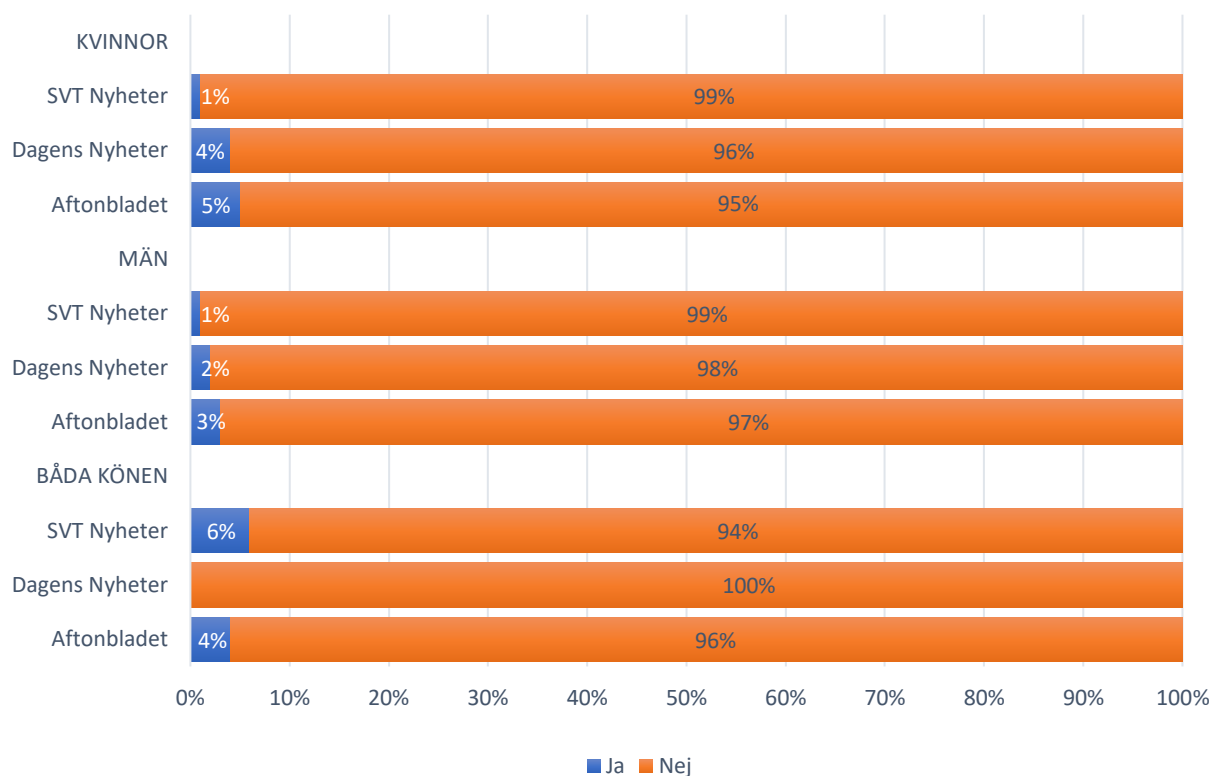
Koivula, N. (1999). *Gender in sport* (Doktorsavhandling). Edsbruk: Akademitryck AB.

Tolvhed, H. (2004). *Nationen på spel. Kropp, kön och svenskhet i populärpressens representationer av olympiska spel 1948-1972*. (Doktorsavhandling, Serie Akademi, 11). Umeå: Bokförlaget h:ström – Text & Kultur.

Bilagor

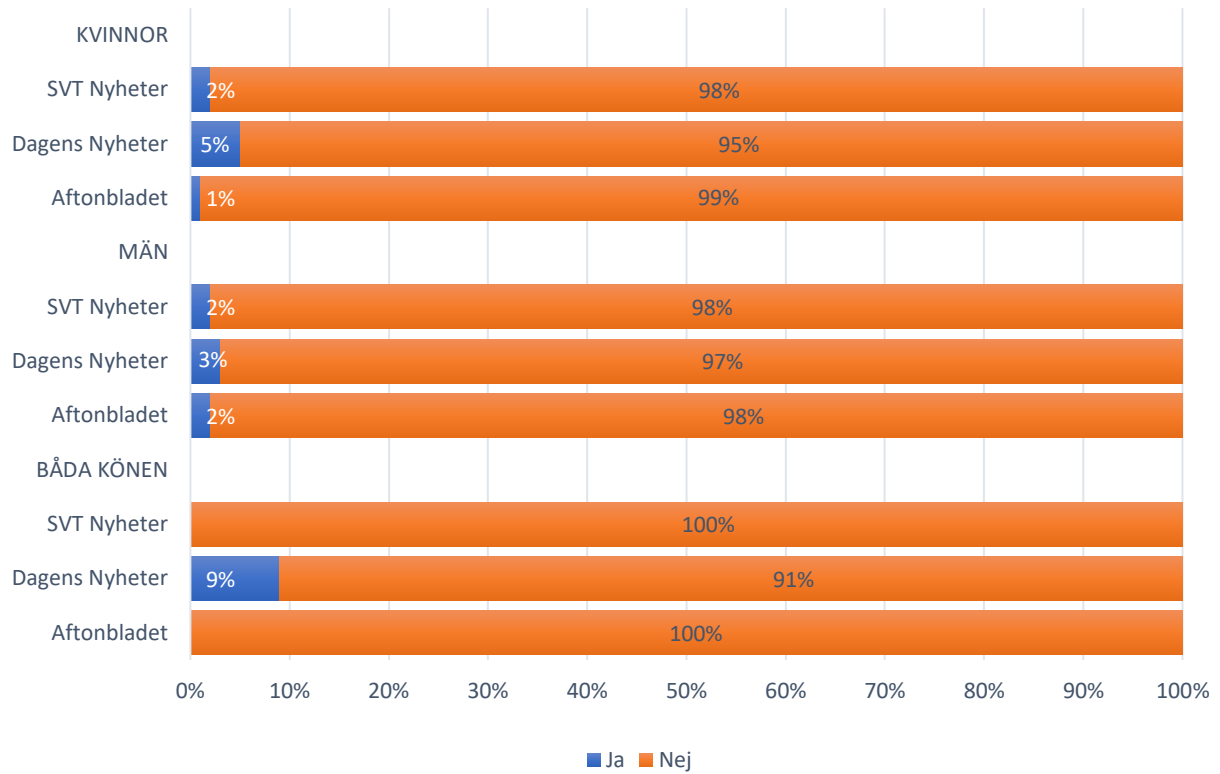
Bilaga 1. Figurer

FIGUR 1. PASSIVA ATTRIBUT PER MEDIUM)
I OS-RAPPORTERINGEN 2018 PÅ WEBBEN



Kommentarer: Totalt antal analyserade rubriker/ingresser: 1 221
SVT Nyheter: Totalt: 341. Kvinnor: 173. Män: 152. Båda könen: 16.
Dagens Nyheter: Totalt: 366. Kvinnor: 172. Män: 183. Båda könen: 11.
Aftonbladet: Totalt: 514. Kvinnor: 222. Män: 269. Båda könen: 23.

**FIGUR 2. AKTIVA ATTRIBUT PER MEDIUM
I OS-RAPPORTERINGEN 2018 PÅ WEBBEN**



Kommentarer: Totalt antal analyserade rubriker/ingresser: 1 221
 SVT Nyheter: Totalt: 341. Kvinnor: 173. Män: 152. Båda könen: 16.
 Dagens Nyheter: Totalt: 366. Kvinnor: 172. Män: 183. Båda könen: 11.
 Aftonbladet: Totalt: 514. Kvinnor: 222. Män: 269. Båda könen: 23.

Bilaga 2. Kodbok

Variabelnamn	Variabelvärden	Tolkningsregler
v1 Kodare	1 = Evelina 2 = Helena 3 = Cecilia	
v2 Medium	1 = Aftonbladet 2 = Dagens Nyheter 3 = SVT Nyheter	
v3 Datum	Datum artikeln publicerades	Vinter-OS ägde rum mellan 9 och 25 februari.
v9 Idrottsutövarens namn i rubrik	0 = Nyhetssubjektets namn förekommer ej 1 = Kallas vid förnamn 2 = Kallas vid efternamn 3 = Kallas vid för- och efternamn 4 = Flera personer, olika benämning 5 = Smeknamn	Nyhetssubjektets namn.
v4 Kön på nyhetssubjekt i rubrik	1 = Kvinna/kvinnor 2 = Man/män 3 = Annat 4 = Flera kön	Den som rubriken huvudsakligen handlar om. Om det inte direkt framgår i rubriken, tillåts kodare undersöka vem rubriken syftar på i texten.
v5 Rubrikens/ingressens fokus	1 = Fokus är på matchen/tävlingen 2 = Fokus är inte på matchen/tävlingen	Det som rubriken/ingressen huvudsakligen handlar om.
v6 Typ av sport	1 = Lagsport 2 = Individuell sport 3 = Både lag- och individuell sport 4 = Framgår inte	Den typ av tävling som artikeln handlar om. Om artikeln inte fokuserar på tävling/träning kodas den sport som idrottspersonen huvudsakligen sysslar med.
v7 Sexualisering	0 = Förekommer ej 1 = Förekommer	Sexualisering innebär fokus på utseende, sexuell tillgänglighet, eller sexuell läggning.

v8 Förminskning /infantilisering	0 = Förekommer ej 1 = Förekommer	En förminskande rubrik är nedlåtande och trivialiserande, dvs. när något inte tas på allvar. Infantilisering innebär att porträttera vuxna människor som barn, exempelvis genom att kalla dem för flickor eller pojkar, att kalla dem för "Lilla (Namn)", framhäva barnsliga drag.
v10 Beskrivs i familjär kontext	0 = Nej 1 = Ja	Med familjär kontext menas i familjerelationer, som exempelvis mor/far, son/dotter, make/hustru, pojkvän/flickvän, eller i hemmiljö.
v11 Tillskrivs vårdande egenskaper (kvinnlig stereotyp)	0 = Nej 1 = Ja	Till exempel: Moderlighet, hjälpsamhet, värme, vänlighet, empati, omhändertagande
v12 Tillskrivs passiva egenskaper (kvinnlig stereotyp)	0 = Nej 1 = Ja	Till exempel: Osäkerhet, oro, svaghet, maktlöshet, passivitet
v13 Tillskrivs känslomässiga egenskaper (kvinnlig stereotyp)	0 = Nej 1 = Ja	Till exempel: känslighet, mjukhet, ödmjukhet, irrationalitet
v14 Tillskrivs styrka (manlig stereotyp)	0 = Nej 1 = Ja	Till exempel: aggressivitet, styrka, hårdhet, modighet, stabilitet, självsäkerhet, bestämdhet
v15 Tillskrivs makt (manlig stereotyp)	0 = Nej 1 = Ja	Till exempel: makt, dominans, auktoritet
v16 Tillskrivs aktiva egenskaper (manlig stereotyp)	0 = Nej 1 = Ja	Till exempel ambition, aktivitet, handlingskraftighet, rationalitet
v17 Könsmärkning av sport	0 = Nej 1 = Ja	Sport som utövas av kvinnor kallas ofta för "damsport", medan idrotter som utövas av män ofta bara benämns som "sport".

Bilaga 3. Protokoll kvalitativ innehållsanalys

Tema	<i>Rubrik text 1</i>	<i>Rubrik text 2...</i>
Rubrik		
Kön		
Medium		
Förekommer förminskning eller infantilisering? Hur?		
Förekommer sexualisering? Hur?		
Beskrivs nyhetssubjektet i familjär kontext? Hur?		
Tillskrivs nyhetssubjektet vårdande attribut? På vilket sätt?		
Tillskrivs nyhetssubjektet passiva attribut? På vilket sätt?		
Tillskrivs nyhetssubjektet känslomässiga attribut? På vilket sätt?		
Tillskrivs nyhetssubjektet styrka? På vilket sätt?		
Tillskrivs nyhetssubjektet makt? På vilket sätt?		
Tillskrivs nyhetssubjektet aktiva attribut? På vilket sätt?		
Vem tillskriver attributen/skildringarna/sammanhangen?		
Vilket är artikelns huvudsakliga fokus?		
Vad får nyhetssubjektet prata om?		
Bryter artikeln mot normer/stereotyper?		