

BACHELOROPPGAVE

Å reprodusere usynlige prinsesser -

En empirisk diskusjon om mangelen av kvinner i norske nyhetsmedier

Reproducing invisible princesses - An

empirical discussion of the lack of women in Norwegian news media

Karoline Skarstein

Kandidatnr: 12.

Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap. Institutt for samfunnsvitenskap. Sosiologi- ungdomssosiologi

Veileder: Roger Hestholm

Innlevert: 22.05.18

Jeg bekrefter at arbeidet er selvstendig utarbeidet, og at referanser/kildehenvisninger til alle kilder som er brukt i arbeidet er oppgitt, jf. Forskrift om studium og eksamen ved Høgskulen på Vestlandet, § 10.

Abstract:

This bachelor essay discusses the lack of women in Norwegian news media, mainly based on a study of a selection of newspapers in 2014. This study showed that 20% of the reviewed articles were about women, while 60% were about men. This essay discusses central perspectives on gender and the way gender roles develop, with focus on men being viewed as active agents and women as passive subjects. The essay draws connections between the way gender roles make women passive and the low representation in Norwegian news media, and asks whether the lack of women in media contributes to maintaining the current gender roles.

Innholdsliste

1.0 Innledning	s 4
1.1 Problemstilling og avgrensning	s 5
1.2 Avgrensning av mediebegrepet	s 5
2.0 Statistikken	s 6
2.1 Hovedfunn	s 8
2.2 Global Media Monitoring Project.....	s 10
2.3 Hvorfor er disse tallene viktige?.....	s 11
3.0 Kjønn	s 12
3.1 Hva er kjønnsroller?	s 12
3.2 Kjønnroller i et historisk perspektiv	s 13
3.3 Kjønnroller som noe strukturfunksjonalistisk	s 14
3.4 Kjønnroller i et feministisk perspektiv	s 15
3.5 Kjønnroller, når kvinner sier nei	s 16
3.6 Kjønnbalanse i redaksjonene	s 18
3.7 Kjønnsdelt samfunn	s 20
3.8 Når kjønnsnormene brytes	s 21
3.9 Tidlig sosialisering: Eksempler fra barnejournalistikken	s 23
4.0 Avsluttende merknader	s 25
5.0 Referanser	s 26

1.0 Innledning

I jakten på å finne seg selv, sammenligner man seg gjerne med andre. Vår identitet og oppfattelse av identitet speiles i mennesker vi identifiserer oss med, mennesker vi ligner på. Vi lærer at noen har utovertiss og andre har innvertiss, og at dette har stor betydning for hvilke forventninger samfunnet, verden rundt oss, har til hvem og hva vi skal være. Noen av oss er søte prinsesser, mens andre er tøffe superhelter.

Her spiller mediene en rolle. Medieviter Jostein Gripsrud skriver at «Massemediene sier kanskje ikke så mye om forskjellene mellom Granlia og Solbakken, men de sier en hel del om forskjellene mellom dem med innover- og dem med utovertiss (...) I større eller mindre utstrekning spiller mediene her som regel sammen med foreldre, skole og andre autoriteter» (Gripsrud. 2015 s.15).

Mediene opptre som en sosial institusjon, en arena for sekundærsosialisering av kjønnsroller, i kraft av å presentere kjønnsbilder. Et intervjuobjekt er ikke bare et intervjuobjekt. Vedkommende presenteres stort som enten kvinne eller mann. Det vises gjerne et bilde av hvordan denne kvinnen eller mannen ser ut, og vi ser gjerne at kvinner og menn er forskjellige. At vi gjerne opptre i forskjellige roller, at vi har forskjellige yrker. Men hvordan fremstilles vi?

Kjønnsforsker Wencke Mühleisen skriver at «En stadig gjentakende kritikk fra feministisk hold siden 1970-tallet har vært at mediene fylles av kjønnsstereotyper som fremstiller kvinner som passive objekter og menn som handlende aktører» (Lorentzen & Mühleisen. 2009. s264) Hun skriver videre at ønsket om mer mangfoldige og virkelighetsnære fremstillinger av kvinner og menn er helt sentralt for feminismen.

En som deler dette perspektivet og drar det enda lengre, er samfunnsdebattant og forfatter, Heidi Helene Sveen. I sin bok «Såpass må du tåle – Sex, krenkelser og offentlig debatt» skriver hun om hvordan mediene marginaliserer kvinner til objekter, mens menn får være handlende aktører. Og hun sammenligner det hun omtaler som hverdagsexisme i mediene, med seksuell trakassering: «Akkurat den samme mekanismen er virksom ved seksuell trakassering og voldtekt; Kvinners kropp behandles som en ting som er til for andres nytelse». (Sveen. 2016 s.118)

Samtidig viser undersøkelser (Se fig.1. s 8) at kvinner er grovt underrepresentert i norske nyhetsmedier, mens ledere og redaktører i mediebransjen forteller at kvinner er vanskeligere å få i tale, enn menn.

1.1 Problemstilling og avgrensning

Jeg har med dette som utgangspunkt avgrenset en problemstilling med følgende ordlyd:

Reproduseres kvinnelige kjønnsroller i mangelen på kvinnelige stemmer i mediene?

Først vil jeg presentere noen tall som er aktuelle for å belyse problemstillingen. Deretter vil jeg se nærmere på kjønnsroller og sosiale kjønn. For så å diskutere om kvinnelige kjønnsroller reproduseres i nyhetsmediene.

1.2 Avgrensning av mediebegrepet

I og med at mediebegrepet er så bredt og omfangsrikt har det vært nødvendig å gjøre noen avgrensninger. Jeg har i all hovedsak fokusert på de skrevne redaktørstyrte nyhetsmediene, enten det dreier seg om papiraviser eller nettaviser.

Begrepet redaktørstyrt er i denne sammenhengen det viktigste. I motsetning til sosiale medier der hver og en av oss står ansvarlig for fremstillingen av oss selv, skal redaktørene i disse nyhetsmediene ha et objektivt utgangspunkt. Disse nyhetsmediene er også bundet av pressens Vær Varsom-Plakat og redaktørplakat som stiller krav til nettopp objektivitet og rettferdig fremstilling (Pressens Faglige Utvalg. 2018).

Nyhetsbegrepet kan også tolkes bredere. De store nyhetsavisene, som VG, Dagbladet, Aftenposten, inneholder ikke bare det som karakteriseres som nyheter, men også aktualitetsstoff, kulturstoff, samfunnsstoff, sport osv. Stoffområder er i noen sammenhenger relevant, blant annet statistisk. Man ser eksempelvis at sportsjournalistikken bryter med resten av datamaterialet og skiller seg ut med en spesielt lav kvinneandel både i redaksjonene og i produsert journalistisk materiale. (Eide & Orgeret. 2015 s.99)

I min diskusjon av problemstillingen har jeg lagt størst vekt på at det er objektiv redaktørstyrt journalistikk fra disse mediene som diskuteres. Jeg har ikke sett på kommersiell reklame eller annonsemateriale.

2. Statistikken

Jeg vil starte med å presentere noen grunnleggende tall for kvinners representasjon i mediene, som vil være relevant for den videre drøftingen. Rett og slett; hvor ofte dukker de opp?

I 2014 ble det gjennomført en kartleggingsstudie av et utvalg nyhetsaviser: VG, Dagsavisen, Vårt Land, Adresseavisen, Nordlys og Bergens Tidene. De fulgte avisene i en såkalt syntetisk uke, fra mandag til og med lørdag. Det betyr at de har gjort registreringer på en mandag en uke, tirsdag uken etter osv. På denne måten har de forsøkt å minimere påvirkning fra enkelthendelser, enten det nå er katastrofer eller Olympiske leker. Til sammen har de sett på totalt 1681 redaksjonelle artikler. (Eide & Orgeret. 2015 s.78)

Å undersøke representasjon av kvinner i mediene kan være en utfordrende øvelse. «Selv om de fleste registreringene har vært veldig konkrete og inneholdt lite skjønn og tolkning, er det deler av undersøkelsen hvor kriterier har blitt vurdert subjektivt» (Eide & Orgeret. 2015 s.79).

I undersøkelsen har de 1681 artiklene blitt plassert i fire kategorier (Eide & Orgeret. 2015 s.78):

- Kvinnelig
- Mannlig
- Nøytral 1: Der kjønnsbalansen er lik
- Nøytral 2: Handler om andre ting som bygninger, dyr, uten kilder eller bilder som gir oppslagene et kjønnsaspekt.

For å kunne plassere oppslag under de to første kategoriene har de sett på tre variabler:

- Kjønn på bilde
- Kjønnen vinkling
- Kildenes kjønn

De har også delt kvinnene inn i tretten kvinnetyper, for å kunne si noe om hvilke kvinner som dukker opp i mediene. Disse tretten typene er (Eide & Orgeret. 2015 s.79):

- 1) Lederkvinner (Politikk, næringsliv, fagbevegelse)
- 2) Koner (Appendiks til mannlige; hovedaktører)
- 3) Idolkvinner (Som omtales uavhengig av sin kunstneriske prestasjon)
- 4) Kunstnere
- 5) Sportsutøvere
- 6) Kvinner som ofre
- 7) Yrkeskvinner
- 8) Kvinner i privatsfæren
- 9) Kvinner som forbrukere
- 10) Spesielle kvinner (Forbrytere, utøvere av spesielle dåder og lignende)
- 11) Eksperters/synsere
- 12) Grunnplansynsere (Konsekvens eksperter, kvinnen i gata, vitner og lignende)
- 13) Kvinner som representerer organisasjoner.

Denne type-inndelingen er basert på lignende inndeling i andre undersøkelser fra tidligere år (Eide & Orgeret. 2015 s.79).

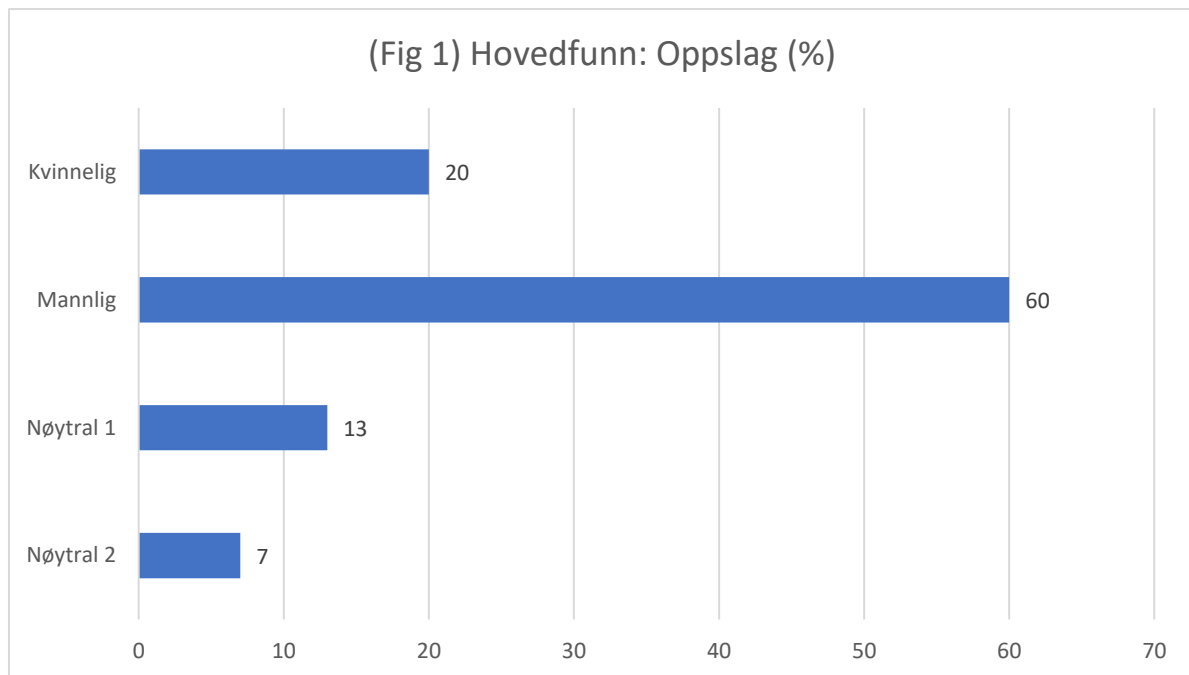
Undersøkelsen ble gjennomført av to personer, der avisene er fordelt mellom dem. De kan derfor har gjort forskjellige subjektive vurderinger av hva som for eksempel er en kvinnelig-artikkel og ikke. For å kvalitetssikre hverandres funn gjennomførte de en intersubjektivitetstest hvor de kontrollerte syv av den andres vurderinger for å se om de ville vurdert likt. I klassifiseringen av kjønn på vinkling fant de 3 saker med ulik vurdering, av totalt 14 (Eide & Orgeret. 2015 s.79).

Den samme undersøkelsen ble gjort for å intersubjektivitetsteste hverandres kategorisering av kvinnetyper. Av totalt ti undersøkte artikler fant de at de i to tilfeller hadde kategorisert kvinneskikkelsene ulikt (Eide & Orgeret. 2015 s.80).

Selv konkluderer de med at «Utfallet av intersubjektivitetstesten bekrefter altså at kategoriseringen av kjønn på vinkling og definisjon av de ulike kvinnetypene er åpen for fortolkning, men kan korrigeres ved samlet skjønn etter testing» (Eide & Orgeret. 2015 s.80).

2.1 Hovedfunn

Undersøkelsene deres viste at 20% av oppslagene de undersøkte kunne kategoriseres som kvinnelige saker. Enten de handlet om kvinner eller var med kvinner. 60% av artiklene hadde en mannlig vinkling eller brukte menn som kilder og/eller subjekter (Eide & Orgeret. 2015 s.81).



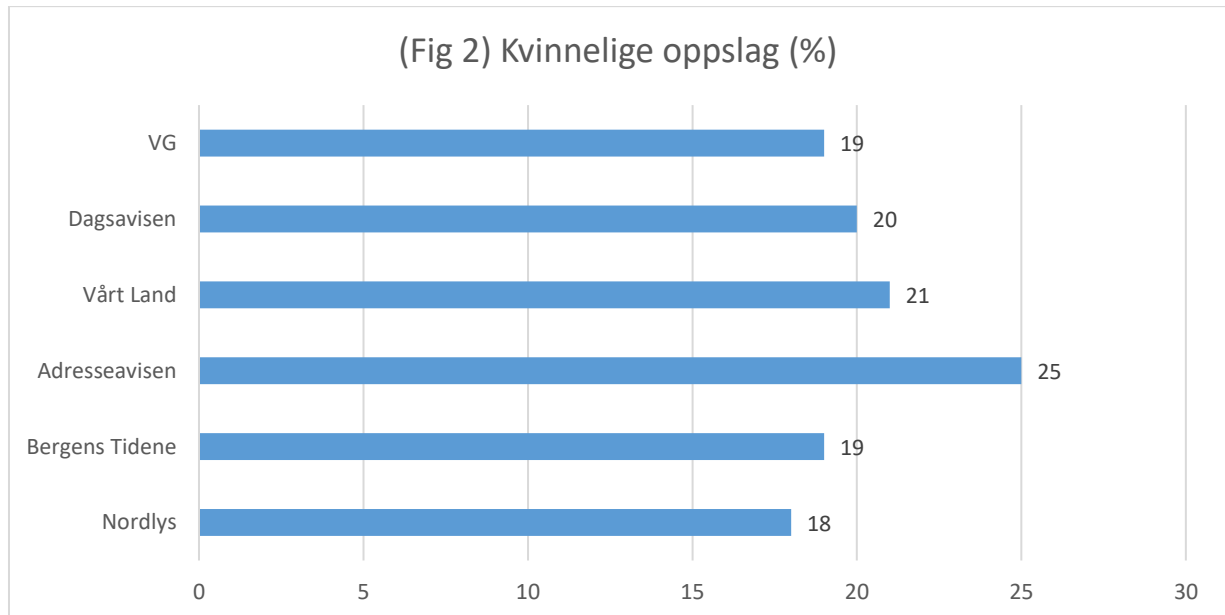
Sammenlignet med lignende undersøkelser i 1979, 1989 og 1999 ser man at kvinneandelen har økt fra 9% i 1979 til 14% i 1989 og 1999 til da 20% i 2014. Mannlig representasjon har ligget stabilt mellom 60% og 63% i alle undersøkelsene (Eide & Orgeret. 2015 s.81).

Kvinneandelen har økt, men altså ikke på bekostning av menn, heller på bekostning av de nøytrale artiklene. I presentasjonen av datamaterialet stilles det spørsmål ved hva dette kan skyldes. «Kan dette skyldes en økt personifisering i mediene og økt bruk av såkalte case og definerte, navngitte kilder?» (Eide & Orgeret. 2015 s.81). Her er Mühleisen inne på noe av det samme og peker på en feminisering av mediene (Lorentzen & Mühleisen. 2009. s264).

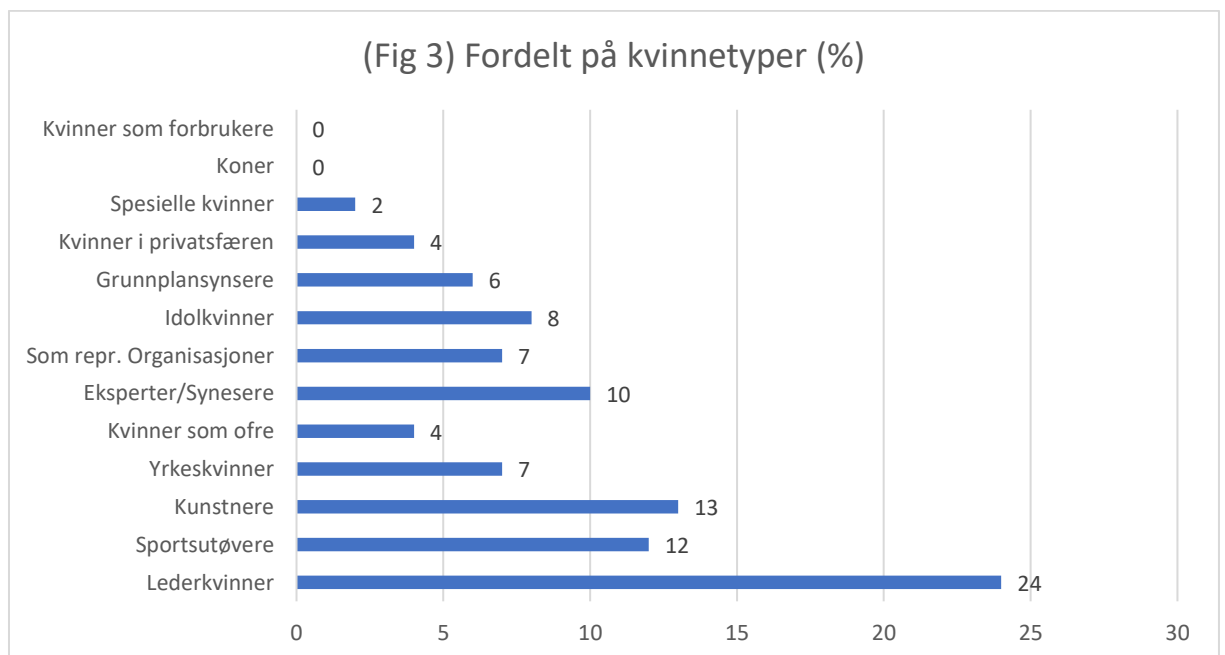
Nyansene mellom de undersøkte avisene er små. Denne statistikken er likevel relevant for å vise at fordelingen er relativt jevn blant avisene. Sett at kvinners deltakelse i mediene er

problematisk lav, er det her et generelt og strukturelt problem og ikke et spesielt problem i enkelte mediehus.

Her viser jeg bare kvinneandelen i de utvalgte avisene (Eide & Orgeret. 2015 s.82).

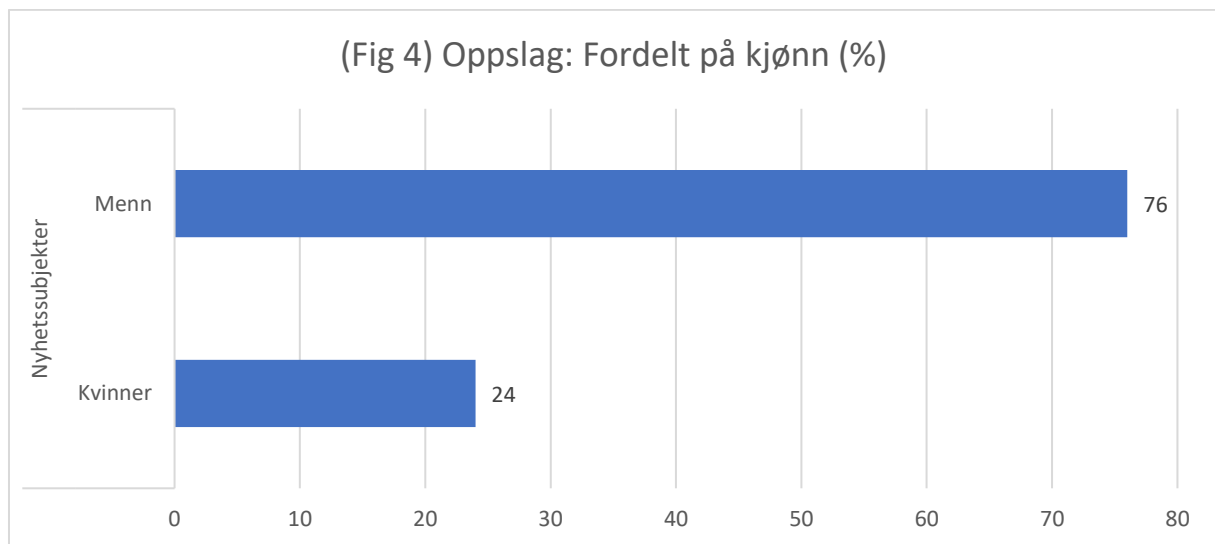


Fordelingen av kvinnetyper er også interessant, for å kunne si noe om hvilke roller kvinnene har når de først dukker opp i disse nyhetsmediene. Tallene under viser at kvinnene i en fjerdedel av oppslagene har en lederrolle (Eide & Orgeret. 2015 s.85).



2.2 Global Media Monitoring Project

Hvert femte år gjennomføres en internasjonal undersøkelse kalt Global Media Monitoring Project (GMMP) der medieforskere fra land over hele verden gjennomfører lignende kartleggingsundersøkelser på en utvalgt dag, for å gi et internasjonalt bilde på hvordan kvinner fremstilles i mediene. Undersøkelsen ble sist gjennomført 25. mars 2015, her stod medieforskerne Elisabeth Eide og Kristin Skare Orgeret ansvarlig for den norske delen av undersøkelsen. Hovedfunnene fra undersøkelsen korrelerer med undersøkelsen fra 2014 (Forskning.no. 2015).



Her var kvinneandelen noe høyere enn i undersøkelsen fra 2014, med 24%, det samme som verdensgjennomsnittet.

Det er verdt å merke seg at GMMP 2015 har et litt annet utvalg enn avis-undersøkelsen fra 2014. I GMMP 2015 ble fem papiraviser, seks nettmedier, fire tv-nyhetssendinger og tre radiosendinger undersøkt. Kvinneandelen i de trykte og nettbaserte mediene var lik (Forskning.no. 2015).

Avviket hos enkelte aviser, er interessant. I GMMP 2015 landet kvinneandelen i VG på 11%, den lavest målte i hele den norske undersøkelsen. I statistikken fra 2014 (Fig 2) ser man at VG

da hadde en kvinneandel på 19% (Forskning.no. 2015). Dette kan vise at denne formen for analyse ikke er særlig presis og at normalvariasjonen i kjønnsbalanse er relativt høy.

Samtidig pekes det på at på den utvalgte dagen, 25. mars 2015, ble påvirket av en hendelse dagen før, da et passasjerfly styrtet over alpeene. Ulykken dominerte nyhetsmediene 25. mars og førte til en overvekt av mannlige intervjuobjekter knyttet til saken. Ekspertene som ble brukt var menn, øyenvitne som ble intervjuet var nesten bare menn. I NRKs nyhetssending på kvelden var det bare mannlige vitner som ble intervjuet. (Forskning.no. 2015).

Medieforsker Orgeret forteller forskning.no at dette likevel gir et bilde på avisenes kildebruk «Så selv om dette var en helt spesiell dag, sier det noe om hvordan journalistene velger kilder» (Forskning.no. 2015).

2.3 Hvorfor er disse tallene viktige?

Er denne skeivheten i representasjon av kjønn ubetydelig? Det dreier seg for så vidt ikke bare om kjønn, her kan man se på flere variabler som på en eller annen måte kategoriserer oss.

Man kunne like gjerne spurt om representasjon av lavtlønnede kontra middelklasse/overklasse for eksempel. Det handler om hvem mediene snakker med, og hvem mediene gir plass til å snakke på vegne av andre.

Litt senere vil jeg se nærmere på opplevelse av kjønn, kjønn som rolle. Dette perspektivet forteller oss også at menn og kvinner har forskjellige erfaringer basert på å sosialiseres inn i forskjellige roller. Skeivheten viser her at kvinners erfaringer i langt mindre grad kommer til syne i mediene.

Dette er likevel mer komplisert. I undersøkelsen fra 2014 ser man at kvinner deles inn i kvinnetyper. Felles for alle disse er en form for kvinnelig kjønnsrolle, men er for eksempel en lederkvinne og en kvinne i privatsfæren likevel like? Kan en lederkvinne representere en privat kvinne?

Og har egentlig kjønn på eksempelvis en leder noe å si for det lederkvinnen gjerne uttaler seg om? Hva er egentlig en lederkvinne i det hele tatt, snakker man ikke da nettopp om

kvinner som blir plassert i maskuline roller? At bare kvinner som trer inn i det som anses som maskuline roller får plass i mediene? (Dagens Næringsliv. 2018)

Det mest interessante her er kanskje likevel den stabile mannsrepresentasjonen. Det blir flere kvinner i mediene, men det går ikke på bekostning av mannen, hans stemme svekkes ikke når kvinner gis mer plass.

3.0 Kjønn

I spørsmålet om hvordan mediene reproducerer kvinnelige kjønnsroller er det nødvendig å si noe om hva mediene da faktisk reproducerer. Hva er kjønn? Hva gjør for eksempel at kvinner og menn kler seg forskjellig, har forskjellig atferd, gjerne velger forskjellige yrkesveier osv. Er det biologi eller kjønnsroller?

I 2017 gjorde Dagsavisen en gjennomgang av landets 50 største dagsaviser og fant 5 aviser med kvinnelige sjefsredaktør (Dagsavisen. 2017). Nylig avgått ansvarlig redaktør i Vårt Land, Åshild Mathisen forklarte den gang at det hang sammen med menns evne til å markedsføre seg selv.

«Menn er flinkere til å selge seg selv, og i disse tider tror jeg menn bedre behersker et slags «digitalt maktspråk», slik at de gir et mer solid inntrykk av at de kan lede an i den teknologiske utviklingen» (Dagsavisen. 2017)

Men sett at menn faktisk er flinkere til å selge seg selv. Hvorfor er de det? Hva gjør i så fall at menn og kvinner har generaliserbare forskjellige egenskaper? Her vil jeg derfor se nærmere på forskjellige teoretiske utgangspunkt for forståelsen av kjønn som noe sosialt.

3.1 Hva er kjønnsroller?

Kjønnsroller er et helt sentralt begrep i samfunnsvitenskapen for å forstå kjønn i et sosialt samfunn. Begrepet gjør det «mulig å referere til kjønn som noe som er sosialt formet og ikke bare biologisk bestemt» (Lorentzen & Mühleisen. 2009 s. 65).

Kjønnsroller etableres ved at et individ på grunnlag av sitt biologiske kjønn blir sosialisert inn i en kjønnsrolle. Et sett av forventninger og normer, for hva en kvinne eller en mann skal være, interessere seg for, hvordan man skal tenke, føle og oppføre seg (Teigen & Svartdal. 2016). I dette bildet får kjønn fort to dimensjoner, som noe biologisk og noe sosialt. Disse to dimensjonene utelukker ikke hverandre.

3.2 Kjønnsroller i et historisk perspektiv

Kjønnsroller er ikke et nytt fenomen, selv om begrepsbruken er nyere. På 1700-tallet fant man ut at kvinner og menn hadde forskjellige skjelett og reproduksjonsorganer (Lorentzen & Mühleisen. 2009 s. 24). Før det ble ikke kvinner og menn sett på som anatomisk forskjellige. «Alle deler som finnes hos menn er til stede i kvinnen» (Moi. 1998 s. 27) skrev legen Falopius på 1500-tallet. Kvinner hadde alt som menn hadde, bare innvendig. «Siden mannlige og kvinnelige forplantningsorganer ikke ble oppfattet som fundamentalt forskjellige, ble anatomiske ulikheter fremstilt som hierarkiske og ikke komplementære» (Moi. 1998 s.27).

Det fantes altså likevel en sosial forskjell mellom menn og kvinner. Et system der menn var over kvinnen i et hierarki, ikke bygget på biologi, men på gudstro. Man kan finne dette skillet mellom menn og kvinner helt tilbake til religiøse historier om Adam og Eva. I jødedommens fortellinger og tolkninger av menneskets skapelse hadde Adam en annen kone, Lilit. En kone som ble «skapt av jord som ham, og derfor ville ha samme rettigheter som ham, også seksuelt» (Groth .2018). Da Adam nektet å likestilles med Lilit ble han forlatt og Eva ble i stedet skapt av Adams ribbebein. Så selv i skapelsesberetningen finner man en form for kjønnsroller, og forventinger til hvor kvinnen skal stå i forhold til mannen.

Oppdagelsene på 1700-tallet gjorde at kvinner ble ansett som «kroppslig sett så forskjellige fra menn at de i enhver sammenheng måtte ansees for uegnede til å sammenligne med menn» (Lorentzen & Mühleisen. 2009 s. 24). Rollen som det «underlegne» kjønn bestod og ble heller forsterket av en biologisk forklaring.

Ideen om at fysiologi, anatomi og biologi er avgjørende for kjønnsforskjeller kaller man gjerne for biologisme. Denne forskjellen strekker seg også lengre enn bare biologi og

reproduksjonsorganer, man mener gjerne at kvinner og menn også er forskjellige både emosjonelt og kognitivt (Lorentzen & Mühleisen. 2009 s. 24).

3.3 Kjønnroller som noe strukturfunksjonalistisk.

Dette er et perspektiv som fortsatt eksisterer i kjønnsdebatten. Ideen om at kjønn er noe du er født med, som gir deg egenskaper som gjerne er biologisk determinerte, her kan man trekke linjer til strukturfunksjonalismen. I strukturfunksjonalismen ser man for seg at samfunnet består av ulike posisjoner og at det til hver posisjon er knyttet forventninger og normer som sier noe om hvordan individet i denne posisjonen skal handle. (Lorentzen & Mühleisen. 2009 s. 65).

Et eksempel på denne formen for inndeling finner man hos sosiologen Talcott Parson, som gjerne regnes som strukturfunksjonalismens far (Lorentzen & Mühleisen. 2009 s. 65). Han var opptatt av rollefordelingen i familien og hvordan far og mor hadde forskjellige bestemte roller overfor et barn. Dette mente han var knyttet til de ulike funksjonene i reproduksjonen. «Denne arbeidsinndelingen ble sett på som en funksjonell og optimal måte å ordne det spesialiserte samfunnets ulike behov på» (Lorentzen & Mühleisen. 2009 s. 65). Det er likevel viktig å skille dette fra biologismen. Dette handlet mer om funksjoner i et moderne samfunn enn biologismens idé om at kvinner og menn var emosjonelt og kognitivt forskjellige. Det handler også likevel om biologi og kvinnens rolle som den fødende. I Parsons perspektiv blir da mannen en arbeider.

Perspektivet er omdiskutert. Den norske sosiologien Harriet Holter var inspirert av strukturfunksjonalismen, men så likevel flere problemer. Hun knyttet heller kjønnroller til noe som var sosialt lært og foranderlig, i stedet for noe som var basert på biologi. Et mer interaksjonistisk perspektiv på utviklingen av kjønn og kjønnroller. Holter argumenterte for at «mannsrollen og kvinners rollen ikke utfyller hverandre som komplementære deler i en funksjonell enhet, men i stedet er en ordening som fordeler makt og ressurser ulikt» (Lorentzen & Mühleisen. 2009 s. 66).

Dette er viktig for problemstillingen min, for forståelsen av kjønn som noe som ikke bare er biologisk. Når en avis presenterer en kilde som for eksempel «Kvinne (40)» sier de ikke

nødvendigvis at dette er et menneske med innvertiss. Begrepet kvinne blir straks noe mer, noe relasjonelt, noe fenomenologisk. Noe som har sosial betydning, da også betydning for mediene.

3.4 Kjønsroller i et feministisk perspektiv.

En sentral del av feministisk teori har vært å skille på disse to dimensjonene. Det britiske feminister har omtalt som «sex» og «gender» siden 1960-tallet (Moi. 1998 s.21). Likevel er betydningen og verdien av sosialt og biologisk kjønn også omdiskutert i den feministiske teorien.

Den poststrukturalistiske feministen og filosofen Judith Butler mener at kjønn er performativt. Når Butler sier dette snur hun opp ned på det skille som har vært tidligere, skillet mellom biologisk og sosialt kjønn. Det sosiale kjønn kommer først, det biologiske er sekundært. At vi fremfører våre sosiale kjønn på en måte som enten produserer biologisk kjønn, kjønnsidentitet eller begge deler (Moi. 1998 s.84). Disse ideene er inspirert av den eksistensialistiske filosofen Simone de Beauvoir som mente at kjønn ikke nødvendigvis er noe fast, det er ingen gjenstand, det er en handling. Beauvoirs berømte påstand: «Man er ikke født som kvinne - man blir det», fra hennes egen bok «Det annet kjønn» (1949), har dominert mye av den moderne feministiske teorien om hva kjønn er, både fysisk, historisk og sosialt (Moi. 1998 s.85).

Beauvoir forstod kjønn som et relasjonelt fenomen, noe fenomenologisk. Der mannen fremstår og bekreftes som subjekt gjennom en bekreftelse av at kvinnens fremtredelse som objekt (Lorentzen & Mühleisen. 2009 s. 50). Det er altså umulig å se på kvinnerollen, for den saks skyld også kvinners representasjon i mediene, uten å se på menn. Sett at kvinnens rolle i samfunnet er underlagt mannen. Kjønnene står i kontekst til hverandre. Også statistisk. Menns tilstedeværelse i mediene er på tross av noen andres manglende tilstedeværelse. Et tydelig eksempel på dette er flyulykken jeg var innom tidligere, der menn får tildelt roller i mediene, gjerne på tross av kvinnelige stemmer.

Beauvoir har her et marxistisk perspektiv og «anvender relasjon mellom herre/slave eller borgerskap/proletariat for å beskrive relasjonen kvinne/mann (...) Livet er en kamp hvor de seirende underlegger seg taperne» (Lorentzen & Mühleisen. 2009 s. 50). Beauvoir ser her

kvinnen som bundet til hjemmet av reproduksjonen og at samfunnsutvikling, kultur og historie bare har befestet denne plassen i hjemmet og familien. Her kan man også se medier som en del av kulturen. En sosial institusjon som både påvirker og blir påvirket i gjensidig påvirkning av mennesker som både konsumerer og produserer journalistikk. Kvinnen har i så måte ikke klart å gjøre seg selv til et selvstendig subjekt på samme måte som mannen og Beauvoir mener det gjør at kvinnen ikke er fri (Lorentzen & Mühleisen. 2009 s. 50). Senere vil jeg se mer på faktorer som gjør det vanskelig for kvinner å ta plass i mediene.

Perspektivet på mannen som subjekt og kvinnen som objekt har vært et omfattende tema i den humanistiske kjønnsforskningen, jeg var også innom det helt innledende. «Beauvoir viste hvor innfløkt relasjonen er, og at kvinner selv er med på å befestede de myter som spinnes rundt hennes immanens og avhengighet» (Lorentzen & Mühleisen. 2009 s. 51). Kvinner og menns roller er altså ikke uavhengige av hverandre.

3.5 Kjønnroller, når kvinner sier nei.

Ingeborg Sæbu (Sic)¹, vaksjef i NRK-programmet Aktuelt forteller at det kan være vanskelig å booke kvinner som gjester til programmet. Hun forteller at «hun en gang ringte tolv kvinner som alle sa nei. (...) Sæbus magesfølelse er også at kvinner sier oftere nei enn menn. Ringer man på ettermiddagen for å få dem i studio samme kveld, oppgir de ofte årsaker som familie og privatliv, men også at de vil ha tid til å forberede seg. Kvinner vil føle seg 110% klare for spørsmålene som kommer, om de skal svare ja til å komme i studio. Menn kaster seg mer utpå.» (Eide & Orgeret. 2015 s.70).

Dette er svært interessant på flere vis. Aktuelt er kanskje ikke en nyhetsavis i så måte, men vaksjefens refleksjoner har likevel overføringsverdi. Det Sæbu presenterer finner man igjen i ideene om kjønnroller. Også i Parsons strukturfunksjonalistiske perspektiv. Kvinnen har ansvar for barn og familie, mens menn kan stille på kort varsel. Hun er heller ikke den eneste som peker på denne problemstillingen.

¹ Boken til Eide og Orgeret henviser til Ingeborg Sæbu (SIC), vaksjef i NRKs Aktuelt (Eide & Orgeret. 2015 s.70). Etter å ha søkt henne opp kan det vise seg at de har gjengitt hennes navn ukorrekt, at hun egentlig heter Ingebjørg. Jeg har likevel valgt å holde meg til pensums bruk av Ingeborg.

Kyrre Nakkim, som tidligere har vært både politisk redaktør, debattredaktør og politisk kommentator i NRK, nå programdirektør i samme kanal har påpekt det samme. Under en debatt i NRK-programmet Dagsnytt Atten forklarte han at det regelrett koster mer ressurser å få kvinner til å stille. Man bruker mer tid på å overtale kvinner til å takke ja (Medier 24. 2015).

Problemet blir i så måte tidsaspektet, ikke at kvinner vil være sikre på at de er forberedt på det de skal snakke om. Her kan man likevel trekke linjer til kjønnsrollene og hvem som får være aktøren. Menn får i så måte plass, mens kvinner må ta plass.

Knut Are Tornås, redaksjonsleder i Debatt- og Magasinredaksjonen i NRK, peker på det samme og mener kvinner har lettere for å si nei, gjerne også fordi de ikke føler seg kompetente nok på området de blir invitert til å uttale seg om (Eide & Orgeret. 2015 s.70). Tornås er innom to aspekt til. Ene går på det samme som Nakkim, at det i en mediehverdag med korte tidsfrister kan være lettere for redaksjonene å ringe menn som de vet stiller, enn å måtte bruke tid på å overtale kvinner som kanskje i tillegg også har ansvar for barn på ettermiddagen/kvelden. I tillegg handler det om tilgjengelighet. Det er flere menn som aktivt uttaler seg i mediene, som ergo også er aktuelle for å booke til redaksjonelle saker og/eller programmer (Eide & Orgeret. 2015 s.71).

Et annet spørsmål er i hvilken grad et slikt fenomen er selvforsterkende. Beauvoir er inne på det når hun sier at kvinnen ikke har klart å frigjøre seg selv (Lorentzen & Mühleisen. 2009 s. 50). Disse kjønnsrollene er så sterke at det er få som stiller spørsmålstegn til hvorfor det alltid virker å være kvinnen som må si nei av hensyn til familie. Blant alle disse redaktørene og lederne som kan fortelle om hvordan redaksjonene jobber med å rekruttere kvinner, ligger det like gjerne en forventning til at kvinner vil si nei, som igjen fører til at man kanskje ikke prøver så hardt likevel. Det blir en reproduksjon av kjønnsroller, kvinner gis ikke muligheten til å bryte forventningen til at hun vil si nei. Tornås sier videre at det kan være skummelt for enkelte redaksjoner med korte tidsfrister å satse på kvinnelige stemmer, da får heller ikke kvinnelige stemmer medietrening (Eide & Orgeret. 2015 s.71). Samtidig viser undersøkelser at menn totalt dominerer mediene både som eksperter, ledere og politikere. (Eide & Orgeret. 2015 s.179). Kvinner får altså ikke sjansen. Kvinner brukes mindre, de er vanskeligere å få til å stille, redaksjonene skylder på tidspress og ringer menn i stedet. Likevel scorer NRKs debattprogrammer bedre enn nyhetsavisens kvinneandel på 20% (Fig 1). «Per 2014 har de

undersøkte programflatene nådd et gjennomsnitt på nær 35% kvinneandel» (Eide & Orgeret. 2015 s 75).

Kvinnene finnes altså, men de er, eller oppleves som vanskeligere å be. «Statistikken over debattprogrammene påvirkes spesielt av ytre faktorer som at kvinner oftere sier nei, og at det er færre kvinner å spørre fordi menn fortsatt sitter på majoriteten av toppstillinger og posisjoner med relevans for debattene» (Eide & Orgeret. 2015 s.75).

I en undersøkelse av kildebruken til journalistene i NRKs P3dokumentar fant man at det var en sammenheng mellom kjønnnet på journalisten og kjønnnet på kilden som ble valgt. «I 67 prosent av tilfellene velger en mannlig journalist en mann som hovedkilde, dette underbygger deler av teorien om at kvinneandelen i media har en sammenheng med antall kvinnelige journalister» (Eide & Orgeret. 2015 s.128). De kvinnelige journalistene hadde en jevnere fordeling av mannlige og kvinnelige kilder. Dette gir et bilde av at kjønnnet til journalistene kan ha noe å si, samtidig er P3dokumentar et programkonsept der man tar seg lengre tid til utarbeiding av dokumentarene, enn det en papiravis kan gjøre i det daglige, så tidspresset er ikke lengre like aktuelt. Likevel ser man at det er en overvekt av mannlige kilder i programmene. Her er 52% av hovedkildene menn, mens 27% er kvinner. De resterende 21% er med begge kjønn som hovedkilder (Eide & Orgeret. 2015 s.128). Dette sier noe om at problematikken kanskje ligger dypere enn bare medienes tidspress, det kan handle om kjønnsroller, en forventning om at kvinner ikke skal være talende subjekter. Eventuelt at de bare skal være talende subjekter innenfor visse områder. På denne måten kan man kanskje si at mediene reproducerer kjønnsroller ved å nettopp ikke ha med kvinner på kvinners premisser.

3.6. Kjønnbalanse i redaksjonene

Jeg vil se litt nærmere på denne teorien om at kjønnsfordelingen i redaksjonene også påvirker kjønnsfordelingen i kildebruk. Nylig annonserte en av de største aktørene i mediemarkedet, Dagbladet, at de hadde ansatt Alexandra Beverfjord som ny ansvarlig redaktør, en kvinne. (Dagbladet. 2018) Siden Dagbladet ble grunnlagt i 1869 og frem til i dag, har det vært 30 redaktører, hvor av kun en har vært kvinne, Anne Aasheim (2006-2010). (Wikipedia. 2018)

I Dagsavisens undersøkelse fra 2017 fant man som vist tidligere i oppgaven at 5 av 50 avisredaktører var kvinner. (Dagsavisen. 2017)

Dette er interessant på flere vis for problemstillingen min. En redaktør gjør prioriteringer på hvilke saker som skal få plass i avisen, hvilke man skal bruke ressurser på foran andre saker osv. Kan da den enkelte redaktørs egne verdier, oppfatninger og ideer påvirke prioriteringene?

Gripsrud benekter det ikke, men viser til undersøkelser som tyder på at det ikke bare handler om den enkelte redaktør heller (Gripsrud. 2015. s.335).

I 1955 publiserte Warren Breeds en studie kalt «Social Control in the Newsroom» (Gripsrud. 2015. s.335). Her kom Breeds frem til at det i redaksjonene han undersøkte fantes en felles norm for hva som var en nyhet og hva som ikke var en nyhet og at nye journalister raskt tok til seg denne normen (Gripsrud. 2015. s.335).

Dette funnet har senere blitt bekreftet en rekke ganger. Blant annet i 1971, av J. Tunstalls «Journalists at work» og Herbert Gans' «Deciding What's News fra 1980. Her fant man i tillegg at disse normene også hadde tilknytning til mediet som organisasjon. At «Eksterne relasjoner til faktorer som økonomi, tekniske betingelse og juridiske spørsmål» spilte inn på disse normene. I dette bildet forsvant den enkelte journalisten til fordel for organisasjonen (Gripsrud. 2015. s.336).

Det er altså vanskelig å måle hvor mye kjønn egentlig har å si for prioriteringen og vinklingen av saker i redaksjonene, men medieforsker Hege Lamark er ikke tvil om at det i hvert fall har en betydning.

«Mitt utgangspunkt er at selvfølgelig har kjønn betydning, men det er vanskelig å si sikkert om det har mer betydning enn alder, og sosial og geografisk bakgrunn» sier hun til Forskning.no (Forskning.no. 2009) Hun stiller dermed spørsmål ved om kjønn alene kan være en god nok kategorisering.

Eide og Orgeret sår likevel litt tvil om kjønnsaspektet blant lederne: «Er det for eksempel slik at en kvinne i sjefsredaktør-stolen betyr at mediet hun leder endrer kjønnsprofil og får flere kvinnelige kilder? Turid Øvrebøs studie av Dagsavisen i første periode etter at Hilde Haugsgjerd ble sjefsredaktør, tilsier at det på ingen måte er opplagt, selv om hun observerer en viss endring

i stoffprofilen» (Eide & Orgeret. 2015 s.30). I stedet kan det vise seg at kjønn til journalisten har mer å si, og at kvinnelige journalister i større grad enn menn velger kvinnelige kilder.

Kvinner er i dag i flertall i journalistikkutdanningen og rundt tusenårsskiftet passerte kvinneandelen i norske avisredaksjoner 40% (Eide & Orgeret. 2015 s.187). Noe av æren for dette gis til den såkalte feminiseringen av mediene (Lorentzen & Mühleisen. 2009 s. 265). En prosess ikke ulik lignende feminiseringsprosesser man har sett både i arbeidsliv, samfunn og politikken. De såkalte myke perspektivene har fått mer plass, også som en del av kommersialiseringen, i takt med kvinners fremtredelse i offentligheten. Her kan man igjen også peke på kjønnsroller og spørre hvorfor myke verdier automatisk kobles til kvinner, om det er sosialiserte verdier.

I en studie av kjønnsbalansen hos journalistene i to nettaviser (Adressa.no og Nordlys.no) fant man at det var en større skeivhet mellom menn og kvinner. Blant 799 undersøkte saker, var bare hver fjerde sak skrevet av en kvinne (Eide & Orgeret. 2015 s.191). Dette speiler kjønnsbalansen i de to redaksjonene. Høsten 2014 hadde Nordlys.no 24% kvinner, mens Adresseavisen hadde 30% kvinner (Eide & Orgeret. 2015 s.190).

Det tyder på at tidspress alene ikke er en årsak til lav representasjon av kvinner. Kjønnsroller spiller her gjerne sammen med kultur, en maskulinisert kultur der den aktive aktøren setter premissene. Det litt uavhengig om hvor vidt kvinner faktisk trenger mer tid på seg enn menn, eller ikke. Hun får gjerne spørsmål om å stille, sjeldnere enn det menn får.

3.7 Kjønnsdelt samfunn

8. mars 2018, i anledning Den Internasjonale Kvinnedagen gjorde avisen Dagens Næringsliv et grep som peker på at den skjeve kjønnsbalansen i mediene nok ikke kan skyldes mediene alene. Under overskriften: «Hjelp oss å få frem flere kvinner» ber avisen sine lesere om tips til kvinner det kan være aktuelt for avisen å snakke med.

«Kvinner er ikke godt nok representert i DN's spalter. Det ønsker vi å rette opp i ved å komme i kontakt med flere dyktige kvinner som kan berike samfunnsdebatten med sin ekspertise. Send oss gjerne flere tips, og tips oss veldig gjerne om deg selv også:» (Dagens Næringsliv. 2018)

Avisen peker også på en årsaksforklaring. Dagens Næringsliv som for det meste fokuserer på nettopp næringsliv, ledelse og politikk, viser til kjønnsbalansen i topplederstillinger, og innenfor bransjer som gjerne dominerer sakene i avisen. Bare 7.5% av norske toppsjefene og 12,5% av styrelederne er kvinner (Dagens Næringsliv. 2018).

Selv om kvinner i dag deltar mer i yrkeslivet enn for bare noen tiår siden ser man fortsatt et helt klart skille i hvilke yrker menn og kvinner velger, der kvinner velger typiske myke kvinneyrker og unngår lederstillinger i større grad enn menn. Kvinner er i mindretall i politikken, mindretall som professorer og eksperter.

Noe av den samme problemstillingen tas opp hos Eide og Orgeret, som skriver at «Skjev kildebruk i mediene kan også forklares med at kvinner generelt deltar mindre i yrkeslivet. Tradisjonelt har det vært et tydelig kjønnskille mellom privat og offentlig sfære i samfunnet, med kvinnene i hjemmet og mennene i yrkeslivet» (Eide & Orgeret. 2015 s.195). Selv om dette er i endring, er det prosesser som tar tid. Som nevnt tidligere, selv om ikke alle journalistikkstudenter nødvendigvis blir journalister, ser man at kvinner nå dominerer journalistikkutdanningen, på tross av at de ikke dominerer redaksjonene. Så kan man spørre seg om kvinneandelen vil fortsette å vokse i redaksjonene, slik den har gjort og kanskje til og med bli dominerende, eller om den vil flate ut. Ser man for seg at representasjon av kvinner i redaksjonene øker, vil da sannsynligvis også andelen kvinnelige kilder øke, sett i lys av undersøkelsen vist over, som viser at kvinnelige journalister bruker flere kvinnelige kilder.

3.8 Når kjønnsnormen brytes

Til nå har jeg vist hvordan kvinner er grovt underrepresentert i mediene, i tillegg til potensielle årsaksforklaringer på hvorfor det er slik, men hva skjer med de kvinnene som prøver seg, som bryter med kjønnsroller, kvinner som tar plass.

I den kjente artikkelen «Doing Gender» av de to sosiologene Don Zimmerman og Candace West, som ble publisert på slutten av 80-tallet, diskuteres kjønn som en rolle man mer eller mindre tvinges inn i, som et påbud. Perspektivet har noen likheter med Beauvoirs idé om kjønn som en handling, men skiller seg likevel noe i kjønnnet eller kjønnsrollenes kobling til samfunnet (Lorentzen & Mühleisen. 2009 s. 70). Der Beauvoir ser kvinnerollen som relasjonelt koblet til mannen, ser Zimmerman og West heller på kjønn som en sosial tvang til å handle på en spesiell måte, som enten feminin eller maskulin, og at kjønn i dette perspektivet opptrer som et kulturelt påbud (Lorentzen & Mühleisen. 2009 s. 70). I forhold til min egen problemstilling kan man da spørre om mediene også bidrar til å holde dette «påbudet» til livs ved å reproducere kjønnsroller.

I debatten rundt kvotering av kvinner i topplederstillinger og styreverv argumenterer gjerne ja-siden for at kvotering kan skape rollemodeller. Kvoterer man inn kvinner, kan dette vise dagens unge kvinner at også kvinner kan være ledere, det handler i så måte om å bryte normen og forventingen. Dette er overførbart til problemstillingen min, ser man for seg at mediene faktisk må bruke mer tid på å få kvinner til å stille, men sjeldent ser ut til å kunne ta seg den tiden pga korte tidsfrister. Da får man heller ikke synliggjort kvinnene som rollemodeller for andre potensielle kvinnelige medie-ansikt.

Hva møter så kvinnene som hever stemmen, som stiller opp og som på en eller annen måte uttrykker seg i mediene? Sanksjoner.

Nyhetsredaktør i NRK, Per Arne Kalbakk peker på det samme. «Han påpeker også at kvinner som stikker seg fram i samfunnsdebatten og mener noe, ofte blir utsatt for hets og sjikane i kommentarfelter og sosiale medier. Han tror dette bidrar til at en del kvinner kvier seg for å gå ut i mediene med sine meninger» (Eide & Orgeret. 2015 s.66). Man kan muligens spore dette tilbake til forventningen om at kvinner ikke skal være handlende, ikke skal ta plass.

Hvor vidt kvinner hetses mer eller mindre enn menn er vanskelig å si, her finnes det forskjellige undersøkelser som både viser at kvinner hetses mer, men også som viser at kvinner hetses like mye, det er også uklart hva kvinner konkret hetses for. For eksempel viste en amerikansk undersøkelse at kvinner og menn ble hetset like mye etter å ha uttrykket seg i det offentlige rom (Pewresearch. 2017). Her flyter mediebegrepene sammen. Det ser man gjerne også når for eksempel en avis som Aftenposten aktivt deler artikler i sosiale medier, så utjevnes samtidig

grensene mellom de sosiale og de redaktørstyrte mediene. På tross av at redaktørene har redaksjonelt ansvar for kommentarfeltene også i sosiale medier, så tilgjengeliggjøres muligheten til direkte respons, på en helt annen måte enn i en papiravis.

Det er likevel et moment som går igjen: Kvinner og menn hetses forskjellig. Der menn gjerne utsettes for skjellsord og trues med vold, er hetsen mot kvinner mer seksualisert og kjønnsfokusert. Reaksjoner som kan fremstå som direkte sanksjonering mot kvinner som bryter med konservative kjønnsroller om kvinnen som den underlegne og passive, i forhold til mannen. Som jeg også har vært innom tidligere: Hun uttaler seg gjerne på tross av noe. Statistisk ser man at kvinnen tar plassen fra nøytrale artikler, ikke fra menn, men det kan likevel kanskje fremstå for en mannlig leser som at hun tar plassen fra en mann. Hun utfordrer hegemoniet.

Her henger også sosiale medier og offentlige medier sammen. Der de fleste av oss er synlige i sosiale medier, er de færreste av oss synlige i redaktørstyrte medier, men vi hetses likevel. En norsk undersøkelse fra 2013/14 fant at 31% av befolkningen hadde opplevd å motta ubehagelige kommentarer etter å ha ytret seg i sosiale medier. 20% av disse igjen oppgav at de ubehagelige tilbakemeldingene hadde ført til at de ble mer forsiktige med å ytre seg i fremtiden. (VG. 2016). Hets i sosiale medier omtales gjerne som et demokratisk problem (Medier 24. 2018), da det regelrett kan skremme kvinner og andre minoriteter fra å ytre seg, også i redaktørstyrte medier.

3.9 Tidlig sosialisering; Eksempler fra barnejournalistikken

Jeg vil avslutte der jeg startet, med barn. Man kommer ikke unna at barn sosialiseres inn i kjønnsroller (Lorentzen & Mühleisen. 2009 s. 65), men det er tegn til endring.

NRK produserer i dag noe de kaller Supernytt, nyhetssendinger tilpasset barn. «Blant kildene som er barn, er det en høyere andel jenter enn gutter: 55% og 45%» (Eide & Orgeret. 2015 s.41) Supernytt har den beste kjønnsbalansen i hele NRK. Ser man på fordelingen av voksne kilder i programmet, er menn i flertall igjen, med 67% og kvinnene 33%. Programsjef i NRK

super forteller at kjønn noe kanalen er veldig bevisst på, i alle ledd. Og at de bevisst forsøker å minimere deres egen påvirkning på normer, de prøver i så måte å nøytralisere sin egen reproduksjon av kjønnsroller (Eide & Orgeret. 2015 s.42).

Noe av det samme ser man i Aftenposten sin barne-avis, Aftenposten Jr. Her er kjønnsfordelingen 50% jenter og 50% gutter. «Hovedinntrykket er også her at barna presenteres som individer først, kjønn deretter. Vi møter både gutter og jenter som fotballspillere på Norway Cup og som intervjuere av den unge fotballstjernen Martin Ødegård. Barn kommer til orde og tar ordet, og det er en gjennomgående blanding av jenter og gutter i alle situasjoner» (Eide & Orgeret. 2015 s.42).

I en undersøkelse av barns representasjon i «vanlige» nyhetsmedier i 2010, fant man der i mot at «guttene dominerte som kilder. I tillegg ble jentene i større grad fremstilt som ofre eller kjendiser, mens guttene oftere ble presentert som problem eller som talenter (...). (Eide & Orgeret. 2015 s. 42)

Dette viser at Supernytt og Aftenposten Jr. som begge aktivt jobber for en lik representasjon av gutter og jenter, faktisk får en jevnere kjønnsbalanse. Et av aspektene her er også å minimere kjønnets betydning i journalistikken og heller behandle kilder som individer med en mening og ikke kvinner eller menn med en mening. Og de klarer en jevn kjønnsbalanse selv i en verden som likevel er kjønnsdelt og som holder fast ved de tradisjonelle kjønnsrollene. I en verden der barna bombarderes med forventninger, der jentene er rosa og guttene er blå. Så klarer Supernytt og Aftenposten Jr å nøytralisere betydningen av kjønn i journalistikken. Jentene gjøres til noe mer enn bare rosa prinsesser.

Ved å nøytralisere kjønnsforskjellene mellom guttene og jentene bidrar man også til å rive gutten ned fra toppen av hierarkiet. Jenten er ikke lengre på bekostning av gutten, gutten og jenten er relasjonelt likeverdige.

Et godt eksempel på dette er Aftenposten Jr sin sak fra 2017: «Jakob er syv år og liker best å gå i kjole». (Aftenposten jr. 2017)

Her presenteres en gutt som bryter med kjønnsnormene. Og jeg synes dette oppsummer mye av det jeg allerede har vært innom i oppgaven min. Ved å fortelle om Jakob som utfordrer hva det vil si å være gutt, kan man også utvide rommet for hva det vil si å være jente, i hvert fall om

man gjør som Beauvoir og ser kjønn som noe relasjonelt. Den kvinnelige kjønnsrollen opptrer da ikke uavhengig av mansrollen.

Barn opplever likevel kjønnsroller, man blir likevel sosialisert inn i et sett av forventninger, men disse to eksemplene bidrar i hvert fall ikke til å snevre inn kjønnsrollene omkring barnet som individ.

4.0 Avsluttende merknader

Det er enkelt å konkludere med at kvinner er grovt underrepresentert i mediene, det viser samtlige undersøkelser jeg har sett på i løpet av arbeidet med denne oppgaven, utenom Aftenposten Jr og Supernytt. Det er derimot langt vanskeligere å peke på bare en årsak til hvorfor det er slik.

Det er også utfordrende å si hva for eksempel en kvinnelig kjønnsrolle er for noe, hva dette settet av forventninger man snakker om, faktisk består av. Derfor har jeg forholdt meg til noen uttalelser og perspektiver fra mediebransjen selv, blant annet Sæbu, vaksjef i Aktuelt. Der hun sier at kvinner i større grad vegrer seg for å si ja, og at man i tillegg ser at kvinner gjerne skylder på familie og barn.

Ser man dette opp imot en del sentrale teorier innenfor kjønn og kjønnsroller, kan man finne en korrelasjon. Som strukturfunksjonalismen og Parsons tanker om rolledelingen i hjemmet. Der kvinnen som omsorgsperson er den optimale fordelingen, mens menn da er en aktiv aktør, en arbeider, en som skaffer mat på bordet. Den samme strukturen kan man se igjen i historiene om kvinnene som takker nei.

Beauvoir gjør helt klart at kvinnen og mannen står i et relasjonelt forhold til hverandre, der kvinnen oppstår som en form for et passivt og underlegent subjekt, blant annet fordi hun heller ikke evner å bryte ut av den rollen. Momenter jeg har valgt å trekke i sammenheng med sanksjonering mot kvinner som faktisk tar plass i samfunnet, den gjerne seksualiserte hetsen.

Det kan være belegg for å kunne si at kvinners manglende tilstedeværelse i nyhetsmediene bidrar til å holde kjønnsrollene ved hevd, samtidig er det vanskelig å bare se på kvinnen alene, da kvinnerollen og heller ikke mansrollen er uavhengige av hverandre.

5.0 Referanser

Litteraturliste

Gripsrud, Jostein (2015) *Mediekultur, mediesamfunn*.

Oslo: Universitetsforlaget

Lorentzen, Jørgen & Mühleisen, Wencke (Red.) (2009) *Kjønnsforskning – En grunnbok*. Oslo:

Universitetsforlaget

Selvalgt pensum

Eide, Elisabeth & Orgeret, Kristin Skare (red.) (2015) *Etter beste kjønn – Kjønnsperspektiv på medier og journalistikk*. Oslo: Universitetsforlaget. (240.s)

Moi, Toril (1998) *Hva er en kvinne? – Kjønn og kropp i feministisk teori*.

Oslo: Gyldendal. (170.s)

Sveen, Heidi Helene (2016) *Såpass må du tåle – Sex, krenkelses og offentlig debatt*.

Oslo: Humanist Forlag (172.s)

Nettkilder

Aftenposten jr. (2017) *Jakob er syv år og liker best å gå i kjole*

Hentet fra: <https://www.aftenposten.no/norge/i/Ja6gP/Jakob-7-liket-best-a-ga-i-kjole--Alle-ma-fa-ga-i-de-klarne-de-vil>

Dagbladet (2018) *Alexandra Beverfjord er Dagbladets nye sjefredaktør*.

Hentet her: <https://www.dagbladet.no/kultur/alexandra-beverfjord-er-dagbladets-nye-sjefredaktor/69759922>

Dagens Næringsliv (2018) *Hjelp oss å få frem flere kvinner*.

Hentet her: <https://www.dn.no/nyheter/2018/03/08/1003/Arbeidsliv/hjelp-oss-a-fa-frem-flere-kvinner>

Dagsavisen (2017) *Ni av ti avisredaktører er menn*.

Hentet her: <https://www.dagsavisen.no/kultur/ni-av-ti-avisredaktorer-er-menn-1.910452>

Forskning.no (2015) *Færre kvinner i media*.

Hentet her: <https://forskning.no/likestilling-medievitenskap/2015/11/faerre-kvinner-i-norske-medier>

Forskning.no (2009) *Mannlig journalistikk?*

Hentet her: <https://forskning.no/likestilling-medievitenskap/2009/09/mannlig-journalistikk>

Groth, Bente (2018). *Lilit*. Store Norske Leksikon

Hentet her: <https://snl.no/Lilit>

Medier 24 (2015) *Det ER vanskeligere å få kvinner til å stille til debatt. Når kan vi si at det er opp til oss selv?* Hentet her: <https://www.medier24.no/artikler/det-er-vanskeligere-a-fa-kvinner-til-a-stille-til-debatt-nar-kan-vi-si-at-det-er-opp-til-oss-selv/361334>

Medier 24 (2018) *Hets, sjikane og trusler i nettdebatten har blitt et demokratisk problem. Derfor lager NRK nå nye retningslinjer*

Hentet her: <https://www.medier24.no/artikler/hets-sjikane-og-trusler-i-nettdebatten-har-blitt-et-demokratisk-problem-derfor-lager-nrk-na-nye-retningslinjer/426783>

Pewresearch (2017) *Men, women experience and view online harassment differently*. Hentet her: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/07/14/men-women-experience-and-view-online-harassment-differently/>

Pressens Faglige Utvalg (2018) *Her finner du det etiske regelverket alle redaktørstyrte medier plikter å legge til grunn for sin virksomhet*. Hentet her: <http://presse.no/pfu/etiske-regler/>

Teigen, Karl Halvor & Svartdal, Frode. (2016). *Kjønnsrolle*. Store Norske Leksikon.

Hentet her: <https://snl.no/kj%C3%B8nnsrolle>

VG (2016) *Sosiale medier: Kvinner får sexkommentarer – menn får trusler*. Hentet her: <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/J00n4/sosiale-medier-kvinner-faar-sexkommentarer-menn-faar-trusler>

Wikipedia (2018) *Dagbladet*.

Hentet her: <https://no.wikipedia.org/wiki/Dagbladet#Redakt%C3%B8rer>