

Katarzyna Jakubowska  
Independent scholar

## Jämställda nyheter. Kvinnans ställning i svenska nyhetsprogram

Gender Equal News. Women's Status in Swedish News Programs

This article provides an insight into the contemporary level of gender equality that characterizes Swedish news programs. The study is based on available data and reports regarding women's status in the newsroom, as well as their opportunities and access to the process of making news. The study analyses Swedish public service channels' policy concerning women's and men's equal rights in the newsroom and the reflection of this in practice. The main aim of the article is to explore whether Swedish news is really as gender neutral as expected and what needs to be improved to achieve actual gender balance.

**Key words:** Sweden, news, women, gender equality, women's status

**Nyckelord:** Sverige, nyheter, kvinnor, jämställdhet, kvinnors ställning

### Inledning

Under det senaste seklet har de skandinaviska samhällena generellt blivit mer jämställda. Genom samarbete och särskilda lagar har hela Norden försökt förbättra kvinnors situation inom olika livsområden. Press har också satts på medier att vidta lämpliga åtgärder för att försäkra kvinnlig tillgång till mediemarknaden samt motverka könstereotyper. Det var framför allt public service-medieföretag som påverkades av de nya jämställdhetsidéerna. Det att erbjuda både kvinnor och män samma möjligheter och rättigheter i och bakom tv-rutan passade så bra med deras public service-uppdrag. Sverige anses i många avseenden vara en förebild för mediernas handlingar för högre jämställdhet även bland skandinaviska länder. Det är också Sverige som i hela Norden har gjort mest effektiva ansträngningar för att förbättra kvinnors situation i medier. Syftet med min artikel är att granska om det svenska medielandskapet verkligen har blivit mer jämställt. Medieområdet som jag fokuserar på är det svenska nyhetsrummet. Med utgångspunkt i två nyckelbe-

grepp, jämställdhet och jämställdhetspolicy, samt en analys av olika statistiska uppgifter, rapporter och artiklar angående det svenska nyhetsrummets jämställdhetsnivå försöker jag fastslå vilken ställning kvinnor har i svenska nyheter och vad som behöver förbättras för att uppnå den önskade könsneutraliteten.

## 1. Jämställdhetsbegreppet

Begreppet jämställdhet hänvisar till mäns och kvinnors ställning i samhället och det innebär att varje människa förtjänar samma rättigheter, skyldigheter och möjligheter inom alla områden i livet oavsett kön. Denna idé infördes i Sverige på 1970-talet under statsministern Olof Palme. Den omfattar alla möjliga livsområden som t.ex.: makt, inflytande, ekonomi, hälsa, utbildning och fysisk integritet (Hirdman 2014: 282).

För Sverige har jämställdhet en särskild betydelse: i ett samhälle där den protestantiska arbetsmoralen, social egalitarism och folkhemsidén utgör en sådan viktig grund är ju män och kvinnors lika ställning en nödvändighet (Aniof 2013: 55). Därför har staten sedan 1972 anammat ett speciellt, kvinnovänligt handlingsprogram som kallas för jämställdhetspolicy (Hirdman 2014: 288). Målet är att göra det möjligt för kvinnor att ha samma makt som män att forma samhället samt sina egna liv och att undanröja alla ekonomiska, politiska och sociala hinder som gör det omöjligt för kvinnor att ha valfrihet inom olika livsområden. Denna sorts politik förutsätter stiftning av särskilda lagar och organisationer samt samarbete mellan ansvariga myndigheter på statens olika nivåer vilkas mål är att motarbeta könsdiskrimineringen och stödja män och kvinnor i deras rätt att ta lika stor plats i samhället (Regeringskansliet 2014).

## 2. Vägen till jämställdhet

År 1958, när den första sändningen av nyhetsprogrammet *Aktuellt* gick ut i svensk television var kvinnorna nästan osynliga. Deras tydliga underrepresentation, både som intervjuade och som journalister, väckte dessutom inte någon större uppmärksamhet. Situationen bedömdes som något helt naturligt såväl bland män som bland kvinnor. Inte förrän år 1960 fick den första kvinnan en permanent heltidsanställning på redaktionen. Förutom henne var det bara två andra kvinnor bland de anställda journalisterna. Det fanns dock kvinnor på andra avdelningar, särskilt i hem- och familjesektionen eftersom dessa områden tycktes vara mest lockande för kvinnliga tittare och därigenom behövde "ett kvinnligt perspektiv". Mellan 1960 och 1965 växte redaktionen och det var

manliga reportrar som i de flesta fall erhö­ll de nya anställningarna (diagram 1). Dessutom bestämde sig *Aktuellt*s ledning för att de bara skulle anställa yrkes­mässiga nyhetsuppläsare och då byttes de två kvinnliga nyhetsuppläsarna ut mot män (Löfgren Nilsson 2015: 204).

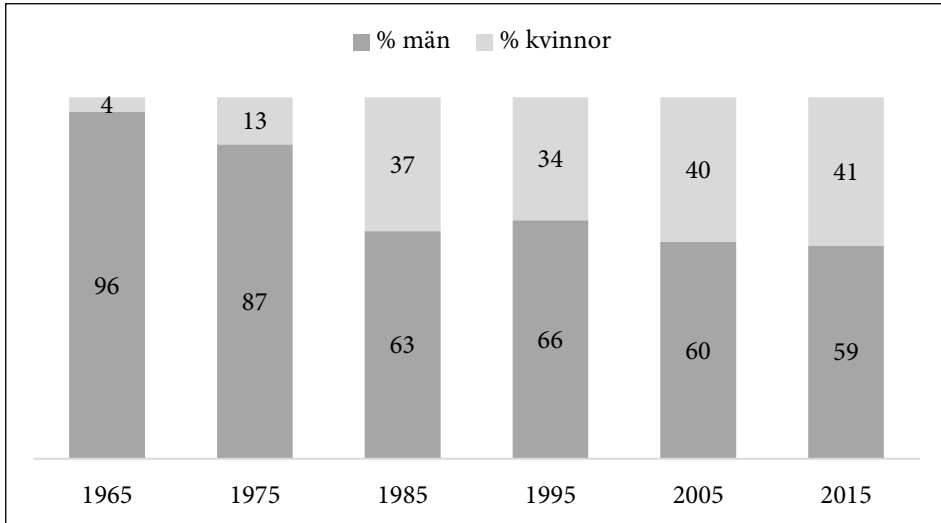


Diagram 1. Andel kvinnor och män anställda på de svenska nyhetsredaktionerna för *Aktuellt* och *Rapport* 1965–2015

Källa: Löfgren Nilsson 2015.

En annan viktig orsak som bidrog till kvinnors frånvaro på *Aktuellt*s redaktion var en förändring av nyhetskriterierna. Man lade större vikt vid ”hårda” nyheter och då minskade inlåningen av kvinnliga reportrar från mindre allvarliga nyhetssektioner. Medan det år 1960 var 10% kvinnor bland de anställda på redaktionen, utgjorde kvinnorna 5 år senare bara 4%. Samtidigt minskade också antalet nyheter som producerades ur ett kvinnligt perspektiv (Löfgren Nilsson 2015: 204–205).

Även i själva nyhets­­sändningarna var kvinnor väldigt sällsynta. De som figurerade och fick uttala sig var till 90% män. Det var också män som fick de mer officiella rollerna – de kommenterade, rapporterade eller lämnade sakkunskap (som politiker, experter, medborgare). Den tioprocentiga kvinnorepresentationen var för det mesta bara kändisar eller ”vanliga människor”. Nyhetsutrymmet för kvinnor var alltså mycket begränsat och tydligt köns­­märkt. Enligt dåvarande föreställningar var kvinnor inte i stånd att ta ansvar för uppgifter eller positioner av samma vikt som män på grund av biologiska skillnader mellan könen. Därför fick kvinnor oftast anställningar som sekreterare och scriptor medan män anställdes som redaktörer och reportrar. Det var alltså män som hade den högsta statusen

och den största makten både inom redaktionerna och i nyheterna (Löfgren Nilsson och Johansson 2000: 12–14).

Ett stort genombrott för jämställdhetsfrågor i Sveriges nyhetsutrymme kom år 1969 tillsammans med lanseringen av kanalen TV2. Då skedde en av de största rekryteringarna i svenska mediers historia. Den nya kanalen anställde 260 journalister som bl.a. skulle arbeta med det nya nyhetsprogrammet *Rapport*. För första gången lade man inte någon större vikt vid kön under rekryteringsprocessen. I början utgjorde kvinnor så mycket som 20% av de anställda men efter fyra år sjönk siffran till bara 13%. Av stor betydelse var dock att den politiska avdelningen på *Rapport* leddes av en kvinna. Hon blev alltså den första kvinnliga nyhetschefen för SVT (Djerf och Löfgren Nilsson 2004: 91–93).

Det var under 1970-talet som det svenska medielandskapet genomgick en rad genomgripande förändringar. Många av dem skulle inte tagit plats om det inte vore för feministiska aktioner, initiativ och samarbeten. En lång debatt angående jämställdhetsfrågor dök upp och redaktionerna började gradvis ifrågasätta de könsnormer som fram till dess varit rådande. Initiativ för högre jämställdhet kontrollerades av en speciellt tillsatt jämställdhetskommission på SVT. Det första målet var att förändra attityderna till kvinnliga journalister och sedan ge dem chanser att ta sig in på de nyhetsområden som tidigare bevakades av män. Kvinnliga journalister krävde också mer uppmärksamhet på ”mjuka” nyheter angående t.ex. barnomsorg, miljöfrågor eller konsumentfrågor samt fler kvinnliga källor och ett mer ansenligt kvinnoperspektiv i nyheterna. På så sätt började kvinnorna utmana könsordningen på redaktionerna (Löfgren Nilsson 2015: 207–208).

Det feministiska samarbetet i svenska medier under 1970-talet förde med sig många framgångar. År 1985 utgjorde kvinnliga journalister 45% av personalen på *Aktuellt* och avdelningarna för inrikes- och utrikesnyheter var faktiskt helt jämställda. Dessutom fick flera kvinnor i slutet av 1980- och i början av 1990-talet toppositioner på redaktionerna. Den första kvinnliga chefen för *Rapport* blev år 1988 Ewonne Winblad (Löfgren Nilsson 2015: 209–210).

Efter den fruktbara perioden trodde man att alla återstående ojämlikheter inte längre utgjorde något större problem. De skulle ju lösas automatiskt med tiden och den nya generationen av journalister. Men under 1990-talet genomgick nyhetsredaktionerna flera organisatoriska förändringar och både nyhetsproduktionen och könsmärkningen blev svårare att överblicka (Löfgren Nilsson 2015).

År 1995 blev Sverige engagerat i FN:s Pekingplattform och förband sig därmed att arbeta för att öka representationen av kvinnor i medierna, att aktivt motverka stereotypa könskildringar, samt att ge kvinnor större tillgång till medier (Nordic Council of Ministers 2014). När en forskningsrapport 2004 avslöjade att kvinnor fortfarande var betydligt underrepresenterade i nyhetssändningarna, uppstod därför en kraftig offentlig debatt där mediernas uppfyllelse av sitt demokratiska

uppdrag började ifrågasättas. Dagens statliga förordningar ställer alltså höga krav, särskilt på offentliga tv-kanaler – jämställdhet borde ju utgöra en del av deras public service-uppdrag (Löfgren Nilsson 2015: 199–200).

### 3. Jämställdhetspolicyn i public service-uppdraget

Jämställdhet är ett viktigt element av mediernas public service-uppdrag. Samhället består ju av både män och kvinnor. De borde alltså ha samma chanser att uppträda och göra sig hörda i medierna. När man emellertid bara låter en typ av människor komma till tals blir skildringen inte bara orättvis och odemokratisk utan också ensidig och tröttande. Om journalisterna dessutom bestämmer sig för att bara visa en viss grupp av befolkningen riskerar de missa några bra nyheter, förklaringar, åsikter, synpunkter och framför allt sina läsare, tittare och användare. Ändå händer det att några samhällsgrupper blir underrepresenterade i nyhetsändringar – till dessa hör kvinnor. Därför har det svenska public service-medieföretaget SVT (Sveriges Television) utvecklat en särskild jämställdhetspolicy som ställer höga krav på både ledare och de anställda inom företaget att arbeta mot allt högre könsbalans.

SVT införde sin gällande policy angående genusfrågor år 2015. Den kallas för *Sverigespeglning och likabehandling* (Edström och Jacobsson 2015: 53) och utgår från tanken att Sveriges samhälle ska ha en rättvis återspeglning i företagets verksamhet. Alla människor är lika mycket värda och alla borde kunna känna igen sig i SVT:s utbud.

”SVT har som mål att vara till för alla, och i takt med att samhället utvecklas bör det återspeglas i programutbudet” (SVT odaterad b).

När en person söker jobb på SVT borde hen rekryteras enligt sin erfarenhet och sina kompetenser, inte enligt t.ex. kön. Varje ny arbetare är nämligen en källa till nya kunskaper om publiken, dess sammansättning och behov. Dessutom borde alla anställda på SVT känna sig trygga och samtliga former av diskrimination, mobbing eller trakasserier borde motarbetas. Arbetsmiljön borde vara anpassad till både manliga och kvinnliga behov så att de kan fungera på lika villkor. Alla borde också ha samma möjligheter att förena arbetslivet och privatlivet. Förutom detta betonar SVT att det är ett väldigt öppet och tillgängligt företag som välkomnar mångfald och olikheter i fråga om kön, könsidentitet, ålder o.s.v. Varje nytt perspektiv och varje ny åsikt räknas om man vill erbjuda ett intressant, informerande och utbildande innehåll (SVT odaterad b).

SVT:s jämställdhetspolicy har två aspekter: den traditionella personalpolitiska och den programpolitiska. I den andra aspekten hänvisar företaget till EBU:s (European Broadcasters Union) överenskommelse från 1995 om betoningen på kvinnoperspektiv i programutbudet. SVT har också satt särskilda långsiktiga mål

för sin jämställdhetsverksamhet. Alla mål är tydliga och mätbara för att det ska bli lättare att se förändringar och nå tillfredställande resultat (Vi på tv 2016). Bland målen finns t.ex. att andelen kvinnliga och manliga chefer ska vara lika varandra eller ha en avvikelse på högst 10%. Samma regler gäller könsammansättning inom samtliga yrkesområden på företaget. Om ett kön är underrepresenterat på någon arbetsnivå borde det alltid prioriteras vid rekryteringen. Arbetsmöjligheterna för det underrepresenterade könet borde också ständigt utvecklas och förbättras. Dessutom borde löner för både män och kvinnor vara könsneutrala oavsett yrkesområde – den högsta möjliga avvikelsen är 3%. Förutom detta måste programutbudet vara könsbalanserat så att män och kvinnor figurerar i samma mängd i programinnehållet eller med en avvikelse på högst 10%. Jämställdhetsnivån på företaget ska också ständigt kontrolleras medan jämställdhetspolitiken alltid borde utgöra en naturlig del av verksamhetsplaneringen (SVT odaterad a).

Det syns att staten ställer stora krav på medieföretag angående kvinnans ställning. Men är detta tillräckligt för att kunna kalla svenska medier för jämställda? Har den kvinnovänliga policyn verkligen sin återspeglning i det svenska nyhetsrummet?

#### 4. Kvinnor och ledarskap

En av de första internationella undersökningar som presenterade jämförbara uppgifter angående kvinnor och ledarskap i medievärlden var *An Unfinished Story: Gender Patterns in Media Employment* av Margaret Gallagher. Rapporten som publicerades 1995, visade att antalet kvinnor anställda som chefer för nyhetsproduktion eller verkställande direktörer på medieföretag var betydligt lägre än antalet män, även inom nordiska public service-medier som just SVT. Kvinnorna utgjorde nämligen bara 12% av alla toppledare trots att deras representation som vanliga reportrar tydligt ökade under 1990-talet (Gallagher 1995: 32). Antalet nyanställda kvinnliga journalister (41%) var alltså oproportionerligt högt i jämförelse med de kvinnor som faktiskt fick makten och möjlighet att fatta beslut. Dessa resultat kan verka ännu mer förvånande eftersom SVT redan vid denna tid hade SVT fastslagit ramarna för sin jämställdhetspolicy (Mannila 2014: 35).

Mellan 1997 och 2017 har kvinnors möjligheter att leda svenska medieföretag förbättrats betydligt. Den aktuella undersökningen som genomförts av Nordiska ministerrådet presenterar en relativt hög nivå av könsbalans på alla yrkesnivåer. I genomsnitt utgör kvinnor 36% av styrelserna vilket är bättre än det östereuropeiska genomsnittet på 33%. Men när det gäller kvinnor som är toppledare ligger Sverige under det europeiska genomsnittet på 43%. Dessutom brukar manliga journalister dra mer nytta av sitt arbete än kvinnor – de tjänar vanligen mer och

har lättare att få en trygg anställning. Majoriteten av svenska mediaorganisationer har antagit en särskild kvinnovänlig politik. EU:s regler och nationella lagar mot genuskrimination har också påverkat den lokala mediemarknaden positivt. Ledarskapet i svenska medier är dock fortfarande könsmärkt och i samband med detta krävs ytterligare handlingar (Mannila 2014: 36).

De bästa möjligheterna att utveckla sin arbetskarriär har – enligt samma rapport – kvinnor i public service-medieföretagen, alltså SVT och SR (Sveriges Radio). Där utgör de 49% av alla anställda på beslutsfattande poster. Dessutom består både SVT:s och SR:s styrelse av fyra män och fyra kvinnor (diagram 2). Det finns alltså inte längre någon betydande mansdominans på de svenska public service-medieföretagen (Balkmar 2016: 210). Skillnaderna framträder när man fokuserar på särskilda ledningsnivåer. Flest kvinnor finns inom administrations-, distributions- och finansledning (68%) samt på högre ledarställningar (45%) men när det gäller produktion och design samt den tekniska personalen är kvinnorna ganska underrepresenterade (31% och 29%). Kvinnorna anställda på privata medieföretag befinner sig dock i en ännu svårare situation. Där utgör de bara 29% av alla ledare. Forskningen visar också att i Sverige brukar männen få tryggare jobb på bättre betalda poster medan kvinnorna löper större risk för att få ett deltidarbete (68%) (Mannila 2014: 49–58).

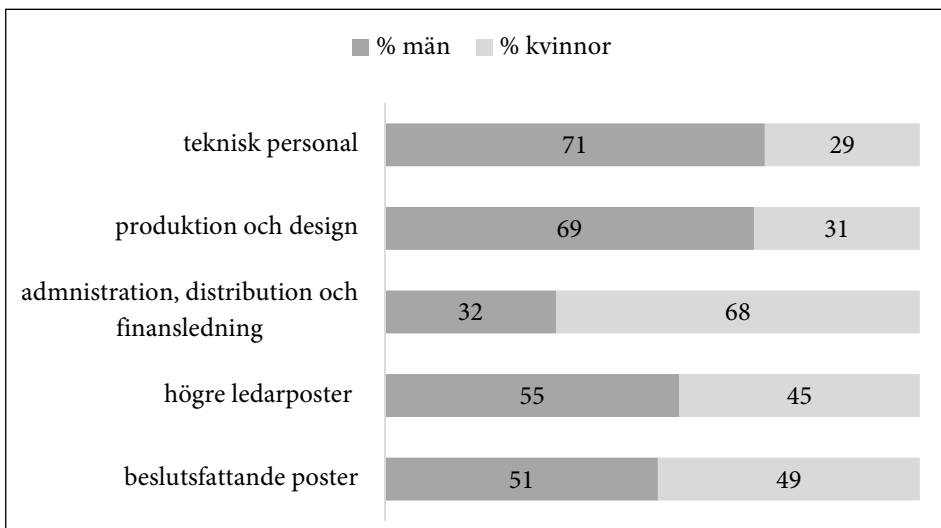


Diagram 2. Kvinnor och män på ledarpositioner på SVT och SR 2014

Källa: Mannila 2014: 49–58.

## 5. Könsmärkning i svenska nyheter

The Global Media Monitoring Project är den mest omfattande studien över genus i nyhetsmedier som gjorts över tid. Det är också det största rådgivande initiativet vars mål är att bidra till en ökning av kvinnorepresentation i medier. Den senaste undersökningen som publicerades 2015 granskar kvinnors situation i 114 länder (Who makes the news odaterad c). Studien påpekar att även i ett sådant jämställt land som Sverige har det betydelse om det är kvinnor eller män som rapporterar. Resultaten är nämligen mycket förvånande – kvinnor utgör bara 31% av alla nyhetssubjekt och det finns många länder i världen som överträffar detta resultat (USA med 38% eller Bolivia med 52%) (diagram 3). Kvinnor är alltså kraftigt underrepresenterade och situationen håller inte på att förbättras (Macharia 2015). Både när det gäller källor som används eller ämnen som bevakas förekommer kvinnor mindre ofta än män. Särskilt i fråga om sport, politik eller ekonomi har män lättare att bli ett nyhetssubjekt (Edström 2016: 41).

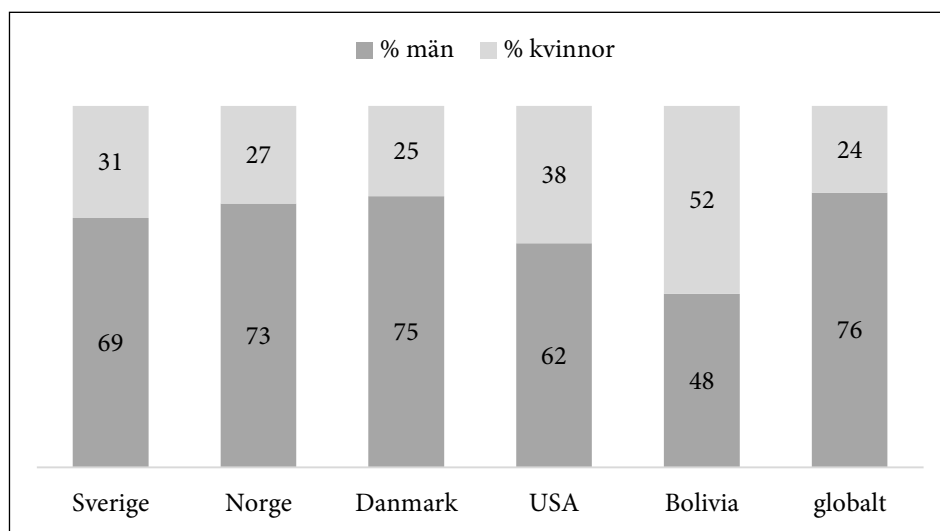


Diagram 3. Andel kvinnor och män i nyheterna 2015

Källa: Macharia 2015.

Vart femte år förbereder man i Sverige en nationell rapport som syftar till att granska utsträckningen av könsmärkning i nyheterna. Enligt den senaste undersökningen, *Räkna med kvinnor*, utgör män en kraftig majoritet i det globala nyhetsflödet; tre av fyra nyhetssubjekt är nämligen män. I Sverige är resultatet lite bättre (två män på en kvinna) men fortfarande inte tillfredsställande. Problemet är att mellan åren 2010 och 2015 märktes inte någon större förändring. Män



är fortfarande överrepresenterade. När det gäller enskilda bevakningsområden figurerar kvinnor oftast inom nyheter om brott och våld. Detta kan enkelt förklaras av att kvinnor oftare än män blir brottsoffer. Men i fråga om konfliktrelaterade nyheter är kvinnor ännu mer osynliga och figurerar bara i 13% av alla nyheter (diagram 4). Dessutom finns det inte något bevakningsområde där kvinnor dominerar eller förekommer i minst samma antal som män. När det gäller experter så utgör män både i Sverige och globalt 80% (Edström 2015: 22).

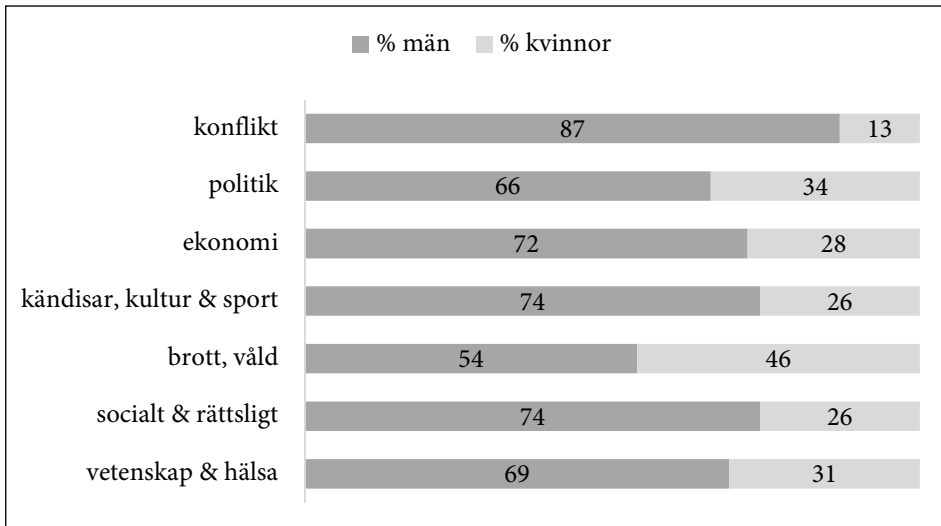


Diagram 4. Andel kvinnor och män inom olika bevakningsområden i Sverige 2015

Källa: Edström 2015: 22.

## 6. Västerbottensnytt – ett jämställt nyhetsrum

Trots några bakslag och brister på vägen mot ett helt könsbalanserat medielandskap bevisar Sverige att jämställdhet i medier faktiskt är möjligt att uppnå. Det bästa exemplet på detta är SVT:s *Västerbottensnytt* – ett regionalt nyhetsprogram i Umeå som producerar och sänder nyheter vilka huvudsakligen rör och når Västerbottens län (Edström och Jacobsson 2015: 46–47). Redaktionens effektiva handlingar för könsbalans i medier har väckt uppmärksamhet inte bara i Sverige utan även utomlands. Många europeiska medieföretag pekar på *Västerbottensnytt* som en förebild för en kvinnovänlig mediepolitik. Men vad är redaktionens nyckel till framgång?

Man kan säga att allt började vid Umeå universitet som först grundades år 1965. I jämförelse med andra större universitet i landet med flerhundraåriga traditioner

ansågs universitetet som ungt och radikalt. Det kallades även för ”det röda universitetet”. Nästan från början erbjöd akademien olika kurser kring könsrollsfrågor med en tvärvetenskaplig inriktning. Dess journalistprogram var också genomsyrat av genusperspektiv. Det var alltså där dagens kommunchefen fick sin utbildning vilket utan tvekan blev en av grunderna för regionens framgångar inom jämställdhet. Umeå var dessutom känt för sin starka feministiska rörelse och det var just deras handlingar för ett könsbalanserat nyhetsutbud som hade en nyckelbetydelse för att skapa modellen för *Västerbottensnytt* (Edström och Jacobsson 2015).

Det var nästan för 20 år sedan som redaktionen för *Västerbottensnytt* konstaterade att även om de hade uppnått könsbalans i själva nyhetsrummet, var det fortfarande män som i de flesta fall figurerade i nyheterna. Alla var eniga om att detta behövde förändras. Redaktionen bestämde sig då för att börja med systematiskt räknande. Redan den första månaden av undersökningar bevisade att 70% av alla nyhetssubjekt var just män. Redaktionenens mål blev alltså att höja antalet kvinnor till 35%. Dessutom beslutade de år 2001 att jämställdhet skulle vara ett av ledorden för deras verksamhet. Man ville ju spegla hela samhället som bestod av 50% kvinnor och 50% män. Redaktörerna fick alltså i uppdrag att varje dag efter sändning räkna och reportrarna att alltid leta efter kvinnor att intervjua, både i telefonen och ute på fältet. Varje vecka redovisades siffrorna. Men så fort de slutade räkna blev kvinnorna färre igen (Egen e-postkorrespondens).

Det tog lång tid, men till slut lyckades *Västerbottensnytt* uppnå målet. Sedan år 2006 har kvinnorepresentationen i de lokala nyheterna aldrig blivit lägre än 43%. Deras största succé tog plats år 2016, när de under huvudsändningen nådde 50% kvinnor bland nyhetssubjekten och det var ett stort genombrott för jämställdheten i svenska medier (Edström och Jacobsson 2015) (diagram 5).

*Västerbottensnytt*s framgångar har sin grund i några enkla regler som idag kallas för *Västerbottensnytt*s modell (Edström och Mølster, eds., 2014: 61–62):

- sätt bara ouppnåeliga mål och lyft dem enligt dina framgångar. Tänk inte på de mål som just nu är för krävande och därmed omöjliga;
- kontrollera kvinnorepresentationen varje dag. Systematiskt räknande är långtråkigt men det är också nödvändigt om man vill uppnå och behålla könsbalansen;
- diskutera jämt och ständigt varför några mål har uppnåtts och några inte. Gör analyser av dina handlingar och kommentera resultaten. På så sätt får du veta vad som stoppar eller hjälper dig på vägen mot målet;
- aktivt ledarskap är viktigt. Sprid kunskap om jämställdhet, säg varför den är så väsentlig. Prata både bland de som styr och bland själva arbetsgruppen. Varje dag påminna andra om att hitta fler och fler kvinnor att intervjua eller kommentera. Bara om du anstränger dig varje dag kan du verkligen uppnå könsbalans i nyheterna (Edström och Mølster, eds., 2014).

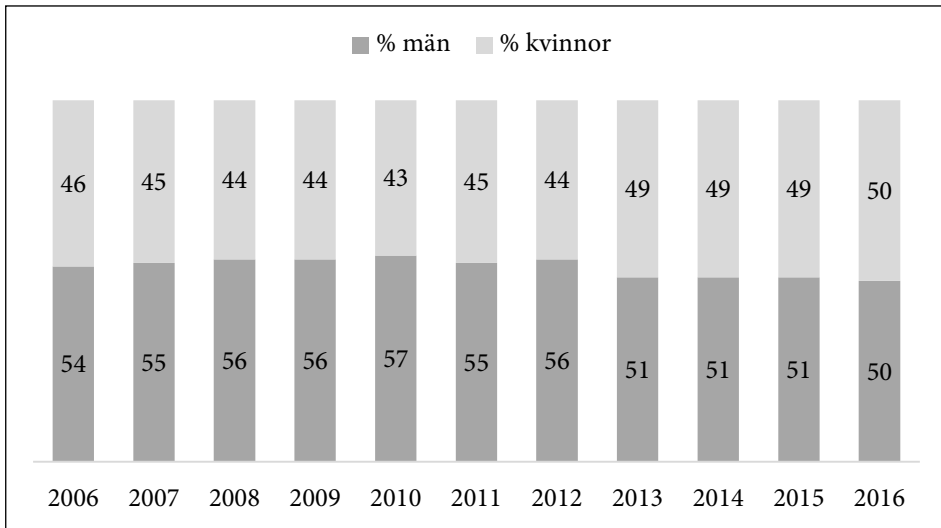


Diagram 5. Andelen kvinnor och män i SVT Västerbottens nyhetssändningar 2006–2016

Källa: Egen e-postkorrespondens med SVT Nyheter Västerbottens programledare, Maria Brändström, e-mail daterad 6.12.2017.

Så arbetar redaktionen i Västerbotten fortfarande. Idag har även själva planeringen blivit viktigare – varje dag kontrollerar de om kvällens sändning blir full av män eller om det bara blir nyheter från Umeå och då kan de styra om så att samhällets mångfald får en lämplig återspeglning. Systematiskt räknande är alltså en nyckel till bra resultat. År 2017 började redaktionen använda ett webbverktyg för att räkna antalet kvinnor och män på programmets webbsida. Då upptäcktes att de oftast har fler män på Internet än i tv, förmodligen därför att det på webbsidan rapporteras mer om lokala olyckor eller polisärenden som är områden där männen dominerar (i polisen eller brandkåren). Detta bevisar att om man regelbundet kontrollerar siffrorna får man veta exakt vad som hindrar, stoppar eller främjar målet och vad som behövs för en förbättring. Redaktionen betonar dessutom vikten av att intervjua så många kvinnor som möjligt men det är inte alls ett lätt uppdrag. Ibland krävs det mycket för att övertyga särskilt äldre kvinnor att delta i en intervju. De är inte vana att ta plats. Men redaktionen vill att alla ska höras och att det inte bara är män som ska sätta agendan – precis som det har varit under en lång tid. *Västerbottensnytt*s reportrar är beredda att göra allt som är möjligt för att förändra kvinnosituationen i medierna (Egen e-postkorrespondens).

*Västerbottensnytt*s modell har blivit en inspiration för många svenska mediebolag och övriga SVT:s nyhetsrum. Men det är inte någon större överraskning för resultaten av redaktionens verksamhet talar för sig själva. De har många gånger fått uppskattning i form av olika priser t.ex. Pro Egalia 2004. Dessutom utsåg

Västerbottens länsstyrelse programmet som Gott Exempel 2004. Redaktionen har också varit med på många seminarier och debatter kring jämställdhetsfrågor i medier samt har figurerat i många mediemagasin och tidningar som en förebild för en kvinnovänlig verksamhet (SVT Nyheter 2016).

År 2015 bytte *Västerbottensnytt* namn till *SVT Nyheter Västerbotten* men strategin förblev densamma. Så har de blivit till ett av de mest jämställda nyhetsprogrammen i världen – eller kanske till och med det mest jämställda (Egen e-post-korrespondens).

## Slutsatser

Man kan utan tvekan säga att under de senaste 50 åren har det svenska nyhetsrummet generellt blivit mer jämställt. Både staten och särskilda medieföretag har gjort flera ansträngningar för att förbättra kvinnans ställning och öka kvinnorepresentationen i och bakom tv-rutan. De flesta företagen, först och främst SVT, har även anammat en speciell kvinnovänlig policy. Kvinnofrågor har lyfts fram inte bara i nyhetsrummet, utan också i själva nyheterna. Det har blivit fler kvinnor såväl bland journalister och företagsstyrelser som bland nyhetssubjekt. Däremot har svenska medier gjort både framsteg och stött på motgångar på vägen mot jämställdhet. Visst finns det stora framgångar som den nästan helt könsneutrala, lokala nyhetsredaktionen SVT Västerbottensnytt. Men det finns också flera problem som behöver förbättras. Kvinnor är nämligen kraftigt underrepresenterade på toppledarpositioner och inom olika tekniska yrkesnivåer. Dessutom är nyheterna betydligt könsmärkta och stereotypiserade emedan de flesta nyhetssubjekt faktiskt är män. Kvinnor har också mycket svårare att få fastanställning och de tjänar oftast mindre än män. Kvinnornas situation i det svenska nyhetsrummet är kanske bättre än i många andra länder men den kan inte anses som en perfekt förebild. Det finns mycket kvar att göra för att helt uppnå den önskade könsneutraliteten.

## Litteratur

- Anioł, W. (2013). Nowa solidarność płci i pokoleń. I: *Szlak Norden. Modernizacja po skandynawsku*. Warszawa: Dom Wydawniczy Elipsa.
- Balkmar, D. (2016). Sweden. Too Many Women? Women and Gender (In)equality in Swedish Media. I: *Gender Equality and the Media. A Challenge for Europe*. New York: Routledge.
- Djerf, P.M. och Löfgren Nilsson, M. (2014). Gender-typing in the Newsroom: the Feminization of Swedish Television News Production, 1958–2000. I: *Gender and Newsroom Cultures: Identities at Work*. New York: Hampton Press.
- Edström, M. (2016). Könsmärkta nyheter av jämställd journalistkår. I: *Journalistik i förändring: om Mediestudiers innehållsanalys 2007 och 2014*. Stockholm: Institutet för mediestudier.

- Edström, M. och Mølster, R. (eds.). (2014). *Making Change: Nordic Examples of Working Towards Gender Equality in the Media*. Göteborg: Nordicom.
- Edström, M. och Jacobsson, J. (2015). *Räkna med kvinnor: Global Media Monitoring Project 2015. Nationell rapport Sverige*. Toronto: WACC.
- Egen e-postkorrespondens med SVT Nyheter Västerbottens programledare, Maria Brändström, e-mail daterad 6.12.2017.
- Gallagher, M. (1995). *An Unfinished Story: Gender Patterns in Media Employment*. Paris: Unesco Publ.
- Hirdman, Y. (2014). Jämställdhetspolitiken mellan alla och många. I: A. Ivarsson Westerberg, Y. Waldemarson, K. Östberg (eds.). *Det långa 1990 – talet. När Sverige förändrades*. Umeå: Borea Bokförlag.
- Löfgren Nilsson, M. (2015). En lång och slingrande väg: könsordningar på SVTs nyhetsredaktioner. I: A. Hirdman, M. Kleberg (eds.). *Mediers känsla för kön: feministisk medieforskning*. Göteborg: Nordicom.
- Löfgren Nilsson, M. och Johansson, P.-O. (2000). Att göra skillnad. Kvinnligt nyhetsvärde. *Kvinnor och medier*.
- Macharia, S. (2015). *Who Makes the News. Global Media Monitoring Project 2015*, <http://whomakesthenews.org/gmmp/gmmp-reports/gmmp-2015-reports> [tillgång: 3.12.2018].
- Mannila, S. (2014). *Women and Men in the News. Report on Gender Representation in Nordic News Content and the Nordic Media Industry*. Danmark: Nordic Council of Ministers.
- Nordic Council of Ministers (2014). *Gender Equality In the Nordic Media, Fact Sheet from Nordic Gender & Media Forum 2014*. Nordicom.
- Regeringskansliet. (2014). Målet för jämställdhet, <http://www.regeringen.se/regeringens-politik/jamstalldhet/> [tillgång: 3.12.2018].
- SVT (odaterad a). Jämställdhetspolicy för Sverige Television, <http://www.svtstatic.se/image-cms/svtse/1372321050/omsvt/fakta/article1313222.svt/BINARY/J%C3%A4mst%C3%A4lldhetspolicy> [tillgång: 3.12.2018].
- SVT (odaterad b). SVT:s Värderingsmatris, [http://www.svtb2b.se/?page\\_id=72](http://www.svtb2b.se/?page_id=72) [tillgång: 3.12.2018].
- SVT Nyheter. (2016). Därför räknar vi kvinnor och män, <https://www.svt.se/nyheter/lokalt/vasterbotten/darfor-raknar-vi-kvinnor-och-man> [tillgång: 3.12.2018].
- Vi på tv. (2015). Vd Hanna Stjärne: – SVT ska spegla hela Sverige, <https://vipatv.svt.se/204/nyheter/arkiv-for-nyheter/2015-06-01-vd-hanna-stjarne---svt-ska-spegla-hela-sverige-.html> [tillgång: 3.12.2018].
- Who Makes the News (odaterad c). Backgrund, <http://whomakesthenews.org/gmmp> [tillgång: 3.12.2018].