

(O)jämslälld rapporlering i allmänhetens tjänst?

**En kvantitativ innehållsanalys av rapporleringen i
SVT:s Sportspegeln och Yles Sportrutån**

av Viktor Runsten och Bille Sirén

Handledare: Emil Annetorp

Examinator: Elin Gardeström

Södertörns högskola | Institutionen för samhällsvetenskaper

Kandidatuppsats 15 hp

Journalistik C | Höstterminen 2018



Abstract

Syftet med uppsatsen är att undersöka och belysa genus i sportrapportering i public service-medier i Sverige och Finland. Huvudspåret i undersökningen är en kvantitativ innehållsanalys av SVT:s och Yles huvudsportsändningar. Sändningarna analyseras utifrån frågeställningar som hur mycket utrymme totalt som ges åt herr- respektive damidrott och hur högt de olika könen idrott och de olika grenarna prioriteras. Vårt teoretiska ramverk utgörs av genusteori, dagordningsteori och teorier om kommersialisering.

Innehållsanalysen kompletteras med kvalitativa intervjuer med centrala personer som ansvarar för innehållet i programmen.

Underlaget för den kvantitativa innehållsanalysen är sammanlagt 74 avsnitt av SVT:s program Sportspegeln och Yles program Sportrutan, vilket ger totalt 1072 analysenheter. Vi undersöker avsnitten med fokus på idrottarnas kön, längden på inslag, typ av sport med mera.

Undersökningen visar att SVT har en högre andel kvinnor i sin sportrapportering än Yle, men att båda bolagen prioriterar herridrott betydligt högre än damidrott. Intervjuerna visar att SVT:s redaktion har ett tydligt fokus på genustänk, medan Yle saknar en liknande jämställdhetsplan. Utifrån resultatet drar vi slutsatsen att kvinnor är underrepresenterade i sportrapporteringen och att SVT har en mer jämställd rapportering tack vare en medveten strategi.

Nyckelord: genus, jämställdhet, sportjournalistik, public service, SVT, Yle

Innehållsförteckning

1. Inledning	4
2. Bakgrund	5
2.1 SVT	5
2.2 Yle	6
2.3 Idrottsutövning i Sverige och Finland	8
3. Syfte och frågeställningar	10
4. Tidigare forskning	10
4.1 Dagstidningar i Polen	10
4.2 Amerikanska tv-kanalerna ESPN och NBC	11
4.3 Global Media Monitoring Project	13
4.4 Kvalitativ forskning	14
5. Teorier	16
5.1 Dagordningsteori	16
5.2 Genusteori	16
5.3 Nyhetsvärdering	18
5.4 Kommersialiseringen av sport	18
6. Metod, material och urval	20
6.1 Kvantitativ innehållsanalys	20
6.2 Reliabilitet	23
6.3 Metodkritik kvantitativ innehållsanalys	24
6.4 Kvalitativ intervju	25
6.5 Material och urval	26
7. Resultat	28
7.1 Kvantitativ innehållsanalys	28
7.2 Vilket köns idrott bevakas mest?	29
7.3 Kön i de inledande tre inslagen	31
7.4 Sporter	32
7.5 Att komma till tals	34
7.6 Att synas i bild	37
7.7 Studiosamtal – experternas kön och idrottsgrenar	39
7.8 Kvalitativa intervjuer	41
8. Sammanfattande analys	45
9. Avslutande diskussion	48
9.1 Slutsatser	48
9.2 Förslag till vidare forskning	49
10. Källförteckning	50
Bilagor	54
Bilaga 1: Kodschema	54
Bilaga 2: Frågor till redaktionerna	57

1. Inledning

Hösten 2017 bröt metoo-kampanjen loss och spred sig som en löpeld över världen. I synnerhet i Sverige fick den stort genomslag. Efter den stora spridningen fick även debatten om jämställdhet inom idrotten ny fart. Den debatten nådde kanske sin kulmen när den svenska landslagsspelaren Nilla Fischer under Fotbollsgalan i Stockholm hösten 2018 höll sitt tacktal:

(...) Och alla ni pojkar och killar och framför allt alla män, det är dags att komma in i matchen nu. Jämställdhet gynnar oss alla men är något vi måste göra tillsammans och helt ärligt: *We have no more fucks to give.* [‘Vi orkar inte bry oss längre’, vår övers.] (Larsson 2019)

Med utgångspunkt i den här och liknande debatter som förekommit tidigare väcktes vår nyfikenhet på ämnet. Hur pass jämställd var sporten i medier, och hur förhöll den sig till andra ämnesområden i medier? Gestaltades kvinnor på samma sätt som män, eller placerades de i vissa utvalda sporter som därmed blev feminina? Vem stod i så fall för de publiceringsbesluten och hur tänkte de?

För att ta reda på detta gav vi oss i kast med att undersöka public service-sändningar i tv. Orsaken till att vi valde just public service som föremål för vår studie var att de i princip ska verka i allmänhetens tjänst och inte i första hand ge avkastning åt ägarna. Samhällsvetenskaplig forskning formulerar denna princip som att medier i demokratins tjänst, public service, ska ge folket det de *behöver*, inte det de *efterfrågar* (Strömbäck & Jönsson 2005, s. 4). Vi tänkte att de skulle ha förpliktelser att spegla mångfalden i samhället, vilket inte kommersiella medier har i samma utsträckning.

Vi hade bägge två tittat mycket på idrott i tv, men eftersom Viktor är uppväxt i Sverige och Bille i Finland märkte vi att våra erfarenheter skilde sig från varandra. Vi visste att både Finland och Sverige i global jämförelse uppvisade relativt hög jämställdhet vad gäller ekonomiska och sociala aspekter (Svenska FN-förbundet 2017, Världsbanken 2014). Ändå sade vår magkänsla att den finländska sportrapporteringen var mer konservativ och mindre jämställd, vilket mynnade ut i en hypotes om att Yle skulle visa sig ha mindre jämställd sportrapportering och lägre andel damsport än SVT. Eventuella skillnader och likheter ville vi på komparativ väg undersöka genom att använda samma måttstock för båda public service-bolagens rapportering.

2. Bakgrund

2.1 SVT

Sveriges Television AB är ett bolag som ägs av Förvaltningsstiftelsen. Stiftelsen tog över ägandet av SVT, Sveriges Radio AB och Sveriges Utbildningsradio AB år 1994 från den svenska staten för att främja programbolagens oberoende (SVT u.å. b).

SVT är ett public service-bolag vilket betyder att bolaget ska verka i allmänhetens tjänst (Sjölin u.å.). Det uttrycker SVT själva som att de aspirerar på att berätta om och skildra Sverige som det ser ut idag, i all dess mångfald. Sedan april 2015 har SVT en ny policy gällande vad företaget kallar Sverigespegling och likabehandling. Den policyn utgör grunden för den mångfaldsplan som har gällt på företaget från och med 2016. I praktiken innebär policyn att mångfald i högre grad ska implementeras eftersom det på ett verklighetstroget sätt speglar det svenska samhället (Edström & Jacobsson 2015, s. 53).

SVT:s verksamhet bedrivs självständigt i förhållande till politiska, kommersiella och övriga intressen i samhället. Finansieringen av bolaget sker genom en tv-avgift (SVT u.å. b), som efter årsskiftet 2018–2019 ersätts av ett belopp som tillfogas skatten.

Den officiella starten för SVT:s sändningar kom 4 september 1956 då den svenska riksdagen beslutade om att införa television i Sverige. Två år senare, när Sverige stod som arrangör för fotbolls-VM för herrar 1958, växte antalet tv-apparater i Sverige drastiskt just på grund av världsmästerskapet (SVT u.å. c).

SVT styrs av flera olika lagar och regler såsom yttrandefrihetsgrundlagen, radio- och tv-lagen, sändningstillstånd, anslagsvillkor och krav på tillgänglighet till tv-sändningar för personer med funktionsnedsättning (SVT u.å. b). Dessa lagar och regler ger SVT tillstånd att sända tv och sökbar text och men visar även villkor som bolaget måste möta. Villkoren berör bland annat hur SVT ska uppfylla sitt public service-uppdrag, hur verksamheten och organisationen ska fungera, att SVT ska vara tillgängligt för minst 99,8 procent av den fast bosatta befolkningen i Sverige samt att utbudet ska vara tillgängligt för människor med funktionsnedsättning (SFS 1991:1469; SFS 2010:696; Ku2013/2525/MFI; Ku2017/02582/LS; Ku2016/02488/MF).

Enligt en undersökning från företaget Mediamätning i Skandinavien (MMS) svarade 97 procent av 2513 personer mellan 9 och 99 år att de hade tillgång till SVT1 och SVT2 i sitt hem under perioden 14 augusti och 12 oktober 2018. MMS gör den här typen av undersökningar där de undersöker kanalpenetration fyra gånger per år, det vill säga en undersökning per kvartal. Resultatet från den senaste undersökningen visade

en ökning med en procentenhet från perioden innan när det rör upplevd tillgänglighet till SVT1 och SVT2 (MMS 2018).

Den 12 oktober 2018 blev SVT utsedda till världens bästa sport-tv-kanal av en internationell jury från organisationen Federation Internationale Cinema Television Sportifs (FICTS) (SVT 2018). FICTS består av medlemmar från 116 länder och är erkänt av Internationella Olympiska Kommittén (IOK) som det internationella förbundet för sporttelevision. I konkurrens med nästan 1700 sport-tv-kanaler från 116 länder blev SVT utsedd till den bästa med motiveringen:

The best reportage or tv series produced for the television in national or international markets for encouraging the intellectual development of viewers, especially the young ones and for highlighting the socio-educational, human and spiritual values of sport practice (SVT 2018).

Sportspegeln

Sportspegeln är ett sportmagasinprogram som sänds i SVT1 varje söndag. Under resterande dagar av veckan sänds det kortare nyhetsprogrammet Sportnytt i SVT:s kanaler.

Det första avsnittet av Sportspegeln sändes i SVT år 1961. År 2011 byttes sändningstiden från 20.30 till 19.00 och 2015 fortsatte förnyelserna när Sportspegeln fick en mer utpräglad magasininform med fler längre reportage och studiegäster (Expressen 2015).

Sportspegeln har cirka 700 000–800 000 tittare för varje avsnitt. När det rör sig om stora idrottsevenemang som världsmästerskap eller dylikt kan tittarsiffran stiga till en miljon (Journalisten 2018).

Journalister i Sverige som är medlemmar i Journalistförbundet förbinder sig till att följa de etiska reglerna för press, radio och tv. Den första regeln säger att ”massmediernas roll i samhället och allmänhetens förtroende för dessa medier kräver korrekt och allsidig nyhetsförmedling” (Journalistförbundet 2018).

2.2 Yle

Yleisradio Oy (Rundradion AB), kort Yle, är ett public service-bolag som till 99,98 procent ägs av den finska staten. Bolaget producerar journalistiskt material för tv, radio och internet på finska, svenska och nio andra språk (Yle u.å. a).

Yle grundades 1926 och inledde regelbundna tv-sändningar 1958 (Yle 2016). Sportrutan har sänts sedan 1963 (Kivimäki 2013).

Yle finansieras i dag genom en så kallad Yle-skatt, vars maximibelopp är 163 euro, cirka 1681 kronor, per person (Yle u.å. a & Valuta.se u.å.). Fram till år 2016 var inkomstkällan precis som i Sverige en tv-avgift (Yle 2016).

Yle har ett antal lagstadgade uppgifter som bolaget måste fylla eftersom det verkar i allmänhetens tjänst. Bland annat ska programutbudet vara mångsidigt, omfattande och allmännyttigt samt stödja demokratin och den enskilda medborgarens möjlighet att påverka genom att erbjuda mångsidiga åsikter och fakta. Verksamheten ska även värna den finländska kulturen, konsten och stimulerande underhållning. Programutbudet ska ta hänsyn till aspekter som allmänbildning och jämställdhet (Finlex 2018).

Sportrutan

Yles tv-utbud når dagligen ungefär tre miljoner människor (Yle 2016). Det motsvarar över hälften av Finlands befolkning som är cirka 5 521 000 (Statistikcentralen 2018). Enligt Finnpanel, som mäter tv-tittarsiffror för Yles kanaler, hade Sportrutan den 9 december 2018 klockan 20.45 finsk tid 1 123 000 tittare som i minst tre minuter i ett sträck tittade på programmet. Det gjorde Sportrutan till det sjätte mest sedda programmet i Yles huvudkanal TV1 den veckan, och överträffades endast av fyra sändningar som handlade om självständighetsfirandet och slottsbalen den 6 december samt en nyhetssändning klockan 20.30. På en årsbasis 2017 var Sportrutan det åttonde mest sedda programmet i Yle TV1 (Finnpanel 2018).

Det första avsnittet någonsin av Sportrutan sändes söndagen den 18 augusti 1963. Sporter som sändes då är fortfarande populära bland den finländska tv-publiken: rally, friidrott och fotboll. Till en början var programmet bara 15 minuter långt och sändes en gång i veckan. Sportrutan började sändas dagligen 1993 och har i dag under veckosluten en längd på 20 till 25 minuter (Lindfors 2013).

På Yle har ansvariga redaktörer den högsta beslutanderätten om vad som publiceras i mediets kanaler. Det är i enlighet med yttrandefrihetslagen i Finland. Dessutom förbinder sig redaktörerna till att se till att innehållet följer Journalistreglerna och Yles egna etiska regler (Yle 2016). I Yles etiska regler står det att

Yle är oberoende av kommersiella intressen. Vi försäkrar oss om att kommersiella intressen inte styr vårt journalistiska innehåll. Också i övrigt förhåller vi oss kritiskt till material som är kopplat till kommersiella intressen. Vi publicerar sådant material endast om det är journalistiskt eller innehållsmässigt motiverat. (Yle u.å. b).

2.3 Idrottsutövning i Sverige och Finland

För att få perspektiv på hur populära sporterna är som tas upp i SVT:s och Yles tv-program har vi tagit fram de senaste siffrorna över antalet utövare inom olika grenar i Sverige och Finland. Förutom att det ger oss en introduktion till om länderna sinsemellan skiljer sig väsentligt, blir det även senare intressant att se om rapporteringen kvantitativt korrelerar med antalet utövare så att säga på gräsrotsnivå.

Statistiken tillhandahålls med hjälp av Riksidrottsförbundet i Sverige och Forskningscentret för tävlings- och elitidrott (KIHU) i Finland. I Finland förs ingen löpande grenspecifik statistik på samma sätt som i Sverige, varför endast de tretton sporter som har flest utövare inkluderades.

Att siffrorna i regel är lägre i Finland beror på att endast idrottare som skaffat licens, det vill säga rättighet att utöva och tävla i en idrottsförening, tagits med i statistiken. I Sverige har siffrorna tagits fram genom att räkna hur många personer som vid minst ett tillfälle deltagit i en idrottsförenings aktivitet under kalenderåret i fråga (Riksidrottsförbundet 2018, s. 72).

Ur tabellerna 1 och 2 nedan kan vi utläsa att de två största sporterna, fotboll och golf, har flest utövare både i Sverige och i Finland. I båda länderna är de sporterna dessutom mansdominerade, med en kvinnoandel på omkring 30 procent.

Individuella sporter, som friidrott, gymnastik och ridsport, har en högre andel kvinnor i både Sverige och i Finland än lagsporter i allmänhet har. Här är dock basket ett undantag i Finland, där två tredjedelar av de registrerade spelarna är damer.

I övrigt uppvisar medlemsantalen i Sverige och Finland fler likheter än skillnader: För det första är ishockey den starkast mansdominerade sporten. För det andra är utövare av ridsport till över 90 procent kvinnor. För det tredje har längdskidor grovt taget lika många manliga som kvinnliga utövare.

Tabell 1: Antal utövare per gren i Sverige. Statistik från Riksidrottsförbundet i Sverige 2017.

<i>Idrottsgren</i>	<i>Registrerade utövare totalt</i>	<i>Registrerade kvinnliga utövare</i>	<i>Andel kvinnliga utövare</i>
<i>Fotboll</i>	859 667	266 497	31%
<i>Golf</i>	495 960	143 828	29%
<i>Fröddrott*</i>	461 397	272 224	59%
<i>Gymnastik</i>	283 813	207 183	73%
<i>Innebandy</i>	250 572	72 666	29%
<i>Simning</i>	192 619	100 162	52%
<i>Isbockey</i>	178 861	25 041	14%
<i>Korpen</i>	168 615	53 957	32%
<i>Ridsport</i>	166 402	151 426	91%
<i>Motorcykel och snöskoter</i>	159 590	25 534	16%
<i>Längdskidor</i>	131 935	55 413	42%
<i>Handboll</i>	122 325	59 939	49%
<i>Skolidrott</i>	114 075	49 052	43%
Summa	3 335 259	1 482 922	44%

*Många av Friskis & Svettis lokalföreningar är medlemmar i Svenska Fröddrottsförbundet.

Tabell 2: Antal registrerade utövare per gren i Finland, rangordnade efter totalt antal utövare. Statistik från KIHU 2017.

<i>Idrottsgren</i>	<i>Registrerade utövare totalt</i>	<i>Registrerade kvinnliga utövare</i>	<i>Andel kvinnliga utövare</i>
<i>Golf</i>	139 000	40 866	29%
<i>Fotboll</i>	140 170	30 000	21%
<i>Isbockey</i>	76 000	6 500	9%
<i>Innebandy</i>	65 100	11 000	17%
<i>Fröddrott</i>	31 400	17 200	55%
<i>Boboll</i>	16 100	7 000	44%
<i>Gymnastik</i>	15 200	14 200	93%
<i>Volleyboll</i>	12 200	7 200	59%
<i>Orientering</i>	11 200	4 500	40%
<i>Basket</i>	11 000	7 200	66%
<i>Längdskidor</i>	10 000	4 500	45%
<i>Ridsport</i>	10 000	9 500	95%
<i>Simning</i>	7 000	3 500	50%
Summa	408 200	122 300	30%

3. Syfte och frågeställningar

Syftet med denna uppsats är att komplettera den genusforskning som till dags dato gjorts inom sportjournalistik i Sverige och i världen med ytterligare empiri. Det ska vi göra genom att undersöka i fall den relativt höga jämställdheten som Sverige och Finland uppvisar även är tillämplig på sportjournalistikens domän, det vill säga i vilken utsträckning sportnyheterna i tv genomsyras av likabehandling.

Syftet är att belysa eventuella skillnader i genus som förekommer i Sveriges och Finland public service-sportrapportering. Vi vill bidra till ökad medvetenhet om frågorna och i förlängningen öka jämställdheten i samhället, vilket är relevant eftersom forskning pekar på att sporten av tradition är en mansdominerad institution där kvinnornas perifera roll behöver lyftas upp till diskussion (Rowe 2014, s. 395).

Inledningen och bakgrunden i den här uppsatsen har mynnat ut i följande vetenskapliga frågeställningar:

- Hur mycket utrymme får herr- respektive damidrott i Yles och SVT:s sportsändningar?
- I vilken utsträckning syns och hörs män respektive kvinnor i sportsändningarna?
- Vilka idrottsgrenar kopplas ihop med män, vilka med kvinnor, och vilka framställs som könsneutrala?
- Hur värderas inslag om herridrott jämfört med inslag om damidrott?
- Hur resonerar de redaktionschefer som tar besluten om publicering kring jämställdhet och hur arbetar man för ökad jämställdhet i rapporteringen?

Hur vi rent konkret kommer att nå svaren på de här frågeställningarna presenterar vi i metodavsnittet.

4. Tidigare forskning

4.1 Dagstidningar i Polen

Det finns både utländsk och svensk forskning som gjorts på det område vi undersöker. Ett exempel på utländsk forskning kommer från den polska medieforskaren Honorata Jakubowskas (2015) som har tagit fram kvantitativa data om 815 artiklar publicerade i Polens tre största dagstidningar under april och maj månad 2011. Artiklarna analyserades ursprungligen i samband med den världsomspännande undersökningen International Sports Press Survey 2011 (Horky & Nieland 2011).

Statistiken visar att ungefär 90 procent av alla sportartiklar i de polska dagstidningarna handlade om herridrott och 10 procent av artiklarna om damidrott. Vidare handlade de artiklar som gestaltade damidrott

till största delen om individuella sporter, medan män oftast representerades inom lagsporter (Jakubowska 2015, s. 170–171).

Inte en enda av artiklarna om fotboll eller motorsport, som var de två mest bevakade sporterna, handlade om kvinnor (Jakubowska 2015, s. 174). Att tonvikten i rapporteringen ligger på vissa grenar kan inte förklaras med antalet utövare: Trots att antalet damer som är registrerade fotbollsspelare i Polen är ungefär lika stort som antalet registrerade volleyboll- och basketspelare, är damfotbollen underrepresenterad i mediernas bevakning (Jakubowska 2015, s. 173).

Olika forskningsrapporter visar att kvinnliga journalister i högre grad skriver om damidrott än manliga journalister (Siivonen 2015, s. 3; Jakubowska 2015, s. 177). Endast fem procent av de signerade sportartiklarna i Polen under den här tidsperioden hade skrivits av kvinnliga journalister, vilket kan vara en orsak till den låga siffran artiklar om damidrott (Jakubowska 2015, s. 176). Det är tänkbart att ett högre antal kvinnliga sportjournalister skulle medföra att damidrott bevakades flitigare. Det sambandet är trots allt inte helt tillförlitligt: Kvinnor kan i vissa fall bidra till att upprätthålla en manlig hegemoni genom att bevaka herridrott, eftersom publikens intresse för herridrott uppfattas som större och att man därför som journalist har bättre möjlighet att avancera i karriären om man bevakar herridrott (Jakubowska 2015, s. 177).

Jakubowska (2015, s. 169) menar att både *vad* som visas och *hur* det visas inverkar märkbart på hur tittare uppfattar kvinnor och män inom sport, och även att det bidrar till konstruktionen av ”feminina”, ”maskulina” och ”neutrala” idrottsgrenar.

Ändå påpekar Jakubowska (2015, s. 181) att inte endast kön avgör hur sportnyheter värderas. Hon menar att världseliten inom en gren och det egna landets storstjärnor kan dra till sig stort intresse oberoende av kön. Applicerat på vår undersökning kan vi tänka att till exempel svenska simmaren Sarah Sjöström och finska skidskytten Kaisa Mäkäräinen tas upp frekvent inte för att de är kvinnor, utan för att de tillhör den absoluta världstoppen i sina respektive grenar.

Enligt Globalis index är Polen det 30:e mest jämställda landet i världen, medan Finland ligger på plats åtta och Sverige på plats fyra (Svenska FN-förbundet 2017). Det ger oss anledning att tro att könsfördelningen inte kommer visa sig vara lika skev i sportsändningarna i Sverige och i Finland som i Polen.

4.2 Amerikanska tv-kanalerna ESPN och NBC

Journalistikforskarna Terry Adams och Charlie A. Tuggle (2004) studerar i en forskningsrapport innehållet i den amerikanska tv-kanalen ESPN:s sportsändningar. Materialet för studien bestod av 807 inslag fördelade

på 30 sändningar år 2002. Studien är en uppföljning från en likadan studie från 1997, även den utförd av Adams och Tuggle. Studien visar att sändningstiden som tillägnades damidrott minskade från 1997 till 2002: 1997 utgjorde bevakningen av damidrott fem procent av all sändningstid, medan motsvarande siffra år 2002 var två procent (Adams & Tuggle 2004, s. 241).

Forskarna hade väntat sig att bevakningen skulle öka mellan 1997 och 2002, inte minst för att den amerikanska basketligan och fotbollsligan för damer grundades under den här tidsperioden. Men fastän kvinnligt deltagande i tävlingsidrott och publikens intresse för damidrott ökade markant från 1997 till 2002, så hängde ESPN:s bevakning av damidrott inte med i utvecklingen (Adams & Tuggle 2004, s. 238).

Precis som Jakubowskas studie visade, uppmärksammade ESPN i högre grad damer inom individuella sporter än i lagsporter, närmare bestämt mer än dubbelt så mycket (Adams & Tuggle 2004, s. 239). Det här förstärker en invand stereotypisk föreställning om att kvinnor borde vara graciösa och glamorösa och att de därför ska undvika svettig, fysisk kontaktsport (Adams & Tuggle 2004, s. 239).

En studie som gjorts av medieforskaren James R. Angelini (et al. 2013) undersöker den amerikanska tv-kanalen NBC:s rapportering under vinter-OS i Vancouver 2010. Rapporten visar att skildringen av män och kvinnor skiljer sig avseende vilka attribut som lyfts upp hos idrottarna (Angelini et al. 2013). Till exempel förklarade kommentatorerna kvinnliga idrottares framgångar med egenskaper som engagemang och mod. Herrarnas framgångar eller misslyckanden berodde enligt kommentatorerna på deras erfarenhet eller bristen på den (Angelini et al. 2013, s. 1182). Dessutom nämndes känslor som en faktor för hur utfallet blev oftare på damsidan än på herrsidan (Angelini et al. 2013, s. 1186). Brist på mod var aldrig en anledning till en manlig skidåkares misslyckande, men nog i sju kvinnliga skidåkares fall (Angelini et al. 2013, s. 1193).

Forskningen är i linje med vad tidigare undersökningar visar. Under OS 2004 i Aten karaktäriserades kvinnor enligt deras position i hushållet och deras antagna känslomässiga tillstånd (Angelini et al. 2013, s. 1179). Dessutom var klippingen och specialeffekterna under samma OS snabbare när herrsporter sändes än när damsporter sändes (Angelini et al. 2013, s. 1180). Det här gav tittaren intrycket av att herridrott är mer dynamiskt än damidrott.

Sammantaget visar forskningen som Angelini et al. gjort på ett kvalitativt sätt att kommentatorers analyser varierar på basis av kön inom ett inslag eller en sändning. Det kan vara bra att påpeka, eftersom vi inte ger oss i kast med hurdan synlighet damidrotten får i SVT och i Yle, bara om den får synlighet och i så fall hur mycket.

4.3 Global Media Monitoring Project

Kvinnors synlighet i medier har utforskats bland annat i samband med Global Media Monitoring Project (GMMP). Projektet har genomförts med en liknande metod var femte år sedan 1995 för att få resultat som går att jämföra över tid och geografisk plats.

I Finland har andelen kvinnor som nyhetssubjekt i medier minskat mellan 2010 och 2015 (Siivonen 2015, s. 5). År 2010 var andelen kvinnor som syntes i finländska medier under den utvalda nyhetsdagen 32 procent, vilket sjönk till 27 procent år 2015. Trenden i Finland var ett undantag: Ur ett globalt perspektiv förblev andelen kvinnor som nyhetssubjekt konstant – de utgjorde 24 procent av alla nyheters subjekt både i 2010 och 2015 års undersökning (Siivonen 2015, s. 5).

Journalistikforskaren Jonita Siivonen (2015, s. 4) menar att den negativa trenden i finländska medier kan bero på att det inte finns lagstiftning som kräver könskvotering i mediernas rapportering. Könskvotering har traditionellt sett inte ansetts vara förenligt med den omfattande yttrande- och pressfriheten som råder i Finland, även om Finland (och Sverige) har ratificerat FN:s Pekingplattform från 1995. Pekingplattformen möjliggör just att införa lagar om kvotering för att uppnå jämställdhet, som kan tas bort när man anser att målet är nått (Sveriges kvinnolobby u.å.).

Artiklarna och inslagen som analyserades för GMMP delades in i ämneskategorier. Den kategori som inkluderade sport ("kändisar, konst och sport") uppvisade den lägsta jämställdheten både i Finland och i Sverige (Siivonen 2015, s. 51; Edström & Jacobsson 2015, s. 27). I Sverige separerades de olika underkategorierna, varför det framgick att nyhetssubjekten inom sportjournalistik till 93 procent var män. Underrepresentationen leder till att kvinnornas perspektiv och åsikter till stor del saknas och att nyheterna till stor del speglar bara mäns verkligheter, menar Edström och Jacobsson (2015, s. 14).

Sverige, Finland och de andra nordiska länderna inkluderar kvinnor som nyhetssubjekt endast i marginellt högre utsträckning än övriga världen (Edström & Jacobsson 2015, s. 23). Av de nordiska länderna ligger Sverige i topp, men även i Sverige präglas genusarbetet av stiltje, eftersom andelen kvinnor i medier var på samma nivå 2015 som 2000, det vill säga 31 procent (Edström & Jacobsson 2015, s. 22). Medan 24 procent av alla nyhetssubjekt i världen var kvinnor under den utvalda nyhetsdagen 25 mars 2015, var 31 procent av nyhetssubjekten i Sverige kvinnor (Edström & Jacobsson 2015, s. 7).

Förutom kvantitativa aspekter av deltagandet i medier undersöker GMMP även *hur* kvinnor gestaltas i medier, exempelvis i vilka sammanhang de kommer till tals. Globalt sett intervjuas kvinnor oftare som ögonvittnen eller offer för olika händelser än i egenskap av experter eller talespersoner (Edström & Jacobsson 2015, s. 26).

Enligt författarna till GMMP är 40 procents synlighet för kvinnor ett minimum för att man ska kunna kalla rapporteringen jämställd:

Det spelar roll om man tillhör en minoritets- eller majoritetsgrupp. Redan på 1970-talet konstaterade organisationsforskaren Rosabeth Moss Kanter att om en person tillhörde en grupp som var mindre än 35 procent så fick den personen räkna med att vara en ”token”, en symbol för sin kategori snarare än att bli betraktad som en egen individ. Det är därför många jämställdhetsplaner anger att det ska vara minst 40 procent av vardera könet i olika sammanhang (Edström & Jacobsson 2015, s. 40).

Speciellt inom sportjournalistiken, där kvinnor globalt är mer underrepresenterade än i andra kategorier, vore det ”en viktig signal” till andra kvinnliga idrottare och idrottsintresserade läsare att synliggöra damidrottares bedrifter och prestationer, menar Edström och Jacobsson (2015, s. 42).

4.4 Kvalitativ forskning

Enligt forskning av idrottshistorikern Pia Lundquist Wanneberg (2011) var det stor skillnad på hur männen och kvinnorna beskrevs inom svenska sportmedier under 60-talet och början av 70-talet då männen ofta sades vara bland annat stora och starka som björnar. Journalisterna som skrev detta var män och Wanneberg ansåg att tonen var tydligt beundrande, att det var männens imponerande fysik som garanterade framgång inom sporten. Den beundran fördes vidare från journalisterna till männen som läste artiklarna. Men det var inte så kvinnorna beskrevs i tidningarna. Där handlade det snarare om förminskning, objektivering och ett fokus på det irrelevanta. Artiklarna förvandlade kvinnorna till passiva modeller som poserade för de manliga tittarna. Objektiveringen av män var till mycket större del kopplat till prestation (Lundquist Wanneberg 2011, s. 268–269).

Sedan kom en förändring i hur kvinnorna skildrades under 70-talets andra halva. Fokus gick från utseende till att mer handla om prestation i tävlingar. Till exempel gick kvinnorna från att kallas vackra i media till att beskrivas som robusta och fysiskt starka samtidigt som ordet *flicka* lyste med sin frånvaro. Att förändringen kom under den här tiden kan kopplas till en växande kvinnorörelse i både USA och västra Europa samt att damidrott fick sitt genombrott i Sverige och därmed blev också jämställdhet ett viktigare ämne inom svensk sport (Lundquist Wanneberg 2011, s. 271).

Därefter kom förändringen till ett snabbt slut och sportmedier under 80- och 90-talet gick tillbaka till att skildra utseendet på idrottarna där männens muskler och styrka accentuerades medan kvinnornas skönhet återigen var i fokus.

Under 2000-talet fortsatte sexualiseringen i svenska sportmedier i synnerhet genom bilder då det blev en rask ökning av sexiga foton på sportkvinnor. Till exempel skrevs en lång artikel om höjdhopparen Kajsa Bergqvist inför OS i Sydney år 2000 där hon i artikeln beskrevs som en kompetent och hårt arbetande kvinna, både innanför och utanför sportens värld. Men den tillhörande bilden, där Bergqvist avbildades på en höjdhoppsmadrass iklädd klänning, visade en helt annan sida av Bergqvist då den hade en klar sexuell anspelning, något som var vanligt under den här tidsperioden (Lundquist Wanneberg 2011, s. 274–275).

Wanneberg nämner också något som hon beskriver som självförvållad sexism där idrottare sexualiserar sig själva. De två första exemplen på det var tennisspelaren Björn Borg och hockeyspelaren Börje Salming (Lundquist Wanneberg 2011, s. 273–274). Det här var något som var kopplat till kommersialiseringen av sport och något som idrottare med bra utseende använde sig av för att få uppmärksamhet i media och hos åskådarna samt för att intressera potentiella sponsorer. Värt att notera är även att i de här fallen då männen gjorde den här typen av fotograferingar ofta handlade om att sälja en produkt, som i Björn Borgs fall kläder, medan det i kvinnornas fall snarare handlade om att marknadsföra idrottskvinnan (Lundquist Wanneberg 2011, s. 276).

Rapporteringen om män inom idrott präglas ofta av en speciell jargong, som bidrar till skapandet av ett karakteristiskt mansideal i sportjournalistiken. Så kallad *hegemonisk maskulinitet* innebär att en viss mansbild befinner sig i toppen av genusordningen, och nedvärderar annan form av maskulinitet samt femininitet (Broch 2012, s. 186).

Journalistikforskaren Trygve Broch (2012) har utforskat hur norska kommentatorer genom ordval och metaforer i tv-sändningar bidrar till att vidmakthålla den hegemoniska maskuliniteten. Den innefattar i fallet handboll bland annat att göra en distinktion mellan män å ena sidan och kvinnor och unga pojkar å andra sidan samt att dra paralleller till andra discipliner som man ser upp till, exempelvis krigföring (Broch 2012, s. 189–194).

Genom att baka in stereotypa beskrivningar och symboliseringar i kommentarer reproducerar journalister ett traditionellt maskulinitetsideal, som konstant hotas av det ”omanliga” (Broch 2012, s. 195). I vår undersökning är ambitionen inte att på kvalitativ väg komma underfund med vilka implicita värderingar om maskulinitet som förekommer, utan vi nöjer oss med att från Brochs forskning ta med oss vetenskapen om att sannolikheten för att hegemoniska mansideal förekommer är hög i idrottssammanhang.

5. Teorier

5.1 Dagordningsteori

För att förstå hur mediernas representation av verkligheten är relevant för publiken använder vi oss av dagordningsteorin, även känd som *agenda-setting*, som journalistikforskarna Maxwell McCombs och Donald Shaw var bland de första att belysa (McCombs & Shaw 1972). Man undersökte vilka sakfrågor som togs upp av massmedier i samband med det amerikanska presidentvalet 1968 och jämförde det med vilka sakfrågor som väljarna ansåg vara viktiga. McCombs och Shaw (1972, s. 184–185) kom fram till att journalistiken påverkade opinionen genom att belysa vissa sakfrågor – det som medier tog upp ansåg publiken vara viktiga frågor.

Medieforskaren Bernard Cohen (1963, se Angelini et al. 2013, s. 1177) har uttryckt dagordningsteorin som att medier kanske inte alltid lyckas säga åt människor *vad* de ska tycka och tänka, men nog *vad* de ska tänka *på*. Medier ger alltså ramarna för tänkandet, även om de inte levererar färdigtuggade åsikter. Om en tv-kanal framhäver en idrottsgren på bekostnad av andra säger den indirekt till sin publik att den här grenen är viktigare än de andra (Angelini et al. 2013, 1178). Cohen (1963, se Angelini et al. 2013, s. 1178) har rentav sagt att ”om vi inte ser en nyhet i tidningen (eller snappar upp den på radio eller tv) har den i princip inte hänt”.

Genom att använda oss av *agenda-setting* i vårt teoretiska ramverk kommer vi att kunna fästa större uppmärksamhet vid att medier aktivt *konstruerar* vissa ämnen som viktiga för publiken, snarare än att det rent objektivt finns ämnen som i sig *är* viktiga för publiken.

5.2 Genusteori

Genusvetaren Yvonne Hirdman menar att det finns ett genussystem i samhället som bärs upp av två grundläggande logiker, eller principer. Den ena, logiskt sett första principen är dikotomin, som Hirdman kallar för särhållandets tabu. Den principen säger att det kvinnliga och manliga inte bör blandas. Den efterföljande principen går ut på att det manliga görs till norm och etableras som det normala och allmängiltiga. I förlängningen finns det processer och mekanismer som bidrar till att vidmakthålla männen i det här genussystemet (Hirdman 1988, s. 52).

Genussystemet kan uppfattas som en dynamisk struktur, som ändrar skepnad beroende på sammanhang. Det kan ses som ett nätverk av processer, fenomen, föreställningar och förväntningar,

vilka genom sin interrelation ger upphov till ett slags mönstereffekter och regelbundenheter. På så sätt förnyar sig bilden av genussystemets funktionssätt konstant (Hirdman 1988, s. 51).

Genussystemet befäster sig själv i världen genom vad Yvonne Hirdman kallar för ett genuskontrakt, en sorts osynlig överenskommelse som definierar kvinnor i förhållande till män. Det är inte ett kontrakt som ingås av två jämbördiga parter, utan av en definierande (man) och en definierad (kvinna) part. För att komma underfund med hur kontraktet fungerar i praktiken kan man angripa genusforskningens objekt med en rad frågor:

Hur ser de särhållande logikerna ut inom det eller det området? Hur har särhållandets logiker legitimerats?
Vilka sociala, ekonomiska, kulturella och psykologiska faktorer är det som har underlättat särhållandet?
Vilka har varit behjälpliga i särhållandets alla praktiker? Och hur har den manliga normens princip (lag, logik) stått i förhållande till särhållningen? (Hirdman 1988, s. 52)

Att få svar på samtliga av dessa frågor är inte målet med den här undersökningen, men tankarna kan vara nyttiga att ha i det analytiska bakhuvudet.

Intressant för vår studie är även det som Hirdman säger om ”feministiska medvetandefrön”. De är enligt henne grunden för förändring mot ett mer jämställt samhälle. Men orsaken till varför de inte utvecklas till en större, enhetlig rörelse är att kvinnor i många fall isoleras i samhället, exempelvis i hemmet (Hirdman 1988, fotnot 23, s. 62).

Ju kraftigare särhållandet är, desto självklarare och mer legitim blir även den manliga normens dominans, och vice versa. Systemet stärker sig självt genom att gång på gång visa på konventionens makt, eller den reproducerande kraften: ”Det är som det är för att det var som det var”, vilket binder ett visst kön till en viss plats, egenskap eller syssla (Hirdman 1988, s. 57).

Om vi applicerar den här vetenskapen på redaktionsmiljö kan vi konstatera att vissa kutymer ”sitter i väggarna” och upprepas utan vidare reflektion. De lever vidare för att ingen ifrågasätter eller protesterar mot dem.

Enligt Hirdman ser särhållandet och förtrycket olika ut i olika tider och på olika platser. Även om yrken eller platser kan vara till för båda könen eller vara oberoende av kön, trots att det inte blir så i verkligheten, är det ett steg på vägen, menar Hirdman. Det visar på att intellektet vunnit mark på biologins bekostnad. Utifrån det formulerar Hirdman en hypotes om genussystemets föränderlighet: Ju mer intellekt och mindre biologi som bestämmer i samhället, desto bättre förutsättningar för förändring mot ökad jämställdhet (Hirdman 1988, s. 59).

Inom sporten är den biologiska komponenten som vi känner till ständigt närvarande. Till exempel delas människor in i tävlingsklasser på basis av kön.

5.3 Nyhetsvärdering

Nyhetsvärdering är en gren inom journalistiken som har undersökts flitigt. Bland de skribenter som forskningsvärlden refererat till mest på nyhetsvärderingens område hör medieforskarna Johan Galtung och Mari Holmboe Ruge. Utgående från Galtungs och Ruges lista över faktorer som inverkar på vilka händelser som blir nyheter (Galtung & Ruge 1965, s. 66–67) har journalistikforskarna Tony Harcup och Deirdre O'Neill gjort en uppdatering som är mer ändamålsenlig när man analyserar nyhetsvärdering på 2010-talet (Harcup & O'Neill 2017). De har ställt upp en lista på 15 faktorer som antingen ökar eller minskar sannolikheten för att en händelse bevakas. Av dem har vi valt ut fyra som vi anser vara speciellt relevanta för vår studie:

- *Audionisualitet*: Tiltalande bilder, video, ljudspår eller möjlighet till illustration.
- *Relevans*: Händelsen har kulturell och/eller historisk närhet till publiken.
- *Kändisar*: Nyheter som handlar om människor som redan är kända.
- *Nyhetsorganisationens agenda*: Händelser som passar organisationens egen ideologiska eller kommersiella agenda eller är del av en kampanj (Harcup & O'Neill 2017, s. 1482).

Vår undersökning berör nyhetsvärdering i den mån den inverkar på vad som tas upp i SVT:s Sportspegeln och Yles Sportrutan. I synnerhet i samband med intervjuerna kommer flera av punkterna att vara nyttiga analysredskap, i syfte att förstå vad som medvetet eller omedvetet är de bakomliggande orsakerna till hur programmen sätts samman.

5.4 Kommersialiseringen av sport

Om hur sport och medier som bevakar sport har växt ihop till ett symbiotiskt system skriver Kirsten Frandsen (2014). Den här utvecklingen beror till stor del på den tilltagande kommersialiseringen inom sporten (Frandsen 2014). Kommersialisering är den process som äger rum när någonting (som inte varit det) omvandlas till affärsverksamhet. Omsatt till nyhetsvärlden innebär kommersialiseringen ”åtgärder som vidtas för att öka [den ekonomiska red. anm.] vinsten och som inkräktar på en journalists eller ett nyhetsmediums försök att öka folks medvetenhet om de frågor och händelser som formar det samhälle de uppger sig för att tjäna” (McManus 2009, s. 219).

Det finns två observationer från forskaren Sut Jhally som Kirsten Frandsen anser vara grundläggande och fortfarande relevanta inom sportjournalistiken:

(1) Most people do the vast majority of their sports spectating via the media (largely through television), so that the cultural experience is hugely mediated; and (2) from a financial point of view, professional, and increasingly, college sports are dependent upon media money for their very survival and their present organizational structure (Jhally 1989, se Frandsen 2014, s. 522).

Relationen mellan sport och massmedier (framför allt tv-kanaler) går ut på att medierna å ena sidan har rättigheter till att sända sport, vilket är en förutsättning för att säkra en stor publik, och att idrottsklubbarna och -organisationerna å andra sidan behöver inkomsten som kommer från medierna genom sändningsrättigheterna. Förutom inkomst från publiken får tv-mediernas populära sportsändningar även stort intresse från annonsörer som vill nå en stor publik via dessa åtråvärda reklamplatser (Frandsen 2014, s. 533). En anledning till att annonsörer visar intresse för just sportsändningar är att sportjournalistiken historiskt sett är riktad till män och att den därför kan användas för att locka en manlig publik som annars kan vara svåra att nå med annan reklam (Dahlén 2008, s. 93).

Tv beskrivs som en stark faktor för förändring och något som har påverkat intäkterna inom sport (Frandsen 2014, s. 522). Tv som medium har även accelererat kommersialiseringens och globaliseringens inverkan på sporten (Frandsen 2014, s. 525). Att just tv haft den påverkan kan förklaras med hur sport i tv är som genre. Forskaren Garry Whannel menar att det finns tre olika programformer i tv: journalistik, lätt underhållning och drama, och att direktsänd tv-sport befinner sig i mitten av dessa tre former (Whannel 1992, se Dahlén 2008, s. 219). Det gör direktsänd tv-sport unikt, attraktivt och publikvänligt eftersom det ofta innehåller aspekter av alla tre programformer: Journalistisk rapportering, underhållning och spänning är alla centrala i en sportsändning (Dahlén 2008, s. 221). Att sportens narrativa och dramaturgiska karaktär, till exempel ovissheten om resultatet i en match, lämpar sig för tv-sändningar har belysts även av Frandsen (2014, s. 527 och 530).

Forskning om mediatisation inom sporten har fokuserat på och rannsakat relationen mellan några få stora, professionaliserade sportorganisationer och stora mediebolag. De här relationerna karaktäriseras av kontraktsbindande överenskommelser, televisionens starka ekonomiska kraft och delade kommersiella inriktningar. Detta beskrivs som ett fenomen som lett till oräkneliga förändringar rörande matcher, strukturer på ligor och turneringar samt affärsmodeller (Frandsen 2014, s. 522). Småningom växer sportevenemang, mediernas bevakning av dessa och yttre kommersiella intressen samman, och suddar ut tidigare gränser (Frandsen 2014, s. 522).

En viktig del av tv-mediernas relation till sporten handlar om att konkurrensen om sändningsrättigheterna har ökat och att priserna därigenom har drivits upp. En konsekvens av det har blivit att tv-bolagen fokuserar endast på ett fåtal sporter, sådana som visat sig locka regelbundna stora tittarsiffror inom målgruppen. Det har lett till en typ av monopol på det innehåll som sänds ut eftersom de sändande bolagen vill maximera utfallet av sin investering (Frandsen 2014, s. 533–534).

Mediatizationen – som inom sporten har en stark koppling till den allmänna kommersialiseringen av medier (Frandsen 2014, s. 523) – har lett till en polarisering då tv har blivit en kanal för ett fåtal populära sporter. Den här utvecklingen genomsyrar sportverksamheten och ger enorma intäkter från både avtal med tv-bolag och med sponsorer. Men för de flesta sporterna, och framför allt kvinnors sporter är tv-kontrakt mer utom räckhåll än någonsin eftersom de generellt sett inte har kunnat locka lika stora tittarsiffror som männen, vilket begränsar möjligheter till utveckling av sporten och ekonomin:

This development is not as such mediatization, but it is a long-term effect on the macro level in the field of sport caused specifically by the emergence and presence of television that could have long-term implications (Frandsen 2014, s. 534).

Medieforskaren Peter Dahlén menar att sportjournalistiken är en institution som inte kan jämföras med annan journalistik då sportjournalistiken är kommersiell i grunden. Dahlén hänvisar till en etnografisk fältstudie som Mark Douglas Lowes inledde 1994 på en sportredaktion på en stor kanadensisk dagstidning. Lowes studie utgick från att det som publiken fick läsa om på sportsidorna, vilket för det mesta var professionell idrott, bestämdes först och främst av ekonomiska värden då toppidrotten och tidningarna var och är kommersiella verksamheter (Dahlén 2008, s. 92).

6. Metod, material och urval

6.1 Kvantitativ innehållsanalys

Vi genomförde en kvantitativ innehållsanalys av SVT:s och Yles sportmagasin. Centrala begrepp för den kvantitativa delen av vår undersökning var frekvens och utrymme (Esaiasson et al. 2017, s. 198). För att undersöka frekvens och utrymme mätte vi bland annat hur många gånger och hur länge män respektive kvinnor förekom och i vilka sporter de representerades i sportprogrammen. Ett fullständigt kodschema och resultat finns bifogat längst bak i uppsatsen, men här är i korta drag en beskrivning av variablerna och vilken funktion de fyllde i förhållande till uppsatsens syfte och frågeställningar:

Medium och datum – Att dela upp inslagen och variabelvärdena enligt medium var nödvändigt för att i slutändan kunna jämföra medierna sinsemellan. Datum spelade ingen roll för själva undersökningen eftersom hela tidsperioden betraktades som en helhet, men var till hjälp då vi behövde leta upp inslag i efterhand.

Typ av programpunkt – Användes för att sortera sändningarnas innehåll i inslag, telegram och studiosamtal. Exempelvis lade vi särskild vikt vid till exempel studiosamtal i resultatanalysen, eftersom de gav uttryck för vad kanalen anser är ett ämne som är värt att lyfta utöver ett inslag.

Inslagens längd – Eftersom vår undersökning i första hand var en utrymmesmätning (Esaïasson et al. 2017, s. 198), behövde vi mäta tiden i sekunder för att kunna veta hur mycket utrymme totalt och i procent som gavs till de respektive könen och idrottsgrenarna.

Position i programmet – ”De allra viktigaste inslagen kommer i början av programmen”, sade redaktörerna på både SVT och Yle. Därför ville vi ta reda på vilket kön och vilka grenar som redaktionen ansåg vara de viktigaste och som placerades tidigt i programmen.

Kön – Den kanske mest centrala variabeln för vår undersökning, eftersom syftet med undersökningen var att mäta hur de båda könen förhåller sig till varandra i nyhetsvärderingen.

Idrottsgren – I kombination med variabeln kön kunde vi ta reda på vilka grenar de båda könen kopplas ihop med, även vilka idrottsgrenar som prioriteras högt eller lågt av redaktionerna.

Experts kön – I de flesta inslag medverkande inte någon expert, men i de fall det hände så antecknade vi även vilket kön experten hade. En expert har en speciell auktoritet och betraktas som en person som kan mycket om grenen i fråga, därför ansåg vi att det var värt att undersöka könen på de anställda experterna.

Hur utövas sporten? – Tidigare forskning (Jakubowska 2015, Adams & Tuggle 2004) hade kommit fram till att det fanns en skillnad i vilken utsträckning män och kvinnor representerades inom sporter som utövas i lag eller individuellt. Vår undersökning skulle pröva om det var tillämpligt även på SVT:s och Yles sportsändningar i tv.

Vilket eller vilka (kön) får komma till tals och vilket eller vilka (kön) syns i bild? – Vi visste på förhand att vissa inslag om till exempel damfotboll kunde innehålla intervjuer med manliga tränare. Genom att införa den här variabeln kunde vi mäta i hur hög grad som män och kvinnor hörs eller syns i det egna och det andra könets idrottsutövning.

Vår undersökning blev både en frekvensmätning och en utrymmesmätning (Esaiasson et al. 2017, s. 204), även om vi lade mest vikt vid utrymmesmätningen eftersom det var utslagsgivande för hur mycket plats som sammanlagt gavs till de olika könen och sporterna samt vilka prioriteringar de båda redaktionerna gjorde avseende fördelning av tid och plats i sina program. Om en viss sport förekom ofta, men vanligtvis bara i form av korta telegram, kom den bristande synligheten till uttryck genom att utrymmet totalt sett var litet.

Vi analyserade ett omfattande material och kunde sätta fingret på regelbundenheter i rapporteringen. Mätningen blev *deskriptiv*, vilket betydde att den utfördes en gång på det utvalda materialet och användes för att upptäcka samband mellan variabler. En *experimentell* kvantitativ analys skulle ha lämpat sig om vi hade avsett att undersöka en förändring i rapporteringen, ett kausalt förhållande, ett före och ett efter en brytpunkt (University of Southern California 2018).

Vi stötte på tekniska problem i samband med kodandet av avsnitten av Yles Sporttrutan.

Uppspelningskvaliteten var bristfällig, vilket gjorde att varje gång vi pausade avsnittet för att föra in värden i Excel-tabellen kastade timern med en sekund eller två. Det rådde vi ingenting för, men vi antog att kasten jämnade ut sig under arbetets gång, så att de inte invercade nämnvärt på resultatet.

När ett inslag började och slutade markerades förutom av studioreportern även av klippbilder, övergångseffekter eller andra tecken. Tabelluppläsning i studion räknade vi inte in som en del av inslagen, utan deras slutpunkt var när turen gick tillbaka till studion. Eventuella på- och avannonser i studion å andra sidan räknades med i inslagets längd. Felsägningar och tekniska problem under sändningen invercade i vissa fall på hur långt inslaget blev i våra mätningar då vi räknade in det i inslagets längd. Puffar för webben och SVT:s program Lilla Sportspegeln räknades varken som del av andra inslag eller som egna inslag.

Vissa grenar kan utövas både individuellt och i lag, som till exempel segling och orientering. De grenarna kodades enligt vilken form de framträdde i just den programpunkten. Om inslaget handlade om orienteringsstafett, blev variabelvärdet följaktligen ”lag”. Som ovan nämndes i samband med Sarah Sjöström, är vissa grenar gränsfall, men allmänt ansåg vi att stafettävlingar skulle ses som att den sporten utövas i lag.

Variablerna att ”synas i bild” och ”komma till tals” gällde endast för idrottsutövarna eller övriga personer som tränare eller fans som intervjuades. Om låt oss säga en kvinnlig reporter gjorde en ståuppa och sedan intervjuade en man, var det endast mannen som fick komma till tals och syntes i bild. Det samma gällde för studiosamtal, där expertens kön endast gav utslag under variabeln ”expertens kön”, inte under ”synas i bild” eller ”komma till tals”.

6.2 Reliabilitet

För att stärka reliabiliteten av vår undersökning (Esaiasson et al. 2017, s. 208–209) kodade vi båda SVT:s och Yles sändningar, och fördelade sändningarna så jämnt som möjligt mellan oss. Viktor kunde inte mycket finska men vi gjorde bedömningen att det ändå gick att koda materialet tillförlitligt utifrån vårt kodschema (se bilaga 1).

Det är viktigt att ha hög reliabilitet vid genomförandet av en kvantitativ studie eftersom det ska vara möjligt för någon annan att genomföra samma studie och komma till samma resultat. Genomförandet måste vara konsekvent för att resultatet inte ska variera på basis av vem som utför studien (Bryman 2016, s. 41).

Efter att kodningen var genomförd gjorde vi därför testkodningar, då vi säkerställde att våra kodningar inte skiljde sig åt beroende på kodare. Vi utförde ett så kallat reliabilitetstest (Esaiasson et al. 2017, s. 208–209) genom att byta material med varandra. Med hjälp av det testet kunde vi stärka interkodarreliabiliteten. Reliabilitetstest som gick ut på att vi kodade två avsnitt var från SVT som den andra personen hade kodat under undersökningen.

Ur testet framgick det att kodningen totalt sett stämde överens i 97,5 procent av fallen (se tabell 3).

Resultatet togs fram efter en jämförelse mellan testkodningen och originalkodningen där överensstämmande kodning räknades. På inslagets längd, där totala sekunder för varje inslag räknades, togs inte resultatet fram på samma vis som för andra variabler (genom att anteckna om längden var kodad rätt eller fel), utan där räknade vi ut differenser i sekunder för varje inslag. Det absoluta värdet av differensen dividerades sedan mot den totala tiden för alla sammanlagda inslag i just det programmet. I verkligheten kastade kodningen ibland uppåt, ibland nedåt, men vi tog alltså i beaktande det absoluta värdet av differensen, varför reliabiliteten för tidmätningen kan ses som ett minimivärde, en undre gräns, för reliabiliteten.

Vi tog inte med avsnitt från Yle i reliabilitetstestet på grund av att vi inte hade tillgång till de avsnitten när vi utförde reliabilitetstestet i Sverige. Man kan kritisera testet för att det just bortser från den delen av undersökningen. Hade vi även haft med Yle i reliabilitetstestet så kunde resultatet ha skiljt sig, i synnerhet om man betänker den språkliga biten.

Tabell 3: Resultat av reliabilitetstest där procentandelen visar hur väl testkodningen stämde överens med originalkodningen.

Reliabilitetstest	Överensstämmande
<i>Typ av programpunkt</i>	98,6%
<i>Inslagets längd</i>	95,2%
<i>Position i programmet</i>	100%
<i>Kön</i>	98,2%
<i>Idrottsgren</i>	98,6%
<i>Expertskön</i>	98,6%
<i>Typ av sport</i>	93,1%
<i>Kommer till tals</i>	96,8%
<i>Syns i bild</i>	98,2%
Total reliabilitet	97,5%

6.3 Metodkritik kvantitativ innehållsanalys

Den kvantitativa metoden vi använde i undersökningen hade också nackdelar. Som det tidigare har pekats ut försummar kvantitativa metoder de sammanhang i vilka programpunkterna förekommer (University of California 2018). Vi kom inte åt underliggande värderingar i själva programpunkterna på samma sätt som vi hade gjort på kvalitativ väg med låt oss säga kritisk diskursanalys.

Man kan även säga att vårt sätt att titta på sportsändningarna skilde sig från en genomsnittlig tittares. Det medförde att miljön vi utförde studien i (bibliotek, arkiv med mera) liknade mer ett laboratorium än ”det riktiga livet” (University of California 2018), till exempel i hemmet där man vanligtvis befinner sig då man tittar på programmen. Vi kan alltså inte uttala oss kring hur folk upplever programmen vi har analyserat, bara att programmen i snitt har ett visst antal tittare.

Vårt kodschema uppvisade även ett antal brister som vi redovisar för nedan.

- **Generaliserande kodning.** Ett studiosamtal som sändes i SVT:s Sportspegeln den 6 december 2015 var tre minuter och 28 sekunder långt. Det handlade till största delen om simmaren Sarah Sjöström, men på slutet nämndes även Simon Sjödin, varför variabeln ”kön” antog värdet ”båda” (könen). Hur stor del av studiosamtalet som verkligen handlade om damidrott framgick alltså inte av vår analys.

Vår undersökning tog inte i beaktande i vilken roll personer fick komma till tals eller syntes i de olika inslagen, bara att de var med. I ett Yle-inslag om den amerikanska fotbollens final Super Bowl år 2016 visades artisterna som skulle uppträda i pausvilan i bild, varför variabeln ”vem eller vilka syns i bild?” antog värdet ”båda”, trots att alla idrottare som visades var manliga fotbollsspelare.

- **Oförmåga att kategorisera programpunkt efter gren.** Variabeln ”idrottsgren” antog värdet ”flera sporter” i de fall att flera sporter nämndes eller visades. Ett exempel är ett inslag där SVT meddelade att Malmö hade valts till årets idrottsstad, varpå rörlig bild från flera olika sporter klipptes in för att illustrera inslaget. Värdet ”ej specificerat” däremot fick en analysenhet när programpunkten handlade om sport eller hälsa i största allmänhet.
- Vi är väl medvetna om att **inte alla personer är män eller kvinnor**, utan att vissa identifierar sig som något annat. Vi gjorde dock för enkelhetens skull en avgränsning till idrottare i damserier respektive herrserier, för att kunna kategorisera materialet.

6.4 Kvalitativ intervju

Förutom att analysera sportsändningar i tv intervjuade vi personer på ledande positioner på SVT:s och Yles redaktioner kvalitativt med samtalsintervjuer, för att synliggöra hur (genus)arbetet gestaltar sig (Esaiasson et al. 2017, 261). Den kvantitativa innehållsanalysen utgjorde stommen för undersökningen, men intervjuerna fördjupade vår förståelse för processen som föregår en sportsändning i båda mediehusen och hur SVT och Yle resonerade kring nyhetsvärdering och jämställdhet mellan könen, både i sitt eget innehåll men även i sportjournalistiken överlag. Kvantitativ innehållsanalys har konstaterats vara ofruktbar när det gäller att komma åt sociala företeelser, eftersom de fenomenen inte är mätbara i termer av siffror eller kurvor (Johansson 2010, s. 91). Därför kompletterade vi undersökningen med kvalitativa intervjuer av personer i ledande position på redaktionerna.

Syftet med frågorna var av respondentkaraktär, den sortens intervjuer lämpar sig i situationer där man inte har så stora förhandskunskaper om fenomenet man undersöker och vill kartlägga människors livsvärldar (Esaiasson et al. 2017, s. 261). Vi besökte exempelvis inte redaktionerna för att observera hur det dagliga arbetet såg ut, utan vi behövde ställa grundläggande frågor kring rutiner och dylikt.

Intervjuformatet benämns som en ”intervju vars syfte är att erhålla beskrivningar av den intervjuades livsvärld i syfte att tolka de beskrivna fenomenens mening” och som även ska blottlägga praktiker som tas för givna (Esaiasson et al. 2017, s. 262–263). Åsikter som förekommer under sådana intervjuer ska inte betraktas som sanna eller falska, utan man försöker blott komma åt personernas tankevärldar.

Intervjun utformades med stöd av relevant litteratur (Esaiasson et al. 2017, s. 273–278) för att vi skulle kunna få möjligast spontana och utförliga svar på frågorna, till viss del korrelerade frågorna med variablerna som ingick i innehållsanalysen (se bilaga 2). Vi strävade efter att ställa korta frågor och få långa svar. Vi lade vid behov till uppföljningsfrågor för att få mer innehållsrika svar, som improviserades i stunden. Själva

analysmetoden för intervjuerna var närläsning, vilket innebar att vi ur materialet valde ut det som var relevant för att bättre förstå den kvantitativa innehållsanalysen.

De etiska sidorna av undersökningen togs i beaktande. Bland annat skedde intervjuerna under så kallat ”informerat samtycke” (Esaiasson et al. 2017, s. 266–267). Därför inledde vi samtalen med att berätta för intervjupersonerna vad syftet med intervjun var och vad den skulle användas till. Vi betonade även att intervjun gjordes i akademiskt, inte journalistiskt, syfte.

Intervjun med redaktionschefen på Yles sportredaktion, Joose Palonen, skedde telefonledes den 13 december 2018 klockan 13:07. Intervjun med SVT Sportens planeringsredaktör Ola Bränholm skedde på plats hos SVT i Stockholm den 18 december 2018 klockan 11:00. Båda intervjuerna finns inspelade som ljudfiler och transkriberade hos författarna.

Både SVT:s och Yles intervjupersoner valdes ut på basis av centralitet, det vill säga att de skulle ”centralt placerade källor” med en betydande roll för vår undersökning (Esaiasson et al. 2017, s. 267). Först kontaktade vi högre uppsatta administrativa chefer, som kunde tipsa oss om personer som var med och utformade innehållet i sändningarna.

Vår upplevelse var att intervjun som skedde på plats i SVT-huset lyckades bättre än intervjun med Yle som gjordes per telefon, vilket tog sig uttryck i mer utförliga svar. Anledning till detta tror vi var att vi skapade en bättre kontakt ansikte mot ansikte. Det bör nämnas att vi försökte boka in ett besök hos Yle också, men det blev inte av på grund av tidsbrist från Yles sida.

6.5 Material och urval

Vi undersökte huvudsportsändningar i SVT:s och Yles tv-kanaler, det vill säga de förlängda sportsändningarna som sänds på söndagar. I Sverige och SVT är det här programmet känt som Sportspegeln och i Finland heter motsvarigheten Urheiluruutu, på svenska Sportrutan. För att tillgå dessa sändningar använde vi oss av Svensk Mediedatabas (SMDB) för Sportspegelns sändningar och för Sportrutan använde vi Nationella audiovisuella institutets arkiv i Helsingfors.

För att uppnå ett urval som kan anses vara representativt för sportsändningarna som helhet genomfördes ett systematiskt urval (Johansson 2010, s. 92) genom lottdragning. Lottningen bestämde då att vi skulle göra en innehållsanalys på de avsnitt som sändes den första söndagen varje månad med start från oktober 2018, det vill säga 7 oktober 2018, 2 september 2018, 5 augusti 2018 och så vidare, tre år tillbaka i tiden till 4 oktober

2015. Det var inte möjligt att börja i november 2018 för att Svensk Mediedatabas inte hade arkiverat det avsnittet av Sportspegeln när vi utförde kodningen.

Ett naturligt bortfall skedde då Sportrutan från första söndagen i juli 2017 fattades. Vi ersatte det avsnittet med avsnittet från söndagen därpå, det vill säga den 9 juli 2017. Båda avsnitten var lika långa, men man bör lägga märke till att nyhetsvärderingen skilde åt SVT och Yle för just den månadens del. I övrigt prioriterade Sportspegeln och Sportrutan nyheterna ofta på ett liknande sätt. Det ska även nämnas att Sportspegeln efter årsskiftet 2016–2017 sändes måndagen den 2 januari, medan Sportrutan sändes på nyårsdagen söndagen den 1 januari. Båda programmen hade normal längd.

Anledningen till att vi valde att analysera en sändning från varje månad under de tre senaste åren är, i stället för att till exempel analysera samtliga sändningar från det senaste året, var att vi ville få så stor spridning som möjligt gällande sporter som låg i fokus, tävlingar och andra händelser. Om vi endast skulle ha sett till sändningar under senaste året skulle sannolikt mycket fokus, i synnerhet i Sportspegeln, hamnat på fotbolls-VM för herrar 2018 (som pågick i ungefär en månad) och både i Yle och SVT på vinter-OS som pågick under större delen av februari. Vi tror att dessa stora tävlingar skulle ha påverkat resultatet för mycket för att det skulle kunna ha ansetts vara representativt för de båda public service-bolagens sportsändningar som helhet.

Vi är övertygade om att vårt tillvägagångssätt ger oss ett representativt urval och höjer validiteten av vår undersökning, framför allt den externa validiteten som berör möjligheten att kunna generalisera resultaten av undersökningen till en större skala än endast den man själv har undersökt (Bryman 2016, s. 42).

Om vi hade analyserat lördagsavsnitt av programmen hade fotbollsligorna eventuellt fått större utrymme än de nu gjorde eftersom de flesta fotbollsmatcherna spelas på lördagar. Dessutom infaller alla Formel 1 Grand Prix-tävlingar på söndagar, varför de hann med i söndagsprogrammen vilket hade inverkan på framför allt Yles utbud då Formel 1 är en populär sport i Finland. Det bör tilläggas att lördagsavsnitten av Sportrutan är 25 minuter långa, varför vi möjligtvis hade fått en jämnare fördelning av antal analysenheter om vi hade valt den dagen för Yles del och söndagen för SVT:s del. Nu utgjorde Yle 39,2 % av det totala materialet. Vi ansåg dock att likformigheten i nyhetsvärderingen var en viktigare aspekt för vår undersökning.

Sportspegeln sänds endast en gång i veckan. Under vardagar och lördagar sänder SVT ett annat program, Sportnytt, som är mer nyhetsfokuserat än Sportspegeln. Sportspegeln liknar mer ett veckomagasin än Sportnytt och Yles Sportrutan gör, låt vara att det är mest fokus på det senaste inom sportvärlden även i Sportspegeln. Det innebar att SVT sände fler längre reportage än Yle, som i sin tur hade kortare inslag och fler telegramnyheter.

7. Resultat

7.1 Kvantitativ innehållsanalys

I det följande kommer vi att presentera resultatet av vår kvantitativa innehållsanalys samt göra en löpande analys av statistiken. Det sker mot bakgrund av fyra av de fem frågeställningarna som undersökningen tog avstamp i. Den femte behandlas under ”7.8 Kvalitativa intervjuer”.

- Hur mycket utrymme får herr- respektive damidrott i Yles och SVT:s sportsändningar? Frågan besvaras i avsnittet ”7.2 Vilket köns idrott bevakas mest?”.
- I vilken utsträckning syns och hörs män respektive kvinnor i sportsändningarna? Frågan besvaras i avsnitten ”7.5 Att komma till tals” och ”7.6 Att synas i bild”.
- Vilka idrottsgrenar kopplas ihop med män, vilka med kvinnor, och vilka framställs som könsneutrala? Frågan besvaras i avsnittet ”7.4 Sporter”.
- Hur värderas inslag om herridrott jämfört med damidrott? Frågan besvaras i avsnitten ”7.3 Kön i de inledande tre inslagen” och ”7.7 Studiosamtal – experternas kön och idrottsgrenar”.

Undersökningen rörde sig över totalt 74 avsnitt: 37 avsnitt från varje bolag, vilket innebar 1612 minuter och 12 sekunder fördelade på 1072 inslag i de båda programmen. Med inslag menas härnäst även programpunkter som telegram och studiosamtal, men alla olika typer av programpunkter skrivs ihop som inslag för enkelhetens skull om inte annat nämns. SVT:s Sportspegeln hade 609 inslag under den undersökta perioden och totalt innebar dessa inslag 979 minuter och 42 sekunder sändningstid. Yles Sportrutan hade 463 inslag som resulterade i 632 minuter och 30 sekunder sändningstid. Därmed utgjorde Yle 39,2 procent av den undersökta sändningstiden och SVT:s material 60,8 procent.

Eftersom mer än hälften av det analyserade materialet kom från SVT lades mest vikt på procent av det totala antalet, medan antal fick en mer marginell roll och kunde utnyttjas endast i jämförelser inom bolaget. Exempelvis vid beräkning av hur mycket tid som vigdes åt damidrott, blev det en mer rättvis jämförelse att se hur stor andel av den sammanlagda sändningstiden som handlade om damidrott än att endast se till exakt hur många minuter, eftersom de naturligtvis var färre för Yles del.

När resultatet nu ska redogöras bör vi tillägga att procentandelar genomgående avrundats till ett decimaltal, som sedan summerades. Därför över- eller underskrider totala procentandelen i vissa fall 100 procent.

7.2 Vilket köns idrott bevakas mest?

Fördelat på vilket kön inslagen handlade om var det klart ett övertag för herridrott inom både SVT och Yle, då inslag om herridrott utgjorde omkring två tredjedelar av allt utbud i båda sportmedierna: Hos SVT utgjorde herridrotten 64,9 procent, hos Yle 70,4 procent av alla inslag (se tabell 4). Det förstärker uppfattningen om att idrotten i de undersökta nordiska medierna fortfarande domineras av män, vilket kan ses som en del av den globala mansdominansen inom sporten som Rowe (2014, s. 395) pekar på. Det är även i linje med all övrig tidigare forskning på ämnet som presenterats.

Även om fördelningen på herridrott är relativt jämlik mellan de båda bolagen så skiljer sig bolagen mer märkbart när det kommer till frekvensen av inslag. SVT sände i dubbelt större utsträckning inslag som endast berörde damidrott än Yle: SVT hade 23,5 procent rapportering om damidrott och Yle 10,2 procent (se tabell 4). Det verkar som att den låga siffran damidrott i Yle beror på att damidrott ofta slås ihop med herridrott, och därför faller in i kategorin herr- och damidrott.

Värt att notera är även att vi stötte på två hela program av Yles Sportrutan, alltså ungefär 20 minuter, där det endast sändes inslag om herridrott. I de avsnitten fanns inget inslag om vare sig damidrott, idrott med båda könen, eller utan specificerat kön.

Tabell 4: Frekvensjämförelse mellan SVT och Yle över könsfördelning på deras inslag.

<i>Vad handlar inslagen om?</i>	SVT		Yle	
	Antal inslag	Andel	Antal inslag	Andel
<i>Herridrott</i>	395	64,9%	326	70,4%
<i>Damidrott</i>	143	23,5%	47	10,2%
<i>Herr- och damidrott</i>	63	10,3%	82	17,7%
<i>Ej specificerat</i>	8	1,3%	8	1,7%
Totalt	609	100%	463	100%

En möjlig anledning till det övertag som herridrott har i både SVT och Yle är den nyhetsvärderingsaspekt som Harcup och O'Neill (2017, s. 1482) benämner *audiovisualitet*. Den innebär att om bra rörliga bilder finns tillgängliga på en händelse, så ökar sannolikheten för att den händelsen tas upp i programmet. Både Joose Palonen på Yle och Ola Bränholm på SVT påpekar i intervjuerna att majoriteten av den tv-sända sporten är just herridrott och att det därför står nära till hands för redaktionerna att göra inslag på det redan existerande materialet än på sådant som man behöver skicka ut ett eget team för.

Antalet inslag räknat i procent korrelerar i hög grad med det totala utrymmet i tid som ges åt idrottsrapportering om de olika könen. Om vi jämför tabell 4 ovan med tabell 5 nedan ser vi att

procentandelarna för antalet inslag som ägnas åt varje grupp i hög grad överensstämmer med procentandelarna för den totala tiden. En förklaring till varför herridrott dominerar i båda public service-bolagens rapportering kan vara att herrar i större utsträckning än kvinnor ägnar sig åt idrott överhuvudtaget, vilket visade sig i tabell 1 och 2.

Tabell 5: Jämförelse mellan SVT och Yle över könsfördelning i total längd på inslag som sändes. Totalen överskrider 100 procent på grund av avrundning.

<i>Summan av inslagens längd</i>	SVT		Yle	
	Längd	Andel	Längd	Andel
<i>Herridrott</i>	582 min 48 s	59,5%	416 min 6 s	65,8%
<i>Damidrott</i>	218 min 48 s	22,3%	70 min 36 s	11,2%
<i>Herr- och damidrott</i>	153 min 54 s	15,7%	132 min 6 s	21,0%
<i>Ej specificerat</i>	24 min 12 s	2,5%	13 min 48	2,2%
<i>Totalt</i>	979 min 42 s	100%	632 min 36 s	100,2%

Att procenttalen för å ena sidan frekvens och å andra sidan utrymme grovt taget är lika, beror på att snittlängden för inslag om de olika könen inte skiljer sig markant, vilket framgår av tabell 6. I SVT snittar inslagen om damidrott bara 3 sekunder längre än inslagen om herridrott. I Yle är inslagen om damidrott i snitt 13 sekunder längre än inslag om herridrott (se tabell 6). Inslagen i Yle är över huvud taget kortare än inslagen i SVT, inte minst för att varje Yle-sändning är omkring 8 minuter kortare än SVT:s motsvarande sändning.

En delförklaring till varför inslagen om idrott med båda könen är längre än inslag med bara ett kön är att det tar längre tid att behandla två olika tävlingskategorier. Kategorin ”ej specificerat” snittar 3 minuter och 2 sekunder i längd i SVT och 1 minut 43 sekunder i Yle. Det beror för det första på att ämnena som behandlades i den här kategorin flera gånger var komplexa och krävde större utrymme för att redas ut klart och tydligt, som ett granskande inslag om dopningsmistankar mot det ryska friidrottsförbundet. För det andra beror det på inslag med ej specificerat kön var få till antalet, närmare bestämt åtta stycken i båda medierna.

Tabell 6: Jämförelse mellan SVT och Yle över snittlängd på sända inslag fördelat på kön i inslagen.

	SVT	Yle
Snittlängd på samtliga inslag	Snittlängd	Snittlängd
<i>Herridrott</i>	1 min 29 s	1 min 17 s
<i>Damidrott</i>	1 min 32 s	1 min 30 s
<i>Herr- och damidrott</i>	2 min 27 s	1 min 37 s
<i>Ej specificerat</i>	3 min 2 s	1 min 43 s
Totalt	1 min 37 s	1 min 22 s

Något som inverkar på resultatet av den totala snittlängden är programpunkten telegram. Det är oftast en kortare programpunkt som karaktäriseras av att programledaren under sändning läser upp vad som har hänt, vanligtvis samtidigt som rörliga bilder visas. Det är alltså inte ett färdiginspelat inslag med en reporterröst. Som syns i tabell 7 handlar de flesta telegrammen i SVT och Yle om herridrott och hos de båda bolagen är telegram om herridrott kortare än telegram om damidrott. Detta påverkar framför allt den totala snittlängden för herridrott inom både SVT och Yle då män till större grad rapporteras om i dessa korta telegram än vad damer gör, vilket sänker den totala snittlängden på herridrott.

Könsfördelningen lutar trots allt bara marginellt starkare åt herridrottens håll för telegrammens del än för alla inslagens del (jämför procentandelarna i tabell 4 och tabell 7). Sannolikheten för att ett telegram handlar om herridrott är därmed sagt inte betydligt högre än att vad som helst för inslag handlar om herridrott.

Tabell 7: Jämförelse mellan SVT och Yle över vilka kön som berörs i telegram och hur långa telegrammen är i snitt. Totalen underskrider 100 procent på grund av avrundning.

	SVT			Yle		
Telegram i programmen	Antal telegram	Andel	Snittlängd	Antal telegram	Andel	Snittlängd
<i>Herridrott</i>	85	68,0%	22,6 s	144	77,8%	29,5 s
<i>Damidrott</i>	38	30,4%	25,4 s	16	8,6%	32,2 s
<i>Herr- och damidrott</i>	2	1,6%	18,5 s	23	12,4%	33,0 s
<i>Ej specificerat</i>	-	-	-	2	1,1%	32,0 s
Totalt	125	100%	23,4 s	185	99,9%	30,2 s

7.3 Kön i de inledande tre inslagen

För att se hur de båda bolagen prioriterar inslag om de respektive könen har ordningsföljden av inslagen noterats och i tabell 8 syns könsfördelningen som SVT och Yle hade på de första tre inslagen för varje

sändning. Att vi fokuserar på just de tre första inslagen för varje sändning har att göra med att det som är viktigast oftast placeras i början av programmet, vilket SVT:s Ola Bränholm och Yles Joose Palonen bekräftar i intervjuerna.

I både SVT och Yle handlar ungefär två tredjedelar av de inledande inslagen i varje sändning om herridrott, vilket korrelerar med könsfördelningen för sändningarna i stort (tabell 4). Eftersom könsfördelningen är ungefär lika i de tre första inslagen som i programmen i stort, kan man säga att herridrott inte får en oproportionerligt stor plats i början, utan att inslag om de respektive könen värderas lika utifrån deras kvantitet.

Något som skiljer bolagen åt är att SVT i högre grad än Yle har damidrott i början av programmen medan Yle snarare lyfter upp inslag med både dam- och herridrott. Detta stämmer också överens med de båda bolagens totala fördelning av inslag, med några små skillnader.

Tabell 8: Jämförelse mellan SVT och Yle över vilka kön som berörs i de tre inledande inslagen av sändningarna.

<i>Kön i de tre första inslagen</i>	SVT		Yle	
	Antal inslag	Andel	Antal inslag	Andel
<i>Herridrott</i>	74	66,7%	72	64,9%
<i>Damidrott</i>	24	21,6%	11	9,9%
<i>Herr- och damidrott</i>	10	9,0%	24	21,6%
<i>Ej specificerat</i>	3	2,7%	4	3,6%
Totalt	111	100%	111	100%

7.4 Sporter

Innehållet av inslagen är också något vi har undersökt och funnit intressanta resultat i, bland annat i vilka sporter det rapporterades om mest i de båda bolagen och mer specifikt vilket kön det rapporterades mest om i samband med de mest bevakade sporterna (se tabell 9). Exempelvis fanns det en stor mansdominans i fotbollsrapporteringen, framför allt i Yle där männens fotboll fick ungefär 22 gånger mer utrymme än kvinnors fotboll fick, vilket är en oproportionerlig skillnad sett till hur många utövare som finns i de respektive länderna (se tabell 1 och 2). I Yle sändes inte ett inslag om kvinnors golf, trots att det finns över 40 000 registrerade damgolfare i Finland (se tabell 2). I SVT sändes inget inslag om endast människors simning. De slogs ihop med kvinnorna då de berördes, trots att det finns drygt 92 000 manliga simmare i Sverige (se tabell 1). Det här kan bero på Sarah Sjöströms dominans i rapporteringen om simning.

Tabell 9: Jämförelse mellan SVT och Yle över vilka sporter som gavs mest utrymme i tid, fördelat på kön. Inslag som ej var specificerade på något kön räknades inte med i den här tabellen. De tio största sporterna sett till total tid över båda bolagen ingår. Tiderna är avrundade till hela minuter, varför den totala siffran inte är exakt.

	SVT			SVT	Yle			Yle	SVT, Yle
	Män	Damer	Båda	Total	Män	Damer	Båda	Total	totalt
Fotboll	250 min	55 min	1 min	306 min	90 min	4 min	-	94 min	400min
Is hockey	74 min	15 min	-	89 min	97 min	4 min	3 min	104 min	193 min
Längdskidor	32 min	31 min	18 min	82 min	14 min	2 min	36 min	54 min	136 min
Friidrott	18 min	13 min	32 min	63 min	21 min	9 min	30 min	60 min	123 min
Skidskytte	15 min	3 min	7 min	25 min	1 min	16 min	2 min	19 min	44 min
Simning	-	24 min	11 min	35 min	-	-	6 min	6 min	41 min
Golf	20 min	2 min	4 min	26 min	12 min	-	-	12 min	38 min
Formel 1	6 min	-	-	6 min	29 min	-	-	29 min	35 min
Alpint	4 min	15 min	4 min	23 min	6 min	-	5 min	11 min	34 min
Boxning	13 min	5 min	-	18 min	6 min	5 min	2 min	13 min	31 min

I vilken utsträckning de respektive könen representeras inom olika sporter inverkar enligt Jakubowska (2015, s. 169) på hur tittare uppfattar sporter som ”feminina”, ”maskulina” eller ”neutrala”. Tar man det ett steg längre kan man säga att ishockey kvantitativt sett är en herrsport i både Sverige och Finland, skidskytte en damsport i Finland och simning en damsport i Sverige.

Vi ser i tabell 9 ovan att skillnaden i sändningstid är stor mellan fotboll och de övriga sporterna. Här ser vi tecken på den aspekt av kommersialiseringen inom sportjournalistik som säger att tv-bolagen fokuserar endast på ett fåtal populära sporter, som visat sig garantera en stor publik (Frandsen 2014, s. 533–534).

Hur sporterna utövas, alltså om det är en lagsport eller individuell sport, är också en aspekt vi tagit i beaktande och går ihop med vad tabell 9 visar. I tabell 10 syns att för inslag i SVT och Yle som handlade om herridrott var lagsport i fokus i över 60 procent av inslagen. I tabell 11 framgår den raka motsatsen för inslag om damidrott då strax under 60 procent av inslagen berör individuella sporter. I tabell 12, som berör inslag om både herr- och damidrott märks att det även där är störst fokus på individuella sporter.

Tabell 10: Jämförelse mellan SVT och Yle över vilken typ av idrott som speglas i inslag om herridrott. Totalen överskrider 100 procent på grund av avrundning.

	SVT		Yle	
<i>Herridrott: Hur utövas grenarna?</i>	Antal inslag	Andel	Antal inslag	Andel
<i>Lagsport</i>	250	63,3%	203	62,3%
<i>Individuell sport</i>	144	36,5%	122	37,4%
<i>Båda</i>	1	0,3%	1	0,3%
Totalt	395	100,1%	326	100%

Tabell 11: Jämförelse mellan SVT och Yle över vilken typ av idrott som speglas i inslag om damidrott.

<i>Damidrott: Hur utövas grenarna?</i>	SVT		Yle	
	Antal inslag	Andel	Antal inslag	Andel
<i>Individuell sport</i>	83	58,0%	28	59,6%
<i>Lagsport</i>	60	42,0%	19	40,4%
Totalt	143	100%	47	100%

Tabell 12: Jämförelse mellan SVT och Yle över vilken typ av idrott som speglas i inslag om herr- och damidrott. Totalen överskrider 100 procent på grund av avrundning.

<i>Herr- och damidrott: Hur utövas grenarna?</i>	SVT		Yle	
	Antal inslag	Andel	Antal inslag	Andel
<i>Individuell sport</i>	41	65,1%	59	72,0%
<i>Lagsport</i>	9	14,3%	10	12,2%
<i>Båda</i>	13	20,6%	13	15,9%
Båda	63	100%	82	100,1%

Resultaten som berör individuellt utövad kontra lagsport är i linje med vad tidigare internationell forskning funnit (Jakubowska 2015, s. 170–171 och Adams & Tuggle 2004, s. 239). Vi har tidigare nämnt att det finns en föråldrad stereotypi om att kvinnor borde vara glamorösa och graciösa och inte ägna sig åt svettig, fysisk kontaktsport (Adams & Tuggle 2004, s. 239). Våra resultat visar på att den stereotypin reproduceras både i SVT och i Yle genom att gestalta lagsport som något som män vanligtvis ägnar sig åt. Det är ett faktum som även ansvariga redaktörer på SVT och Yle är medvetna om.

Det bör dock noteras att damer har visat sig i regel ägna sig åt individsport i högre grad än män, i både Sverige och Finland (se tabell 1 och 2). Frågan är då vad som kom först – det faktiska antalet utövare eller mediernas konstruktion av individsporter som feminina.

7.5 Att komma till tals

En annan viktig aspekt av vår undersökning är till vilken grad som berörda parter får komma till tals i inslagen. Av 395 inslag i SVT och 326 inslag i Yle som handlade om herridrott fick ingen komma till tals i de flesta fallen. Det kunde röra sig om inslag från en fotbollsmatch där en reporter refererade höjdpunkter, utan en intervju efteråt, eller ett telegram som lästes upp i studion. Men då någon fick komma till tals var det nästan uteslutande män som gjorde det. I några fåtal inslag fick även kvinnor komma till tals tillsammans

med män, men det fanns inget fall då endast en kvinna fick komma till tals (se tabell 13). Observera att vi inte har tagit i beaktande *hur många* män eller kvinnor som får komma till tals i inslagen.

Tabell 13: Jämförelse mellan SVT och Yle om vilka som får komma till tals i samband med inslag om herridrott. Totalen underskrider 100 procent på grund av avrundning.

<i>Kommer till tals i inslag om herridrott</i>	SVT		Yle	
	Antal inslag	Andel	Antal inslag	Andel
<i>Män</i>	133	33,7%	123	37,7%
<i>Män och kvinnor</i>	10	2,5%	7	2,1%
<i>Ingen</i>	252	63,8%	196	60,1%
Totalt	395	100%	326	99,9%

I inslag som handlade om damidrott inom de båda bolagens program såg siffrorna snarlika ut som de gjorde för inslag om herridrott, framför allt i hur ofta som endast kvinnor fick komma till tals jämfört med hur ofta endast män fick komma till tals (se tabell 14 nedan).

Yle har högre andel inslag där endast kvinnor får komma till tals än SVT, men på grund av rätt lågt antal inslag totalt jämfört med SVT så anser vi inte att skillnaden är något som ska ses som allt för signifikant. Däremot kan vi säga att både män och kvinnor fick komma till tals till högre grad i inslag om damidrott än i inslag om herridrott (jämför kategorin ”män och kvinnor” i tabell 13 ovan och tabell 14 nedan). Detta kan mycket väl bero på att många damidrottare har män som tränare och att dessa ibland fått komma till tals tillsammans med idrottarna. Den tänkbara kombinationen manlig idrottare och kvinnlig tränare är betydligt ovanligare.

Tabell 14: Jämförelse mellan SVT och Yle om vilka som får komma till tals i samband med inslag om damidrott.

<i>Kommer till tals i inslag om damidrott</i>	SVT		Yle	
	Antal inslag	Andel	Antal inslag	Andel
<i>Kvinnor</i>	48	33,6%	22	46,8%
<i>Män och kvinnor</i>	14	9,8%	6	12,8%
<i>Män</i>	2	1,4%	1	2,1%
<i>Ingen</i>	79	55,2%	18	38,3%
Totalt	143	100%	47	100%

I inslag där både herr- och damidrott berördes var siffrorna lika mellan SVT och Yle. Inom de båda programmen fick både män och kvinnor komma till tals i ungefär en fjärdedel av alla inslag vilket även var ungefär lika ofta som endast män fick komma till tals i inslag som berörde både herr- och damidrott.

Summerar man kategorierna kan man konstatera att män fick komma till tals i ungefär hälften av alla inslag som handlade om herr- och damidrott medan kvinnor fick komma till tals i ungefär en tredjedel av inslagen (se tabell 15).

Tabell 15: Jämförelse mellan SVT och Yle om vilka som får komma till tals i samband med inslag om herr- och damidrott. Totalen överskrider 100 procent på grund av avrundning.

Kommer till tals i inslag om herr- och damidrott	SVT		Yle	
	Antal inslag	Andel	Antal inslag	Andel
<i>Män och kvinnor</i>	16	25,4%	18	22,0%
<i>Kvinnor</i>	4	6,3%	9	11,0%
<i>Män</i>	16	25,4%	20	24,4%
<i>Ingen</i>	27	42,9%	35	42,7%
Totalt	63	100%	82	100,1%

Vi ser alltså ett övertag för att män får komma till tals, vilket kan förstås i ljuset av Hirdmans teori om hur ett genussystem fungerar, och särskilt det hon säger om det manliga som norm för det allmängiltiga (Hirdman 1988, s. 52).

Det fanns även inslag där någon fick komma till tals och där det inte specificerades vilket kön inslagen handlade om.

I SVT var det åtta inslag och även här kunde vi se att i första hand män intervjuades. I dessa inslag fick endast män komma till tals i fem inslag (62,5 procent), i ett inslag fick endast kvinnor komma till tals (12,5 procent), i ett inslag fick både män och kvinnor komma till tals (12,5 procent) och i ett inslag fick ingen komma till tals (12,5 procent).

I Yle fanns det också åtta inslag som inte var specificerat på något kön, i dessa inslag fick endast män komma till tals i fyra inslag (50 procent), i två inslag fick både män och kvinnor komma till tals (25 procent) och i två inslag fick ingen komma till tals (25 procent).

Totalt sett, i inslag där någon part fick komma till tals så var det i ungefär två tredjedelar av alla inslag inom båda bolagen endast män som fick uttala sig. Yle lät män komma till tals i lite högre grad än SVT medan SVT lät kvinnor uttala sig oftare än vad Yle gjorde (se tabell 16). Värt att notera är dock att procentandelarna följer det förhållande som tabell 4 och 5 (damidrottens totala utrymme) visar.

Tabell 16: Jämförelse mellan SVT och Yle om vilka som får komma till tals oberoende typ av inslag.

<i>Vilka får komma till tals?</i>	SVT		Yle	
	Antal inslag	Andel	Antal inslag	Andel
<i>Män</i>	156	62.4%	146	69.5%
<i>Kvinnor</i>	53	21.2%	31	14.8%
<i>Män och kvinnor</i>	41	16.4%	33	15.7%
Totalt	250	100%	210	100%

Sammanfattningsvis kan vi konstatera att männen i idrottsvärlden oftare får komma till tals än kvinnorna. Det kan bero på att fler män är aktiva och intresserade av den delen av samhället, vilket inte minst siffrorna över antalet utövare som presenterades i bakgrundsdelens visar (tabell 1 och 2).

7.6 Att synas i bild

Utöver vilka som får komma till tals är det även intressant att se vilka som får synas i bild. Det skapar sinnebilder och föreställningar om vilket kön som utövar en viss sport. Med synlighet i bild syftar vi till exempel till bilder från en tävling där idrottare tydligt visas i bild, bilder från en intervju eller ett fotografi på en berörd part som visas i bakgrunden när ett studiosamtal förs. Vi har inte räknat med åskådare från en tävling som syns på läktare, exempelvis att man kan skymta en tränare i bakgrunden eller liknande. När herridrott berördes var det väldigt snarligt mellan SVT och Yle på det viset att endast män fick synas i bild i samband med inslag om herridrott och att det var få enskilda tillfällen även var kvinnor som fick synas i bild (se tabell 17).

Tabell 17: Jämförelse mellan SVT och Yle om vilka som får synas i bild i samband med inslag om herridrott. Totalen överskrider 100 procent på grund av avrundning.

<i>Syns i bild i inslag om herridrott</i>	SVT		Yle	
	Antal inslag	Andel	Antal inslag	Andel
<i>Män</i>	366	92,7%	305	93,6%
<i>Män och kvinnor</i>	11	2,8%	10	3,1%
<i>Ingen</i>	18	4,6%	11	3,4%
Totalt	395	100,1%	326	100,1%

Till skillnad från inslag om herridrott finns båda könen representerade i bild mer frekvent i inslag som handlar om damidrott. Som poängterades under avsnittet vilka som får komma till tals har det ofta att göra med att damidrottare kan ha män som tränare och att tränarna då ibland tas med i inslaget. Detta gör att

både män och kvinnor har syns i bild i inslag om damidrott i 15,4 procent i SVT och 19,1 procent i Yle (se tabell 18).

Tabell 18: Jämförelse mellan SVT och Yle om vilka som får synas i bild i samband med inslag om damidrott.

<i>Syns i bild i inslag om damidrott</i>	SVT		Yle	
	Antal inslag	Andel	Antal inslag	Andel
<i>Kvinnor</i>	114	79,7%	36	76,6%
<i>Män</i>	1	0,7%	-	-
<i>Män och kvinnor</i>	22	15,4%	9	19,1%
<i>Ingen</i>	6	4,2%	2	4,3%
Totalt	143	100%	47	100%

I inslag som handlade om både herr- och damidrott fick både män och kvinnor synas i bild i de allra flesta fallen, men i de fall då bara män eller bara kvinnor syntes i bild var det i högre grad endast män som syntes i bild. I 15,9 procent av inslagen i SVT om herr- och damidrott fick endast män synas i bild medan endast kvinnor fick synas i 4,8 procent av de här inslagen. I Yle fick endast män synas i bild i 13,4 procent av inslagen och enligt vår undersökning fanns inte ett enda tillfälle då endast kvinnor syntes i bild (se tabell 19).

Tabell 19: Jämförelse mellan SVT och Yle om vilka som får synas i bild i samband med inslag som handlar om både herr- och damidrott.

<i>Syns i bild i inslag om herr- och damidrott</i>	SVT		Yle	
	Antal inslag	Andel	Antal inslag	Andel
<i>Män och kvinnor</i>	46	73%	65	79,3%
<i>Män</i>	10	15,9%	11	13,4%
<i>Kvinnor</i>	3	4,8%	-	-
<i>Ingen</i>	4	6,3%	6	7,3%
Totalt	63	100%	82	100%

I SVT sändes åtta inslag där kön inte specificerades. I dem fick endast män synas i bild i fem inslag (62,5 procent), i ett inslag fick endast kvinnor synas i bild (12,5 procent), i ett inslag syntes både män och kvinnor i bild (12,5 procent) och i ett inslag fick ingen synas i bild (12,5 procent). I Yle sändes åtta inslag som inte var specificerade på något kön, i tre av dem fick endast män synas i bild (37,5 procent), i ett inslag syntes endast kvinnor i bild (12,5 procent), i tre inslag fick både män och kvinnor synas i bild (37,5 procent) och i ett inslag fick ingen synas i bild (12,5 procent).

Precis som i tabell 16 som visade vilka som får komma till tals i inslagen är det även här i tabell 20, som visar vilka som får synas i bild, ett stort övertag av inslag där endast män syns i bild. I ungefär två tredjedelar

av inslag där någon berörd part får synas i bild i SVT är det endast män som får synas och i Yle är andelen ännu högre. En anmärkningsvärd skillnad i hur ofta, eller sällan, endast kvinnor får synas i bild i inslag i Yle, endast 8,4 procent av inslag där någon fick synas, att jämföra med 20,3 procent för inslag i SVT. Skillnaden kan mycket väl höra ihop med det som visas i tabell 4 att Yle sände fler inslag som handlade om både herr- och damidrott än vad de sände inslag om endast damidrott.

Tabell 20: Jämförelse mellan SVT och Yle om vilka som får synas i bild i samband med inslag som handlar om både herr- och damidrott.

<i>Vilka får synas i bild?</i>	SVT		Yle	
	Antal inslag	Andel	Antal inslag	Andel
<i>Män</i>	382	65.9%	319	72.0%
<i>Kvinnor</i>	118	20.3%	37	8.4%
<i>Män och kvinnor</i>	80	13.8%	87	19.6%
<i>Totalt</i>	580	100%	443	100%

7.7 Studiosamtal – experternas kön och idrottsgrenar

I inslag där experter har använts märktes ett tydligt övertag för manliga experter som togs in för att kommentera vissa händelser. Med experter räknas personer som arbetar på det sändande bolaget och inte personer utanför bolaget som intervjuats en gång vid ett specifikt fall i egenskap av expert. De som vi räknade som experter titulerades ofta ”SVT:s expert”, ”Yles expert” eller liknande. Att en expert intervjuades kunde ske i inslag, studiosamtal och i telegram, men för det mesta skedde det i studiosamtal innan eller efter inslag på samma ämne. Det hände även att samma expert kunde delta ett flertal gånger under samma sändning och det kan ha gett utslag i vår undersökning över hur ofta manliga och kvinnliga experter förekommer (se tabell 21).

En expert tillmäts en god kunskap om ämnet den ska kommentera och får därigenom auktoritet inom den grenen. Dessutom får ämnena som lyfts upp till studiosamtal en mer framskjuten roll, en stämpel som ett viktigt ämne, i likhet med vilka ämnen som förekommer i de tre inledande inslagen.

Tabell 21: Jämförelse mellan SVT och Yle över könsfördelning på deras experter som användes i sändning.

<i>Kön på experter</i>	SVT		Yle	
	Antal inslag	Andel	Antal inslag	Andel
<i>Manlig expert</i>	63	87,5%	35	92,1%
<i>Kvinnlig expert</i>	8	11,1%	1	2,6%
<i>Både man och kvinna</i>	1	1,4%	2	5,3%
Totalt	72	100%	38	100%

Vi tittar härnäst på vilka sporter som togs upp till extra diskussion i ett studiosamtal, med eller utan expert, innan eller efter ett inslag. I SVT var fotboll den enskilt mest representerade sporten i studiosamtal medan Yles studiosamtal var lite mer spridda då ishockey och friidrott var mest frekventa. Under kategorin ”övriga sporter” ingår sporter som endast fanns med i studiosamtal vid ett tillfälle, vilka var amerikansk fotboll, bandy, innebandy, handboll, kampsport, volleyboll och segling. Under ”övriga sporter” ingår även de studiosamtal som berörde flera sporter och de studiosamtal som inte var specificerade på någon sport (se tabell 22). Inom parentes i kolumnen ”andel” är en rangordning, där (1) betecknar den sporten som flest studiosamtal handlade om hos det bolaget.

Tabell 22: Jämförelse mellan SVT och Yle och fördelning av studiosamtal över vilka sporter som diskuteras. Totalen resulterar inte i 100 procent på grund av avrundning.

<i>Sporter i studiosamtal</i>	SVT		Yle	
	Antal studiosamtal	Andel	Antal studiosamtal	Andel
<i>Alpint</i>	3	4,2% (8)	1	2,2% (7)
<i>Formel 1</i>	-	-	2	4,4% (6)
<i>Fotboll</i>	24	33,3% (1)	9	20,0% (3)
<i>Friidrott</i>	8	11,1% (2)	10	22,2% (1)
<i>Golf</i>	2	2,8% (9)	-	-
<i>Ishockey</i>	6	8,3% (4)	10	22,2% (1)
<i>Längdskidor</i>	6	8,3% (4)	5	11,1% (4)
<i>Motorsport</i>	5	6,9% (6)	-	-
<i>Simning</i>	7	9,7% (3)	-	-
<i>Skidskytte</i>	4	5,6% (7)	3	6,7% (5)
<i>Övriga sporter</i>	7	9,7% (-)	5	11,1% (-)
Totalt	72	99,9%	45	99,9%

Utöver vilka sporter som togs upp i studiosamtal undersöktes även vilka kön som berördes. Även här var det mest frekvent med herridrott som tema för samtalen medan studiosamtal som berörde både herr- och damidrott förekom oftare än studiosamtal som endast handlade om damidrott (se tabell 23). Om man

jämför dessa siffror med tabell 4 som visar könsfördelningen över alla undersökta inslag så märks det att procentandelen för damidrott är lägre för studiosamtal inom båda bolagen samtidigt som siffran för herr- och damidrott ökar inom studiosamtal.

Tabell 23: Jämförelse mellan SVT och Yle över vilka kön som berörs i studiosamtal.

<i>Vad handlade studiosamtalen om?</i>	SVT		Yle	
	Antal studiosamtal	Andel	Antal studiosamtal	Andel
<i>Herridrott</i>	45	62,5%	29	64,4%
<i>Damidrott</i>	12	16,7%	3	6,7%
<i>Herr- och damidrott</i>	14	19,4%	13	28,9%
<i>Ej specificerat</i>	1	1,4%	-	-
<i>Totalt</i>	72	100%	45	100%

7.8 Kvalitativa intervjuer

Härnäst kommer vi att presentera och analysera de kvalitativa intervjuerna som gjordes med ansvariga redaktörer på SVT:s och Yles sportredaktioner. Frågeställningen löd:

- Hur resonerar de redaktionschefer som tar besluten om publicering kring jämställdhet och hur arbetar man för ökad jämställdhet i rapporteringen?

Två personer intervjuades för undersökningen: Ola Bränholm, planeringsredaktör på SVT Sport och Joose Palonen, redaktionschef på Yle Sporten. Genom intervjuerna belystes likheter mellan hur de båda redaktionerna tänker men även skillnader, framför allt i den del som behandlade synen på sig själva.

Ola Bränholm på SVT Sport har sedan 2017 arbetat tillsammans med tre andra planeringsredaktörer med att bestämma över det planerade nyhetsinnehållet i SVT:s Sportspegeln och Sportnytt, till exempel vilka som ska vara i fokus då det görs reportage inför ett stort mästerskap. Ola Bränholm har jobbat med sportjournalistik sedan 2003 och varit på SVT Sport sedan 2006 i en rad olika roller. Utöver planeringsredaktör, som han är nu, är Ola Bränholm även kommentator, främst för SVT:s sändningar av skidskytte men även handboll och längdskidor. Han utför även mätningar på hur SVT:s Sportspegeln och Sportnytt ligger till gällande jämställd bevakning, vilka sporter som täcks mest och liknande. För det ändamålet för han data på varje dags huvudsändning, något som inleddes under 2018 med fokus på att belysa skillnader mellan könen i deras rapportering för att sedan kunna bättra sig och gå mot en mer jämställd rapportering.

Joose Palonen är redaktionschef på Yle Sporten och ansvarar för både nyhetsinnehållet i Sportrutan och administrativa uppgifter, bland annat personalärenden. Han har haft den positionen sedan hösten 2016. Journalist har han varit på heltid sedan 1999, och i början av karriären jobbade han även med annan form av journalistik än sportjournalistik.

I nuläget för Joose Palonen statistik över kvinnorepresentation i Yles journalistiska material på webben. För det använder han och de andra cheferna ett speciellt analysverktyg. Med hjälp av det har redaktionen tagit fram egen statistik över genusrepresentation, men vår undersökning visar andra siffror än deras. Varför det är så vet vi inte men att reda ut det är heller inte syftet med den här uppsatsen.

Nyhetsvärdering

Både Ola Bränholm och Joose Palonen uttrycker att deras program styrs väldigt mycket av vad som är det viktigaste och mest intressanta som har hänt under den senaste tiden, och att det sedan värderas av faktorer såsom sportens storlek. Palonen nämner vid upprepade tillfällen att just folkets, ”finländarnas”, intressen ska bevakas genom sportsändningarna. Samma inriktning på nationen går inte att urskilja i det som Bränholm säger.

Att Joose Palonen säger att det som är de mest betydelsefulla nyheterna för just det finländska folket ska lyftas upp i Yle Sportrutan, ger uttryck för den relevans (Harcup & O’Neill 2017, s. 1482) som innebär att en händelses historiska och kulturella närhet är avgörande för vilka händelser som blir nyheter.

Ola Bränholm och Joose Palonen menar att det även är viktigt att ha en stor bredd och mångfald i sportrapporteringen, och hänvisar då till sitt public service-uppdrag. Palonen säger att Yle Sporten ska bevaka det viktigaste och mest relevanta för finländarna ”oberoende av kommersiella krafter”. Man har även ett uppdrag att samla det finländska folket kring gemensamma sportupplevelser, för att bygga en idrottskultur och det finländska samhället. Andra former av medier klarar inte av det längre, säger han, men sporten kan fortfarande ena folket.

Bränholm är inne på samma spår som Palonen angående den kommersiella logiken:

Expressen och Aftonbladet har ju extremt mycket mer internationell fotboll än vad vi har. De bevakar det extremt hårt. Och det beror i hög grad på kommersiella [aktörer, red. anm.]. Vilka är det som betalar för deras [Expressens och Aftonbladets] produkt? Det är spelbolagen, och vad gör spelbolagen? De vill att folk ska spela på fotboll. Det finns en sådan orsak och verkan där, [medan] vi kan stå lite mer fria.

Men även om han säger att de, till skillnad från övriga redaktioner, kan stå väldigt fria gentemot kommersiella krafter, tror Ola Bränholm att det helt klart finns en kommersiell påverkan inom deras arbete:

/.../man är väl Baghdad Bob [verklighetsfrämmande, red. anm.] om man sitter och säger att vi är helt opåverkade av allting. Vi befinner oss i en värld där väldigt många har olika incitament att vilja synas och finnas och vara med på ett eller annat sätt. Men det är ändå ganska skönt att i grunden vara oberoende på så sätt, att inte ha någon utifrån som puttar in pengar i vår verksamhet och därmed även vill styra vårt innehåll.

Trots att SVT är ett public service-bolag som ska stå fria från kommersiella krafter tror Ola Bränholm att det ändå påverkar en del av deras arbete, det knyter ihop med det Peter Dahlén (2008) säger om att sportjournalistiken i grunden är kommersiell.

På frågan hur genus inverkar på nyhetsvärderingen går svaren isär. Joose Palonen på Yle påpekar att sporten traditionellt har dominerats av män och att de historiska utgångspunkterna fortfarande gör att vissa sporter är mer populära bland män än bland kvinnor. Det har enligt Palonen gjort att herrar i högre grad utövar lagsporter än kvinnor, vilket statistik från idrottsförbunden bekräftar (se tabell 1 och 2 i bakgrundsdel). Han tycker att det är problematiskt och någonting som Yle jobbar på att göra mer jämställt. Men Yle har enligt Joose Palonen blivit bättre på jämställdhet i bevakningen och i dag:

spelar det ingen roll för vår behandling om man är man eller kvinna, så länge det är fråga om en intressant idrottare som till exempel [längdskidåkarna] Krista Pärmäkoski eller Iivo Niskanen. (...) Den relativa jämställdheten gäller i synnerhet inom individuellt utövade sporter.

Ola Bränholm menar däremot att SVT Sport har genus som ett uttalat fokusområde. Han säger att om ett inslag står och väger mellan att handla om en man eller en kvinna som i princip är lika intressanta, väljer SVT ofta kvinnan. Det går att koppla till det som Harcup och O'Neill (2017, s. 1482) säger om nyhetsorganisationens agenda, det vill säga att en nyhet eller ett reportage ska stämma överens med bolagets kommersiella eller, som i det här fallet, ideologiska synsätt.

Herrarna får man med automatiskt, menar Bränholm, eftersom utbudet av rörlig bild från herrsport är mycket större. Uppskattningsvis 80–90 procent av all tv-sport som sänds i Sverige är herridrott, och då är det svårt att komma upp till ett förhållande på 50–50 i SVT:s sändningar, säger Bränholm.

Vilket bildmaterial som finns tillgängligt inverkar även på Yles sändningar, men Palonen nämner det inte i samband med genus, utan snarare olika sporter. Han säger att Yle försöker sända också det viktigaste om mindre grenar.

Ordningsföljden i sändningarna ska inte direkt översättas till att det som kommer tidigare i programmet är viktigare än det som kommer senare, menar både Bränholm på SVT och Palonen på Yle. Däremot påpekar

båda att sändningarna toppas av de viktigaste, största nyheterna. Efter de inledande inslagen är det vanligt journalistiskt omdöme och sändningens rytm som avgör vilka inslag som hamnar var samt hur långa inslagen blir, säger Palonen. Han tillägger att ishockey bland den finländska publiken är väldigt populär, men att det inte innebär att sändningarna alltid ska inledas med ishockey.

Synen på sig själva som public service-medium

Journalistikens viktigaste uppgift är enligt Palonen att berätta sanningen. Just det här, att leta efter sanningen och spegla samhället verklighetstroget har gjort att sportrapporteringen tidigare har fört vidare de skillnader som finns mellan män och kvinnor i sporten. I takt med att idrotten nu blir mer och mer jämställd, blir även rapporteringen om den det, trots att det tar tid, menar han. Det går i Palonens utsagor att utläsa att han inte anser att medierna går i bräsch för utvecklingen mot en mer jämställd idrottsvärld, utan att de helt enkelt hänger med i utvecklingen som idrottsorganisationerna står för. Anledningen till att sporten är ojämsställd, såsom Palonen ser det, liknar det som Hirdman säger om hur genussystemet reproducerar sig självt i samhället: ”Det är som det är för att det var som det var” (Hirdman 1988, s. 57). Han ger inte uttryck för agenda-setting i den mån att han skulle anse att Yle *skapar* viktiga ämnen för publiken, utan att de ger publiken det som redan *är* viktigt.

Att både Bränholm på SVT och Palonen på Yle talar mycket om traditionens makt i sportvärlden, ger också uttryck för Hirdmans idéer om genussystemets reproducerande kraft: ”Det är som det är för att det var som det var” (Hirdman 1988, s. 57).

Bränholms syn på genusutvecklingen är annorlunda. Han ger uttryck för en syn på händelser som går ut på att det inte finns något som är givet viktigt och intressant, utan att mediet självt aktivt bidrar till att skapa det. SVT värderar alltså vilka händelser som blir nyheter (Galtung & Ruge 1965, s. 66–67). Även om publikundersökningar visar att damallsvenskan kommer på plats tio på en lista över vilka idrottsserier som är mest intressanta, prioriterar SVT Sport dem tredje högst, toppade av endast herrallsvenskan och ishockeyligan. Bränholm säger: ”Vi väljer inte bort sådant som folk är intresserade av, men vi pushar för det vi tycker är viktigt också. Vi påverkar också ganska mycket vad folk tycker är intressant, det speglas i vad vi ofta gör...” och tillägger att det ”inte var många som visste att de ville veta” om exempelvis supporter-kulturer i mexikansk damfotboll, vilket SVT gjorde ett reportage om.

Det som Bränholm säger är så när ett exakt eko på det som McCombs och Shaw har konstaterat: Det som medier tar upp anser publiken vara viktiga frågor (McCombs & Shaw 1972, s. 184–185).

Bränholm utvecklar sin syn på SVT Sports roll i sitt public service-uppdrag:

För mig är det superviktigt, jag kan bara tala för mig och inte hela redaktionen, men jag tycker att det är jätteviktigt att vi visar upp en bredd av sporter, att vi uppmärksammar basen av Idrottssverige, föreningslivet, inte bara den yttersta toppen utan en palett av olika sporter och bevakar det på olika sätt.

Könsfördelningen på redaktionerna

Det har i tidigare forskning visat sig att kvinnor i högre grad gör nyheter om kvinnor än män gör om kvinnor (Siivonen 2015, s. 3; Jakubowska 2015, s. 177). Därför frågade vi hur könsfördelningen bland medarbetarna på de respektive redaktionerna förhöll sig.

Yle Sporten har omkring 30 fast anställda journalister. Av dem är cirka tio kvinnor det vill säga omkring 33 procent, vilket enligt Joose Palonen gör Yle Sporten till en av de mest jämställda sportredaktionerna i Finland. Av nyhetscheferna på Yle Sporten är hälften kvinnor, men bland experterna är könsfördelningen mer viktad åt männens håll. Joose Palonen tycker att Yle Sporten borde bli bättre på att inkludera kvinnliga experter, men att vissa, som fotbollsexperten Marianne Miettinen, banar väg för andra kvinnor och att det blir bättre hela tiden.

Ola Bränholm gissar på att procentfördelningen på SVT Sport är ungefär 60–40 med fördel för männen, samtidigt som han medger att han själv inte har helt koll på statistiken. Men han anser att det är rätt jämnt fördelat på redaktionen överlag även om det är fler män som är exempelvis kameramän och kommentatorer medan det är fler kvinnor som är programledare och i planeringsroller.

8. Sammanfattande analys

I avsnittet tidigare forskning tog vi upp studier som har mätt i vilken utsträckning medier synliggör damidrott. Jakubowska analyserade innehåll i fem polska dagstidningar och kom fram till att omkring tio procent av artiklarna handlade om damidrott (Jakubowska 2015, s. 170). En liknande studie från USA visade att den amerikanska tv-kanalen ESPN:s huvudsportsändning år 1997 till fem procent bestod av damidrott, medan motsvarande siffra för samma kanal år 2002 var två procent (Adams & Tuggle 2004, s. 241).

I enlighet med vad internationell jämställdhetsmätningar från FN och Världsbanken lät oss anta, så var mediernas sportutbud jämnare fördelat på de respektive könen i både Sverige och Finland än i exempelvis Polen. I SVT:s Sportspegeln ägnades 22,3 procent av den totala sändningstiden åt damidrott, medan Yles

Sportspegeln till 11,1 procent handlade om damidrott. Eftersom vi införde en kategori för inslag där båda könen fanns representerade – som var 15,7 procent av den totala tiden i SVT:s fall och 20,9 procent i Yles fall – kunde vi inte sluta oss till en mer exakt siffra.

Vi såg att damidrott rent allmänt prioriterades lägre än herridrott på nyhetsplats. Det tog sig uttryck genom att damidrotten som ämne för studiosamtal inte stod i proportion till damidrotten överlag och till viss del var damidrott underrepresenterat också i de tre första inslagen. I SVT utgjorde damidrott 22,3 procent av den totala sändningstiden och i Yle 11,2 procent. I studiosamtalen däremot var andelen damidrott 16,7 procent i SVT och 6,7 procent i Yle, och i de tre inledande inslagen var andelen damidrott 21,6 procent i SVT och 9,9 procent i Yle. På de framskjutna positionerna, de platser i programmet där ämnen konstrueras som särskilt viktiga, ser vi med andra ord en tonvikt på herridrott.

I övrigt kan man betrakta vårt resultat ur följande synvinkel: Den skeva könsfördelningen uppkommer redan i tabell 4 och 5 i resultatdelen som berör damidrottens totala utrymme, och den ungefärliga procentandelen genomsyrar sedan alla delområden. Den ojämna könsfördelningen i rapporteringen kan eventuellt härledas till det faktum att majoriteten av idrottsutövarna i Sverige och Finland är män, vilket vi såg i statistik från Riksidrottsförbundet och KIHU (tabell 1 och 2).

Vi märkte att såväl SVT som Yle oftare gestaltade damer inom individuella grenar än inom lagsporter. Herridrott i SVT handlade till 36,5 procent om individuella grenar medan inslag om damidrott i SVT till 58,0 procent handlade om individuella sporter. I Yles program handlade 37,4 procent av inslagen om herridrott om individuella sporter, medan 59,6 procent av inslagen om damidrott handlade om individuella sporter. Därmed kan vi konstatera att vår undersökning på den punkten kom fram till liknande resultat som Jakubowska funnit i dagstidningar i Polen, det vill säga att män i regel förknippas med lagsporter och kvinnor med individuella sporter (Jakubowska 2015, s. 171). På ett teoretiskt plan kan man se den här tendensen som ett uttryck för den isolationism som präglar kvinnornas ställning i samhället (Hirdman 1988, fotnot 23, s. 62). Joose Palonen på Yle såg det som ett problem att lagsport vanligtvis förknippades med herrar och individuell sport med damer, men tillade att Yle jobbar aktivt på att ändra på den sortens indelning i rapporteringen. Ola Bränholm på SVT var också medveten om dilemmat.

Den senaste Global Media Monitoring Project som gjordes i Sverige och i Finland visade att andelen kvinnor var 31 procent av alla nyhetssubjekt i svenska medier, och 27 procent i finländska medier (Siivonen 2015, s. 5, Edström & Jacobsson 2015, s. 26). I den finländska undersökningen gjordes ingen speciell mätning för just idrottens domän utan sporten ingick i kategorin ”kändisar, konst och sport”. SVT:s Sportspegeln med dess 22,3 procent damer kan jämföras med 31 procent damer totalt under den nyhetsdag

som GMMP undersökte, samtidigt som Yles 11,1 procent kan jämföras med 27 procent kvinnor totalt som nyhetssubjekt, som GMMP visade. Varken SVT:s eller Yles sportsändningar kommer upp till gränsen på 35 procent damrepresentation, som författarna till GMMP Sverige menar ska ses som punkten där kvinnor börjar ses som egna individer snarare än som symboler för sin kategori, sitt kön (Edström & Jacobsson 2015, s. 40). Med andra ord kan kvinnor, som är i minoritet inom idrottsbevakningen, fortfarande ses som representanter för sitt kön snarare än som idrottsmänniskor i vidare bemärkelse. Män är den definierande parten, och kvinnor den definierade (Hirdman 1988, s. 52).

För att bättre förstå skillnaderna i könsfördelningen i SVT:s och Yles sportprogram ska vi återknyta till det som Yvonne Hirdman (1988, s. 52) har sagt om funktionsprinciperna för samhällets genussystem. Den första logiken är dikotomin, eller ”särhållandets tabu”, som Hirdman kallar det. Det innebär en strävan efter att det manliga och kvinnliga inte bör blandas. I vårt empiriska material ser vi denna logik fungera i form av att majoriteten av inslagen i SVT och Yle särskiljer mellan just herr- och damidrott. 85,0 procent av samtliga inslag vi har tittat på handlade om antingen herr- eller damidrott. Endast 15,0 procent av inslagen var därmed så att säga oberoende av kön, antingen så att det fanns både manliga och kvinnliga idrottare involverade eller att kön inte kunde specificeras. Det finns alltså genomgående en kategorisering av sport utifrån kön, inte bara på tävlingsbasis, utan även i de undersökta mediernas rapportering.

Den andra logiken som genussystemet följer är etablerandet av en hierarki med det manliga som norm (Hirdman 1988, s. 52). Det ser vi i SVT:s Sportspegeln och Yles Sportrutan i form av att herridrott både i frekvens och utrymme är vanligare än damidrott, men även att män oftare får komma till tals och synas i bild i de undersökta sportprogrammen.

Särhållandet och den manliga normen är starka i den undersökta sportrapporteringen, och ju starkare de mekanismerna är, desto mer legitim och självklar blir den manliga normen (Hirdman 1988, s. 57). Att det manliga är normen och allmänt anses vara det viktiga inom sportens värld resulterar i att kvinnornas perspektiv och åsikter till stor del saknas och att nyheterna avbildar bara mäns verklighet (Edström & Jacobsson 2015, s. 14).

Vi såg att flera av de nyhetsvärderingsaspekter som Harcup och O’Neill lyfter upp i sin forskning är tillämpliga på hur ansvariga redaktörer på SVT och Yle resonerar i sitt urval. Så även om Dahlén (2008) menar att sportjournalistiken i grunden är kommersiell och därigenom väsensskild från annan form av journalistik, används till stor del samma kriterier för nyhetsvärdering inom den sportjournalistik som SVT och Yle bedriver.

9. Avslutande diskussion

9.1 Slutsatser

Det vi har utläsa ur den här undersökningen är att Yle Sporten i sin rapportering i flera avseenden är mindre jämställda än SVT Sport. Siffrorna på hur mycket utrymme och hur ofta damidrott visas i deras sändningar, jämfört med siffrorna för SVT:s sändningar, talar för det. Det tror vi beror på att SVT tycks ha en större medvetenhet kring jämställdhet (och ojämsälldhet) än vad Yle har. Resultatet var i linje med den hypotes vi ställde upp i inledningen om att Yles program skulle vara mer könssegregerat än SVT:s.

SVT Sport har en tydligt uttalad strategi enligt vilken redaktionen ska framhäva damidrottare så mycket som möjligt. Det är enligt planeringsredaktör Ola Bränholm deras främsta fokuspunkt. Känslan är att SVT också är medvetna om effekten som deras sändningar och deras spegling av sportvärlden har på sin publik, det vill säga den kraft som *agenda-setting* har. Samma intryck får vi inte av Yle. De anser sig inte konstruera viktiga ämnen för publiken, utan de lyfter fram ämnen som redan är viktiga för finländarna.

Yle uttrycker visserligen att jämställdhet mellan könen i sportrapporteringen är något de vill uppnå, men i stället för att ha en medveten strategi som SVT verkar det som att Yle väntar på att idrottsvärlden blir jämställd av sig själv, i stället för att bolaget proaktivt jobbar för förändringen. Av de licensierade idrottarna i Finland är ungefär 30 procent kvinnor, men Yles rapportering består endast till ungefär 10 procent av damidrott. Inte heller i Sverige står andelen damidrott i SVT:s Sportspegeln i proportion till andelen kvinnliga utövare. Därmed kan vi ändå inte påstå att något av bolagen, utifrån dagordningsteorin, för en agenda som konstruerar herridrott som viktigare än damidrott genom sin rapportering då män i både Sverige och Finland till större grad ägnar sig åt idrott än vad kvinnor gör.

Vi såg även att somliga sporter konstruerades som manliga eller kvinnliga, trots att antalet utövare i länderna inte stödde en sådan representation. Exempelvis fotboll uppvisade en stark mansdominans i båda länderna, trots att ungefär en tredjedel av dem som spelar fotboll i Sverige och Finland är damer. Att fotboll är den i särklass mest bevakade sporten i SVT och Yle gör att effekterna av den ojämsällda rapporteringen blir speciellt stora. Manlig fotboll konstrueras som viktigare och som en norm. Angelini (et al. 2013, s. 1178) och Cohen (1963, se Angelini et al. 2013, s. 1178) menar apropå *agenda-setting* att om vi inte ser en nyhet, så har den i princip inte hänt. Man kan utgående från det säga att SVT och Yle låter påskina att damfotbollen inte existerar i den utsträckning den gör.

Något man ska komma ihåg är att både Sverige och Finland placerar sig högt på flera mätningar gällande jämställdhet generellt sett, men det vi sett inom sportrapporteringen i dessa två länder lever inte upp till

samma standard. Då är det värt att tänka på att vi har undersökt två stora public service-bolag som båda ska främja mångfald i samhället, enligt de stadgar och lagar som reglerar deras verksamhet.

Vi stötte på olika uttryck för en manlig hegemoni inom sporten. Förutom att den största delen av inslagen handlade om herridrott, var den stora majoriteten av experter som intervjuades i studiosamtal ett tecken på att män tillskrivs auktoritet och god kunskap inom sporten.

9.2 Förslag till vidare forskning

Vår undersökning var av kvantitativ art och undersökte först och främst hur stort utrymme dam- respektive herridrott fick. I intervjuerna med redaktörer på SVT och Yle framgick att båda public service-företagen aktivt jobbat för ökad jämställdhet i rapporteringen de senaste åren. Enligt Yle hade man en sjättedel kvinnor i sportrapporteringen 2015, och en tredjedel år 2018. SVT låg enligt sin egen statistik på omkring 40 procent kvinnor i sin rapportering i december 2018. Det kan vara en följd av den likabehandlingsplan som SVT implementerade 2015 och som skulle genomsyra hela verksamheten. Att undersöka utvecklingen av könsfördelning under låt oss säga 2000-talet kunde därför ge annat utslag än det vi kom fram till. Att dessutom undersöka idrottares nationalitet kan vara intressant då det visat sig att könsfördelningen när det kommer till rapportering om utländska idrottare är mer ojämn än när det handlar om inhemska idrottare (Rossäng & Åbonde 2014, s. 32).

I samband med studien insåg vi behovet av att behandla det som Trygve Broch (2012) är inne på, det vill säga *hurdan* synlighet olika sporter får i tv-sändningar. Med andra ord kunde man komplettera vår kvantitativa innehållsanalys med en kvalitativ studie som skulle gå på djupet med damidrottens karaktär i tv. Vittnar journalisternas sätt att närma sig damidrotten om underliggande värderingar eller förhandsuppfattningar? Om det gör det, på vilket sätt etableras då den hegemoniska maskuliniteten som Broch (2012, s. 186) talar om inom tv-sporten? Finns det någon skillnad i hur kvinnliga idrottare speglas gentemot hur manliga idrottare speglas?

Det finns i princip två anledningar till att förvänta sig att SVT och Yle är mer jämställda i sin sportrapportering än andra sportredaktioner: För det första är de public service-bolag och för det andra är de baserade i Sverige och Finland som toppar globala rankningar över jämställdhet mellan könen. Hur hade resultatet sett ut om vi undersökt två kommersiella sportmedier i Sverige och Finland? Och hur hade det sett ut om vi hade gjort en liknande undersökning i två länder som statistiskt sett är mindre jämställda?

10. Källförteckning

Litteratur

- Bryman, A. (2016). *Social research methods*. 5. uppl., New York: Oxford University Press.
- Dahlén, P. (2008). *Sport och medier: En introduktion*. Kristiansand: IJ-förlaget.
- Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson H., Towns, A. & Wängnerud, L. (2017). *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad*. 5. uppl., Stockholm: Wolters Kluwer.
- Frandsen, K. (2014). Mediatization of sports. I: Lundby, K. (red.) *Mediatization of communication*. Berlin: De Gruyter, s. 520–539.
- Johansson, B. (2010). Surveyundersökningar. I: Ekström, M. & Larsson, L. (red.) *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur, s. 87–117.
- McManus, J. (2009). The Commercialization of News. I: Wahl-Jorgensen, K. & Hanitzsch, T. (red.) *The Handbook of Journalism Studies*. London: Routledge, s. 218–233.
- Rowe, D. (2014). Sport, media and the gender-based insult. I: Carter, C., Steiner, L. & McLaughlin, L. (red.) *The Routledge Companion to Media and Gender*. London: Routledge, s. 395–405.

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), s. 237–248.
- Angelini, J., Billings, A. & MacArthur, P. (2013). The Vancouver 'big six' gender-framed: NBC's prime-time coverage of the 2010 Vancouver Olympics. *Sport in Society*, 16(9), s. 1176–1197.
- Broch, T. (2012). Masculine men playing a women's sport? *Nordic Journal for Masculinity Studies*, 7(2), s. 182–198.
- Galtung, J. & Ruge, M. (1965). The Structure of Foreign News. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64–91.
- Harcup, T. & O'Neill, D. (2017). What is news? *Journalism Studies*, 18(12), s. 1470–1488.
- Hirdman, Y. (1988). Genussystemet – reflexioner kring kvinnors sociala underordning. *Tidskrift för genusvetenskap*, 9(3), s. 49–63.

Jakubowska, H. (2015). Are women still the 'other sex': gender and sport in the Polish mass media. *Sport in Society*, 18(2), s. 168–185.

Lundqvist Wanneberg, P. (2011). The sexualization of sport: A gender analysis of Swedish elite sport from 1967 to the present day. *European Journal of Women's Studies*, 18(3), s. 265–278.

McCombs, M. & Shaw, D. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), s. 176–187.

Strömbäck, J. & Jönsson, A. M. (2006). Nyheter i konkurrens – journalistikens kommersialisering?. *Nordicom Review*, (2), s. 1–29. <http://miun.diva-portal.org/smash/get/diva2:31101/FULLTEXT01.pdf> [hämtad 2018-11-13]

Uppsatser

Roth, S. & Väli-Tainio, S. (2017). *Jämställdhet mellan kvinnor och män i SVT och YLE: En komparativ studie av svenska och finska tv-nyheter*. C-uppsats, Södertörns högskola. Huddinge: Södertörns högskola.

Rossäng, S. & Åbonde, O. (2014). *OS i kommersiell tv – En jämförande studie av SVT och TV3:s sändningar av vinter-OS 2010 och 2014*. C-uppsats, Södertörns högskola. Huddinge: Södertörns högskola.

Webbsidor

Expressen (2015). *Klart: Så förändrar SVT "Sportspegeln"*. <https://www.expressen.se/sport/klart-sa-forandrar-svt-sportspegeln/> [hämtad 2018-12-28]

Edström, M. & Jacobsson, J. (2015). *Global Media Monitoring Project 2015: Nationell rapport Sverige*. <https://alltarmojligt.se/wp-content/uploads/2016/06/RAKNA-MED-KVINNOR-2015.pdf> [hämtad 2018-11-20]

Finlex (2018). *Lag om Rundradion Ab*.

<https://www.finlex.fi/sv/laki/ajantasa/1993/19931380?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=rundradion%20ab> [hämtad 2018-12-14]

Finnpanel (2018). *TV-programtopplistor*.

<https://www.finnpanel.fi/se/tulokset/tv/vko/top/viimeisin/top.html> [hämtad 2018-12-14]

- Horky, T. & Nieland, J. (2011). *International Sports Press Survey 2011: Results and Outlook*.
http://www.playthegame.org/fileadmin/image/PtG2013/Presentations/30_October_Wednesday/Horky-Nieland_PTG_2013_11.30.pdf [hämtad 2018-11-15]
- Journalisten (2018). *300 gånger Sportspegeln med Mats Nyström*. <https://www.journalisten.se/nyheter/300-ganger-sportspegeln-med-mats-nystrom>
[hämtad 2018-12-28]
- Journalistförbundet (2018). *Publicitetsregler*. <https://www.sjf.se/yrkesfragor/yrkesetik/spelregler-press-radio-och-tv/publicitetsregler> [hämtad 2018-12-28]
- Kivimäki, J. (2013). *Tuhannen markan seteli yleisön suosikki - tänään kääntyy uusi lehti Urheiluruudun historiassa*.
<https://yle.fi/urheilu/3-6489236> [hämtad 2018-12-14]
- Larsson, J. (2019). *Fischers svar till Granqvist: "Skitsnack"*.
<https://www.aftonbladet.se/sportbladet/fotboll/a/On5wdA/fischers-svar-till-granqvist-skitsnack> [hämtad 2019-01-02]
- Lindfors, J. (2013). *Urheiluruudusta tuli vuonna 1963 penkkiurheilijoiden pyhäbetki*.
<https://yle.fi/aihe/artikkeli/2013/08/06/urheiluruudusta-tuli-vuonna-1963-penkkiurheilijoiden-pyhahetki>
[hämtad 2018-12-21]
- MMS (2018). *MMS kanalpenetrationsrapport*. <http://mms.se/wp-content/uploads/dokument/rapporter/kanalpenetration/kanalpenetration%20181022.pdf>
- Riksidrottsförbundet (2018). *RF – Idrotten i siffror 2017*.
<https://www.rf.se/globalassets/riksidrottsforbundet/dokument/statistik/2017-idrotten-i-siffror--rf.pdf>
[hämtad 2018-11-20]
- Siivonen, J. (2015). *Global Media Monitoring Project 2015: National Report Finland*.
http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/national/Finland.pdf [hämtad 2018-11-20]
- Sjölin, M. (u.å.). *Public service*. <https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/public-service>
[hämtad 2018-11-30]
- Statistikcentralen (2018). *Den preliminära folkmängden i Finland 5 521 533 i slutet av oktober*.
https://www.stat.fi/til/vamuu/2018/10/vamuu_2018_10_2018-11-23_tie_001_sv.html [hämtad 2018-12-14]

- Svenska FN-förbundet (2017). *Jämställdhet - Index för skevfördelning mellan könen*.
<https://www.globalis.se/Statistik/GII-jaemstaellldhet> [hämtad 2018-11-13]
- Sveriges kvinnolobby (u.å.). *Kvinnokonventionen och Pekingplattformen*.
<http://kvinnorsrattigheter.org/kvinnokonventionen-pekingsplattformen/> [hämtad 2018-11-20]
- SVT (u.å. a). *Publiceringsregler*. http://www.svtb2b.se/?page_id=107 [hämtad 2018-11-07]
- SVT (u.å. b). *Vår roll*. <https://www.svt.se/omoss/var-roll/> [hämtad 2018-11-30]
- SVT (u.å. c). *Vår historia*. <https://www.svt.se/omoss/var-roll/var-historia/> [hämtad 2018-12-12]
- Valuta.se (u.å.). *Omvandlare*. <https://www.valuta.se/> [hämtad 2018-12-14]
- Världsbanken (2014). *Global Gender Gap Report*. http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2014/report-highlights/?doing_wp_cron=1542638633.8485109806060791015625 [hämtad 2019-01-02]
- University of Southern California (2018). *Organizing Your Social Sciences Research Paper: Quantitative Methods*.
<http://libguides.usc.edu/writingguide/quantitative> [hämtad 2018-12-12]
- Yle (u.å. a). *Yle i ett nötskal*. <https://svenska.yle.fi/artikel/bolaget/yle-i-ett-notskal#notskal> [hämtad 2018-12-14]
- Yle (u.å. b) *Yles etiska regler för program- och innehållsproduktion*. <https://svenska.yle.fi/sida/yles-etiska-regler-for-program-och-innehallsproduktion> [hämtad 2018-12-27]
- Yle (2016). *Mitt bland oss*.
<http://view.24mags.com/mobilev/6c51ecdd15402045de6d6c6711ff5571#/page=10> [hämtad 2018-12-14]

Lagar

Ku2013/2525/MFI

Ku2016/02488/MF

Ku2017/02582/LS

SFS 1991:1469. *Yttrandefrihetsgrundlagen*.

SFS 2010:696

Bilagor

Bilaga 1: Kodschema

Variabel	Variabelvärde	Kod
Medium	SVT	1
	Yle	2
Datum	ÅÅÅÅ-MM-DD	
Typ av programpunkt	Inslag	1
	Telegram	2
	Studiosamtal	3
Längd i sekunder	ss	
Ordning i programmet	n	
Kön	Man	1
	Kvinna	2
	Båda	3
	Ej specificerat	99
Idrottsgren	Fotboll	1
	Ishockey	2
	Längdskidor	3
	Friidrott	4
	Golf	5
	Simning	6
	Skidskytte	7

	Motorsport	8
	Formel 1	9
	Handboll	10
	Innebandy	11
	Bandy	12
	Basket	13
	Kampsport	14
	Alpint	15
	Volleyboll	16
	Racketsport	17
	Boboll och Cricket	18
	Ridsport	19
	Cykling	20
	Distanslopp	21
	Amerikansk fotboll	22
	Estetiska sporter	23
	Gymnastik	24
	Båtsport	25
	Skridskor	26
	Övrigt	97
	Flera sporter	98
	Ej specificerat	99
Expertkön	Man	1
	Kvinna	2
	Båda	3
	Ingen expert	4
Hur utövas idrotten?	Individuellt	1

	Lag	2
	Båda	3
	Ej specificerat	99
Vem kommer till tals?	Man	1
	Kvinna	2
	Båda	3
	Ingen	4
Vem syns I bild?	Man	1
	Kvinna	2
	Båda	3
	Ingen	4

Bilaga 2: Frågor till redaktionerna

Intervjun görs i forskningssyfte och avsikten är att få en bild av arbetet på redaktionen och vad som ligger bakom programmen.

Om du upplever frågan som svår eller påträngande, säg till.

Information om intervjupersonen

Namn och ålder?

Vilken roll har du just nu?

Hur länge har du haft den rollen?

Hur länge har du arbetat i den här branschen?

Vad som styr programmets innehåll (nyhetsvärdering)

Vilka aspekter tar ni i beaktande när ni värderar nyheter?

Hur påverkar idrottares kön vad som sänds i programmet?

Hur påverkar era sändningsrättigheter i övrigt vad som sänds i programmet?

Hur bestämmer ni i vilken ordning inslag/telegram/studiosamtal ska sändas?

Vad är det som bestämmer hur långt ett inslag/telegram/studiosamtal ska vara?

Vad är det som avgör om man ska ha ett studiosamtal om ett ämne?

I vilken utsträckning är det reportrarnas egna idéer och i vilken utsträckning är det chefernas idéer som förverkligas?

Hur ser planeringen av programmen ut?

På vilket sätt påverkas ni i ert arbete av marknadskrafter såsom vissa sporters utbredning och ekonomi?

Vilken respons får ni på era sändningar?

Hur mycket styrs ni av den responsen?

Synen på sig själv

Hur ser ni på ert public service-uppdrag ur ett sportperspektiv?

Hur mycket tänker ni på bilderna som ni ger publiken med era sändningar?

Vilka typer av krav har ni på er för ert program, om ni har det? (tittare, mångfald)

Vad anser ni att ni har för målgrupp?

Hur ser ni på jämställdhet inom sportrapportering?

Hur arbetar ni för jämställdhet inom sportrapportering, om ni gör det?

Vad visar er egen statistik över genus och grenar?

Hur ser könsfördelningen ut på redaktionen?

Hur ser ni på könsfördelningen bland era experter?