

#Metoo, #Visparkarbakut och ridsportjournalistiken

**En kvantitativ innehållsanalys av ridsportsjournalistikens
rapportering om #Visparkarbakut**

Av: Emelie Alnesved

Handledare: Göran Bolin

Södertörns Högskola | Institutionen för kultur och lärande

Kandidatuppsats 15 hp

Medie- och kommunikationsvetenskap C | Hötterminen 2019



Abstract

Title: "#MeToo, #Visparkarbakut and equestrian journalism": A quantitative content analysis of equestrian journalism's reporting on #Visparkarbakut

Level: Bachelor's thesis in Media and Communication Science autumn term 2019

Author: Emelie Alnesved

Supervisor: Göran Bolin

In the fall of 2017, #MeToo emerged, leading to the emergence of new sub-movements specifically focused on their own sphere. One of these movements was #Visparkarbakut, which is the equestrian's own response to #MeToo. The purpose of this study was therefore to investigate the reporting and framing of #Visparkarbakut in a Swedish context and in the context of equestrian sports, as well as how the newspapers have chosen to represent this hashtag in their articles because this had not been done before. To reach an answer to how the magazines framed #Visparkarbakut, questions were asked such as which people are portrayed in the articles and in what way the magazines positioned themselves against #Visparkarbakut. The study was conducted using a quantitative content analysis and was based on Karlsson and Strömbäck's (2015) collection work *Handbok i journalistikforskning* and Goffman's (1986) book *Frame analysis* with focus on framing theory. The main result shows that the general positioning of the newspapers towards #Visparkarbakut was predominantly positive, and that it is mainly women who are portrayed in the articles. The results also showed that the magazines mainly chose to portray the founders of #Visparkarbakut, officials and profiles. The conclusion is therefore that magazines are contributing to a positive image of #Visparkarbakut, the majority of the people represented in the articles are women and the problem that #Visparkarbakut concerns is described as a structural problem, rather than an individual problem.

Keywords: #MeToo, #Visparkarbakut, quantitative content analysis, representation

Abstrakt

Titel: ”#Metoo, #Visparkarbakut och ridsportjournalistiken”: En kvantitativ innehållsanalys av ridsportsjournalistikens rapportering om #Visparkarbakut

Nivå: Kandidatuppsats i Medie- och kommunikationsvetenskap höstterminen 2019

Författare: Emelie Alnesved

Handledare: Göran Bolin

Under hösten 2017 växte #MeToo fram vilket ledde till uppkomsten för nya underrörelser specifikt inriktade på deras egen sfär. En av dessa rörelser var #Visparkarbakut som är ridsportens eget svar på #MeToo. Syftet med denna studie var därför att undersöka rapporteringen och gestaltningen av #Visparkarbakut i en svensk kontext och i kontext av ridsporten, samt hur tidningarna har valt att representera denna hashtag i deras artiklar då detta tidigare inte hade gjorts. För att nå ett svar på hur tidningarna gestaltade #Visparkarbakut ställdes frågor som exempelvis vilka personer som porträtteras i artiklarna och på vilket sätt tidningarna positionerade sig gentemot #Visparkarbakut. Studien genomfördes med hjälp av en kvantitativ innehållsanalys och hade sin utgångspunkt i Karlsson och Strömbäcks (2015) samlingsverk *Handbok i journalistikforskning* samt Goffmans (1986) bok *Frame analysis* med fokus på gestaltningsteorin. Det huvudsakliga resultatet visar att den allmänna positioneringen hos tidningarna gentemot #Visparkarbakut var övervägande positiv, och att det är främst kvinnor som porträtteras i artiklarna. Resultatet visade att tidningarna främst väljer att porträttera grundarna till #Visparkarbakut, ämbetsmän och profiler. Slutsatsen är därför att tidningar är med och bidrar till en positiv bild av #Visparkarbakut, majoriteten av de representerade personerna i artiklarna är kvinnor och problemet som #Visparkarbakut berör beskrivs som ett strukturellt problem, snarare än ett individuellt problem.

Nyckelord: #MeToo, #Visparkarbakut, kvantitativ innehållsanalys, representation

1. Inledning	6
2. Forskningsöversikt	7
2.1 Tidningarnas roll och positionering	8
2.2 Feminister, Twitter och #MeToo	9
2.3 #MeToo i Norden	10
2.4 Utmaningar för #MeToo-kampanjen	11
2.5 Sammanfattning	12
3. Syfte och frågeställningar	13
4. Teoretiskt ramverk	13
4.1 Gestaltning	13
4.2 Sportjournalistik och genus	14
4.3 Representation	15
4.4 Angreppssätt	16
4.5 Sammanfattning	16
5. Material och metod	17
5.1 Urval och utvalda tidningar	18
5.2 Databas	18
5.3 Kodschema & SPSS	19
5.4 Kodningstest	19
5.5 Validitet och reliabilitet	20
5.6 Operationalisering	20
5.7 Tidsperiod	21
5.8 Variabler och variabelvärde	21
5.8.1 Storlek	21
5.8.2 Kön	22
5.8.3 Huvudperson	22
5.8.4 Tidning	23
5.8.5 Bild	23
5.8.6 Positionering	23
5.9 Metodreflektion	24
6. Resultat	25
6.1 Tidsperiod	25
6.2 Storlek och tidning	26
6.3 Storlek och huvudperson	27
6.4 Positionering och storlek	28
6.5 Positionering och tidning	29

6.6 Kön och huvudperson	30
6.7 Kön och storlek	31
6.8 Kön och tidning	32
6.9 Bild	33
7. Analys	33
7.1 Tidsperiod	34
7.2 Storlek	35
7.3 Positionering och tidning	37
7.4 Kön och huvudperson	39
7.5 Bild	41
8. Slutsats	42
9. Vidare forskning	43
Referenslista	44
Appendix	46
Appendix 1	46
Appendix 2	47

1. Inledning

Den 15 oktober 2017 publicerade den amerikanska skådespelerskan Alyssa Milano en tweet som uppmuntrade överlevande av sexuella trakasserier och övergrepp att skriva hashtaggen #MeToo som en statusuppdatering på plattformen Twitter. Den korta tweeten ledde sedermera till en global rörelse där människor över hela världen gjorde statusuppdateringar på Twitter under hashtaggen #Metoo (De Benedictis, Orgad & Rottenberg 2019, s. 719).

Detta uppror bidrog till att andra hashtags skapades för specifika branscher och grupper. I Sverige fick jämställdhetsministern Åsa Regnér i mars 2018 ta emot en lista på krav från 65 lika så kallade #MeToo-grupper. Några exempel på dessa grupper är advokater (#medvilkenrätt), musiker (#visjungerut), skådespelare (#tystnadtagning), journalister (#deadline), politiker (#imaktenskorridorer), gymnasieelever (#tystiklassen), socialarbetare (#orosanmälan) och idrottare (#timeout) (Askanius & Møller Hartley 2019, s. 20).

Den 29 november 2017 publicerar tidningen Hippien en artikel med rubriken *2 000 kvinnor står bakom #Visparkarbakut: "Min tränare våldtog mig"* som handlar om #Visparkarbakut, som är en hashtag synonym med #Metoo. I artikeln publicerades ett öppet brev från rörelsen #Visparkarbakut ut som inleds på följande vis:

Vi har sökt oss till stallet och hästarna för att vi älskar sporten och livet med hästar, men här finns många som i makt av sin position trakasserar, utnyttjar, och förnedrar oss, våra systrar och döttrar. Detta måste få ett slut! Vi måste våga berätta vad som hänt och fortfarande händer i hästvärlden. (Bank 2017)

Ridsporten är Sveriges tredje största idrott för ungdomar mellan 7 och 25 år, där endast fotbollen och innebandyn är större. Ridsporten är dessutom den åttonde största sporten i Sverige totalt, sett till antal aktiva i idrott. Svenska Ridsportförbundet har drygt 153 700 medlemmar, varav 91% tjejer, vilket också ger en förståelse till att ridsporten har högst andel kvinnor (90%) av alla Sveriges idrottsförbund (Svenska ridsportförbundet 2019). Det är därför intressant att undersöka hur

ridsportens egna hashtag #Visparkarbakut porträtteras i olika medier, då den berör oerhört många personer, där majoriteten av dessa personer är kvinnor.

Ridsporten har även kantats av en del uppmärksammade skandaler som berör ämnet kring #MeToo, sexuella övergrepp och sexuella trakasserier. Exempelvis gjorde Sveriges Radio en uppmärksammat dokumentärserie i fem delar där Sveriges radios reportrar reda på vad som egentligen hänt på en gård som det gått rykten om i 30 år. I centrum står en ridlärare som under nittioalet dömdes för övergrepp på elever, och serien undersöker hur ridläraren kunde fortsätta med sin ridskoleverksamhet i flera decennier, detta trots att det fanns starka belägg för att övergreppen på gården fortsatte. Dokumentärserien vann sedermera Stora Journalistpriset 2018 i kategorin årets berättare (Sveriges Radio u.å; Schwieler Staaf 2018). Då dessa skandaler och dokumentären i fråga lett till en samhällelig debatt kring sexuella övergrepp och sexuella trakasserier inom ridsporten är det därför intressant att undersöka hur skandaler som dessa påverkat hur dagspressen väljer att gestalta problemet som #Visparkarbakut berör.

Tidigare forskning har fokuserat på #MeToo och hur tidningarna bidragit till hashtagens vidare spridning, men forskning kring hashtags som uppstått utifrån #MeToo och hur dessa gestaltas i media tycks inte finnas, framför allt inte i en svensk kontext och i kontext av ridsporten. Det är av vikt att analysera hur en del av den svenska dagspressen gestaltar rörelser som uppstått ur #MeToo, mer specifikt i detta fall #Visparkarbakut, då mediernas rapportering påverkar bilden av vår omvärld (Shehata 2015, 353). Denna studie finner det därför intressant att analysera den svenska dagspressens och de svenska ridsportstidningarnas rapportering och gestaltning kring #Visparkarbakut. Detta för att på så sätt nå ett resultat som visar hur dagspressen väljer att gestalta kvinnorörelser som denna, vilket är av vikt för att se vilken bild tidningarna vill ge av problemen och dess verklighet.

2. Forskningsöversikt

Tidigare studier har gjorts kring hashtagaktivism, där fokus har funnits på en rad olika ämnen som är relaterade till hashtagarnas mekanik och funktioner. Genom sådan forskning har forskarna exempelvis kartlagt berättarstrukturen hos hashtagkampanjer, kampanjernas roll som ett verktyg

för att mobilisera minoritetsgrupper och deras betydelse för skapandet av delade kollektiva identiteter (Lindgren 2019, s. 421). Forskningen kring #MeToo tycks dock ännu vara relativt nytt, framförallt i en svensk kontext och i kontext till den svenska ridsporten, vilket troligen beror på att just denna kampanj i skrivande stund kan anses som ny och därmed ännu relativt outforskad. Följande studier har dock gjorts i olika delar av världen där forskare undersöker #MeToo ur olika synvinklar och syften, vilket kommer användas som inspiration för denna studies kvantitativa analys av ridsportsjournalistikens rapportering om #Visparkarbaket.

2.1 Tidningarnas roll och positionering

Det finns tidigare forskning som har gjorts kring hashtaggen #MeToo av De Benedictis, Orgad och Rottenberg (2019) där dessa brittiska feministiska forskare undersökte de första sex månaderna av #MeToos täckning i den brittiska dagspressen, vilket avslöjade hur tidningar spelade en viktig roll för att öka kampanjens synlighet (De Benedictis, Orgad & Rottenberg 2019, s. 719). Forskarna använde sig av innehållsanalys som metod i deras studie, där tonen i artiklarna var särskilt viktig då forskarna syftade till att försöka bestämma om inramningen av #MeToo följde liknande mönster som avslöjats av andra studier av kvinnorörelser. Därför kodade forskarna för den övergripande tonen som karakteriserade artikeln och artikelns positionering av #MeToo. Artiklarna kodades antingen som positiva, negativa, blandade / balanserade eller oklara, utifrån Orgad och De Benedictis (2015) tidigare innehållsanalys av nyhetstäckning (De Benedictis, Orgad & Rottenberg 2019, s. 723).

Enligt De Benedictis, Orgad och Rottenberg (2019) har feminismen som rörelse kontinuerligt förminskats, avlegitimerats och avpolitiserats i mainstream-nyheter, samtidigt som den, paradoxalt nog, även har stöttats, firats och uppmuntrats (De Benedictis, Orgad & Rottenberg 2019, s. 721). De skriver även att tidigare forskare har avslöjat hur våldtäkt ofta framställs i nyheterna i termer av enskilda fall och därmed undanröjt att våldtäkt är ett samhällsproblem som många drabbats av. Denna inramning förstärks både i nyheter och i andra medier genom en betoning på självhjälp, vilket lägger ansvaret att arbeta med traumat på den överlevande själv och inte på samhället (De Benedictis, Orgad & Rottenberg 2019, s. 722). Denna studie kom slutligen fram till att pressen hade

bidragit till att utöka och förstärka #MeToos synlighet på viktiga sätt (De Benedictis, Orgad & Rottenberg 2019, s. 719).

2.2 Feminister, Twitter och #MeToo

Forskarna Mendes, Ringrose och Keller (2018) undersökte #Metoo genom en kvantitativ innehållsanalys där de sedan 2014 har studerat hur feminister i allt högre grad har vänt sig till digital teknik och plattformar för sociala medier för att föra en dialog och organisera sig mot modern sexism, misogyni (kvinnohat) och våldtäktskulturer (Mendes, Ringrose & Keller 2018, s. 236). Det som är unikt för deras studie och dess fynd är att de, till skillnad från tidigare studier, har undersökt, inte bara hur olika digitala verktyg används, utan även gjort en kartläggning av erfarenheterna hos de inblandade (Mendes, Ringrose & Keller 2018, s. 237). I deras studie förklarar de även begreppet Hashtag-feminism, som är en av de mest populära formerna av feministisk aktivism, som innebär en användning av hashtags (symbolen # följt av ett tematiskt uttryck) för att skapa samtalskommunikationer främst bland olika Twitter-användare (Mendes, Ringrose & Keller 2018, s. 237).

Enligt Mendes, Ringrose och Keller (2018) får #MeToo överlevande av sexuella övergrepp att känna sig sedda och hörda, vilket leder till att de gör ett meningsfullt och värdefullt arbete för att bygga nätverk som kretsar kring solidaritet för andra överlevare. Denna solidaritet förvandlas oftast i sin tur till ett ökat feministiskt medvetande bland de personer som använder hashtagsen, vilket gör att de kan förstå sexuellt våld som ett strukturellt problem, snarare än ett problem på individnivå (Mendes, Ringrose & Keller 2018, s. 238). Resultatet visar en komplicerad bild av vad hashtags som #MeToo kan leda till, då resultatet delvis visar att digital teknik gör distributionen av trakasserier online lättillgänglig, ihållande och onskapsfull. Även tidigare feministiska studier har antytt att Twitter överväldigande är ett negativt och giftigt utrymme för kvinnor. Däremot visar även studiens resultat också hur digital feminism kan upplevas som extremt positivt när det gäller att skapa gemenskap, anslutning och stöd för feministiska åsikter och solidaritet när det gäller att synliggöra våldtäktskulturer (Mendes, Ringrose & Keller 2018, s. 244).

2.3 #MeToo i Norden

Det finns även forskning på hur hashtaggen fungerat i Norden, närmare bestämt Sverige och Danmark. Askanius och Møller Hartley (2019) som genom en kvantitativ och kvalitativ innehållsanalys undersökte hur danska och svenska tidningar utformade debatten om sexism och ojämlikhet mellan könen utifrån #MeToo (Askanius & Møller Hartley 2019, s. 19). Enligt Askanius och Møller Hartley (2019) är innehållsanalysens huvudfokus att ge en detaljerad och kvalitativ redogörelse för inramningsmönstren av #MeToo (Askanius & Møller Hartley 2019, s. 24). I Sverige ledde #MeToo till ett stort samhälleligt upprop, med gatudemonstrationer, fackeltåg och andra protestevenemang som organiserades över hela landet. I Danmark var den mediala rapportering kring #MeToo mycket mindre omfattande och den offentliga debatten kring denna hashtag tog en annan vändning. I den inledande fasen under oktober 2017 täcktes rörelsen i stor utsträckning av de flesta nyhetsmedier, men svar och respons från politiker ökade med sin frånvaro. Senare drabbades rapportering kring #MeToo av ett bakslag, då röster som kritiserade eller motsatte sig rörelsen började få fotfäste och dominera debatten. Till skillnad från Sverige fanns det i Danmark färre organiserade uppmaningar eller åtgärder för att ändra lagstiftningen och det organiserades endast ett fåtal gatudemonstrationer, där inte särskilt många personer närvarade (Askanius & Møller Hartley 2019, s. 20).

Askanius och Møller Hartley (2019) kom i sin studie fram till att en av de största skillnaderna kring rapporteringen av #MeToo mellan de två länderna var antalet publicerade artiklar som handlade om #MeToo. Resultatet av studien visade att de svenska tidningarna som undersöktes publicerades totalt 3 322 artiklar under de första tre månaderna, medan den totala täckningen i de danska tidningarna bestod av endast 594 artiklar. Enligt Askanius och Møller Hartley (2019) innebär det att de svenska tidningar ansåg att det var viktigare att ta upp och diskutera de frågor som tagits upp med #MeToo än vad de danska tidningarna ansåg (Askanius & Møller Hartley 2019, s. 25).

Askanius och Møller Hartley (2019) menar att journalister kan porträttera problemet, som #MeToo vill uppmärksamma, som ett individuellt problem. Detta genom att exempelvis fokusera på de personliga berättelserna om kvinnor som har upplevt sexuella övergrepp, allt från diskriminering till

våldtäkt eller på enskilda fall av anklagelser mot specifika manliga gärningsmän eller arbetsmiljön på specifika arbetsplatser. Journalister har även möjlighet att porträttera problemet som en del av en större social rörelse som kämpar mot sexism, kvinnohat och våldtäktskultur genom att ge legitimitet och stöd för rörelsen. Detta görs genom att fokus på industrier, samhällen och kulturer vilket istället innebär att samhället ifrågasätts i stort, och frågan kring sexuella övergrepp och andra problem som #MeToo berör blir istället ett strukturellt problem snarare än ett individuellt problem (Askanius & Møller Hartley 2019, s. 27). Sammanfattningsvis menar Askanius och Møller Hartley (2019) att journalister bidrar till den allmänna världsuppfattningen om ett ämne och det är därför viktigt att undersöka hur journalisterna porträtterar #MeToo (Askanius & Møller Hartley 2019, s. 22).

2.4 Utmaningar för #MeToo-kampanjen

I en artikel skriven av Simon Lindgren (2019) analyserar han de utmaningar som #MeToo-kampanjen mötte under de första veckorna av dess existensen på Twitter. Dessa utmaningar innefattade upprätthållningen av hashtagens ursprungliga ram och mening, samt utmaningen att göra konsekvent inverkan i ett komplext och flyktigt medielandskap. Likt De Benedictis, Orgad och Rottenberg (2019) undersökte även Lindgren (2019) tonen i de inlägg som gjordes, det vill säga om inläggen var positiva eller negativa gentemot #MeToo (Lindgren 2019, s. 419). Studien utfördes med blandade metoder, men grundar sig i stor del på en datauppsättning av fyra miljoner Twitterinlägg som tillhandahölls genom Twitters offentliga databas (Lindgren 2019, s. 418). De blandade metoder som användes grundade sig i Lindgrens (2019) tre forskningsfrågor, där första frågan var; "I vilken utsträckning hade #MeToo-kampanjen på Twitter ett tydligt fokus och kunde den upprätthålla den?" (Lindgren 2019, s. 419) som besvarades med hjälp av ämnesmodellering (Lindgren 2019, s. 424). Den andra frågan "Hur förändrades tonen i kampanjen på Twitter, när det gäller att uttryckta känslornas positivitet och negativitet, med tiden?" (Lindgren 2019, s. 419) besvarades med hjälp av sentimentanalys (Lindgren 2019, s. 424) och den sista frågan "I vilken utsträckning upprepades tweets helt enkelt, eller istället gjorde de ämnen för anpassningar och aktiv debatt?" (Lindgren 2019, s. 419) besvarades genom beskrivande statistik (Lindgren 2019, s. 424). Genom denna studie kom Lindgren (2019) fram till att #MeToo snabbt började förlora sitt

momentum efter den initiala och explosiva påverkan, detta genom antagonism och sloganisering som i allt högre grad tyngde ned och tömde ut den ursprungliga kampanjen (Lindgren 2019, s. 418). Enligt Lindgren (2019) har spridningen av sociala medier ändrat synsättet på sociala rörelser och ändrat dess förhållanden, vilket lett till att medvetenheten har höjts och människor idag mobiliserar sig i relation till sociala problem och politiska frågor. Digitalt motstånd och sociala rörelser online tycks vara ett nytt forskningsfält, där syftet med forskningen är att kartlägga dess logik och mäta deras verkliga inverkan. Den allmänna slutsatsen som dragits från denna relativt nya forskning är att den verkliga effekten av mobilisering på sociala medier måste utvärderas i ett sammanhang, då kommunikationstekniken i sig, som exempelvis Twitter, inte har några generellt förutsägbara sociala konsekvenser (Lindgren 2019, s. 420).

2.5 Sammanfattning

Tidigare har ett antal framgångsrika kampanjer hyllats för sina starka potential att bidra till en verklig social förändring (Lindgren 2019, s. 419). Att undersöka mainstream-nyhetsmedier är fortfarande viktigt även i dagens medielandskap, detta då tryckta medier underlättar olika diskussioner om sociala rörelser och anser tillgången till diskurser på andra (Askanius & Møller Hartley 2019, s. 23) samt att tidningar spelade en viktig roll för att öka #MeToos synlighet (De Benedictis, Orgad & Rottenberg 2019, s. 719). Den tidigare forskningen visar även att den kvantitativa innehållsanalysen som metod tycks vara vanligast när man vill göra studier kring detta ämne, vilket således gör att även denna studie kommer att använda sig av denna metod. Det är därför intressant att undersöka rapportering kring en hashtag som växt fram ur #MeToo, nämligen #Visparkarbakut. Genom att undersöka hur #Visparkarbakut har porträtterats i den svenska dagspressen och vilka personer som får synas i artiklar som avhandlar denna hashtag kan det ges en ökad förståelse för hur den svenska dagspressen och dagspress som skriver om ett specifikt ämne, hästar och hästsport, bidrar till porträtteringen av hashtagen.

3. Syfte och frågeställningar

Syftet med denna undersökning är att undersöka på vilket sätt en del av den svenska dagspressen och svenska ridsportsjournalistiken gestaltar #Visparkarbakut och de problem som hashtagen berör. Denna studie kommer därför att utgå från följande frågor;

- På vilket sätt gestaltar tidningarna #Visparkarbakut?
- På vilket sätt representeras problemet inom ridsporten i dessa artiklar?
- Vilka personer är det som främst får synas i artiklarna och hur gestaltas dessa?

4. Teoretiskt ramverk

Denna studie kommer att ta avstamp i Karlsson och Strömbäcks (2015) samlingsverk *Handbok i journalistikforskning* samt Goffmans (1986) bok *Frame analysis* med fokus på gestaltningsteorin. Gestaltningsteorin, även kallad *framing analysis*, är en tvärvetenskaplig metod som främst används inom samhällsvetenskapen, men även inom kommunikationsstudier, för att analysera hur människor förstår aktiviteter och situationer. Denna teori brukar främst tillskrivas Goffman (1986) och hans bok *Frame analysis*, som handlar om att människor kan beskrivas som individuella aktörer och hur människor upplever och organiserar omvärlden och de sociala händelser som sker utifrån teorin om att de är individuella aktörer. För att förstå dessa sociala händelser skapas mening genom så kallade *frames*, på svenska ramar, där dessa ramar är kulturellt betingade, vilket innebär att människor upplever och förstår olika händelser och föremål utifrån olika kulturella ramar. Goffman (1986) definition av ramar och gestaltningar handlar således om hur vi människor uppfattar och förstår saker i vår omvärld.

4.1 Gestaltning

Enligt Shehata (2015) har de frågor som engagerat medieforskare mest handlat om hur mediernas rapportering påverkar bilden av vår omvärld. Det är bilden av verkligheten snarare än verkligheten i sig som avgör hur människor förhåller sig till sin omvärld. Tidigare ansågs medierna ha ett betydande inflytande över hur människor såg på sin omvärld, samt att medierna hade en stor

påverkan på hur opinioner skapades och formades. Men i och med den tekniska utvecklingen och internets stora genomslag har frågan om den traditionella journalistikens ställning som människors fönster mot omvärlden hamnat i ett nytt ljus (Shehata 2015, s. 353).

Detta leder vidare till två teorier som i stort har präglat medieforskningen kring sambandet mellan journalistikens och människors bilder av verkligheten. Dessa teorier kallas för *agenda setting*, dagordningsteorin, och *framing*, gestaltningsteorin. Dagordningsteorin handlar om det faktum att de sakfrågor och ämnen som finns i mediernas dagordning påverkar publikens opinion, samt vilka frågor som anses vara viktigast i samhället (Shehata 2015, s. 354-355). Gestaltningsteorin däremot handlar om *hur* människor förstår det innehåll och den bild som ges av omvärlden i medierna utifrån den ram av förståelse som ges av den som producerat texten, vilket innebär att texten och dess innehåll bör tolkas (Shehata 2015, s. 360). Inom denna teori finns även något som kallas för sakfrågespecifika gestaltningar, där dessa gestaltningar främst handlar om att definiera ett problem. Det finns en mängd olika studier som gjorts på sakfrågespecifika gestaltningar, där några exempel på dessa sakfrågor handlar om hur invandring och kvinnorörelser gestaltas i medierna. De sakfrågespecifika gestaltningarna handlar främst om att gestalta ett problem på ett sätt som styr den allmänna debatten (Shehata 2015, s. 363).

4.2 Sportjournalistik och genus

I detta samlingsverk finns en text som beskriver forskning kring sportjournalistiken skriven av Enbom och Carlsson (2015), där de skriver att forskning kring sportjournalistik handlat om hur idrotten och dess utövare har representerats symboliskt i både text och bild, samt hur sociala identiteter skapas i mediala berättelser om sport. Forskare inom detta område har intresserat sig för hur det som anses som annorlunda gestaltas i sportjournalistiken i förhållande till en föreställd norm. Främst har fokus legat på undersökningar om stereotypa representationer som bygger på kollektiva föreställningar om exempelvis etnicitet, klass och genus. Syftet med dessa studier har varit att söka svar på frågor som handlar om hur stereotypa framställningsformer ser ut, varför medierna tenderar att använda sig av dessa och vilka sociala konsekvenser detta kan tänkas leda till i vidare samhällliga och sociala sammanhang (Enbom & Carlsson 2015, s. 209).

Vidare talar Enbom och Carlsson (2015) om genus inom sportjournalistiken, där de menar att frågor som handlar om sportens relation till genusfrågor är ett tydligt huvudspår i forskningen kring sportjournalistik. Exempelvis har forskning gjorts om genuskonstruktioner i medierapportering av olika idrottsevenemang, där det finns forskare som utfört kvantitativa innehållsstudier av mediematerial som visar att manliga sportutövare är överrepresenterade i medierna. Vidare skriver även Enbom och Carlsson att det finns forskning som belyser hur människors medievanor vad gäller sport kopplas till föreställningar om genusnormer, där flera studier har pekat på könsstereotypera skildringar av idrottsutövare (Enbom & Carlsson 2015, s. 211).

4.3 Representation

Denna studie tar även avstamp i det första kapitlet i Hall, Evans och Nixons (2013) bok *Representation* som är skrivet av Stuart Hall och heter *A work of representation*. I detta kapitel skriver Hall (2013) om representation och hur det fungerar och hänger samman. Representation kopplar samman mening och språk till kultur, som kan förstås genom att representation betyder att en person använder språk för att säga något meningsfullt om, eller för att representera, världen meningsfullt till andra människor. Representation är därför en viktig del i den process där mening skapas och byts ut mellan medlemmarna i en kultur. I denna process skapas mening genom användningen av språk, tecken och bilder som står för, eller representerar, någonting (Hall 2013, s. 1).

I sin text skriver Hall (2013) att representation och mening kan ses genom både text och bild och att dessa kan förstås på olika sätt, men denna studie kommer främst att använda sig av Halls (2013) teori med fokus på språk, text och ord då syftet är att analysera det textuella innehållet och inte nyhetsartiklarnas bilders betydelse. För att sammanfatta innebörden av representation skulle det kunna beskrivas som en process av medlemmar av en kultur som använder språk för att skapa en mening. Det är människorna i ett samhälle och i en kultur, som ger saker en mening, men meningen av någonting förändras hela tiden från en kultur eller tidsperiod till en annan (Hall 2013, s. 45).

4.4 Angreppssätt

Enligt Hall (2013) finns det tre sätt att förklara hur representationen av mening genom språket fungerar. Det första angreppssättet för att förstå mening är ett reflekterande angreppssätt, där meningen är tänkt att finnas i ett objekt, en person, en idé eller en händelse i den verkliga världen och att språket då fungerar som en spegel som reflekterar den sanna meningen som redan finns i den verkliga världen. Det andra angreppssättet är motsatsen till den första förklaringen då Hall (2013) menar att det är talaren, den som skrivit texten, som ålägger sin egen unika mening om världen genom språket. Orden betydelse och mening bestäms därför av talaren och denna förklaring kallas för avsiktligt angreppssätt (Hall 2013, s. 10). Det sista angreppssättet för att förstå mening är ett konstruktionistiskt angreppssätt som innebär att verkligheten eller aspekter av verkligheten är socialt konstruerade vilket innebär att de är produkter av mellanmänsklig interaktion och kollektivt handlande. Saker har inte en mening i sig, utan mening skapas genom ett representativt system av begrepp och tecken. Enligt detta angreppssätt bör inte en förväxling ske med den materiella världen där saker och människor existerar med den symboliska processen där representation, mening och språk finns (Hall 2013, s. 11). Hall (2013) menar även på att olika kulturer läser och förstår saker på olika vis och därmed även tolkar och ger mening på olika vis. Att tillhöra en kultur är enkelt förklarar att tillhöra samma konceptuella och lingvistiska universum, att veta hur koncept och ideer översätts till olika språk, samt hur språk kan tolkas för att översättas till den verkliga världen (Hall 2013, s. 8).

4.5 Sammanfattning

Enligt Hall (2013) går det att förstå representation som den process som medlemmar i en kultur använder språk. Det är människorna i samhället och inom mänskliga kulturer som gör saker meningsfulla, vilket gör att betydelse därför alltid kommer att förändras, från en kultur eller period till en annan. Hall (2013) menar även på att beroende på vilken kultur en person tillhör tolkar personen mening på olika vis och det finns därför förklaringar till att representation kan se ut på

olika sätt. Detta ger oss en förståelse för att det som skildras och representeras i media inte nödvändigtvis bör vara den absoluta sanningen, och därmed även kan ifrågasättas.

5. Material och metod

Detta är en kvantitativ studie som genom en kvantitativ innehållsanalys avser att dra generella slutsatser kring hur ridsportstidningar och dagstidningar beskriver problematiken kring sexuella trakasserier och övergrepp inom ridsporten genom #Visparkarbakut. Syftet är även att genom denna metod undersöka om problemet tycks vara ett individuellt eller strukturellt problem. Valet av metodologi baseras på att en kvantitativ innehållsanalys är bäst lämpad vid undersökning av insamlandet av en större mängd data på grund av att den kvantitativa innehållsanalysen som metod är ett mycket användbart verktyg när syftet med en studie är att svara på frågor om förekomsten av olika typer av kategorier i ett material. Dels kan detta handla om hur frekvent eller hur vanlig förekomsten är för olika kategorier. Det kan även handla om hur stort utrymmet är inom en tidsperiod eller hur stort utrymme olika kategorier får. Om personen som utför studien har anspråk på att se en struktur i ett stort material och kunna dra generella slutsatser anses den kvantitativa innehållsanalysen som metod bäst lämpad. Esaiasson, Gilljam, Oscarsson och Wängnerud (2012) menar även på att den kvantitativa innehållsanalysen som metod även är en lämplig metod när syftet är att göra en större mängd material tillgängligt för analys, som så är fallet i just denna studie (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wängnerud 2012, s. 197).

För att genomföra en kvantitativ innehållsanalys på bästa möjliga sätt är det av vikt att ha ett formaliserat och systematiskt upplägg för att på så vis kunna dra generella slutsatser av resultaten (Ekström & Larsson 2010, s. 119). Enligt Ekström och Larsson (2010) ökar möjligheten till välgrundade jämförelser mellan exempelvis olika genrer, medier, tidsperioder och innehållsteman (Ekström & Larsson 2010, s. 119). Då denna studie är intresserad av att få en överblick kring hur de utvalda tidningarna representerar problemet när det gäller sexuella trakasserier och övergrepp genom #Visparkarbakut, och inte varför de gör det, är en kvantitativ innehållsanalys den bästa metoden. Om studien hade i avsikt att finna svar på varför de utvalda tidningarna väljer att

representera problemen på olika vis och i olika mängd hade exempelvis en fokusgruppintervju eller enkätundersökning varit bättre lämpad (Barmark & Djurfeldt 2015, s. 32ff).

5.1 Urval och utvalda tidningar

I denna studie analyserades 36 artiklar ur de utvalda digitala tidningarna vilka var ridsportstidningarna HippiSon och Tidningen Ridsport, samt dagstidningarna Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet. All insamling av data från dessa tidningar skedde från respektive tidnings digitala plattform. Valet av tidningar grundade sig i undersökningens syfte, dvs. att undersöka hur tidningarna rapporterat om #Visparkarbakut i en svensk kontext och i kontext av ridsport samt vilka personer som blir representerade i dessa artiklar. Därför valdes två tidningar som har, som sitt huvudsakliga syfte, att rapportera om händelser inom hästvärlden och ridsporten. Men för att kunna sätta detta i ett sammanhang utanför hästvärlden valdes även två dagstidningar, detta för att ge en mer övergripande bild om rapporteringen kring #Visparkarbakut både i och utanför hästsfären. Valet föll på dagstidningarna Dagens Nyheter (oberoende liberal) och Svenska Dagbladet (obunden moderat) då dessa tidningar är några av de största och mest använda medierna. Enligt forskarna Ekström och Larsson (2010) är det rimligt att välja ut de största och mest använda medierna om syftet med studien är att söka svar på frågor på en mer övergripande samhällsnivå (Ekström, Larsson 2010, s. 129)

För att inte få en för stor undersökning valdes endast artiklarna ut för analys. Bilder och kommentarer tillhörande artiklarna valdes bort och var därför inte med i denna undersökning. Artiklar som endast nämnde #Visparkarbakut i en mening eller mindre valdes bort, och kan där mer räknas som ett bortfall. Detta för att det inte gick att analysera innehållet utifrån kodschemat och dess variabler.

5.2 Databas

All data samlades in med hjälp av tidningarnas digitala hemsidor och sökfunktionen som fanns på dessa hemsidor. I sökfältet på respektive tidnings hemsida skrevs #Visparkarbakut in, varpå alla artiklar som innehöll detta ord framträdde. Därefter kopieras varje enskild artikel och fördes in i ett

dokument och markerades med vilket datum artikeln var publicerad, vilken tidning som publicerat artikeln och om det fanns en tillhörande bild eller inte. När all data var insamlad, dvs. alla tidningsartiklar inom urvalet som hade ett innehåll som berörde #Visparkarbakut, kunde kodningen av variabler och dess variabelvärden genomföras.

5.3 Kodschema & SPSS

Kodningen av datan utfördes genom att skapa ett kodschema där varje variabelvärde gavs en kod från 1 och uppåt. Detta för att kunna koda in resultatet i SPSS, som är det statistikprogram som användes för att kunna analysera datan och som dessutom är den vanligaste mjukvaran för statistiska analyser inom samhällsvetenskap (Barmark & Djurfeldt 2015, s. 91). När datan hade samlats in och kodningen av variabelvärden genomförts matades denna data in i ett Exceldokument. Därefter fördes den färdigkodade datan in i SPSS för att där kunna genomföra bivariata analyser, dvs. att jämföra olika variabler i förhållande till varandra. När resultatet av dessa bivariata analyser gjorts fördes datan återigen in i Excel och där skapades olika diagram och tabeller för att på ett så pedagogiskt och lättförklarligt vis kunna visa ett tydligt resultat.

5.4 Kodningstest

Ett första kodningstest skedde tidigt i kodningsfasen, detta för att se till att datainsamlingen och kodandet genererade det material som studien kräver i avsikt att uppnå trovärdighet utan mätfel samt att analysera huruvida varje enskild variabel och dess möjliga variabelvärden fungerar (Ekström & Larsson 2010, s. 146-147). Trots den kvantitativa innehållsanalysens många fördelar för att besvara studiens syfte, återfinns även ett antal brister som har inverkan på studiens reliabilitet och validitet. På grund av att det endast är en person som kodat materialet finns risk för att omgivande faktorer påverkar kodarens koncentration och leder således till ett mindre tillförlitligt resultat (Barmark & Djurfeldt 2015, s. 54). Då grunden i en kvantitativ innehållsanalys är att vara objektiv och kvantitativ, dvs. att tolkning ej ska ske och analysens utfall ska vara oberoende av vem det är som utför analysen, har kodningen av variabeln Positionering utgått från De Benedictis, Orgad och Rottenbergs (2019) artikel och hur dem kodade deras artiklar, detta för att undvika tolkningsproblem.

Någonting som upptäcktes vid kodningstestet var att antalet variabelvärden behövde utökas hos variabeln Huvudperson, då flera olika typer av personer representerades än väntat. Vid en första kodning fanns endast variabelvärdena Offer, Förövare, Profil och Privatperson, men under kodningstestet blev det tydligt att grundarna för #Visparkarbakut, Caroline Crafoord och Mika Thalén, ofta var huvudpersonerna i artiklarna och därför skapades variabelvärdet Grundare. Det blev även tydligt att personer som pratade utifrån sin yrkesroll och inte som privatperson, exempelvis ordförande i Svenska Ridsportsförbundet, poliser och universitetslektorer, var huvudpersoner i flera artiklar och därför tillkom även variabelvärdet Ämbetsman för att ge en tydligare bild av vilka personer som representeras i artiklarna.

5.5 Validitet och reliabilitet

Validitet kan förklaras med huruvida studien är giltig eller inte och att det som mäts i studien är det som i början var avsett att mätas. Validiteten är beroende av vad studien mäter och för att uppnå hög validitet är det viktigt att i ett så tidigt skede som möjligt reda ut frågeställningen för studien. Vid konstruering av kodschemat och variablerna togs validiteten i beaktande, detta i syfte att säkerställa att problemområdet nåddes och att frågeställningen besvarades. I och med att ovanstående krav för validitet uppnåddes i denna studien kan den därför anses som valid. Reliabiliteten handlar om noggrannheten i en mätning där reliabiliteten mäter följdriktigheten, överensstämmelsen och pålitligheten hos ett mått på ett begrepp.

5.6 Operationalisering

För att besvara forskningsfrågan ställs frågor till innehållet i artiklarna i form av variabler och dess variabelvärden. Genom att ställa dessa frågor som på olika sätt berör representation inom de utvalda tidningarna översätts teorin till undersökningsbara indikationer som sedan kan sammanställas för att få svar på forskningsfrågan (Barmark & Djurfeldt, 2015, s. 51).

5.7 Tidsperiod

Denna undersökning hade i syfte att samla in en större mängd data, och för att då förenkla och begränsa detta samlades data in från en specifik tidsperiod. Perioden var november år 2017 till och med oktober 2019. Valet av tidsperiod grundar sig i att #MeToo synliggjordes i medierna under hösten 2017, och #visparkarbakut synliggjordes första gången under november 2017 och var därför lämpligt som startpunkt. Insamlingen bestod av data daterad senast oktober 2019, då det var tiden för startskottet av denna undersökningens början och lämpade sig därför väl som ändpunkt.

5.8 Variabler och variabelvärde

Här presenteras de variabler som användes samt en förklaring av dess variabelvärden. Alla variabler i denna analys är kvantitativa (Barmark & Djurfeldt 2015, s. 98).

Då denna studie berör mediekoncentrationens utfall av ett specifikt ämne i nyhetsartiklar, artiklar som handlar om #Visparkarbakut, valdes forskningsstudier som fokuserade på journalistik för att formulera de variabler som användes i denna studie. Variabeln Positionering och dess variabelvärden är hämtade från De Benedictis, Orgad och Rottenbergs (2019) artikel *#MeToo, popular feminism and the news : A content analysis of UK newspaper coverage* men också Lindgrens (2019) undersökning om Twitterinlägg kring #MeToo var positiva eller negativa (Lindgren 2019, s. 419). Övriga variabler har valts för att kunna nå svar på frågeställningarna i denna studie.

5.8.1 Storlek

Storleken på artiklarna visar hur mycket utrymme de får. Därför har variabeln Storlek de olika variabelvärdena Liten, Mellan och Stor. Storleken bedöms efter antalet ord som finns med i artiklarna. Liten består av 1-299 ord, Mellan av 300-599 ord och Stora artiklar räknas som 600 ord eller fler. Det är intressant att se om det är någon av tidningarna som ger mer utrymme till ämnet kring #Visparkarbakut, då det påverkar hur viktig nyheten anses vara (Hvitfelt, 1985). Denna variabel skapades för att ge svar på frågeställningen apropå vilket sätt problemet representeras inom ridsporten. Storleken på artikeln visar hur viktigt tidningen anser att innehållet tycks vara och

genom att korsköra denna variabel med variabeln Positionering kan ett resultat ges som bidrar till svaret på frågan kring vilket sätt problemet representeras inom ridsporten. Om resultatet exempelvis skulle visa att majoriteten av artiklarna är små och negativt eller mixat inställda till #Visparkarbakut går det att tolka resultatet som att tidningarna representerar #Visparkarbakut som någonting negativt. Om resultatet istället skulle visa att majoriteten av artiklarna är stora och har en positiv positionering går det att dra slutsatsen att tidningarna representerar #Visparkarbakut som någonting positivt och viktigt.

5.8.2 Kön

Om det finns en huvudperson i artikeln, exempelvis en person som blir intervjuad eller som artikeln handlar om kommer variabeln Kön ha variabelvärdet Man, Kvinna, Blandat, Annat eller Inget. Detta för att kunna se vilket kön som representeras i artiklarna. Könet bestämdes utifrån det som tidningarna skrivit i artikeln. Om artikeln exempelvis skrev om huvudpersonen som hon och henne fick artikeln variabelvärdet Kvinna, och om artikeln skrev om huvudpersonen som han och honom fick artikeln variabelvärdet Man. Om artikeln däremot skrev om vad som kan uppfattas som både män och kvinnor fick artikeln variabelvärdet Blandat, då både män och kvinnor representerades. Om artikeln skrev om huvudpersonen i form av hen och henom fick artikeln variabelvärdet Annat. Men om det däremot inte fanns någon huvudperson i artikeln eller att könet på denna person inte nämns i någon form fick artikeln variabelvärdet Inget. Denna variabel valdes för att nå svar på frågeställningen kring vilka personer som främst får synas i artiklarna, då det genom denna variabel kan gå att nå ett svar på vilken könstillhörighet de personer som representeras i artiklarna utges att ha.

5.8.3 Huvudperson

För att kunna se vilka personer som får komma till tals i artiklarna valdes variabeln Huvudperson. Om det finns en huvudperson i artikeln likt variabeln Kön, kommer denna variabeln ha variabelvärdet Offer, Förövare, Profil, Privatperson, Grundare och Ämbetsman för att kunna se vilka personer som representeras. Med variabelvärdet Grundare menas en av, eller båda av grundarna till uppropet #Visparkarbakut Caroline Crafoord och Mika Thalén. Variabelvärdet Ämbetsman innefattar exempelvis ordförande i Svenska Ridsportsförbundet, poliser och andra

personer som uttalar sig utifrån sin yrkesroll och inte som privatperson. Likt variabeln Kön har även variabeln Huvudperson valts utifrån frågeställningen kring vilka personer som främst får synas i artiklarna. Genom att använda sig av de olika variabelvärdena Offer, Förövare, Profil, Privatperson, Grundare och Ämbetsman ges ett svar på vilken typ av person som representeras i artiklarna. Detta är intressant då det kan ge en bild av vilken typ av person som tidningarna väljer att representera.

5.8.4 Tidning

Denna variabel har variabelvärdet Hippson, Ridsport, DN och SvD för att kunna se vilken tidning som har skrivit artikeln. Variabeln Tidning ger delvis svar på frågan angående på vilket sätt problemet representeras inom ridsporten, detta då genom att koda artiklarna utifrån vilken tidning som publicerat det kan dra slutsatser kring hur respektive tidning tycks ställa sig till #Visparkarbakut och dess innebörd.

5.8.5 Bild

Variabeln Bild har värdena Ja eller Nej. Med denna variabeln går det att få en uppfattning om hur många av artiklarna som illustreras med en bild. Detta är intressant då det är mer troligt att en läsare klickar sig in på en artikel som har en tillhörande bild, samt att artiklar med bilder oftast får mer plats och får ett större nyhetsvärde. Lindquist (2010) menar att även intetsägande arkivbilder som tillhör en artikel, så är chansen ändå större att den uppmärksammas av läsaren än en artikel utan tillhörande bild. Det är därför intressant att undersöka vilka tidningar och artiklar som väljer att ha tillhörande bilder och inte då det delvis ger svar på frågan kring vilket sätt tidningarna väljer att representera problemet. Om tidningarna valt att ha tillhörande bilder till artiklarna går det att anta att de anser att ämnet på något sätt är viktigt då de önskar att läsarna ska klicka sig in på artiklarna.

5.8.6 Positionering

Denna variabel är inspirerad från De Benedictis, Orgad och Rottenbergs (2019) artikel där de använde sig av denna variabel med variabelvärdena Positiv, Negativ, Mixad och Oklart för att kunna se vilken ton, attityd eller positionering tidningarna skildrar i artiklarna kring #Metoo. Likt deras studie är detta ytters relevant även i denna studie då det hjälper till att få en bild av hur #Visparkarbakut framställs i tidningarna. Om artiklarna visade validering, uppskattning och

erkännande kodades artikeln som positiv. Om artikeln visade tecken kritik och cynism kodades den som negativ. Om tonen i artiklarna var både positiv och negativ kodades den som Mixad, samt om det inte gick att se någon ton, attityd eller positionering kodades den som Oklar (De Benedictis, Orgad & Rottenberg 2019, s. 723). Variabeln Positionering ger svar på frågeställningen huruvida tidningarna skildrar #visparkarbakut på ett positivt eller negativt sätt, men även på frågan kring vilket sätt problemet representeras inom ridsporten.

Genom att använda dessa typer av variabler som på olika sätt berör representation översätts teorin till undersökbara indikationer som sedan kan sammanställas för att få svar på forskningsfrågan kring hur #Visparkarbakut har rapporterats om i de utvalda tidningarna (Barmark & Djurfeldt 2015, s. 51).

5.9 Metodreflektion

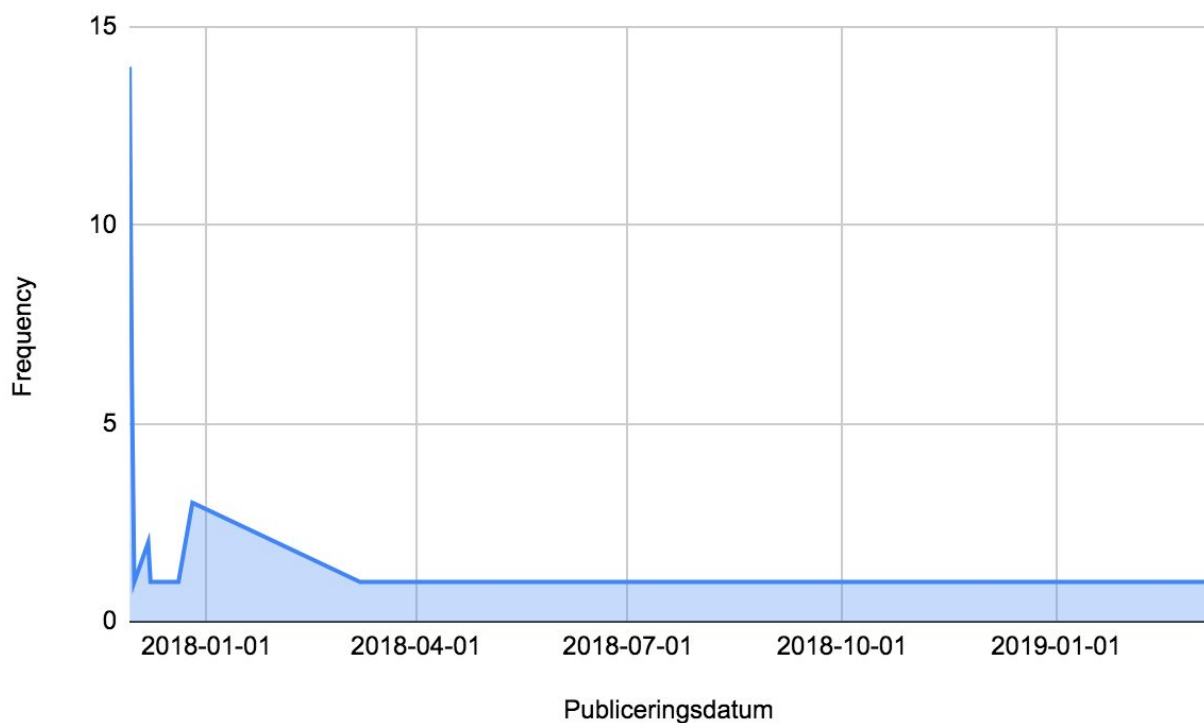
Kvantitativa innehållsanalyser innebär ofta att det mäts och räknas, och att hänsyn inte tas till enskild data, i detta fall enskilda artiklar. Då syftet vid en kvantitativ innehållsanalys är att möjliggöra generaliseringar av ett större material finns det ett stort rum för tolkning, som det även gör i kvalitativa innehållsanalyser. Men för att då minska risken för subjektivitet i de tolkningar som gjorts i studien, var det av vikt att säkerställa att variablerna är kvantifierbara samt att analysen är genomförd på ett systematiskt sätt. Detta för att kunna sammanställa materialet och resultatet på ett sätt som gör det möjligt att hitta statistiska samband. Även de variabler som är med i denna studie har utformats så entydigt som möjligt för att undvika tolkningar så långt som det är möjligt. Dock så fanns en variabel som bidrog med mer subjektivitet till denna studie, nämligen positionering. Därför säkerställdes objektivitet för denna variabel genom att utgå från De Benedictis, Orgad och Rottenbergs (2019) studie och deras sätt att se på positionering. Urvalet i denna studie bestod av fyra olika tidningar som bestämdes innan datan samlats in, vilket i sin tur ledde till ett datamaterial på endast 36 artiklar, vilket kan anses som relativt litet. Hade istället fler tidningar valts ut hade datamaterialet troligtvis blivit större och därmed kunnat leda till ett mer generaliserande svar. Därför hade det kunnat varit lämpligt att antingen utöka antalet tidningar, alternativt valt en kvalitativ innehållsanalys som metod för att istället försöka nå under den

manifesta ytan och se vad innehållet faktiskt innebär. Detta till trots har ändå den kvantitativa innehållsanalysen valts som metod, och resultatet på 36 artiklar visar samtidigt på det faktum att det inte skrivits mer artiklar om #Visparkarbakut.

6. Resultat

Undersökningen resulterade i 36 artiklar, varav 10 i Hippiuson, 12 i Tidningen Ridsport, 11 i Dagens Nyheter och 3 i Svenska Dagbladet. Nedan följer redogörelser för undersökningens resultat, där de mest utmärkande skillnaderna redovisas i diagram som är skapade genom bivariata analyser som innebär att man tittar på två variabler i relation till varandra.

6.1 Tidsperiod

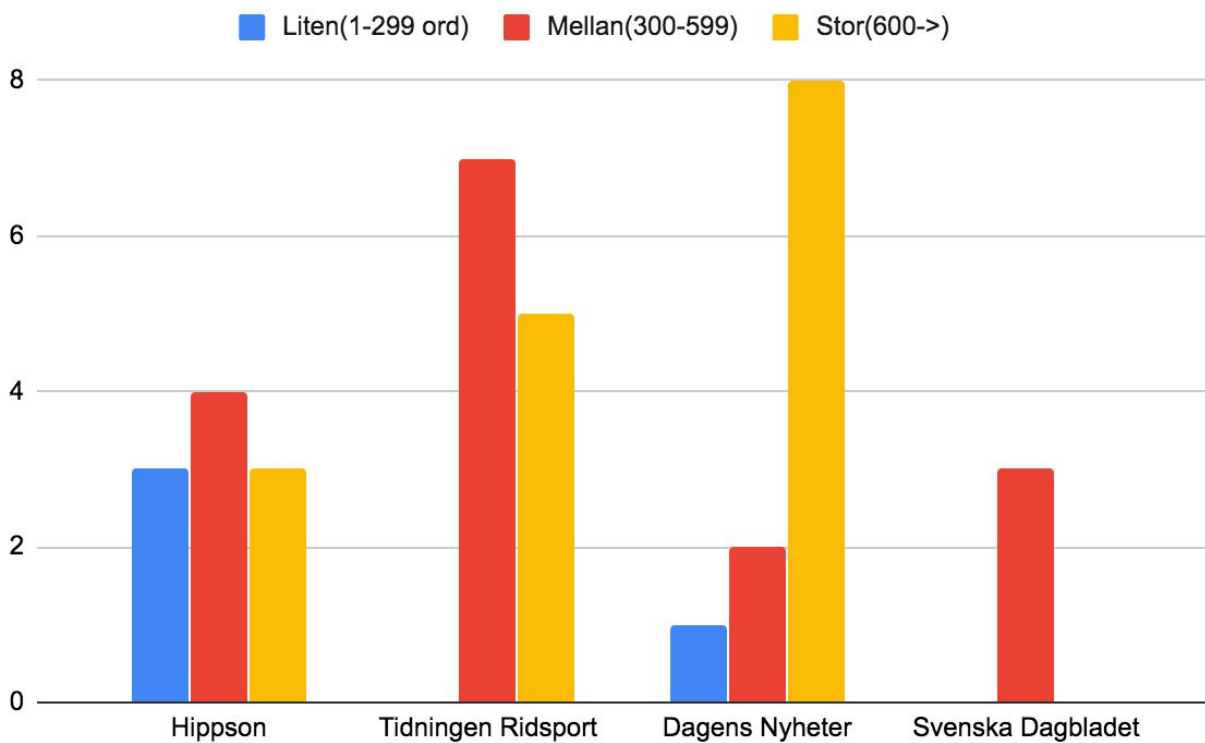


Figur 1.1

Figur 1.1 visar en tidslinje över publiceringsdatum för alla 36 artiklar, där det finns tre datum som utmärker sig i antal publicerade artiklar. 14 artiklar publicerades 2017-11-29, 6 artiklar publicerades 2017-11-30, 2 artiklar publicerades 2017-12-07 och 3 artiklar publicerades 2017-12-26. Under

övriga datum publicerades endast 1 artikel, samt att sista sökbara artikel i utvalda tidningar publicerades 2019-03-07. Efter det sista datumet återfanns inga fler artiklar som föll inom ramen för denna undersökning, trots att sökperioden var satt till oktober 2019.

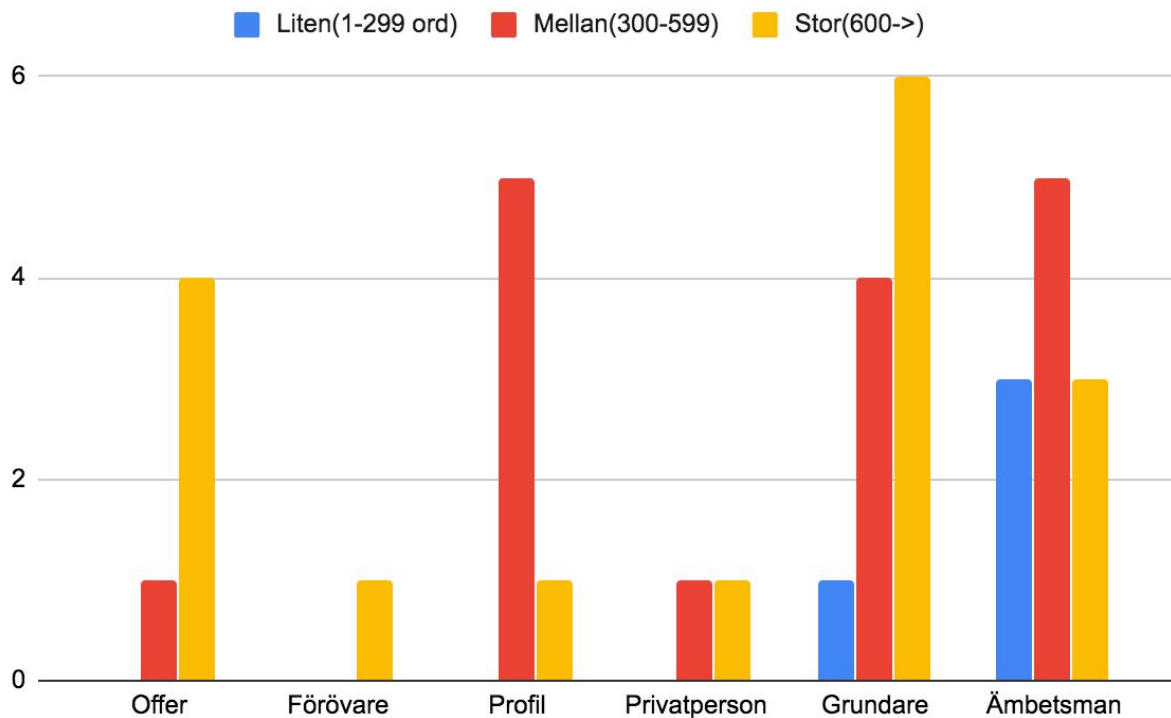
6.2 Storlek och tidning



Figur 1.2

Ovanstående figur visar vilken storlek artiklarna har i respektive tidning. Det som syns tydligt i figuren är att Tidningen Ridsport och Dagens Nyheter har skrivit flest artiklar med mest antal ord. Av de totalt 36 artiklarna var dock endast 4 stycken små, 16 stycken var mellan och 16 stycken var stora. 58,3% av Tidningen Ridsports artiklar föll under kategorin Mellan och 72,7% av Dagens Nyheter artiklar föll under kategorin stor. Hippson och Dagens Nyheter var de tidningar som publicerat artiklar som i denna studie klassades som små, där Hippson publicerade 3 små artiklar och Dagens Nyheter publicerade en sådan artikel.

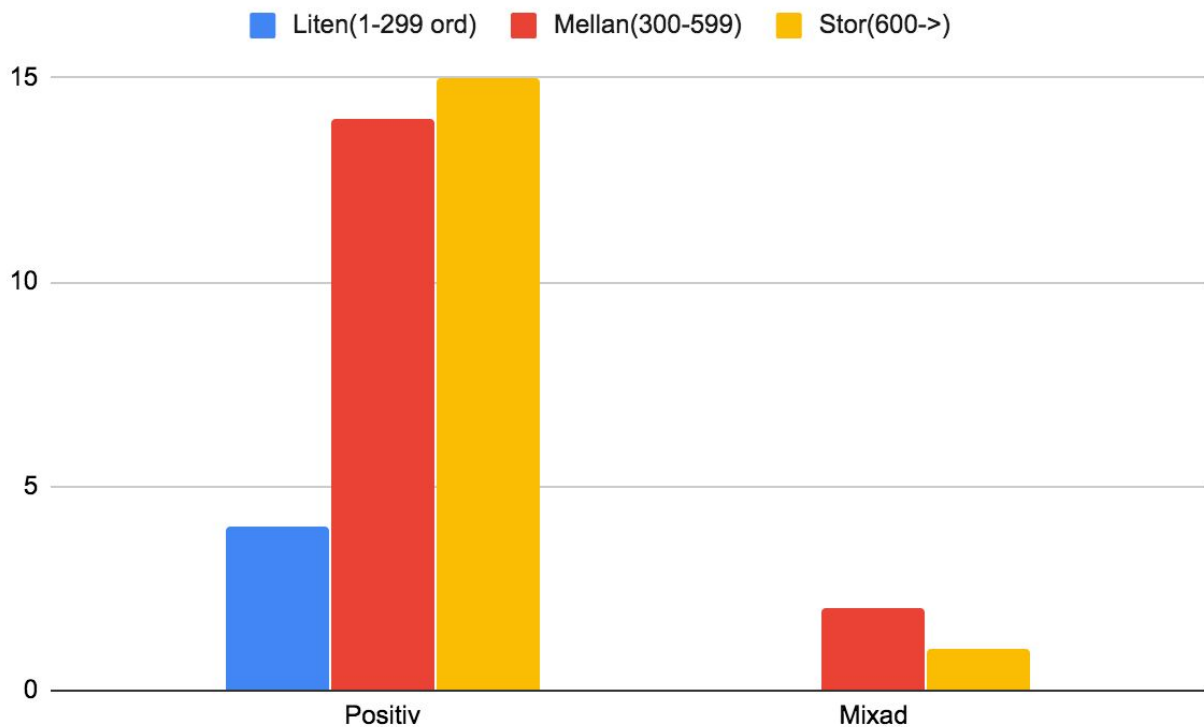
6.3 Storlek och huvudperson



Figur 1.3

I figur 1.3 visas vilken storlek artikeln har utifrån vilken huvudperson som får störst utrymme i artikeln. Figuren visar att ämbetsmän, grundare och profiler har störst plats i artiklarna både gällande storlek på artikeln och i antal artiklar de medverkar i. I 11 av artiklarna är huvudpersonen ämbetsmän, i 11 är de grundare och i 6 är de profiler. Offer är med i 5 av artiklarna, varav 4 stycken av dessa faller under kategorin stor. Förövare är endast med i en av de totalt 36 artiklarna, där artikeln tillhör kategorin stor.

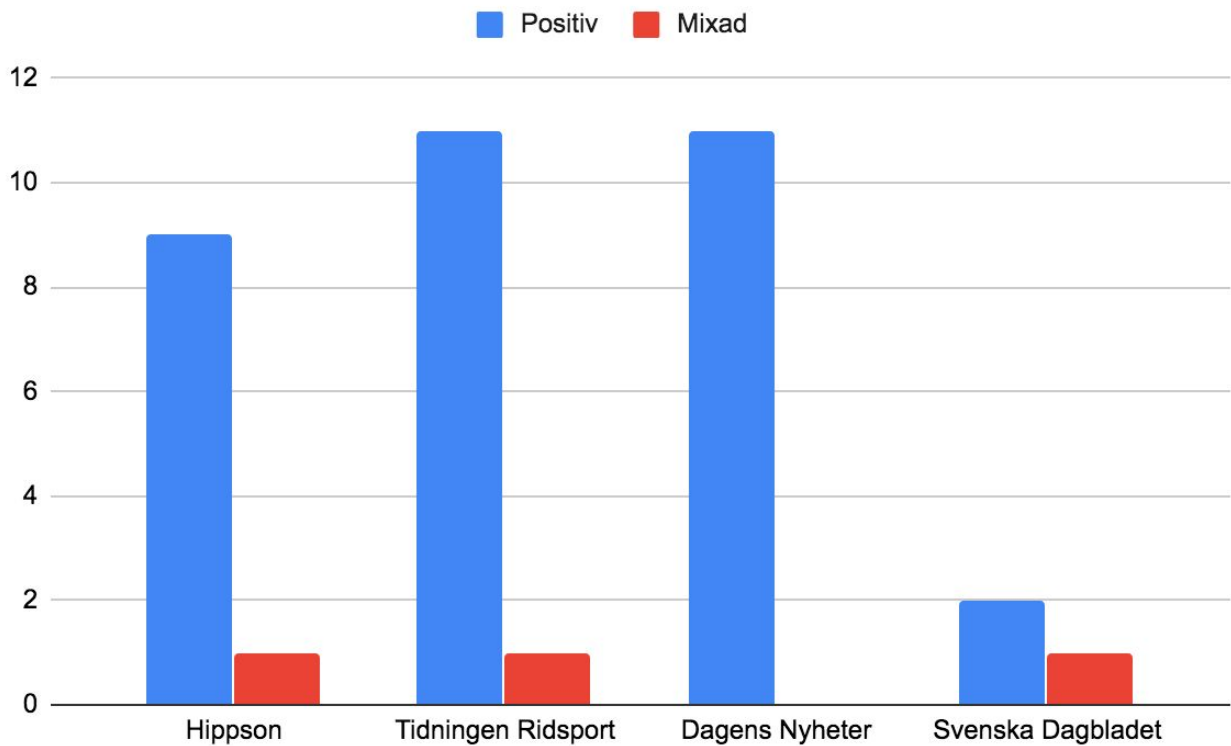
6.4 Positionering och storlek



Figur 1.4

I figur 1.4 visas vilken storlek artiklarna har i förhållande till artiklarnas positionering. Figuren visar att endast 4 av 36 artiklar var små, där samtliga av de små artiklarna var positiva. 16 av artiklarna föll under kategorin mellan, där 14 av artiklarna var positiva och 2 var mixade. Majoriteten av de positiva artiklarna föll under kategorin stor, då 15 av artiklarna var positiva och stora samt att endast en artikel som var mixad inställd föll under kategorin stor.

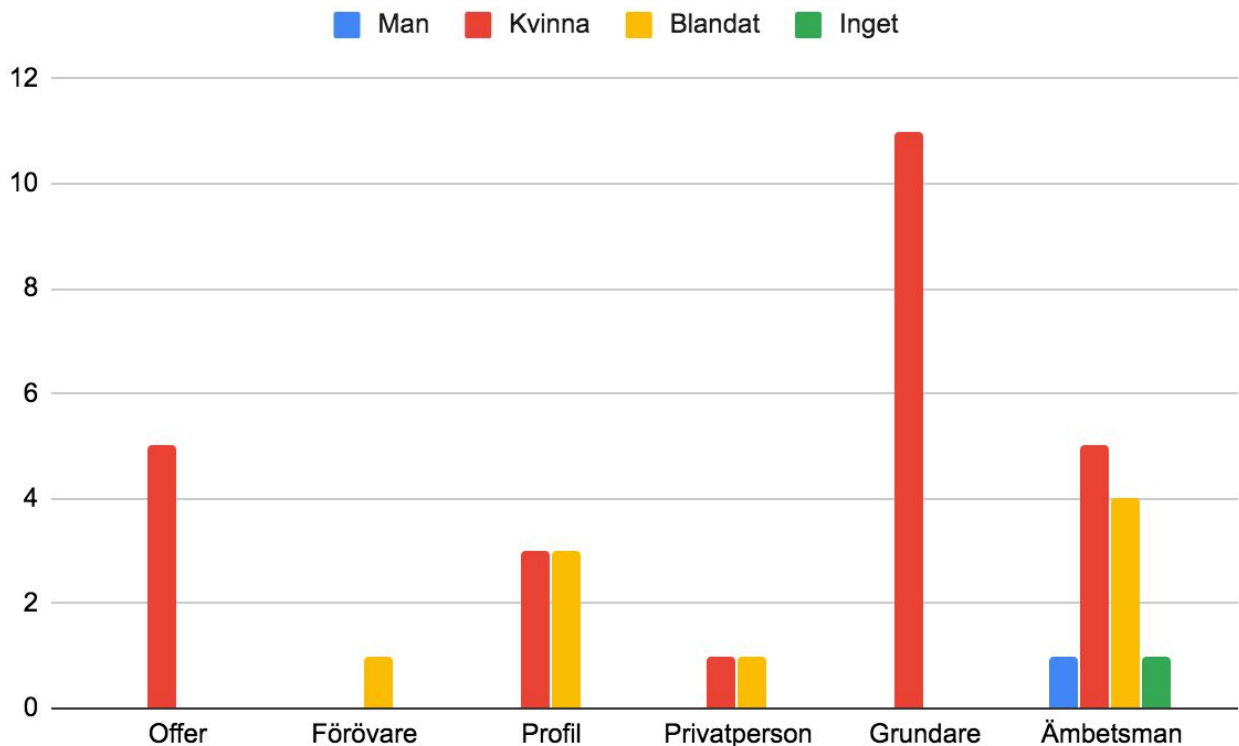
6.5 Positionering och tidning



Figur 1.5

I ovanstående figur visas vilken positionering de olika artiklarna har i respektive tidning. Tidningsartiklarna kunde antingen vara positiva, negativa eller mixade, vilket gör att det tydligt syns i ovanstående figur att ingen av artiklarna tycktes vara negativt positionerade gentemot #visparkarbakut. Ingen av artiklarna kunde heller ges variabelvärdet Oklart. Dagens Nyheter var den enda tidning som endast hade artiklar som kunde bedömas som positiva. Tidningen Ridsport och Dagens Nyheter var de två tidningar som publicerade flest antal positiva artiklar, nämligen 11 stycken vardera. Tidningen Hippiison publicerade totalt 10 stycken artiklar där 9 av de artiklarna var positiva och 1 var blandad. Svenska Dagbladet var den tidning som publicerade minst antal artiklar, 3 stycken totalt, varav 2 var positiva och 1 var blandad.

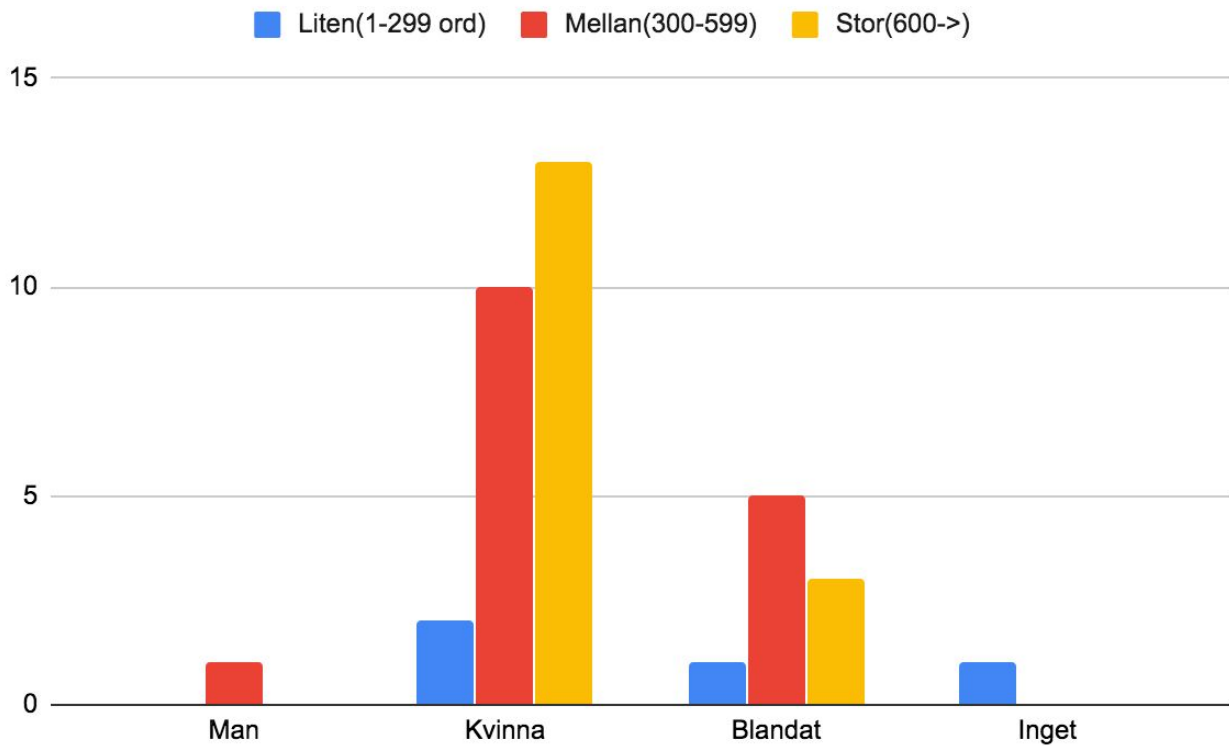
6.6 Kön och huvudperson



Figur 1.6

I figur 1.6 beskriver stapeldiagrammet vilket kön huvudpersonerna tillskrivs i artiklarna. 25 av huvudpersonerna i artiklarna var kvinnor, 1 var Man, 9 var Blandat, dvs. både män och kvinnor, samt 1 tillhörde kategorin Inget då kön inte skrevs ut i någon form. I kategorin Offer var 5 av totalt 5 kvinnor. Figuren visar även att antalet kvinnor och blandat representeras lika mycket i kategorin Profil, där 3 av profilerna som gestaltades i artiklarna var kvinnor och tre av profilerna var blandat, dvs. både män och kvinnor. Det samma gällde vid kategorin Privatperson, där antalet kvinnor var 1 och antalet med både män och kvinnor, dvs. Blandat, också var 1.

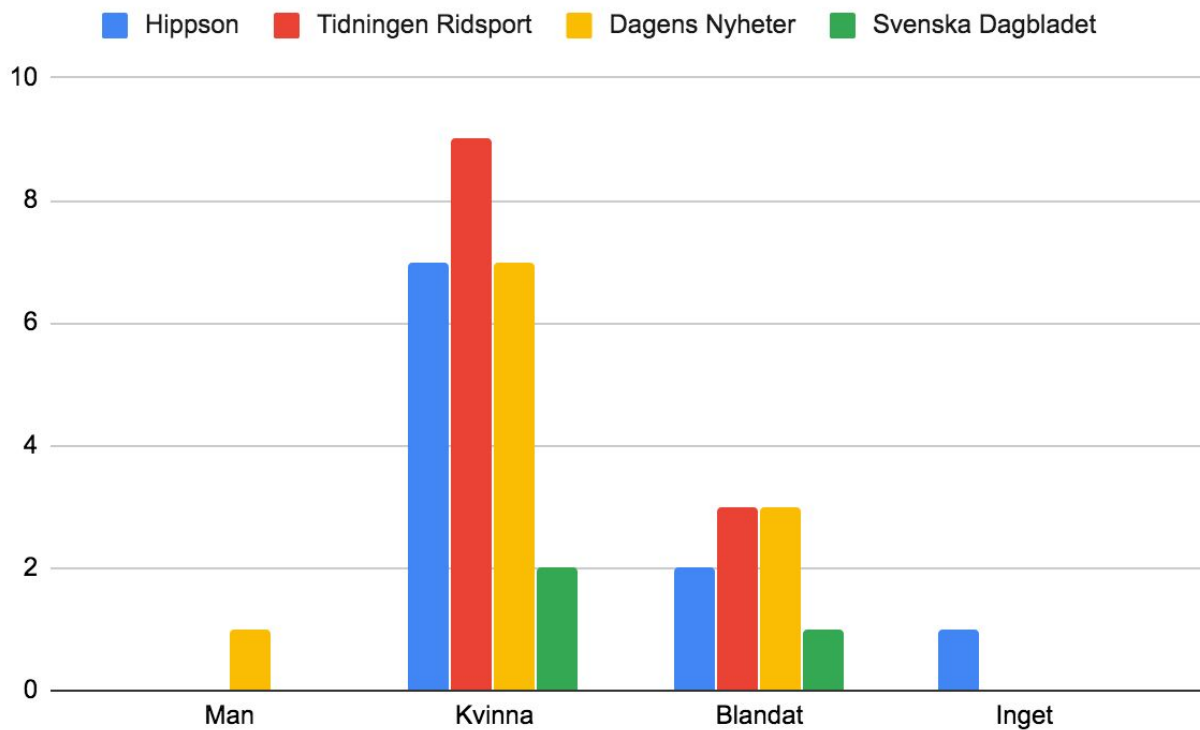
6.7 Kön och storlek



Figur 1.7

I ovanstående figur visar diagrammet storleken på artiklarna i förhållande till vilket kön huvudpersonen i artikeln har. Som tidigare visat i figur 1. är majoriteten av de tillskrivna könen kvinnor, vilket även visar sig i denna figur. De artiklar där kvinnor var det tillskrivna könet var majoriteten av artiklarna stora. 13 artiklar med kvinnor som huvudperson föll under kategorin Stor och 10 föll under kategorin Mellan. När könet var blandat föll 5 under kategorin Mellan och 3 under kategorin Stor.

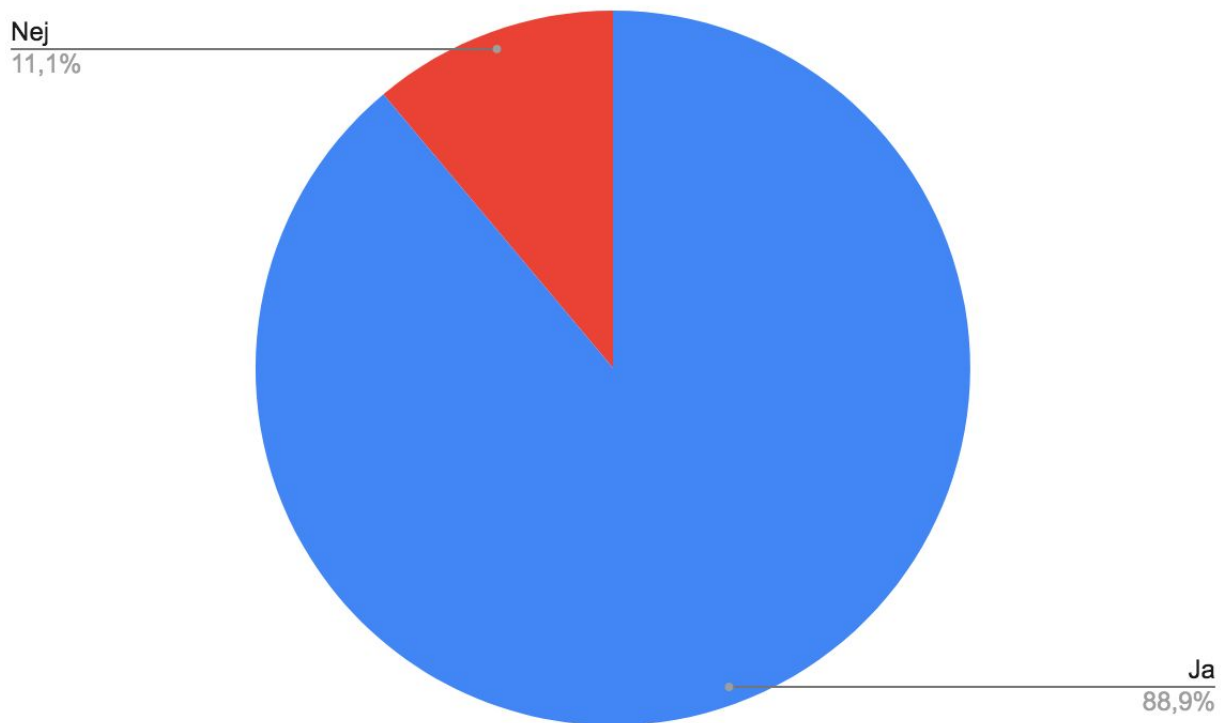
6.8 Kön och tidning



Figur 1.8

Ovanstående diagram visar vilket kön som var mest representativt i respektive tidning. Resultatet visar att Tidningen Ridsports artiklar innehöll flest kvinnliga huvudpersoner, närmare bestämt 8 stycken. Tidningarna Hippson och Dagens Nyheter gestaltade lika många kvinnor som huvudpersoner i deras artiklar, nämligen 7 stycken vardera och Svenska Dagbladet gestaltade 2 kvinnor som huvudpersoner i deras artiklar. Dagens Nyheter och Tidningen Ridsport var de tidningar som publicerat flest artiklar där huvudpersonerna var Blandat, nämligen både män och kvinnor. Där visade resultatet att de hade 3 artiklar vardera med huvudpersoner som var både män och kvinnor. Endast en tidning publicerade en artikel där huvudpersonen enkom var en man och det var tidningen Dagens Nyheter.

6.9 Bild



Figur 1.9

I frågan om artiklarna hade en tillhörande bild återfanns att endast 4 av totalt 36 artiklar inte hade en bild, vilket innebär att 88.9% av artiklarna hade en tillhörande bild och att 11.1% av artiklarna inte hade en tillhörande bild.

7. Analys

Genom att sammankoppla resultatet från den utförda undersökningen med undersökningens tidigare forskning och teoretiska ramverk skapas en tydligare bild och förklaring till varför resultatet ser ut som det gör. Då det huvudsakliga syftet med denna studie var att undersöka tidningarnas gestaltning av #Visparkarbakut och då utifrån Karlsson och Strömbäcks (2015) samlingsverk *Handbok i journalistikforskning* samt Goffmans (1986) bok *Frame analysis* med fokus på gestaltningsteorin. Analysen tar även avstamp i Halls (2013) teori om representation och hur representation kan ses

genom bild och text är det av vikt att förklara studiens resultat utifrån denna teori. I sin text skriver Hall (2013) att representation kan ses genom både text och bild och att dessa kan begripas på olika sätt, men denna studie kommer främst att använda sig av Halls (2013) teori med fokus på språk, text och ord då syftet är att analysera det textuella innehållet och inte nyhetsartiklarnas bilders betydelse. För att sammanfatta vad representation innebär går det att se på representation som den process, som medlemmar av en kultur, använder språk för att skapa en mening. Det är vi, människorna i ett samhälle och i en kultur, som ger saker en mening, men meningen av någonting förändras hela tiden från en kultur eller tidsperiod till en annan (Hall 2013, 45).

Utifrån Halls (2013) angreppssätt om hur människan skapar mening och hur mening representeras kommer denna studie att analysera resultatet utifrån de reflekterande, de avsiktliga och de konstruktionistiska angreppssättet. Genom dessa angreppssätt önskar denna studie få en ökad förståelse varför tidningarna och journalisterna som skrivit artiklarna valt att representera dem på det sätt de gjort. Därför är det intressant att analysera på vilket sätt någonting beskrivs, i detta fall hur #visparkarbakut beskrivs i olika tidningar.

7.1 Tidsperiod

Vid analys av under vilken tidsperiod som artiklarna publicerades syntes tydligt att majoriteten av artiklarna publicerades under samma datum, vilket var 2017-11-29. Det var den 15 oktober 2017 som hashtaggen #MeToo publicerades för första gången, vilket sedermera ledde till en global rörelse där människor över hela världen gjorde statusuppdateringar under hashtaggen #Metoo (De Benedictis, Orgad & Rottenberg 2019, s. 719). Det är troligen ur denna rörelse som #Visparkarbakut växte fram och anledningen till att flest antal artiklar kring just #Visparkarbakut skrevs 2017-11-29 beror troligen på att det var under detta datum som bland annat Hippson i en artikeln publicerade ett öppet brev från rörelsen #Visparkarbakut, vilket tycktes bli startskottet för denna rörelses publicitet (Bank 2017). Att tidningarna valde att publicera artiklar kring #Visparkarbakut kan ha bidragit till att öka kampanjens synlighet, som även Benedicits, Orgad och Rottenberg (2019) kom fram till i deras undersökning av den brittiska dagspressens rapportering om

#MeToo. Där menade forskarna att tidningar spelade en viktig roll för att öka kampanjens synlighet (De Benedictis, Orgad & Rottenberg 2019, s. 719).

Varför fler artiklar inte publicerades under flera olika datum har denna undersökning inte kunnat nå fram till något resultat om, men det skulle kunna förklaras genom det resultat som Lindgren (2019) kom fram till i sin studie. Lindgrens (2019) studie kom fram till att #MeToo snabbt började förlora sitt momentum efter den initiala och explosiva påverkan, detta genom antagonism och sloganisering som i allt högre grad tyngde ned och tömde ut den ursprungliga kampanjen, vilket även kan ha skett med #Visparkarbakut och att det med anledning av detta inte publicerades ett avsevärt större antal artiklar (Lindgren 2019, s. 418). Men då denna undersökning inte har ett konkret bevis på att så var fallet går inga direkta slutsatser att dra varför fler artiklar inte publicerades.

7.2 Storlek

Artiklarnas storlek undersöktes i förhållande till vilken tidning som publicerat artikeln samt hur stora artiklarna var i förhållande till huvudpersonen i artiklarna. Där visade resultatet att tidningarna Ridsport och Dagens Nyheter hade skrivit flest artiklar med mest antal ord. Storleken på artiklarna har betydelse för hur viktigt läsarna uppfattar att ämnet är och hur viktig huvudpersonen anses vara. Enligt Hall (2013) kan mening och betydelse förklaras genom språket, i detta fall i artiklarna, där ett angreppssätt för att förklara mening genom språket är att det är talaren, den som skrivit texten, som ålägger sin egen unika mening om världen genom språket. Orden betydelse och mening bestäms därför av talaren och denna förklaring kallas för avsiktligt angreppssätt (Hall 2013, s. 10). I detta fall är det därmed skribenten av artiklarna som ger mening och representerar ämnet i form av ord, och utifrån detta ger en förståelse av att storleken har betydelse då det bör innebära att talaren, skribenten, anser att ämnet är viktigt. Detta kan därmed bidra till uppfattningen att #Visparkarbakut är viktigt och meningsfullt.

Betydelsen för artiklarnas storlek skulle även kunna tolkas enligt Halls (2013) andra angreppssätt för att förstå mening, nämligen genom ett konstruktionistiskt angreppssätt som innebär att verkligheten eller aspekter av verkligheten är socialt konstruerade vilket innebär att de är produkter

av mellanmänsklig interaktion och kollektivt handlande. Med det menar Hall (2013) att saker inte har en mening i sig, utan att människan skapar mening genom ett representativt system av begrepp och tecken (Hall 2013, s. 11). Artiklarnas storlek i förhållande till tidningen som publicerat den och huvudpersonen som syns i artiklarna kan därför förklaras utifrån det faktum att verkligheten kring #Visparkarbakut är socialt konstruerade och att det är samhället som har bestämt att det ska anses viktigt. Det i sin tur kan därför leda till att de som skriver artiklarna anser att det är viktigt att skriva stora artiklar kring #Visparkarbakut för att det är vad som förväntas av samhället. Själva #Visparkarbakut har därför inte en mening i själva ordet, med det menas att hashtagen kunnat heta något helt annat men betydelsen hade fortfarande varit densamma, nämligen ett uppror mot sexuellt våld och sexuella övergrepp och trakasserier.

I denna studie valdes två ridsportstidningar och två dagstidningar ut för analys och där visade resultatet från den undersökningen att Dagens Nyheter både hade skrivit fler antal artiklar och hade flest antal artiklar som föll under kategorin Stor i jämförelse med den andra dagstidningen Svenska Dagbladet. Detta kan bero på de olika tidningarnas politiska inriktning då Dagens Nyheter's politiska beteckning är oberoende liberal och Svenska Dagbladet obunden moderat och därför troligen fokuserar olika mycket på olika ämnen beroende på den politiska ideologin. Det går att anta att Dagens Nyheter och dess liberala politiska ideér medför att de skriver mer om feministiska ämnen som #Visparkarbakut, medan Svenska Dagbladet och dess moderata politiska ideér kan anses mer konservativa och inte lika fokuserade på feministiska frågor, och därmed inte skrivit lika mycket om #Visparkarbakut.

Bland de två ridsportstidningarna som valts ut, Hippson och Tidningen Ridsport, visade det sig att Tidningen Ridsport hade flest antal artiklar som handlade om #Visparkarbakut samt hade mer artiklar som föll under kategorin Stor än vad Hippson hade. De två olika ridsportstidningarna skiljer sig åt på olika vis, dels genom att vissa av Tidningen Ridsports artiklar är så kallade plusartiklar som innebär att läsaren måste betala för att läsa dem, medan Hippson endast har gratisartiklar i den digitala formen. En annan skillnad är var de olika tidningarnas fokus tycks ligga kring nyhetsrapportering och bevakning, då Tidningen Ridsport har ett stort fokus på att rapportera och bevaka hästavel och ridsportstävlingar, medan Hippson ofta publicerar händelser och reportage hos privatpersoner. Detta

gör att den allmänna uppfattningen om tidningarna är att Tidningen Ridsport riktar sig till eliten och att Hippson riktar sig till hobbyryttare, samt att Tidningen Ridsport anses vara Sveriges största hästsportsmedium. Storleken på de olika tidningarnas redaktioner skiljer sig även åt, då redaktionen på Tidningen Ridsport består av tretton personer, medans det på Hippsons hemsida inte går finna någon information om antalet personer på redaktionen, vilket kan antyda att redaktionen eventuellt är mindre än Tidningen Ridsports redaktion.

Med detta i bakhuvudet går det därför anta att anledningen till att Tidningen Ridsport publicerat flest artiklar i både antal och storlek dels beror på att tidningen tycks ha större resurser för att kunna producera och publicera fler antal artiklar, dels i form av antalet journalister på redaktionen och dels i form av den inkomst som kommer från plusartiklarna. I och med att tidningen Hippson inte har några betaltjänster på deras hemsida går det därför att anta att deras ekonomiska resurser är mindre än hos Tidningen Ridsport och därmed inte har samma möjligheter att producera och publicera ett lika stort antal artiklar som Tidningen Ridsport. En annan anledning till att Tidningen Ridsport är större i antal artiklar än Hippson kan bero på att tidningen riktar sig till eliten, den grupp som har möjlighet att påverka och förändra och att de därför anser att det är viktigt att publicera mycket kring #Visparkarbakut. Men å andra sidan skulle det även gå att anta att även Hippson har möjlighet att påverka och visa att #Visparkarbakut är viktigt, då deras tidning riktar sig till privatpersoner som är en stor grupp sett till antal och därmed kan ha makt att påverka och förändra. Viktigt att ha i åtanke är att skillnaden i antal artiklar och artiklarnas storlek dock inte var särskilt stor, då Tidningen Ridsport publicerade 12 artiklar, varav 5 av dessa var stora, och Hippson publicerade 10 artiklar varav 3 av dessa var stora. Slutsatsen från denna analys blir därför att skillnaderna mellan de olika tidningarna troligen beror på deras resurser i form av antal journalister och ekonomiska tillgångar, men att det inte bör dras för stora slutsatser av detta då skillnaden i antal artiklar som berör #Visparkarbakut inte var särskilt stor.

7.3 Positionering och tidning

I analysen angående tidningarnas positionering till #Visparkarbakut visade det sig att majoriteten av tidningarna var positivt inställda, då endast 3 av totalt 36 artiklar var mixat inställda, dvs. både

positivt och negativt inställda, och övriga var positivt inställda. Enligt De Benedictis, Orgad och Rottenberg (2019) var tonen i artiklarna särskilt viktiga för deras studie då syftet var att försöka bestämma om inramningen av #MeToo följde liknande mönster som avslöjats av andra studier av kvinnors rörelser. Likt De Benedictis, Orgad och Rottenberg (2019) studie kodades även denna studie för den övergripande tonen som karakteriserade artikeln och artikelns positionering av #Visparkarbakut. Artiklarna kodades antingen som positiva, negativa, blandade / balanserade eller oklara, utifrån Orgad och De Benedictis (2015) tidigare innehållsanalys av nyhetstäckning (De Benedictis, Orgad & Rottenberg 2019, s. 723). Deras studie kom slutligen fram till att pressen hade bidragit till att utöka och förstärka #MeToos synlighet på viktiga sätt vilket således anses vara fallet även i denna studie (De Benedictis, Orgad & Rottenberg 2019, s. 719).

Resultatet från denna studie visar att den feministiska rörelse som #Visparkarbakut är, endast porträtterats på ett positivt, och ibland mixat sätt, och utifrån detta resultat aldrig förminskats, avlegitimerats eller avpolitiserats i varken Tidningen Ridsport, HippiSon, Dagens Nyheter eller Svenska Dagbladet. Enligt Mendes, Ringrose och Keller (2018) får #MeToo överlevande av sexuella övergrepp att känna sig sedda och hörda, vilket leder till solidaritet. Därför går det att förstå att även #Visparkarbakut bidrar till att de som fallit offer för sexuella övergrepp känner sig sedda och hörda då tidningarna uppmärksammar dem, och då även bidrar till solidaritet. I och med denna solidaritet sker en ökning av det feministiska medvetandet hos personerna som använder sig av #Visparkarbakut. På grund av att majoriteten av tidningarna positionerade sig på ett positivt sätt gentemot #Visparkarbakut går det att anta att detta har bidragit till att denna rörelse, dels kan anses som viktig och betydande av läsarna, men också till dess vidare spridning.

Det går även att analysera tidningarnas positionering gentemot #Visparkarbakut utifrån dagordningsteorin, som innebär att de sakfrågor och ämnen som finns i tidningarnas dagordning påverkar publikens opinion samt att de frågor som tas upp i tidningarna anses vara de viktigaste frågorna i samhället (Shehata 2015, s. 354-355). Då tidningarna valt att gestalta #Visparkarbakut på ett positivt sätt bidrar de till att publiken får en uppfattning om hashtaggen som någonting positivt, samt att det är ett ämne som är viktigt för samhället i stort. Samtidigt går det även att analysera detta utifrån gestaltningsteorin som istället handlar om *hur* människor förstår det innehåll och den bild

som ges av omvärlden, i detta fall bilden av att #Visparkarbakut är någonting positivt. Enligt gestaltningsteorin bör texten och dess innehåll tolkas, vilket innebär att den positiva bilden av hashtaggen inte nödvändigtvis behöver vara den absoluta sanningen. Tolkning bör därför ske kring gestaltningen av hashtaggen, då det skulle kunna vara så att tidningarna vill ge en bild av att denna rörelse är någonting positivt, trots att det nödvändigtvis inte måste vara så (Shehata 2015, s. 360). Rapportering kring #Visparkarbakut kan även ses som en sakfrågespecifik gestaltning, då gestaltningen främst handlar om att definiera problemen som hashtaggen berör, som exempelvis sexuella övergrepp och sexuella trakasserier inom ridsportsvärlden. Då frågor kring sexuella övergrepp och sexuella trakasserier inom olika yrken, kulturer och samhällen varit väl diskuterade under perioden för denna studie går det därför att konstatera att tidningarna gör en sakfrågespecifik gestaltning av #Visparkarbakut, då denna typ av gestaltning främst handlar om att gestalta ett problem på ett sätt som styr den allmänna debatten (Shehata 2015, s. 363).

7.4 Kön och huvudperson

Vilket kön som representeras både utifrån huvudpersonen i artikeln och i förhållande till artikelns storlek undersöktes och där visade resultatet att majoriteten av de kön som syntes i artiklarna var kvinnor, närmare bestämt 25 stycken. Då könet Man endast var tydligt tillskrivet i en av de totalt 36 artiklarna går det i denna studie att med säkerhet dra slutsatsen att män generellt sett inte representeras i diskussionen om #Visparkarbakut. Varför majoriteten av personerna i artiklarna var kvinnor kan ha många olika förklaringar, dels att #MeToo och rörelser som växt fram ur #MeToo som #Visparkarbakut till största del berör just kvinnor då det oftast är det kön som utsätts för sexuella trakasserier och sexuella övergrepp. Dels kan det även ha att göra med vilket kön journalisterna vill visa i artiklarna då det är journalisterna som bidrar till den allmänna världsuppfattningen om ett ämne (Askanius & Møller Hartley 2019, s. 22).

Könets betydelse för artiklarna kan även grunda sig i feminismen och det faktum att digital feminism kan upplevas som extremt positivt när det gäller att skapa gemenskap, anslutning och stöd för feministiska åsikter och solidaritet när det gäller att synliggöra våldtäktskulturer genom #Visparkarbakut (Mendes, Ringrose & Keller 2018, s. 244). #Visparkarbakut kan därför tolkas som

en rörelse för kvinnor, av kvinnor. Tidningarna är därmed med och skapar ett rum för denna form av gemenskap och bidrar till att sprida dessa åsikter vidare. Även här går det att ansluta till Halls (2013) teori om hur mening skapas genom språket, då talaren för artikeln, skribenten, reflekterar den sanna meningen som redan finns i den verkliga världen, dvs. att det är kvinnor som utsätts för sexuella övergrepp, men även att det är kvinnor som bidrar till rörelser som #Visparkarbakut som står upp mot dessa övergrepp (Hall 2013, s. 11).

Som tidigare nämnt var representationen av män i de undersökta artiklarna inte särskilt stor i förhållande till kvinnor. Även om det dels kan förstås genom tidigare nämnda förklaringar kring att denna rörelse främst riktar sig till kvinnor och att det därför är dem som får representeras, är det även viktigt att förstå att detta inte behöver vara den absoluta sanningen. Det går därför inte att utesluta att män är med i diskussionen kring #Visparkarbakut och dess vidare spridning, då det är tidningarna själva som väljer vilka som ska representeras. Tidigare forskning av De Benedictis, Orgad och Rottenberg skriver i sin artikel att tidigare forskare har avslöjat hur våldtäkt ofta framställs i nyheterna i termer av enskilda fall och därmed undanröjt att våldtäkt är ett samhällsproblem som många drabbats av och att det i sin tur leder till att fokus och ansvar läggs på offret, inte på samhället (De Benedictis, Orgad & Rottenberg 2019, s. 722). Till skillnad från De Benedictis, Orgad och Rottenbergs forskning visar denna studies resultat inga tydliga tecken på att tidningarna representerar offren på ett negativt sätt eller att det endast skulle finnas enstaka fall som handlar om #Visparkarbakut. Genom att inte lägga fokus på förövarna och deras bakgrund och historia ges inte utrymme för sympati för förövarna, utan istället riktas fokus på att synliggöra problemet genom att visa att det kanske är vanligare än vad som tidigare var känt.

Resultatet av denna studie visade även att majoriteten av de huvudpersonerna som porträtteras i artiklarna är profiler, ämbetsmän och grundarna av #Visparkarbakut. Enligt Askanius och Møller Hartley (2019) teori kring huruvida ett problem porträtteras som ett individuellt eller strukturellt problem går det utifrån denna studies resultat att förstå att tidningarna vill porträttera problemet som ett strukturellt problem snarare än ett individuellt problem. Detta då det generella fokuset i de utvalda artiklarna inte har legat på privatpersoner som upplevt sexuella övergrepp, och inte heller på specifika förövare och gärningsmän. Journalisterna som producerat dessa artiklar har istället valt att

lägga fokus på ämbetsmän och profiler som rör sig inom hästsfären som #Visparkarbakut berör, vilket innebär att fokuset snarare ligger på hästsfären i stort snarare än den enskilda individen.

Vidare går det även att analysera resultatet kring kön och huvudperson utifrån Enbom och Carlssons (2015) teori om forskning kring sportjournalistik som handlar om hur idrotten och dess utövare har representerats symboliskt i både text och bild, samt hur sociala identiteter skapas i mediala berättelser om sport, där forskare inom detta område har intresserat sig för hur det som anses som annorlunda gestaltas i sportjournalistiken i förhållande till en föreställd norm.

Vidare talar Enbom och Carlsson (2015) om genus inom sportjournalistiken, där de menar att frågor som handlar om sportens relation till genusfrågor är ett tydligt huvudspår i forskningen kring sportjournalistik. Tidigare studier kring detta område har visat att manliga sportutövare är överrepresenterade i medierna, men resultatet från denna studie visar istället motsatsen, att kvinnor är överrepresenterade i gestaltningen av #Visparkarbakut. Tidningarna i denna studie bryter därför rådande normer som handlar om att manliga utövare främst representeras, vilket kan leda till sociala konsekvenser i vidare samhällliga och sociala sammanhang då kvinnor istället får ett större medialt utrymme (Enbom & Carlsson 2015, s. 209). Genom att porträttera problemet som en del av en större social rörelse som kämpar mot sexism, kvinnohat och våldtäktskultur ges legitimitet och stöd för rörelsen. Problemet som #Visparkarbakut handlar om beskrivs därför som ett strukturellt problem snarare än ett individuellt problem.

7.5 Bild

Vid undersökningen kring hur många artiklar som hade en tillhörande bild blev resultatet att 88.9% hade en tillhörande bild och endast 11.1% hade inte en tillhörande bild. Lindquist (2010) skriver i sin bok att om artikeln har en tillhörande bild är chansen större att den uppmärksammas av läsarna. Därför kan förklaringen till att majoriteten av artiklarna hade en tillhörande bild vara att artikeln anses som viktig och intressant enligt journalisten, och därför bör ha en bild för att öka chansen för att läsaren ska uppmärksamma artikeln. På grund av att denna undersökning syftat till att undersöka den skrivna texten och innehållet har ingen innehållsanalys gjorts av själva bilden och dess betydelse och mening för artikeln, vilket skulle kunna påverka hur läsaren ser på artikeln.

8. Slutsats

Studiens syfte var att undersöka gestaltningen av #Visparkarbakut i en svensk kontext och i kontext av ridsporten med hjälp av en kvantitativ innehållsanalys. Studien kom fram till att majoriteten av rapporteringen till största del skedde under ett specifikt datum, nämligen 2017-11-29, vilket kan förklaras med att det var under detta datum som det öppna brevet från rörelsen #Visparkarbakut publicerades i ridsportstidningen HippiSon, men även ett flertal andra tidningar. Det totala antal artiklar som skrevs under november 2017 till oktober 2019 i tidningarna HippiSon, Tidningen Ridsport, Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet var 36 stycken. Denna studie har inte undersökt huruvida antalet artiklar kan anses som mycket, lite eller normalt i förhållande till hur rapporteringen har sett ut för andra rörelser som uppstått ur #MeToo, vilket gör att ingen vikt läggs vid antalet publicerade artiklar.

På vilket sätt problemet representeras inom ridsporten i dessa artiklar har denna studie kommit fram till att tidningarna tycks positionera sig på ett positivt sätt till rörelsen, vilket således även ger legitimitet till problemet som #Visparkarbakut vill belysa, samt det faktum att det verkligen existerar. Tidningarna har även genom fokus på hästsfären i stort och inte på enskilda individer beskrivit problemet som ett strukturellt problem snarare än ett individuellt problem. Resultatet visar även att i artiklarna har majoriteten av huvudpersonerna varit kvinnor och till största del varit ämbetsmän, profiler och grundarna av #Visparkarbakut. Tidningarna har genom text och språket valt att representera dessa personer, vilket är av vikt då pressen bidrar till hur människan upplever sin omvärld och vilka frågor som anses vara viktiga för samhället.

Tidningarna har genom ett positivt sätt bidragit till att utöka och förstärka #Visparkarbakut på viktiga sätt, likt det resultat som även De Benedictis, Orgad och Rottenberg (2019) kom fram till i deras studie (De Benedictis, Orgad & Rottenberg 2019, s. 719). I och med den ökade användningen av sociala medier har synsättet ändrats på sociala rörelser och dess förhållanden, vilket lett till att medvetenheten ökat. Det har även lett till att människor idag mobiliserar sig i relation till sociala problem och politiska frågor, vilket visar att tidningarnas roll i spridningen av dessa rörelser är

viktig (Lindgren 2019, s. 420). Den främsta slutsats som denna studie kommit fram till är att tidningarna har representerat #Visparkarbakut på ett positivt sätt och till främsta del valt att göra det genom kvinnornas berättelser och erfarenheter, och därmed inte valt att lägga fokus på förövarna, utan snarare offren och de personer som kan ha möjlighet att påverka och förändra.

9. Vidare forskning

Denna studie genomfördes med hjälp av en kvantitativ innehållsanalys för att på så vis ta reda på hur de utvalda tidningarna representerar #Visparkarbakut. Studiens fokus har därför legat på den manifesta ytan, det uppenbara och självklara, och därmed inte undersökt betydelsen i själva innehållet. Förslag för vidare forskning skulle därför kunna vara att undersöka representation inom detta ämne genom en kvalitativ innehållsanalys och då undersöka vilka bilder som valts till artiklarna, för att undersöka hur det textuella innehållet representeras med hjälp av bilder. Förslagsvis skulle det även kunna ske en undersökning kring valet av rubriksättning och vad det valet grundar sig i, då rubriken kan säga mycket om vilket budskap tidningen ämnar att ge.

En fråga som dök upp under arbetet med studien var huruvida könet på journalisterna som skrivit artiklarna kan ha påverkat dess innehåll, betydelse och sättet de representeras. Det hade varit intressant att undersöka hur fördelningen mellan de olika könen ser ut bland journalisterna som publicerat artiklarna för att se om det finns något mönster i sättet #Visparkarbakut porträtteras. Vid vidare forskning kan förslagsvis därför även en variabel för könstillhörigheten på journalisten som publicerat artikeln användas. För vidare forskning hade det även varit intressant att titta på hur två olika rörelser som skapats ur #MeToo porträtteras i medierna som exempelvis musikernas #Visjungerut och skådespelarnas #Tystnadtågning för att se om det finns några likheter eller skillnader för hur olika upprop porträtteras i olika medier.

Referenslista

Askanius, T. Møller Hartley, J. (2019). Framing gender justice: A comparative analysis of the media coverage of #metoo in Denmark and Sweden. *Nordicom Review*, 40(2), s. 19-36. doi:10.2478/nor-2019-0022.

Bank, F. (2017). 2 000 kvinnor står bakom #visparkarbakut: "Min tränare våldtog mig". *Hippson*, 29 november.

<https://www.hippson.se/artikelarkivet/hippsonnews/1089-kvinnor-star-bakom-visparkarbakut-min.htm> [2019-11-22]

Barmark, M. & Djurfeldt, G. (2015). *Statistisk verktygslåda 0 : att förstå och förändra världen med siffror*. 1. uppl. Lund: Studentlitteratur.

De Benedictis, S. Orgad, S. Rottenberg, C. (2019). #MeToo, popular feminism and the news : A content analysis of UK newspaper coverage. *European Journal of Cultural Studies*, Vol. 22(5-6) s. 718–738. doi: 10.1177/1367549419856831

Ekström, M. & Larsson, Larsåke, (2010). *Metoder i kommunikationsvetenskap* 2. uppl., Lund: Studentlitteratur.

Enbom, J. & Carlsson, E. (2015) Sportjournalistik. I Karlsson, M. & Strömbäck, J. (2015). *Handbok i journalistikforskning*, Lund: Studentlitteratur. S. 207-224.

Esaiasson, P. Gilljam, M. Oscarsson, H. Wängnerud, L. (red.) (2012). *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad*. 4., [rev.] uppl. Stockholm: Norstedts juridik.

Goffman, E. (1986). *Frame analysis : an essay on the organization of experience*. Northeastern Univ. Press., Boston: Northeastern Univ. Press.

Hvitfelt, H. (1985). *På förstasidan: en studie i nyhetsvärdering*. Stockholm: Norstedts Tryckeri

Hall, S. (2013). The work of representation. I: Hall, S., Evans, J & Nixon, S. (red.) *Representation* 2. uppl. London: SAGE, s. 1-46.

Lindgren, S. (2019). Movement Mobilization in the Age of Hashtag Activism: Examining the Challenge of Noise, Hate, and Disengagement in the #MeToo Campaign. *Policy & Internet*, Vol. 11 (4) s. 418-438. doi: <https://doi.org/10.1002/poi3.212>

Lindquist, K. (2010) *Webbjournalistik*. Norstedts

Mendes, K. Ringrose, J. Keller, J. (2018). #MeToo and the promise and pitfalls of challenging rape culture through digital feminist activism. *European Journal of Women's Studies*, Vol. 25(2) s. 236–246. doi: 10.1177/1350506818765318

Schwieler Staaf, J. (2018). Fler övergrepp avslöjas i SR:s dokumentärserie. *Tidningen Ridsport*, 17 maj.

<https://www.tidningenridsport.se/overgrepp-avslojas-i-srs-dokumentarserie/> [2020-01-16]

Shehata, Adam (2015) Dagordningar och Gestaltningar. i Karlsson, Michael & Strömbäck, Jesper (eds) *Handbok i journalistikforskning*. Lund: Studentlitteratur. S.353-371.

Svenska ridsportförbundet (2019). *Statistik*.

<https://www.ridsport.se/Omoss/Statistik> [2020-01-16]

Sveriges Radio (u.å). *Hästgården - alla avsnitt*

<https://sverigesradio.se/sida/gruppsida.aspx?programid=909&grupp=26204> [2020-01-16]

Appendix

Appendix 1

Analysenhet	Variabel	Variabelvärde	Kod
Tidningsartikel	Tidning	Hippson	1
		Tidningen Ridsport	2
		Dagens nyheter	3
		Svenska dagbladet	4
	Storlek		
	Liten = 1-299	Liten	1
	Mellan = 300-599	Mellan	2
	Stor = 600->	Stor	3
	Bild	Ja	1
		Nej	2
	Kön	Man	1
		Kvinna	2
		Blandat	3
		Annat	4
		Inget	5
	Huvudperson	Offer	1
		Förövare	2
		Profil	3
		Privatperson	4
		Grundare	5
		Ämbetsman	6
	Positionering	Positiv	1
		Negativ	2
		Mixad	3
		Oklart	4

Appendix 2

Artikel	Datum	Tidning	Storlek	Bild	Kön	Huvudperson	Positionering
Artikel 1	2017-11-29	4	2	1	2	4	3
Artikel 2	2017-11-29	4	2	1	3	3	1
Artikel 3	2017-11-29	4	2	1	2	5	1
Artikel 4	2019-03-07	1	1	1	2	6	1
Artikel 5	2019-02-13	3	3	1	3	4	1
Artikel 6	2019-01-29	2	2	1	3	6	1
Artikel 7	2018-06-23	2	3	1	3	6	3
Artikel 8	2018-03-08	1	2	1	2	6	1
Artikel 9	2017-12-26	2	3	1	2	6	1
Artikel 10	2017-12-26	2	2	1	2	1	1
Artikel 11	2017-12-26	2	2	1	2	6	1
Artikel 12	2017-12-20	2	2	1	2	3	1
Artikel 13	2017-12-15	1	3	1	2	1	1
Artikel 14	2017-12-08	2	3	1	2	5	1
Artikel 15	2017-12-07	2	2	1	2	5	1
Artikel 16	2017-12-07	1	3	1	2	5	1
Artikel 17	2017-12-01	3	3	1	2	3	1
Artikel 18	2017-11-30	3	3	1	2	6	1
Artikel 19	2017-11-30	3	3	2	2	5	1
Artikel 20	2017-11-30	3	1	2	2	5	1
Artikel 21	2017-11-30	2	2	1	3	6	1
Artikel 22	2017-11-30	1	2	1	2	5	1
Artikel 23	2017-11-30	1	2	2	3	3	1
Artikel 24	2017-11-29	2	3	1	2	1	1
Artikel 25	2017-11-29	3	3	2	3	2	1
Artikel 26	2017-11-29	3	3	1	2	5	1
Artikel 27	2017-11-29	3	3	1	2	1	1
Artikel 28	2017-11-29	3	2	1	1	6	1
Artikel 29	2017-11-29	3	2	1	3	3	1
Artikel 30	2017-11-29	3	3	1	2	1	1
Artikel 31	2017-11-29	2	3	1	2	5	1
Artikel 32	2017-11-29	1	2	1	2	3	3
Artikel 33	2017-11-29	2	2	1	2	5	1
Artikel 34	2017-11-29	1	3	1	2	5	1
Artikel 35	2017-11-28	1	1	1	3	6	1
Artikel 36	2017-11-24	1	1	1	5	6	1