

Södertörns högskola | Institutionen för kommunikation, medier och IT
Kandidatuppsats 15 hp | Journalistik | vårterminen 2010
Programmet för journalistik och multimedia

Han tror på sig själv, medan hon inte vågar

En kvalitativ studie av männen och kvinnorna i
texterna – hur jämställd är SvD?

Av: Emilie Johansson
Handledare: Anne Hedén
Examinator: Gunnar Nygren

Abstract

Han tror på sig själv, medan hon inte vågar är en kvalitativ studie av hur männen och kvinnorna skildras i *Svenska Dagbladets* näringslivstexter. Hur media bidrar till att föra vidare de genusmönster som redan existerar av män och kvinnor, alltså att männen är handlingskraftiga och starka och kvinnorna tillbakadragna och mjuka.

Författaren har analyserat 20 texter ur *Svenska Dagbladet Näringsliv* med hjälp av en kvalitativ textanalys med diskursteoretisk inriktning. Syftet var att undersöka hur *SvD* skildrar maktens män och kvinnor. De teorier författaren har utgått ifrån är bland andra Yvonne Hirdmans teorier om genus och Anita Göranssons definitioner av makt.

Studien visar att *Svenska Dagbladet* följer de genusmönster som redan existerar. Kvinnan är alltså i texterna i *SvD Näringsliv* osäkrare än mannen och mannen är handlingskraftigare och positivare än kvinnan. Han tror på sig själv, medan hon inte vågar. Detta märker man efter att ha läst alla texter, men det kan vara svårt att se då man endast jämför texterna en och en.

Nyckelord: diskursanalys, genus, journalistik, makthavare, media, Svenska Dagbladet

Innehåll

1. Inledning	3
2. Tidigare forskning, litteratur samt teoretiskt ramverk	4
3. Syfte och frågeställningar	7
4. Metod och källmaterial	7
5. Undersökning och resultat	13
5.1 Genomgång av texterna en och en	14
5.2 Genomgång av frågorna.....	21
5.2.1 Vilket är textens huvudtema?.....	22
5.2.2 Vilken plats genomförs intervjun på?.....	23
5.2.3 Vad gör personen i texten?.....	23
5.2.4 Vilken roll har personen i texten?.....	26
5.2.5 Hur presenteras personen?.....	26
5.2.6 Hur ingående berättas det om personen?.....	27
5.2.7 Vilka värdeladdade ord används?.....	27
5.2.8 Vilka beskrivande ord och meningar används för kvinnor respektive män i artiklarna?.....	28
5.2.9 Vad får man som läsare veta om intervjupersonens privatliv?.....	29
5.2.10 Vad får man som läsare veta om intervjupersonens professionella liv?	30
6. Slutsatser och fortsatt forskning	31
6.1 Frågeställningarna besvaras.....	34
6.2 Faktorer som kan ha påverkat resultatet samt vidare forskning.....	35
7. Diskussion och återknytning till förförståelsen	36
8. Källförteckning och referenslista	38

1. Inledning

Det stereotypa, idealtypiska kontrakt där Han har ansvaret, beskyddet, försörjningen på sin sida och Hon har födandet, uppfödandet, beroendet på sin, markerar tydligt köns skilda positioner och närmast kontrasterande förutsättningar.

Yvonne Hirdman¹

Detta skriver Yvonne Hirdman i sin bok om genusteorier. Det beskriver tydligt, tycker jag, att vi människor föds till antingen man eller kvinna med de olika förutsättningar det innebär. Den här uppsatsen kommer att handla om genus och jämställdhet i *Svenska Dagbladet, SvD*. Kvinnor och män är och behandlas olika, så har det varit i alla tider².

I dagens samhälle är genusfrågan en ständigt återkommande del i debatten kring jämställdhet. Det är en fråga som intresserar många och alla har olika uppfattning. Trots att vi går mot ett mer jämställt samhälle finns det fortfarande kvar genusmönster av hur män respektive kvinnor är eller ska vara, till exempel att män är hårda i sin personlighet och kvinnor mjuka. Likaså finns det skillnader i vad som är typiskt manligt respektive kvinnligt, till exempel att kvinnorna tar hand om hemmet medan männen har hand om ekonomin.³

Hur bidrar då *SvD* till att föra vidare dessa genusmönster?

Jag har en uppfattning av att många tidningar skildrar män och kvinnor olika och att de bidrar till att föra vidare bilden av att männen är starkare och framgångsrikare än kvinnorna. Jag anser även att det finns skillnader i språket, till exempel att ord som initiativtagande och framgångsrik oftare förekommer hos männen medan ord som mjuk och osäker oftare förekommer i texter om kvinnor. Den tidning jag kommer att fokusera på är alltså *Svenska Dagbladet* vilken jag likt andra tidningar också anser bidrar till att föra vidare dessa föreställningar. Jag kommer att använda mig av en diskursanalys, alltså att kritiskt granska texter, vilken jag kommer att beskriva i metodkapitlet. Denna metod kommer jag att använda för att komma åt det tillsynes självklara i texterna, det vi som läsare håller för självklart. Alltså, det vi antar att vi kommer att få se redan innan vi börjar läsa.

En förklaring till att kvinnor och män behandlas olika i journalistiska texter kan vara att det finns en starkt könsuppdelad arbetsmarknad i Sverige. Andelen kvinnor på toppositioner är färre än männen och det är inte förrän på senare år som kvinnliga chefer och makthavare

¹ Hirdman, Yvonne, *Genus – om det stabila föränderliga former*, Malmö: Liber AB (2001), s 88.

² Hirdman 2001, s 5.

³ Hirdman 2001, s 85.

har ökat i antal. Av cheferna i landet är totalt sett 24 procent kvinnor. Det är alltså fortfarande en kraftig manlig dominans bland makthavarna i Sverige.⁴ Det är inte omöjligt att förstå att det finns skillnader i hur vi människor ser på kvinnligt respektive manligt med tanke på att vi är vana med detta synsätt från samhället, det vill säga att männen är de som har makten och bestämmer. Eftersom vi som läsare förväntar oss att en viss text ska se ut på ett visst sätt, förvånas vi inte över hur en kvinna eller man presenteras i texten och över de olika beskrivningar som används för respektive kön. Man skulle kunna säga att det har blivit en vana som är svår att ta sig ur eller se igenom och att journalisterna skriver efter det sätt läsaren förväntar sig att texten ska utformas.⁵

2. Tidigare forskning, litteratur samt teoretiskt ramverk

Genusforskning inom journalistik och journalistiska texter finns det mycket skrivet om, men än finns det mycket kvar att ta reda på. Bland annat har Kerstin Engström, universitetslektor vid Umeå universitet, gjort en avhandling inom detta ämne, *Genus & genrer – forskningsanknutna genusdiskurser i dagspress*. Hennes studie fokuserar på vad medier, och framför allt journalistik, egentligen säger om kön, om kvinnor och män eller manligt och kvinnligt, när de tar forskning och forskarexpertis till stöd eller utgångspunkt. Alltså hur forskningsanknuten journalistik bidrar till det offentliga samtalet och vårt gemensamma vetande om kön och genus. Hon studerar vilka slags kunskaper som görs tillgängliga för läsarna inom olika genrer och hur de presenteras. Hon har granskat *Dagens nyheter* och *Aftonbladet* år 2001 och hennes resultat är bland annat att män och det som definieras som manliga egenskaper framstår som norm och kvinnor och det som definieras kvinnliga egenskaper som avvikelse. Hon säger även att traditionella genusmönster motsägelsefullt nog återges just i formuleringar som uttryckligen bryter mönstren, exempelvis att även män kan vara mjuka, rädda och visa känslor eller att även kvinnor vågar satsa på mer riskabla aktieköp. Genom att betona undantagen, kan sådana uttalanden bekräfta regeln, i detta fall genusmönster och normer. Hon säger även att hennes studie visar att medielogik och journalistiska ramar bidrar till de diskursiva formationerna.⁶

Även Yvonne Hirdman för i sin historiska forskning kring genus fram teorier om att män är normen och kvinnan det avvikande. Enligt henne har det varit skillnader mellan män och kvinnor i alla tider, till exempel att männen skulle ta hand om ekonomin i hushållet och

⁴ Göransson, Anita (Red.), *Maktens kön*, Nora: Nya Doxa (2006), s 13-14.

⁵ McQuail, Denis, *McQuail's mass communication theory (5 uppl.)*, London: SAGE Publications (2005), s 122.

⁶ Engström, Kerstin, universitetslektor vid Umeå universitet, *Genus och Genrer – forskningsanknutna genusdiskurser i dagspress*, Umeå: Institutionen för kultur- och medievetenskaper vid Umeå universitet (2008).

kvinnorna skulle sköta barnen och hushållssysslorna. Eftersom de genusmönstren funnits med i många år, är de svåra att ändra på och dessa mönster lever kvar än i dag hos många. Hon fortsätter vidare i sin forskning och skriver att det även finns teorier och förhållningssätt om att mannen och kvinnan är totalt olika varelser. Hon beskriver dessa olika synsätt med dessa formler: "A – icke A", "A – a", "A – B". Där A är mannen. Alltså kan man säga att mannen är normen och kvinnan antingen en icke man, en lite mindre värd man, eller en motsats till mannen. Men genom alla tider har det varit mannen som varit det normativa, det rätta.⁷

I *Maktens kön* skriver Anita Göransson om att historikern Joan W. Scott går så långt som att hävda att manlighet är en metafor för makt och kvinnlighet för vanmakt. Även det är ett sätt att underminera kvinnan och skapa en slags förförståelse av att mannen är den starka. Anita Göransson fortsätter med att beskriva ordet genus som de sociala, kulturella och symboliska uttrycken för kön.⁸ Det är denna definiering av genus jag kommer att använda mig av i uppsatsen då jag tycker den ger en bra förklaring på de synsätt vi har på manligt respektive kvinnligt. Alltså, det är inte de fysiska skillnaderna mellan man och kvinna som är väsentligt i denna uppsats, utan det är de skillnader som uppstår på grund av att vi kommer från olika kulturer, ingår i olika sociala sammanhang som vi på något vis har fastnat i eftersom dessa genusmönster funnits med oss i alla tider.

Det som framförallt kommer att studeras i denna uppsats är de genusmönster som förekommer inom media i deras beskrivning av kvinnliga respektive manliga makthavare. Makt behöver definieras ytterligare vilket Anita Göransson gör bra i *Maktens kön*:

En vanlig definition inom samhällsvetenskapen är att den individ eller grupp har makt, som kan förmå någon annan att göra något som denne inte hade tänkt göra, eller som kan hävda sina egna intressen även då andra personer motsätter sig detta. I den definitionen ligger alltså att makthavare är de som genomdriver beslut, med eller mot andras vilja.⁹

Det är den definitionen jag utgår från då jag väljer de texter som ska granskas. Detta för att det ska bli ett så tydligt och rättvisande resultat som möjligt. Med makthavande personer menar jag alltså politiker, chefer eller högt uppsatta personer på något annat sätt.

Makthavare utnyttjar dock medierna och lär sig hur man bäst handskas med dem, men eftersom medierna också utnyttjar och påverkar hur makthavarna framträder, måste även

⁷ Hirdman 2001, s 59-64

⁸ Göransson 2006, s 29

⁹ Göransson 2006, s 14-15

makthavarna anpassa sig till medielogiken.¹⁰ Detta innebär att det är en slags cirkelgång mellan makthavare och media, då kanske framförallt med politiker som vill nå ut med sitt budskap.

En rapport från Europeiska kommissionen som refereras i *McQuail's mass communication theory* visade att det i franska medier endast var 17 procent av dem som citerades eller intervjuades som var kvinnor. Liknande siffror visade 22 procent för finska nyheter och 13 procent i Storbritannien. Samma källa konstaterar att kvinnor som skildras i media är yngre, mer troligt att visas som gifta, och mindre troligt att de visas som yrkesverksamma, jämfört med män.¹¹ Detta bidrar till att bevara de genusmönster som existerar.

Ytterligare begrepp som är av visst intresse i denna uppsats är ordet stereotyp, vilket ofta är ett förekommande ord inom genusforskning och medieforskning. Detta eftersom det är de stereotyper vi människor har som bidrar till att skapa dessa genuskillnader i beskrivningen av man och kvinna, eller manligt och kvinnligt. Det är ett begrepp som kommer att ha betydelse för de resultat som kommer fram och som därför är viktigt att ta upp och definiera. Journalisterna skriver omedvetet efter stereotyper då de presenterar en man respektive en kvinna. De specifika manligheterna och kvinnligheterna utvecklas i samspel mellan erfarenheterna från uppväxtfamiljen och den egna familjen, liksom av de erfarenheter man gör under utbildningstiden och hela yrkesbanan. Genom dessa filter silas de samhälleliga värderingarna och praktikerna.¹²

Feministiskt perspektiv på masskommunikation öppnar upp till flera analysmodeller, ofta sådant som till stor del försumrats tidigare. En gäller det faktum att många medietexter är djupt och ihärdigt könsbundna på det sätt de har kodats, oftast beroende på den bakgrund den förväntade publiken har.¹³ Det vill säga att eftersom vi som läsare förväntar oss att en viss text ska se ut på ett visst sätt, förvånas vi inte över hur en kvinna eller man presenteras i texten och över de olika beskrivningar som används för respektive kön. Det låter normalt när vi läser det och inte förrän någon påpekar till exempel att kvinnor faktiskt beskrivs som mjukare än männen kan vi som läsare inse det. Man kan alltså säga att journalisterna skriver efter det sätt läsaren förväntar sig att texten ska utformas.

¹⁰ Göransson 2006, s 16.

¹¹ McQuail 2005, s 301.

¹² Göransson 2006, s 28 - 29.

¹³ McQuail 2005, s 122.

Mina teorier angående genus kommer bland annat från boken Anita Göransson, *Maktens kön* och från Yvonne Hirdmans teorier om genus i *Genus – om det stabilas föränderliga former* samt *McQuail's mass communication theory*. Teorierna om stereotyper har jag fått från Perry R. Hinton, *Stereotyper, kognition och kultur*. Och mitt metodteoretiska angreppssätt, diskursanalytisk teori, kommer med hjälp av Marianne Winther Jørgensen och Louise Phillips *Diskursanalys som teori och metod* samt av Peter Esaiasson, Mikael Gilljam, Henrik Oscarsson och Lena Wängnerud, *Metodpraktikan*.

3. Syfte och frågeställningar

Syftet med min uppsats är att i en kvalitativ närstudie undersöka hur *Svenska Dagbladet, SvD*, skildrar maktens män och kvinnor.

De frågeställningar jag kommer att utgå ifrån är dessa:

- Hur framställs manliga respektive kvinnliga makthavare i *SvD*?
- Vilken bild ger *SvD* läsaren av manligt respektive kvinnligt?
- Finns det några genusmönster av makthavande män respektive makthavande kvinnor i *SvD* och i så fall, hur framträder de?

4. Metod och material

Jag har hittat en C-uppsats skriven 2006 av Maria Eremo och Mirja Wahlberg. Titeln är *Intima kvinnor och professionella män – en språklig analys av genuskonstruktionen i NA*.¹⁴ Den har gett mig inspiration till min uppsats. Den uppsatsen beskriver hur män och kvinnor framställs i *Nerikes Allehanda* och författarna har gått igenom 16 allmänna artiklar skrivna av fyra speciellt utvalda journalister. De har kommit fram till att NA faktiskt följer den stereotypa mediebild som finns av att män är hårda och kvinnor mjuka. Den tar upp frågan jag vill belysa, alltså om stereotyper av män och kvinnor finns i media och hur de i så fall framträder i tidningens artiklar. Jag har valt att istället för att som i ovan nämnda uppsats granska en lokaltidning, *Nerikes Allehanda*, göra en studie av en storstadstidning som även är rikstäckande. Eftersom *Dagens nyheter*, som är den största stockholmstidningen, håller på med omstruktureringar och just nu kanske därför blir svår att granska, valde jag *Svenska Dagbladet* som även den är en stor morgontidning som är rikstäckande, men med Stockholm som bas. Varje dag når den fler än 500 000 läsare över hela landet och har på så

¹⁴ Eremo, Maria, och Wahlberg, Mirja, *Intima kvinnor och professionella män – en språklig analys av genuskonstruktionen i NA*, Örebro: Humanistiska institutionen (2006)

vis stort inflytande på de ämnen många människor väljer att prata om under dagen samt vilken bild läsarna får av de människor som förekommer i texterna. Med andra ord påverkar *Svenska Dagbladet* en stor mängd människor i deras sätt att se på världen.

Svenska Dagbladet grundades 1884 och är på ledarplats obunden moderat. På övriga sidor finns ingen politisk tendens. I november 2000 gick de från fullformatet till den mer användarvänliga tabloiden. Enligt *SvD* själva så flyttar de fram de journalistiska positionerna och ger läsarna de sammanhang och perspektiv som hotar att försvinna i och med teknikens framfart, där nyhetsflödet ska gå snabbt. *SvD* vill fortsätta att utveckla den redaktionella produkten med inriktning på kvalitetsjournalistik och satsning på det fördjupande reportaget. *SvD* utkommer varje dag i tre delar: *Nyheter*, *Kultur* och *Näringsliv*. Under helgerna satsar *SvD* på mer och fördjupad läsning. Fredag, lördag och söndag kommer kultur- och livsstilsmagasinet *K*, på lördagar bostadsbilagan *Magasinet* och på söndagar näringslivsmagasinet *N*. Utöver dessa ger också *SvD* ut temabilagor om mat fyra gånger per år. Därtill kommer bilagor som *Scenhöst* och *Scenvår* samt specialmagasin vid större evenemang som OS, fotbolls-VM och val. Enligt *SvD* är tidningens läsare nyfikna på omvärlden, vill och kan tänka själva och ställer därför stora krav på sin dagstidning. På *SvD*:s hemsida står det att *SvD*:s läsare inte nöjer sig med att få reda på att något hänt utan vill även veta varför och vad som kan bli nästa steg.¹⁵

Det är delen *Näringsliv* som jag kommer att fokusera på, eftersom det i denna del förekommer texter om makthavare. Sedan den 14 februari i år, 2010, har redaktionen valt att lägga en veckans porträttintervju vid namn ”intervjun” i näringslivsmagasinet *N*, som kommer ut på söndagar. Innan dess fanns endast fråga - svar intervjuer representerade på söndagarna, vilket inte alls ger en beskrivande bild av personen i texten. Dessa är alltså inte något bra underlag för min analys. ”Intervjun” låg dessförinnan i måndagens tidning. Det har dock hänt att denna ”intervjun” inte har funnits med under vissa av de veckor som studerats vare sig i måndagens tidning eller i söndagens. Då har jag valt att titta igenom resterande dagar av veckan och där valt ut den text som bäst uppfyller de kriterier jag haft. De kriterier texten måste klara för att kvalificeras som analysunderlag är att det ska vara en person i fokus i texten som på något vis är en makthavare. Det kan vara politiker eller chefer till exempel. Journalisten ska helst ha träffat personen öga mot öga, därför att det då tydligast framkommer beskrivningar av personen i fråga. Om intervjun gjorts per telefon är det större risk att texten mynnar ut i en ganska stel och ickebeskrivande framställning av

¹⁵ Osign, ”Välkommen till SvD – du också”, svd.se. Senast uppdaterad 31/3 2010 kl. 11.30, http://www.svd.se/special/svd_info/valkommen-till-svd-information-och-kontaktadresser_275057.svd, hämtad den 9/4 2010.

personen. För att texten ska ingå i kategorin jag vill undersöka ska det även finnas med en faktaruta om personen där ålder, familj, utbildning eller liknande framgår. Denna faktaruta har gett mig en vägledning då jag har letat efter texter som ska uppfylla kriterierna, särskilt i de fall då ”intervjun”, som texterna kallas, inte funnits med i tidningen under vissa veckor och jag därför blivit tvungen att leta efter en text som motsvarar denna ”intervjun”.

Jag har utgått från oktober 2009 – mars 2010. Anledningen till att jag valt ett halvår och inte ett helt år som grund för mitt urval beror på att jag vill studera en tid nära idag, samt att det under sommarmånaderna, juni, juli och augusti, ofta är vikarier som arbetar, eller att tidningarna har minskad personal under denna tid. Texterna kan därför se annorlunda ut under den perioden. Det kändes därför relevant att välja bort dessa månader i analysen och därmed föll även april och maj 2009 bort, eftersom jag ville undvika ett uppehåll i mitten av analysperioden. Det fanns då ytterligare alternativ kvar, nämligen att september skulle ingå i urvalsprocessen, vilket jag också valde bort av anledningen att jag vill studera en tid nära idag. Förklaringen till att det är mars som är slutmånad av analysen är på grund av att det var den sista passerade månaden innan jag började uppsatsskrivandet. Av den anledningen slutade det på att oktober 2009 till mars 2010 blev grunden till urvalet. Jag har i denna period valt ut en text per vecka.

Perioden oktober 2009 – mars 2010 mynnar ut i 25 veckor, alltså 25 intervjuporträtt. Utav dessa 25 porträtt har jag valt ut 20 stycken texter som jag genomför min analys på. Anledningen till att jag inte valt att analysera alla 25 texter, utan istället begränsat mig till 20 texter, är på grund av att det inte finns tillräckligt med utrymme i en c-uppsats för större analyser. Dessa 25 texter har jag gjort ett slumpmässigt urval, sannolikhetsurval, på. Jag har valt 20 stycken texter att analysera genom ett obundet slumpmässigt urval¹⁶. Det innebär att man bildligt talat lägger samtliga analysenheter i en stor hatt och därifrån drar det antal enheter, i det här fallet texter, som ska ingå i urvalet. Ofta gör man detta urval genom ett datorprogram som får slumpa fram det antal man vill gå igenom. I mitt fall har jag följt *Metodpraktikans* bildliga talesätt att dra ur en hatt de texter jag vill analysera.¹⁷ Det innebär att jag numrerade de 25 artiklar som fanns med i urvalsprocessen med 1 till 25 på separata små lappar, som jag sedan la i en hatt för att sedan dra 20 stycken av dessa lappar. Därigenom fick jag det urval av texter som jag ville analysera.

¹⁶ Esaiasson et. al, *Metodpraktikan – konsten att studera samhälle, individ och marknad* (3 uppl.), Stockholm: Norstedts Juridik AB (2007), s 201.

¹⁷ Esaiasson et al 2007, s 201.

Efter urvalsprocessen blev det dessa texter jag analyserade:

1. 5 oktober: ”Allt fler kvinnor trivs på gubbdagis”
2. 12 oktober: ”Ministern vill göra affärer med Afrika”
3. 26 oktober: ”Hoppas att SAS ska klara sig”
4. 9 november: ”Inkasso-chefen ser ingen ljusning”
5. 16 november: ”Ny VD hoppas bryta mönstret”
6. 23 november: ”Öppen för nytt avtal i kronor”
7. 30 november: ”Är alltid på jakt efter nästa tv-succé”
8. 15 december: ”Ericssons nye vd är redo att kriga”
9. 29 december: ”Värnar tillväxten för skogsindustrin”
10. 7 januari: ”Här är Indiens mediedrottning”
11. 11 januari: ”Södra står stadigt på ett ben till”
12. 18 januari: ”Norrman byter strategi för Lidl Sverige”
13. 1 februari: ”Tufft år väntar hårdbantat SVT”
14. 14 februari: ”Tufft bokslut”
15. 21 februari: ”Storlek större”
16. 28 februari: ”Vd på nya vägar”
17. 7 mars: ”Borg helt fel ute”
18. 14 mars: ”Sill nytt säljverktyg”
19. 21 mars: ”Ser hellre framåt”
20. 28 mars: ”På efterkälken”

I denna uppsats är syftet att komma åt de genusmönster, diskurser, som kan förekomma i texterna. Ett sätt att komma åt diskursen, alltså de grundläggande budskapen i texter, och för att nå det tillsynes självklara som vi läsare ser som det normala kommer jag att använda mig av en diskursanalys. Men för att den typen av analys ska förstås behöver ordet diskurs förklaras. Marianne Winther Jørgensen och Louise Phillips definierar detta på ett bra sätt i boken *Diskursanalys som teori och metod*. Enligt dem är diskurs ett begrepp som har blivit ganska oklart. Men oftast rymmer ordet diskurs dock en eller annan idé om att språket är strukturerat i olika mönster som våra yttranden följer när vi agerar inom olika sociala områden – man talar exempelvis om ”medicinsk diskurs” eller ”politisk diskurs”. En diskurs är ett bestämt sätt att tala om och förstå världen (eller ett utsnitt av världen).¹⁸ En diskurs innebär alla slags talade och skrivna ’texter’. En informell konversation och en skriven text är exempel på en diskurs.¹⁹ Diskursen förmedlar det man håller för självklart inom olika områden.

En diskursanalys innebär således att man analyserar en diskurs. Man ska arbeta med det som faktiskt har sagts eller skrivits för att undersöka vilka mönster det finns i yttrandena – och vilka sociala konsekvenser som olika diskursiva framställningar av verkligheten får. Man ska alltså inte fundera ut vad människorna verkligen menar när de säger något, eller

¹⁸ Marianne Winther Jørgensen och Louise Phillips, *Diskursanalys som teori och metod*, Lund: Studentlitteratur AB (2000), s 7.

¹⁹ Hinton, Perry R, *Stereotyper, Kognition och kultur*, Lund: Studentlitteratur (2003) s 169.

fundera ut hur verkligheten egentligen är utanför diskurserna, eftersom man aldrig kan nå verkligheten utanför diskurserna. Det är därför diskursen i sig som är föremål för analysen.²⁰

En uppfattning inom diskursanalysen är att språket är med och formar verkligheten. Texter och andra mänskliga uttryck tillskrivs alltså en avgörande betydelse för hur människor uppfattar världen.²¹ Det centrala man gör när man använder sig av en diskursanalys är således att man uppmärksammar aspekter av samhällslivet som annars tas för givna.²² Genom att använda mig av ett diskursanalytiskt förhållningssätt försöker jag se igenom dessa mönster och skapa mig en bild av hur dessa texter bidrar till att föra vidare de genusmönster som finns om män och kvinnor.

För att bilda mig en uppfattning av vad texterna handlar om och för att sammanställa vilka typer av texter som faktiskt är med i analysen har jag läst texterna en och en, först utan vidare ingående läsning. Efter den första genomläsningen har jag gått djupare in på varje text. Detta har jag gjort med ett antal konkreta frågor jag vill ha svar på i texten, dessa frågor fungerar som analysredskap i den här undersökningen. Det är genom att ha ställt dessa konkreta frågor till texterna som jag har sökt svaret på min övergripande problemställning och mitt syfte, att undersöka hur maktens män och kvinnor skildras i *SvD*. Det man gör är således att konkretisera sin övergripande frågeställning till ett antal preciserade frågor som sedan ska ställas till texterna²³.

Dessa frågor är byggstenarna i det analyserande arbetet. Det är viktigt att försäkra sig om att de specifika frågor man ställer till texterna är rimliga empiriska mätinstrument på den företeelse man vill undersöka.²⁴

²⁰ Winther Jørgensen och Phillips 2000, s 28.

²¹ Esaiasson et. al. *Metodpraktikan – konsten att studera samhälle, individ och marknad* (3 uppl.). Stockholm: Norstedts Juridik AB. (2007) s.239

²² Esaiasson et. al 2007 s 240.

²³ Esaiasson et. al 2007 s 243.

²⁴ Esaiasson et. al 2007 s 244.

De frågor jag har ställt till texterna när jag har läst dem är dessa:

- Vilket är textens huvudtema?
- Vilken plats genomförs intervjun på?
- Vad gör personen i texten? (vilka verb används för att beskriva ageranden i texten)
- Vilken roll har personen i texten? (yrkesperson, privatperson, titel)
- Hur presenteras personen? (förnamn, efternamn, titel etc.)
- Hur ingående berättas det om personen? (kön, ålder, etnicitet)
- Vilka värdeladdade ord används? (ord som bidrar till att styra texten åt något håll, såsom positiva ord eller negativa ord)
- Vilka beskrivande ord och meningar används för kvinnor respektive män i artiklarna? (adjektiv, adverb såsom utseende, personlighet, arbete)
- Vad får man som läsare veta om intervjupersonens privatliv?
- Vad får man som läsare veta om intervjupersonens professionella liv?

För att tydliggöra vad jag vill få ut av dessa frågor kommer jag nedan att beskriva ingående vad jag menar med värdeladdade ord och beskrivande ord.

Ord har ofta – vid sidan av den faktiska betydelsen – en värdeladdning, som kan vara olika för olika människor.²⁵ Med värdeladdade ord menar jag ord som på något vis styr eller vinklar texten i någon riktning. Alltså ord som på något vis har en negativ eller positiv betydelse eller som används i syfte att övertyga. Det finns olika typer av värdeladdade ord, till exempel rena värdeord som bra och dåligt, klok och dum samt ful och fin etc. Det finns även ord som har neutrala synonymer och en ganska etablerad värdeladdning som till exempel doft och stank istället för lukt. Sedan en tredje kategori ord som har obehagliga eller behagliga associationer, därför att de står för obehagliga eller behagliga företeelser, till exempel geléhallon som ger positiva associationer till dem som gillar geléhallon.²⁶ Problemet med den sistnämnda gruppen är att alla personer har olika smak och därför bedömer olika. Men det finns dock ett stort antal ord som det är politiskt korrekt att gilla eller ogilla som till exempel demokrati, förtryck, jämställdhet och frihet med flera.²⁷

Ord som är värdeladdade har en känslomässig betydelse utöver sin egentliga betydelse. Ibland ligger ett positivt och ett negativt laddat ord för samma företeelse nära varandra. Anne-Marie Hasselrot, språkexpert i Regeringskansliet skriver att en person som klarar tuffa förhandlingar och mycket kritik utan att bli ledsen kanske kallas ”tjockhudad” av sina fiender och ”stryktålig” av sina vänner.²⁸

²⁵ Melin, Lars, och Lange, Sven, *Att analysera text*, Lund: Studentlitteratur (uppl. 3:7) (2000), s 66.

²⁶ Melin och Lange 2000, s 66.

²⁷ Melin och Lange 2000, s 66.

²⁸ Hasselrot, Anne-Marie, språkexpert i regeringskansliet, ”Vilket värde har ordet?”, <http://www.regeringen.se/content/1/c6/03/00/68/8721e9e1.pdf> hämtad den 27/4-2010.

Eftersom det kan vara högst personligt vad man anser som värdeladdade ord eller inte, kommer jag att citera ord och meningar ur texterna som har betydelse för det slutgiltiga resultatet.

Med beskrivande ord menar jag ord som adjektiv och adverb samt andra ord som på något vis berättar något om personens egenskaper eller utseende. Detta skiljer sig då från värdeladdade ord, även om många beskrivande ord kan tyckas vara värdeladdade. Detta är en mycket tydligare kategori som är bestämd av grammatiken. Beskriver ordet personen eller handlingen? Om det beskriver handlingen så är det ett adverb. Annars är det ett adjektiv.

5. Undersökning och resultat

En kort kvantitativ undersökning av de texter som låg till grund för analysen, har visat att av de 25 texter jag har hittat under perioden jag valde att analysera är 16 stycken skrivna om män och nio om kvinnor. Det faktum att det skrivs fler texter om män ger oss läsare en bild av att det finns fler framgångsrika män och att det är männen som har makten, i alla fall vad vi får se, om man nu ska nämna ett genusmönster. Av de 20 artiklar som jag sedan slumpvist valt att analysera på djupet är elva stycken skrivna om män och nio om kvinnor. Det blev alltså en ganska jämn fördelning av hur många artiklar om män respektive kvinnor som analyserats.

14 texter är skrivna av kvinnor och sex av män. Med tanke på att näringsliv sägs vara en manlig genre, är det intressant att så många kvinnor trots allt finns med och skriver för den delen av tidningen.

Här nedan följer en kortfattad genomgång text för text. Detta kommer endast att vara som en grund för att läsaren av uppsatsen enklare ska få sig en bild av hur jag tänker när jag sedan går igenom mina analysfrågor. Därefter kommer jag att svara på alla de frågor jag hade som utgångspunkt för textanalysen en efter en. Jag har valt att redovisa undersökningen på det här viset för att det på så sätt blir tydligast hur jag har tänkt och för att det då blir lättare för en utomstående att följa mina tankegångar och själv kunna ta ställning till hur analysen har genomförts. Jag kommer att gå igenom alla frågor, men de frågor som jag har valt att fokusera på är vilka värdeladdade ord eller meningar som finns och vilka beskrivande ord eller meningar som finns. Detta för att det genom dessa frågor tydligast kommer fram på vilket sätt män respektive kvinnor framställs i texterna.

Resterande frågor har som uppgift att ta reda på ifall det berättas mer personligt om något av könen eller om kvinnors och mäns utseende beskrivs olika samt vilka teman som representeras av männen respektive kvinnorna.

För överblicks skull kommer jag att visa en lista på de ord som förekommit i texterna, som jag på något vis tycker påverkar bilden av personen i texten. Jag kommer att dela upp orden för om de har förekommit i en text om en kvinna eller i en text om en man.

5.1. Genomgång av texterna en och en

Text 1: Bränström, Sara L, ”Allt fler kvinnor trivs på gubbdagis”, *SvD Näringsliv*, 5/10-2009. Om texten: Texten är en intervju med Clas Ohlsons vd Klas Balkow. Den handlar om att vd:n är övertygad om att det går att etablera Clas Ohlsson-butiker i hela Europa och hur det ska gå till.²⁹

När jag har läst igenom texten ger den mig en bild av att vd:n Klas Balkow är självsäker och tror på sina idéer. Han verkar vara en ordningsam person som har koll på det han håller på med. Ord som förekommer i texten som bidrar till den bilden är till exempel fast övertygad, klart en potential, siktet inställt på att ta gubbdagis till nya nivåer. Kontoret är snyggt och prydligt.

Text 2: Neurath, Carolina, ”Ministern vill göra affärer med Afrika”, *SvD Näringsliv*, 12/10-2009.

Om texten: Texten är en intervju med handelsminister Ewa Björling. Den handlar om Sveriges export och att Afrika är den nya spännande handelsmarknaden för Sverige.³⁰ Jag får en bild av att Ewa Björling har mycket att göra, hon ska resa hit och dit i arbeten och att hon ständigt är igång. Hon har en viktig uppgift och många viktiga frågor på agendan. Hon verkar vara en arbetsam kvinna som klarar av att ha många bollar i luften. Dock finns det samtidigt ord i texten som ger en känsla av att hon inte är helt säker på det hon säger. Till skillnad från texten ovan så förekommer det i den här texten ord som tror, istället för att hon vet. Det står även att ”i och med krisen räknar hon med att världskartan ritas om.” Denna mening bidrar till bedömningen av henne som en person som inte helt har koll på det hon säger och inte heller vill säga att något är säkert.

Text 3: Flood, Linda, ”Hoppas att SAS ska klara sig”, *SvD Näringsliv*, 26/10-2009.

²⁹ Bränström, Sara L, ”Allt fler kvinnor trivs på gubbdagis”, *SvD Näringsliv*, 5/10-2009.

³⁰ Neurath, Carolina, ”Ministern vill göra affärer med Afrika”, *SvD Näringsliv*, 12/10-2009.

Om texten: Texten är en intervju med flygbolaget Norwegians vd Bjørn Kjos. Den handlar om att det går bra för Norwegian trots att det annars generellt går dåligt för flygindustrin.³¹

Jag får en bild av Bjørn Kjos som en stark person som lite nonchalant säger att han hoppas att SAS ska klara sig så att Norwegian kan få fortsatt konkurrens. Han viftar lite lätt bort påståenden som han inte riktigt håller med om, i texten står det till exempel: ”Mats Jansson jämförde också Norwegian med Ikea, två lågprisbolag som vuxit sig starka, en jämförelse som Bjørn Kjos skrattar åt.” Detta att han skrattar åt det, får honom att låta som att han är säker på sin sak och att ingen kan slå ner honom med sådana påståenden. I texten förekommer meningar som ”har stark medvind”.

Text 4: Neurath, Carolina, ”Inkasso-chefen ser ingen ljusning”, *SvD Näringsliv*, 9/11-2009.

Om texten: Texten är en intervju med Intrum Justitas Skandinavienchef Monika Elling. Texten handlar om att det inte går bra för inkassoföretagen under kristider och att det inte ser ut att vända på ett bra tag.³²

När jag läser texten får jag en känsla av att Monika Elling vill göra sig mindre än vad hon är. Till exempel så vill hon inte spekulera i om hon en dag kommer att bli vd för bolaget. Att det skulle gå bra för inkassoföretagen under kristider, är en myt som hon vill ta död på. Det står dock i texten att hon anser att det är viktigt att leva i nuet.

Text 5: Bränström, Sara L, ”Ny vd hoppas bryta mönstret”, *SvD Näringsliv*, 16/11-2009.

Om texten: Texten är en intervju med Hemtex vd Erik Gumabon. Texten handlar om att ledningen ska ut i verksamhetens alla delar för att kolla läget och för att förbättra. Hans uppdrag är att vända på Hemtex och få företaget att börja gå bra igen.³³

När jag läser texten får jag bilden av att Erik Gumabon är en person som gillar utmaningar, som inte är rädd för att kämpa och som tror på sig själv. Han är en ödmjuk person som vill ha insyn i alla delar av sin verksamhet och han vill kunna samtala med personal i butikerna för att förbättra. Det finns meningar som visar på att han är en självsäker person som till exempel: Han triggas av att kavla upp ärmarna, krisläget skrämmer inte nya vd:n.

³¹ Flood, Linda, ”Hoppas att SAS ska klara sig”, *SvD Näringsliv*, 26/10-2009.

³² Neurath, Carolina, ”Inkasso-chefen ser ingen ljusning”, *SvD Näringsliv*, 9/11-2009.

³³ Bränström, Sara L, ”Ny vd hoppas bryta mönstret”, *SvD Näringsliv*, 16/11-2009.

Text 6: Axelsson, Cecilia, ”Öppen för nytt avtal i kronor”, *SvD Näringsliv*, 23/11-2009.

Om texten: Texten är en intervju med ordförande för Svensk Handel Dag Klackenberg. Texten handlar om att det är stora motsättningar mellan fack och arbetsgivare inför avtalsrörelsen och att det lär bli en besvärlig väg till nya avtal. Det handlar även om att det kan komma att bli ett strejkhott över påskhandeln.³⁴

När jag läser texten får jag en känsla att Dag Klackenberg sitter i en jobbig sits, med mycket problem på sistone. Men av den här meningen att döma: ”Men det är ett scenario som inte verkar få Dag Klackenberg att ligga sömnlös och grubbla”, får jag känslan av att han inte oroar sig och att han har läget under kontroll. Andra ord som förekommer som stärker bilden av honom som en säker person, är att han slår fast att det inte finns på kartan. Ord som slår fast tyder på att han som person är säker på sin sak och vet vad som gäller.

Text 7: Neurath, Carolina, ”Är alltid på jakt efter nästa tv-succé”, *SvD Näringsliv*, 30/11-2009.

Om texten: Texten är en intervju med vd:n för Meter Film och Television. Texten handlar om att det sker en förändring i tv-branschen mot att det blir allt färre oberoende independentbolag och fler större jättar. Det är ett tuffare klimat i tv-branschen nuförtiden. Och att Metronomekoncernen inte har den dåliga könsfördelningen på beslutsfattande positioner som många andra bolag har.³⁵

Jag får bilden av att Anna Rydin är en person som ständigt letar nya saker att göra, i det här fallet tv-succéer. Det står skrivet i texten en gång att hon definitivt har jobbat sig upp till toppen, även om det inte alls vara målet från början. Det ger en bild av att hon inte var målinriktad, utan tog det jobb som hon fick. Det finns även ord som att hon tror att det kommer att vara på ett visst sätt. Det bidrar också till en bild av osäkerhet.

Text 8: Cervenka, Andreas, ”Ericssons nye vd är redo att kriga”, *SvD Näringsliv*, 15/12-2009.

Om texten: Texten är en intervju med Ericssons nye vd Hans Vestberg. Texten handlar om att det är en tuff industri att vara i. Det är hård konkurrens, men den nye vd:n är redo att kriga för att för att behålla sina nyckelkunder även om lönsamheten blir lidande på kort sikt.³⁶

³⁴ Axelsson, Cecilia, ”Öppen för nytt avtal i kronor”, *SvD Näringsliv*, 23/11-2009.

³⁵ Neurath, Carolina, ”Är alltid på jakt efter nästa tv-succé”, *SvD Näringsliv*, 30/11-2009.

³⁶ Cervenka, Andreas, ”Ericssons nye vd är redo att kriga”, *SvD Näringsliv*, 15/12-2009.

Jag får bilden av att Hans Vestberg är en krigare, med tanke på rubriken ”Ericssons nye vd är redo att kriga”, vilket är ett typiskt manligt genusmönster. Han är en man som tar för sig och ser till att saker blir gjorda. Han lovar saker och oroar sig inte i onödan. Han tror inte bara utan han vet. Han är en tävlingsinriktad person som hatar att förlora. Han är realistisk och vet att det kommer att bli svårt, men han kommer att klara det.

Text 9: Axelsson, Cecilia, ”Värnar tillväxten för skogsindustrin”, *SvD Näringsliv*, 29/12-2009.

Om texten: Texten är en intervju med vd:n för Skogsindustrierna Marie S Arwidson. Texten handlar om att Skogsindustrierna inte vill teckna ett nytt treårigt avtal.³⁷

Marie S Arwidson beskrivs som en självsäker och noggrann person. Bland annat med dessa formuleringar: ”Har läget under kontroll”. ”Frisyren i perfekt ordning”. ”Uttalar sig bestämt och utan att tveka”.

Text 10: Lundbäck, Karin, ”Här är Indiens mediedrottning”, *SvD Näringsliv*, 7/1-2010.

Om texten: Texten är en intervju med ordförande i det indiska mediehuset HT Media Group Shobhana Bhartia. Texten handlar om att papperstidningsläsandet i Indien spås öka, medan det i andra delar av världen avtar.³⁸

Shobhana Bhartia verkar vara en stark kvinna. Även här, som i texten ovan, bryter texten mot trenden. Bland annat genom ord som tidningsdrottning, mediedrottning, skarp mediechef, att säga att hon tillhör Indiens näringslivselit är närapå en underdrift. Hon är övertygad, till skillnad från andra texter särskilt om kvinnor, där de oftast tror.

Text 11: Ollevik, Nils-Olof, ”Södra står stadigt på ett ben till”, *SvD Näringsliv*, 11/1-2010.

Om texten: Texten är en intervju med koncernchefen för Södra Leif Brodén. Texten handlar om att koncernen kom ut ur stormen Gudrun relativt oskadda och att de satsar på att bli en betydande energileverantör med el, värme och dieselbränsle.³⁹

När jag läser texten får jag en ganska neutral bild av Leif Brodén, han beskrivs varken som en stark eller svag person. Det nämns att han är optimistisk inför gällandet för en ökad användning av trä i husbyggen, men inget mer. Han är alltså en person som ser ljus på framtiden. Men jag får ingen bild av honom som är typiskt manlig, eller kvinnlig för den

³⁷ Axelsson, Cecilia, ”Värnar tillväxten för skogsindustrin”, *SvD Näringsliv*, 29/12-2009.

³⁸ Lundbäck, Karin, ”Här är Indiens mediedrottning”, *SvD Näringsliv*, 7/1-2010.

³⁹ Ollevik, Nils-Olof, ”Södra står stadigt på ett ben till”, *SvD Näringsliv*, 11/1-2010.

delen. Möjligtvis rubriken bidrar till en bild av att det är stabilitet i företaget och att det går bra.

Text 12: Bränström, Sara L, ”Norrman byter strategi för Lidl Sverige”, *SvD Näringsliv*, 18/1-2010.

Om texten: Texten är en intervju med Lidl Sveriges nye vd Werner Evertsen. Texten handlar om att Lidl nu ska bli mer svenskt och att de nu ska förbättra sitt rykte och locka fler kunder till butikerna.⁴⁰

Jag får bilden av att Werner Evertsen är en person som vill skapa förändring. Han vill satsa och tror på framtiden. Han vet vad han vill och han ser vad som måste göras för att förbättra. Till exempel genom dessa meningar kommer de bilderna fram: ”Han räds inte de många utmaningarna”, ”för första gången ska Lidl Sveriges vd ge en intervju i svensk dagspress”. Lidl ska bli mer svenskt och att Lidl sedan inträdet i Sverige har varit det tysta, oåtkomliga företaget med okända varumärken på sina hyllor är numera historia.

Text 13: Flood, Linda, ”Tufft år väntar hårdbantat SVT”, *SvD Näringsliv*, 1/2-2010.

Om texten: Texten är en intervju med SVT:s vd Eva Hamilton. Texten handlar om att SVT har fått hårdbanta och att de nu måste försöka hålla nere kostnaderna på samma nivå. Även att de nu ska satsa på att locka 30-40 åringar att kolla på SVT.⁴¹

I texten betonas att ”det är inget som bekymrar Eva Hamilton”, det visar på att hon är en säker person. I ingressen skrivs att hon är en av Sveriges mäktigaste kvinnor vilket visar på hennes styrka som person. Alltså går den här texten också lite från normen att kvinnor är svagare och osäkrare. Det står dock att det är mycket hon tror ska hända, men att hon inte är säker på det.

Text 14: Almgren, Jan, ”Tufft bokslut”, *SvD Näringsliv*, 14/2-2010.

Om texten: Texten är en intervju med vd:n för SEB Annika Falkengren. Texten handlar om att det förra året blev dystert för SEB resultatmässigt, de hade ett tufft bokslut.⁴²

Ord som att Annika Falkengren var oväntat optimistisk visar på att det oftast är negativt och osäkert i kvinnors uttalanden. Att affären har satt djupa spår i henne, visar på att hon är en känslig person, vilken män aldrig skulle vara. Men så vill hon samtidigt slå bort tanken på

⁴⁰ Bränström, Sara L, ”Norrman byter strategi för Lidl Sverige”, *SvD Näringsliv*, 18/1-2010.

⁴¹ Flood, Linda, ”Tufft år väntar hårdbantat SVT”, *SvD Näringsliv*, 1/2-2010.

⁴² Almgren, Jan, ”Tufft bokslut”, *SvD Näringsliv*, 14/2-2010.

att det kommer att gå dåligt även i år, genom att tillförlita sig på något som bankens kreditteam har kommit fram till, nämligen att de räknar med en halvering av kreditförlusterna i Baltikum. Hon måste alltså ställa sig bakom någon annan för att våga säga det hon vill. Hon kan inte själv stå för det vilket visar på en viss osäkerhet.

Text 15: Bränström, Sara L, ”Storlek större”, *SvD Näringsliv*, 21/2-2010.

Om texten: Texten är en intervju med vd:n för H&M Karl-Johan Persson. Texten handlar om att H&M vill expandera och så småningom finnas i alla världens länder. Det går bra för H&M och de på företaget är ständigt ute efter förbättring.⁴³

Att Karl-Johan Persson har en oklanderlig vd-kostym och är stolt över en god lönsamhet samt att det var tävlingsmänniskan i honom som lockades av vd-uppdraget är alla generella genusmönster för män. Att han är en tävlingsmänniska med tävlingsinriktad ledarstil och att förbättringar och tillväxt är hans melodi likaså. Han verkar ändå ödmjuk och tar inte åt sig all förtjänst utan framhåller andra medarbetare och betonar vikten av teamet, detta visar på att han är en självsäker person men som inte är rädd för andras hjälp.

Text 16: Fröberg, Jonas, ”Vd på nya vägar”, *SvD Näringsliv*, 28/2-2010.

Om texten: Texten är en intervju med vd:n för Saab Jan-Åke Jonsson. Texten handlar om att det har varit tufft för Saab och att det kommer att fortsätta att vara det ett bra tag framöver nu efter att Victor Muller och Spyker har köpt Saab. Saab ska bli ett premiummärke och konkurrera med BMW och Mercedes om ytterst kräsna köpare.⁴⁴

Jan-Åke Jonsson har haft många problem och är ganska beroende av andra. Jag får en känsla av att journalisten vill trycka ner vd:n. Men Jan-Åke Jonsson vill inte hållas nere utan han kämpar sig upp och tror på att det kommer att gå bra i framtiden.

Text 17: Almgren, Jan, ”Borg helt fel ute”, *SvD Näringsliv*, 7/3-2010.

Om texten: Texten är en intervju med Andra AP-fondens vd Eva Halvarsson. Texten handlar om att hon är arg över kritiken de fick från finansminister Anders Borg. Den handlar också om att de nu är på tillbakavägen och att 2009 slutade på ett bättre resultat än någonsin.⁴⁵

⁴³ Bränström, Sara L, ”Storlek större”, *SvD Näringsliv*, 21/2-2010.

⁴⁴ Fröberg, Jonas, ”Vd på nya vägar”, *SvD Näringsliv*, 28/2-2010.

⁴⁵ Almgren, Jan, ”Borg helt fel ute”, *SvD Näringsliv*, 7/3-2010.

Eva Halvarsson presenteras som en stark kvinna som vågar sig på ett svar på tal, en motattack. Journalisten vill dock få fram att det har gått dåligt och att Eva Halvarsson är tveksam till mycket, till exempel genom att lägga in i texten: ”...(tystnad)”. Det ger en bild av att hon är osäker på vad hon ska svara. Han säger även saker som: men frågan är hur framgångsrika AP-fonderna har varit, fastän vd:n låtit positiv i citatet innan.

Text 18: Bränström, Sara L, ”Sill nytt säljverktyg”, *SvD Näringsliv*, 14/3-2010.

Om texten: Texten är en intervju med Clas Ohlsons vd Klas Balkow. Texten handlar om att de ska expandera, framförallt på den engelska marknaden.⁴⁶

Jag får uppfattningen av Klas Balkow som en säker person som vet vad han vill och som är säker på att lyckas. Beskrivningar av honom som till exempel: ”Vant går han igenom rapporten”, ”trivs bra i intervjusituationen”, ”han gillar att prata och resonera” samt att ”han ger ett hyggligt, varmt och jordnära intryck”, ger en bild av honom som en trygg person som vågar satsa och tror på sig själv.

Text 19: Neurath, Carolina, ”Ser hellre framåt”, *SvD Näringsliv*, 21/3-2010.

Om texten: Texten är en intervju med vd:n för AMF Pension Ingrid Bonde. Texten handlar om tillbakagången från skandalerna i bolaget förra året. Det står att det är viktigt att se framåt och att utmaningen idag för AMF Pension är att göra sin produkt ännu bättre och kommunicera tydligare för att få folk att engagera sig i sin pension.⁴⁷

Texten visar att Ingrid Bonde är en person med mycket ansvar och makt, som är mån om att saker och ting ska gå rätt till. Hon vill städa upp efter andras röra och vill att saker ska gå framåt. Hon är ödmjuk i och med att hon själv har svarat på brev från arga kunder. Hon spelar på sympati och säger att hon är lika upprörd som kunderna. En mening som visar på att hon är lite osäker och rädd är denna: ”Det märks att hon tycker att det är obekvämt att prata om det. Hennes kinder, som redan är rödbrända efter den senaste utlandssemestern, hettar till.” Detta är ett sätt att få henne att verka osäker, vilket är typiskt för en kvinna att verka.

⁴⁶ Bränström, Sara L, ”Sill nytt säljverktyg”, *SvD Näringsliv*, 14/3-2010.

⁴⁷ Neurath, Carolina, ”Ser hellre framåt”, *SvD Näringsliv*, 21/3-2010.

Text 20: Almgren, Jan, ”På efterkälken”, *SvD Näringsliv*, 28/3-2010.

Om texten: Texten är en intervju med Börje Ekholm, vd för Investor. Texten handlar om att det är dålig avkastning för aktieägarna samtidigt som det regnar miljoner över familjen Wallenberg och deras direktörer.⁴⁸

Jag får uppfattningen att Börje Ekholm är en självsäker person som kan vara självkritisk och vet när han har gjort fel. Dock verkar han lite osäker ibland, i och med att journalisten lägger in: ”...(tystnad)” efter att en fråga har ställts. Det får honom att sjunka lite från att vara den självsäkre mannen som har koll på läget.

5.2 Genomgång av frågorna

I detta kapitel kommer jag att gå igenom de undersökningsfrågor jag har haft när jag har gjort analysen av texterna. De kommer att besvaras en efter en och jag kommer att lägga in en sammanfattning efter varje fråga där jag sammanställer vad jag har kommit fram till med just den frågan. Jag har läst igenom texterna många gånger, där jag noggrant övervägt vilka ord som ska hamna under vilken kategori. Skillnaden mellan beskrivande ord och värdeladdade ord kan verka liten och högst personlig, men i dessa fall finns orden listade så att varje person som läser den här uppsatsen själv ska kunna ta ställning till min bedömning.

⁴⁸ Almgren, Jan, ”På efterkälken”, *SvD Näringsliv*, 28/3-2010.

5.2.1 Vilket är textens huvudtema?

De teman som representeras i texterna är:

- Expansion av Clas Ohlson (*en text om en man*)
- Sveriges handelsmarknad (*en text om en kvinna*)
- Att det går bra för Norwegian i jämförelse med andra flygbolag (*en text om en man*)
- Att det inte går så bra för inkasso-företag under en finanskris som många tror (*en text om en kvinna*)
- Att det går dåligt för Hemtex, men den nye vd:n vill bryta det mönstret (*en text om en man*)
- Att det kan bli en potentiell strid i avtalsrörelsen inom Svensk Handel (*en text om en man*)
- Att det blir färre independentbolag och fler större jättar inom filmbranschen (*en text om en kvinna*)
- Att det är en tuff bransch Ericsson ligger i och att de försöker bli mer effektiva (*en text om en man*)
- Skogsindustrierna är emot ett nytt avtal med facket (*en text om en kvinna*)
- Att papperstidningsläsandet väntas öka i Indien (*en text om en kvinna*)
- Södra kom ut ur stormen Gudrun relativt oskadda och ska nu bli en betydande energileverantör (*en text om en man*)
- Omstruktureringar för Lidl Sverige och hur de ska börja gå med vinst (*en text om en man*)
- Det kommer att bli ett tufft år för SVT som måste kämpa med att hålla nere kostnaderna på samma nivå (*en text om en kvinna*)
- Den ekonomiska kollapsen i Baltikum har gjort att SEB gått med förlust (*en text om en kvinna*)
- H&M ska expandera och i framtiden finnas i alla världens länder (*en text om en man*)
- Saab har blivit uppköpt av Victor Müller och Spyker. Nu måste vd:n för Saab se framåt (*en text om en man*)
- Andra AP-fondens vd kritiserar finansministerns uttalande. De har gått plus 2009, men ligger minus totalt (*en text om en kvinna*)
- Clas Ohlson ska expandera, framförallt på den engelska marknaden och ska locka kunder med sill (*en text om en man*)
- AMF Pensions vd har vunnit tillbaka förtroendet från kunderna. Nu vill hon se framåt och förbättra sin produkt (*en text om en kvinna*)
- Investor har dålig avkastning (*en text om en man*)

Det är dessa teman som förekommer i texterna. Alltså att det går dåligt ekonomiskt, expansion och försök att locka kunder samt framåttänk. Efter att ha läst igenom alla texter har jag kommit fram till att teman som representeras av män ofta är att företaget ska expandera, till exempel Clas Ohlson, H&M, Lidl samt flygbolaget Norwegian. Ämnen som ofta förekommer är att det är dålig ekonomi i företagen, men i texter om män ser de trots allt ljus på framtiden och vet att det kommer att bli bra. I texter om kvinnor där det handlar om dålig ekonomi står det sällan att de vet att det kommer att gå bra, utan

möjligtvis att de tror att det kommer att bli bra. Det är alltså ett större engagemang och generellt en positivare och självsäkrare ton i texterna om männen.

5.2.2 Vilken plats genomförs intervjun på?

I de texter det berättas var intervjun ägt rum så är det oftast på kontoret hos den intervjuade. Det sker inga skillnader i beskrivningen av männens kontor eller kvinnornas. I många av texterna förekommer inte ens någon beskrivning av var intervjun äger rum. Denna fråga har således inte gett något resultat. I och med det krävs ingen djupare genomgång av svaren. För fortsatt forskning skulle detta kunna vara något att fokusera på, i vilket fall man skulle behöva välja texter där miljöbeskrivningar förekommer i alla texter.

5.2.3 Vad gör personen i texten? (vilka verb används för att beskriva ageranden i texten)

Med denna fråga vill jag veta vad intervjupersonerna gör i texterna och framförallt hur deras citat beskrivs, till exempel: säger, menar, antar, tror, spår, hoppas. Med hjälp av dessa ord ges en tydlig bild av hur personerna uppfattas av skribenten och hur de väljer att framställa honom eller henne. Att någon bekräftar något eller antar något ger två helt olika bilder av personen, därav finns denna fråga med.

Med positiva ord eller meningar här nedan menar jag de ord eller meningar som på något vis förstärker personens bild som en stark och självsäker person. Tvärtom med negativa ord, att de bidrar till att skapa en bild av personen som svag och osäker.

I den andra tabellen förekommer beskrivningar av intervjupersonernas citat. Där menar jag med ”säkra” ord sådana som visar att personen vet vad denne pratar om, till exempel bekräftar. Med ”osäkra” menar jag sådana ord som visar att personen i texten inte vet om det denne säger är sant eller om det kommer att inträffa, till exempel tror.

På detta sätt tycker jag att det blir tydligt vilka typer av ord och meningar som förekommer i texter om män respektive i texter om kvinnor.

Männens ageranden i texterna	Kvinnornas ageranden i texterna
<p style="text-align: center;"><u>Positiva</u></p> <p>Har siktet inställt på nya nivåer Skrattar åt jämförelsen Krisläget skrämmer inte nya vd:n Triggas av att kavla upp ärmarna Gillar utmaningar Laddar för Verkar inte få honom att ligga sömlös och grubbla Redo att kriga Är ständigt på språng Har ett överskott av energi Sticker inte under stol med Gjort förändringar redan innan han tillträtt Är optimistisk Byter strategi Räds inte de många utmaningarna Beslutade Siktar på att göra kedjan mer svensk Styr företaget Är stolt över en god lönsamhet Är nog Har siktet inställt på att erövra den brittiska marknaden Går vant igenom rapporten Svarar tålmodigt Ler brett Trivs bra i intervjusituationen Gillar att prata och resonera Visar nöjt upp tidningsklippen Betonar vikten Ler hastigt</p> <p style="text-align: center;"><u>Negativa</u></p> <p>Är oroad Blir tyst ett tag Hyser förhoppningar Vill inte kommentera Vill inte spekulera Ber om ursäkt för att kontoret inte är i ordning Vill inte spekulera i när steget ska tas Hoppas bryta mönstret Ser först ut att inte förstå frågan Balanserar på slak lina Måste se framåt</p>	<p style="text-align: center;"><u>Positiva</u></p> <p>Vill göra affärer Sitter på ett möte Deltar i ett toppmöte Har många viktiga frågor på agendan Räknar med att världskartan ritas om Basar över 550 anställda Anser att det är viktigt att leva i nuet Den myten vill hon ta död på Är på jakt efter Uttalar sig bestämt och utan tvekan Rustar för Har en sits som många tidningsmakare måste avundas Är övertygad Ser inget glastak i vägen Men det är inget som bekymrar henne Sticker inte under stol med Riktar kritik mot Tar gärna en fika med medarbetare i alla led Ansvarar Satt själv och svarade på brev från arga kunder Basar över Fick börja med att sparka sin närmaste medarbetare Har mycket makt Är nöjd Värnar</p> <p style="text-align: center;"><u>Negativa</u></p> <p>Tycker att det är obekvämt att prata om det Hennes redan rödbrända kinder hettar till Bekymrar sig en del över Skulle inte bli förvånad Suckar Skakar på huvudet Ser ingen ljusning Kan inte se någon vändning i sikte Att bli vd en dag är inget hon vill spekulera i Har definitivt jobbat sig upp till toppen, även om det inte alls var målet från början Skulle samtidigt gärna se En stor tyngd har fallit från hennes axlar</p>

Efter att ha analyserat tabellen på ageranden i texterna går det att dra en slutsats att de positiva agerandena är ganska likvärdiga. Det förekommer ungefär lika många positiva meningar eller ord om personernas ageranden som bidrar till att skapa en stärkande bild av personen i texten. Där det däremot finns skillnader, är i de negativa agerandena. Det kan alltså upplevas som jämförbart, men det finns förskjutningar. När man jämför texterna en och en kan skillnaderna te sig små, men i det hela perspektivet finns det skillnader i

beskrivningarna av personernas ageranden. Exempel på detta är att i texter om män används ord som, ”gillar utmaningar”, ”redo att kriga” och ”räds inte de många utmaningarna”, oftare än i texter om kvinnor. Medan det oftare förekommer ord som ”ser ingen ljusning” och ”bekymrar sig en hel del över”, i texter om kvinnor.

Hur männens citat beskrivs	Hur kvinnornas citat beskrivs
<p><u>Säkra</u> Menar att Säger Är övertygad om Slår han fast Enligt Lovar Konstaterar Avslöjar Betonar Vidhåller Bekräftar Säger han självkritiskt</p> <p><u>Osäkra</u> Hoppas Tror Räknar med Tror inte Utesluter inte Föreslår Anser Tycker</p>	<p><u>Säkra</u> Menar att Säger Enligt Konstaterar Betonar Tillbakavisar påståendet Understryker Hävdar Säger entusiastiskt Poängterar Berättar Intyggar Lyfter fram</p> <p><u>Osäkra</u> Tror Räknar med Anser Tycker Spår Märker Påpekar att Medger Kommenterar</p>

Efter att ha gått igenom de ord som funnits med i texterna har jag kommit fram till att ordet ”säger” är det vanligast förekommande ordet i texter både om män och kvinnor, för att beskriva citaten. Andra ord som ofta används är ”enligt” och ”anser”. Det finns generellt inga stora skillnader, men efter att ha läst igenom alla texter har jag kommit fram till att det oftare används ord som ”tror” och ”spår” i texter om kvinnor. Detta ger en bild av att kvinnan i texten är osäker på vad hon säger. I texter om män finns det också ord som skapar osäkerhet i hans utlåtande, såsom ”tror” och ”hoppas”, men inte alls i samma utsträckning som i texterna om kvinnor.

Texter om män har fler förekommande ord och meningar som övertygar läsaren om att han vet vad han pratar om, det kan vara ord och meningar som ”är övertygad om” eller ”slår han fast”. Det finns liknande ord förekommande i texter om kvinnor, vilka kan vara ”understryker” eller ”intyggar”. Men trots att dessa ord förekommer, så är det inte i samma

utsträckning som i texter om män. Detta bidrar till att föra vidare de genusmönster som finns av att männen är säkrare än kvinnorna. Kvinnorna däremot framställs på sådant vis att de tycks gömma sig bakom fraser som lämnar henne fri om ryggen, det kan vara ord som ”tror”. De vill inte lova saker lika ofta som männen, vilket skapar en känsla av osäkerhet och försiktighet.

5.2.4 Vilken roll har personen i texten? (yrkesperson, privatperson, titel)

I alla texter är personen en yrkesverksam person, det vill säga vd, ordförande, chef eller liknande. Det är aldrig någon privatperson som omskrivs. Detta har naturligtvis att göra med mitt urval och en text om en privatperson skulle inte passa in i analysen. Denna fråga fanns dock med för att jag ville få svar på om det i någon av texterna skrevs om personen som en privatperson i något stycke. Men genomgående i alla texter är de yrkespersoner. Den enda texten som på något vis tar upp personen som en privatperson är i text 16 om Saabs vd som i början av texten skildras när han joggar på kvällarna. Detta gör han som en privatperson och det blir en del av texten. Det går dock inte att dra några slutsatser av resultatet från den här frågan eftersom det endast var en text som delvis handlade om personens privatliv.

5.2.5 Hur presenteras personen? (förnamn, efternamn, titel etc.)

I alla texter presenteras personerna med förnamn och efternamn. Utöver det nämns även att de är vd, chef, ordförande, grundare till bolaget eller handelsminister. I vissa texter, endast i texter om kvinnor, förekommer andra ord utöver de faktiska yrkesrollerna:

- Skarp mediechef
- Indisk tidningsdrottning
- Indiens mediedrottning
- Indiens näringslivselit
- En av Sveriges mäktigaste kvinnor

Det är en intressant slutsats att det endast i texter om kvinnor förekommer andra presentationer än den faktiska yrkesrollen. Med utgångspunkt i de genusteorier jag använder mig av visar detta på att det är viktigare att tala om att en kvinna har makt och stort inflytande, detta eftersom att det är ovanligt och avvikande från normen. Inte i någon av texterna om en man förekommer någon annan beskrivning av honom än med hans förnamn och efternamn samt hans faktiska yrkesroll. I en text om en man är det alltså redan självklart att han är mäktig och stark, medan det i en text om en kvinna förefaller som ovanligt och därför måste det nämnas.

5.2.6 Hur ingående berättas det om personen? (kön, ålder, etnicitet)

Det står sällan något ingående om personerna, förutom korta profilfrågor som ålder och familj. Åldern står utskrivnen i brödtexten i två texter och syftet är då att visa att personen är ung för sitt yrke. I texten om Indiens mediedrottning skrivs det att hennes familj är som Wallenberg. I texten om Lidl's vd står det skrivet var han kommer ifrån. Om personer med utländsk härkomst beskrivs det lite mer. Generellt kan man säga att dessa texter inte är ute efter så djupa personbeskrivningar mer än de korta profilfrågorna jag nämnde ovan.

5.2.7 Vilka värdeladdade ord används? (ord som bidrar till att styra texten åt något håll, såsom positiva ord eller negativa ord)

Med denna fråga vill jag veta vilka ord som används för att få tryck i den beskrivning skribenten vill göra av intervjupersonen. Det kan vara ord som fast övertygad, triggas av, förvånad, ser ingen ljusning. Det jag menar med positiva och negativa ord är att de på något vis ska dra läsarens uppfattning av personen åt något håll. Antingen åt ett positivt håll som får personen att verka som en vinnare som inte är rädd för utmaningar, exempelvis fast övertygad. Eller också åt ett negativt håll med ord som på något vis får personen i texten att verka osäker på sig själv och sina uppgifter, som inte kan säga med säkerhet att något ska bli på ett visst sätt utan gärna gömmer sig bakom ord som tror.

Värdeladdade ord i texter om män	Värdeladdade ord i texter om kvinnor
<p><u>Positiva</u> Fast övertygad Triggas av Skrämmer inte honom Verkar inte få honom att ligga sömlös och grubbla Slår fast Redo att kriga Redan innan han tillträtt Konstaterar Är optimistisk Räds inte de många utmaningarna I oklanderlig vd-kostym Tävlingsmänniska Tävlingsinriktad ledarstil Förbättringar och tillväxt är hans melodi Går vant igenom rapporten Svarar tålmodigt</p> <p><u>Negativa</u> Balanserar på slak lina Ett hinderlopp i frustande maxtempo Räknar med Självkritiskt – ... (tystnad)</p>	<p><u>Positiva</u> På jakt efter Hon har ändå hoppet kvar Har läget under kontroll Indisk tidningsdrottning Indiens mediedrottning Närpå en underdrift att hon tillhör Indiens näringslivselit Skarp mediechef En av Sveriges mäktigaste kvinnor Har mycket makt Är övertygad</p> <p><u>Negativa</u> Hennes förtvivlan – ... (tystnad) Är obekvämt att prata om det Hennes kinder hettar till Affären har satt djupa spår hos bankchefen Oväntat optimistisk Stor tyngd har fallit från hennes axlar Räknar med Förvånad Ser ingen ljusning Har definitivt jobbat sig upp till toppen, även om det inte alls var målet från början</p>

De ord som jag har märkt ut som värdeladdade går att se i tabellen ovan. Jag har valt att placera orden i den tabellen då de på något vis styr uppfattningen om personen åt något håll, positivt eller negativt. Av tabellen ovan kan man utläsa att negativa ord förekommer oftare i texter om kvinnor än i texter om män, där negativt värdeladdade ord knappt förekommer alls. Med detta i ryggen, kan jag konstatera att kvinnorna i detta texturval framställs som osäkrare än männen. Jag får bilden av att kvinnorna är något mer lätta att ta sönder och att problemen som drabbar dem tas mer personligt än hos männen.

I de texter där problem tas upp, till exempel att det går dåligt ekonomiskt, beskrivs männen som att de är redo att kriga för att nå toppen. Till exempel märks detta i text åtta i undersökningen. De tar inte problemen så personligt och har lättare för att gå vidare i deras arbete och fixa problemen. Kvinnorna däremot beskrivs på sådant vis att det verkar som att de har gått och ältat problemen under en lång tid och inte förrän de fått det på papper att det har löst sig, lättas tyngden från deras axlar. Männen klarar alltså av problem i högre grad än kvinnor och ser ljusare på framtiden, de är alltså starkare än kvinnorna.

5.2.8 Vilka beskrivande ord och meningar används för kvinnor respektive män i artiklarna? (adjektiv och adverb såsom utseende, personlighet, arbete)

Med denna fråga vill jag veta hur personerna och deras omgivning beskrivs, finns kläder, hår, kontor med i beskrivningen. Om det finns skillnader i hur personerna beskrivs är således det jag vill ha svar på med denna fråga. Här förekommer ingen indelning av orden som positiva eller negativa. Dessa beskrivande ord ska endast finnas med som just vad de är, en beskrivning som varken ska dra åt det positiva eller negativa hållet. Orden ska ha en neutral ton, annars platsar de inte i den här kategorin, utan under värdeladdade ord.

Beskrivande ord i texter om män	Beskrivande ord i texter om kvinnor
Snyggt och prydligt kontor Ödmjuk Öppen för avtal 44-åringen Är ständigt på språng Har ett överskott av energi Är bara 35 år gammal Säger han på sjungande nordnorska och skrattar Kommer ursprungligen från nordnorska Tromsö Löparskorna åker på 1-4 ggr i veckan. Ventil i stormen Han måste se framåt Har en hektisk dag Ger ett hyggligt, varmt och jordnära intryck Får hela Clas Ohlson att framstå som ett mysföretag Pratar hela tiden om sig själv som "du" – inte "jag" Lär han inte glömma i första taget Är självkritisk	Har ett fullspäckt och varierat schema Är en veteran Är styrelseledamot Frisyren ligger i perfekt ordning Ett förgyllt eklöv glimmar på den svarta kavajen Uttalar sig bestämt och utan tvekan Har drygt 25 års erfarenhet Hennes namn klingar som Wallenberg i Sverige Är god för 600 miljoner dollar Ser väldigt lugn ut Det är inget som bekymrar henne Snabbpratande, sifferspäckad vd som har nära till skratt Enkla vd-rum Tycker att det är viktigt att se framåt En lättsam och avslappnad chef Lättare att reagera eftersom hon är långt borta

Med hjälp av denna tabell går det att utläsa att det generellt förekommer lika många beskrivande ord om kvinnor och män, men då ska man ha i åtanke att det var något färre texter om kvinnor i undersökningen. Överlag i texterna är det ont om beskrivningar av utseende och omgivning. Det förekommer några gånger, då det vill betonas att personen i fråga är ung för sitt yrke, har mycket att göra eller då personen har en särskild dialekt. Denna kategori skulle vara bättre i en analys där just beskrivningar ligger till grund för texterna. I tabellen ovan går det att dra slutsatsen att beskrivningen av kvinnor och män inte skiljer sig åt på något större sätt, egentligen inte alls. Någon enstaka gång nämns personens utseende eller kläder. Dock inget betydande som behöver utvärderas närmare.

5.2.9 Vad får man som läsare veta om intervjupersonens privatliv?

Generellt berättas det inte mycket om personernas privatliv förutom de korta profilfrågorna som kan vara ålder, familj, intressen, boende, fritid, arbetsplats. Det skrivs inte ut i brödtexten något om personernas privatliv, förutom i dessa fall:

- I text 10 om den indiska kvinnan får man veta att hon är del i en familj som i Indien är likvärdig med Wallenberg i Sverige.
- I text 12 om Lidl's vd får man i texten veta att han endast är 35 år och att han ursprungligen kommer från norska Tromsø.
- I text 14 om SEB:s vd får vi veta att hon i vanliga fall är en snabbpratande person, en sifferspäckad person och att hon har nära till skratt.
- I text 15 om vd:n för H&M får vi veta att H&M är en del av hans liv och uppväxt. Hans farfar grundade det och pappa Stefan tog bolaget vidare.
- I text 16 om Saab-chefen får vi veta att han brukar jogga 1-4 gånger i veckan.

Alltså i de texter där tidigare generationer varit med och grundat och tagit företaget vidare förekommer det beskrivningar i texterna. Även i texter där det är påtagligt att personen är ung för sitt yrke förekommer det utskrifter av åldern i brödtexten, som annars endast finns med i de korta frågorna jag nämnde tidigare. I en text skrivs det ut hur personen brukar vara i vanliga fall och i en annan skrivs det något om vad personen gör på sin privata tid, alltså att han joggar 1-4 gånger i veckan. I och med detta resultat kan det ses som ett stilgrepp att inte bli för privat i beskrivningen av personerna.

5.2.10 Vad får man som läsare veta om intervjupersonens professionella liv?

Denna fråga finns med för att ta reda på vilka skillnader som finns, om det alls finns några, mellan kvinnor och män i beskrivningen av deras arbetsuppgifter samt av deras liv som professionella. Det kan till exempel vara att de sitter i möten, svarar i telefon eller att de inte har några uppgifter.

De beskrivningar av männens professionella liv är bland annat, förutom i de korta profilfrågorna, att de reser mycket, inte hinner gå på alla invigningar som görs. Det förekommer också meningar som att de är fast övertygade om att deras företag går att etablera och expandera på nya platser. Andra förekommande ord är att de har haft många högt uppsatta poster i sina dagar, att någon är en aktiv person som gillar att ha agendan full och som ständigt är på språng med mycket energi. Slutligen finns det även beskrivet att någon är en tävlingsmänniska och har många mål.

Med detta kan alltså sammanfattas att männen i sina professionella liv är aktiva, har viljan att expandera och tror på att det kommer att gå vägen. De beskrivs som självsäkra med många mål.

I beskrivningarna om kvinnornas professionella liv förekommer det att hon har ett fullspäckat och varierat schema. Det står även skrivet att någon har arbetat sig upp till toppen. Någon annan beskrivs som en stark och självsäker ledare. Utöver detta står det även skrivet i texterna att de reser mycket och att någon annan är en av Sveriges mäktigaste kvinnor. Slutligen kan nämnas att någon måste fatta tuffa beslut och att någon annan har fått kämpa för att vinna tillbaka förtroendet.

Ur detta går det att läsa att kvinnorna har arbetat sig till toppen, men de är starka som ledare.

Sammanfattningsvis om intervjupersonernas professionella liv, kan man utläsa att det generellt sett inte står jättemycket om vilka typer av arbetsuppgifter personerna har. Det nämns några gånger att de sitter i möten och måste resa runt mycket för att delta på olika invigningar och möten. I de korta profilfrågorna som förekommer i varje text, är ibland någon av frågorna bakgrund eller tidigare yrken och utbildning. Utöver dessa frågor finns dock inte mycket information.

6. Slutsatser och fortsatt forskning

I detta kapitel kommer jag att redogöra för de slutsatser jag har kommit fram till samt svara på de övergripande frågeställningarna jag har. Slutligen kommer jag att diskutera resultatet med avseende på faktorer som kan ha påverkat analysen samt ge förslag på fortsatt forskning.

En stereotyp är ett slags schema, prototyp eller social representation. Alltså att en kategori människor tillskrivs en uppsättning gemensamma egenskaper, vilka utgör den stereotypa uppfattningen om gruppen. Efter att man sedan har fastställt att en person tillhör gruppen, tillskrivs personen de stereotypa egenskaperna. Alla som tillhör gruppen ikläds stereotypens ”tvångströja”.⁴⁹

Dessa stereotyper, eller genuskodade mönster, är något som förekommer i de analyserade texterna. Till exempel att mannen har ansvaret, är beskyddaren och ska försörja och att kvinnan är tillbakadragen och beroende av sin man. Dessa genusmönster eller stereotyper har funnits i alla tider och lever kvar än i dag hos många.⁵⁰

Jag kommer här nedan, utifrån svaren på undersökningsfrågorna, att lista ord som förekommit i texterna, både ord som visar att genusmönster existerar och ord som säger emot att genusmönster finns. Tabellen med utgångspunkt i texterna om män delas in i kategorierna manliga genusmönster och icke manliga genusmönster. I tabellen med utgångspunkt i texterna om kvinnor delas orden upp under kvinnliga genusmönster samt icke kvinnliga genusmönster.

⁴⁹ Hinton 2003, s 174.

⁵⁰ Hirdman 2001, s 88.

Genusmönster i texter om män	Genusmönster i texter om kvinnor
<p><u>Manliga genusmönster</u></p> <p>Fast övertygad Kedjan har klart en potential Skrattar åt Skrämmer inte Triggas av att tvingas kavla upp ärmarna Gillar utmaningar Han ligger inte sömlös och grubblar Slår han fast Redo att kriga Står stadigt Han räds inte de många utmaningarna Är bara 35 år gammal Oklanderlig vd-kostym Tävlingsmänniska Tävlingsinriktad ledarstil Vidhåller Bekräftar Går vant igenom rapporten Trivs bra i intervjusituationen Gillar att prata och resonera</p> <p><u>Icke manliga genusmönster</u></p> <p>Balanserar på slak lina Självkritisk</p>	<p><u>Kvinnliga genusmönster</u></p> <p>Tror Spår ministern Bli förvånad Skulle samtidigt gärna se Inget hon vill spekulera i Ingen ljusning Hon har jobbat sig upp Hon har hoppet kvar En stor tyngd har fallit från hennes axlar Oväntat optimistisk Satt djupa spår i henne Hon suckar och skakar på huvudet Hon är obekvämt att prata om det Hennes redan rödbrända kinder hettar till</p> <p><u>Icke kvinnliga genusmönster</u></p> <p>Men det är inget som bekymrar henne Är övertygad Konstaterar Att hon har läget under kontroll Uttalar sig bestämt och utan tvekan Att hon är på jakt efter</p>

Även om man bara tar en snabb titt på tabellen ovan kan man dra slutsatsen att det är vanligt förekommande att män respektive kvinnor presenteras på ett sådant sätt att de genuskodade föreställningar vi människor har, förs vidare genom texterna i *Svenska Dagbladet*. Denna tidning är alltså inte ett undantag, utan följer ”regeln” att män är starkare och kvinnorna svagare.

Ytterst sällan förekommer det texter där männen upplevs som svaga och osäkra. I många av de texter om män där ämnet generellt sett är negativt, till exempel att det är jobbigt ekonomiskt, finns ord och meningar med som gör att mannen ändå verkar ha klarat sig bra och kommer att kunna gå lycklig ur krisen. Exempel på detta är text åtta i undersökningen om Hans Vestberg som ska ta över som vd för Ericsson, som enligt texten har det svårt och har fått göra en hel del besparingar. Trots detta problematiska ämne, beskrivs han som en person med mycket energi som är redo att kriga för att nå dit han vill. Han är dock medveten om att det inte kommer att vara lätt, men är ändå säker på att det kommer att gå bra.

Detta kan man jämföra med text 14 i undersökningen om Annika Falkengren som är vd för SEB som också har haft det svårt ekonomiskt. Men i den texten förekommer, istället för ord som ”redo att kriga”, ord som ”satt djupa spår hos bankchefen”, ”tufft bokslut”,

”dystert år” och att hon ”är oväntat optimistisk”. Man kan fråga sig varför hon inte får vara bara optimistisk, utan att det ska vara förvånande. Detta kan ha att göra med att kvinnor förväntas ta saker allvarligare och lättare känner sig nedtryckta av problemen, och att de vanligtvis inte tror så gott om sig själva.

Även om det är vanligast förekommande att männen beskrivs som starka och säkra, och kvinnan som tillbakadragen och osäker, så finns det undantag. I och med detta går det att dra ytterligare en slutsats om att, som Kerstin Engström skriver i sin avhandling, traditionella genusmönster motsägelsefullt nog återges just i formuleringar som bryter mönstren, exempelvis att även män kan vara mjuka, rädda och visa känslor eller att även kvinnor vågar satsa på mer riskabla aktieköp. I några av texterna om kvinnor förekommer ord som kontroll, på jakt, bekymrar henne inte, konstaterar och att hon uttalar sig bestämt och utan tvekan. Det är i dessa texter som tanken att mannen skulle vara normen och kvinnan det ovanliga och annorlunda märks extra tydligt. Till exempel att det är självklart att brandmän är män – och en kvinna som brandman blir ovanlig.⁵¹ På liknande sätt märks detta i de texter där orden ovan förekommer. Som läsare reagerar man på att något är annorlunda och i och med det så bekräftas de stereotypa föreställningarna.⁵² Detta är något som märks i artikel nio i undersökningen, där kvinnan i texten beskrivs som en självsäker person som har koll på läget och i och med det så reagerar man som läsare på att något är annorlunda mot för hur det brukar vara. Det går också att se i text tio i undersökningen om Shobhana Bhartia, som beskrivs som Indiens mediedrottning, som en skarp mediechef och som är övertygad om det hon säger. Läsaren reagerar på detta eftersom det skiljer sig från normen. Om man tänker att det hade varit tvärtom att det var en man som var en mediekung, då hade läsaren inte reagerat på den meningen på samma sätt. Det kan därför i enlighet med Kerstin Engstöms forskning sägas att genom att betona undantagen bekräftar uttalandena regeln, i detta fall genusmönster och normer.

⁵¹ Hirdman 2001, s 60.

⁵² Engström 2008, s 240.

6.1 Frågeställningarna besvaras

Här nedan svarar jag på de övergripande frågeställningarna för uppsatsen. Med hjälp av de frågor jag ställt till texterna har jag kommit fram till dessa svar.

Fråga 1: Hur framställs manliga respektive kvinnliga makthavare i svenska medier?

Enligt uppgifterna jag har fått fram genom att ha ställt de tio frågorna till texterna har jag kommit fram till att manliga makthavare generellt framställs genom de genusmönster som redan existerar, det vill säga att männen är de starka i samhället som tar ansvar och har förmågan att tänka positivt. De tror på sig själva och vet att de klarar av det de tar för sig. Detta märks framförallt i texter där ämnet är negativt och tungt, till exempel att det går dåligt ekonomiskt för företaget. I de texterna står det ofta utskrivet att männen ser ljusst på framtiden och är övertygade om att det kommer att gå bra. Till exempel märks detta i text åtta i undersökningen, med Ericssons nye vd, där texten handlar om att det är en tuff industri att vara i med hård konkurrens, men trots detta är den nye vd:n redo att kriga.

Kvinnliga makthavare beskrivs också genom de genusmönster som redan förekommer, alltså att kvinnan är osäker och svag, att hon inte vågar fullt ut och istället för att vara övertygad om att något ska bli på ett visst sätt, så tror hon det istället. Detta ord, tror, bidrar till att förminska känslan av kvinnan som en stark person som vet vad hon pratar om.

Självklart finns det undantag, vilket jag beskrev tidigare. Jämför man texterna en och en kan det vara svårt att se skillnader, men överlag går det att se att texterna följer de mönster som redan existerar för hur män och kvinnor ska vara.

Fråga 2: Vilken bild ger media läsaren av manligt respektive kvinnligt?

Bilden *Svenska Dagbladet* ger av manligt respektive kvinnligt är följande:

Manligt: Att vara självsäker och veta att man klarar av allt man tar för sig och gärna lite mer. Att klara av att hantera problem som uppstår och att man inte räds dessa. Man kastar sig in i problemet och vet att man kommer att komma ut på andra sidan helt oskadd.

Kvinnligt: Att vara den som tar åt sig. Om ett problem uppstår tar man det personligt och vågar inte säga att man kommer att klara det. Inte förrän man har fått skrivet på papper att problemet har löst sig, vågar man säga det. Man är den osäkra personen som måste fråga om lov och ursäkta sig innan man säger något.

Fråga 3: Finns det några genusmönster av makthavande män respektive makthavande kvinnor i *Svenska Dagbladet* och i så fall, hur framträder de?

Ja, det finns genusmönster av makthavande män och kvinnor i *Svenska Dagbladets* artiklar. Mannen är den starke, självsäkre medan kvinnan är den ursäktande personen som inte vågar säga rakt ut hur hon tänker.

Här nedan kommer jag att lista några av de ord som förekommer, med hänvisning till den text det är hämtat ifrån, och som bevisar att *Svenska Dagbladet* för vidare dessa genusmönster i sina artiklar. På detta sätt kan läsaren av denna uppsats spåra mina slutsatser och själv ta ställning till huruvida dessa är korrekta eller inte.

Manliga genusmönster	Text	Kvinnliga genusmönster	Text
Fast övertygad	1	Tror	2
Kedjan har klart en potential	1	Spår ministern	2
Skrattar åt	3	Bli förvånad	4
Skrämmer inte	5	Skulle samtidigt gärna se	4
Triggas av att tvingas kavla upp ärmarna	5	Inget hon vill spekulera i	4
Gillar utmaningar	5	Ingen ljusning	4
Han ligger inte sömlös och grubblar	6	Hon har jobbat sig upp	7
Slår han fast	6	Hon har hoppet kvar	7
Redo att kriga	8	En stor tyngd har fallit från hennes axlar	13
Står stadigt	11	Oväntat optimistisk	14
Han räds inte de många utmaningarna	12	Satt djupa spår hos henne	14
Tävlingsmänniska	15	Hon suckar och skakar på huvudet	17
Bekräftar	16	Hon är obekvämt att prata om det	19
Vant går igenom rapporten	18	Hennes redan rödbrända kinder hettar till	19
Trivs bra i intervjusituationen	18		
Gillar att prata och resonera	18		

Ur denna tabell med ett urval, med hänvisning till respektive text där ordet finns med, av de förekommande genusmönstren kan man se att *Svenska Dagbladet* för vidare de genusbilder vi har av män respektive kvinnor. Det finns undantag i vissa texter, men överlag och med majoritet så beskrivs kvinnorna och männen utifrån dessa föreställningar. Detta kan vara svårt att se då man jämför texterna en och en, men över alla texter finns det en skillnad.

Min slutsats blir alltså den att *Svenska Dagbladet* faktiskt bidrar till att föra vidare de genusmönster som finns av män respektive kvinnor.

6.2 Faktorer som kan ha påverkat resultatet samt vidare forskning

Det allra första som kommer upp som en möjlig påverkan på analysen är att alla har olika smak och därför bedömer olika. Detta på grund av att det finns olika typer av värdeladdade

ord. Se kapitlet för ”metod och material”. Detta kan alltså framkalla svårigheter för analysen och skapa ett snedvridet resultat.

En annan möjlig faktor som kan påverka det slutgiltiga resultatet är personliga uppfattningar. Detta innebär att jag kan ha haft en uppfattning redan innan jag börjat som jag sedan letat efter. Detta undviks genom att på samma sätt som beskrivet tidigare, skriva ner de ord jag reagerat på, både ord som verkar manliga respektive icke manliga och på samma sätt för kvinnor. Genom att sedan granska tabellerna blir det uppenbart vad som förekommer i texterna. Jag har därför valt att presentera även ord och meningar som ter sig som ovanliga beskrivningar för en man respektive en kvinna, exempelvis att en kvinna uttalar sig bestämt och utan tvekan eller att en man är självkritisk. Jag har alltså i texterna letat efter ord och meningar som dels bekräftar min förförståelse samt ord och meningar som motbevisar den och sammanställt dessa i tabeller. Detta ger således en mer rättvisande bild och resultatet blir därför mer tillförlitligt.

Ytterligare ett sätt att minska påverkan på resultatet är att forska vidare i ämnet. Förslagsvis kan man göra en mer omfattande analys där fler texter ingår i undersökningen, och därigenom förtydliga och skapa en säkrare bild av huruvida dagens media för vidare de genusmönster om män och kvinnor som förekommer i dagens samhälle.

7. Diskussion och återknytning till förförståelsen

En anledning till att männen framställs som starkare, framgångsrikare och direktare än kvinnorna kan vara att journalisterna, precis som alla andra människor, har olika inställning till män och kvinnor redan innan de träffar dem. Automatiskt, eftersom det ofta framställs på det sättet, ses männen som handlingskraftigare och därför ser vi på männen med de ögonen. Alltså att de är handlingskraftigare. En annan anledning kan vara att kvinnan i alla tider varit underordnad mannen och hennes plats har varit i hemmet.⁵³ Om en kvinna verkar allt för duktig och framgångsrik kan hon verka manlig av sig och tvärtom, en man som är tillbakadragen och ursäktande kan verka kvinnlig. Detta är något som vill undvikas, annars kan den manliga stoltheten förstöras. ”Man måste göra, annars tappar man maskulinitet. Action, action!”, skriver Yvonne Hirdman.⁵⁴ Därför är det inte så konstigt att kvinnorna i de analyserade texterna framställs som mer tillbakadragna och försiktiga och männen som handlingskraftigare, säkrare och starkare.

⁵³ Hirdman 2001, s 81.

⁵⁴ Hirdman 2001, s 53.

Efter att ha läst alla 20 texter och begrundat de olika ord och formuleringar som förekommer har jag kommit fram till att det i texterna om män oftast är rakare bud. Det vill säga att männen vet eller är övertygade om att saker kommer att bli på ett visst sätt. Tvärtom hos kvinnorna förekommer det oftast att det som vill sägas göms i mindre direkta ord. Till exempel ”tror” eller ”att hon inte skulle bli förvånad om det blev på det sättet”. Dessa sätt att beskriva män och kvinnor på bidrar till att föra vidare de genusmönster som redan existerar. Det står även i en text, istället för att hon vill, att hon ”samtidigt gärna skulle vilja se”.⁵⁵ Det är mycket artigare beskrivet i texterna om kvinnor, detta bidrar till att skapa en bild av att kvinnan måste be om ursäkt om hon vill något och att hon måste fråga om lov.

En annan aspekt av resultatet i denna uppsats är att det kanske faktiskt är så att journalisterna presenterar det de ser, alltså att kvinnorna faktiskt är mer tillbakadragna än männen och männen positivare än kvinnan. I sådant fall kan man fundera på om det är jämställdheten man ska sträva efter eller om det är att återge det man faktiskt ser som är det viktiga. För att reda ut detta krävs en omfattande undersökning, där man som forskare sitter med under intervjuer och därefter analyserar de texter som skapas utifrån intervjuerna. I denna uppsats har detta dock inte studerats utan endast det som faktiskt syns i texterna.

Ytterligare tankar kring detta är att bara det faktum att kvinnorna omskrivs i en annars mansdominerad bransch, alltså näringsliv, visar på att genusmönstren bryts. Men att artiklarna sedan, enligt analysen, bär på genusmässiga stereotyper kan verka paradoxalt. Där går då att knyta an till det jag nämnde i stycket ovan, att journalisterna kanske faktiskt bara återberättar exakt vad de ser och att det är vi människor som är så genuskodade, från dag ett i våra liv, att vi automatiskt beter oss på ett typiskt manligt respektive kvinnligt sätt beroende på om vi är man eller kvinna.

För att gå tillbaka till min förförståelse, där jag skrev att jag har en uppfattning av att många tidningar skildrar män och kvinnor olika och att de bidrar till att föra vidare bilden av att männen är starkare och framgångsrikare än kvinnorna. Och att jag även tror att det finns skillnader i språket, så bekräftas det efter att analysen och sammanställningen är avklarad. Kvinnan är alltså i texterna i *SvD Näringsliv* osäkrare än mannen och mannen är handlingskraftigare och positivare än kvinnan. Han tror på sig själv, medan hon inte vågar. Detta märker man efter att ha läst alla texter, men som nämnt tidigare kan det vara svårt att se då man endast jämför texterna en och en.

⁵⁵ Neurath, Carolina, ”Inkasso-chefen ser ingen ljusning”, *SvD Näringsliv*, 9/11-2009.

8. Källförteckning och referenslista

Källmaterial:

- Almgren, Jan, "Tufft bokslut", *SvD Näringsliv*, 14/2-2010.
- Almgren, Jan, "Borg helt fel ute", *SvD Näringsliv*, 7/3-2010.
- Almgren, Jan, "På efterkälken", *SvD Näringsliv*, 28/3-2010.
- Axelsson, Cecilia, "Öppen för nytt avtal i kronor", *SvD Näringsliv*, 23/11-2009.
- Axelsson, Cecilia, "Värnar tillväxten för skogsindustrin", *SvD Näringsliv*, 29/12-2009.
- Bränström, Sara L, "Allt fler kvinnor trivs på gubbdagis", *SvD Näringsliv*, 5/10-2009.
- Bränström, Sara L, "Ny vd hoppas bryta mönstret", *SvD Näringsliv*, 16/11-2009.
- Bränström, Sara L, "Norrmann byter strategi för Lidl Sverige", *SvD Näringsliv*, 18/1-2010.
- Bränström, Sara L, "Storlek större", *SvD Näringsliv*, 21/2-2010.
- Bränström, Sara L, "Sill nytt säljverktyg", *SvD Näringsliv*, 14/3-2010.
- Cervenka, Andreas, "Ericssons nye vd är redo att kriga", *SvD Näringsliv*, 15/12-2009.
- Flood, Linda, "Hoppas att SAS ska klara sig", *SvD Näringsliv*, 26/10-2009.
- Flood, Linda, "Tufft år väntar hårdbantat SVT", *SvD Näringsliv*, 1/2-2010.
- Fröberg, Jonas, "Vd på nya vägar", *SvD Näringsliv*, 28/2-2010.
- Lundbäck, Karin, "Här är Indiens mediedrottning", *SvD Näringsliv*, 7/1-2010.
- Neurath, Carolina, "Ministern vill göra affärer med Afrika", *SvD Näringsliv*, 12/10-2009.
- Neurath, Carolina, "Inkasso-chefen ser ingen ljusning", *SvD Näringsliv*, 9/11-2009.
- Neurath, Carolina, "Är alltid på jakt efter nästa tv-succé", *SvD Näringsliv*, 30/11-2009.
- Neurath, Carolina, "Ser hellre framåt", *SvD Näringsliv*, 21/3-2010.
- Ollevik, Nils-Olof, "Södra står stadigt på ett ben till", *SvD Näringsliv*, 11/1-2010.

Litteratur och uppsatser:

- Backman, Jarl, *Rapporter och Uppsatser*, Lund: Studentlitteratur AB, (2008).
- Engström, Kerstin. *Genus & Genrer – forskningsanknutna genusdiskurser i dagspress*. Umeå: (2008).

Eremo, Maria, och Wahlberg, Mirja, *Intima kvinnor och professionella män – en språklig analys av genuskonstruktionen i NA*, Örebro: Humanistiska institutionen (2006)

Esaiasson, Peter, Gilljam, Mikael, Oscarsson, Henrik, och Wägnerud, Lena, *Metodpraktikan* (uppl. 3), Stockholm: Norstedts juridik AB, (2007).

Göransson, Anita, *Maktens kön*, Nora: Nya Doxa, (2006).

Hinton, Perry R. *Stereotyper, kognition och kultur*. Översättning: Strålfors, Sara. Lund: Studentlitteratur, (2003).

Hirdman, Yvonne, *Genus – om det stablas föränderliga former*, Malmö: Liber AB, (2001).

McQuail, Denis. *Mass communication theory. Fifth edition*. London: SAGE Publications, (2005).

Melin, Lars, och Lange, Sven, *Att analysera text. Stilanalys med exempel* (Uppl. 3:7), Lund: Studentlitteratur, (2000).

Winther, Jørgensen, Marianne, och Phillips, Louise, Översättning: Torhell, Sven-Erik, *Diskursanalys som teori och metod*, Lund: Studentlitteratur AB, (2000).

Internet:

Hasselrot, Anne-Marie, språkexpert i regeringskansliet, ”Vilket värde har ordet?”, <http://www.regeringen.se/content/1/c6/03/00/68/8721e9e1.pdf> hämtad den 27/4-2010.

Osign, ”Välkommen till SvD – du också”, svd.se. Senast uppdaterad 31/3-2010 kl. 11.30, http://www.svd.se/special/svd_info/valkommen-till-svd-information-och-kontaktadresser_275057.svd hämtad den 9/4-2010.