



LUNDS
UNIVERSITET
Sociologiska institutionen

Internationella kvinnodagen... med mannen i fokus?

*En kvantitativ och kvalitativ studie om porträttering
av kvinnan och mannen i svensk dagspress.*

Författare: Fanny Borg

Handledare: Margareta Lindström-Nilsson

Examinator: Kjell Nilsson

2017-06-02
SOCK04 Vt 2017 - Kandidatkurs

Abstract

The purpose of this thesis is to study how femininity and masculinity are portrayed in three Swedish national newspapers (Aftonbladet, Svenska Dagbladet and Dagens Nyheter), which all represent different points on the Swedish ideological spectrum. The focus of the study was to answer how women and men are portrayed with stereotypical traits, if there are similarities and differences and how the space in the newspapers is distributed. In order to answer the questions the study uses a quantitative content analysis with a qualitative idea analysis which has its foundation in the theory of social constructivism and priming theory, with concepts such as gender order, gender system and discourse. Media has the power to influence people, norms and values in society. It is therefore important to identify the discourse these three Swedish newspapers are sending out to the people in a week when international women's day is held in 2017. This study has shown that both women and men are portrayed according to their gender effects; women primarily for their appearance and men mostly after their performance, in line with previous research. The study also shows that women do not receive the same amount of space as men in the newspapers.

Keywords: Media, gender, gender equality, discourse, Sweden, Swedish newspaper.

Tack

Först och främst vill jag tacka Alexandra Davidsson. Du har varit ett fantastiskt bollplank genom hela processen. Du har vågat ifrågasätta, pusha och hitta ny perspektiv när processen tagit musten ur mig. Stort tack!

Jag vill även tacka Filip Rehnström. Tack för dina kloka tankar och att du har gett av din tid för att snygga till min text och spetsa argumenten. Guld!

Till min syster, Frida Borg. Jag är dig evigt tacksam för din proffsiga korrigeringsläsning, ingen gör det som du.

Min älskade Adde, tack för ditt stöd och uppmuntran. Ett ännu större tack för att du har fått mig att skratta då jag egentligen ville gråta genom arbetet.

Tack Lunds Universitet för att ni gett mig fria händer att undersöka det som ligger mig närmst om hjärtat på ett sätt jag finner intressant, relevant och roligt.

Sist men inte minst vill jag tacka mig själv. Tack för att du vågar utmana dig själv och inte ta den enkla vägen ut.

Trevlig läsning!

Fanny Borg

2 Juni 2017

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.1 Bakgrund och förståelse	2
1.2 Syfte	2
1.3 Disposition	2
2. Tidigare forskning	3
2.1 Identitetsskapande i media	3
2.2 Media och könsroller	4
2.3 Stereotyper av kvinnligt och manligt	4
2.4 Stereotyper av kvinnligt och manligt i media	6
2.5 Identifierat gap: Stereotyper av kvinnligt och manligt i svensk dagspress	6
3. Teori	7
3.1 Media och socialkonstruktivismens glasögon	7
3.2 Media och priming psykologins glasögon	9
3.3 Analysredskap: diskursen om kvinnligt och manligt	10
4. Metod	12
4.1 Design	12
4.2 Material och metod för insamling av material	13
4.3 Metod för analys av materialet	14
4.3.1 Kvantitativ innehållsanalys	15
4.3.2.1 Kodningsschema - innehållsanalys	15
4.3.3 Kvalitativ idéanalys	16
4.3.3.1 Kodningsschema - idéanalys	17
4.4 Tolkningsproblematik för analys	18
5. Analys och diskussion	19
5.1 Sekundär eller primär?	19
5.2 Porträtteringen i tidningarna sinsemellan	21
5.2.1 Den gemensamma porträtteringen av kvinnan och mannen	22
5.2.1.1 Kvinnorna i dagstidningarna	23
5.2.1.2 Männerna i dagstidningarna	24
5.2.2 Skillnader mellan tidningarna	25
6. Sammanfattning	27
6.1 Slutsats	27
Källförteckning	30

1. Inledning

Denna studie har för avsikt att belysa identitetsskapande genom porträtteringen av kvinnan och mannen i dagspress samt hur porträtteringen i dagspress påverkar människors normer och värderingar. Samhällen bygger på föreställningar om vad som anses vara kvinnligt och manligt (Ohlsson, 2013). Människan blir ständigt influerad av dess omvärld och genom intryck från tv, reklam och tidningar får vi en uppfattning om vad som är normen för kvinnan respektive mannen. Redan då ett barn blir till har människan en tendens att vilja kategorisera denna utefter könstillhörighet, som sedan förstärks då barnet får sitt namn. Redan i denna process skapas förväntningar om hur barnet ska vara och hur andra ska vara gentemot barnet, allt beroende på vilken könstillhörighet denne har (Einarsson, 2009). Att följa de stereotypa förväntningar om hur man som kvinna och man bör bete sig och vara är givet för många då motsättningen kan innebära att bli utesluten från gemenskapen (Ohlsson, 2013). Det är bland annat genom detta stereotypa könsroller har uppkommit, och varför de fortsätter existera, allt för att bibehålla den könsordning som redan existerar (Einarsson, 2009). Yvonne Hirdman (2001) använder begreppet genussystem vilket innebär en ordningsstruktur för vad som anses vara kvinnligt och manligt och att dessa inte bör blandas. Kategoriseringen i sig är oundviklig för människan, antingen är människan det ena eller det andra könet (Hirdman, 2001, De Beauvoir, 1986). Könsordningen är en social struktur som bygger på relationen mellan könen och kategoriserar dessa som man och kvinna, där mannen är norm och det allmängiltiga (Hirdman, 2001).

Ett verktyg för att bibehålla ordningen om vad som tillfaller kvinnan och mannen är språket (Berger & Luckman, 1991). Språket är påverkat av föreställningen om kvinnan och mannen och förmedlar denna bild av verklighet till människorna vilket utgör en identitetsmarkör (läs: identitetsskapande) (Berger & Luckman, 1991). Utifrån ett jämställdhetsperspektiv och eftersom samhällen och människor är föränderliga och ständigt påverkar varandra, är det relevant att studera identitetsskapande som fenomen. Sverige ligger i framkant vad gäller jämställdhetsfrågor, men hur ser porträtteringen av kvinnan och mannen ut i dagspress?

Den här studien avgränsas till att studera identitetsskapande i tre svenska dagstidningar, som har ett brett politiskt spektrum (Svenska dagstidningar, 2017). Studien har för avsikt att skapa förståelse för hur svensk dagspress påverkar skapandet av könen och ämnar finna svar på följande frågor;

Problemformuleringar;

- Hur fördelar tidningarna sitt utrymme under en vecka i kultursidorna och ledarsidorna mellan kvinnor respektive män, då internationella kvinnodagen infaller under 2017? Vem får komma till tals?
- Vad är gemensamt i porträtteringen av kvinnor och män? Vilka stereotypa drag porträtteras kvinnan och mannen med i alla tre tidningar?
- På vilka sätt skiljer sig porträtteringen av kvinnan och mannen åt mellan tidningarna?

1.1 Bakgrund och förförståelse

Sedan barnsben har jag undrat varför jag inte behandlas på samma sätt som andra människor omkring mig. Jag, som är kvinna, hade andra förväntningar på mig än exempelvis min bror eller mina killkamrater, vilket gjorde mig både arg och förvirrad. Detta var något som jag ansåg orättvist och som jag därför i vuxen ålder sökt förståelse i. Nu vet jag att bemötande och förväntningar påverkas av vilket kön man har, dels av egen erfarenhet och dels efter sociologiska, psykologiska och pedagogiska studier. Genus kan studeras utifrån olika perspektiv och områden, men intresset för hur vi i vardagen påverkas i vårt identitetsskapande genom dagspress var upprinnelsen till studien.

1.2 Syfte

Syftet med studien är att finna svar på hur tre svenska dagstidningar porträtterar kvinnan och mannen. Studien ämnar belysa tidningarnas likheter och olikheter i porträtteringen samt i vilken omfattning respektive kön omnämns. Studien ämnar även belysa den diskurs som råder i respektive tidning och den gemensamma diskursen för dagstidningar samt hur detta påverkar människan och synen på kvinnan och mannen.

1.3 Disposition

Med problemformulering, förförståelse och syfte som bakgrund inleds denna uppsats med en redogörelse över tidigare forskning inom området, det vill säga media och porträttering av kvinnligt och manligt. Vidare redogörs i kapitel 3 de teoretiska utgångspunkterna som studien har som grund och därefter följer ett metodkapitel, där vald metod beskrivs. Sedan följer resultatet av undersökningen tillsammans med analysen och diskussionen kring den insamlade empirin och empirins resultat. Uppsatsen avslutas med en sammanfattning och slutsats. Sist kommer källförteckning och appendix.

2. Tidigare forskning

Att arbeta sig utifrån och in, det vill säga från makro till mikro, är en generell metod för att få grepp om den tidigare forskningen. Internationellt har det forskats mycket kring genus och en del kring genus i media i olika former. Det, som för denna studie, är mest relevanta är de som berör genus i förhållande till media. Det, som här bör lyftas fram, är att den främsta forskningen inriktar sig på påverkan av reklam (Tsichla & Zotos, 2016, Landreth Grau & Zotos, 2016), modeller (Weisgram, 2016) och migration (Chakvetadze et al, 2016). Samtliga artiklar är nutida forskning och utkom 2016 och lyfter fram de stereotypa dragen hos en kvinna och en man.

Denna studie är avgränsad till dagstidningarna Aftonbladet, Svenska Dagbladet samt Dagens Nyheter och belyser stereotyper av kvinnligt och manligt samt könsroller år 2017 i Sverige. Det finns gedigen nationell forskning kring fältet, dock främst om könsroller i medier i allmänhet. Även om det har forskats kring allmänna mediers framställning av könsroller länge (Jarlbro, 2013), så finns det dels ett gap kring hur kvinnor och män och stereotyperna av dessa framställs i tre svenska dagstidningar, som har ett brett ideologiskt spektrum under år 2017 (Svenska dagstidningar, 2017). Dels visar också den tidigare forskningen att det finns ett gap kring vilka metoder man har använt för att studera konstruktionen av könsroller, där man främst använt sig av att analysera bild (Chröisty, & Lundgren, 2012), rörlig media (Mattsson, 2015) samt hur genus konstrueras i litteratur som används för barns undervisning (Brand, 2016, Wennberg & Johansson, 2014, Johansson & Evald, 2012).

För att få kunskap och information om samhället och dess utveckling är media en av våra viktigaste källor. Media i olika former har en påverkan på våra värderingar, åsikter och vårt identitetsskapande och det är denna makt som ger oss människor en gemensam utgångspunkt att förhålla oss till och förstå världen (Bengtsson, 2001). Det man också kan se i den tidigare forskningen på den nationella arenan, är att det främst gjorts forskning inom detta område på kandidatnivå, med endast ett fåtal böcker och enstaka forskningsartiklar.

2.1 Identitetsskapande i media

En viktig taleskvinna inom genus och just konstruktionen kring könen är Simone De Beauvoir (1986) som säger ”*man föds inte till kvinna, man blir det*” (s. 325). De Beauvoir (1986) beskriver hur vår omvärld hjälper oss att forma våra könsroller, från barnsben upp i vuxen ålder. Hon var en

av de tidigare feministerna som har lagt grund för genusvetenskapen och som har ökat medvetenheten kring konstruktionen och skapandet av kvinnan och mannen och deras identitetsskapande. Tidigare forskning visar att fokus de senaste åren, då det kommer till identitetsskapande i förhållande till media, främst handlar om sociala media som Instagram och Facebook (Larsson & Trepka-Bloch, 2015, Fardell, 2013, Nilsson & Paulsson, 2010). Dock finns de även de som har analyserat identitetsskapande på andra sätt, till exempel fokus på film som påverkan (Berglund & Granström, 2008) och riktat till de yngre generationerna. Även inom Sverige har det 2008 gjorts en undersökning som berör identitetsskapande i media, men med fokus på invandrarkvinnan, det vill säga en ännu mindre skala av människor, där stereotyperna framkommer och visar sig påverka (Mohamed & Moberg, 2008). Även Annette Årheim (2005) belyste vårt mångkulturella land och dess innebörd för identitetsskapande via media. Dock går det inte att finna någon tidigare forskning kring identitetsskapande i specifikt dagspress.

2.2 Media och könsroller

Media i olika former är en del av vardagen som utgör en viktig del i hur människor ser på sig själv och andra (Jarlbro, 2013). Människan har en tendens att kategorisera människor bland annat utefter kön och samhället byggs ständigt upp genom människorna, med människorna (De Beauvoir, 1986). Karin Ekman (1998) som skrivit *Var så god – makt, kön och media* gestaltar den påverkan media har på vårt ideal. Just porträtteringen av kvinnor belyser också Jozephine Hagenlöf (2008) i sin uppsats där hon använder dels textanalys men även bildanalys som metod. Även Anna Larsson (2013) och Julia Nilsson (2013) belyste medias beskrivning av könsrollerna.

Forskning har fokus på unga och deras syn på könsroller i media, både i bild och film (Malm, 2007, Hallberg & Lönn, 2006). Uppsatsen *Den mediala våldtäkten* (Rosenberg & Strandberg, 2017) som genomförts år 2016 och undersökt en av de tidningar som undersöks i denna studie, är relevant då den är nutida och fokuserar på dagspress. Studien är dock inriktad på sexbrott mer än könsroller, fast hävdar att könsrollerna och representationen av kvinnligt och manligt är betydelsefull och bör belysas.

2.3 Stereotyper av kvinnligt och manligt

Vi överöses av media i olika former dagligen och människan måste sortera och kategorisera informationsflödet. Det kan innebära att exempelvis sätt att vara och bete sig inte uppmärksammas

eller ens ses som faktiska stereotypa bilder av hur den rådande normen är. Ett exempel som visar hur normen förhåller sig är från filmen *Lara Croft: Tomb Raider The Cradle of Life* (2003). I sin enkelhet säger huvudkaraktären Angelina Jolie; ”*All the world comes in pairs. Yin and Yang, right and wrong, man and women.*” (Lara Croft: Tomb Raider The Cradle of Life, 2003). Genom detta påstående, som bygger på ett redan mansdominerat samhälle, framkommer det implicit att mannen är rätt och kvinnan är fel. Detta lyfter även tidigare forskning fram, som menar att det är den underliggande norm som vi ständigt utsätts för i olika kontexter (Svensson, 2015, Juhlin & Bertilsson Bladh, 2014, Fagervall & Salomonsson-Juuso, 2007). Moa Bertilsson Bladh och Tova Juhlin (2014) finner en stor skillnad i hur många gånger en kvinna respektive en man får utrymme i media där de i sitt resultat ser ut så här: ”*Det är fler män än kvinnor som medverkar och dessutom medverkar männen oftare som makthavare än kvinnorna.*” (s. 27) Att män tycks få och ta mer plats är något som också Amanda Svensson (2015) tar upp i sin avhandling om kvinnligt och manligt språk.

De attribut som tillfaller kvinnan är de mjuka och omtankesfulla beskrivningarna samt hur hon ser ut, exempelvis omtänksam, vacker, känslös och försiktig (Svensson, 2015, Nurmi, 2014, Fagervall & Salomonsson-Juuso, 2007). De attribut som tillfaller mannen är snarare hård, intelligent, stark, självsäker och arbetsam (Svensson, 2015, Nurmi, 2014, Fagervall & Salomonsson-Juuso, 2007). Catharina Johanssons och Ingela Strands (2006) skriver; ”*Kvinnlighet förknippas framför allt med omvårdnad och utseende/stil. Manligt är handling, ordnad ekonomi och kraftfullhet.*” (s. 58) och Britt-Inger Fagervall och Esther Salomonsson-Juuso (2007) skriver; ”*Killar skildras när de gör typiskt manliga saker exempelvis flyger flygplan, kör tuffa bilar eller idrottar. Tjejer däremot framförs som sensuella och upptagna av känslor. I och med det framställs de som mer passiva.*” (s. 20) samt tar upp klassiska stereotyper så som att mannen ska vara effektiv, ledande, driftig och självständig, och kvinnan känslomässig, passiv och relationsinriktad. Detta förekommer på många plan, inom politiken genom de ämnen de nya kandidaterna pratar om, där de kvinnliga kandidaterna pratar om hälsovård, skola och utbildning och de manliga kandidaterna pratar om försvar, ekonomi och utrikespolitik (ibid). Hur kvinnan ständigt blir den vårdande med fokus på utseende och de mjuka värdena och männen de framgångsrika och hårda värdena är något samtliga tar upp (Svensson, 2015, Juhlin & Bertilsson Bladh, 2014, Fagervall & Salomonsson-Juuso, 2007, Nurmi, 2014, Östin, 2016, Larsson, 2013). Lena Gemzøe (2014) lyfter fram olika

attribut som tillfaller vardera kön ”**Man:** Förnuft, Logik, Kultur, Intellekt, Subjekt, Oberoende och Aktiv. **Kvinna:** Känsla, Intuition, Natur, Kropp, Objekt, Beroende och Passiv.” (s. 86).

2.4 Stereotyper av kvinnligt och manligt i media

Konstruktionen av stereotyper i media är många. Caroline Östins (2016) studie visar att det finns underliggande stereotypa värderingar kring kvinnligt och manligt och att dessa också får uttryck både i ord och text (Östin, 2016). Samma resultat visas också i en studie som undersökt frågan i Veckorevyn (Nurmi, 2014) samt i livsstilsmagasin (Westin & Eriksson, 2009). Fagervall & Salomonsson-Juuso (2007) säger i sin litteraturstudie; ”Att använda sig av stereotypisering har blivit ett viktigt arbetssätt för journalister. Med hjälp av stereotyper kan persongallerier presenteras kort och konkret.” (s. 19) Värt att belysa även här är Anna Larssons (2013) uppsats som gick mer in på djupet på kvinnligt och manligt i media, dock i tidskrift och inte i dagspress.

2.5 Identifierat gap: Stereotyper av kvinnligt och manligt i svensk dagspress

Tidigare forskning har inte utgått från svensk dagspress vad gäller konstruktionen av stereotyper. Då tidigare forskning främst lagt fokus på media i form av tidskrifter, film och sociala medier och ytterst lite i dagspress så är det både aktuellt och nödvändigt idag för att bygga vidare på det gedigna arbete som redan har gjorts. Denna studie ska bidra med ny kunskap till detta fält som ännu inte är väl utforskat och som täcker ett brett ideologiskt spektrum (Svenska dagstidningar, 2017). Med kvantitativ och kvalitativ metod öppnar denna studie upp för nya sätt att studera stereotyperna i svensk dagspress. Med en innehållsanalys med komplement från en idéanalys möjliggör denna studie en identifikation av hur, under en veckoperiod år 2017 när internationella kvinnodagen infaller, dagspress porträtterar kvinnan och mannen, vem av dessa som omnämns och i vilken utsträckning samt belyser de stereotyper som framkommer.

3. Teori

I tidigare kapitel så redogjordes att det finns ett forskningsgap kring porträtteringen av kvinnligt och manligt i svensk dagspress. Relevansen att undersöka hur denna porträttering gestaltar sig i tre nationella dagstidningar, Aftonbladet, Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet under en veckoperiod år 2017, är därför hög. De tre tidningarna skildrar också tre olika ideologiska ingångar (Svenska dagstidningar, 2017).

I detta stycke presenteras de teoretiska utgångspunkterna som ligger till grund för undersökningen och sist i stycket presenteras analysredskapet, som är både deduktivt och induktivt. Analysredskapet bygger på tidigare forskning över den stereotypa bilden av kvinnligt och manligt som i sin tur används för inspiration till kodningsschemat och för analysen. Teorin bygger på socialkonstruktivismen och priming-psykologi.

3.1 Media och socialkonstruktivismens glasögon

Socialkonstruktivismen växte sig stark då Peter Berger och Thomas Luckmann (1991) lanserade sin bok *The social construction of reality* som bygger på tankar kring social konstruktion. Närmare bestämt vad vardagen är och består av. Berger och Luckmann (1991) hävdar att vardagen består av strukturer människorna byggt upp, bland annat en levnadsstruktur som innefattar hur man ska tänka, tycka och föra sig i olika samhällen, vilket är sammanknytningen av människan och samhället. ”*Society is a human product. Society is an objective reality. Man is a social product.*” (Berger & Luckmann, 1991, s. 79) , är en huvudpoäng i boken som fångar in grunden i samhället och skapar dess förutsättningar samt förståelse för människans vardag. Då människan är en del av civilisationen så är människan också en social konstruktion, enligt Berger och Luckmann (1991). Det finns två olika vägar för hur människan skapar samhället och samhället skapar människan, primär och sekundär socialisation. Primär socialisation innebär olika institutioner människan lever i, så som familjelivet och dess roller och sekundär socialisation innebär det sociala livet, de institutioner som människan rör sig i på ett större plan (Berger & Luckmann, 1991).

Strukturerna och institutionerna är uppbyggda för att hålla samhällsnormer på plats och påverkar människan hur denna väljer att leva sitt liv (Berger & Luckmann, 1991). Här har media en viktig roll, då verkligheten är konstruerad för och av människorna och genom det får media chansen att förmedla dess syn på verkligheten och på så sätt påverka människornas verklighet.

Socialkonstruktivismen innebär att samhället som är socialt konstruerat av människor i samspel med varandra genom värderingar, normer, idéer och framförallt språklig kommunikation, ständigt är i ett föränderligt tillstånd där media har stor makt (Börjesson, 2003). Våra tankar som florerar kring vår verklighet påverkar och skapar vår samtid, vilket innebär att genom vad som sägs och inte sägs i exempelvis media påverkar det idéer vi har om oss själva och andra människor och människan fattar därför beslut och handlar därefter (Hacking, 1999).

Med det sagt skulle det vara intressant att lägga fokus på journalisterna som är författare till artiklarna som undersöks, då det kan vara skillnad på hur en kvinna och en man porträtterar könen, dock är huvudsyftet med denna studie att oavsett vem som skrivit artikeln se vilken bild media förmedlar till människan och det är denna bild som här ska identifieras. Då denna uppsats bygger på vilken uppfattning människorna har och får så spelar media en viktig roll och dess påverkan på synen på verkligheten. Genom att i upprepade tillfällen använda en viss sorts beskrivning (ord) i förhållande till de kön en pratar om har media en påverkningsgrad via primingteorin (som förklaras längre ner i detta kapitel) på hur konstruktionen av vad som tillfaller den kvinnliga rollen samt den manliga. Till följd av detta påverkar media människornas normer och värderingar.

Utifrån det konstruktivistiska perspektivet har sociala fenomen både ett normativt element och ett kognitivt (Sahlin, 2002). Detta innebär att föreställningen kring kvinnligt och manligt och hur konstruktionen kring verkligheten kring dem blir ett resultat av den faktiska verkligheten (Sahlin, 2002). Dessa sociala fenomen bygger på en social konstruktion och mänskliga produkter men i vissa fall kan de ha en oberoende existens (Sahlin, 2002). Vidare genom dessa sociala fenomen byggs social fakta upp som människorna kan uppfatta som naturgivna (Sahlin, 2002). Människan lever och verkar därför utefter den sociala fakta den möter och exponeras för, i vårt fall i form av hur kvinnligt och manligt porträtteras i svensk dagspress.

Till vardags möts vi ständigt av påverkan utifrån hur vi bör vara och vad som tillfaller kvinnan samt mannen och hur respektive bör bete sig för att inte uteslutas från gemenskapen (Ohlsson, 2013). Människan vill genom det skapa mening i det andra gör och det man själv gör. Här har språket en viktig funktion och det språk som används påverkar de tankar som används och dessa i sig blir oskiljaktiga (Burr, 2003). Vi lever alla under olika diskurser beroende på i vilket ”rum” vi rör oss i (Börjesson, 2003). Språket är starkt sammankopplat till den diskurs vi befinner oss i (Sjöberg &

Wästerfors, 2008). Det vill säga som Winther Jørgensen & Phillips (1999/2000) definierar begreppet diskurs ”*ett bestämt sätt att tala om och förstå världen (eller ett utsnitt av världen)*” (s. 7) vilket innebär att vi människor har för avsikt att förstå, att kategorisera och avgränsa innebörden av språket. Språket kan förmedlas muntligt, men också via det skriva ordet som här undersöks. Det är språket som hjälper oss att kategorisera den sociala faktan och hjälper människor att beskriva händelser, sig själv, andra människor och genom det skapa mening (Burr, 2003). Det är genom detta systemet media har otrolig makt att påverka människornas tankar genom att lägga in laddade ord och värderingar i porträtteringen av kvinnan och mannen.

Språkets ord kan vara maktladdade med värderingar och form för normen (Winther Jørgensen & Phillips, 1999/2000). Denna diskurs kan alltså påverka människors normer och därför är media som arena en viktig spelare i denna påverkan för de stereotypa könsroller som presenteras. Media är en plattform som genom språket påverkar den rådande könsordningen, som Hirdman (2001) kallar för genussystem, det vill säga den ordningstruktur för vad som anses vara kvinnligt och manligt. Könsordningen enligt Hirdman (2001) är en social struktur, det är denna som kategoriserar kvinnan och mannen, där mannen anses vara norm och det allmängiltiga. Denna könsordning påverkar vårt identitetsskapande genom att de berättar för oss hur en kvinna ska vara och hur en man ska vara genom framställandet av stereotyper (Hirdman, 2001).

Sammanfattningsvis så innebär begreppet socialkonstruktivism ett samhällsvetenskapligt synsätt på samhället som genom människornas samspel med varandra är socialt konstruerat (Bryman, 2008). Innebörden av bland annat genus, maskulinitet, femininitet och könsroller konstrueras av människor i sin tid då de använder begreppen (Bryman, 2008). Vilket innebär att dessa begrepp förändras med tiden (Bryman, 2008).

3.2 Media och priming psykologins glasögon

Primingteori ligger till grund för denna studies kvantitativa innehållsanalys och innebär hur många gånger någonting upprepas. I detta fall till exempel ett ord eller en term i en nyhetsrapportering. McCombs (2006) uttrycker sig såhär ”*the establishment of association*” (s. 157) vilket innebär att desto mer en människa utsätts för en norm/värdering som media förmedlar påverkas individen och styr i sin tur hur denna kommer tycka, tänka och handla i en viss fråga. Detta beror på hur ofta och i vilken utsträckning individen blir utsatt för detta ord/term i samband med ett visst kön och

genererar om det är i hög utsträckning att de i sinnet förenar dessa (McCombs 2006). Därför är priming en av de teorier jag kommer ha som utgångspunkt i denna studie, även för att belysa den påverkan och konstruktion av sanningsstatus en diskurs kan uppfattas ha.

Att upprepade gånger få höra en term eller ett ord i förhållande till ett annat ord eller en term är en effekt som människan kan utsättas för och kallas priming (McCombs, 2006). Det innebär exempelvis att om människan ständigt får höra exempelvis "framgångsrik" i samma kontext som det talas om en kvinna, så sammankopplas ordet framgångsrik och dess innebörd med kvinnan. Om detta i sin tur upprepas flertal gånger så har vi fått ett primingmönster. Likadant gäller för mannen och de ord som primas i den manliga kontexten. På så sätt har media ett maktövertag över människorna och kan genom primingteorin skapa vad som är kvinnligt och manligt. Media (journalisterna) gör inte detta medvetet utan enligt primingteorin görs dessa kopplingar redan innan texten är skriven och journalisten tar de som ligger närmst tillhands då denna troligen redan är primad att beskriva en viss karaktär med de associerade orden som ligger den närmst (McCombs, 2006). Dock genom detta utsätts människan för orden eller termerna upprepade gånger omedvetet. Likaså gäller om människan ständigt blir utsatt för ett av könen mer och i större utsträckning än det andra könet (McCombs, 2006). Om media skulle prata främst om kvinnor så leder det till att människan tänker in kvinnorna oftare och i fler situationer och detsamma gäller om det skulle visa sig vara männen som omnämns oftare.

Genom att använda primingteorin i denna studie kan det slutligen dras slutsatser om den diskurs som råder kring kvinnligt och manligt, både inom enskilda tidningar men också den gemensamma diskursen. Därav tydliggörs det också om det råder en positiv och/eller negativ priming av feminint och maskulint beroende på vilket kön det skrivs om. Något som också kommer synliggöras är vilket utrymme vardera kön får i tidningarna.

3.3 Analysredskap: diskursen om kvinnligt och manligt

För att utröna vilken diskurs som råder i dagsläget kring kvinnligt och manligt så har här skapats ett analysredskap för att undersöka de stereotypa kvinnliga och manliga attributen. Detta med utgångspunkt från tidigare forskning, se kapitel 2; 2.3 Stereotyper av kvinnligt och manligt (Svensson, 2015, Juhlin & Bertilsson Bladh, 2014, Fagervall & Salomonsson-Juuso, 2007, Nurmi, 2014, Östin, 2016, Larsson, 2013). Analysredskapet benämner de kvinnliga attributen som feminina och de manliga attributen som maskulina. Vid analysen blir det då intressant att titta på huruvida

feminina respektive maskulina attribut beskrivs eller uppfattas som positiva eller negativa i förhållande till vilket kön de beskriver. Analysen utgår därför både utifrån en kvantitativ innehållsanalys och en kvalitativ idéanalys. I analysredskapet finns en kategori som benämns 'övrigt/öppen' i respektive huvudkategori. Det gör att analysen inte enbart blir deduktiv eller induktiv utan kombinerar dessa två ansatser som gör analysen abduktiv (Denscombe, 2009).

Analysredskap Stereotypa bilder av feminint och maskulint

Stereotypiskt feminint	Stereotypiskt maskulint
<ul style="list-style-type: none"> • Svag (fysiskt och/eller psykiskt) • Känslomässig / Ologisk • Trevlig/glad • Omhändertagande • Åtråvärt utseende • Passiv • Odriftig • Relationsinriktad • Återhållsam • Djup • Osjälvständig • Förklarande / ursäktande • Ung / Oerfaren • Blyg • Opålitlig • Behövande • Övrigt/öppen 	<ul style="list-style-type: none"> • Stark (Fysiskt /och eller psykiskt) • Okänslig / logisk • Respektingivande • Försörjande • Välbyggd • Tar för sig / ta plats • Driftig / händig • Resultatinriktad • Direkt • Ytlig • Självständig • Självförtroende/själsäkerhet • Erfaren • Initiativtagande • Trovärdig • Oberoende • Övrigt/öppen

Utifrån tidigare forskning så bygger feminint och maskulint på varandras motsatser och analysredskapet är också uppbyggt på samma sätt. Dock är de utplockade orden inte allomfattande och det är därför idéanalysen har betydelse och att kategorin 'övrigt/öppet' är med. I metodkapitlet beskrivs närmare hur analysredskapet har inspirerat kodningsschemat i den kvantitativa innehållsanalysen och görs tydligare samt hur analysredskapet användas i idéanalysen.

4. Metod

Jag har för avsikt att genomföra en enfalls-studie för att titta på djupet och belysa det generella genom det enskilda (Denscombe, 2009), genom att studera huruvida tre svenska dagstidningar porträtterar kvinnan och mannen. I detta kapitel redovisas designen för studien, urvalet av tidningarna och studiens avgränsningar. Vidare redovisas materialet och metoden för insamlingen av materialet samt metod för analys av material. De två valda metoderna, kvantitativ innehållsanalys och kvalitativ idéanalys, beskrivs och förklaras hur de har använts i denna studie. Avslutningsvis diskuteras tolkningsproblematiken.

4.1 Design

För att komma åt porträtteringen av kvinnligt och manligt i svensk dagspress så är upplägget för denna studie en enfalls-studie, det vill säga att titta på djupet och belysa det generella genom det enskilda (Denscombe, 2009). De generella avgränsas i denna studie till Sverige, vilket innebär att den generella diskursen studien gestaltar enbart kan räknas nationellt och inom ramen för ledarsidorna och kultursidorna. Självfallet hade det varit intressant att jämföra denna studien internationellt men då Sverige är ett av de främsta inom jämställdhetsfrågor leder det till att en sådan jämförelse inte skulle ge ett rättfärdigt resultat (World Economic Forum, 2016). Det är inte enbart Sverige som anser att landet kommit långt i jämställdhetsperspektivet, räknat internationellt så överensstämmer synen, vilket breder grund för undersökning (World Economic Forum, 2016). Med det sagt så har denna studie dock jämförelseelement i sig men inom ramen för den gemensamma diskursen, det vill säga hur porträtteringen av kvinnligt och manligt ser ut jämförs mellan Dagens nyheter, Svenska Dagbladet och Aftonbladet.

De tre valda tidningarna representerar olika ideologier såsom socialism, liberalism och konservatism (Svenska dagstidningar, 2017). De olika ideologiska inriktningarna gör det möjligt att göra en generalisering av diskursen i Sverige, inom ramen för ledarsidor och kultursidorna, då tidningarna sammantaget vänder sig brett till Sveriges befolkning och har en inverkan på dagstidningar överlag, såväl stora som små (Esaiasson et. al, 2012). I respektive tidning kommer enbart ledarsidorna och kultursidorna att undersökas, då dessa täcker både de politiska och kulturella porträtteringarna. I ledar- och kultursidorna i tidningarna beskrivs människor i hög utsträckning och det finns därför utrymme att undersöka porträtteringen av kvinnan och mannen.

För att möjliggöra en jämförelse mellan tidningarna så undersöks alla tidningar under samma dagar, då tidningarna rapporterar om samma händelser. Avgränsning sker enligt formeln: $3 \times 7 = 21$ på ledarsidor och kultursidor i tidningarna. Undersökningen görs den 6 mars till den 12 mars 2017. Perioden för undersökningen är vald av två anledningar, dels utifrån det identifierade forskningsgap och dels för att den internationella kvinnodagen är representerad under perioden. Då tidigare forskning visat på att porträtteringen av kvinnan och mannen skiljer sig både i omfattning och beskrivning generellt utgör den internationella kvinnodagen, som finns representerad under perioden, en anledning att valet av period påverkar resultatet.

Studien ger möjlighet till en generalisering av diskursen för porträtteringen av kvinnan och mannen i dagspress i Sverige, inom ramen för ledarsidorna och kultursidorna. Studien kommer att visa på hur dagspress porträtterar kvinnan och mannen, men gör det inte möjligt att helt identifiera de idéer, värderingar och normer som framträder (Bryman, 2008). Vidare så kommer slutsatser dras kring hur porträtteringen av kvinnan och mannen ser ut i de tre valda tidningarna. Slutsatserna i studien och den diskurs som framkommer kan också förväntas ge en fingervisning om hur porträtteringen av kvinnan och mannen ser ut i andra tidningar i Sverige. Det är av stor vikt att belysa att det finns skillnader i porträtteringen av kvinnan och mannen och vilka dessa är, då dagspress besitter en makt att påverka de värderingar och normer som existerar i samhället. Dessa normer och värderingar som i sin tur påverkar kvinnan och mannens personliga identitetsskapande samt synen på andra kvinnor och män.

4.2 Material och metod för insamling av material

Materialet, som studien grundar sig på, är tidningsartiklar från ledarsidorna och kultursidorna i Aftonbladet, Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet, perioden den 6 mars till den 12 mars 2017. I tidningar skrivs det olika typer av artiklar och det har därför gjorts en uppdelning av dessa. Då de olika texterna har olika syften, såsom underhållning, marknadsföring, information, påverkan eller förmedlan (Isaksson, 2013). Artiklarna, som undersökt i studien, är nyhetsartiklar, notiser, reportage, referat, intervjuer, ledare, debattartiklar, krönikor och recensioner, där antingen en kvinna eller en man omnämns tillsammans eller var för sig.

Artiklarna är både faktatexter och åsiktstexter. En faktatext, till exempel en nyhetsartikel, innehåller rubrik, ingress och brödtext och informerar läsaren om en händelse som har eller ska

hända. I huvudsak ska en nyhetsartikel svara på; när, var, hur, vad, vem och varför? Journalisten strävar efter att vara saklig, objektiv och noggrann. Artikeln kan dock påverkas av de tidigare erfarenheter, värderingar och kunskaper som journalisten har. En notis, som är en annan typ av faktatext, är kortare och utan ingress. Ett referat, som är ett tredje exempel på faktatext, är striktare än en nyhetsartikel. Referatet är ett direkt återberättande av en händelse, utan inslag av värderingar eller åsikter. En åsiktstext, till exempel ett reportage, är en berättelse som ska ge läsaren en upplevelse av närvaro, då beskrivningarna av personer, miljöer och händelser lyfts fram. Ett reportage är också ofta längre än en notis eller en nyhetsartikel (Isaksson, 2013).

För att få fram information och nyheter kan en journalist göra exempelvis intervjuer. Antingen skrivs intervjuerna ut ordagrant eller som en text i syfte att redogöra för intervjuarens vinkel. De åsiktstexter som undersöks i studien är ledare, debattartiklar och krönikor. Ledaren presenteras längst fram i tidningen, där samhällsfrågor tas upp och tidningens åsikter uttrycks. Det är främst i ledaren som tidningens ideologiska riktning ges uttryck. En debattartikel, som undersöks i studien, är de som publiceras i anslutning till ledarna. Artikeln lyfter fram åsikter från exempelvis politiker eller företrädare från företag och organisationer. En krönika, å andra sidan, har en personlig ton och ofta som syfte att underhålla, där journalisten presenterar och redogör för sina egna åsikter. I recensioner, som är vanligt förekommande i kultursidorna och som dessutom undersöks i den här studien, är journalistens syfte att uttrycka sina personliga åsikter och värderingar (Isaksson, 2013).

Tidningarna, som utgör undersökningsmaterialet, är fysiska exemplar som har köpts i butik. Den tryckta formen har valts då den finns tillgänglig för alla i samhället till skillnad från tidningar på Internet, som inte är tillgängliga för de som inte har Internet. Det innebär att materialet, som undersöks, inte kan publiceras som appendix till studien.

4.3 Metod för analys av materialet

Studien analyseras utifrån en kvantitativ innehållsanalys i kombination med en kvalitativ idéanalys. I detta fallet en textanalys. I och med detta kommer det kvantitativa resultatet att förstärkas och ge möjlighet att analysera den generella diskursen för svensk dagspress. Studien innehåller både en deduktiv ansats, genom att utgå från teori, och en induktiv ansats, genom att utgå från empiri. Sammantaget gör det studien abduktiv, vilket innebär att förståelsen successivt växer fram då studien rör sig mellan teori och empiri (Denscombe, 2009). Metoderna är valda och utformade efter

analysredskapet, där stereotyperna av feminint och maskulint lyfts fram. Grunden för analysredskapet är framtaget från tidigare forskning, se kapitel 2; 2.3 Stereotyper av kvinnligt och manligt (Svensson, 2015, Juhlin & Bertilsson Bladh, 2014, Fagervall & Salomonsson-Juuso, 2007, Nurmi, 2014, Östin, 2016, Larsson, 2013).

Vid en studie i denna form är tolkningsproblematiken, läran om tolkning och läsning, viktig att begrunda (Sjöberg & Wästerfors, 2008). Tolkningsproblematiken diskuteras i ett avslutande stycke i detta kapitel.

Totalt har 239 artiklar undersökts och analyserats. 126 i Dagens nyheter, 39 i Aftonbladet och 74 i Svenska dagbladet, under perioden den 6 mars till den 12 mars 2017. Ingen artikel i ledarsidorna och kultursidorna i dessa tidningar har uteslutits.

4.3.1 Kvantitativ innehållsanalys

För att undersöka porträttering av kvinnan och mannen är en innehållsanalys av texterna här det valda tillvägagångssättet. Genom att räkna hur många gånger kvinnor och män nämns i samma sammanhang och i vilken följd de nämns i samt att hur många gånger kvinnor och män omnämns var för sig kan vi se om det finns skillnader. Målet med innehållsanalysen är att avslöja de prioriteringar som skildras genom att mäta hur ofta en viss företeelse återfinns i texterna samt vilken ordningsföljd (Denscombe, 2009). Ett annat mål med innehållsanalysen är att se hur idéerna kring kvinnligt och manligt relaterar till den stereotypa bilden av kvinnan och mannen. I det fallet kommer studien utvisa vilka associationer som relaterar till såväl kvinnan som mannen. För att komma åt de explicita uttrycken används innehållsanalysen, som mäter den interpersonella aspekten, som innebär hur texten skapar relation till läsaren (Bergström & Boréus, 2005). Innehållsanalysen kommer vidare att omvandlas till procentsatser för att belysa de samband och mönster som eventuellt finns.

4.3.2.1 Kodningsschema - innehållsanalys

Kodningen i innehållsanalysen sker med hjälp av siffror i kodschemat. Egenskaperna/indikationerna blir de kodningsenheter som kommer att räknas och som sedan omvandlas till analysenheter (Bergström & Boréus, 2005). Kodningen sker enligt följande modeller och beskrivning;

	Feminin	Maskulin
Indikator: Egenskap (x)	x 1	x 2
	Kvinna	Man
Kön	3	4

Om artikeln handlar om flera kvinnor får den två stycken 3:or, det vill säga att det skrivs som ”3,3” bredvid artikeln. Om den handlar om en man och en kvinna, i den ordningsföljden, skrivs de som ”4,3” bredvid artikeln och om artikeln handlar om en man samt två kvinnor i den ordningsföljden skrivs det som ”4, 3, 3” bredvid artikeln. I kodningen för varje enskild artikel (se appendix 1) skrivs sedan antalet under respektive kolumn. För att kunna avgöra i vilken ordningsföljd i kodningen tillskrivs kvinnan ”+” om den är före mannen och ”-” om den är efter mannen. Detsamma gäller för mannen, ett ”+” om den är före kvinnan och ett ”-” om den är efter kvinnan. Indikatorerna för de egenskaper, som är nämnda ovan, är kodningsenheterna i analysformatet. För att underlätta analysen av studien och för att tydliggöra eventuella mönster får indikatorerna en bokstav för varje ”x”, enligt rödmarkering nedan:

Stereotypiskt feminint / kvinnligt	Stereotypiskt maskulint / manligt
<ul style="list-style-type: none"> • Svag (fysiskt och/eller psykiskt) = A1 • Känslomässig / Ologisk = B1 • Trevlig/glad = C1 • Omhändertagande = D1 • Åtråvärt utseende = E1 • Osjälvständig = F1 • Ung / Oerfaren = G1 	<ul style="list-style-type: none"> • Stark (Fysiskt /och eller psykiskt) = A2 • Okänslig / logisk = B2 • Respektingivande = C2 • Försörjande = D2 • Välbyggd = E2 • Självständig = F2 • Erfaren = G2

I innehållsanalysen är det enbart några av alla egenskaper som kommer att användas, då dessa är mest betydelsefulla i ett kvantitativt syfte baserat på tidigare forskning. De andra attributen är av kvalitativ form och kommer därför analyseras via idéanalysen.

4.3.3 Kvalitativ idéanalys

Idéanalysen är ett komplement till innehållsanalysen i denna studie, för att inte enbart mäta den interpersonella aspekten utan också få möjlighet att se innebördsaspekten, de underliggande innebörderna i texten, av den diskurs som undersöks (Denscombe, 2009). Som Göran Bergström

och Kristina Boréus (2005) skriver så finns det olika tolkningar av en idéanalys, men de bygger i grunden på ”förekomsten av vissa typer av idéer eller ideologier i texter” (s. 19). Genom idéanalysen ämnar denna studie att belysa och förstå hur dagspress påverkar människan, identifiera de underliggande idéer som tidningarna gestaltar i form av värderingar, idéer och normer och med bakgrund av detta kan en jämförelse mellan tidningarna ske (Bergström & Boréus, 2005).

Genom att undersöka både den interpersonella aspekten, som görs i innehållsanalysen, och innebördesaspekten, som genom idéanalysen blir möjlig, kan de underliggande idéerna som visar på hur dagspress talar till människorna framkomma. Är de frågande, mottagande, befallande eller vädjande? Med båda metoderna tillsammans kan en generell diskurs utrönas.

4.3.3.1 Kodningsschema - idéanalys

Stereotypiskt feminint	Stereotypiskt maskulint
<ul style="list-style-type: none"> • Svag (fysiskt och/eller psykiskt) • Känslomässig / Ologisk • Trevlig/glad • Omhändertagande • Åtråvärt utseende • Passiv • Odriftig • Relationsinriktad • Återhållsam • Djup • Osjälvständig • Förklarande / ursäktande • Ung / Oerfaren • Blyg • Opålitlig • Behövande • Övrigt/öppen 	<ul style="list-style-type: none"> • Stark (Fysiskt /och eller psykiskt) • Okänslig / logisk • Respektingivande • Försörjande • Välbyggd • Tar för sig / ta plats • Driftig / händig • Resultatinriktad • Direkt • Ytlig • Självständig • Självförtroende/självsäkerhet • Erfaren • Initiativtagande • Trovärdig • Oberoende • Övrigt/öppen

För att få en djupare illustration och förstärka den kvantitativa innehållsanalysen används denna idéanalys. Tillvägagångssättet sker genom att lyfta fram någon eller några komponenter som nämns ovan, via citat och stycken tillsammans med vilken tidning dessa kommer ifrån. I idéanalysen görs inte någon sifferkodning, då huvudsyftet är att på ett tydligt sätt lyfta fram textexempel (Bergström & Boréus, 2005). Idéanalysen kommer att ha analys-schemat, det vill säga den stereotypa bilden av feminint och maskulint som underlag (se ovan).

4.4 Tolkningsproblematik för analys

Det går att diskutera huruvida den undersökta dagspressen är jämförbar, då Aftonbladet är en kvällstidning och övriga tidningar är morgontidningar. Alla tidningar är dock att betrakta som dagspress, då det är tillgängliga under dagen.

En tolkning av text kan ske på många sätt (Sjöberg & Wästerfors, 2008), därav läggs här vikt vid att redogöra för tolkningen i denna studie. För att kunna dra slutsatser i en studie som denna måste en del aspekter begrundas. Först och främst måste forskaren visa på sin förförståelse kring forskningsområdet (Bergström & Boréus, 2005), vilket redogörs för i kapitel 1; 1.1. Läran om tolkning och läsning måste också tas hänsyn till, som Göran Bergström och Kristina Boréus (2005) skriver, ”*att delar i en text tolkas utifrån texten som helhet och helheten utifrån delarna*” (s. 25). Det vill säga en tolkning av diskursen som helhet via innehållsanalysen och idéanalysen som sedan jämförs med tidningarnas helhet separat.

Eftersom studien baseras på enstaka ord behöver dessa öppnas upp för synonymer, för att inte missa något viktigt i analysen. För att innehållsanalysen, som baseras på ord från analysredskapet, som är inspirerat av den tidigare forskningen, ska fungera så räknas även synonymer till orden in. I idéanalysen läggs vikt vid att skapa sig en förståelse för sammanhanget av de utplockade texterna för att därefter argumenterar för varför en text hamnar i en viss kategori (Sjöberg & Wästerfors, 2008).

För att möta de texter som blir svårplacerade utifrån kategorierna så finns också en ’öppen/övrigt’ kategori i kodningsschemat. Tolkningen av utplockade citat måste ske med en exakthet och tydlighet för att en diskurs ska kunna gestalta sig.

5. Analys och diskussion

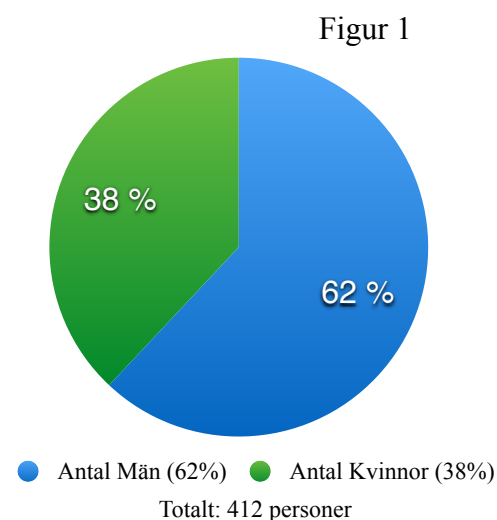
Denna studie ämnar finna svar på hur porträtteringen av kvinnan och mannen ser ut i svensk dagspress år 2017. Vilka är de stereotypa dragen, vilka likheter och vilka skillnader finns mellan kvinnan och mannen och slutligen vilket utrymme får respektive kön i svensk dagspress.

I kapitlet presenteras det empiriska materialet i dialog med de teorier och den metodologiska ansats som ligger till grund för studien. Presentation och analys är uppdelad enligt följande; första stycket svarar på studiens första frågeställning: ”Hur fördelar tidningarna sitt utrymme under en vecka i kultursidorna och ledarsidorna mellan kvinnor respektive män, då internationella kvinnodagen infaller under 2017? Vem får komma till tals?” Vidare presenteras det kvantitativa resultatet från innehållsanalysen, som sedan diskuteras och besvarar studiens andra och tredje frågeställning: ”Vad är gemensamt i porträtteringen av kvinnor och män? Vilka stereotypa drag porträtteras kvinnan och mannen med i alla tre tidningar?” och ”På vilka sätt skiljer sig porträtteringen av kvinnan och mannen åt mellan tidningarna?”

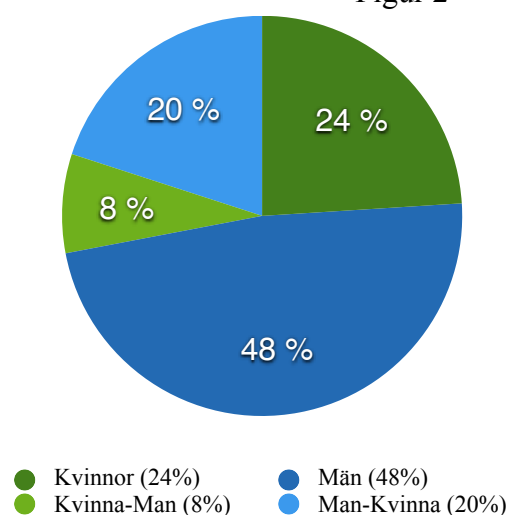
5.1 Sekundär eller primär?

Media påverkar våra normer och värderingar, vilket är fastställt utifrån tidigare forskning (Nurmi, 2014, Östin, 2016, Larsson, 2013) och teori (Hacking, 1999). De attribut som tillfaller kvinnan är, också i denna studie, av den svaga naturen och de attribut som tillfaller mannen tycks vara de starka, självständiga attributen. Det är en sak att titta på hur människor beroende på deras könstillhörighet omnämns i tidningarna och en annan sak att granska hur många gånger respektive kön får synas i media. I detta stycke läggs det fokus på det sistnämnda.

Totalt är det 412 personer som omnämns i Svenska Dagbladet, Dagens Nyheter och Aftonbladet under perioden för undersökningen. 38% av dessa är kvinnor och 62% är män (se figur 1). Värt att nämna är att internationella kvinnodagen inföll under undersökningsperioden. Kultursidorna är de sidor i tidningarna, där det skrivs om människor som på något vis har skapat något inom konst, musik och teater men även inom författarskap. Ledarsidorna är de sidor där kvinnan och mannen omnämns som en politisk taleskvinna eller -man eller expert.



Figur 2



Totalt: 239 artiklar

Studien visar att mannen är överrepresenterad i svensk dagspress under undersökningsperioden, vilket tyder på att könsordningen fortlöper med mannen som norm och det allmängiltiga (Hirdman, 2001). Resultat speglar vem det har skrivits mest om och i vilken ordningsföljd kvinnan och mannen presenteras då båda omnämns. I de 239 undersökta artiklarna så är det 24% som har handlat om enbart en eller fler kvinnor och 48% som har handlat om enbart en eller flera män. I de artiklar, som har skrivit om både kvinnor och män i samma artikel, så är det i 8% av de 239 artiklarna som har nämnt kvinnan/kvinnorna först och mannen/männen efter. Däremot är det 20% av de 239 artiklarna som har nämnt mannen/männen först och kvinnan/kvinnorna efter (se figur 2).

Artiklarna visar att männen är överrepresenterade vad gäller att omnämnas i artiklarna samt att mannen/männen i större utsträckning omnämns först när båda könen är representerade i artiklarna. ”[...] där det sista stadiets roller innehas av Lars Lind och Eva Millberg.” (Lenas, 2017, s. Kultur 5). Det faktum, att ständigt bli omnämnd i andra hand, leder, till antagandet att komma i efterhand, enligt priming psykologin (McCombs, 2006). Resultatet visar att normen är till fördel för mannen, i linje med vad tidigare forskning visat, vilket leder till att kvinnan identifierar sig undermedvetet som lägre stående än mannen (Berger & Luckmann, 1991).

Ett annat exempel är en artikel där kvinnorna i artikeln negligeras och blir sekundära. Det är i en artikel från Aftonbladet, som recenserar en film som tre kvinnor har skapat. Mannen som filmen handlar om, beskrivs på helsidor i samtliga tidningar och kvinnorna omnämns enbart i förbifarten; ”*Citizen Schein är för övrigt gjord av tre kvinnor: Maud Nycander, Jannike Åhlund och Kersi Grundiz Brennan.*” (Andersson, 2017, s. Kultur 4). En artikel om Lena Olin visar också tydligt att kvinnorna inte får lika mycket utrymme som männen, då artikeln genomsyras av de manliga karaktärerna som också medverkar i teatern;

”*Thommy Berggren spelade själv med i Europapremiären av pjäsen på Dramaten 1963, regi Ingmar Bergman. Lena Olin har inte stått på en teaterscen på 25 år men gör nu comeback. Peter Andersson har just blivit lovordad som bankdirektör Borkman på kulturhuset Stadsteatern.*” (Poellinger, 2017, s. Kultur 22)

Sekundär eller primär, enligt svensk dagspress år 2017 under internationella kvinnodagen kan det utläsas att det är mannen som är primär och kvinnan sekundär. Fördelningen av utrymme i kultursidorna och ledarsidorna mellan kvinnor respektive män är något människan omedvetet matas med och påverkas av dagligen, genom det skapas en identitetsmarkör (Berger & Luckman, 1991). Det är denna diskurs som gemensamt präglar dagspress år 2017, vilket går i linje med den tidigare forskningen (Juhlin & Bertilsson Bladh, 2014). Studien visar att det fortfarande är männen som får komma till tals, i större utsträckning än kvinnorna. Nedan visas resultatet av den kvantitativa innehållsanalysen av porträtteringen av kvinnan och mannen i dagspress.

Figur 3

5.2 Porträtteringen tidningarna sinsemellan

Tidningar: Antal artiklar:	Aftonbladet 39 artiklar		Svenska Dagbladet 74 artiklar		Dagens Nyheter 126 artiklar	
Attribut	Kvinna	Man	Kvinna	Man	Kvinna	Man
<i>Feminint</i>						
Svag (fysiskt och/eller psykiskt)	10 %	0 %	0 %	1 %	4 %	1 %
Känslomässig / Ologisk	13 %	0 %	1 %	1 %	4 %	1 %
Trevlig/glad	8 %	0 %	4 %	0 %	3 %	1 %
Omhändertagande	10 %	0 %	1 %	0 %	4 %	0 %
Åtråvärt utseende	10 %	0 %	8 %	0 %	6 %	0 %
Osjälvständig	1 %	0 %	7 %	0 %	4 %	0 %
Ung / Oerfaren	5 %	1 %	1 %	1 %	2 %	0 %
<i>Maskulint</i>						
Stark (Fysiskt och/eller psykiskt)	0 %	3 %	1 %	7 %	1 %	6 %
Okänslig / logisk	0 %	10 %	0 %	5 %	0 %	6 %
Respektingivande	5 %	10 %	11 %	22 %	2 %	13 %
Försörjande	1 %	5 %	0 %	1 %	0 %	2 %
Välbyggd	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	2 %
Självständig	0 %	0 %	1 %	3 %	2 %	5 %
Erfaren	5 %	8 %	7 %	18 %	6 %	10 %

Resultatet från den kvantitativa innehållsanalysen presenteras ovan (figur 3) och analyseras i kommande stycken med hjälp av idéanalysen. Det har gjorts en procentuell kvantifiering av i vilken utsträckning vardera tidning omnämner kategorierna till vardera kön. Exempel på detta är att 10% av 39 artiklar i Aftonbladet har omnämnt kvinnan som 'Svag (fysiskt och/eller psykiskt)' och 0% av männen har omnämnts inom denna kategori i Aftonbladet. För att lägga fokus på de individuella mönster för vardera kategori från resultatet, så har en avgränsning gjorts i allt över 5%, analyseras och diskuteras och det som är under 5% diskuteras enbart i sin helhet i underrubrikerna 'den gemensamma porträtteringen av kvinnor och män' och 'Skillnader och likheter mellan tidningarna'.

5.2.1 Den gemensamma porträtteringen av kvinnan och mannen

Att kvinnor och män porträtteras olika i svensk dagspress är tydligt. De två kategorier, där kvinnorna och männen porträtteras någorlunda lika, är 'respektingivande' och 'erfaren', som är två maskulina attribut. Aldrig eller vid ytterst få tillfällen porträtteras männen med feminina attribut. Detta tyder på att könsordningen (Hirdman, 2001) fortfarande består, där maskulina attribut är att föredra och om det är någon som ska anpassa sig så är det kvinnan, vilket tidigare

forskning också visat (Svensson, 2015, Juhlin & Bertilsson Bladh, 2014, Fagervall & Salomonsson-Juuso, 2007, Nurmi, 2014, Östin, 2016, Larsson, 2013) .

Figur 4

För att se den gemensamma porträtteringen av kvinnan och mannen så har det gjorts en sammanställning med alla tidningar (se figur 4). Bortsett från 'respektingivande' och 'erfaren' visar resultatet av studien inga fler gemensamma nämnare i porträtteringen av kvinnan och mannen. Resultatet visar dock att båda kvinnan och mannen, i hög utsträckning, porträtteras efter sin könstillhörighet och med de framtagna attribut som här har undersökts. ”[...] en kvartett kvinnliga dansare [...], men det är ändå sympatiskt med arenakonserter som inte har videoskrmar som enda ögongodis.” (Ringskog Farrada-Noli, 2017, s. Kultur 3) som efterföljer med ”Men allt det där är sekundärt - det

Tidningar: Antal artiklar:	ALLA 239 artiklar	
Attribut	Kvinna	Man
Feminint		
Svag (fysiskt och/eller psykiskt)	4 %	1 %
Känslomässig / Ologisk	5 %	1 %
Trevlig/glad	4 %	0 %
Omhändertagande	4 %	0 %
Åtråvärt utseende	7 %	0 %
Osjälvständig	5 %	0 %
Ung / Oerfaren	3 %	1 %
Maskulint		
Stark (Fysiskt och/eller psykiskt)	1 %	6 %
Okänslig / logisk	0 %	6 %
Respektingivande	5 %	15 %
Försörjande	0 %	2 %
Välbyggd	0 %	2 %
Självständig	1 %	3 %
Erfaren	6 %	12 %

viktiga är att Drake är en så begåvad låtskrivare och artist [...]” (Ringskog Farrada-Noli, 2017, s. Kultur 3). I artikeln kan här utläsas hur kvinnan porträtteras utefter sitt utseende och samtidigt som sekundär och mannen porträtteras utefter sin begåvning (läs ’erfaren’) och på ett respektingivande sätt, respektive ord primas till respektive kön och utseende förenas därför med kvinnan och erfaren förenas därför med mannen enligt priming psykologin (McCombs, 2006). Ett annat exempel på porträtteringen efter könstillhörigheten är tagit från Aftonbladet, *”Han är självupptagen och anser sig överlägsen. Hon anser sig osedd och behandlad som en piga eller accessoar.”* (Wahlin, 2017, s. Kultur 5). Även här återfinns nyckelord som tyder på porträttering utefter könstillhörighet, vilket berättar för läsaren att det finns en skillnad på kvinnan och mannen samt hur de bör bete sig för att passa in i sin könstillhörighet så de inte blir utesluta från gemenskapen (Ohlsson, 2013).

5.2.1.1 Kvinnorna i dagstidningarna

De främsta stereotypa drag kvinnan har i alla tre tidningar är ’åtråvärt utseende’. I 10% av Aftonbladets rapportering, 8% av Svenska Dagbladets rapportering och 6% av Dagens Nyheters rapportering läggs det vikt vid att beskriva kvinnans utseende och/eller med sexuell anspelning; *”När den amerikanska skådespelaren och sexsymbolen Lana Clarkson [...]”* (Wadensjö, 2017, s. Kultur 21). I en artikel om en pjäs bestående av fyra män och en kvinna, där männen beskrivs spektakulärt och kvinnan beskrivs enligt följande: *”Susanne Åbergs kostym är på en gång rolig och snygg.”* (Blomqvist, 2017, s. Kultur 5).

Idéanalysen, som var ett komplement till den kvantitativa innehållsanalysen, visade även att det i flera artiklar låg en underton om opålitlighet hos kvinnan;

”[...] Ylva Johansson i BBC och sade att sexualbrotten i Sverige har minskat, ’nivån går ner, går ner, går ner’. Men enligt Brås nationella trygghetsundersökning har man efter 2012 sett en tydlig ökning av andelen kvinnor som utsatts för sexualbrott. [...] Nu har Johansson beklagat uttalandet [...]” (Lifvendahl, 2017, s. Ledare 4).

I ovan citat från Svenska Dagbladet ligger en underton av opålitlighet samt även ursäktande som också är ett av de feminina attributen från den tidigare forskningen (Östin, 2016). Även i Aftonbladet och Dagens Nyheter återfinns en underton av opålitlighet; *”Gudrun Antemars utredning skulle va ett försök att teckna en gemensam bild.”* (Persson, 2017, s. Ledare 2) och *”Anna*

Kinberg Batra har varit partiledare i över två år men visar få tecken på retorisk läraktighet.” (Helmerson, 2017, s. Ledare 4). I det sista citatet kan också utläsas en underton av passivitet och odriftighet. Enligt socialkonstruktivismen påverkar dessa undertoner människans idéer om sig själv, andra människor och ens handlingar samt framförallt synen på kvinnan (Hacking, 1999). Här sammankopplas, via priming (McCombs, 2006), kvinnan med åtråvärt utseende och opålitlighet, vilket i sin tur påverkar synen på kvinnor i allmänhet och påverkar kvinnans identitetsskapande.

5.2.1.2 Männen i dagstidningarna

De stereotypa drag som männen främst porträtteras med är ’Okänslig/logisk’, ’Respektingivande’ och ’Erfaren’, där dessa ord sammankopplas (primas) med mannen (McCombs, 2006) och påverkar mannens identitetsskapande (Berger & Luckman, 1991). I 10% av Aftonbladets rapportering, 5% av Svenska Dagbladets rapportering och 6% av Dagens Nyheters rapportering porträtteras mannen som ’okänslig/logisk’. Kategorin är en samlad kategori som representerar flera maskulina attribut som oberoende, initiativtagande och att ta för sig. Enligt tidigare forskning, se Östin (2016), Johanssons och Strands (2006) och Gemzøe (2014), så förväntas mannen leva upp till denna stereotypisering och än idag ser vi tendenser på att så fortfarande är fallet; ”[...] *Bruno Dumont fortsätter vara sig själv; han följer inga filmkonjunkturer, bara sitt eget tidvatten.*” (Asp, 2017, s. Kultur 24). Att männen fortfarande kan gå sin egen väg utan att samhället sätter stop eller dömmar, precis som Hirdman (2001) kallar den rådande könsordningen, visar även Dagens Nyheter prov på; ”*Det är trots allt Jan Käll och Richard Turpin som ligger bakom spektaklet. Vi som sett deras tidigare verk vet att de saknar respekt för all anständighet.*” (Waaranderä, 2017, s. Kultur 3).

Att förväntas hysa respekt för en man för dess karaktär och prestation har varit en tydlig aspekt i tidigare forskning, se till exempel Svensson (2015), Nurmi (2014) och Fagervall & Salomonsson-Juuso (2007). I 10% av Aftonbladets rapportering, 22% av Svenska Dagbladets rapportering och 13% av Dagens Nyheters rapportering porträtteras mannen som ’respektingivande’, vilket visar att det precis som tidigare läggs vikt vid att beskriva (prima) männen med detta attribut. ”*Självsäker, briljant och fräck. Harry Schein var inte som andra [...]*” (Wolodarski, 2017, s. Ledare 5). Detta citat vittnar inte enbart om respekt till denna man utan också en höjning av briljans, självsäkerhet och ett okänsligt beteende, det är denna sociala konstruktion männen förväntas leva efter. Att män lovordas är också ett exempel på hur människan via svensk dagspress lär sig vad männen får och

kan vara (Burr, 2003); ”*Det är estetiskt skickligt genomfört av två lovande konstnärer.*” (Nilsson, 2017, s. Kultur 24). Detta leder uppsatsen in på den sista kategorin män porträtteras efter. I 8% av Aftonbladets rapportering, 18% av Svenska Dagbladets rapportering och 10% av Dagens Nyheters rapportering porträtteras mannen som ’erfaren’. Exempel på det är; ”[...] *Janne Josefsson är en av landets bästa och viktigaste journalister [...]*” (Croneman, 2017, s. Kultur 2), ”[...] *som vanligt är det Maud Olofssons fel. [...] I dag är det näringsminister Mikael Damberg som sitter med arvet efter Maud Olofsson i sitt knä.*” (Franchell, 2017, s. Ledare 2) och ”*Monica Stenbeck är ett magnifikt modersmonster. [...] Hannes Meidal som politiskt deprimerad Hamlet briljerar i teknik och känsla, hans spel har både kropp och intellekt.*” (Arvas, 2017, s. Kultur 10). Dessa lovord, som främst är inkluderade då det talas om en man, visar på att människor fortfarande pimas efter de stereotypa drag som tidigare forskning visat på (Svensson, 2015, Nurmi, 2014, Östin, 2016, Larsson, 2013). Ett citat som vittnar på att könstillhörigheten fortfarande har betydelse är; ”*Det är liksom ’Oj, vi måste få ett nytt ansikte i rutan. Det har alltid varit en man, så vi vill inte skaka om för mycket.’*” (Lindblad, 2017, s. Kultur 4).

Resultatet av studien visar också att mannen i liten utsträckning porträtteras efter sitt utseende (läs ’välbyggd’), till skillnad från kvinnan. Det visar 0% av Aftonbladets rapportering, 1% av Svenska Dagbladets rapportering och 2% av Dagens Nyheters rapportering. De undantag som dock finns visar på en porträttering i stereotypa maskulina drag; ”[...] *manliga hiphopartister som slog igenom - antingen alfahannar med tatueringar och kriminalitetsautenticitet, eller textfetischister med ryggsäck och ’antikommersiell’ autenticitet [...]*” (Ringskog Farrada-Noli, 2017, s. Kultur 9).

5.2.2 Skillnader mellan tidningarna

Det finns skillnader av porträttering av kvinnan och mannen mellan tidningarna. Vad som är mest anmärkningsvärt är att Aftonbladet tenderar att porträttera kvinnor i högra utsträckning än övriga tidningar. Dagens Nyheter är Aftonbladets motsats och porträtterar män i högre utsträckning än övriga tidningar. Svenska Dagbladet däremot porträtterar kvinnan i mindre utsträckning än Aftonbladet och männen i mindre utsträckning än Dagens Nyheter. Det tycks alltså förkomma olika mycket porträttering av respektive kön beroende på vilken ideologisk inriktning tidningen har, varför det förekommer går inte att svara på med hjälp av denna studie men att porträttering existerar och att tidningarna har förmedlar olika diskurser kan fastställas. Detta är det mest anmärkningsvärda

mönster som framkommit av tidningarnas skillnader och är det enda som kommer att tas upp under denna underrubrik. Mindre väsentliga skillnader har redan analyserats under övriga underrubriker.

Sammanfattningsvis tyder mycket i undersökningen på att diskursen om kvinnliga och manliga stereotyper, som tidigare forskning visat och inspirerat analysredskapet, överensstämmer med den diskurs som råder år 2017. Kvinnan och mannen beskrivs utifrån deras könstillhörighet via priming och på så sätt påverkar dagspress både människan i samhället och samhällets struktur att förstå, kategorisera och avgränsa innebörden av språket och konstruktionen av könen samt därmed också människors identitetsskapande.

6. Sammanfattning

Utifrån studien så är den generella diskurs dagstidningarna i Sverige har, i ledarsidorna och kultursidorna, att kvinnorna främst porträtteras utefter sitt utseende. Det är en viktig aspekt i rapporteringen. Övriga feminina kategorier, som kvinnan kan porträtteras utefter, är inte fullt så viktiga i rapporteringen. Kvinnorna porträtteras i vissa fall utefter två maskulina kategorier, 'respektingivande' och 'erfaren', men inte i samma utsträckning som männen. Enligt tidningarna, är dessa kategorier dock en viktig aspekt att ta med i rapporteringen när tidningarna beskriver mannen. Svensk dagspress reproducerar alltså en diskurs om kvinnan som åtråvärd och mannen som respektingivande och erfaren.

6.1 Slutsats

Att Sverige år 2017, som ett av de länder som anses kommit längst inom jämställdhetsfrågan, kan resultatet av studien te sig något skrämmande. Undersökningsperioden som dessutom löpte under den vecka då den internationella kvinnodagen gick av stapeln. Studien visar klart och tydligt att mannen, i högre utsträckning än kvinnan, får både mer utrymme och blir mer omskrivna i svensk dagspress. Både kvinnan och mannen blir porträtterade utefter sin könstillhörighet, men olika mycket beroende på vilken tidning vi utgår från. Aftonbladet har en tendens att porträttera kvinnorna med feminina attribut i större utsträckning än övriga tidningar. Dagens Nyheter tenderar att porträttera männen med maskulina attribut i större utsträckning än övriga tidningar och Svenska Dagbladet pendlar mellan de två övriga tidningarna. Vilket tyder på att den ideologiska inriktningen tidningen har påverkar porträtteringen av kvinnan och mannen.

De två kategorier som både kvinnorna och männen gemensamt porträtteras efter är 'respektingivande' och 'erfaren', dock har kvinnorna en halverad procent jämfört med männen. Samtidigt är 'respektingivande' och 'erfaren' två attribut, som enligt tidigare forskning har klassats som maskulina attribut. Vid enstaka tillfällen porträtterades männen med feminina attribut. En slutsats från denna studie är att diskursen om att det är de maskulina attributen som är att föredra och att normen fortfarande är mansdominerad. Ett antagande är också att det är mer accepterat att kvinnan anpassas till mannen och dess attribut och inte tvärtom.

De omskrivna kvinnorna i tidningarna har i många fall beskrivits utefter sitt utseende, något även tidigare forskning också visade prov på. Detta var enligt den kvantitativa innehållsanalysen den

främsta porträtteringen av kvinnan. Idéanalysen visade dock också att det fanns en underliggande ton om 'opålitlighet' i de artiklar där kvinnor var omnämnda. Detta återfanns i samtliga tre tidningar. Slutsatsen av detta är att kvinnor år 2017 porträtteras som opålitliga och att kvinnans utseende fortfarande är av stor betydelse i svensk dagspress. Männens däremot, som är omnämnda i tidningarna, porträtterades utefter deras prestation och inte för deras utseende. Kategorierna 'erfaren' och 'respektingivande' hade de högsta procentsatserna följt av 'okänslig/logisk'. En slutsats av resultatet för studien, som också underbyggs av tidigare forskning, är att normen kvarstår, det vill säga könsordningen är som Hirdman (2001) beskriver att männen är norm och det allmängiltiga. En man bedöms utefter prestation och detta bibehålls via priming i svensk dagspress.

Likheterna i tidningarna som tagits upp i 'Den gemensamma porträttering av kvinnor och män', men som kräver mer utrymme är det faktum att ingen av tidningarna porträtterar en man med feminina attribut. Detta är anmärkningsvärt, då kvinnan i en del fall porträtteras med maskulina attribut. Vad är anledningen till detta? Kan det vara så att de maskulina dragen är att föredra och de feminina dragen är mindre tilldragande, såsom tidigare forskning visat. Det är ett antagande som kan vara intressant att undersöka vidare, men inget som denna studie svarar på. Svensk dagspress porträtterar dock kvinnan och mannen olika och tidningarna sinsemellan skiljer sig åt i porträtteringen av kvinnan och mannen. En fråga man kan ställa sig är också hur det faktum att den internationella kvinnodagen inföll under undersökningsperioden har påverkat resultatet. En slutsats att dra är dock att det har påverkat resultatet, någon som kan anses vara en styrka då det jämnar ut fördelningen av utrymme något men också som en svaghet då frågan om hur det ser ut resten av året kvarstår. Att undersöka frågeställningarna med valda metoder är dock en av studiens styrka, då detta genererade nyanser till resultatet som inte hade framkommit utan såväl den kvantitativa undersökningen som den kvalitativa.

Enligt socialkonstruktivismen, som denna studie tar sin utgångspunkt i, så är föreställningen om kvinnligt och manligt socialt konstruerat och denna konstruktion leder till den faktiska verkligheten (Sahlin, 2002). Sammanfattningsvis pågår den sociala konstruktionen av kvinnligt och manligt än idag, så oberoende av hur jämställt samhället är år 2017 i Sverige, så har svensk dagspress en undermedveten påverkan på människorna i samhället, vare sig de vill eller ej.

Utifrån studiens resultatet finns det anledning att ta forskningen i ämnet vidare. Det finns flera forskningsvägar med tanke på att media finns i olika former och påverkar människan på olika sätt. Det hade dessutom varit intressant att utföra samma undersökning med samma tidningar som underlag, under en undersökningsperiod när den internationella kvinnodagen inte är representerad, för att göra en jämförelse med hur de kan se ut resterande veckor av året. En annan forskningsväg är att undersöka de andra delarna av tidningarna och se på eventuella skillnader och likheter.

Källförteckning

Tryckta källor

Bengtsson, Jan (2001). *Sammanflätningar: Husserls och Merleau-Pontys fenomenologi*. 3., rev. uppl. Göteborg: Daidalos

Berger, Peter L. & Luckmann, Thomas (1991). *The social construction of reality: a treatise in the sociology of knowledge*. Repr. London: Penguin

Bergström, Göran & Boréus, Kristina (2005). *Textens mening och makt. Metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*. Studentlitteratur.

Bryman, Alan (2008). *Social Research Method*. Oxford University Press.

Burr, Vivien (2003) *Social Constuctionism second edition*. Routledge New York: Taylor & Francis Ltd.

Börjesson, M. (2003). *Diskurser och konstruktioner: en sorts metodbok*. Lund: Studentlitteratur.

De Beauvoir, Simone (1986). *Det andra könet*. Stockholm: Nordstedts Förlag.

Denscombe, Martyn (2009). *Forskningshandboken: för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur

Einarsson, Jan (2009). *Språksociologi*. 2 uppl. Lund: Studentlitteratur AB.

Ekman, Karin (1998). *Var så god - makt, kön och media*. Stockholm: Rabén Prisma

Esaiasson, Peter, Gilljam, Mikael, Oscarsson, Henrik & Wängnerud, Lena (red.) (2012). *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad*. 4., [rev.] uppl. Stockholm: Norstedts juridik

Gemzøe, Lena (2014). *Feminism. 2.*, [uppdaterade] uppl. Stockholm: Bilda

Hacking, Ian (1999). *The social construction of what?*. Cambridge, Mass.: Harvard Univ. Press

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

Jarlbro, Gunilla (2013). *Genusmedveten journalistik*. Lund: Studentlitteratur.

McCombs, Maxwell (2006). *Makten över dagordningen. Om media, politiken och opinionsbildningen*. SNS Förlag, Stockholm.

Ohlsson, Maria (2013). *Språk och genus*. I: Sundgren, Eva (red.). *Sociolingvistik*. 2 uppl. Stockholm: Liber AB.

Sahlin, Ingrid (2002) "Sociala problem som verklighetskonstruktioner". I Anna Meeuwisse & Hans Swärd (red.) Perspektiv på sociala problem. Stockholm: Natur och Kultur.

Sjöberg K. Wästerfors D. (2008) *Uppdrag Forskning – konsten att genomföra kvalitativa studier*, Liber AB, Malmö

Digitala källor

Berglund, Leif & Granström, Fredrik (2008) *Ungdomars identitetsarbete – med fokus på media och kompisar*. Kandidatuppsats. Luleå Tekniska Universitet. Luleå: Uni.

Brand, Annelie (2016). *Genuspedagogik i förskolan : En kvaliativ studie om pedagogers arbetsätt för att främja barns möjlighet till att utveckla förmågor och intressen utan stereotypa könsroller*. Kandidatuppsats. Mälardalens högskola. Mälardalen: Högskolan.

Chakvetadze, Lia G & Dautova, V. & Albina R. Shakurova, (2016). *GENDER STEREOTYPES, MASS MEDIA AND MIGRANTS*. Kazan Federal University. Kazan: Uni.

Chröisty, Amanda & Lundgren, Camilla (2012). *Mäh! hallå- man får göra som vill faktiskt : Konstruktion av könsroller i bildskapande situationer*. Kandidatuppsats. Högskolan Väst. Trollhättan: Högskolan.

Fagervall, Britt-Inger & Salomonsson-Juuso, Esther (2007). *Manligt och Kvinnligt - En studie om genus och media*. Kandidatuppsats. Luleå tekniska universitet. Luleå: Uni.

Fardell, Ester (2013). *Identitetsskapande hos unga kvinnor genom sociala medier - med välbefinnandet i fokus*. Masteruppsats. Göteborgs Universitet. Göteborg: Uni.

Hagenlöf, Jozephine (2008). *Könsroller i media - en kvalitativ text- och bildstudie av två livsstilsmagasin*. Kandidatuppsats. Luleå tekniska universitet. Luleå: Uni.

Hallberg, Jonas & Lönn, Ann-Sofie (2006). *Media och dess inverkan - Exponering av idealiserade könsroller och dess inverkan på unga människor*. Kandidatuppsats. Högskolan Väst. Trollhättan: Högskolan.

Johansson, Catharina & Strand, Ingela (2006). *Uppfattningar om feminism, kvinnligt/manligt och jämställdhet*. Kandidatuppsats. Högskolan i Halmstad. Halmstad: Högskolan.

Johansson, Karolina & Evald, Karolina (2012). *Jämställdhet - En självklarhet i förskolan?* Kandidatuppsats. Högskolan i Halmstad. Halmstad: Högskolan.

Juhlin, Tova & Bertilsson Bladh, Moa (2014). *Manligt och kvinnligt på agendan : En kvantitativ innehållsanalys av medverkande och ämnen i SVT:s Agenda*. Kandidatuppsats. Högskolan i Jönköping. Jönköping: Högskolan.

Landreth Grau, Stacy & Zotos, Yorgos C (2016). *Gender stereotypes in advertising: a review of current research*. International Journal of Advertising, 35:5, 761-770

Larsson, Anna (2013). *Framställningen av män och kvinnor i media - En analys av tidskrifterna King och Solo*. Kandidatuppsats. Lunds Universitet. Lund: Uni.

Larsson, Sofia & Trepka-Bloch, Cecilia (2015). *Identitetsskapande på Instagram*. Masteruppsats. Umeå Universitetet. Umeå: Uni.

Malm, Christina (2007). *Fantastiska män och undergivna kvinnor : En innehållsanalys av könsroller i media*. Kandidatuppsats. Växjö universitet. Växjö: Uni.

Mattsson, Christine (2015). *Televisionens starkaste män och kvinnor : En kvalitativ studie om hur genus framställs i TV-programmet Gladiatorerna*. Kandidatuppsats. Stockholms universitet. Stockholm: Uni.

Nawal, Mohamed & Moberg, Jessica (2008). *Invandrarkvinnan i media*. Kandidatuppsats. Mittuniversitetet. Östersund: Uni.

Nilsson, Josefin & Paulsson, Moa (2010). *Min identitet i mina och andras ögon – En kvalitativ studie om tonårstjevers identitetsskapande*. Kandidatuppsats. Lunds Universitet. Lund: Uni.

Nilsson, Julia (2013). *"Snacka om att döda hennes kvinnlighet!" En kvalitativ studie om elevers bildtolkning utifrån könsroller i mediabilder*. Masteruppsats. Umeå Universitet. Umeå: Uni.

Nurmi, Johannes (2014). *Kvinnligt och manligt i Veckorevyn : - En kritisk diskursanalys*. Kandidatuppsats. Örebro universitet. Örebro: Uni.

Rosenberg, Filippa & Strandberg, Ellen (2017) *Den mediala våldtäkten : Kvällspressens rapportering om sexbrott under sommaren 2016*. Kandidatuppsats. Södertörns Högskola. Huddinge: Högskolan.

Svensson, Amanda (2015). *Artiga kvinnor och svärande män*. Kandidatuppsats. Linnéuniversitetet. Kalmar: Uni.

Tsichla, Eirini & Zotos, Yorgos (2016). *Gender portrayals revisited: searching for explicit and implicit stereotypes in Cypriot magazine advertisements*. *International Journal of Advertising*, 35:6, 983-1007

Weisgram, Erica S (2016). *The Cognitive Construction of Gender Stereotypes: Evidence for the Dual Pathways Model of Gender Differentiation*. University of Wisconsin-Stevens Point. Wisconsin: Uni.

Wennberg, Emelie & Johansson, Jenny (2014). *Idag gör vi skillnad på pojke och flicka! : Pedagogers förhållningssätt till skapande av könsroller*. Kandidatuppsats. Linnéuniversitetet. Kalmar: Uni.

Westin, Alexandra & Eriksson, Evelina (2009). *Manligt och kvinnligt enligt kvinnor och män : En kvalitativ undersökning av ledarna i fyra livsstilsmagasin*. Kandidatuppsats. Högskolan i Kalmar. Kalmar: Högskolan.

Winther Jorgensen, M. & Phillips, L. (1999/2000). *Diskursanalys som teori och metod*. Lund: Studentlitteratur.

Årheim, Annette (2005). *Medier och identitet i gymnasisters mångkulturella vardag*. Avhandling. Växjö Universitet. Växjö: Uni.

Östin, Caroline (2016). *Naturlig skönhet och aktiv fritid : En diskurs- och innehållsanalytisk undersökning av manligt och kvinnligt i reklamspråk*. Kandidatuppsats. Karlstads universitet,. Karlstad: Uni.

Elektroniska källor

Isaksson, Jesper. (2013) *Olika texter, novell, roman, reportage, artikel, insändare, krönika*. Tillgänglig: <https://trello.com/c/oZAx54jd/5-olika-texter-novell-roman-reportage-artikel-insandare-kronika> (2017-02-20)

World Economic Forum. (2016) *Rankings*. Tillgänglig: <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2016/rankings/> (2017-01-29)

Svenska dagstidningar (2017) *Läs mer om politiska färger*. Tillgänglig: <http://svenskadagstidningar.se/politisk-farg/> (2017-01-19)

Video källor

Lara Croft: Tomb Raider The Cradle of Life (2003) [Video]. Tillgänglig: http://www.imdb.com/title/tt0325703/?ref_=nv_sr_6 (2017-02-09)

Tidningsartiklar

Andersson, Anna (2017). Folkhemmets egen onkel. *Aftonbladet*, 10 Mars, s. Kultur 4

Arvas, Maina (2017). Någonting är ruttet. Satirisk ”Hamlet” som måste ses. *Dagens Nyheter*, 9 Mars, s. Kultur 10

Asp, Jon (2017). Inavel och degenerering i vackert kannibaldrama. *Svenska Dagbladet*, 10 Mars, s. Kultur 24

Blomqvist, Mikaela (2017). Hamlet rakt upp & ned. *Aftonbladet*, 10 Mars, s. Kultur 5

Croneman, Johan (2017). Det nya reportaget från Fittja är helt fantastiskt bra och sorgligt. *Dagens Nyheter*, 7 Mars, s. Kultur 2

Franchell, Eva (2017). Som vanligt är det Maud Olofssons fel. *Aftonbladet*, 10 Mars, s. Ledare 2

Helmerson, Erik (2017). Liten chans till revansch. *Dagens Nyheter*, 11 Mars, s. Ledare 4

Lenas, Sverker (2017). Lars Norén slutar med ny trilogi. *Dagens Nyheter*, 9 Mars, s. Kultur 5

Lifvendahl, Tove (2017). Statsrådet, statistiken och sakligheten. *Svenska Dagbladet*, 6 Mars, s. Ledare 4

Lindblad, Helena (2017). Det är liksom 'Oj, vi måste få ett nytt ansikte i rutan. Det har alltid varit en man, så vi vill inte skaka om för mycket'. *Dagens Nyheter*, 8 Mars, s. Kultur 4

Nilsson, Håkan (2017). Natur möter rymdskräck. *Svenska Dagbladet*, 9 Mars, s. Kultur 24

Persson, Ingvar (2017). Varken succé - eller kollaps. *Aftonbladet*, 10 Mars, s. Ledare 2

Poellinger, Clemens (2017). Lena Ohlin gör scencomeback. *Svenska Dagbladet*, 9 Mars, s. Kultur 22

Ringskog Farrada-Noli, Nicholas (2017). Drake bjöd på euforisk partykväll. *Dagens Nyheter*, 6 Mars, s. Kultur 3

Ringskog Farrada-Noli, Nicholas (2017). Nördrappare. Lil Yachty blir cool genom att inte försöka vara cool. *Dagens Nyheter*, 7 Mars, s. Kultur 9

Waarander, Ingegärd (2017). Bondkomik. "Stenjätten" skildrar den folkliga kampen mot makten. *Dagens Nyheter*, 6 Mars, s. Kultur 3

Wadensjö, Måns (2017). Det manliga begäret observerat i detalj. *Svenska Dagbladet*, 8 Mars, s. Kultur 21

Wahlin, Claes (2017). Århundradets blablabla. *Aftonbladet*, 6 Mars, s. Kultur 5

Wolodarski, Peter (2017). Harry Scheins osannolika resa säger mycket om Sverige. *Dagens Nyheter*, 12 Mars, s. Ledare 5

Appendix 1

Sammanställning av den kvantitativa innehållsanalysen (kodningsschemat). (6 sidor)

Artikel	A1	A2	B1	B2	C1	C2	D1	D2	E1	E2	F1	F2	G1	G2	3	4	Tidning	datum
1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1 (+)	1 (-)	DN	06-Mars
2	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	DN	06-Mars
3	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1 (-)	3(+)	DN	06-Mars
4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	DN	06-Mars
5	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	4 (-)	6 (+)	DN	06-Mars
6	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	DN	06-Mars
7	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	3 (-)	3 (+)	DN	06-Mars
8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1 (-)	1 (+)	DN	06-Mars
9	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	3	DN	06-Mars
10	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	4	DN	06-Mars
11	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	DN	06-Mars
12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	DN	06-Mars
13	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	DN	06-Mars
14	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (+)	1 (-)	A	06-Mars
15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	A	06-Mars
16	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	A	06-Mars
17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	A	06-Mars
18	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1 (+)	1 (-)	A	06-Mars
19	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	SvD	06-Mars
20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (-)	1 (+)	SvD	06-Mars
21	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	SvD	06-Mars
22	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	SvD	06-Mars
23	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	SvD	06-Mars
24	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1 (-)	1 (+)	SvD	06-Mars
25	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	SvD	06-Mars
26	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1 (-)	1 (+)	SvD	06-Mars
27	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1 (-)	1 (+)	A	07-Mars
28	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (-)	1 (+)	A	07-Mars
29	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1 (+)	1 (-)	A	07-Mars
30	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	A	07-Mars
31	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	A	07-Mars
32	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	A	07-Mars
33	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	SvD	07-Mars
34	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	SvD	07-Mars
35	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1 (+)	2 (-)	SvD	07-Mars
36	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	SvD	07-Mars
37	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	SvD	07-Mars
38	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1 (-)	1 (+)	SvD	07-Mars
39	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	SvD	07-Mars
40	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	SvD	07-Mars
41	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (+)	1 (-)	DN	07-Mars
42	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	07-Mars
43	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	DN	07-Mars
44	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	DN	07-Mars

45	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	DN	07-Mars
46	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	DN	07-Mars
47	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2 (+)	2 (-)	DN	07-Mars	
48	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (-)	1 (+)	DN	07-Mars	
49	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	07-Mars
50	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	DN	07-Mars
51	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	DN	07-Mars
52	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 1 (-)	1 (+)	DN	07-Mars	
53	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1 (-)	1 (+)	DN	07-Mars	
54	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	DN	07-Mars
55	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	DN	07-Mars
56	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	A	08-Mars
57	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	4 (-)	1 (+)	A	08-Mars	
58	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1 (+)	1 (-)	A	08-Mars	
59	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	A	08-Mars
60	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	A	08-Mars
61	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	SvD	08-Mars
62	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	SvD	08-Mars
63	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	SvD	08-Mars
64	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	SvD	08-Mars
65	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	SvD	08-Mars
66	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1 (-)	3 (+)	SvD	08-Mars	
67	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1 (-)	1 (+)	SvD	08-Mars	
68	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	SvD	08-Mars
69	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2 (+)	1 (-)	DN	08-Mars	
70	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (-)	3 (+)	DN	08-Mars	
71	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	DN	08-Mars
72	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	DN	08-Mars
73	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1 (+)	1 (-)	DN	08-Mars	
74	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	08-Mars
75	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	DN	08-Mars
76	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	DN	08-Mars
77	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	08-Mars
78	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	08-Mars
79	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (-)	1 (+)	DN	08-Mars	
80	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (-)	1 (+)	DN	08-Mars	
81	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	DN	08-Mars
82	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3 (+)	1 (-)	DN	08-Mars	
83	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	08-Mars
84	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2 (+)	0	A	09-Mars	
85	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	A	09-Mars
86	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	A	09-Mars
87	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	A	09-Mars
88	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	SvD	09-Mars
89	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1 1 (-)	1 (+)	SvD	09-Mars	

90	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	SvD	09-Mars
91	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	SvD	09-Mars
92	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	SvD	09-Mars
93	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	SvD	09-Mars
94	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	SvD	09-Mars
95	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	SvD	09-Mars
96	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	SvD	09-Mars
97	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (-)	1 (+)	DN	09-Mars
98	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	DN	09-Mars
99	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	09-Mars
100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	09-Mars
101	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	DN	09-Mars
102	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (-)	1 (+)	DN	09-Mars
103	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	09-Mars
104	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (-)	1 (+)	DN	09-Mars
105	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	09-Mars
106	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (-)	1 (+)	DN	09-Mars
107	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	DN	09-Mars
108	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	DN	09-Mars
109	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	DN	09-Mars
110	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	09-Mars
111	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	DN	09-Mars
112	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	09-Mars
113	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	A	10-Mars
114	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1 (+)	1 (-)	A	10-Mars
115	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3 (-)	1 (+)	A	10-Mars
116	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	A	10-Mars
117	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (+)	1 (-)	A	10-Mars
118	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1 (-)	4 (+)	A	10-Mars
119	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	A	10-Mars
120	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (-)	1 (+)	SvD	10-Mars
121	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	SvD	10-Mars
122	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	SvD	10-Mars
123	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	SvD	10-Mars
124	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (+)	1 (-)	SvD	10-Mars
125	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	SvD	10-Mars
126	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	SvD	10-Mars
127	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (+)	1 (-)	SvD	10-Mars
128	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	SvD	10-Mars
129	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	SvD	10-Mars
130	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	SvD	10-Mars
131	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	SvD	10-Mars
132	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	SvD	10-Mars
133	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	SvD	10-Mars
134	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	SvD	10-Mars

135	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	SvD	10-Mars
136	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	SvD	10-Mars
137	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	SvD	10-Mars
138	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	DN	10-Mars
139	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	10-Mars
140	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	10-Mars
141	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	10-Mars
142	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	10-Mars
143	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	DN	10-Mars
144	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (-)	1 (+)	DN	10-Mars
145	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	10-Mars
146	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	10-Mars
147	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	DN	10-Mars
148	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (+)	1 (-)	DN	10-Mars
149	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	10-Mars
150	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	DN	10-Mars
151	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	10-Mars
152	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	10-Mars
153	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	DN	10-Mars
154	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	DN	10-Mars
155	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	10-Mars
156	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	DN	10-Mars
157	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	DN	10-Mars
158	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	10-Mars
159	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (-)	1 (+)	DN	10-Mars
160	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	10-Mars
161	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	10-Mars
162	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	10-Mars
163	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	10-Mars
164	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	A	11-Mars
165	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	A	11-Mars
166	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	A	11-Mars
167	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (-)	1 (+)	A	11-Mars
168	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (-)	1 (+)	A	11-Mars
169	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	A	11-Mars
170	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	A	11-Mars
171	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	SvD	11-Mars
172	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	SvD	11-Mars
173	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	SvD	11-Mars
174	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	SvD	11-Mars
175	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (-)	1 (+)	SvD	11-Mars
176	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	SvD	11-Mars
177	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	SvD	11-Mars
178	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	SvD	11-Mars
179	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	5 (-)	10 (+)	SvD	11-Mars

180	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	SvD	11-Mars
181	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (+)	1 (-)	DN	11-Mars
182	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	DN	11-Mars
183	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	DN	11-Mars
184	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4 (-)	10 (+)	DN	11-Mars
185	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	11-Mars
186	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	DN	11-Mars
187	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	11-Mars
188	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	11-Mars
189	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	11-Mars
190	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	11-Mars
191	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (-)	1 (+)	DN	11-Mars
192	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	DN	11-Mars
193	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	DN	11-Mars
194	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	11-Mars
195	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (-)	2 (+)	DN	11-Mars
196	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	DN	11-Mars
197	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	DN	11-Mars
198	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (+)	1 (-)	DN	11-Mars
199	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	DN	11-Mars
200	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	DN	11-Mars
201	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	11-Mars
202	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (-)	2 (+)	DN	11-Mars
203	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	11-Mars
204	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	11-Mars
205	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	A	12-Mars
206	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	A	12-Mars
207	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	A	12-Mars
208	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (-)	1 (+)	A	12-Mars
209	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	A	12-Mars
210	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	SvD	12-Mars
211	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (-)	1 (+)	SvD	12-Mars
212	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (-)	1 (+)	SvD	12-Mars
213	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	SvD	12-Mars
214	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	SvD	12-Mars
215	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	SvD	12-Mars
216	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	SvD	12-Mars
217	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	SvD	12-Mars
218	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	SvD	12-Mars
219	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4 (-)	1 (+)	SvD	12-Mars
220	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (-)	2 (+)	SvD	12-Mars
221	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	SvD	12-Mars
222	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	SvD	12-Mars
223	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	DN	12-Mars
224	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	DN	12-Mars

