



**Linnéuniversitetet**

Kalmar Växjö

Examensarbete 15 hp – Journalistik

# Genus i ekonomijournalistik

*En kvalitativ studie om gestaltningen av manliga  
och kvinnliga chefer i Di Weekend*



*Författare: Anton Hansson  
Författare: Josefin Marjomaa*

*Handledare: Britt-Marie Ringfjord  
Examinator: Maria Elliot*

*Termin: HT16  
Ämne: Journalistik  
Nivå: Kandidat*

# Abstract

**Author:** Anton Hansson, Josefin Marjomaa

**Title:** Gender in economy journalism

**Location:** Linnaeus University

**Language:** Swedish

**Number of pages:** 45

A qualitative study aimed at examining how business executives get portrayed in economy journalism from a gender perspective. The study aspired to explore possible differences and similarities in the portrayal of male and female executives. We investigated a selection of 12 feature-styled portraits of male and female business executives from Swedish financial magazine Di Weekend.

By using framing analysis the text was deconstructed and consequently reconstructed into the most salient frames extracted from the analysis. The frames identified were *the competitive person*, *the self-made person*, *the mentor*, *the family*, *the question of competence* and *the question of equality*. Within these frames, we identified several aspects where the journalistic representation differed between male and female subjects. We found that male subjects were portrayed as confident, natural leaders and career-oriented providers for their families. Female subjects were to a greater extent portrayed as doubtful, ideology-driven, maternal caretakers. The importance of competitiveness, as well as the presence of mentors, were found with both genders. However, male subjects were portrayed as equals in regard to their mentors, whereas female subjects as more dependent and inferior to their mentors.

## Nyckelord

Gender, economy journalism, framing analysis, gender studies, executives, Di Weekend

# Innehåll

<b>1 Inledning</b>	<b>3</b>
1.1 Syfte	5
1.2 Frågeställning	5
<b>2 Tidigare forskning</b>	<b>5</b>
<b>3 Teori</b>	<b>8</b>
3.1 Framing	8
3.2 Dagordningsteori	9
3.3 Nyhetsvärdering	10
3.4 Socialkonstruktivism	11
3.5 Feministisk tvåsystem-teori	13
3.6 Stereotypisering	15
<b>4 Metod och material</b>	<b>16</b>
4.1 Kvalitativ metod	16
4.2 Urval	17
4.2.1 <i>Di Weekend</i>	18
4.3 Framinganalys	19
4.4 Tillvägagångssätt	20
4.5 Metodkritik	21
4.5.1 <i>Studiens tillförlitlighet</i>	21
4.5.2 <i>Forskningsetiska överväganden</i>	22
<b>5 Resultat och analys</b>	<b>22</b>
5.1 Tävlingsmänniskan	23
5.2 Sin egen lyckas smed	25
5.3 Mentorn	27
5.4 Familjen	29
5.5 Kompetensfrågan	32
5.6 Jämställdhetsfrågan	35
5.7 Framingmatris	37
<b>6 Slutsats och diskussion</b>	<b>38</b>
6.1 Förslag till vidare forskning	42
<b>Referenser</b>	<b>44</b>
<b>Bilagor</b>	<b>I</b>
Bilaga A Lista över empiriskt material	I

# 1 Inledning

I Sverige går det två män på varje kvinna i nyhetsbevakningen. I ett globalt perspektiv går det tre män på varje kvinna, trots att de utgör hälften av världens befolkning. Det skriver Maria Edström och Josefine Jacobsson i Räkna med kvinnor, den svenska versionen av Global Media Monitoring Project (2015). Rapporten visar dessutom att män oftast kommer till tals i egenskap av experter och talespersoner medan kvinnor oftast förekommer när de har en personlig erfarenhet. Av de personer som är yrkesföreträdande inom politik och näringsliv är 8 av 10 män i det globala nyhetsflödet. En mängd olika statliga utredningar har bara under det senaste decenniet undersökt mäns makt och kvinnors underrepresentation inom politik och näringsliv. Utredningar visar att sedan början av nittioalet har andelen kvinnor på maktpositioner i samhället förvisso ökat, men att majoriteten av makteliten fortfarande är män (SOU 2015:86, s. 97).

Fördelningen mellan kvinnor och män på maktpositioner inom politiken har under senare år blivit jämnare men inom näringslivet är män fortsatt överrepresenterade (Edström, 2002; SOU 2015:86).

Gällande genus och ekonomi finns en del tidigare forskning som tyder på att ekonomiska teorier och därav ekonomisk politik historiskt bygger på utdaterade eller vetenskapligt obevisade antaganden om kvinnors position i samhället, något som enligt Agneta Stark (2016) systematiskt utesluter kvinnor och kvinnors verksamheter. I stället menar hon att forskningen utgått från manliga beteenden och traditionella västerländska maktförhållanden. Föreliggande studie behandlar förvisso inte ekonomiska system eller teorier men kan däremot göra anspråk på att granska hur dess förhållande till makt och genus reflekteras i journalistik.

Så hur ser de texter som handlar om kvinnor i maktposition egentligen ut? Blir kvinnliga chefer porträtterade på samma sätt som de manliga? Jarlbro (2006) skriver att hur kvinnliga företagsledare framställs i medierna är ett utforskat område. Hon tror att anledning till detta skulle kunna vara att det finns så få kvinnor på de riktigt höga posterna i näringslivet och därför har inte medieforskare visat intresse för frågan. Det finns således en kunskapslucka som tidigare forskning lämnat öppen. Den luckan vill vi bidra till att fylla med hjälp av vår studie. Värt att tillägga är emellertid att Jarlbros

studie utfördes däremot för tio år sedan så det kan ha tillkommit ytterligare forskning kring ämnet sedan dess.

Utifrån en journalistisk synpunkt är det i allra högsta grad intressant att granska hur kvinnliga chefer framställs i jämförelse med de manliga. Dels i bemärkelsen att den homogena maktstruktur som råder inom näringslivet kan ses som ett samhällsproblem i sig men även eftersom journalistiken kan betraktas som en bidragande faktor. Med utgång i gestaltungs-, och till viss del dagordningsteori, menar vi att journalistik både påverkar och aktivt bidrar till skapandet av människors verklighetsbild (Shehata, 2015, s. 360).

Gunilla Jarlbro (2013) skriver att det ligger en journalistisk utmaning i att ta vara på alla de kvinnor som kan agera i egenskap av experter och talespersoner. En av anledningarna är att dessa kvinnor kan ta plats som förebilder för den yngre generationen. Hon menar även att Sverige har en av Europas mest könssegregerade arbetsmarknader trots att vi ibland omnämns som ett av världens mest jämställda länder och genom att lyfta fram kvinnor som förebilder kan alltså medier spela en roll när det gäller att jämna ut könsskillnaderna på den svenska arbetsmarknaden.

Således är det för oss som blivande journalister och journalistikforskare relevant att undersöka den verklighet medier målar upp. På grund av dispariteten mellan könen gällande maktpositioner inom näringslivet som omnämns ovan har vi valt att fokusera på framställningen av kvinnor och män i maktpositioner i just ekonomiskt inriktad journalistik.

Enligt SCB (2016) är könsfördelningen bland chefer inom privat sektor ojämn. 70 procent av cheferna är män medan 30 procent är kvinnor, vilket är en av anledningarna till att vi vill undersöka just framställningen av chefer inom näringslivet. Vår studie kan bli betydelsefull eftersom den kommer att undersöka hur porträtteringen av dessa ser ut. Framställs kvinnliga chefer på samma villkor som de manliga eller finns det skillnader i porträtteringen?

## 1.1 Syfte

Att kvinnor och män inte förekommer lika ofta i ekonomijournalistik är känt sedan tidigare (Edström, 2002). Därför ämnar vi att undersöka hur kvinnor, jämfört med män, framställs i ekonomijournalistik. Det ska vi göra genom att utföra en framingsanalys med utgång i den framingsteori föreslagen av Robert Entman (1993) och som metod därefter konkretiserad av Baldwin van Gorp (2010). Vi kommer att analysera artiklar publicerade i DI Weekend, som är ett helgmagasin tillhörande Dagens Industri.

Avsikten med studien är att granska om, och i så fall hur, den ojämställdhet som råder mellan kvinnor och män i näringslivets högre positioner reflekteras i den journalistiska framställningen av dessa personer. Genom att analysera materialet med hjälp av ett gestaltungs-perspektiv hoppas vi få en ökad insikt i vilken roll journalistiken spelar i förhållande till ovan nämnda problem.

## 1.2 Frågeställning

Q1: Hur gestaltas genus i ekonomijournalistik?

Q2: Hur framställs kvinnliga chefer i jämförelse med manliga?

## 2 Tidigare forskning

Forskning om hur kvinnliga chefer i näringslivet framställs i journalistiken är sällsynt (Jarlbro, 2006). En forskare som faktiskt tagit sig an ämnet är Maria Edström (2002) som har utfört en studie om hur medier skildrar kvinnor i ledande positioner i svenskt näringsliv. I studiens första del har hon använt sig av en innehållsanalys av två månaders pressmaterial från hösten 2001. Sammanlagt har hon gått igenom 34 tidningar där samtliga artiklar om kvinnliga toppchefer i näringslivet har analyserats. Även etermedier har inkluderats i studien. Edström menar att det finns en tydlig tendens att journalister använder sig av schabloner eller stereotyper när de porträtter kvinnor i näringslivet. Det finns en maktaspekt inbyggd i dessa stereotyper som missgynnar vissa grupper medan andra gynnas, menar Edström (2002, s. 30.).

*“När det gäller könsstereotyper tenderar de att förstora och förhårliga det manliga medan de förminskar och förklenar det kvinnliga. Det ligger naturligtvis i betraktarens*

*öga vad som är förklenande och inte men utgår man från en tänkt läsning, blir schablonerna i näringslivsjournalistiken klart könsmärkta.” (Edström, 2002, s. 32.)*

Hon nämner dessutom att samma handling kan beskrivas olika beroende på om den är utförd av en man eller en kvinna. Eftersom kvinnor i chefspositioner är ovanliga högt upp i näringslivet riskerar de en extrem medieexponering på gott och ont.

Edström (2002, s.23-25) redogör för hur bildval och fotovinklar kan markera och förstärka könsskillnaderna mellan kvinnliga och manliga chefer i näringslivet. Kvinnor brukar ha ett reflexmässigt beteende att le mot kameran och näringslivets kvinnliga företrädare är inget undantag, menar hon. Hos män verkar inte behovet att le vara lika stort, även om det också förekommer. Kvinnliga chefer fotograferas också ofta ovanifrån vilket ger betraktaren ett visst övertag medan intervjupersonen uppfattas mindre hotfull. Männerna framställs gärna som särskilt kraftfulla medan kvinnor placeras i positioner och miljöer som inte utstrålar lika mycket makt.

Maria Edström (2002, s.22) skriver att andelen kvinnor i Dagens Industri var 21 procent under perioden oktober-november 2001. Av de medier som ingick i hennes undersökning var Dagens Industri den tidning vars material innehöll störst andel kvinnor under perioden. Inför internationella kvinnodagen 2001 skriver Edström (2002, s.30) att tidningen Vision gjorde en genomgång över tidningarna Veckans affärer, Dagens Industri och Visions första sidor från ett års tid. Då kom de fram till att andelen kvinnor på förstasidan låg mellan 15-24 procent. Redaktionerna försvarade sig med att de speglar samhället och att det finns få kvinnor inom näringslivet. De lovade däremot att bättra sig skriver Edström och hänvisar till Vision 01-03-08.

Gunilla Jarlbro har gjort flera studier som handlar om genus och journalistik. I en studie från 2006 diskuterar hon vilka attribut och egenskaper som kvinnor respektive män tilldelas i nyhetsmedier. Jarlbro menar att medier brukar sägas fungera som en offentlig arena som merparten av allmänheten har tillgång till. Den traditionella uppfattningen är att det är en manlig domän i den offentliga sfären medan det finns en kvinnlig domän i den privata. Uppfattningen bygger på att när kvinnor lämnar den privata sfären, alltså att de kritiserar eller försöker ta plats i den manliga domänen, tillåts och uppmuntras rätten att offentligt förolämpa dem, skriver Jarlbro. Kvinnor kränks som privatpersoner medan män kritiserar i egenskap av sin offentliga roll (2006, s. 39-40). I samma kapitel redogör

Gunilla Jarlbro för vad före detta jämställdhetsministern Margareta Winberg skrev i en text i Publicistklubbens Årsbok 2004 angående hur medier framställer män respektive kvinnor. I texten tar Winberg upp exempel på hur hon blivit omnämnd som ett vandrande tält på grund av sin klädsel och att hennes enda kvalifikation för att bli statsråd var enligt en journalist hennes "rumptyngd" (citerad i Jarlbro, 2006, s.39-40).

Jarlbro (2006, s.40-41) använder sig även av ett annat exempel från Dagens Nyheters förstasida den 15 januari 2004. Artikeln handlar om rättegången på mordet av Sveriges dåvarande utrikesminister Anna Lindh som ägde rum i september 2003. Den kvinnliga överåklagaren beskrivs som elegant med klockad kjol och stora gyllene knappar på kavajen. Tidningen skriver dessutom att hon är helt klädd i svart med bara glasögonbågarna som är röda. Gällande den manliga advokaten benämns det enbart att han tuggar nästan omärkligt på sitt tuggummi. Detta är ett tydligt exempel på symboliskt våld som bland annat utövas via kommunikation menar Jarlbro och refererar till Bourdieus teorier om symboliskt våld. Denna typ av våld används som en maktstrategi för att behålla sin makt över dem som man vill dominera över. Överåklagaren framträder i egenskap av privatperson snarare än i egenskap av sin offentliga roll. Skribenten har alltså utövat det så kallade symboliska våldet genom ett misskännande av den kvinnliga överåklagaren, menar Jarlbro. Om Dagens Nyheter hade framställt den manliga advokaten på liknande sätt skulle många reagera med förvåning och möjligen bestörtning, fortsätter hon.

Svensk forskning kring hur kvinnliga chefer gestaltas i medier förekommer inte i stor utsträckning. Därför är det intressant för vår studie att även läsa forskning kring hur kvinnliga politiker framställs i medier, eftersom de också besitter en maktposition. Hammarlin och Jarlbro (2014) har studerat medierepresentationen av tio partiledare från den dagen de blev valda och sju dagar framåt i fyra etablerade, svenska papperstidningar. Listan över partiledare omfattar hälften kvinnor och hälften män från olika partier. Hammarlin och Jarlbros (2014) studie visar att artiklarna från tiden efter att partiledaren blivit vald skiljer sig beroende på om texten handlar om en man eller en kvinna. 61 procent av artiklarna om de manliga partiledarna handlade om politik. Motsvarande siffra för de kvinnliga partiledarna var 39 procent. Hammarlin och Jarlbro (2014), liksom Jarlbro (2006), använder sig av Bourdieus tankesätt. Det symboliska våldet kan enligt detta synsätt utövas via kommunikation som en maktstrategi för att bibehålla sin dominans. Mediers fokus på kvinnors kroppar, utseende, privatliv,



familjesituation och kläder skulle alltså kunna ses som symboliskt våld eftersom det kan ge uttryck för misskännande av kvinnors politiska engagemang och kunnighet inom politiken.

## 3 Teori

I följande kapitel kommer vi att redogöra och argumentera för våra valda teorier. Kapitlet inleds med att vi resonerar kring journalistikens makt som grundar sig i ramteorierna gestaltningsteori och dagordningsteori. Därefter beskriver vi socialkonstruktivism, följt av feministisk tvåsystem-teori, även känd som socialistisk feminism, och slutligen stereotypisering.

### 3.1 Framing

Där dagordningsteorin, vilken vi återkommer till, angriper *vilka* ämnen som behandlas i medier, används gestaltningsteorin för att undersöka *hur* dessa ämnen framställs.

Gestaltningsteori, även kallat framingteori, är en teori vars ursprung återfinns i psykologisk forskning men som har kommit att appliceras även på kommunikationsforskning. Framing är en böjning på det engelska ordet frame, som direkt översatt till svenska betyder ram eller struktur. Inom kommunikationsforskning används gestaltningsteori bland annat för att undersöka hur medier gestaltar verkligheten och hur mediekonsumenters verklighetsbild i sin tur påverkas av gestaltningen. Jesper Strömbäck beskriver teorins huvuddrag med hjälp av en familjär symbolik: det halvfulla eller halvtomma glaset. Glaset och dess innehåll är oförändrat och båda beskrivningar är lika sanna. Det är först när en av beskrivningarna används som en mening konstrueras: ett halvfullt glas antyder att det än finns gott om innehåll, medan ett halvtomt glas antyder att mycket av innehållet saknas och kan behöva fyllas på. Genom denna enkla symbolik lyckas Strömbäck illustrera hur gestaltningen av ett problem eller en beskrivning av verkligheten kan påverka uppfattningen om det (2000, s.216). En av de mest välciterade definitionerna av framing kommer från Robert M. Entman:

“Framing essentially involves *selection* and *salience*. To frame is to *select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral*

*evaluation, and/or treatment recommendation* for the item described.” (Entman, 1993, s. 52, kursiv i original)

Huvudpunkterna ovan är *selection*, som betyder urval, och *salience*, som i adjektivform kan översättas till framträdande. Således går det att utläsa att *framing* innebär att ett urval görs av framträdande aspekter. Vidare beskriver Entman fyra egenskaper som tillsammans eller enskilt kan användas för att identifiera frames i en kommunikativ text: definition av ett särskilt problem, tolkning av orsak till ett problem, uttryckta värderingar och/eller möjlig lösning på ett problem (Entman, 1993; Strömbäck, 2000). Fortsättningsvis påpekar Entman att utelämnandet av information kan definiera en frame lika mycket eller mer än själva urvalet av information. Han menar att genom fokusera på vissa aspekter riktas uppmärksamhet bort från andra aspekter (Entman, 1993, s. 54). Applicerat på symboliken om ett halvfullt glas kan vi därför hävda att utelämnandet av att halva glaset faktiskt saknar innehåll är lika viktigt för gestaltningen som att halva glaset är fyllt med innehåll.

En aspekt som är viktig att nämna i sammanhanget är att såväl mediernas gestaltningar som mediekonsumenternas tolkning av gestaltningar styrs av kognitiva scheman. Dessa är uppbyggda av den kunskap, de kulturella värderingar, associationer och referensramar som används av en människa för att förstå en situation eller ett budskap. Således kan en viss gestaltning påverka somliga mottagare på ett sätt medan andra, som exempelvis inte delar de kulturella värderingar eller associationer som gestaltningen erfordrar, bildar sig en helt annan uppfattning (Strömbäck, 2000).

### 3.2 Dagordningsteori

Agenda setting, som teorin heter på engelska, behandlar mediernas makt att genom urval uppmärksamma vilka ämnen som hamnar på dagordningen, vilket i sin tur påverkar vilka ämnen publiken anser är viktigast (McCombs & Shaw, 1972).

I en studie undersökte McCombs och Shaw det amerikanska presidentvalet 1968 i Chapel Hill, North Carolina. Studien visade en nästintill perfekt korrelation mellan de frågor som uppmärksammades i medierna och frågorna studiens deltagare ansåg vara viktigast. Redan där kunde studiens empiri påvisa ett samband mellan dagordningsteorins aktörer. Däremot kunde McCombs och Shaw med studiens utformning inte utröna kausaliteten bakom resultatet, det vill säga om medierna satte agendan för medborgarna eller om medborgare satte mediernas agenda. Därför gjorde

de en uppföljande studie på valet 1972 som i mångt och mycket tydde på att mediernas dagordning kom i första hand, något som därmed lade grunden för fortsatt dagordningsforskning (McCombs & Shaw, 1972; Strömbäck, 2000). Sedan dess har otaliga studier gjorts på mediernas dagordningsmakt och även om det är svårt att fastställa exakt hur stor påverkan journalistik har över människors dagordning är det likväl empiriskt belagt att ett visst mått av påverkan finns.

På senare tid har dagordningsteorin utvecklats till att innefatta två nivåer:

“Vi börjar nu närma oss forskningsfronten inom dagordningsforskningen, genom att lämna frågan om mediernas makt över *vad* vi uppfattar som viktiga frågor och samtidigt närma oss frågan om mediernas makt över *hur* vi uppfattar politiska frågor, företeelser och personer.” (Strömbäck, 2000, s. 202).

Likheten mellan dagordningsteorins andra nivå och gestaltningsteorin är påtaglig. Strömbäck skriver att antalet undersökningar som länkat dagordningsteorins andra nivå till den första är få och att desto fler undersökningar har använt sig av exempelvis framing, utan att koppla till dagordningsteori (2000, s. 205). Med anledning av detta har vi valt att fokusera på gestaltningsteori, då det finns en något större empirisk grund att ta avstamp ifrån.

### 3.3 Nyhetsvärdering

Nyheters innehåll formas oftast utifrån journalistikens sex centrala frågor: Vem, Vad, När, Var Hur och Varför. Alla dessa frågor besvaras sällan av nyheterna, men majoriteten av artiklar och inslag informerar åtminstone om vad som har hänt, när, var och om vilka som är inblandade. Därmed kan man påstå att verklighetsbaserade uppgifter och iakttagelser fungerar som ett slags råmaterial och byggstenar för nyhetsjournalistiken. (Ghersetti, 2012).

Vad som blir nyheter har gemensamma egenskaper som förekommer i större eller mindre utsträckning. Om en egenskap inte påträffas i en nyhet så kan den kompenseras av att en annan egenskap förekommer till större utsträckning enligt Ghersetti (2012). Hon benämner följande egenskaper som närhet till publiken, sensation och avvikelser, elitcentrering och förenkling. Elitcentrering är en särskilt relevant egenskap för vår studie eftersom vi ämnar att undersöka personporträtt på högt uppsatta chefer. Personer med höga positioner i näringslivet och samhället har ofta tillgång till den information som medierna efterfrågar. Dessutom är deras handlingar något som många intresserar

sig för. Elitcentrering berör inte bara makteliten utan även musiker, skådespelare och kunskligheter bland annat. (Ghersetti, 2012). I föreliggande studie kommer vi att granska texter som handlar om den ekonomiska eliten.

Ghersetti (2012) beskriver nyhetsurvalet som en process i två dimensioner: nyheternas innehåll och form. Innehållet utgörs av det urval av personer, händelser och förhållandet i verkligheten som nyheterna består av. Med form menas den redaktionella och journalistiska bearbetningen av urvalet och hur det gestaltas i medierna. Dessa två dimensioner överlappar och påverkar varandra. Formen kan styra valet av innehåll och innehållet kan påverka formen. Ghersetti redogör även för hur journalisters värderingar kan påverka nyhetsinnehållet.

*Journalistkårens begränsade sociala representation medför därför en risk för att journalisterna i huvudsak identifierar vad som är en nyhet och väljer nyheter utifrån sin egen värdegrund och sina referensramar, och att de inte ser eller känner igen händelser och förhållanden som faller utanför.* (Ghersetti, 2012, s.218).

### 3.4 Socialkonstruktivism

Begreppet socialkonstruktivism beskriver en bred teori som går ut på att samhället är en social konstruktion; det vill säga, något som skapats och upprätthålls av att människor individuellt och tillsammans tillkännager deras existens. En välciterad klassiker inom sociologin är Berger och Luckmans (1966) avhandling *The Social Construction of Reality*. Det omfattande verket behandlar en stor mängd aspekter som rör begreppet "verklighet", alldeles för många för att träffsäkert sammanfattas i en del av ett teoriavsnitt. Ett centralt tema är dock hur samhället existerar som en både objektiv och subjektiv verklighet. Liesbet van Zoonen förklarar vidare:

“While we perceive the world we live in as ‘real’, as something that exists beyond our own perceptions and beliefs and that will continue to exist when we are not there, we acknowledge at the same time that not everyone perceives reality in the same way. Still, it is not merely that people perceive reality in a particular way, their perception has consequences for their sense of self, relations with others, their mode of conduct and a whole range of other social practices.” (van Zoonen, 1994, s. 38).

Ett konkret exempel är nationer. Nationer och gränser är ingenting som naturligt eller biologiskt finns i 'verkligheten', utan är en social konstruktion. De flesta människor är överens om att nationer och därmed nationaliteter finns, således lever och agerar vi utefter en kollektiv uppfattning om dem, en uppfattning som i allra högsta grad förstärks av våra medier (Gripsrud, 2011; van Zoonen, 1994). Med det sagt är verklighetsuppfattning i slutändan alltid individuell då varje människa gör sin egen tolkning av dessa sociala konstruktioner. En individ som är född i nationen Sverige kan av kollektiva uppfattningar om 'svenskhets' känna sig mer eller mindre svensk. En individ kan kognitivt välja att helt förkasta konceptet om nationer och nationaliteter, men kan på grund av samhällets utformning vara begränsad att agera utefter sin övertygelse, eftersom makten att definiera är hårt bunden till andra maktfaktorer i samhället, såsom ekonomiska-, etniska- eller könsfaktorer (Berger & Luckman, 1966; van Zoonen, 1994).

Socialkonstruktivismens relevans för denna studie återfinns i kopplingen till gestaltningsteori. Mediers gestaltning av verkligheten är en del av socialkonstruktivism eftersom medier är en av de större källor vi människor använder för att tillskansa oss information, som i sin tur påverkar vår individuella och kollektiva verklighetsuppfattning. Följande citat av Edström (2002) konkretiserar varför teorin lämpar sig väl just för vår studie:

*“Klart är att mediernas bild av verkligheten har betydelse, bland annat för hur vi uppfattar varandra; vad kvinnor och män förväntas kunna göra i livet. Inte minst har mediebilder av kvinnor i ledande positioner betydelse för hur många kvinnor som faktiskt når chefsjobb på toppnivå.”* (Edström, 2002, s.13)

Utifrån ett socialkonstruktivistiskt perspektiv kan då antagas att om exempelvis kvinnliga chefer gestaltas som en anomali i medier, kan det påverka hur allmänheten tänker om chefsrollen och kvinnors relation till den. Därefter kan synsättet socialkonstruktivistiskt bli en del av socialisationsprocesser i flera led: i föräldrars uppfostring, i val av utbildning och så vidare. Om mediebilderna speglar ett synsätt att kvinnor inte lämpar sig som chefer så finns risken att många kvinnor tar avstånd för att avancera i sin karriär. Skulle å andra sidan kvinnliga ledare gestaltas på ett sätt som visar på att de är lämpliga i sin yrkesroll skulle det enligt Edströms synsätt kunna få motsatt effekt.

### 3.5 Feministisk tvåsystem-teori

Margareta Ljung (2007) menar att om man förenar radikalfeminism och marxistisk feminism blir resultatet tvåsystem-teori. Den marxistiska feminismen anser att det är kapitalismen som ligger till grund för att det är ojämlikhet mellan könen. Männens förtryck av kvinnorna är en följd av kapitalägarnas utsugning av arbetarklassen. Radikalfeminister menar däremot att det är patriarkatet som är orsaken. Patriarkatet är uppbyggt av ett system som består av männens dominans över det kvinnliga könet vilket existerar oavsett om ett samhälle är kapitalistiskt eller inte enligt radikalfeminismen. Tvåsystem-teorin syftar däremot på att både patriarkatet och kapitalismen har lika stor inverkan på samhällets könskonstruktioner. Somliga forskare ser på teorin som att de två begreppen smälts samman till ett system, det kapitalistiska patriarkatet. Andra forskare tycker att det är av stor vikt att de hålls isär men samtidigt förstå den samverkande processen på det empiriska planet (Ljung, 2007).

Teorin benämns även som socialistisk radikalfeminism eller socialistisk feminism. En forskare som benämner tvåsystem-teorin som socialistisk radikalfeminism är Lena Gemzöe (2002). Hon menar att teorin avvisar den traditionella marxismens idé att kvinnor har en underordnad position som är en följd av ekonomisk ojämlikhet mellan könen. Istället skapar den socialistiska radikalfeminismen en teori som tar hänsyn till både klass och kön utan att lägga störst vikt vid någon av dem. Klass och kön anses som ouplösligt förenade med varandra och ingen av dem kan upphöra utan att den andra gör det.

Heidi Hartmann (1981) menar att både hushållsarbetet och lönearbetet är viktiga aspekter när man ska undersöka mäns makt över kvinnor. Både patriarkatet och kapitalismen samverkar och förstärker varandra.

*“Kvinnornas nuvarande ställning på arbetsmarknaden och den rådande strukturen av könssegregerade jobb är resultatet av en lång process av växelspel mellan patriarkatet och kapitalismen”* (Hartmann, 1981, s. 22)

Hartmann menar att om kvinnor ska bli fria behöver de bekämpa både den patriarkala makten och samhällets kapitalistiska organisering.

*“Eftersom både den könsliga arbetsdelningen och den manliga dominansen har funnits så länge, så kommer det att bli mycket svårt att avskaffa dem och omöjligt att avskaffa den ena utan att avskaffa den andra.”* (Hartmann, 1981, s. 22)

Patriarkatet har funnits längre än kapitalismen, anser Hartmann, och därför är inte det kapitalistiska samhället som från början orsakat att män har kontroll över kvinnor. Kapitalismen utformades med hjälp av patriarkatet som i sin tur tog nya former under kapitalismen. Hon hävdar även att könssegregeringen i arbetet är den primära mekanismen i det kapitalistiska samhället som bevarar männens överhöghet över kvinnorna. Detta eftersom att könssegregeringen upprätthåller kvinnors lägre löner. Det bevarar i sin tur kvinnors beroende av män, eftersom de uppmuntrar kvinnor att gifta sig. Gifta kvinnor måste dessutom, enligt studien, utföra hushållsarbete åt sina män vilket leder till att män både drar nytta av högre löner och av arbetsdelningen i hemmet. Att kvinnorna får sköta hushållsarbetet orsakar att deras ställning på arbetsmarknaden försvagas. Genom detta förevigas den hierarkiska arbetsdelningen i hemmet och arbetsmarknaden, och tvärtom, vilket är det nutida resultatet och det ständiga växelspelet mellan kapitalismen och patriarkatet (Hartmann, 1981).

För att förklara och diskutera könsroller gällande arbete och hushållet förklarar Ulla Björnberg (2016) historiska begrepp inom feministisk forskning. Begrepp som den patriarkala könsordningen, baserad på att mannen bestämmer över familjen och dess egendom, användes i tidigt feministiskt tänkande. Begreppet har sedan samhället gått mot mer jämställdhet ersatts av begrepp som kärnfamiljen och heteronormativitet, vilka antyder på att mannen traditionellt står för förvärvsarbetet och kvinnan för hushållsarbetet. Detta kallas även produktivt arbete, som genererar inkomst, och reproduktivt arbete, som innefattar hushålls- och omsorgsarbete.

Ljung (2007) skriver att det har riktats kritik mot tvåsystem-teorin eftersom den inte täcker alla patriarkala strukturer. Bland annat eftersom den inte ger så mycket utrymme för analyser av våld och sexualitet. Eftersom vi ska undersöka hur kvinnliga chefer framställs i medier jämfört med sina manliga kollegor anser vi ändå att tvåsystem-teorin är användbar för oss. Vår studie kretsar just kring kvinnor som är högt uppsatta i näringslivet, vilket medför att både kapitalismen och patriarkatet blir relevanta i vår studie. Om vår studie hade inriktat sig mot mäns våld mot kvinnor hade

radikalfeministisk teori kanske varit mer lämpad. Men eftersom vi ämnar att studera porträttering av genus i näringslivet är det som tidigare nämnt intressant att utforska både hur patriarkatet och kapitalismen påverkar.

Kapitalismen blir en särskilt relevant aspekt eftersom det är just framställningen inom ekonomijournalistik som vi ska studera. Könsfördelningen inom chefspositioner i näringslivet är fortfarande ojämn (Edström, Jacobsson, 2015) vilket gör teorin om det kapitalistiska patriarkatet ytterst relevant. Även patriarkatet har en självklar plats i vår studie. Som Hartmann skriver tog kapitalismen form ovanpå patriarkatet. Eftersom de båda systemet samverkar och förstärker varandra så går det inte att utesluta något av dem. Edström (2002) menar att vanliga förklaringar till den manliga dominansen brukar vara näringslivets organisation. Styrelserummen i företagsvärlden präglas av manliga gemenskaper och kvinnor är ofta inte en del av de nätverk som har betydelse vid chefstillsättningar. Enligt SCB (2016) är kvinnorna en stark majoritet när det kommer till utbetalade föräldradagar vilket också påverkar kvinnors karriärer. Eftersom männen inte är hemma med barnen lika mycket arbetar de mer vilket utvecklar deras karriärmöjligheter och pensioner. Det kan ses som några exempel på hur kapitalismen och patriarkatet samverkar.

### 3.6 Stereotypisering

Strömbäck (2000) menar att stereotyper bygger på gemensamma generaliseringar och därmed skapar de igenkänningseffekter. En generalisering som ingen känner igen kan inte benämnas som en stereotyp. De måste således vara en del i ett gemensamt tänkande.

Hinton (2003) redogör för vilka huvuddrag som en stereotyp har. Han börjar med att förklara att en grupp människor kan kännas igen på en viss egenskap. Det kan bland annat vara nationalitet, etnicitet, kön eller sysselsättning. Ett antal människor kan alltså identifieras som en grupp genom egenskapen att de ägnar sig åt någon särskild idrott eller har ett arbete inom en viss bransch. Hinton menar även att mer uppenbara fysiska attribut som hårfärg, kön eller etnicitet också kan lägga grund för stereotypisering. Genom denna identifikationsprocess kan en viss grupp människor skilja sig från mängden på grund av egenskapen i fråga. Därefter tillskrivs gruppen som helhet ytterligare egenskaper. Ofta är det personlighetsdrag som till exempel att ljushåriga är ointelligenta. Det behöver däremot inte alltid handla om personlighet. Ibland kan det



handla om fysiska egenskaper som att gamla människor är gråhåriga. Utmärkande för stereotyper är dock att alla människor inom gruppen tillskrivs dessa ytterligare egenskaper (Hinton, 2003, s.11-12.).

Hinton menar att stereotyper länge har betraktats som felaktiga eftersom de utgår ifrån att alla människor inom samma grupper är likadana. Skillnaderna mellan gruppmedlemmarna ignoreras. Han syftar även på att stereotypisering är ett problem eftersom de gynnar fördomar och diskriminering.

Stereotypisering är en användbar teori för vår studie eftersom Edström (2002) skriver att kvinnor ofta stereotypiseras när de framställs i medier. Hon menar dessutom att alla kvinnor i alla samhällssektorer kan drabbas av stereotypisering när de söker sig till maktpositioner. Medier lägger ofta stor fokus vid chefens kön snarare än chefens ledaregenskaper. Som tidigare nämnt i vår studie menar Edström att det finns en klar tendens att journalister använder sig av schabloner eller stereotyper när de porträtterar kvinnor i näringslivet. Det finns en maktaspekt inbyggd i dessa stereotyper som missgynnar vissa grupper medan andra gynnas.

Enligt Rosabeth Moss Kanter (1977) finns fyra vanliga stereotyper som förknippas med kvinnor i organisationer: modern, maskoten, förförerskan och järnjungfrun. Hon menar att minoriteter blir en avvikare som inte får vara en individ utan en representant för sin grupp. Personen i fråga bedöms gärna utifrån stereotyper och generaliseringar.

## 4 Metod och material

I följande kapitel kommer vi att presentera vårt val av metod som utgörs av en framinganalys. Vi ska dessutom redogöra för vårt utvalda empiriska material, bestående av webbartiklar, och hur vi gått tillväga för att införskaffa dessa. I slutet av kapitlet kommer vi att ha en diskussion kring vårt metodval som innefattar kritik, etiska överväganden och tillförlitlighet.

### 4.1 Kvalitativ metod

Utifrån studiens syfte bestämde vi oss för att genomföra en kvalitativ studie. Valet av metod styrktes då vi fann att en hel del tidigare studier gjorts på den ojämna fördelningen av kvinnor och män i näringslivet och deras förekomst i medier. Däremot

hade det inte gjorts lika mycket forskning *hur* de förekom. Tyngdpunkten låg så tillvida på ordet *hur*. Därmed blev tillvägagångssättet hermeneutiskt snarare än positivistiskt, eftersom hermeneutik lämpar sig för att försöka tolka eller gagna en djupare förståelse för ett ämne som involverar människor och deras tankevärld (Thurén, 2007).

Ledin och Moberg (2010) skriver att genom att studera samhället är det lättare att förstå varför texter ser ut som de gör. Och genom att analysera och tolka texter lär man sig mer om sig själv och om hur samhället ser ut och fungerar. De menar dessutom att texten är en representation och aldrig en direkt avspegling av något. Att framställa något i språklig form är en aktiv handling. Det blir ett sätt att ta ställning och välja vissa påståenden istället för andra.

Med grund i gestaltningsteori som beskrivits i teorikapitlet, valde vi således att tillämpa framingsanalys. Vårt mål var att identifiera olika gestaltningar, eller frames, i framställningen av män och kvinnor i ekonomisk journalistik. Metoden baserades på Entmans och sedermera van Gorps texter om framingsanalys. Från Entman (1993) hämtade vi teorin om hur *salience* och *selection* definierar frames, varpå metoden förädlades med hjälp av van Gorps (2010) *frame packages* vilka därefter delades in i *framing devices* och *reasoning devices*.

Vi valde att göra en induktiv snarare än en deduktiv framingsanalys, vilket innebar att vi utgick från materialet för att identifiera frames, istället för att utifrån givna frames hitta material där dessa var närvarande (van Gorp, 2010). På så vis fanns möjligheten att hitta eventuella frames som vi annars kunde missat.

## 4.2 Urval

Kvalitativ forskning brukar basera sig på intensiva studier av ett relativt litet antal fall enligt Denscombe (2009). Han menar att det ofta väcks en problemställning genom frågan: "Hur går det att generalisera med utgångspunkt i ett så litet antal?" Studier som baseras på ett mindre material kräver ett annat angreppssätt. Detta sker genom en föreställningsprocess där studiens läsare kan använda forskningens information för att bedöma i vilket mån den går att tillämpa på andra jämförbara fall. Frågan blir således "I vilken utsträckning skulle fynden kunna överföras till andra fall?", snarare än "I vilken utsträckning är det sannolikt att fynden återfinns i andra fall?" (Denscombe, 2009, s.382).

Den 9 november 2016 utförde vi nyckelordssökningar i mediearkivet Retriever efter artiklar som innehöll orden "chef OR vd" på Di Weekends webb i regressiv ordning med start 9 november 2016. Sammanlagt fick vi 404 träffar. Vi hade sedan tidigare bestämt att vi skulle välja ut sammanlagt tolv artiklar till vår analys. Kriterierna för de artiklar vi valde ut var följande:

- Artikeln skulle vara ett personporträtt eller reportage med stort fokus på en enskild huvudperson.
- Huvudpersonen skulle vara högt uppsatt chef eller motsvarande position i en organisation.
- Artikeln skulle vara beskrivande i sin natur; det vill säga, inte renodlad "fråga-svar"-artikel.
- Artikeln skulle uppnå ett omfång på 1000 ord eller mer. Undantag kunde göras på artiklar som stämde väl in på övriga kriterier och gick i linje med studiens syfte.
- Artikeln skulle vara publicerad mellan 2016-04-01 och 2016-10-01 eftersom vi vill att vår studie ska återspegla svensk nutid.
- Artiklar som uttalat fokuserade på könsfrågor, jämlikhet et cetera valdes bort eftersom vi ämnade undersöka hur könsfrågor porträtterades i vardaglig aspekt.

När vi begränsade texternas publiceringsdatum till 2016-04-01 till 2016-10-01 blev antalet utfall 198 artiklar. Genom att använda oss av de ovan listade kriterierna fick vi fram de tolv artiklar som vi använt oss av i vårt material. Urvalet utfördes genom att vi tillsammans läste artiklarna och diskuterade vilka texter vi tyckte lämpade sig väl i förhållande till våra kriterier. Vi ville dessutom att vår empiri skulle innefatta texter som handlade om både kvinnor och män. Anledningen till att urvalsmetoden ser ut som den gör beror på att vi eftersträvade att analysera hur individer framställs. Med hjälp av en snäv urvalsprocess, där materialet liknar varandra till form och kontext, var det enklare att analysera materialet.

#### **4.2.1 Di Weekend**

Di Weekend är ett helgmagasin tillhörande Dagens Industri, som utger sig för att vara Nordens största affärstidning. Magasinet publicerar intervjuer med aktuella näringslivs- och samhällstoppar, breda reportage och personliga berättelser (Dagens Industri, 2016).

Eftersom vi valde att använda oss av framinganalys så var det fördelaktigt samla in empiriskt material i form av längre personporträtt. Dagens Industri lämpade sig väl för vår studie eftersom tidningen är störst i sin bransch och därmed påverkar den dagordningen för andra medier inom samma genre (Strömbäck, 2000).

De artiklar vi analyserade fanns publicerade på Di Weekends webb. En anledning till att vi valde just webbpublicerade artiklar är att de fanns tillgängliga i Retriever. Varken Dagens Industri eller DI Weekends tryckta artiklar fanns tillgängliga i arkivet. Att använda sig av Retriever underlättade tidsmässigt vårt arbete med studien.

### 4.3 Framinganalys

Vi använde oss av gestaltungsanalys, även kallad framinganalys, med utgång i den framingteori föreslagen av Robert Entman (1993) och som metod därefter konkretiserad av Baldwin van Gorp (2010).

“Framing essentially involves *selection* and *salience*. To frame is to *select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation* for the item described.” (Entman, 1993, kursiv i original)

Översatt till svenska kan ovanstående utläsas som att framing går ut på att genom selektivt urval identifiera framträdande problem eller tolkningar, i vårt fall i nyhetstexter, som kan bidra till att skapa en verklighetskontext.

Van Gorps applicering av Entmans framinganalys är till hjälp då Van Gorp tillhandahåller en metodologisk konkretisering av framinganalysen för att uppnå en högre grad av objektivitet. Det görs genom en identifiering av så kallade *frame packages*. Dessa består i sin tur av *framing devices* och *reasoning devices* (Van Gorp, 2010). Framing devices är framträdande ordval, formuleringar eller vinklar i texten som upplevs minnesvärda, exempelvis metaforer, aktörer, kontraster et cetera. Reasoning devices är till för att förklara den givna framens funktion, det vill säga vilka slutsatser eller slutledningar som dras från ramen (Van Gorp, 2010). Ovanstående sätts sedan in i en matris som sammanställer de mest framträdande eller viktiga frames som återfinns i materialet.

#### 4.4 Tillvägagångssätt

Vi använde oss av van Gorp (2010) fyrstegsprocess när vi analyserade studiens material. Det första steget bestod av att samla in de artiklar vi skulle använda oss av i undersökningen. Under rubriken urval beskriver vi utförligt om hur vi gick till väga. Van Gorp menar att frames inte enbart förekommer i nyhetsartiklar, utan även i andra sammanhang. Som tidigare nämnt använde vi oss av personporträtt, det vill säga texter som fokuserar på personer och inte specifika händelser eller nyheter. De rubriker, bilder och faktarutor som fanns med i texterna inkluderades inte i analysen.

Det andra steget i fyrstegsprocessen bestod av att göra en öppen kodning av texterna. Det innebär att texterna analyseras utan ett förbestämt kodningsinstrument, vilket bidrar till att vi som forskare får en mer objektiv bild av materialet (Van Gorp, 2010). Personen som kodar bör enligt van Gorp (2010) fokusera på hur innehållet i texten framställs snarare än vad texten handlar om. Författaren till texten har gjort olika val under exempelvis intervjun och när hen har skrivit artikeln. I detta steg fokuserade vi därför på dessa val snarare än de utvalda texternas handling. Vi dekonstruerade texten i en första, öppen kodning där vi läste igenom alla artiklar med avsikt att söka efter möjliga framing devices eller reasoning devices (van Gorp, 2010, s. 94). Genom att sedan sammanställa vilka aspekter och devices vi båda individuellt hade kodat som mest framträdande (salience) uppnådde vi en viss grad av generaliserbarhet som annars kan vara svår att uppnå i kvalitativ analys. Dessutom tillät den öppna kodningen att perspektiv och samband hos och mellan framträdande drag i texten kunde upptäckas.

De framing devices vi etablerat som mest framträdande undersöktes sedan som reasoning devices, det vill säga vilken funktion de fyller i texten.

Det tredje steget var att göra en mer djupgående analys vars fokus låg på att hitta skillnader, likheter och kontraster i texterna. I det föregående steget inriktade vi oss på att hitta devices i varje text, men i detta steg började vi att applicera dessa i olika inramningar. I detta steg menar van Gorp (2010) att det är en god idé att använda sig av metodlitteratur, vilket skulle undvikas i det andra steget.

I det fjärde steget fyllde vi i en framingmatris som innehöll våra mest framstående och relevanta inramningar. Matrisen innehöll varje inramning och vilka framing- och reasoning devices den bestod av.

Därefter analyserade vi inramningarna i förhållande till de utvalda teorier som vi beskrivit i studiens teorikapitel. Slutligen presenterade vi studiens slutresultat där vår forskningsfråga besvarades tillsammans med en slutdiskussion.

## 4.5 Metodkritik

Först bör nämnas att det vi undersökt, det vill säga längre personintervjuer, i kombination med det begränsade omfånget av vår studie inte bör ses som representativt för ekonomijournalistiken eller för all del Dagens Industris framställning av kvinnor och män. Detta på grund av de föränderliga variabler som ofrånkomligt finns vid journalistiska intervjuer: olika intervjupersoner, deras svar och journalisters- och redaktörers tolkningar. Däremot har vi ämnat leta efter generella drag i framställningen, vilket med fördel skulle kunna ligga till grund för vidare studier. Urvalet vi landade med skulle kunna anses vara godtyckligt, i den bemärkelse att vi valde bort somliga artiklar på en något urvalsteoretiskt svag grund. De bortvalda artiklarna kunde vara sådana som, utöver ovanstående kriterier, vi ansåg som intetsägande för undersökningens syfte; att undersöka hur kvinnor och män framställs. Däremot upplevde vi att våra urvalskriterier i kombination med en vetskap om studiens syfte utgjorde en tydlig grund.

### 4.5.1 Studiens tillförlitlighet

Van Gorp (2010) anser att forskare är individer som kan ha svårt att bortse från sina egna tidigare förkunskaper och associationer. Det är alltså omöjligt att genomföra en helt objektiv framinganalys. Vi som forskare kan exempelvis ha präglats av våra egna uppfattningar kring genus och jämställdhet. Vi valde däremot att göra en kvalitativ studie framför en kvantitativ studie eftersom vi ämnade att undersöka *hur* kvinnliga chefer framställs i jämförelse med manliga. Eftersom vi strävade efter att få en djupare förståelse i gestaltningen av dessa ansåg vi att kvalitativ metod var att föredra.

Denscombe (2009) menar att det krävs tydlig redogörelse för metoder, analys och beslutsfattande som kontrollerar tillförlitligheten av en studie. Därför har vi för att stärka studiens validitet och reliabilitet använt oss av van Gorps (2010) fyrstegsprocess för en mer objektiv framinganalys. Vi genomförde en öppen kodning av vårt

textmaterial istället för att från början leta efter förutbestämda frames. Det gjorde vi eftersom van Gorp (2010) menar att öppen kodning bidrar till att vi som forskare får en mer objektiv bild av materialet. Vi har även försökt vara så konkreta och transparenta som möjligt kring tillvägagångssättet av vår studie för att läsaren på ett tydligt sätt ska kunna följa vår arbetsprocess steg för steg. Detta eftersom att vi vill visa att forskningen återspeglar procedurer och beslut som andra forskare kan se och bedöma som rimliga (Denscombe, 2009).

Att vi har varit två som utfört studien ökar tillförlitligheten ytterligare. Vi har tillsammans resonerat oss fram till rimliga tolkningar med stöd av teoretiska perspektiv. Har vi stött på något problem med materialet har vi kunnat diskutera fram lämpliga tolkningar med hjälp av varandra.

#### **4.5.2 Forskningsetiska överväganden**

Denscombe (2016) anser att det vanligtvis inte krävs något samtycke för att i forskningssyfte använda sig av material som är avsett för offentlig användning och därmed tänkt att nå en bred publik. Han anser att det är publicerat arbete i den offentliga sfären, således kan det betraktas som allmän egendom. Analyser av nättidningar tillhör denna kategori, skriver han. I vår studie har vi enbart använt oss av Di Weekends webbpublicerade artiklar som därmed anses som allmän egendom. Därför har vi inte haft något krav på oss att basera vår studie på samtycke av intervjupersonerna. De har varit medvetna om att intervjun de deltagit i skulle publiceras och därmed vara tillgänglig för allmänheten att ta del av.

## **5 Resultat och analys**

I följande kapitel kommer vi att presentera de frames som vi har påträffat när vi har analyserat vårt material och vilka anknytningar de har till de teorier och den tidigare forskning vi använt oss av, Vi använder oss av citat ur artiklarna för att redogöra för vårt resonemang så tydligt som möjligt. Varje citat är märkt med en siffra som återfinns tillsammans med tillhörande artikel i empiriförteckningen i bilaga A.

## 5.1 Tävlingsmänniskan

Gemensamt för många artiklar är att intervjupersonerna beskriver sig själva, eller omnämns som tävlingsmänniskor. Många av dem har ägnat sig åt idrott men även sett en tävling i att sälja eller i att räkna matematik.

– Senare, under min skolgång, var det matematik som blev till en sport i sig. Först var det hur snabbt jag kunde räkna ut saker i huvudet, och senare mer komplicerade uträkningar. Därför visste jag tidigt att det var något med siffror jag ville studera. (11)

I vissa fall benämner journalisten intervjupersonerna som tävlingsinriktade. I andra fall får intervjupersonerna själva berätta det i ett citat.

– Jag har vinnarskalle. Kör man så kör man. Jag ger mig aldrig. När jag var yngre var jag en dålig förlorare, jag krävde alltid att få tävla igen tills jag vann. Det gällde även spel och lekar. Men jag har fått lära mig att dämpa det där, att tagga ned. Man kan inte tävla i allt hela tiden, har jag förstått nu. (3)

De flesta intervjupersoner får uttala sig om sina idrottsintressen. Majoriteten av dem har ägnat sig åt sporter där tävling sker individuellt snarare än i lag. Några exempel på idrotter som intervjupersonerna har utövat är ridsport, gymnastik, dans, löpning, tennis, golf och simning. Tävlingsinstinkt omnämns i alla texter där män blir intervjuade. I en text väljer journalisten att ta med en fråga som handlar om tävlingsinstinkt.

Intervjupersonen svarar att han inte är det, men ändå finns frågan med i artikeln. Större delen av kvinnorna uttalar sig om att de har utövat en eller flera idrotter som format dem i deras roll som ledare. Tävlingsinstinkt är däremot inget som tas upp i alla texter där idrottande kvinnor förekommer.

– Det som är bra med idrotten är att man lär sig sätta mål och göra upp en plan för hur man ska nå dem. Man lär sig fokusera och att vara som bäst när det gäller. (4)

Några av artiklarna fokuserar just på personer som byggt sin karriär kring en specifik idrott, vilket gör att det faller sig naturligt att idrotten ges extra mycket plats i texten. I våra utvalda artiklar finns däremot inget samband som påvisar att de som arbetar kring idrott framställs som mer tävlingsinriktade.



*Tävlingsmänniskan-ramen* har som funktion att förklara vad som, bland annat, motiverar intervjupersonerna. Dessutom är det ett berättartekniskt grepp för att bygga huvudpersonens karaktär. Tävlingsinstinkten framställs som något som funnits med intervjupersonerna i idrottssammanhang och därefter följt med dem in i arbetslivet. Denna frame kan ses som en stereotyp då den bygger på en igenkänningseffekt. Att vara en tävlingsmänniska är ett begrepp som många känner igen och kan identifiera. Strömbäck (2000) skriver att en stereotyp som ingen känner igen inte kan kallas för stereotyp. Enligt Hinton (2003) sker en identifikationsprocess kring stereotyper där en viss grupp människor skiljs ut från mängden på grund av en egenskap de besitter. Därefter tillskrivs gruppen ytterligare egenskaper som följd till det karaktärsdrag som från början bidrog till att de särskildes. Den allmänna uppfattningen av en tävlingsmänniska är att det är en person som strävar efter seger. Personen ser en tävling i att utföra vissa uppgifter och ogillar bakslag. Ytterligare en egenskap som tillskrivs till följd av dessa är att tävlingspersoner ofta jämför sig med och strävar efter att vara bättre än andra. En av cheferna beskriver sig som tävlingsmänniska, senare i texten kommer följande citat:

– Och när jag inte lyckas blir jag förbannad, det kan jag säga. Inte på kunden, utan för att jag inte lyckas. (12)

Ovanstående skulle kunna tolkas som att tävlingsmänniskan i honom resulterar i att han även blir en dålig förlorare. Ekonomi handlar ofta om försäljning och om att överträffa sina konkurrenter. Därför tolkar vi det som att, med stöd i det nyligen nämnda citatet, som att tävlingsmänniskan även ser arbetet som en tävling. Detta är en påtaglig socialkonstruktivistisk aspekt, i den bemärkelsen att intervjupersonerna formar sin identitet i arbetslivet genom att applicera aspekter från andra områden, i detta fall tävlingssammanhang. Vidare leder det till att individens relation till andra och individens tillvägagångssätt färgas av denna verklighetsuppfattning (van Zoonen, 1994). Den frekventa gestaltningen av intervjupersonerna som tävlingsinriktade föranleder tolkningen att den egenskapen är ett kriterium för att uppnå framgång. Gestaltningsteoretiskt erbjuder stereotypiseringen av tävlingsmänniskan även att individer som inte identifierar sig med dessa kvaliteter exkluderas (Hinton, 2003).

Stereotypen tävlingsmänniskan förekommer i texter som handlar både om kvinnor och män även om den, som tidigare nämnt, förekommer mer frekvent bland artiklarna med

manliga intervjupersoner. Edström (2002) skriver att kvinnor ofta stereotypiseras när de gestaltas i medier. Så är däremot inte fallet kring tävlingsmänniskan eftersom den förekommer både i artiklar om kvinnliga- och manliga chefer.

Ur ett gestaltningsteoretiskt perspektiv bidrar denna frame till att publiken uppfattar högt uppsatta chefer som tävlingsinriktade. Eftersom en stor del av vårt textmaterial gestaltar cheferna som tävlingsmänniskor kan publiken få bilden av att tävlingsanda är en fördel för att kunna bli en högt uppsatt chef. Ur ett större samhällsligt perspektiv går det att dra paralleller till idrottsvärlden, där de mest framgångsrika ofta porträtteras som vinnarskallar. Gestaltningmässigt har följaktligen ekonomijournalistiska personporträtt en del gemensamt med sportjournalistik.

Hon är en vinnarskalle som får ihop en fullspäckad vardag tack vare benhård disciplin och planering. (3)

Ovanstående citat kan tolkas som att det är just hennes vinnarskalle som tagit henne till sin chefsposition. Vinnarskallen, tävlingsmänniskan i henne, kan antas vara det som driver henne till att vara disciplinerad. Viljan att prestera bidrar till att vardagen fungerar.

## 5.2 Sin egen lyckas smed

Följande frame behandlar hur intervjupersonernas väg till deras höga position gestaltas. Eftersom samtliga artiklar är djupare personporträtt av individer på chefs- eller maktpositioner tar dessa gestaltningar stor plats i texterna. En vanligt förekommande gestaltning är den om individen som skapat sin lycka genom hårt arbete på egen hand. *Sin egen lyckas smed-ramen* återfinns i olika format beroende på hur den aktuella artikeln är utformad. Somliga artiklar kan exempelvis följa en kronologisk tidslinje över hela huvudpersonens liv, vari hela texten resulterar i en genomgående karriärskildring från ax till limpa. Andra texter har en lösare, mer omkastad kronologi där huvudpersonens väg till sin position skildras som hastigast i början, mitten eller slutet av artikeln för att därefter fokusera på andra ämnen. Mest framträdande med *Sin egen lyckas smed* är att den gestaltar intervjupersonernas hårda arbete som grundläggande för att ha nått den position de besitter.

Efter mackjobbet körde Håkan Samuelsson taxi på nätterna i sju år, för att kunna finansiera studierna på KTH, också det ett jobb som han kallar lärorikt.

(1)

Retoriska grepp i texten som återfinns i gestaltningen är bland annat *har gått den långa vägen, gått hela vägen från x till y, ett bra sätt att finansiera mina studier, det är hårt arbete som gäller, sparade min veckopeng, stiga i graderna* och dylikt. Gestaltningen kan variera i dramatik, som illustreras med en jämförelse av citatet ovan som är tämligen konstaterande och citatet nedan, som är aningen mer dramatiskt formulerat.

Hon berättar hur hon undervisade timme efter timme för att skrapa ihop pengar för att ha råd med en egen lokal. Hon släpade högtalaren och musikutrustning på bussen mellan lokalerna hon undervisade i. (6)

*Sin egen lyckas smed-framens* funktion (reasoning device) är att bygga intervjupersonens karaktär och på så vis kontextualisera dennes väg till framgång. Den legitimerar intervjupersonens högre position genom att direkt eller indirekt antyda på att ingenting kommer gratis. *Sin egen lyckas smed* antyder att för dem som är beredda att slita kan hårt arbete föda framgång senare i livet eller karriären. Därmed, utifrån ett socialkonstruktivistiskt perspektiv, bildas en norm som inte nödvändigtvis stämmer för alla men som är accepterad som sanning (van Zoonen, 1994). Alla som sliter hårt blir inte framgångsrika och många som blir framgångsrika har inte nödvändigtvis slitit alls. "Framgång" är som mycket annat ett högst subjektivt begrepp, emellertid är framgång i denna studie en hög chefsposition, eftersom det är i den egenskap intervjupersonerna blivit omskrivna, ett tydligt exempel på hur medier kan sätta dagordningen (Strömbäck, 2000).

Intervjupersonernas mål eller motivation till sina karriärsval är en del av denna gestaltning. I föreliggande studie kan vissa skillnader antydvas i varför intervjupersonerna valt att sträva efter deras höga positioner. Bland de manliga intervjupersonerna i studien är det huvudsakligen ett intresse för handel, affärer eller karriäresan i sig självt som uppges varit målet, något som till viss del bär kopplingar till *tävlingsmänniska-ramen*, men även signalerar att de manliga intervjupersonerna drivs av logos. Denna aspekt går inte nödvändigtvis förlorad bland de kvinnliga intervjupersonerna. Däremot anges även oftare större, övergripande patos som motiv till

varför de kvinnliga intervjupersonerna gjort sina val, det vill säga mer känslomässiga mål som att vilja åstadkomma förändring och bidra till samhället.

– Jag jobbade med riskvärdering inom derivathandel, men samtidigt när jag såg ut över det stora handlargolet kunde jag inte låta bli att undra ‘vad håller vi på med egentligen?’. För pengar som skapar värde i ett bolag, till exempel, har jag stor respekt för. Men det vi gjorde var att skyffla pengar och skapa pengar av pengar och det kändes andefattigt och meningslöst (9)

Varför rättvisefrågor är mer förekommande i de kvinnliga intervjuerna är svårt att spekulera i. Däremot är bristen på samma sak i de manliga intervjuerna högst relevant med Entmans (1993) tanke om att fenomen som *inte* omnämns i en gestaltning kan vara viktigare än det som nämns. Utifrån feministisk tvåsystem-teori går således att anta att eftersom männen är norm i såväl hemmet som i näringslivet betraktas de inte som agenter för förändring, varpå den journalistiska gestaltningen effektivt överlämnar ansvaret för förändring till den förtryckta sidan. Det sistnämnda utvecklas även vidare under *jämställdhetsfrågan*.

### 5.3 Mentorn

Genom att utgå från ett av van Gorps (2010) förslag på devices, aktörer i texten, kunde vi identifiera en framträdande frame i form av *Mentorn*. Många av intervjupersonerna uppges ha haft en eller flera personer som hjälpt dem i sin karriär. Aktörer som nämns är bland annat föräldrar, kollegor, chefer eller andra personer i höga befattningar. Gemensamt är att det rör människor i högre än-, eller likvärdig hierarkisk position i förhållande till intervjupersonen. Framens funktion (reasoning device) är att kontextualisera intervjupersonernas väg till framgång samtidigt som den påminner om hierarkin i näringslivet.

I föreliggande studie finns en märkbar olikhet gällande könsförhållandena i mentorskapet. Bland männen omnämns enbart manliga mentorsgestalter i de fall *mentorsramen* är närvarande. Vidare används här oftare en retorik som ställer huvudpersonen och mentorsaktören på en likvärdig nivå, som i exempel nedan:

Av vännen Erling Persson, som grundade klädjätten H&M, lärde han sig vikten av att välja rätt lägen för restaurangerna. Erling Persson gav honom till

och med ett tidtagarur med en räknare, som hjälpte honom att hålla koll på hur många personer som passerade på en viss plats varje dag. (12)

Ödmjukhet inom huvudpersonen och mentors relation uttrycks bland annat genom beröm och att aktörerna tillsammans är likvärdiga:

Den 76-årige modeikonen Ralph Lauren kunde knappt sluta berömma den unge svensken som ska lotsa vidare det bolag han själv skapade för 50 år sedan:

– Stefan har en unik känsla, sa han först och lovade sedan att de två tillsammans ska skapa något fantastiskt [...]. (10)

I båda ovanstående utdrag framställs mentorerna som likvärdiga eller till och med underlägsna intervjupersonerna. Elitcentrering, som tas upp under nyhetsvärdering i teorikapitlet (Ghersetti, 2012), i kombination med gestaltningsteori erbjuder här tolkningen att de manliga intervjupersonerna och deras mentorer tillhör samma grupp. De förhärsliga och stereotypiseras som självklara på sina positioner. Ur ett gestaltningsteoretiskt perspektiv medför det en uppfattning om att det inte finns några hinder eller gränser för män som vill avancera i näringslivet.

*Mentorsramen* i förhållande till kvinnor i maktposition innehåller såväl manliga som kvinnliga mentorsgestalter. Det är fullt rimligt att anta att en studie med större eller annorlunda materialomfång skulle kunna visa manliga huvudpersoner med kvinnliga mentorsgestalter, emellertid är så inte fallet i föreliggande studie. Därtill kommer att kvinnliga intervjupersoner inte framställs som likvärdiga sina mentorsgestalter i samma utsträckning som förevisat ovan. De kvinnliga intervjupersonernas förhållande återges som mer beroende till sina mentorsgestalter:

– Jag ifrågasatte länge om jag verkligen kunde kliva fram, en invandrarunge från Forserum? Men när jag var i 25-årsåldern sa en kvinnlig mentor att jag skulle kunna bli vd, och jag tog till mig vad hon sa. (4)

I de kvinnliga intervjupersonernas *mentorsframe* fungerar mentorsaktören som en katalysator, möjliggörande för att ta sig vidare i karriären. Avancemanget är inget som utarbetas på lika villkor utan en en möjlighet som ges, något som ytterligare tyder på den patriarkala strukturalism som präglar näringslivet enligt Hartmann (1981):

2014 befordrades Susanne Ehnåge till vd för Siba.

– Fabian hade pushat mig i den riktningen ganska länge, så det var inte oväntat. Ändå var det lite nervöst, men mest roligt. (3)

I ovanstående formulering uttrycks underlägsna känslor kring befordran i samband med mentorskapet. Retoriskt gestaltas den kvinnliga intervjupersonen som passiv medan den manliga mentorn aktivt “pushat” henne. Formuleringen tilldelar därmed förtjänsten av hennes befordran till mentorn och förminska kvinnans roll (Edström, 2002), något som förstärks ytterligare genom att hon upplever nervositet över förtroendet. Ännu ett exempel visar beroendeförhållandet i mentorskapet som direkt avgörande, som följer:

– När jag kom ut till restaurangerna hamnade jag i disken eller i portioneringen i stället för att jobba med ledningsfrågor. Det är inget fel med det, men det var inte därför jag hade utbildat mig på högskolan. Jag var Sveriges dyraste diskare.

Azita Shariati sa upp sig, men Catarina Carbell ville inte acceptera det beslutet. Efter en lång förhandling övertygade hon Azita Shariati om att stanna kvar, bland annat genom att säga att det kanske skulle komma en intressant tjänst lite längre fram. (2)

Diskrepansen mellan det “avstånd” till maktpositioner som åskådliggörs ovan; det vill säga, de manliga intervjupersonernas lediga relation till sina mentorer i kontrast till de kvinnliga intervjupersonernas beroende av mentorsgestalten kan kopplas till Edströms (2002) schabloner om förhärligande av det manliga och förklenande av det kvinnliga, som beskrivits under kapitlet om tidigare forskning. Analyserat från ett gestaltnings- och socialkonstruktivistiskt perspektiv kan tolkningen göras att de underlägsna mediegestaltningar av kvinnor i näringslivet reflekterar och reproducerar de ojämställda förhållanden som råder. En anmärkningsvärd detalj, med tanke på den rådande ojämlikhet i toppen av näringslivet som avhandlas i inledningskapitlet och kapitlet om tidigare forskning, är att flera av de kvinnliga intervjupersonerna uppges ha kvinnliga mentorer (Edström & Jacobsson, 2015; SOU 2015:86).

## 5.4 Familjen

En frame som framträder tydligt i textmaterialet är *familjen*. Många av texterna berättar om intervjupersonernas familjerelationer. Huvudsakligen är det huvudpersonens föräldrar som får ta mest plats i texterna men även syskon, mor- och farföräldrar, barn,

barnbarn, makor och makar. I samband med att intervjupersonens bakgrund blir omskriven så faller sig ofta föräldrarna som en del i artikeln. Framens funktion (reasoning device) är att bredda personporträttet och tilldela en mänsklig faktor, i syfte att lätta upp den näringslivsspecifika aspekten.

Redan som barn flyttade hon runt mycket eftersom henne pappa var civilingenjör på den internationella koncernen Atlas Copco. Familjen bodde i Sydafrika, Turkiet och Italien. (8)

Att föräldrarna har haft en inverkan på sina barns beslut och åsikter är extra framstående i gestaltningen av de kvinnliga intervjupersonerna. Särskilt framträdande är intervjupersonernas pappor vars åsikter, värderingar och tankar omskrivs i flera texter. Oftast är det dessutom pappan som benämns som en mentor, vilket även kan kopplas till *mentors-ramen*.

– Min pappa har arbetarbakgrund, så av honom fick jag också lära mig att det är hårt arbete som gäller. En annan viktig sak jag fick med mig var att pappa alltid trodde på mig. Jag tror det är vanligt hos kvinnor som avancerar på sina jobb. (8)

Pappan kan som ovan ha varit en inspiration men i andra texter har han varit en aktör som inte varit uppmuntrande.

När Tanja tog studenten ville hon blir jurist eller ekonom. Men hennes pappa, som kommer från forna Jugoslavien, sa att eftersom hon hette Ilic och inte Svensson skulle hon aldrig få jobb på en bank. (4)

Ingen av texterna berättar om kvinnliga intervjupersoner som har en man som gett upp sin karriär för familjens skull. Några av männen försörjer eller har försörjt familjen eftersom deras fruar är eller har varit hemmafruar. Detta återspeglar klassisk feministisk tvåsystem-teori om kärnfamiljen, där mannen står för det produktiva arbetet som genererar inkomst och kvinnan i familjen står för de reproduktiva arbetet såsom hushålls- och omsorgsarbete (Björnberg, 2016; Hartmann, 1981).

Det är flera av intervjupersonerna som, under tillfället då intervjun tog form, hade en distansrelation till sin familj. Männen konstaterar att distansen finns men beskriver inga känslor kring den. Det beskrivs snarare som något som gynnar arbetet.

Den tillfälliga långdistansrelationen från hustrun Emma Theen-Larsson och deras tre barn har låtit honom jobba på för fullt. Hon var för övrigt den första kvinnliga Luman inom Stenbäcksfären (den prestigefyllda traineeplatsen som vd-assistent). Stefan Larsson understryker att hon har gjort stora uppoffringar i sin egen karriär. (10)

En kvinna med distans till sin familj uttrycker mer känslor kring avståndet.

– Så här långa perioder har vi aldrig varit ifrån varandra förut, på mina tidigare posteringar har hela familjen flyttat tillsammans. Men jag tror att det är värre för mig än för barnen, de kanske till och med tycker att är lite skönt att frigöra sig från sin mamma i den här åldern, säger Annika Molin Hellgren en aning sorgset. (8)

I texten om samma kvinna skriver även journalisten följande:

På kylen sitter en kom ihåg-lapp till familjen: de får inte glömma att varje dag bära ned soporna, tömma diskmaskinen och torka av bänkar och spis. (8)

Dessa skillnader i hur männens och kvinnornas distans till familjen framställs skulle kunna kopplas till den feministiska tvåsystem-teorin. Hartmann (1981) menar att män drar nytta av det ojämnt fördelade hushållsarbetet i hemmet. Ovanstående stycke hämtat ur artikeln framställer intervjupersonen som initiativtagande i hushållet. I stycket om mannen som har långdistansrelation till sin familj framstår avståndet snarare som något som gynnar hans karrär eftersom han kan *jobba på för fullt*. Han beskriver inte heller någon saknad till sin familj vilket kvinnan med distansrelation gör. Enligt tvåsystem-teorin stärker kapitalismen och patriarkatet varandra (Hartmann, 1981). Genom att kvinnor tar hand om barnen blir det lättare för män att göra karriär. Mannen kan *jobba på för fullt* eftersom hans fru tar hand om deras barn på distans.

Ur ett gestaltningsteoretiskt perspektiv skulle publiken kunna bilda sig uppfattningen att det är männens ansvar att försörja familjen medan kvinnans främsta roll är att ta hand om barn och hushåll. Som tidigare nämnt är det ingen kvinna som benämns som ensam familjeförsörjare vilket gynnar den stereotypa bilden av hur mannen och kvinnans roll i familjelivet ser ut. Strömbäck (2000) menar att stereotyper bygger på gemensamma generaliseringar och därmed skapar de igenkänningseffekter. En stereotypisk bild av



kärnfamiljen är just att mannen försörjer familjen medan kvinnan tar hand om den (Björnberg, 2016).

En intressant aspekt återfinns i artikeln om en manlig chef i vilken familje- och försörjningsfrågan tas upp.

Att någon skulle ge upp sin karriär var uteslutet. Så när Lene Espersen till exempel skulle tillbaka till politiken efter sex veckors mammaledighet, var det Danny Feltmann som tog resten av föräldraledigheten. Något som fick många danskar att häpna. (11)

I ovanstående artikel finns kopplingar till gestaltningsteori såväl som socialkonstruktivism och feministisk teori. Trots att intervjupersonens hustru är minister och toppolitiker gestaltas det som anmärkningsvärt att hon inte utnyttjar sin fulla föräldraledighet och att maken tar ansvar för det reproduktiva arbetet. Det innebär det en paradox då gestaltningen berättar om normbrytande beteende i det att mannen och kvinnan delar på det produktiva och reproduktiva arbetet, vilket är positivt ur ett feministiskt perspektiv (Björnberg, 2016). Men att normbrytandet i sig gestaltas som något anmärkningsvärt förminskar genomslagskraften ur ett gestaltungs- och socialkonstruktivistiskt perspektiv (Strömbäck, 2000).

## 5.5 Kompetensfrågan

I många av de kvinnliga intervjupersonernas framställning erkänner de sina upplevda brister i högre utsträckning än vad de manliga gör. *Kompetensfrågan-framen* uttrycker sig i att intervjupersonerna i texterna beskriver vad de behöver bli bättre på, motgångar i karriären och privatlivet. Några exempel på formuleringar som återfinns i texten är: *det är så mycket jag inte klarar av, jag hade varken kompetensen eller erfarenheten, jag gjorde massa fel och det var verkligen inte genomtänkt*. Värt att åter poängtera är att *kompetensfrågan-framen* är ett resultat av journalistisk framställning; det vill säga, utifrån det analyserade materialet går inte att fastställa någonting av intervjupersonernas egna värderingar eller åsikter, eftersom de genomgått den journalistiska och redaktionella processen (Ghersetti, 2012). Icke desto mindre återfinns olika återgivningar i texten; det vill säga, intervjupersonerna kan till synes ta upp sina eventuella brister eller tvivel frivilligt. Vid andra tillfällen i texten är intervjuaren synligt ifrågasättande av intervjupersonens kompetens.

– Det var på sätt och vis det största steget jag har tagit, för jag hade inte varit chef innan. Jag fick en grupp på sex, sju personer och jag var yngst. Jag gjorde en massa fel. Men när jag väl kom underfund med hur man gör för att få andra med sig var det en härlig känsla. (3)

Ur ett dagordningsteoretiskt perspektiv är det högst relevant att dessa “frivilliga” tvivel finns representerade i texten, eftersom det öppnar för några möjliga tolkningar. Dels kan vi utifrån resultatet anta att kvinnliga intervjupersoner är mer öppna med sina eventuella brister än deras manliga motsvarigheter. Vidare kan vi anta att de kvinnliga intervjupersonernas tvivel eller brister återfinns i texten till följd av ett medvetet eller omedvetet journalistiskt val, då samma tvivel inte återfinns bland männen. Sannolikt är det en föränderlig blandning av båda, något som ligger i linje med den stereotypisering som Edström (2002) benämner som förklenande av det kvinnliga.

– Jag hade varken kompetensen eller erfarenheten som ledare, men hon såg mina kvalifikationer och min ambition och för henne var det inte viktigt hur jag såg ut eller var jag kom ifrån. (2)

Ur ett socialkonstruktivistiskt perspektiv erbjuder det tolkningen att kvinnors osäkerhet är en följd av att de befinner sig i en traditionellt manlig domän (Jarlbro, 2006). Dessutom; med Entmans (1993) föreställning om att det som inte skrivs ut kan betyda lika mycket eller mer än det som skrivs, erbjuds gestaltningen av männens självklarhet inom chefspositioner genom att den inte ifrågasätts. Sett ur en samhällslig makrosynvinkel kan normaliseringen av chefskap som mannens domän, reproducerad av mediers gestaltning, bidra till att det kapitalistiska patriarkatet förblir oförändrat.

Den andra förgreningen inom *kompetensfrågan-framen* är när journalisten som aktör öppet föranleder frågor om intervjupersonernas eventuella tvivel eller brister. Även här erbjuds tecken på förminskande av kvinnan, i bemärkelsen att de kvinnliga intervjupersonerna i större utsträckning ifrågasätts, som nedan där journalisten ställer en direkt fråga:

– Hos de ledningsgrupper där det finns en balans mellan könen ser vi bättre tillväxt, bättre resultat, nöjdare kunder. Så enkelt är det, säger Azita Shariati. **Och ändå har bara drygt 5 procent av bolagen på börsens huvudlista en kvinnlig vd? [...]** (2)

Det uttryckliga ifrågasättandet av kvinnliga chefer kan ses som en form av det symboliska våld Jarlbro (2006) nämner i kapitlet tidigare forskning, vilket enligt Jarlbro används som maktstrategi inom kommunikation för att behålla den manliga dominansen. I kontrast till det symboliska våldet går det att identifiera positivt laddade värderingar från journalisten i flera av de manliga intervjupersonernas texter, som nedan:

Svaret stavas Martin Claesson, en av tennisens verkliga eldsjälar som har gått hela vägen från vaktmästare till högste chef och ägare till den nybyggda sport- och hotellanläggningen RC Arena.

Det går inte att ta miste på den stolthet som Martin Claesson känner när han visar oss runt i Racketcentrum i Jönköping - hallen som han har varit trogen i hela sitt liv och som han förvandlat till en modern multisportarena med eget hotell och som numera går under namnet RC Arena. (5)

I ovanstående citat finner vi en synlig journalist som erbjuder högst subjektiva tolkningar av intervjupersonen. I motsats till det förklenande av kvinnliga intervjupersonerna vi gett exempel på tidigare i kapitlet erbjuds här förhålligande av den manliga intervjupersonen. Utifrån gestaltningsteorin går ovanstående exempel att tolka som att journalisten upplevt verkligheten på det positiva vis hen beskriver det i texten. Således appliceras journalistens verklighetsuppfattning och värderingar till mottagaren och effektivt bestämmer hur vi som läsare ska uppfatta intervjupersonen och dennes prestationer (Strömbäck, 2000). Ytterligare exempel följer:

Efter en imponerande karriär på den svenska modegiganten H&M och den amerikanska jätten Old Navy tog Stefan Larsson för ett halvår sedan över som vd för modehuset Ralph Lauren, med uppdraget att väcka nytt liv i en klassisk amerikansk dröm om stränder, båtar och hästpolo. (10)

I citaten ovan finns flera anmärkningsvärda retoriska begrepp som förhålligande av intervjupersonen och dennes kompetens. Ordval som imponerande, modegiganten och jätten är berättartekniska hyperboler som används i avsikt att framställa intervjupersonen i bättre dager. Vidare används metaforen till att väcka nytt liv, vilket anspelar på övernaturliga, gudaliknande krafter. Sammantaget gestaltar det en bild av en intervjuperson kompetent nog att operera i det absoluta toppskiktet av näringslivet, således förstorande och förhålligande av den manliga chefen (Edström, 2002).

## 5.6 Jämställdhetsfrågan

Gemensamt för flera av de kvinnliga intervjupersonerna är att de drivs av jämställdhet och mångfald, vilket även berör *sin egen lyckas smed-ramen*. Många av kvinnorna uppges i det undersökta materialet ha prisats för sitt engagemang för ett mer jämlikt tänk i sina branscher och arbetsplatser. I flera av texterna väljer journalisten att tidigt gå in på hur kvinnan i fråga engagerar sig i jämställdhet- och mångfaldsfrågor.

– Jag säger det igen! Krossa patriarkatet! Krossa rasismen! (7)

Ovanstående är ett citat som dyker upp i inledningen av en artikel. I flera artiklar nämns det tidigt att intervjupersonen engagerar sig för frågor gällande jämställdhet och mångfald. I de artiklar där kvinnor med invandrarbakgrund är huvudpersoner framställs engagemanget särskilt djupgående.

- Jag är född och uppvuxen i en jämställd familj. Min mamma var sjuksköterska och jobbade skift och min pappa, som var bankman, var alltid hemma då.

Lika bra med jämställdheten var det inte i Sodexos ledningsgrupp för några år sedan. Men målet om en jämställd ledning uppfylldes på fem år, från 2010 till 2015. (2)

I ovanstående text kopplas jämställdheten både till intervjupersonens bakgrund och sedan vidare till hennes arbete. Kvinnan flyttade till Sverige från Teheran för 30 år sedan. Därefter frågar journalisten vad hon säger om att länder inom EU stänger sina gränser. Intervjupersonen är vd för ett stort företag och har, enligt vad som står i texten, ingen yrkesmässig koppling till flyktingpolitik förutom att hon får mycket beröm för sitt arbete med jämställdhet och mångfald.

– Man säger att de personer som kommer hit ska anpassa sig. Men snälla, berätta för mig vad som är den svenska normen? Jag har under mina 28 år i Sverige aldrig fått några överensstämmande svar på den frågan. Det är som att fråga mig vad som är typiskt iranskt. (2)

Ur ett socialkonstruktivistiskt perspektiv skulle ovanstående citat kunna tolkas som att människor i Sverige har en skapad bild av att de som flyttar hit från andra länder skulle skilja sig från oss som bor här. Som tidigare nämnt i vårt teorikapitel är verklighetsuppfattning i slutändan alltid individuell då varje människa gör sin egen

tolkning av dessa sociala konstruktioner. En individ som är född i nationen Sverige kan av kollektiva uppfattningar om 'svenskhets' känna sig mer eller mindre svensk (Berger & Luckman, 1966; van Zoonen, 1994). Vi erbjuds därmed tolkningen att intervjupersonen har upplevt motgångar både genom att vara kvinna och sin invandrabakgrund. Genom att hon flyttade till Sverige från Iran har hon fått arbeta för att bli accepterad i det svenska samhället. Enligt Hinton (2003) kan vissa grupper stereotypiseras, vilket innebär att de, på grund av en viss egenskap, tillskrivs ytterligare egenskaper. I ovanstående exempel tillskrivs intervjupersonen inte bara epitetet kvinnlig chef, utan även med invandrabakgrund. Socialkonstruktivistiskt innebär detta att intervjupersonens identitet frångår den dominerande normen inom tvåsystem-teorin i dubbel bemärkelse; det vill säga, den patriarkala genom att vara kvinna och den marxistiska genom att tillhöra en lägre samhällsklass än den dominerande.

Gemensamt för de texter där kvinnliga chefer med invandrabakgrund är huvudperson är, som tidigare nämnt, att de till stor del talar om jämställdhet och mångfald. Kvinnor med svensk bakgrund gestaltas till viss del som engagerade i frågor rörande antirasism, även om det inte är lika genomgående som i texterna med kvinnor med invandrabakgrund. De manliga intervjupersonerna gestaltas inte över huvud taget som engagerade i jämställdhet och mångfald. Ingen av dem diskuterar huruvida exempelvis fler kvinnor eller nyanlända skulle kunna etablera sig på deras arbetsplatser eller branscher. Med utgång i tvåsystem-teorin är detta intressant eftersom den syftar på att männen har makt både över kvinnan och över kapitalet. Hartmann (1981) anser att för att kvinnor ska bli fria behöver de bekämpa både den patriarkala makten och samhällets kapitalistiska organisering. Vår tolkning av textmaterialet är att det är det som flera de kvinnliga intervjupersonerna försöker göra.

– När jag reser runt i landet försöker jag uppmuntra fler kvinnor att bli entreprenörer och våga äga. Det är jätteviktigt, tycker jag. Jag försöker även få manliga entreprenörer att stötta duktiga, kvinnliga kolleger att ta steget och bli sina egna, säger Tanja Ilic. (4)

I det ovan nämnda citatet gestaltas en konkret handling som en av de kvinnliga intervjupersonerna utför för att inkludera fler kvinnor på arbetsmarknaden. Hartmann (1981) menar att könssegregeringen upprätthåller kvinnors lägre löner vilket i sin tur bevarar kvinnors beroende av männen. I artikeln där ovanstående citat återfinns

framställs även intervjupersonen som positiv till könskvotering. Könsfördelningen inom näringslivet är ojämn vilket medför att männen har makten över kapitalet (Hartmann, 1981). Denna gestaltning tyder på att männens traditionella dominans som chefer i näringslivet har till följd att de inte ser jämställdhetsfrågor som lika centrala eftersom de inte hindras av den patriarkala kapitalismen. Ansvaret att bekämpa det kapitalistiska patriarkatet faller således på de grupper som förtrycks.

Journalisternas egna värderingar är också en intressant aspekt i *jämställdhetsfrågan-ramen*. Ghersetti (2012) menar att det finns en risk i att journalisternas egna värdegrund och referensramar påverkar vad som blir nyheter. Det erbjuder tolkningen att journalisterna ser jämställdhet och mångfald som intressanta vinklar i texter där kvinnliga chefer intervjuas. Eftersom det kapitalistiska patriarkatet är ett motstånd för kvinnor, särskilt för de med invandrabakgrund, blir det en intressant aspekt för journalisten att lyfta i intervjun. Männen har under sin karriär inte mött samma motstånd. Det öppnar upp för tolkningen att journalisten därmed inte relaterar deras ledarskap med arbete för jämställdhet i lika stor utsträckning. För en kvinna med invandrabakgrund blir mångfald- och jämställdhetsarbetet på arbetsplatsen en mer naturlig vinkel i intervjun. Med utgång i gestaltningsteorin tolkar vi det som att eftersom det är kvinnor som i artiklarna uttalar sig kring jämställdhetsarbete så blir följden att ansvaret för dessa frågor läggs över på just kvinnorna. Eftersom männen, enligt textens gestaltning, inte belyser problemen kring exempelvis könssegregerade och homogena arbetsplatser kan det bilda en uppfattning om att det inte är männens ansvar att ta sig an dessa frågor. Om fler män hade diskuterat dessa ämnen i medier hade det ur ett gestaltningsteoretiskt perspektiv även kunnat inspirera andra högt uppsatta män att arbeta med dessa frågor på sina arbetsplatser.

Denna frame har funktionen att lyfta de kvinnliga intervjupersonernas syn på ojämlikheter och hur dessa tar form. Den belyser även deras förslag på hur fler kvinnor och personer med utländsk bakgrund ska inkluderas mer i deras branscher.

## 5.7 Framingmatris

Nedan följer en framingmatris. Matrisen är en visuell representation av de frames som framinganalysen alstrade:

**Tabell 1:** Matris över inramningar

Frame	Framträdande aspekter (framing devices)	Framens funktion (reasoning devices)
<b>Tävlingsmänniskan</b>	Orsakssamband mellan sport och karriär	Motivationsförklarande, karaktärsbyggande tematiska beskrivningar
<b>Sin egen lyckas smed</b>	Ordval, metaforer, emotionella resonemang om hårt arbete	Kontextualisera vägen till framgång
<b>Mentorn</b>	Orsakssamband mellan aktörer, historia	Legitimera huvudpersonens position i näringslivshierarkin
<b>Familjen</b>	Historia, aktörer, emotionella resonemang	Karaktärsbyggande, mänskliggörande av huvudperson
<b>Kompetensfrågan</b>	Ordval, särskilda skildringar, kontraster	Problematisera huvudperson i karaktärsbyggande
<b>Jämställdhetsfrågan</b>	Teman, emotionella, logiska och etiska resonemang om jämställdhet	Åskådliggöra jämställdhetsproblematiken i näringslivet

## 6 Slutsats och diskussion

I detta kapitel ämnar vi besvara forskningsfrågorna som ställdes i kapitlet om syfte och frågeställning. Forskningsfrågorna kommer att diskuteras i ljuset av studiens resultat och vi kommer att tolka det empiriska resultat som analyserats och dess eventuella påverkan på journalistiken och samhället i stort. Därtill kommer vi att diskutera vidare forskning på ämnet och föreslå aspekter som kan komma denna till gagn.

Studiens syfte var att undersöka hur genus framställs i ekonomisk journalistik, samt hur framställningen eventuellt skiljer sig mellan manliga och kvinnliga intervjupersoner. Materialet undersöktes huvudsakligen med grund i gestaltningsteori, som därefter operationaliserades genom ett feministiskt perspektiv. På så vis kunde vi med hjälp av metodlitteraturen sammanställa de mest framträdande dragen i det empiriska materialet gällande gestaltningen av kvinnor och män i ekonomisk journalistik. Det resulterade i sex frames: *tävlingsmänniskan*, *mentorn*, *familjen*, *sin egen lyckas smed*, *kompetensfrågan* och *jämställdhetsfrågan*. I dessa frames kunde vi identifiera skillnader och likheter i gestaltningen av såväl genus som själva intervjupersonerna. Nedan följer

en sammanfattning av de mest framträdande dragen och vilka tolkningar och analyser de genererat.

Studiens första forskningsfråga ämnade besvara hur genus framställs i ekonomijournalistiska personporträtt. Inledningsvis bör nämnas att studien behandlar cisnormativa könstillhörigheter. Några anspelningar på HBTQ-könstillhörigheter kunde inte identifieras i det undersökta materialet och har således inte tagits i beräkning, något som däremot skulle kunna vara intressant vid fortsatta studier om ekonomiskt inriktad journalistik.

Framställningen av genus i det undersökta materialet tycks genomgående vara heteronormativt och håller sig huvudsakligen inom ramarna för traditionella könsroller i kärnfamiljen. Detta framgår tydligt i texten där intervjupersonernas familjesituationer behandlas. Gällande produktivt och reproduktivt arbete i det undersökta materialet tycks det finnas en relativt jämnt fördelad balans mellan könen i det produktiva arbetet, det som genererar inkomst. Däremot tycks ansvaret för det reproduktiva arbetet; hushålls- och omsorgsarbetet inom familjen, ligga hos kvinnor (Björnberg, 2016). Till stöd för uppfattningen om att den journalistiska framställningen av genus tycks ha en heteronormativ slagsida återfinns i empirin flera exempel på förhållande beskrivningar av de manliga intervjupersonerna, samt förminsande och förklenande beskrivningar av de kvinnliga intervjupersonerna, något som tidigare lyfts av Edström (2002). Gestaltningen av genus i ekonomijournalistiska personporträtt verkar således befästa uppfattningen om den offentliga sfären som en manlig domän (Jarlbro, 2006). Då omfånget på denna studie är tämligen begränsat skulle vidare, mer omfattande och djupgående studier behövas för att ytterligare undersöka frågan. Icke desto mindre skapar det en rad frågor om journalistikens och mediernas ansvar med utgång i dagordnings- och gestaltningsteori. Ska journalistiken aktivt jobba för ökad jämställdhet och mångfald eller ska journalistiken objektivt försöka reflektera verkligheten? En förhoppning med denna och eventuella kommande studier är att journalister, som utifrån sin verklighetsuppfattning omedvetet reproducerar patriarkala strukturer, kan få upp ögonen för problematiken i sitt yrkesutövande.

Gällande skillnader och likheter i framställningen av kvinnor och män tycktes artiklarna om de kvinnliga intervjupersonerna lägga större vikt vid jämställdhets- och mångfaldsfrågor, vilket vi tolkade som att ansvaret för förändring läggs på dem. Särskilt



framträdande är detta i artiklar där kvinnliga chefer med invandrarbakgrund är huvudperson. I texter med manliga intervjupersoner förekommer ingen diskussion kring jämställdhet och mångfald i arbetslivet. Enligt Ghersetti (2012) finns det en risk att journalisternas egna värdegrund och referensramar påverkar vad som blir nyheter. Det erbjuder tolkningen att journalisten i dessa texter har sett jämställdhet och mångfald som intressanta vinklingar till artikeln, särskilt för de kvinnor med invandrarbakgrund. Eftersom männen karriärmässigt inte begränsats av det kapitalistiska patriarkatet så tolkar vi det som att journalisten, medvetet eller omedvetet, inte anser att dessa frågor är relevanta att ta upp i intervjuerna med männen. Vi anser att det finns en problematik kring att ansvaret för förändring tilldelas de grupper som förtrycks. Männen har enligt tvåsystem-teorin makten både över kapitalet och över det kvinnliga könet. Det finns även en överrepresentation av manliga chefer i näringslivet enligt SCB (2016). Män har därmed mer makt inom näringslivet än vad kvinnor har. Vi anser det därmed problematiskt att inte männen framställs som engagerade i arbetet att inkludera fler kvinnor och personer med olika etnicitet på arbetsplatserna. Eftersom männen besitter mycket makt har de möjligheter att skapa förändring. Ur ett gestaltningsteoretiskt perspektiv skulle manliga chefer kunna påverkas att ta mer initiativ i frågor rörande jämställdhet ifall medier belyser hur andra manliga chefer arbetar för detta. Om det bara är kvinnor som diskuterar dessa frågor så kan det påverka publiken att medvetet eller omedvetet anta att dessa frågor är kvinnornas ansvar att arbeta för.

Både de kvinnliga och manliga intervjupersoner utger sig i texterna för att ha haft mentorer och stöttat och hjälpt dem i deras yrkesliv. Skillnaden är att männen enbart berättar om hur andra män agerat som hjälp och inspirationskällor under karriären. Kvinnorna berättar däremot i texterna att de både haft andra kvinnor och män som stöd i arbetslivet. De manliga intervjupersonerna benämner ofta sina mentorer på en likvärdig nivå. De kvinnliga intervjupersonerna framställs inte som likvärdiga sina mentorsgestalter i samma utsträckning. Kvinnorna gestaltas i flera fall som mer beroende av sina mentorsgestalter då dessa hjälpt dem att ta sig framåt i karriären. Eftersom manliga chefer är en majoritet i näringslivet faller det sig naturligt att många mentorer är män. Ur ett socialkonstruktivistiskt perspektiv erbjuds tolkningen att publiken uppfattar män som självklara i ledarrollen. De upplevs som jämlika med sina mentorer och behöver inte lika mycket hjälp i karriären som kvinnor. Det kan tolkas som att publiken uppfattar kvinnor som mindre självgående och målmedvetna än män.

Edström (2002) menar att om kvinnor framställs på ett sätt som visar på att de är lämpliga i sin yrkesroll skulle det kunna motivera fler kvinnor att söka sig till chefspositioner. Att medier framställer kvinnor som mindre självgående kan det ge motsatt effekt, vilket vi anser problematiskt. Anmärkningsvärt är att det, enligt artiklarna, enbart är kvinnor som tagit hjälp av kvinnor i sin karriär. Eftersom vår studie är baserad på journalisters framställning av intervjupersonerna kan det emellertid vara så att män också har tagit hjälp av kvinnor. Det är däremot inget som framkommer vårt material. Ur ett samhällsligt perspektiv blir detta intressant eftersom det ger en bild av att kvinnor inte agerar som rådgivare åt män i karriärssammanhang. Det upplever vi som problematiskt då det gynnar uppfattningen av att män är mer självklara i sin ledarroll. Således kan det ur ett gestaltningsteoretiskt perspektiv ge bilden av att kvinnor inte är kvalificerade till att rådge män. Taget till sin spets skulle det kunna bidra till att människor upplever att det finns ett högre värde i mäns åsikter och råd även i andra sammanhang.

I våra utvalda texter tillåts både de kvinnliga och manliga intervjupersonernas familjer att bli en central del. Vanligast är att intervjupersonernas föräldrar omnämns. De gestaltas på ett sätt som i flera fall tyder på att de har haft en inverkan på sina barns beslut och åsikter, särskilt hos de kvinnliga intervjupersonerna. Kvinnornas pappor benämns vid flertalet tillfällen som en person med mentorsegenskaper, som både kan ha varit uppmuntrande och tvärtom. Även här är det männen, papporna, som står för mentorsrollen. Mammorna nämns inte som rådgivare till sina barn i samma utsträckning som papporna. Det påvisar, liksom i stycket ovan, att männen gestaltas som rådgivare i större utsträckning än kvinnor.

Några av männen gestaltas som familjeförsörjare, vilket inte gäller de kvinnliga intervjupersonerna. Flera av intervjupersonerna hade vid tillfället intervjun tog rum distansrelation till sin familj vilket framställs på olika sätt. Männen uttrycker i texten inga känslor kring distansen utan den framställs snarare som något som gynnar karriären. Hartmann (1981) menar att män drar nytta av det ojämnt fördelade hushållsarbetet i hemmet vilket återspeglas i vår slutsats. Eftersom kvinnorna tar hand om barnen på distans tillåts männen att kunna lägga allt sitt fokus på arbetet, vilket stärker deras position i näringslivet. Det i sin tur gynnar det kapitalistiska patriarkatet.

Vidare gestaltas de kvinnliga intervjupersonerna som mer tvivlande på sin kompetens än deras manliga motsvarigheter. Kvinnorna framställs som mer benägna att erkänna svagheter eller misstag, varpå männen å sin sida snarare gestaltas som självsäkra, på sin höjd blygsamma över sina prestationer. Detta återkopplar till teorin från Edström (2002) om förhållande av männen och förklenande av kvinnorna, vilket möjliggörs genom kvinnors intrång på männens domän. En spekulering från vår sida är att en stor del av denna slags gestaltning är omedveten; det vill säga, vi tror inte att journalister och redaktörer medvetet framhäver manligt självförtroende eller kvinnlig självinsikt. Snarare tror vi att de bakomliggande orsakerna är en kombination av kulturellt betingade uppfattningar, redaktionella metoder och den mansdominerade näringslivskulturen.

En likhet mellan de manliga och kvinnliga intervjupersonerna är att flera av dem ägnat eller ägnar sig åt någon idrott. Ofta är detta idrotter där tävling sker individuellt som exempelvis simning. Idrotten har i flera fall kunnat kopplas samman med att intervjupersonen ser sig själv som en människa. Flera av intervjupersonerna använder sig även av sin tävlingsinstinkt i arbetslivet. Att just benämna intervjupersonerna som tävlingsmänniskor är extra framträdande i de artiklar där män intervjuas. Även om flera av kvinnorna också gestaltas som tävlingsinriktade verkar det finnas ett behov från journalistens sida att framställa männen som tävlingsmänniskor. Kvinnorna nämner vid flera tillfällen sitt idrottsintresse som något som utvecklat andra egenskaper än just tävlingsinstinkt. Att tävlingsinstinkt är ett frekvent inslag i texterna erbjuder tolkningen att egenskapen är ett kriterium för att nå framgång.

## 6.1 Förslag till vidare forskning

Även då vår studie är tämligen begränsad i sitt omfång öppnar den likväl för fortsatta studier på kombinationen genus, gestaltning och ekonomijournalistik. Vidare forskning skulle med fördel kunna göras på ett större urval av tidningar och tidskrifter inom ekonomiskt inriktad journalistik. Sådan forskning skulle således kunna styrka eller tillbakavisa de resultat som framkommit i föreliggande studie.

Vidare återfinns aspekter av intersektionalitet i vår studie som lämpligen skulle kunna utvecklas i fortsatt forskning på ämnet. Utöver genus fann vi att gestaltningen av intervjupersoner med utländsk bakgrund tog fasta på etnicitet som ännu en försvårande

faktor gällande maktpositioner i näringslivet. Således anser vi att intersektionalitet, där såväl kön som etnicitet, klass, sexuell läggning och liknande aspekter bör inkorporeras i vidare forskning. Som tidigare nämnt skulle även ett HBTQ-perspektiv kunna vara intressant, då vi misstänker att personer med normbrytande läggning är underrepresenterade på högre maktpositioner i samhället.

Vår studie har inriktat sig på personporträtt som publicerats i Di Weekend. Vi har däremot inte analyserat de bilder av intervjupersonerna som medföljer intervjuerna. Ett förslag på vidare forskning skulle kunna vara att genomföra semiotisk bildanalys över hur män och kvinnor i näringslivet blir fotograferade i personporträtt. I vår studies kapitel om tidigare forskning tar vi upp hur Edström (2002) menar att bildval och fotovinklar kan markera och förstärka könsskillnaderna mellan kvinnliga och manliga chefer i näringslivet.

## Referenser

- Berger, Peter L. & Luckmann, Thomas (1967). *The social construction of reality: a treatise in the sociology of knowledge*. London: Penguin Books
- Björnberg, Ulla (2016). Familj, arbete och omsorg. I Lundberg, Anna & Werner, Ann. (Red), *En introduktion till genusvetenskapliga begrepp* (s. 45-49). Göteborg: Nationella sekretariatet för genusforskning
- Dagens Industri. (2016). Om Di-gruppen. Sökdatum: 20161128, från <http://www.di.se/om-oss/om-oss/>
- Denscombe, Martyn (2009). *Forskningshandboken: för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur
- Denscombe, Martyn (2016). *Forskningshandboken: för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*. 3., rev. och uppdaterade uppl. Lund: Studentlitteratur
- Edström, Maria (2002). *Mediebilden Av Kvinnliga Chefer I Svenskt Näringsliv*. Stockholm: SNS förlag.
- Edström, Maria & Jacobsson, Josefine (2015). *Räkna med kvinnor Global Media Monitoring Project 2015. Nationell rapport Sverige. [Elektronisk resurs]*. Visad 2016114. Tillgänglig på Internet: <http://hdl.handle.net/2077/41569>
- Entman, Robert M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal Of Communication*, 43(4), 51-58. doi:10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x
- Gemzøe, Lena (2002). *Feminism*. Stockholm: Bilda
- Ghersetti, Marina (2012). Journalistikens nyhetsvärdering. I Nord, Lars & Strömbäck, Jesper (red.) *Medierna och demokratin*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur
- Van Gorp, Baldwin. (2010). Strategies to take subjectivity out of framing analysis. I D'Angelo, Paul & Kuypers, Jim A. (Red.), *Doing news framing analysis : empirical and theoretical perspectives* (s. 84-109). New York: Routledge
- Gripsrud, Jostein (2000). *Mediekultur, mediesamhälle*. Göteborg: Daidalos
- Hammarlin, Mia-Marie & Jarlbro, Gunilla (2014). *Kvinnor och män i offentlighetens ljus*. 1. uppl. Lund: Studentlitteratur
- Hartmann, Heidi (1981). Kapitalismen, patriarkatet och könssegregationen i arbetet. *Kvinnovetenskaplig tidskrift*. 2(1981):1/2, s. 7-30
- Hinton, Perry R. (2003). *Stereotyper, kognition och kultur*. Lund: Studentlitteratur
- Jarlbro, Gunilla. (2006). *Medier, genus och makt*. Lund: Studentlitteratur
- Jarlbro, Gunilla (2013). *Genusmedveten journalistik*. Lund: Studentlitteratur

- Kantar Sifo (2016). *Orvesto Konsumentrapport 2016:2*. Stockholm: Kantar Sifo  
[https://tns-sifo.se/sites/default/files/reports/documents/rackviddsrapport\\_orvesto\\_konsument\\_2016\\_2\\_komp.pdf](https://tns-sifo.se/sites/default/files/reports/documents/rackviddsrapport_orvesto_konsument_2016_2_komp.pdf)
- Kanter, Rosabeth Moss (1977). *Men and women of the corporation*. New York: Basic books
- Ledin, Johanna & Moberg, Ulla (2010). Textanalytisk metod. I Ekström, Mats & Larsson, Larsåke (red.), *Metoder i kommunikationsvetenskap* (s. 153-178). Lund: Studentlitteratur
- Ljung, Margareta (2007). Feministisk teori. I Månson, Per (red.): *Moderna samhällsteorier: traditioner, riktningar, teoretiker* (s. 220-260). 7. uppl. Stockholm: Norstedts akademiska förlag
- McCombs, Maxwell E., & Shaw, Donald L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly* 36 (2): 176-187,  
<http://search.ebscohost.com.proxy.lnu.se/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=5414703&lang=sv&site=eds-live&scope=site>. Visad 18 November 2016.
- Shehata, Adam. (2015). Journalistiska dagordningar och gestaltningar. I Karlsson, Michael., & Strömbäck, Jesper. (Red), *Handbok i journalistikforskning* (s. 353-368). Lund: Studentlitteratur AB
- SOU 2015:86. *Mål och myndighet: En effektiv styrning av jämställdhetspolitiken*. Stockholm: Fritzes Offentliga Publikationer
- Stark, Agneta (2016). Feministisk ekonomi. I Lundberg, A., & Werner, A. (Red), *En introduktion till genusvetenskapliga begrepp* (s. 50-53). Göteborg: Nationella sekretariatet för genusforskning
- Statistiska centralbyrån (2016): *På tal om kvinnor och män: lathund om jämställdhet. 2016*. Sökdatum 20161118 från:  
[http://www.scb.se/Statistik/\\_Publikationer/LE0201\\_2015B16\\_BR\\_X10BR1601.pdf](http://www.scb.se/Statistik/_Publikationer/LE0201_2015B16_BR_X10BR1601.pdf)
- Strömbäck, Jesper (2014). *Makt, medier och samhälle: en introduktion till politisk kommunikation*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur
- Strömbäck, Jesper. (2000). *Makt och medier: samspelet mellan medborgarna, medierna och de politiska makthavarna*. Lund: Studentlitteratur
- Thurén, Torsten (2007). *Vetenskapsteori för nybörjare*. 2., [omarb.] uppl. Stockholm: Liber
- van Zoonen, L. (1994). *Feminist media studies*. London: Sage

# Bilagor

## Bilaga A Lista över empiriskt material

Artiklar från Di Weekend:

1. 2016-04-14 *Ingen riktig car guy*  
<http://weekend.di.se/intervjuer/ingen-riktig-car-guy>
2. 2016-04-21 *Jag var Sveriges dyraste diskare*  
<http://weekend.di.se/intervjuer/jag-var-sveriges-dyraste-diskare>
3. 2016-05-26 *Jag ger mig aldrig*  
<http://weekend.di.se/intervjuer/jag-ger-mig-aldrig>
4. 2016-06-22 *Mina dubbla kulturer har gjort mig modig*  
<http://weekend.di.se/intervjuer/mina-dubbla-kulturer-har-gjort-mig-modig>
5. 2016-07-07 *Tennis: Game, set - logi*  
<http://weekend.di.se/reportage/tennis-game-set--logi>
6. 2016-07-13 *Går som en dans*  
<http://weekend.di.se/nyheter/gar-som-en-dans>
7. 2016-07-14 *Jag älskar ju knäckebröds-tv*  
<http://weekend.di.se/intervjuer/jag-alskar-ju-knackebrods-tv>
8. 2016-07-21 *Ambassadören ser ljusning för krigets Irak*  
<http://weekend.di.se/intervjuer/ambassadoren-ser-ljusning-for-krigets-irak>
9. 2016-07-28 *Blommande tillväxt i algfabriken*  
<http://weekend.di.se/intervjuer/blommande-tillvaxt-i-algfabriken>
10. 2016-07-28 *Han ska väcka drömmarna i Ralph Lauren*  
<http://weekend.di.se/intervjuer/han-ska-vaeka-drommarna-i-ralph-lauren>
11. 2016-08-04 *Kapp-Ahls nya kostym*  
<http://weekend.di.se/intervjuer/kapp-ahls-nya-kostym>
12. 2016-09-01 *Hamburgerkungen drivs av revansch*  
<http://weekend.di.se/intervjuer/hamburgerkungen-drivs-av-revansch>