



CECILIA ZADIG
NORA OLESKOG TRYGGVASON

KVINNOR OCH LEDARSKAP I SVENSKA MEDIER

KVINNOR OCH LEDARSKAP I SVENSKA MEDIER

Cecilia Zadig
Nora Oleskog Tryggvason

©2014 Cecilia Zadig

www.ceciliazadig.se

cecilia.zadig@gmail.com

Omslag och illustrationer: Beata Boucht

Grafisk form: Frida Lundberg

Tryck: Ale Tryckteam. Bohus 2014

ISBN: 978-91-637-6823-1

»För kvinnorna blir upptäckten av deras egna krafter lika häpnadsväckande som upptäckten av vattenkraften och atomenergin varit för den gångna epokens ledande hjärnor.«

Elin Wägner, rösträttskvinna i Stockholm i början av 1900-talet. År 1941 publicerade hon boken *Väckarklocka*, som blev en tidig och kraftfull appell mot miljöförstörelse och för kvinnors lika rätt i samhället.

INNEHÅLL

Tack	5
Resumé	7
BAKGRUND	11
1. Bokens syfte och ursprung	12
2. Ledarskapsutbildningen Kvinnors ledarskap	18
3. En förändrad mediebransch	24
STUDIEN	29
4. Kvinnor och ledarskap i svenska medier 2014	30
STUDIENS RESULTAT	39
5. Fyra ledartyper utifrån DISC-analys	40
6. Det nya medielandskapet	56
7. Betydelsen av kvinnors representation inom medier	62
8. Kvinnors strategier i medierna	76
9. Ledare under press	86
10. Hat, hot och trakasserier	94
11. Hinder och vad som främjat kvinnor att nå toppositioner	102
12. Framgångsfaktorer	112
13. Bästa råden till kvinnliga chefer inom mediebranschen	118
REFLEKTIONER	127
14. Cecilias reflektioner om ledarskap	128
Referenser	134
Bilaga: Frågeformulär	137
Författarna	152

RESUMÉ

Kvinnor och ledarskap i svenska medier är baserad på en studie av 208 kvinnor som är eller har varit chefer i svenska medier. Samtliga kvinnor i undersökningen har deltagit i ledarskapsutbildningen *Kvinnors ledarskap & undersökande journalistik* vid Stockholms universitet sedan utbildningens start år 1995 fram till år 2013. De har besvarat en webbenkätundersökning som bland annat berör de svarandes ledarskap, vilka utmaningar de står inför, det förändrade medielandskapet, hur ny teknologi påverkat förutsättningarna för att vara ledare, hur genus påverkar organisation och ledning i medierna och hur de ser på kvinnors villkor inom svenska medier idag.

Mediebranschen har genomgått dramatiska förändringar det senaste decenniet. I och med digitaliseringen har internet nu blivit den största annonsplattformen, vilket påverkat de svenska medieorganisationernas ekonomi i grunden. Flera medieorganisationer har gått samman, blivit uppköpta av koncerner och omvandlats till mediehus, där de publicerar sig i olika kanaler on- och offline. Idag konsumerar vi media genom tryckta tidningar, tv och radio, men också genom digitala kanaler som webbtidningar, webb-tv och webbradio. De sociala mediernas framväxt har dessutom helt förändrat förutsättningarna inom mediebranschen. Läsarna, tittarna och lyssnarna deltar genom att sprida, diskutera och själva skapa nyhetsinnehållet på sidor som Facebook, Twitter, Youtube, bloggar och podcasts. Mot denna bakgrund och allt snävare budgetar står mediecheferna idag inför stora utmaningar.

Boken innehåller en sammanställning av de svarandes olika ledartyper. De svarande fick möjlighet att skatta sig utifrån 80 ord och beskrivningar. De olika ledartyperna karaktäriseras av olika grundläggande personlighetsdrag och kommunikationsstilar. Resultaten visade att det finns ett klart samband mellan ledartyp samt ålder och erfarenhet.

Parallellt med de förändringar mediebranschen genomgått, innehas allt fler av de publicistiska ledande positionerna av kvinnor och idag är 42 procent av chefredaktörerna kvinnor. Detta innebär att kvinnor också i praktiken är med och sätter den publicistiska agendan. Bildandet av mediekoncerner har dock samtidigt inneburit att avgörande ekonomisk makt har flyttat från den lokala organisationen till koncernnivå.

Kvinnors närvaro

Studien *Kvinnor och ledarskap i svenska medier* visar att könsfördelningen inom ledningsgrupperna för de svarandes organisationer, har betydelse för medieorganisationernas prioriteringar och villkoren för de kvinnor som arbetar i dessa. De som tillhör organisationer med mindre än en tredjedel kvinnor i ledningsgruppen, uppger att de inte känner lika stort stöd från sin chef, detta i jämförelse med de som har en jämnare könsfördelning eller en majoritet kvinnor i ledningsgrupper. Vidare ser inte denna grupp svarande det som lika troligt att kunna nå högsta ledningsnivå och deras organisationer prioriterar inte att arbeta lika aktivt med jämställdhetsfrågor. Kvinnors närvaro på medieredaktioner och i ledningsgrupper tycks spela roll för att bredda erfarenheterna på redaktioner, att tillvarata kvinnors intressen samt att påverka företagskulturen och det redaktionella innehållet.

Trots en tydlig kvinnlig närvaro i mediebranschen lyfter de svarande i undersökningen att det fortfarande finns ett antal skäl till att kvinnor inte når toppositionerna, främst de ekonomiska toppositionerna. De främsta anledningarna som de svarande anger är att kvinnor *inte blir lyssnade till/osynliggörs*, att kvinnor *inte accepterar den manliga normens spelregler* samt att kvinnor *betraktas som underordnade*. Det som anses ha främjat antalet kvinnor i toppen i publicistiska sammanhang är att *kvinnor oftare söker chefspositioner idag*, att de *är mer karriärorienterade* samt att *utvecklingen är ett resultat av ett jämställdhetsarbete*.

Som kvinna kan man behöva anamma olika strategier för att ta sig fram inom ett fält som präglas av normer för manlighet.

I boken diskuteras fyra strategier. En av dessa är att *konkurrera* med männen om samma utrymmen och resurser, då kvinnor ofta tvingas prestera bättre för att bevisa att de hör hemma här. Det kan också handla om att *specialisera sig* på de områden som inte ses som traditionellt manliga, exempelvis sociala frågor, och sedan arbeta för att höja statusen och påverka nyhetsvärderingen. Ytterligare en strategi är att hitta *nya områden*, arenor eller nischer som ännu inte ses som traditionellt manliga eller kvinnliga områden och att etablera sig där. Slutligen kan en sista strategi vara att *flyfältet*. Att helt enkelt lämna redaktionen eller branschen för att hitta ett nytt sammanhang, där man bättre kan komma till sin rätt.

De svarande i undersökningen är utsatta för mycket *stress*. Mer än var tredje uppger att de känner sig stressade oftast eller konstant. Stressen handlar ofta om en pressad arbetssituation i kombination med att kvinnorna ofta axlar det huvudsakliga ansvaret för hem och barn. Dessutom är det en stor andel av de svarande som uppger att de arbetar övertid. En fjärdedel av samtliga svarande, anger att de någon gång har varit sjukskrivna på grund av stressrelaterade symptom.

Det är vanligt för kvinnor att utsättas för hat, hot, kränkningar och trakasserier både som journalister och som chefer. Ungefär en tredjedel av kvinnorna i undersökningen uppger, att de utsatts för *hat, hot, kränkningar eller sexuella trakasserier relaterat till deras yrkesroll*. När kvinnor tar plats och utövar inflytande på arbetsplatser eller i det offentliga rummet kan detta upplevas som provocerande, då de bryter mot de förväntningar och föreställningar om hur kvinnor ska vara. Att hota eller kränka kan vara ett sätt att utöva makt.

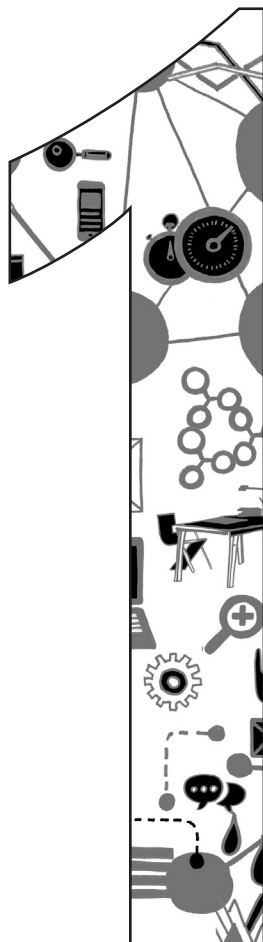
Framgångsfaktorer

I boken har vi även samlat framgångsfaktorer från 208 kvinnliga mediechefer. Några av framgångsfaktorerna de svarande har angett är: resurser i form av *kulturellt kapital* så som en högre akademisk utbildning och titlar, *socialt kapital* i form av familj och nätverk

eller *symboliskt kapital* som ger status inom branschen, som att få pris eller utmärkelser.

Vi har även samlat de bästa råden som de svarande ger *till en kvinnlig chefskollega i mediebranschen*.

[illegible]



Bokens syfte och ursprung

Syftet med denna studie är att beskriva kvinnors ledarskap i medier för att därmed utöka kunskapen om ledarskap, framgångsfaktorer och strategier för kvinnor i ledande positioner i medierna. Vi ville vidare undersöka kvinnors uppfattningar och erfarenheter av hinder och möjligheter som ledare möter inom mediebranschen. Syftet är vidare att belysa vilken betydelse genus har för journalistiken samt hur detsamma påverkar medieorganisationer.

År 1994 publicerades SOU 1994:3 *Mäns föreställningar om kvinnor och chefskap*¹. Utredningen kom att klargöra vilka föreställningar om kön som ligger till grund för en ojämlik maktordning. Denna maktordning innebär bland annat att det som förknippas med kvinnor och kvinnlighet underordnas det som förknippas med män och manlighet. Vidare visade författarna hur chefskap förknippades med män och manliga attribut. Utredningen fokuserade på kön som social konstruktion: som något vårt samhälle format, där människan helt eller delvis fostras i könsroller.

Sakkunnig i *Mäns föreställningar om kvinnor och chefskap* var Anna Wahl, nu professor på Kungliga Tekniska Högskolan. Anna Wahl engagerades vid kursstarten 1995 som föreläsare i utbildningen *Kvinnors ledarskap & undersökande journalistik* med fokus på organisation, genus och ledning.

En av pionjärerna, som initierade den svenska jämställdhetsdebatten på 1960-talet var Eva Moberg. Moberg var debattör, författare och journalist och publicerade år 1961 *Kvinnans*

1 SOU 1994:3. *Mäns föreställningar om kvinnor och chefskap*.

*villkorliga frigivning*². Denna essä utgjorde ett av startskotten för den feministiska våg, som kom att växa sig stark under 1970-talet och hon var också personen som myntade begreppet jämställdhet. Under 1970-talet växte kvinnorörelsen fram, vilken kom att utforska manliga och kvinnliga könsroller och krävde förändringar i samhället.

Milstolpar för jämställdhet

På tio år kom flera viktiga politiska reformer för att öka jämställdheten, några av dessa nämnda nedan:

- År 1971: Sambeskattnings mellan gifta avskaffades.
- År 1972: Barnstugeutredning blir klar och lägger grund för utbyggnad av daghemmen.
- År 1974: Föräldraförsäkring infördes.
- År 1974: Abortlagen antogs.
- År 1979: FN:s kvinnokommission instiftades.
- År 1980: Jämställdhetslagen antogs.

Yvonne Hirdman, professor i historia med inriktning genus, Stockholms universitet, formulerade år 1988 *Genussystemet: teoretiska funderingar kring kvinnors sociala underordning*³. Denna rapport var en del av *Maktutredningen*, en statlig utredning kring maktfördelning och demokrati, i vilken Hirdman var en av ledamöterna. Hirdman var den person som introducerade begreppet "genussystemet".

Inför valet år 1994 antog Socialdemokraterna, under ledning av Ingvar Carlsson, principen "Varannan damernas". Resultatet av initiativet blev en regering, som inkluderade

2 Moberg, Eva (2003). *Kvinnans villkorliga frigivning*. Återgiven i Prima materia: texter i urval. (s. 11-26).

3 Hirdman, Yvonne, (1988). *Genussystemet: teoretiska funderingar kring kvinnors sociala underordning*.

lika många kvinnliga som manliga statsråd. Denna princip har därefter i stort sett behållits oavsett regering och när Socialdemokraterna och Miljöpartiet bildade regering efter valet 2014 var ministerposterna delade lika mellan män och kvinnor.

År 1995, samma år som utbildningen *Kvinnors ledarskap* startade, enades FN:s medlemsstater om en handlingsplan för att öka jämställdheten i världen, den så kallade Peking-plattformen. Medierna var ett av tolv områden där man formulerade att insatser krävdes: Kvinnor borde få större utrymme i medierna och könsstereotyper i medierna skulle motverkas.

Cirka 10 år efter att *Maktutredningen* presenterades kom två viktiga initiativ för att förbättra jämställdheten. Dels då den första pappamånaden instiftades i föräldraförsäkringen år 1995, dels i och med att kvinnofridslagen utökades år 1998. Införandet av pappamånaden kom att innebära såväl nya möjligheter för män att ta en större plats i den annars så kvinnodominerade rollen i hemmet som för kvinnor att lägga över en del av detta ansvar på sin partner och förbättra sina förutsättningar på arbetsmarknaden.

Året därpå, 1999, infördes sexköpslagen, som kriminaliserade sexköp. Denna, i kontrast till den historiska synen, flyttade fokus från den som säljer till den som köper sexuella tjänster. Då den som säljer sex ofta är en kvinna och den som köper sex ofta är en man, gav detta ett nytt juridiskt perspektiv på denna fråga.

I juni år 2013 antog EU för första gången gemensamma indikatorer för jämställdhetsutvecklingen i medierna⁴. En av dessa indikatorer var andelen kvinnor på ledande positioner i mediebranschen. Syftet var att öka tillgången till medverkan och inflytande för kvinnor i branschen samt att motverka stereotypa

4 Council of the European Union; Employment, Social Policy, Health and Consumer Affairs.(20-21 juni 2013). *Council conclusions - "Advancing Women's Roles as Decision-makers in the Media"*.

könsskildringar. Vidare antog *Europarådet* sommaren år 2014 rekommendationer, som går betydligt längre i skrivningarna än EU:s indikatorer, om *mediernas ansvar för ojämställda mediebilder*⁵.

Boken *MediaAmazonerna* och priset Årets Media Amazon

I boken *MediaAmazonerna* från 2007 gjordes porträtt av och intervjuer med sex svenska, kvinnliga mediechefer: Amelia Adamo, Christina Jutterström, Lena K Samuelsson, Katrin Säfström, Cecilia Krönlein samt Anne Lagercrantz. Samtliga dessa hade deltagit i ledarskapsutbildningen *Kvinnors ledarskap* eller varit föreläsare. Boken omfattar även en studie av hur de då 143 yrkesverksamma kvinnor som deltagit i ledarskapsutbildningen såg på vad som bland annat är framgångsfaktorer för kvinnor i ledarrollen.

Studien genomfördes av Cecilia Zadig och Gunlög Israelsson som tillsammans var kursledare för *Kvinnors ledarskap* under åren 1995-2008. Boken *MediaAmazonerna – om kvinnors ledarskap* publicerades på Konsultförlaget/ Liber förlag 2007.

År 2010 bildades nätverket *Kvinnor som Leder Medier*, KLM, och i nätverkets namn instiftade Cecilia Zadig priset *Årets Media Amazon* som delas ut till årets bästa kvinnliga medieledare. Priset delas ut till en kvinnlig medieledare som utmärkt sig för nyskapande journalistiskt ledarskap.

Pristagare

- 2014 Lisa Irenius, kulturchef Svenska Dagbladet, då Upsala Nya Tidning
- 2013 Lena Glaser, programdirektör Interaktivt utbud och plattformar SVT

5 Council of the European Union, (2013). *Recommendation CM/Rec(2013)1 of the Committee of Ministers to member states on gender equality and media*.

- 2012 Johanna Kronlid, publisher tidningen *Arbetet*
- 2011 Lena K Samuelsson, koncerndirektör Schibsted, då chefredaktör Svenska Dagbladet
- 2010 Hanna Stjärne, vd SVT; publisher Upsala Nya Tidning, då framtidsstrateg SR.

