

Become an agent for change!

Tema Genus Master Program –
Gender studies – Intersectionality and change

Online and taught in English with
Face-to-Face meetings on campus

Master Program 60/120 or Separate courses

www.liu.se/gender-studies/  Linköping University
expanding reality

KONFERENS
Jämställdhetsarbete i skolan
– utveckling för ökad måluppfyllelse

GÖTEBORG
17 november
2014

STOCKHOLM
19 november
2014

ANMÄL DIG
HÄR OCH NU!

Skolverket

VILL DU JOBBA I BR
FEMINISM - MIGRATION - HBTQ

Vi söker en politisk sekreterare med
flyktingpolitik, migrationspolitik,
HBTQ och rättsliga EU-frågor

..sök nu 





Cecilia Zadig aktuell med ny bok: *Kvinnor och ledarskap i svenska medier.*

Bild: Pressbild

Mediekrisen öppning för normbrytande journalistik?

2014-11-13 | Maria Jacobson

EKONOMI – **Medievärlden är svårhanterlig. Snabba, rädsloskapande nyheter drar många klick, vilket är ett högt skattat mått på popularitet och ekonomisk förtjänst i branschen. Men jag ser det också som ett tecken på instabilitet vilket ofta gagnat kvinnor. Normer kan under sådana förhållanden luckras upp. Vad som ska betraktas som en nyhet är under ifrågasättande.**

Det säger Cecilia Zadig som har utbildat kvinnor i mediebranschen ledarpositioner i 20 år. Ett jubileum som firades under torsdagen med konferens på Nalen i Stockholm och med boken *Kvinnor och ledarskap i svenska medier.*

– För mig är det uppenbart att kvinnor förändrat mediernas innehåll såväl som ledningskulturen på redaktioner och i mediehus. Kvinnors påverkan ligger i det långa perspektivet och det är viktigt att se det, när parallella politiska och ekonomiska processer visar konservativa tendenser.

Cecilia Zadig utgör själv ett exempel på denna långsiktiga påverkan. Hon har en respektingivande journalistisk bakgrund i press, radio och tv och har erhållit flera priser för sina insatser. Bland annat har hon direktrapporterat till Ekot från revolutionens Portugal 1974. I samband med den svenska folkomröstningen om kärnkraft 1980 gjorde hon flera uppseendeväckande dokumentärer om kärnkraftssäkerhet, miljö och teknik och hon var den första journalist som avslöjade Bofors vapenexport till krigförande part 1983, via Singapore till Mellanöstern, något hon beskriver som det tuffaste uppdraget hon gjort.

– Frågan var, och är, mycket känslig ur flera aspekter. Det gällde rikets säkerhet, kalla kriget, arbetstillfällena och politisk spel. Alla dementerade naturligtvis, det var iskallt men jag hade en anonym källa till hjälp. Det var **Ingvar Bratt**, som senare trädde fram och avslöjade det hela.

Startade Gräv

Zadig var ett givet namn när funderingarna på att starta en förening i syfte att lyfta fram den undersökande och granskande journalistiken. Föreningen Grävande Journalister, med omkring tusen medlemmar i dag, sparkade igång i slutet av 1980-talet. Cecilia Zadig var föreningens ordförande mellan åren 1994 och 1996 och medverkade bland annat till att instifta det prestigefulla priset Guldspaden. Dessutom har hon instiftat

Galleri Syster presenterar:

GENDER

8/11 – 11/1

Jill Peters
Lilbeth Cuenca
Rasmussen
Elias Björn
Julia Bondesson
Tamara de Laval
Kristina Abelli Elander
Klaudia Stoll
Tejal Shah
Adriana Salazar
Museum Anna Nordlander
Dagmar Kase
Camilla Flodin
Lisa Gålmark
Helena Pedersen

HÄR
MÅGA

Länskonsthall Boden

**BLI
IN
IHO
HÄRSKART
Nu som w
Endast**

VILL DU FÖLJA
FEMINISTISK P
NICAR

ANNONS
FEMINIS
PERSP

Du når mella
70 000–80 0
besökare va
med intresse
feminism, ge
samlingsfråg

Läs

priset *Årets MediaAmazon* som delas ut till en kvinna som utmärkt sig för nyskapande ledarskap. I dag delas priset ut för femte gången.

Dessa biografiska fakta radas inte enbart upp för att visa Cecilia Zadigs journalistiska kompetens. Det är utifrån denna machoinfluerade värld hennes erfarenheter av och kunskaper om genus och ledarskap har formats.

– När jag var ordförande i Gräv fick jag frågan hur jag stod ut med grabbigheten. Föreningen drog på sig kritik för att undersökande journalistik som utförts av kvinnor inte riktigt räknades samtidigt som det fanns ett stort intresse för gräv från kvinnor i arbetsledande positioner.

– Sedan tidigt har jag också haft en stark känsla för det kvinnliga, eller kvinnskapet, som inte fick släppas fram inom journalistiken. Av att hävda mig i en manligt dominerad och organiserad värld inom ett fält som dessutom ska framstå som neutral och objektiv. Formellt sett ska kön inte spela någon roll men som i samhället som helhet har kön stor betydelse för exempelvis arbetsvillkor, omvärldstolkning och tolkningsföreträde.

Vanliga strategier för kvinnor

Cecilia Zadig kan med facit i hand se att hon använde sig av en av fyra strategier som kvinnor i mansdominerade världar vanligen gör, enligt forskning om genus och organisation. Dessa strategier belyses i boken *Kvinnor och ledarskap i svenska medier: konkurrensstrategi (one of the boys), specialiseringsstrategi (one of the girls), utvidgningsstrategi (att hitta nya områden) och att helt sonika fly fältet (lämna jobbet, företaget eller yrket).*

– För mig blev anpassning till den manliga normen nästan självklar. Jag är fostrad så, det var tuffa villkor och det gällde att ta sig fram. Det var viktigt att bevisa min kompetens på männens villkor – och det lärde mig att se att kvinnor kan detta med grävande och arbetskrävande journalistik, en kunskap som kommer till nytta i ledarskapsutbildningen. Då gjorde jag det med automatik, intuitivt, men nu vet vi mer om genus och vet att det kan vara en av flera strategier för att överleva i konservativt manliga strukturer.

Trots att Sverige vid den tiden, början av 1990-talet, hade ett etablerat jämställdhetspolitiskt arbete märktes inte det särskilt mycket i mediebranschen. Presshistoriskt går det att se att förändringar i medierna följt ett feministiskt vågmönster. På 1970-talet gjorde exempelvis kvinnor på *Aftonbladet* och *Göteborgs-Tidningen* uppror mot sexism såväl nyhetsinnehållet som på arbetsplatsen. När jag själv i början av 1980-talet utbildade mig till journalist var frågan i det närmaste bortglömd. Men så, under första halvan av 1990-talet kom en ny våg och i den kan utbildningen *Kvinnors ledarskap & undersökande journalistik* placeras.

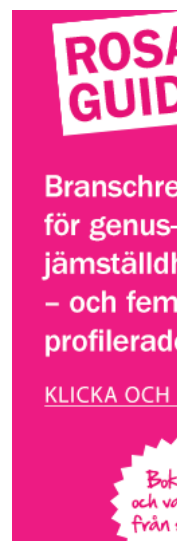
Skriver sin herstory

För att göra en personlig reflektion så har Cecilia Zadig och jag under 20 år arbetat parallellt med två olika delar av medierna; hon med professionsfrågor, jag med innehållsfrågor inom ramen för det mediekritiska nätverket *Allt är Möjligt*. Vi har så att säga skuggat varandra. En utgångspunkt, utöver Sveriges jämställdhetspolitik, i våra respektive arbeten är den så kallade Pekingplattformen från 1995, där FN:s medlemsstater enats om att betrakta kvinnors närvaro i medierna som ett viktigt område för ökad demokrati.

Ledarskapsutbildningen innehåller dels genus-, organisations- och ledarskapsteori, dels medierätt, arbetsrätt och redaktionell ekonomi. Viktiga feministiska inslag är att deltagarna skriver sin herstory, fördjupad självkunsknad, metoder för handledning och coaching vid undersökande journalistik. Syftet är att stärka kvinnor i chefsposition, liksom att använda genuskompetens i kraft av sitt ledarskap.

Boken *Kvinnor och ledarskap i svenska medier* dokumenterar på ett lättillgängligt och grafiskt tilltalande sätt kvinnors platstagande i ledarpositioner mot bakgrund av den stora strukturomvandling branschen genomgår. Ekonomisk kris, uppköpstaktik och teknikutveckling med publicering på flera plattformar är några exempel på snabba förändringar.

Dubbelbestraffning



Beställ handb
info@inte
(endast 35

www.inte



Boken har flera komponenter men stommen är en studie där samtliga 244 kvinnor som gått utbildningen Kvinnors ledarskap & undersökande journalistik tillfrågats om sitt arbete, arbetsvillkor, ledarskap, sina positioner och om övriga livsvillkor, exempelvis ansvar för hem och familj. 86 procent svarade. Svaren diskuteras utifrån etablerad teoribildning om kvinnor, ledarskap och makt i organisationer samt i förhållande till medielandskapets förändring. Cecilia Zadig har genomfört studien och skrivit boken tillsammans med genus- och statsvetaren **Nora Oleskog Tryggvason**.

Kvinnors närvaro på publicistiska chefspositioner har ökat, mer rejält de senaste tio åren. I dag innehas 42 procent av chefredaktörsposterna av kvinnor och på redaktionschefsnivå ser det än bättre ut, i stort sett 50/50. Enligt studien är en avgörande faktor mer generellt när det finns kvinnor i ledningsgrupper. Består ledningsgruppen av 30-50 procent kvinnor så påverkas både redaktionella prioriteringar och arbetsvillkor positivt för kvinnor.

Vad betyder kvinnors ökade närvaro och makt för innehållet i journalistiken och medierna? Ett argument för fler kvinnor i ledande ställning var att de förväntades bidra med något "annorlunda", mjukare "kvinnliga" värden. Chefer och kvinnliga chefer. En orimlig förväntan på att biologiskt kön i sig ska förändra sociala och kulturella strukturer i organisationer. Forskning visade att kvinnor råkade ut för en dubbelbestraffningssituation; hade de en mjukare ledarstil förlorade de i auktoritet, anammade de en traditionell maskulin ledarstil sågs de som okvinnliga, som bitchar, järnlady och andra stereotypa epitet. Så är det delvis fortfarande, enligt bokens studie. En man förväntas vara auktoritär, medan en kvinna som pekar med hela handen kan råka ut för både hot och hat, internt och externt.

Betydelsen av kvinnors närvaro?

På senare år har något hänt i efterfrågan på chefer. Numera är social kompetens, kommunikativ förmåga och demokratisk ledarstil mer gångbar.

– Mitt intryck är att folk i medierna vill bli ledda från sidan och inte uppfifrån, säger Cecilia Zadig. Dessutom har mediernas tekniska utveckling riktats mot ökad socialitet. Interaktion med läsare och lyssnare står i centrum. Här passar kvinnor in som i högre grad än män genusfostrats till kommunikation, dialog och känslighet. Och ser vi tillbaka en bit kan det ökade intresset för medieinnehåll om kvinnors kroppar, sexualitet, våld mot kvinnor, vård, skola omsorg och människans psyke tillskrivas kvinnors närvaro.

Men sker inte det inom ramen för en traditionell kvinnlighet, undrar jag.

– Jo, och det tycker jag är bra. Det är djupt mänskliga värden som hela planetens överlevnad är beroende av men som har nedvärderats. Vi vet ju att kvinnor är duktiga på traditionellt maskulint kodad "hård" journalistik men utmaningen ligger i att vidga traditionellt feminina normer som påverkar mediernas innehåll och medskapandet av verkligheten.

En samtidig utveckling som pekar i motsatt riktning är det starka fokuset på snabba, dramatiska nyheter, så kallad blåljusjournalistik, där män ofta är i dominans som brottsförövare och representanter för rättsväsendet. Det bidrar till ökad mansnärvaro i mediernas innehåll.

– Medievärlden är svårhanterlig. Snabba, rädsloskapande nyheter drar många klick, vilket är ett högt skattat mått på popularitet och ekonomisk förtjänst i branschen. Men jag ser det också som ett tecken på instabilitet vilket ofta gagnat kvinnor. Normer kan under sådana förhållanden luckras upp. Vad som ska betraktas som en nyhet är under ifrågasättande.

Makten flyttar

En vanlig mekanism när kvinnor ges tillfälle att få maktpositioner är att makten flyttar uppåt och männen med den. Så sker också i medievärlden vid uppköp och bildandet av mediehus. Kvinnor ges möjlighet att bli publicistiska chefer men på de ekonomiska maktpositionerna i koncernledningarna finns oftast män. Tidigare hade ofta en chefredaktör och en vd gemensamt ansvar och det fanns vad som kan kallas en horisontell kamp om resurserna. Nu är den kampen mer vertikal, publicistiska chefer får tampas med en överordnad koncernledning.

BEKL
BILDEN
TILLGÅ
ÄN

En kvinna vars
lika högt som es

F! Vi vill ir
Stöd vår

HEJ
BLEK
– din feminist
i cyberspace



Bilden av kvinnors närvaro blir än mer mångfacetterad i så motto att kvinnors representation i nyhetsinnehållet inte ökat nämnvärt sedan mitten av 1990-talet. Drygt 30 procent kvinnor kan räknas som nyhetssubjekt, det vill säga får uttala sig och/eller medverka på bild, enligt flera undersökningar. Längre har det argumenterats att bara det finns tillräckligt många kvinnor i toppen på medierna så löser sig underrepresentationen av sig själv.

– I och för sig är 30 procent en tillräckligt kritisk massa för att en samhällsförändrande möjlighet finns även om full jämställdhet måste vara målet i innehållet. Representation ur alla perspektiv är en trovärdighets- och demokratifråga. Självklart kan inte nyheterna hålla fast vid att spegla en förlegad världsbild, utan branschen måste förstå att den är medskapare av verkligheten. Jag tror det börjar sjunka in i takt med teknikutvecklingen som kräver en ny typ av aktörskap från branschen. Ser vi tillbaka längre än 20 år går det ändå att se att kvinnors närvaro långsamt ökar också i nyhetsinnehållet.

Till ett pris, betonar Cecilia Zadig. Kvinnor som syns och tar plats, både i organisationer och i innehåll, utsätts i högre grad än män för sexualiserat hat via nätet. En farlig konsekvens av den ökade socialiteten, vilket bara understryker att medieorganisationers genusmedvetenhet behöver öka.

Kommentarer

Den här artikeln saknar kommentarer. Bli först med att lämna en!