

Den ideala journalisten har under hela 1900-talet varit en man. Även om andelen kvinnor på fältet ökat under det senaste seklet har deras tillträde till offentligheten kopplats till kravet att ”göra skillnad”, menar Monika Djerf-Pierre.

Journalistikens kön. Fältets struktur och logik under 1900-talet

Monika Djerf-Pierre

Kvinnornas makt i journalistiken och villkor i offentligheten är viktiga problemområden i den feministiska medieforskningen. Representationen av kvinnor i medieutbudet, kvinnliga journalisters yrkesideal och arbetsvillkor samt historiska studier av enskilda kvinnliga journalisters liv och verksamhet är exempel på teman som blivit belysta i den nordiska forskningen. Manligheten – och i viss mån även kvinnligheten – som forskningsproblem har hittills ägnats mindre uppmärksamhet. Att journalistiken etablerades som en manlig institution och att män hittills dominerat i journalistiken är relativt enkelt att slå fast. Vad manlighet och kvinnlighet har för innebörder på det journalistiska fältet och hur dessa föreställningar förändrats med tiden vet vi mindre om. Samtidigt är dessa frågor betydelsefulla att undersöka om vi vill förstå hur könsordningen produceras, reproduceras och förändras i journalistiken. Det är just detta förhållande mellan

medieproduktion, makt och kön jag har för avsikt att diskutera i denna text.

Jag ska i det följande analysera det svenska journalistiska fältet ur ett historiskt och feministiskt perspektiv. Med utgångspunkt från både egen och andras forskning om kön och journalistik är min avsikt att beskriva fältets struktur och logik under 1900-talet. Den strukturella ansatsen medför att fokus kommer att ligga på de övergripande dragen och förändringarna av fältet som helhet.

I analysen av makt och kön i journalistiken har jag hämtat inspiration från Pierre Bourdieus teorier om den sociala maktens reproduktion. Enligt Bourdieu kan ett socialt fält betraktas som ett system av konkurrerande sociala relationer som fungerar i enlighet med sin egen logik; det består av objektiva relationer mellan individer eller institutioner (agenter) som tävlar om samma vinster eller utbyten. Det journalistiska fältet kan ses som ett sådant system

av konkurrerande relationer. De agenter som är verksamma på fältet använder olika strategier för att skaffa sig positioner och inflytande över produktionsverksamheten. Det som står på spel är framgång, prestige och status och slutligen även makten att avgöra vem som skall få lov att kalla sig journalist samt att definiera vad som skall betraktas som den "goda" och värdefulla journalistiken. För att nå en position på fältet krävs resurser – dvs tillgång till det specifika kapital som är gångbart på det journalistiska fältet. Kapital är, enligt Bourdieu, inte begränsat till ekonomiska tillgångar. Tvärtom, det är alla typer av resurser eller allt som betraktas som värdefullt och eftersträvt på ett visst fält. Bourdieu skiljer mellan symboliskt (status, prestige, legitimitet), ekonomiskt (materiella tillgångar), kulturellt (utbildning, titlar och utmärkelser) och socialt kapital (släktförbindelser, formella och informella nätverk och personkontakter). Även kön kan betraktas som ett symboliskt kapital med olika värde på olika fält, men kön är även en aspekt av en persons habitus (se Margareta Melin-Higgins artikel i detta nummer).¹

Jag inleder med en analys av det *journalistiska fältets struktur* i ett historiskt perspektiv och diskuterar hur det journalistiska fältet byggts upp och förändrats under tre tidsperioder på 1900-talet: partipressens tid 1900–1950, professionaliseringens tid 1950–1985 samt kommersialiseringens tid 1985 och framåt. Utgångspunkten för periodiseringen i den historiska genomgången är maktbasernas förändring i journalistiken. Det journalistiska fältet befinner sig i skärningspunkten mellan tre styrfält: det politiska, det ekonomiska och det professionella. Styrfältens olika styrka har växlat med tiden, vilket har inneburit att maktbaserna i journalistiken har förändrats, något som jag menar har haft central betydelse för

könsordningen på fältet. Med Bourdieu som utgångspunkt har jag formulerat fyra centrala frågor som utgör teman i beskrivningen. Den första är vilka platser och positioner som kvinnor och män funnits på i journalistiken. Den andra frågan gäller hur rekryteringen till journalistiken gått till och vilka kapitalformer som män och kvinnor tillägnat sig. Den tredje frågan är på vilka sätt den "goda" journalistiken varit könsmärkt. Vilka journalistiska positioner, medier och genrer har under olika tidsperioder varit förknippade med status/prestige och har denna statusmärkning också haft en könsdimension? Den fjärde och sista frågan är hur könskampen på fältet förts, vilka strategier som varit gångbara samt var det har funnits könskonflikter och vad konflikterna i så fall handlat om. Avslutningsvis diskuterar jag några möjliga slutsatser om det journalistiska fältets *logik*. Här problematiserar jag frågan om vad manlighet och kvinnlighet har haft för innebörder på det journalistiska fältet samt hur status, prestige och makt i journalistiken kan kopplas till olika föreställningar om kön.

Strukturen

Den borgerliga offentligheten och de opinionsbildande arenor som växte fram i 1700- och 1800-talets Europa är förbundna med framväxten av den moderna dagspressen. Den borgerliga offentligheten var manlig. Precis som andra maktfält som politiken, kyrkan och vetenskapen etablerades journalistiken som en manlig arena dit kvinnor saknade tillträde.² De första svenska kvinnliga publicisterna under 1600- och 1700-talet var ett antal tryckeriänkor som övertog sina makars företag och drev tidningsutgivningsverksamheten vidare.³ Änkeståndet var även på andra fält det som gav kvinnor möjlighet att bedriva näringsverksamhet. Efter mitten av 1800-talet fick kvinnor större

möjligheter att arbeta som publicister, men samtidigt var de kvinnliga medarbetarna i dagspressen mycket få. Det första stora genombrottet för kvinnorna i journalistiken kom i början av 1900-talet.

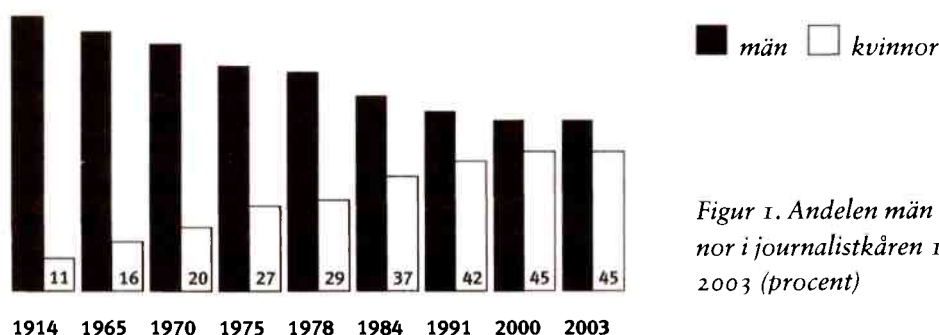
PARTIPRESSENS TID 1900–1950

I Sverige och de övriga nordiska länderna utvecklades en stark, lokalt förankrad partipress. Tidningar startades för att föra fram en viss politisk linje och vara språkrör i den politiska debatten. Folkrörelser och politiska organisationer försökte nå ut med sitt budskap inte bara genom organisationspress utan också genom grundandet av dagstidningar. Detta var viktigt inte minst för arbetarrörelsen, men samtliga partier i alla större svenska städer hade en tidning som representerade den egna politiska inriktningen.

Radion fick en annan roll. Till skillnad från USA, där radion blev kommersiell från starten, fick Europas länder olika varianter av offentligt reglerad, allmännyttig radioverksamhet,

något som senare gavs beteckningen ”public service”. I Sverige inledde företaget Radiotjänst riksomfattande radiosändningar i en kanal år 1925. Ett av de viktigaste grunddragen i det svenska mediasystemet lades därmed fast på 1920-talet: dagspressen verkade i huvudsak på lokala och regionala marknader medan radion blev nationell.

Den manliga dominansen på tidningsredaktionerna var stark under 1900-talets första decennier. År 1914, då den första tillgängliga statistiken finns, var andelen kvinnor i Stockholmspressen ca 11 procent (Figur 1). Inom landsortspress och socialdemokratisk press var kvinnorna betydligt färre, endast några procent.⁴ Det var således inom den borgerliga stockholmspressen som kvinnorna först gjorde sitt intåg. På 1910-talet bildades gruppen Ligan, som var ett informellt nätverk av kvinnliga stockholmsjournalister (se Margareta Ståls artikel i detta nummer). På radion var kvinnorepresentationen betydligt sämre än på tidningsredaktionerna. Producenterna och radioledningen bestod inledningsvis enbart av män, och först efter många påtryckningar an-



Figur 1. Andelen män och kvinnor i journalistkåren 1914–2003 (procent)

Källor: Beräkningarna för år 1965–2003 är baserade på antalet medlemmar i Svenska journalistförbundet. För 1914 gäller uppgifterna endast Stockholm. I Göteborg/Malmö var andelen kvinnor endast ca 4 procent, i landsorten ännu färre.⁶

ställdes två kvinnliga producenter i början av 1940-talet, Kerstin Berggren-Axberger (för ”kvinnoprogrammen”) och Barbro Svinhufvud (för barnprogrammen).⁵

Den expanderande populärpressen blev under 1900-talets första hälft också en viktig kvinnlig plattform. I veckopressen fanns redan en flora av tidskrifter som riktade sig till ”damer” och husmödrar, med många kvinnliga skribenter, till exempel *Idun*, som skapade en egen nisch i veckotidningsutbudet, och *Svensk Damtidning*. Båda startades på 1880-talet. Senare titlar som *Husmodern* (1917), *Hemmets Journal* (1921) och *Hemmets Veckotidning* (1929) antyder tidskrifter som innehållsligt representerade en spännvidd mellan mode och flärd, hem- och familjematerial och folkupplysning.

På maktpositionerna i radion och pressen var mansdominansen i det närmaste total. Bland de 353 personer som fanns registrerade som huvudredaktörer för svenska dagstidningar år 1925 fanns endast fem kvinnor, samtliga för mindre tidningar.⁷ Tjugofem år senare hade situationen inte förbättrats. Av totalt 294 huvudredaktörer år 1950 fanns endast en kvinnlig huvudredaktör, Elsa Iwar för *Eksjötidningen*. Det var istället till populärpressen som de första kvinnliga huvudredaktörerna rekryterades, som Eva Nyblom (gift Hökerberg) för *Idun*, Elsa Nyblom för *Vecko-Journalen* och Thora Holm för *Husmodern*.⁸ Även kvinnoörelsen etablerade tidskrifter där det fanns utrymme för kvinnliga redaktörer, som Elin Wägner för tidskriften *Tidevarvet*.

Könsmärkning och status

Redan under det tidiga 1900-talet etablerades en könsmärkning av positioner och bevakningsområden i dagspressjournalistiken. De kvinnliga journalisterna i den borgerliga pressen var välutbildade och hade goda språkkun-

skaper, vilket blev en inträdesbiljett till att få arbeta med att översätta material från utländska tidningar. De sensationella utrikesnotiser-na – nyheter om skandaler, mord och brott, som skrevs ihop till så kallade c-notiser – blev en kvinnlig domän.⁹ Andra kvinnliga uppgifter var att skriva kåserier och följetonger. När särskilda dam- eller kvinnoidor etablerades fick de också leverera material till dessa. Det gällde exempelvis material om hem, hushåll och familj, men också konsumentfrågor och kvinnofrågor. De tidiga kvinnliga journalisterna arbetade också med att utveckla nya journalistiska genrer, som intervjun och reportaget. Journalisten Ester Blenda Nordström, som var medlem av Ligan, väckte exempelvis stor uppmärksamhet för sina rollreportage där hon iscensatte sig själv i olika situationer för att få fram faktaunderlag, något som numera brukar kallas att wallraffa. Bland annat tog hon anställning som piga, för att kunna skildra en pigas liv inifrån. Männerna dominerade de flesta andra bevakningsområden, i synnerhet det inrikespolitiska och ekonomiska stoffet, liksom utrikespolitiken när den ökade i betydelse och status i samband med första världskriget. Även kulturbevakningen var ett högstatusområde, där den manliga dominansen var stor.

Maktpositionerna i pressen var tydligt kopplade till den centrala opinionsbildande rollen. Chefredaktören eller huvudredaktören hade ofta ansvaret för det opinionsbildande materialet, men ibland var ledningen för den politiska avdelningen (ledaravdelningen) skild från chefredaktörskapet. Det var mycket vanligt att de ledande tidningsmännen också var aktiva partimedlemmar och framträdande representanter för sina partier. För pressen byggde maktbasen i journalistiken därmed på ägandet som i sin tur hade partipolitiska kopplingar. Ägarna var ofta direkt aktiva i den redaktionella styr-

ningen, där de fungerade som publisher eller publicister.¹⁰ En publisher är en person som leder hela tidningen, både redaktioner och administrativa avdelningar. Publicisterna är främst engagerade i det egna skrivandet och i den opinionsbildande rollen för tidningen.

Programutbudet i radio skilde sig från pressens innehåll. Det utgick från folkuppfostrande- och folkbildande ideal och präglades av en borgerlig livsstil och retorik. Det lärda föredraget var en viktig genre i den tidiga radion och föredragshållarna var oftast män. ”Kvinnliga, proletära och regionala röster förtrycktes i radions nationella projekt”, menar radiohistorikern Karin Nordberg.¹¹ Det var först under andra världskriget som kvinnliga röster i radion fick ett genombrott. Kvinnliga föredragshållare rekryterades i folkhushålllets tjänst och radion skapade på så sätt en kvinnooffentlighet i sina program. Husmorsprogram fanns dock med i radion redan från starten. Programutbudet betonade kvinnors roll som husmodrar där viktiga teman var husmoderns professionalisering, hemarbetets rationalisering och kvinnlig medborgarfostran. Husmorsprogrammen expanderade under 1940-talet under ledning av Ingrid Samuelsson. Ett av Samuelssons viktigaste bidrag var att aktivera lyssnarna i programarbetet. Hon introducerade nya genrer där brev och samtal mellan lyssnarna var viktiga inslag. Istället för att ”tala till” lyssnarna kunde radion därför skapa en dialog som förde samman husmodrar från norr till söder.

Kapital och rekrytering

Maktpositionerna i radion var förbehållna en manlig elit med ett rikt kulturellt kapital. Exempel från 1930-talet är att chefen för radions nyhetsavdelning Olof Forsén var fil lic i etnologi, radiochefen Carl Anders Dymling fil lic i litteraturhistoria och chefen för radions före-

dragsavdelning Yngve Hugo hade folkrörelsebakgrund som bl a rektor för Brunnsviks folkhögskola.

De manliga chefredaktörerna för den borgerliga pressen var personer med liknande sociala och kulturella tillgångar; de hade hög klassbakgrund och/eller var mycket välutbildade, ofta med universitetsutbildningar och titlar som fil lic, professor och doktor i bagaget. Den socialdemokratiska pressens redaktörer hade en helt annan klassbakgrund och andra vägar in i yrket. De kom oftare från arbetarfamiljer, de rekryterades ur den fackliga och politiska rörelsen och hade sällan studentexamen eller högre utbildning. Vanligtvis inleddes journalistkarriären från en funktionärspost i den socialdemokratiska partiorganisationen eller fackföreningsrörelsen.¹²

Populärpressens manliga chefredaktörer hade en mer varierande social bakgrund. En undersökning av bakgrunden hos chefredaktörerna på de största veckotidningarna 1925 och 1950 visar att flera av de manliga chefredaktörerna hade arbetat sig upp från enkla förhållanden. De kvinnliga chefredaktörerna hade oftare en borgerlig klassbakgrund med ett rikt socialt och kulturellt kapital.¹³

Rekryteringen av redaktionella medarbetare skedde enligt ett likartat mönster som på toppositionerna. I radion var det en samling ”handplockade, hallåprovade herrar” som anställdes.¹⁴ Det kulturella kapitalet, i form av bildning och förmågan att uttrycka sig väl i tal, hade stor betydelse och röstprovet – ”hallåprovet” – var ett viktigt urvalsinstrument.

När det gällde dagspressen skilde sig rekryteringsvägarna, liksom de sociala baserna som rekryteringen skedde från, kraftigt mellan socialdemokratiska och borgerliga tidningar. Journalisterna sympatiserade normalt med den politiska åsiktsriktning som tidningen före-

trädde. Inskolningen i pressyrket skedde dock vanligtvis genom arbete som volontär, med låg eller obefintlig lön. Någon särskild yrkesutbildning för journalister fanns inte och journalistyrket hade generellt ingen hög status. Arbetet innebar oreglerade arbetstider, det var inte särskilt välbetalt och journalisterna hyste en stark lojalitet med företaget.¹⁵

Personkontakter var också betydelsefulla för möjligheterna att få anställning, både i radio och pressen. ”Den som var intresserad sökte upp en eller flera redaktioner, hade föräldrar som kände någon tidningschef eller hade kamrater som tipsade”.¹⁶ Det var alltså det sociala kapitalet som var avgörande för inträdet till yrket. De första kvinnliga dagspressjournalisterna hade ett sådant rikt socialt kapital, men också mycket annat kapital i bagaget. Det var de borgerliga kvinnorna som erövrade platser i det offentliga rummet. De första kvinnorna i den borgerliga pressen var högutbildade och kom från övre medelklassen, de hade fäder som stöttade kvinnornas yrkeskarriär, inflytelserika vänner och de gifte sig ofta med framgångsrika kollegor. De var både företrädare och förespråkare för den ”nya kvinnan”, ett nytt kvinnoideal som såg kvinnan som självständig, jämlik och kamrat med männen.¹⁷ Många var även aktiva i kvinnorörelsen. Klasspositionen och allt kapital som den förde med sig var därmed en viktig inträdesbiljett till den offentliga scenen.

Kampen på fältet

De kvinnliga journalisterna saknade inledningsvis tillträde till de professionella samslutningarna. Publicistklubben, som är en yrkesförening för publicistiskt verksamma i svenska massmedier både som ägare och anställda, var när den startade 1874 en ren herr-

klubb. Även Svenska journalistförbundet var kraftigt mansdominerat. När förbundet bildades 1901 var endast två kvinnor med, Maria Cederschiöld och Anna Wallin, båda från *Aftonbladet*.¹⁸ Under 1900-talets första hälft bildades istället olika typer av kvinnliga nätverk, både av informell och formell karaktär, som förde samman kvinnliga journalister. Det gällde till exempel Yrkeskvinnors riksförbund och den tidigare nämnda Ligan med kvinnliga stockholmsjournalister.¹⁹

Att det endast fanns ett fåtal kvinnor på redaktionerna tycks ha inneburit både en marginalisering och ett privilegium. Genom att de var unika fick de en ökad uppmärksamhet och även uppskattning, men det innebar också ett utanförskap. De tidiga kvinnliga journalisterna såg sig emellertid inte som motarbetade. Tvärtom, de flesta ansåg sig inte ha upplevt några problem utan uppfattade de manliga kollegorna som vänliga och hjälpsamma.²⁰ En förklaring kan vara att könen ännu inte konkurrerade om samma utbyten eller vinster. Kvinnors inträde i dagstidningsjournalistiken skedde på männens villkor där utgångspunkten var att kvinnorna kompletterade snarare än konkurrerade med männens kunskaper och kompetenser. Det som uppfattades vara kärnområdet för parti-pressen, den politiska och opinionsbildande journalistiken, var männens domän.

Den ”fredliga samexistensen” betydde inte att det saknades protester mot den manliga dominansen på redaktionerna och i utbudet. Liganmedlemmarna ordnade till exempel en spektakulär filmvisning som uppmärksammade och kritiserade könsskillnader i löner och arbetsvillkor och ”Svenska kvinnoföreningars radiokommitté”, som bildades av fjorton ledande kvinnoföreningar, protesterade bland annat mot bristen på kvinnliga föredragshäl-

lare i radion. Protesterna fick effekt och antalet radioföredrag som hölls av kvinnor mer än tredubblades mellan 1932 och 1936.²¹

Det var en kombination av politiska och ekonomiska marknadsmässiga faktorer som möjliggjorde kvinnornas successiva frammarsch i dagspressjournalistiken – i synnerhet under 1930-talet. För det första medieförändringar där en ökad kommersialisering skapade behov av material för att attrahera kvinnliga läsare, för det andra samhällsförändringar där kvinnor fått rösträtt och tillträde till fler samhällsfält och där ”den nya kvinnan” representerade ett nytt självständigt kvinnoideal.²² Trots att flertalet av tidningskvinnorna fick ägna sig åt de mindre prestigefyllda damsidorna, lyckades ett antal ”solister” bli mycket framgångsrika stjärnjournalister på sina respektive tidningar. Det gällde bland andra Barbro Alving ”Bang” på *Dagens Nyheter*, Maud Adlercreutz ”Maud” på *Aftonbladet* och Astrid Ljungström ”Attis” på *Svenska Dagbladet*.²³ I den allmännyttiga radion och i landsortspressen släpade utvecklingen efter.

PROFESSIONALISERINGENS TID 1950–1985

Under 1940- och 1950-talet lades ett stort antal landsortstidningar ner och allt fler tidningar fick lokala monopol. Monopolsituationen medförde att dagspressen måste söka sig en bredare läsekrets och rikta sig över parti-gränserna. Samtidigt under 1950-talet expanderade radion till tre kanaler och ett nytt medium startade 1956: televisionen. Även televisionen blev en del av det allmännyttiga radioföretaget Radiotjänst, som 1957 bytte namn till Sveriges Radio. Kvällspressen fick sin genombrottsperiod under efterkrigstiden och decennierna därefter. Det journalistiska fältet

växte därmed kraftigt; år 1954 hade Svenska journalistförbundet ca 2500 medlemmar, år 1976 drygt 9000 och år 1985 ca 12 000. Det journalistiska fältet dominerades fortfarande starkt av dagspressen. En undersökning av den svenska journalistkåren som gjordes 1969 visade att av de svenska journalisterna arbetade 67 procent inom dagspress (44 procent i landsortspressen, 23 inom storstadspressen), i radio/TV endast 5 procent.²⁴

Redan i början av 1900-talet hade en begynnande professionalisering av journalistyrket kunnat skönjas. Den kom till uttryck i att kraven på specialiserade fackkunskaper ökade och att yrkes- och fackförbund bildades, Publicistklubben och Svenska journalistförbundet. Men det var under 1950-talet som professionaliseringen kom igång på allvar. En viktig indikator på detta var att en yrkesutbildning för journalister kom till stånd i slutet av decenniet. Då startade de första Journalistinstitutet i Stockholm och Göteborg. Tidningsdöden och professionaliseringen bidrog sammantaget till att den partipolitiska vinklingen av nyhetsurval och -tolkning i pressen minskade. Allt fler tidningar började markera ett partipolitiskt oberoende och även om man behöll parti-anknytningen på ledarplats fick den successivt mindre betydelse för det redaktionella materialet. Den framgångsrika kvällspressen introducerade en lättillgängligare stil, med populära satsningar på sport, bilder och sensationer. Storstadspressens nyhetsvärdering blev vägledande även för radion, som miste mycket av sin överhetskarakter. Det underhållande programstoffet och nyhetsmaterialet fick större utrymme, som sport, underhållning och sensationer, samtidigt som det folkupplysande innehållet minskade. Att de journalistiska urvalsprinciperna och normerna blev mer homogena kan också ses som ett uttryck för professiona-

liseringsen, eftersom professioner bygger på gemensamma yrkesnormer och etiska regler.²⁵

När det professionella inflytandet över produktionen ökade började de journalistiska normerna och idealen förändras. Vid slutet av 1960-talet var konsensus inte längre grunden för den goda journalistiken. Det skedde en radikal omsvängning både när det gällde synen på allmänheten och på det journalistiska uppdraget, i synnerhet i radio och TV. Ett aktivt påverkansideal introducerades både i förhållande till allmänheten och till det omgivande samhället. Journalistiken blev till ett ”uppdrag” att verka som den ”tredje statsmakten”, att kritiskt granska makthavarna och lyfta fram brister och missförhållanden i samhället.²⁶

Partipressens minskade inflytande, professionalisering och public servicemediernas expansion innebar att nya maktbaser skapades på det journalistiska fältet. Dessa frikopplades delvis från de formella maktpositionerna och grundades istället på ett symboliskt kapital som var kopplat till offentlig berömmelse och professionella utmärkelser. Nya grupper av statusjournalister kunde bygga sin position på sin professionella gärning, där kvalitetskriterierna i större utsträckning definierades av kollegor på fältet. Journalistikens roll som granskare av makthavarna uppfattades som det viktigaste i uppdraget och den undersökande och avslöjande journalistiken fick en särskild status. Den kritiskt granskande journalistiken hade internationella förebilder, bland annat i tidningen *Washington Posts* avslöjande av Watergateskandalen 1972–1973. De amerikanska journalisterna Bob Woodward och Carl Bernstein blev stjärnjournalister och avslöjarjournalistiken fick kultstatus. I Sverige blev på samma sätt *Folket i bild/Kulturfronts* avslöjande av IB-affären 1973 sinnebilden för

den nya journalistrollen. De inblandade dömdes till fängelse för olovlig underrättelseverksamhet, men för en av journalisterna, Jan Guillou, blev det inledningen på en karriär som en av Sveriges mest berömda journalister. Skjutjärnet – den orådde journalisten som utan att tveka ger sig på jakt efter maktmissbrukande makthavare och som utan hänsyn till konsekvenserna avslöjar sanningen – blev en metafor för det nya journalistiska idealet.

Kvinnorna i journalistiken blev fler men eftersom fältet samtidigt växte gick den andelsmässiga utvecklingen inte lika fort. I likhet med radion var den tidiga televisionen starkt mansdominerad. De enda reaktionerna där kvinnor fick stort utrymme var barn- samt hem- och familjeredaktionerna.²⁷ På televisionens nyhetsredaktion kom den första och under flera år enda kvinnliga reportern Ingrid Schrewelius 1960. Radions nyhetsredaktion fick sin första fast anställda kvinna 1964 i Vanna Beckman. I journalistkåren som helhet var andelen kvinnor 1965 16 procent (Figur 1), år 1978 hade den ökat till 29. Andelen kvinnor var betydligt högre inom populärpressen än i andra sektorer. Mansdominansen i TV fortsatte även i den nya kanalen TV2, som startade 1969. När rekryteringen gjordes sökte 1 496 män och 645 kvinnor till de planerade producentutbildningarna. Totalt antogs 72 personer varav 15 kvinnor.²⁸

Trots tillströmningen av kvinnor på fältet var det fortfarande tunt med kvinnor i ledningarna på medieföretagen – på Stockholms morgon- och kvällstidningar fanns 1975 fortfarande inte en enda kvinna.²⁹ I radio och TV var det inte mycket bättre ställt, där saknades kvinnor i ledande positioner förutom på hem-, familje- och barnredaktionerna.³⁰ På nyhetsredaktionerna var samtliga chefer män fram till slutet av 1970-talet.

Könsmärkning och status

Under 1950-talet var journalistiken i stor utsträckning präglad av föreställningar om harmoniskt komplementära könsroller.³¹ Den utgick från en funktionell uppdelning av platser och ansvarsområden. Hem och hushåll, barnuppfostran och relationer blev kvinnliga domäner, men med låg status, och på det som betraktades som viktiga högstatusområden, politik, ekonomi och utrikes, dominerade manliga journalister. Vid mitten av 1960-talet hade denna segregering börjat luckras upp, men det fanns ändå en könsmärkt statusfördelning på redaktionerna. På televisionens nyhetsredaktioner var cheferna män och mansdominansen var nästan total på de prestigefyllda positionerna i den inrikespolitiska gruppen och utrikesgruppen. Bland allmänreportrarna var kvinnorna något fler.³²

Under 1970-talet fick miljöfrågorna, de så kallade sociala frågorna (skola, vård, omsorg) och konsumentfrågorna ökad uppmärksamhet i både dagspressen och i radio/TV. Det som kom att kallas ”mjuka” nyheter i motsats till de ”hårda” (politik och ekonomi), blev ett växande fält för kvinnliga journalister. I pressen var de mest mansdominerade områdena sport, näringsliv, utrikes och politik där cirka nio av tio artiklar var skrivna av män. Sociala frågor och konsumentfrågor var det enda områdena som dominerades av kvinnor. Samma mönster fanns i radio/TV.³³

Rekrytering och kapital

Professionaliseringen bidrog till att förändra rekryteringsvägarna till yrket, vilket också påverkade kvinnornas möjligheter att ta sig in på fältet. Det var inte längre självklart att journalisterna politiskt sympatiserade med den politiska inriktning tidningen hade och partianknytning blev mindre vägande för rekry-

teringen. Det kulturella kapitalet i form av en journalistutbildning blev en ny resurs för att få tillträde till fältet, samtidigt som det sociala kapitalet i form av personkontakter och professionellt kapital (journalistisk erfarenhet) hade stor betydelse för de vidare karriärmöjligheterna. Även på toppnivå blev professionellt kapital i form av erfarenhet av journalistiskt och redaktionellt ledningsarbete allt viktigare. På radion och senare televisionen började rekryteringsvägarna likna dagspressens. På den gamla myndighetspräglade radion fanns främst manliga humanister från Stockholmstrakten, men under 1960-talet var det istället dagspressjournalister med samhällsvetenskaplig akademisk utbildning som rekryterades till radio och TV.

Professionaliseringen bidrog till en början till att exkludera kvinnor. Ett exempel är televisionens nyhetsredaktion där nyhetsuppläsarna till en början var kvinnor som samtidigt fungerade som TV-hallåor. När radioledningen i början av 1960-talet bestämde sig för att nyhetstelegrammen skulle läsas av ”professionella journalister” fick kvinnorna sluta. Journalistutbildningarna blev inte heller omedelbart en tillgång för kvinnor. Till de första journalistinstituterna sökte en stor mängd kvinnor, men endast ett fåtal av dem antogs.³⁴ Antalet kvinnor som antogs till utbildningarna ökade dock med tiden och en journalistexamen blev en allt viktigare resurs för kvinnor som ville in i journalistiken. I undersökningen av den svenska journalistkåren 1969 framkom att kvinnor betydligt oftare hade hög utbildning.³⁵ Studien innehöll också uppgifter om den sociala sammansättningen i kåren – journalisterna hade vanligtvis medelklassbakgrund, 40 procent hade minst studentexamen varav hälften även hade en högskoleutbildning. 40 procent hade någon form av journalistisk yrkesutbildning,

varav cirka en fjärdedel utgjordes av Journalistinstitut eller Journalisthögskola.

Instiftandet av priser och utmärkelser, där den professionella gärningen bedöms och belönas av kollegor i yrket, kan också ses som ett uttryck för professionaliseringen. Det Stora journalistpriset instiftades 1966 av Bonniers för att belöna framstående yrkesprestationer inom journalistiken och Publicistklubbens utmärkelse Guldpennan började utdelas vid föreningens 100-årsjubileum 1975.

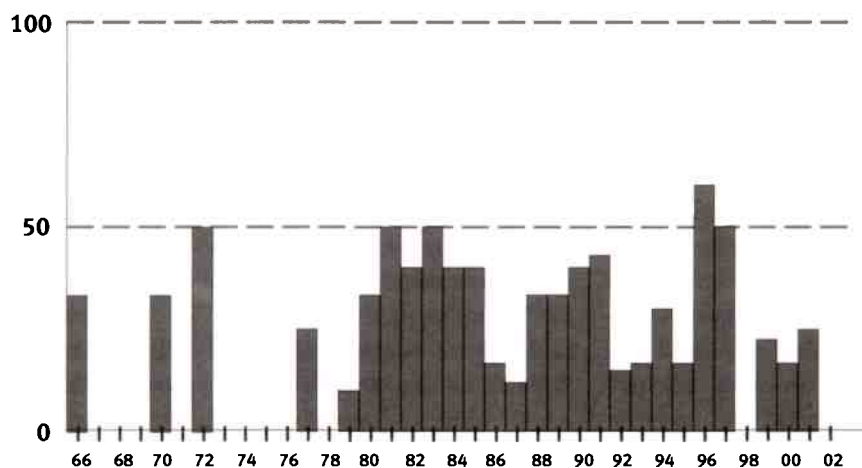
Stora journalistpriset hade inledningsvis endast två klasser: dagspress och annan periodisk press. Senare tillkom priser för radio, TV och nya medier. Från och med 2002 övergavs de mediedefinerade prisklasserna och priser delades ut för "årets berättare", "årets avslöjande" och "årets förnyare". Vid den första utdelningen av Stora journalistpriset 1966 fick Gertrud Zetterholm på *Femina* ett delat pris med Gunnar A Olin på *Läkartidningen*. Det tredje och sista priset gavs till Sven Öste på *Dagens Nyheter*. Därefter

dröjde det fyra år innan en kvinna åter blev aktuell. Totalt var 24 procent av pristagarna under åren 1966–2002 kvinnor, men antalet varierade kraftigt under olika tidsperioder (Figur 2). Fram till 1980 hörde kvinnliga pristagare till undantagen. Under större delen av professionaliseringsperioden gavs de professionella utmärkelserna, fältets belöning, därmed i stor utsträckning av män till män.

Kampen på fältet

Under första hälften av 1970-talet var tidsandan radikal med starka vänstervindar i samhället. Uppmärksamheten för de fackliga frågorna och arbetsvillkoren ökade, med krav på större medbestämmande, motverkandet av organisatoriska hierarkier, krav på rullande chefskap osv.³⁷ Jämställdhetsfrågan kopplades till arbetsvillkoren och de synliga könskonflikterna blev fler. Missnöjet resulterade i flera uppmärksammade aktioner av kvinnliga journalister, till exempel på *Aftonbladet*, *GT* och

Figur 2. Andelen kvinnliga pristagare av Stora journalistpriset 1966–2002 (procent)³⁶



Dagens Nyheter. Även inom radio och TV hördes protester. Kritiken gällde såväl arbetsmiljö och arbetsklimat (grabbighet, sexistisk jargong och sprit, diskriminering och låga kvinnolöner) som den manligt definierade professionalismen.³⁸ På många medieföretag utgjorde kvinnorna nu en kritisk massa, de var så många att de utgjorde en maktfaktor.

Kritiken och debatten fick effekter. Ett resultat var starten av flera kvinnoredaktioner, först på *Aftonbladet* 1978 och senare även i radion kring programmet *Radio Ellen* 1981.³⁹ Även Svenska journalistförbundet involverades i jämställdhetsdebatten och en referensgrupp för könsrollsfrågor tillsattes.⁴⁰ Förbundet lanserade materialet "Testa Din Tidning" som ett led i jämställdhetsarbetet 1978. Samma år upprättades för första gången en jämställdhetsstatistik.⁴¹ Då fanns 29 procent kvinnor i kåren, men på journalisthögskolorna var kvinnorna nu i majoritet. Kvällspressen var den mest mansdominerade mediesektorn (80 procent män) och vecko- och månadspress den enda som var kvinnodominerad (53 procent kvinnor). På arbetsledande positioner fanns endast 9 procent kvinnor.

Den radikala tidsandan och den politiska jämställdhetsdebatten gjorde det möjligt att för första gången på allvar diskutera makt- och segreringsfrågor på redaktionerna. På storstadspressens redaktioner var debatten livlig och kvinnliga nätverk bildades, även över tidnings- och redaktionsgränser, för att diskutera möjliga åtgärder. "Kvinnlig journalistik" lanserades som ett kritiskt alternativ som skulle uppmärksamma kvinnors vardagsverklighet och privatsfären, sätta in händelser i ett vidare sammanhang, använda kvinnliga källor, betona vardagsrelevansen och kvinnoperspektiven och tillåta subjektivitet, inlevelse och känslor i det journalistiska arbetet. Målet för kritiken var den manligt definierade

professionalismen, där konfliktfokusering, fakta-rapportering, objektivitet, distans och neutralitet var normer och där manliga eliter, politik och ekonomi sattes i fokus.

Den kvinnliga journalistiken formulerades i mötet mellan kvinnorörelsens idéer ("det privata är politiskt") och den mediekritiska inställning som bland annat företrädde av den unga generationen, skolade på journalisthögskolorna. De var påverkade av den radikala tidsandan och hade en kritisk hållning både till det etablerade Sverige och de rådande journalistiska normerna. I radio och TV gjordes flera programsatsningar där man försökte kombinera ett klass- och könsperspektiv. I *Radio Ellens* programförklaring 1981 fanns också ett tydligt klassperspektiv med en ambition att "ge de svaga röst" i programmen.

Några viktiga mål i jämställdhetsarbetet var dels att höja "kvinnovärdens" status genom att uppvärdera det som betraktades som "kvinnliga" eller "mjuka" bevakningsområden, dels att ge kvinnor tillträde till positioner och bevakningsområden som hittills varit förbehållna männen. I början av 1970-talet rekryterades en rad kvinnliga specialreportrar med inriktning mot skola, bostäder och sociala frågor. Många kvinnor som sökte sig till journalistiken ville också aktivt verka för att ge ämnen och frågor med stor betydelse för kvinnor större uppmärksamhet. Sociala frågor fick därmed ökat utrymme, men blev samtidigt ett mycket kvinnodominerat område.⁴²

Kvinnodominansen på de "mjuka" nyheterna var således ett resultat både av en könsmärkt tilldelning och kvinnliga journalisters aktiva val. Maktkampen på fältet handlade mindre om huruvida det journalistiska uppdraget skulle vara att granska samhället och belysa missförhållanden och mer om vad som var värt att granska.

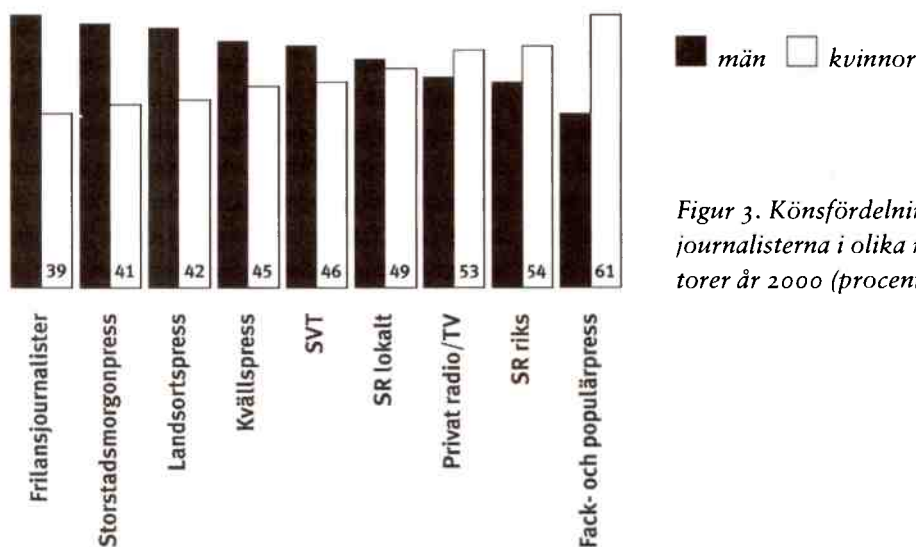
KOMMERSIALISERINGENS OCH FEMINISERINGENS TID 1985–

Från mitten av 1980-talet fick marknadslogiken successivt allt mer inflytande över medierna på grund av dels avregleringar, dels ökad konkurrens och internationalisering av mediemarknaderna. Medielandskapet förändrades och etermedierna expanderade när kommersiell radio- och TV-verksamhet startade i slutet av 1980-talet. Dagspressen ingick i ökad utsträckning i tidningskedjor och flera tidningar fick utländska ägare. Mediemarknaden var inte längre svensk, utan nordisk. Även tidskriftsmarknaden präglades av allt intensivare konkurrens, i synnerhet för specialtidningarna. Konkurrenten tvingade medierna att öka sin publikanpassning, bl a genom specialinriktat innehåll för olika marknadssegment i form av en ökad sektionering av dagspressen och

tillkomsten av ett stort antal nischade (målgruppsanpassade) specialtidningar, kanaler och programgenrer. Kön och ålder utgjorde ofta grunden för denna nischproduktion.

Strukturskiftet i medievärlden avspeglades även på det journalistiska fältet, där etermediesektorn expanderade. År 2000 hade Svenska journalistförbundet drygt 18 000 medlemmar. Av dessa arbetade drygt 30 procent i landsortspresen, 15 procent fanns i storstadspresen och drygt 20 procent inom radio/TV. I den sistnämnda sektorn dominerade public service-företagen kraftigt, endast en dryg femtedel av radio- och TV-journalisterna fanns i den nya, privata etermediesektorn.

Andelen kvinnliga journalister fortsatte att öka fram till mitten av 1990-talet då den stabiliserades på ca 45 procent (Figur 1). Den största tillströmningen skedde under 1980-talet, från knappt 30 procent av journalistkåren vid



Figur 3. Könsfördelningen bland journalisterna i olika mediesektorer år 2000 (procent)

Kommentar: Antalet svar varierar mellan 53 (privat radio/TV) och 349 (landsortspress). SR riks omfattar Sveriges Radios anställda i Stockholm. Källa: *Journalist 2000*.

decenniets början till 42 procent vid dess slut. *Journalist 2000*, en undersökning av den svenska journalistkåren år 2000, visade att andelen kvinnor i journalistkåren fortfarande varierade mellan olika mediesektorer (Figur 3).⁴³ Frilanssektorn och storstadsmorgonpressen var de mest mansdominerade, populärpressen var liksom tidigare den mest kvinnodominerade. En svag kvinnodominans fanns även på de ”unga” medieföretagen inom den privata radio/TV-sektorn men också på Sveriges Radio i Stockholm, en svag mansdominans i på Sveriges Television och i kvällspressen.

År 1989 innehades 15 procent av toppositionerna i medierna av kvinnor.⁴⁴ Trots flera viktiga genombrott under 1990-talet var mansdominansen i medieeliten fortfarande stor 2001, tre fjärdedelar var män.⁴⁵ Populärpressen hade högst andel kvinnliga toppchefer (59 procent), följt av public service radio- och TV och organisationspressen (44 respektive 33). Dagspressen, fack- och specialpressen och de kommersiella radio- och TV-bolagen låg på ca 15. Lägst låg mediekoncernernas ledningar, där endast 7 procent var kvinnor. Sammantaget på VD-positionerna fanns 89 procent män, på de redaktionella toppositionerna cirka två tredjedelar. Kvinnor hade således fått större tillträde till de formella maktpositionerna i medierna, men det begränsade sig i huvudsak till den redaktionella makten.

Rekrytering och kapital

En undersökning av journalistkåren 1989 visade att den sociala basen i kåren knappast förändrats från 1969.⁴⁶ Utbildningsnivån hade höjts, men journalistik var fortfarande ett medelklassyrke. De kvinnliga journalisterna hade liksom tidigare mer kapital i bagaget, de var oftare högtbildade och hade högre klassbakgrund än männen. På 2000-talet kvarstod

mönstret.⁴⁷ Den sociala sammansättningen varierade dock inom olika mediesektorer. Lågutbildade män från arbetarklassen fanns framför allt i landsortspressen, kvinnor med journalistexamen och medelklassbakgrund i storstadspressen, Sveriges Radio i Stockholm och i de nya radio- och TV-företagen. Trots en höjd utbildningsnivå i kåren var en yrkesutbildning i form av en journalistutbildning fortfarande ingen självklarhet. År 2000 hade endast 35 procent av den svenska journalistkåren en utbildning vid journalisthögskola eller journalistinstitut och 18 procent en annan form av journalistutbildning, till exempel vid folkhögskola.

På toppositionerna fanns inte samma klassbaserade skiktning mellan män och kvinnor som kunde iaktas i kåren. En omfattande undersökning av kapitaltillgångarna hos personerna på maktpositionerna i medierna år 2001 visade att det inte fanns några könsskillnader i utbildningsnivå och klassbakgrund.⁴⁸ Cirka hälften var mycket högtbildade – minst tre års universitetsutbildning – och drygt 70 procent hade hög klassbakgrund (högre tjänstemän, företagare eller fria yrkesutövare). Det var dock betydligt vanligare att kvinnor hade en journalistutbildning, något som delvis beror på att kvinnor oftare återfanns på de redaktionella ledarposterna, medan männen hade den ekonomiska makten. Däremot fanns stora skillnader mellan olika mediesektorer, där organisationspressens ledare hade den minst exklusiva bakgrunden. De kvinnliga toppcheferna skilde sig från de manliga främst i ett viktigt avseende. Kvinnorna hade betydligt mer socialt kapital än männen: de hade större nätverk, fler mentorer och stödpersoner, samt ett starkare professionellt och socialt stöd från omvärlden i karriären.

Männen dominerade kraftigt på VD-posi-

tionerna och undersökningen visade att männen på de ekonomiskt ledande positionerna i medierna hade ett habitus som liknade näringslivselitens – när det gällde åsikter, livsstil och livsvillkor påminde de om personerna på topppositionerna i de största företagen. De hade därmed sannolikt mer gemensamt med näringslivets män än med de personer – både män och kvinnor – som bar upp de redaktionella toppositionerna.

Könsmärkning och status

Könsmärkningen av bevakningsområden och ämnen minskade under 1980-talet och 1990-talet. En undersökning av nyhetsredaktionerna på SVT som genomförts inom ramen för forskningsprojektet *Kvinnorna i journalistkulturen* visade att det under perioden 1985–1995 inte fanns några skillnader alls i bevakningsområden mellan män och kvinnor.⁴⁹ Mot slutet av 1990-talet började emellertid könsmärkningen öka igen. I dagspressen fanns könsmärkningen kvar år 2000, även om den hade minskat. Sportjournalistiken, näringslivsbevakningen, kriminaljournalistiken och opinionsjournalistiken (ledare/kommentar) var mansdominerade bevakningsområden, sociala frågor, konsument- och familjejournalistiken kvinnodominerade.⁵⁰

Uppsplitringen av mediasystemet påverkade även journalistikens innehåll och uttrycksformer, inte bara i Sverige utan i större delen av västvärlden. Tabloidisering eller popularisering är begrepp som ofta används för att karaktärisera den nya journalistiken. Några viktiga drag var intimiseringen där gränserna mellan offentligt och privat luckras upp, personifieringen där enskilda människors känslor och erfarenheter lyfts fram, samt en ökad betoning av vardagsrelevans samt publikens behov och intressen i valet av journalistiskt stoff. Den nya journalistiken hade därmed egenskaper som

påminner om det som tidigare benämndes som ”kvinnlig” journalistik. Detta är en av orsakerna till att den femininiska medieforskningen har talat om en ”feminisering” av journalistiken under 1990-talet.⁵¹

Samtidigt var det fortfarande den kritiskt granskande journalistiken som hade högst status på fältet. När den svenska journalistkåren i undersökningen *Journalist 2000* tillfrågades om hur en journalist bör se på sin yrkesroll var rollen som ”kritisk granskare av samhällets maktavare” det som prioriterades högst i alla journalistgrupper. Under 1990-talet betonades särskilt föreställningen om att granskningsuppdraget innebär att vara allmänhetens ombudsman gentemot de mäktiga i samhället. Granskningen skulle inriktas på att avslöja maktavarna och ta parti för ”de vanliga människorna”.⁵²

Under 1990-talet etablerades den granskande journalistiken som egen genre och särskilda redaktioner startades för att bedriva grävande och undersökande journalistiskt arbete, som *Kalla Fakta* på TV4 och *Striptease* i SVT. Föreningen grävande journalister instiftade även ett särskilt pris för journalistiskt grävande 1991, Guldspaden.⁵³ Utmärkelserna gick dock främst till manliga pristagare. Endast var femte mottagare av guldspadar och hedersnämmanden 1991–2001 var en kvinna (106 män och 27 kvinnor). Kvinnor fick dock priset i samma utsträckning som de nominerats. Bortsorteringen skedde alltså redan i nomineringssprocessen.

De mest guldspadebelönade redaktionerna under perioden 1991–2001 var *Striptease* och *Uppdrag: Granskning* på SVT. Båda förde en tesdrivande konfrontationsjournalistik som kunde upplevas som mycket provokativ. Det gällde i synnerhet den journalistik som en av programmets mest profilstarka, Jan Josefsson,

reportrar stod för. Hårt vinklade reportage och kontroversiella arbetsformer och driven berättarteknik gjorde att reportagen ofta väckte starka reaktioner. Jan Josefsson blev under perioden en av Sveriges mest uppmärksammade och kontroversiella journalister. År 2000 var han tillsammans med Jan Guillou även den som hade högst status i kåren. I *Journalist 2000* tillfrågades journalisterna även om sina journalistiska förebilder. De som fick flest röster var just dessa två. Granskningsjournalistiken hade en tydlig koppling både till status och manlighet.

Kampen på fältet

Kommersialiseringen på det journalistiska fältet medförde en maktförskjutning. Det professionella styrfältets inflytande över journalistiken minskade och det ekonomiska styrfältets ökade. Enligt Staffan Sundin har senare generationers tidningsägare exempelvis ofta antagit rollen som direktörer istället för som tidigare publicister eller redaktörer.⁵⁴ Det ekonomiska makthavarna flyttade fram sina positioner på fältet.

Frågan är hur det ekonomiska styrfältets ökade inflytande påverkat könsordningen. I den internationella medieforskningen om kommersialiseringens konsekvenser var frågan om vad marknadsstyrningen betyder för könsmakten i medierna central. Gynnar marknaden kvinnorna?⁵⁵ Svaret är inte enkelt. Å ena sidan fick "kvinnliga" erfarenhetsvärldar, perspektiv och intresseområden mer uppmärksamhet, kvinnliga journalister fick större rörelsefrihet och gränserna mellan det offentliga och privata började överskridas: på så sätt vidgades det offentliga rummet och journalistiken "feminiserades". Å andra sidan medförde marknadstänkandet även en kraftig ökning av sport, ekonomi och brott – traditionellt manliga ämnen och intresseområden. Näringslivsjournalistiken och

specialinriktade ekonomitidningarna, som *Finanstidningen* och *Dagens Industri*, hade till exempel en massiv mansdominans i utbudet.⁵⁶ På VD och styrelsepositionerna i medierna var mansdominansen också stor, och större i de mest konkurrensutsatta medierna (undantaget den kvinnodominerade populärpressen) och minst i de icke-kommersiella public service-medierna. I tabloidmedierna kan man dessutom tala om en "Babe-effekt" under 1990-talet, en "sexualisering och exponering av unga, avklädda, ibland modellkroppar", där "unga kvinnor exponeras som njutningsobjekt för den manliga blicken".⁵⁷ Marknadslogiken verkar även öka könsmärkningen vilket på nytt riskerar att förpassa kvinnorna till ämnen, genrer och redaktioner med lägre status.

När det gäller svenska medier är det istället de politiska jämställdhetskravens stora genomslag på 1980- och 1990-talet som främst bidragit till att stärka kvinnornas ställning på det journalistiska fältet. I public service-företagen var kraven på jämställdhet i organisationen och utbudet särskilt starka, men även Svenska journalistförbundet hade jämställdhet i medieorganisationer och utbud som en grundläggande målsättning. Det politiska styrfältet fick därmed ökat inflytande genom jämställdhetspolitiken, men på ett helt annat sätt än under partipressperioden. Inga medieorganisationer kom längre undan jämställdhetsdiskussionen, men hur debatten konkret kom till uttryck varierade naturligtvis mellan olika organisationer. Undersökningen av SVTs nyhetsredaktioner i projektet *Kvinnorna i journalistkulturen* visar att jämställdhetsfrågan är något som alla journalister måste förhålla sig till, både män och kvinnor. Därmed inte sagt att man förhåller sig på samma sätt eller att det finns ett enhetligt synsätt hos män och kvinnor.⁵⁸

Självbilden på det journalistiska fältet på 2000-talet verkar vara att det råder en stor jämställdhet i svenska medier. Att nästan hälften av kåren består av kvinnor tas ofta som intäkt för detta. Det är dock inte säkert att en ökad andel kvinnliga journalister alltid bidrar till ett förändrat nyhetsurval och att öka kvinnors närvaro i utbudet, varken i Sverige eller i andra länder. När det gäller svensk press, radio och TV tycks andelen kvinnliga nyhetskällor och intervjupersoner ligga stabilt på under 30 procent, trots att andelen kvinnliga journalister ökat. Uppfattningarna om och hur journalistiken förändrats av fler kvinnor går isär. Från forskarhåll finns motstridiga uppgifter, i vissa fall har man funnit stora könsskillnader i nyhetsurval och källor, i andra fall har man inte funnit några skillnader alls. Den svenska journalistkåren är dock enig om kvinnornas ökade närvaro i journalistiken har förändrat densamma i tre viktiga avseenden – det har ineburit breddade erfarenhet på redaktionerna, annorlunda vinklar i bevakningen och en breddning av de ämnen som bevakas.⁵⁹

Jämställdhetsdebatten i journalistiken är fortsatt aktuell på 2000-talet och kampen om herraväldet i journalistiken har fortfarande en tydlig könsdimension. Just Jan Guillou, som år 2000 blev ny ordförande i Publicistklubben, hamnade flera gånger i debattens centrum. Ett exempel är den så kallade Bimbodebatten i april 2001. Jan Guillou kritiserade då TV-journalistikens utveckling och hävdade att erfarna och respekterade (manliga) samhällsjournalister byts ut och ersätts av unga (kvinnlige) bimboreportrar. Kattis Ahlström, programledare för *Uppdrag: Granskning*, utsattes för särskilt nedsättande omdömen. Guillou lyckades på så sätt koppla ihop låg kvalitet och kvinnligt kön och Edin och Widestedt menar i undersökningen *Bimbon och den manliga medielogiken* att

detta var ett typexempel på ”symboliskt våld” där den manliga medielogiken befäste sitt herravälde.⁶⁰

Alla försök att skissera de stora dragen i en mångfacetterad och komplicerad historisk process riskerar att ge en alltför förenklad bild. Mångfalden, undantagen, motsatserna och tvekligheterna tonas ner när de stora slutsatserna skall dras. Trots denna uppenbara risk tänker jag våga mig på att försöka dra några allmänna slutsatser om det journalistiska fältets logik under 1900-talet.

FÄLTETS GENUSLOGIK

Den första slutsatsen vi kan dra av den historiska genomgången är att kvinnor fått allt större utrymme på det journalistiska fältet under 1900-talet. Andelen kvinnliga journalister har ökat från ett fåtal procent i början av 1900-talet till nästan hälften av kåren hundra år senare. Utvecklingen av kvinnorepresentationen på maktpositionerna i medierna har dock varit betydligt sämre. Vid 2000-talets början är det endast public service-medierna och populärpressen som har en kvinnorepresentation på toppositionerna på över 40 procent.

Föreställningar om kön har hela tiden präglat fältet och har på olika sätt och i olika grad hänvisat kvinnor och män till olika platser och positioner. Det journalistiska fältet präglas därmed av hierarkisering och segregering som bygger på kön, men det sätt som könsmärkningen verkar skiljer sig åt mellan olika typer av medier och genrer och har även förändrats med tiden. Det som betraktats som ”kvinnligt” respektive ”manligt” i journalistiken har visat sig variera. Den undersökande journalistiken bedrevs exempelvis främst av kvinnor i

början av 1900-talet. På 1970-talet och senare blev undersökande en manligt dominerad genre. Sociala frågor var inte könsmärkta i början av 1900-talet, men blev en kvinnlig genre på 1970-talet. I början av 1900-talet var utrikesnyheter främst en kvinnlig sysselsättning, men när området fick större status några decennier senare tog männen över.

Men trots föränderligheten finns det ett grundmönster – en genuslogik – i könsmärkningen. Föreställningarna om journalistikens kön bygger i huvudsak på en dikotom tanke-logik som liknar den som feministiska forskare tidigare har pekat på när det gäller offentlighetsbegreppet: den borgerliga offentligheten och den moderna publicistikens upplysta rationalitet är manligt präglade. Vardagen, hemmet och intimsfären utestängs och dit hänförs kvinnor (Figur 4).

Under 1900-talet har den journalistik som inriktas mot offentligheten, som handlar om manliga intresseområden, använder (manliga) makt-havare som källor, skildrar verkligheten med markerad distans och neutralitet, och där kriterierna för kvalitet och etik definieras av professionen, ofta förknippats med manlighet. Och den journalistik som inriktas mot privatsfären, som utgår från publikens behov och intressen, som använder kvinnliga källor, som samtidigt strävar efter närhet till det skildrade, och där det ges utrymme för personlig inlevelse

och empati, har betraktats som kvinnlig. På samma sätt som den manliga offentligheten och den kvinnliga privatsfären inte är symmetriskt ordnade i förhållande till varandra, bygger även den journalistiska logiken på skillnader i makt och status, där det manliga oftast tillskrivits ett större symboliskt värde.

Den relativa underordningen

Alla sociala fält karaktäriseras av ojämlikhet, av att det finns dominerande och dominerade som strukturellt förhåller sig till varandra. Både makt och ledarskap är begrepp som ofta förknippas med manlighet. Medievärlden är inget undantag, kvinnorepresentationen på toppositionerna har inte alls ökat i samma omfattning som antalet kvinnor i journalistkåren. De mediesektorer där kvinnor erhållit makt-positioner är främst inom populärpressen och inom Sveriges Radio och Sveriges Television. Det handlar därmed å ena sidan om det delfält där den politiska jämställdhetsdiskursen fått störst inflytande, nämligen public serviceföretagen, å andra sidan om den del av populärpressen som har kvinnor som primär målgrupp.

De platser och positioner som kvinnor och män fått tillträde till på det journalistiska fältet i övrigt har visserligen varierat med tiden, men generellt har kvinnors plats på det journalistiska produktionsfältet under 1900-talet oftast varit på det som Bourdieu betecknat som ”de domi-

Figur 4. Den dikotoma genuslogiken i journalistiken

MASKULINT	FEMININT
Offentlighet/elitnivå	Privat/intimsfär/vardagsnivå
Manliga källor och perspektiv	Kvinnliga källor och perspektiv
Distans/neutralitet/objektiv	Intimitet/empati/subjektiv
Autonomi (”professionella” kriterier)	Publikorientering (publikens behov/intressen)

nerades position”. Journalistiken kännetecknas liksom andra kulturella produktionsfält av motsättningar mellan det ”kommersiella” och det ”icke-kommersiella”, mellan ”å ena sidan dem som fäster störst vikt vid producenternas produktion och deras fält, [...] å andra sidan dem som fäster större vikt vid spridningen, mottagarna, försäljningen, framgångarna mätta i stora upplagor”.⁶¹ Statuskillnaden mellan det exklusiva och det folkliga, det elitistiska och det populära, det intellektuella och kommersiella samt mellan specialisering och massproduktion återkommer i statuskillnaden mellan det ”manliga” och det ”kvinnliga” i journalistiken. På mediefältet präglar dessa distinktioner medier, genrer och uttrycksformer; mellan samhällsjournalistik och kändisjournalistik, allmänreportrar och specialreportrar, *Affärsvärlden* och *Amelia*. Det betyder naturligtvis inte att alla mansdominerade genrer tillskrivits hög status. Även sport- och kriminaljournalistiken är manligt dominerade genrer, vars kvalitet och värde definitivt varit omtvistad. Statusmärkningen har på många områden även en tydlig klassdimension och intersektionaliteten mellan klass och kön när det gäller makten på det journalistiska fältet har varit tydlig under hela 1900-talet.

Makt och motstånd: kvinnliga taktiker

Att betrakta journalistiken som ett fält innebär att man ser det som en plats för strid och kamp, med vinnare och förlorare. Man kan, liksom Toril Moi, fråga sig om detta i sig självt inte är en ideologisk analys av sociala relationer som förutsätter att man ser egenintresset som den främsta drivkraften i sociala relationer.⁶² Moi menar dock att trots att detta inte nödvändigtvis är en teori som överensstämmer med det feministiska idealet för social interaktion så har feminister aldrig tvekat att analysera

könsmakt i termer av intressen och fördelar. Maktperspektivet gör det också möjligt att studera motståndet. Av den historiska genomgången framgår tydligt att det under hela 1900-talet har förts diskussioner om könsordningen i journalistiken, skillnader i löner och arbetsvillkor har mött protester och den manliga dominansen har ifrågasatts.

Ur ett Bourdieuperspektiv är kvinnors relativa underordning på det journalistiska fältet knappast överraskande eftersom han menar att kvinnor på alla maktfält och på varje nivå – allt annat lika – kommer att inta mindre gynnade positioner.⁶³ Att vara kvinna på ett mansdominerat fält innebär att det blir nödvändigt att utveckla specifika taktiker och strategier för att erövra positioner på fältet (se även Margareta Melin-Higgins artikel i detta nummer).⁶⁴ Efter den historiska genomgången är min slutsats att tre grundstrategier har förekommit under 1900-talet: den konkurrerande, den specialiserande och den utvidgande. Konkurrensstrategin innebär att försöka konkurrera med männen om samma resurser och utbyten, men för att lyckas har de kvinnliga journalisterna varit tvungna att tillägna sig *mer* än männen av det specifika kapital som för tillfället är gångbart på fältet: det kan gälla högre utbildning, bättre kontakter, större nätverk osv. Det handlar, som Margareta Melin-Higgins och Liesbet van Zoonen uttryckt det, om att bli ”one of the boys”. Kristina Lundgren menar att detta är precis vad 1900-talets första kvinnliga stjärnreportrar Barbro Alving, Maud Adlercreutz och Astrid Ljungström gjorde, men på delvis olika sätt, till exempel genom att utnyttja adlig bakgrund (Maud), eller utrikesvana/språkkunskaper och akademisk utbildning (Attis).⁶⁵ Kvinnor har generellt under hela 1900-talet haft högre klassbakgrund och utbildning än sina manliga kollegor och när journalistutbildning under professionaliseringsfasen blev ett gångbart

kapital var det fler kvinnor än män som tillägnade sig detta.

Specialiseringsstrategin innebär att använda sitt kvinnliga könskapital fullt ut genom att specialisera sig på ämnen och genrer förknippade med kvinnlighet, eller med andra ord att bli "one of the girls". Populärpressens dam- och husmorstidningar, liksom kvinnosidorna i dagspressen och senare även kvinnobilagor, är exempel på sådana områden. Enligt Kristina Lundgren vann kvinnorna på 1930-talet på detta sätt även en position på ett begränsat delfält i den opinionsbildande journalistiken, det som uttolkare av den pågående debatten om kvinnans nya roll i det svenska samhället.

Den sista strategin är den utvidgande, som innebär att hitta öppningar i det journalistiska rummet som gör det möjligt att utveckla nya genrer och stilar på områden som ännu inte könsmärkts. Den aktiva och undersökande journalistiken som bedrevs av Ester Blenda Nordström på 1910-talet kan ses om en sådan utvidgning. Undersökande och uppsökande journalistik var ännu inte könskodad som manlig. Det samma gällde den sociala journalistiken som blev en kvinnlig domän under 1970-talet. Tidigare hade det sociala området inte alls haft en tydlig könsprägel.

Journalistikens manliga maktbaser

Trots att kvinnorna successivt flyttat fram positionerna på det journalistiska fältet under 1900-talet har fältet dominerats av män. Vad har detta inneburit? Tyvärr saknas i stor utsträckning forskning om manlighetens betydelse på det journalistiska fältet. Analysen av fältlogiken indikerar dock att det finns en tydlig koppling mellan manligheten (i sina historiskt specifika former), makten (där maktbaserna förändrats med tiden) och de föreställningar om den goda journalistiken som

historiskt dominerat under olika tidsperioder. På varje fält skapas och återskapas en grundläggande tro på de värden, insatser och belöningar som spelet genererar – det som är själva fundamentet för fältets existens.⁶⁶ På det journalistiska fältet handlar kampen om att definiera journalistikens grundläggande mål och värden. Under hela 1900-talet har dessa utgått från föreställningar om mediernas unika samhällseliga betydelse: från språkröret under parti-pressperioden, den tredje statsmakten under professionaliseringsperioden och allmänhetens ombudsman under kommersialiseringsperioden. Den ideologiska grundvalen har varit att journalistiken inte är en vara som produceras, säljs och konsumeras på en marknad, utan att den har ett specifikt uppdrag som gör den oundgänglig i samhällslivet och för demokratin. I en avslutande reflektion över fältets logik vill jag diskutera hur status, prestige och makt i journalistiken historiskt har förknippats med olika föreställningar om manlighet som i sin tur varit kopplade till de trosföreställningar som underbygger hela det journalistiska fältet, idén om det journalistiska samhällsuppdraget.

Det journalistiska fältet har befunnit sig i skärningspunkten mellan det politiska, det ekonomiska och det professionella styrfältet. Styrfältens olika styrka har växlat i de tre perioder som beskrivits, men maktpositionerna i journalistiken har under hela 1900-talet dominerats av män. Allteftersom maktbaserna i journalistiken förflyttat sig har dock även den dominerande manlighet som burit upp positionerna förändrats. Partipressens dominerande ställning medförde att föreställningen om den goda pressjournalistiken var partipolitiskt definierad och kopplad till funktionen som språkrör för samhällets organiserade intressen. Den manlige publicisten som en framträdande röst i samhällslivet blev bäraren av detta ideal.

Chefredaktörerna för de största och inflytelserikaste dagstidningarna var ledande opinionsbildare i samhällsdebatten och hade en maktbas som förenade partipolitik och publicistik. Föreställningen om den goda journalistiken var delvis annorlunda i radion som hade en tydlig myndighetskaraktär och präglades av ett starkt upplysningsideal. Inslaget av paternalism var tydligt i den tidiga radions programpolitik. Gemensamt för båda idealen var dock att de förknippades med modernitet, rationalism och bildning.

Partipressens minskade inflytande, professionaliseringen och public servicemediernas expansion innebar att nya maktbaser skapades på det journalistiska fältet, som delvis frikopplades från de formella maktpositionerna. Journalistikens roll som kritisk granskare av makt-havarna uppfattades som mest betydelsefull och den undersökande och avslöjande journalistiken fick en särskild prestige. Den granskande journalistiken var en manligt dominerad genre, men den manlighet som bar upp granskningsjournalistiken skilde sig markant från partipressperiodens. Uppdraget och den goda journalistiken kopplades även till andra värden – för skjutjärnsjournalisten var mod, hänsynslöshet, hjältedåd och individualism framträdande ideal.

Kommersialiseringen innebar en maktförskjutning på det journalistiska fältet. Förstärkningen av den ekonomiska makten öppnade därmed dörren för en ny typ av manlighet som tidigare mest förknippats med maktens män på näringslivets fält. De karismatiska mediedirektörerna representerade ett nytt habitus och andra värden: ledaregenskaper, effektivitet, beslutskraft, handlingskraft och målmedvetenhet. En möjlig slutsats om det journalistiska fältets könade logik är således att det journalistiska uppdraget har förknippats med man-

lighet, men att dessa manligheter har varierat med tiden.

De olika styrfältens relativa styrka är även en delförklaring till könsordningens förändring på det journalistiska fältet. När maktbaserna förändras blir andra kapitalformer viktiga och nya strategier krävs för att vinna kampen om herraväldet. Samtidigt går det inte att säga att ett visst styrfält entydigt gynnat eller missgynnat kvinnorna. När det gäller det ekonomiska styrfältet har de kommersiella målen ofta skapat utrymme för kvinnliga journalister. Kvinnliga journalister och redaktörer har behövts för att nå kvinnliga läsare, lyssnare och tittare. Å andra sidan har kvinnorna då ofta hamnat på områden med lägre status – medier och genrer som varit placerade vid den kommersiella polen i mediernas statusfält.

Professionaliseringen har inte heller entydigt gynnat kvinnorna. Tvärtom innebar de första explicita professionaliseringsansatserna att män gynnades och kvinnor missgynnades, till exempel i journalistutbildningarna. När det gäller professionella utmärkelser har kvinnorna genomgående missgynnats av de professionella kriterierna. Samtidigt har den formaliserade journalistutbildningen med reglerade antagningsförfaranden senare gjort det möjligt för många kvinnor att ta sig in på fältet. Journalistutbildning är exempelvis ett viktigt kapital för kvinnliga toppchefer.

Det politiska styrfältet har ställt krav på bred social representativitet både när det gäller yrkesutövarna och de perspektiv genom vilka verkligheten skildras. Jämställdhetsdiskursen har därmed naturligtvis givit viktiga argument för en förbättrad kvinnorepresentation i medierna. Tidigare osynliggjorda ämnen och perspektiv har fått offentlig belysning och kvinnliga källor och intervjupersoner har fått större möjlighet att synas och höras i artiklar och in-

slag. Samtidigt har föreställningarna om vad som är "kvinnlig journalistik" skapat förväntningar som riskerar att placera kvinnliga journalister i vissa fack, där de rutinmässigt tilldelas skolan och vården och relationerna när bevakningsuppdragen skall fördelas. Detta bidrar i sin tur till att återskapa mannen som norm där det "kvinnliga" definieras som det "annorlunda" och "andra". Det är sällan någon som krävt att män skall "göra en skillnad" i journalistiken – något som kvinnor genom hela 1900-talet förväntats göra för att få en legitim plats i det offentliga rummet.

Noter

1. Toril Moi: "Att erövra Bourdieu", *Kvinnovetenskaplig tidskrift*, 1994:1, s. 12ff.
2. Margareta Berger: *Pennskaft. Kvinnliga journalister i svensk dagspress 1690–1975*, Norstedts 1977, s. 21ff.
3. Berger, 1977, s. 21ff
4. Berger, 1977, s. 48ff; Margareta Stål: *Signaturen Banskai. Ester Blenda Nordström. Pennskaft och reporter i det tidiga 1900-talet*, JMG, Göteborgs universitet 2002, s. 94.
5. Lars-Åke Engblom: *Radio- och TV-folket. Stiftelsen Etermedierna i Sverige*, 1998, s. 41.
6. Berger 1977 s. 136.
7. Det gällde Ingeborg Dahllöf för *Kvinnornas tidning*, Astrid Birgitta Nyberg för *Norra Hallands tidning vestkusten*, Anna Stina Pripp för *Röda röster* samt Ellen Hagen och Elin Wägner för *Tidevarvet*. Uppgifterna redovisas i projektet Nya Lundstedt vid Kungliga biblioteket, som producerat en databas över alla dagstidningar som utgivits i Sverige under olika år (se www.kb.se/nl). Viktigt att påpeka är dock att data över redaktörernas namn vid denna tid är bristfälliga, ett flertal namn anges endast med initialer. Det innebär att det kan gömmas ytterligare kvinnor i materialet.
8. Gunilla Lundström, Per Rydén och Elisabeth Sandlund: "Det moderna Sveriges spegel (1897–1945)", *Den svenska pressens historia IV*, red. Gustafsson och Rydén, Ekerlid 2001, s. 204ff, 243.
9. Berger 1977, s. 45; Stål 2002, s. 94ff.
10. Staffan Sundin: "Ågarstrategier i svensk dagspress under 1900 talet", *Den moderna dagspressen 350 år*, red. Carlsson och Gustafsson, Nordicom–Sverige, Göteborgs universitet 1996, s. 79.
11. Karin Nordberg: "Bakslag och barrikader. Historia och kön i medieforskningen", *Nordisk forskning om kvinnor och medier*, red. Ulla Carlsson, Nordicom–Sverige nr 3, 1993, s. 49. Se även Karin Nordberg: "Sitter vi fortfarande där med flåtorna i brevlådan? Klassfrågan i Radio Ellen och Freja", *Könsmaktens förvandlingar*, red. Fredriksson, Humlesjö, Jordansson och Norlander, Skrifter från Institutionen för arbetsvetenskap nr 2, Göteborgs universitet 2003, s. 130; Karin Nordberg: *Folkhemmets röst. Radion som folkbildare 1925–1950*, Symposion, 1998, s. 319 ff.
12. Stig Hadenius, Jan-Olof Seveborg och Lennart Weibull: *Partipress. Socialdemokratisk press och presspolitik 1910–1920*, Rabén & Sjögren, 1970, s. 132ff; *Partipress. Socialdemokratisk press och presspolitik 1899–1909*, Tidens förlag 1968, s. 131ff.
13. Jenny Wiik: *På plats i medieeliten. En studie av historiska förändringar av veckopress-eliten ur ett genusperspektiv*, JMG, Göteborgs universitet 2002.
14. Engblom 1998, s. 37.
15. Lars-Åke Engblom, Sverker Johnsson och Karl Erik Gustafsson: "Bland andra massmedier (efter 1945)", *Den svenska pressens*

- historia IV*, red. Gustafsson och Rydén, Ekerlid 2002, s. 57.
16. Lundström m fl 2001, s. 100.
17. Stål 2002, s. 81.
18. Agneta Lindblom Hulthén: "Hur det hela började", *Journalisternas bok*, Svenska journalistförbundet 2001, s. 15.
19. Nordberg 1993, s. 47, Berger 1977, s. 45ff, Stål 2002, s. 81ff.
20. Kristina Lundgren: *Solister i mångfalden. Signaturerna Bang, Maud och Attis och andra kvinnliga dagspressjournalister med utgångspunkt i 1930-talet*, JMK, Stockholms universitet 2002, s. 78ff.
21. Stål 2002, s. 101ff; Nordberg 1998, s. 324–325.
22. Lundgren 2002, s. 378ff.
23. Ibid. s. 380.
24. Studien refereras i *Svenska journalister. Ett gruppporträtt*, red. Lennart Weibull, Tidens förlag 1991, s. 18–20, 48. Studien, gjord av Lars Furhoff och Lennart Nilsson, presenterades i rapporten *Journalistkåren i Sverige*, 1970 och var den första i sitt slag.
25. Lars-Åke Engblom: "Varför professionalisering?", *Journalisternas bok 1901–2001*, Svenska Journalistförbundet 2001.
26. Detta var påtagligt starkt i radio och TV, se Monika Djerf-Pierre och Lennart Weibull: *Spegla, granska, tolka. Aktualitetsjournalistik i svensk radio och TV under 1900-talet*, Prisma 2001, s. 360–361.
27. Madeleine Kleberg: *Skötsam kvinnosyn. Hem- och familjereportage i svensk TV åren 1956–1969*, JMK, Stockholms universitet, 1999.
28. Engblom 1998, s. 134ff.
29. Berger 1977, s. 285ff. I Nya Lundstedts kartläggning av dagspressens redaktörer för 1975 finns endast ett fåtal kvinnor som var chefredaktörer för mindre tidningar.
30. Djerf-Pierre och Weibull, 2001 passim.
31. Kleberg 1999.
32. Monika Djerf-Pierre och Monica Löfgren-Nilsson: "Sex-Typing in the Newsroom: The Feminization of Swedish Television News Production, 1958–2000", *Identities at Work: Gender and Professionalism in Media Organizations*, red. deBruin och Ross, Hampton Press Inc. (under utgivning).
33. Uppgifter från forskningsprojektet Män och kvinnor i dagspressen 1925, 1950, 1975 och 2000, som genomförs av Anna Olsén, JMG. Projektet består bl a av en innehållsanalys av nio dagstidningar 1925–2000.
34. Berger 1977, s. 237ff.
35. Weibull 1991, s. 19.
36. En bearbetning av Bonniers förteckning över pristagare på www.bonnier.se/bonnier/jsp/Hedersomnämningen ingår ej.
37. Berger 1977, s. 313, Djerf-Pierre och Weibull 2001, s. 216ff; Ulla Abrahamsson: "Hälften vunnet? – anteckningar från 10 års jämställdhetsarbete i Sveriges Radiokoncernen", *Medier, människor, samhälle*, red. Ulla Carlsson, Nordicom 1991.
38. *Dokumentet – och vad hände sedan?* Rabén & Sjögren 1979; Birgitta Ney: "Kvinnor i journalistiken", *Journalisternas bok 1901–2001*, Svenska Journalistförbundet 2001.
39. *Dokumentet* 1979, s. 259; Nordberg 2003, s. 131.
40. Lindblom Hulthén 2001, s. 409.
41. Ney 2001, s. 249.
42. Det gällde såväl pressen som radio och TV. Se Djerf-Pierre och Weibull 1991, s. 295ff.
43. *Journalist 2000* är en del av Journalistundersökningarna vid JMG, Göteborgs universitet, regelbundet återkommande enkätundersökningar riktade till den svenska journalistkåren. Urvalet i *Journalist 2000* bestod av 2000 medlemmar slumpmässigt

- utvalda ur Sjfs medlemsregister. Svarsfrekvensen var drygt 57 procent.
44. SOU 1990:44, s. 331.
 45. Uppgifter från Djerf-Pierres projekt *Medie-eliten* som ingår i forskningsprogrammet *Kön och eliternas reproduktion i ett historiskt perspektiv*, JMG Göteborgs universitet.
 46. Studien *Journalist-89*, redovisad i Weibull 1991, s. 29.
 47. *Journalist 2000*.
 48. Projektet *Medieeliten*.
 49. Djerf-Pierre och Löfgren-Nilsson (under utgivning).
 50. *Journalist 2000* samt projektet *Kvinnor och män i dagspressen*.
 51. Liesbet van Zoonen: "One of the Girls? The Changing Gender of Journalism", *News, Gender and Power*, red. Carter m fl, Routledge 1998.
 52. Se Djerf-Pierre och Weibull 2001, s. 346ff.
 53. Gunnar Nygren: *Belönad granskning, Studier i politisk kommunikation* nr 3, Demokratiinstitutet 2003.
 54. Sundin 1996, s. 79.
 55. Se text van Zoonen 1998; Vibeke Larsen: "Ut av kjøkkenet – in på social og forbrukerstoff? Om kjønnspreget arbeidsdeling i redaktisjonenene", *Narrespeil. Kjønn, sex og medier*, red. Elisabeth Eide, Høyskoleforlaget 2000; Monica Löfgren-Nilsson: "Att göra skillnad. Kvinnors villkor och betydelse i svensk nyhetsjournalistik", *Kvinnor och medier. Rapport från ett seminarium*, red. Jarlbro och Näslund Dahlgren, Stiftelsen institutet för mediestudier 2000.
 56. Ulrika Fricks och Jenny Stenros uppsats "Dagens industri vs Finanstidningen" vid JMG 2000 visade total brist på kvinnliga aktörer i artiklarna. Könsfördelningen bland reportrarna var inte mycket bättre, 19 resp. 9 procent.
 57. Elisabeth Eide: "Mansbastioner med iboende treghet", *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*, red. Martin Eide, Gyldendal 2001, s. 341f.
 58. Uppgifter från *Kvinnorna i journalistkulturen*, ett forskningsprojekt om kvinnliga journalisters villkor och betydelse i televisionens nyhetsjournalistik som genomförs av Monika Djerf-Pierre och Monica Löfgren-Nilsson, JMG.
 59. *Journalist 2000*.
 60. Anna Edin och Kristina Widestedt: *Bimbon och den manliga medielogiken*, Rapport nr 3, Stiftelsen institutet för mediestudier 2001, s. 32–33.
 61. Pierre Bourdieu: *The Field of Cultural Production. Essays on Art and Literature*, Polity Press 1993, s. 168–169. Se även Donald Broady: "Enligt konstens alla regler", *Kvinnovetenskaplig tidskrift* 1994:1.
 62. Moi 1994, s. 16–17.
 63. Pierre Bourdieu: *Den manliga dominansen*, Daidalos 1999, s. 109.
 64. Moi 1994, passim.
 65. Lundgren 2002, s. 380ff.
 66. Bourdieu 1993, s. 162.

Summary

The basic theme of this article is gender and power in the field of journalism in Sweden. It is not controversial to assert that journalism, historically speaking, evolved as a male-dominated field. Despite the high level of gender equality in Sweden, however, this pattern remains the case. Drawing on Bourdieu's theories on habitus, capital and field and Toril Moi's "appropriation" of Bourdieu, the article looks at the structure of the field of journalism during three time periods: the party press phase (1900–1950), the professionalization phase (1950–1985), and the commercialization and feminization phase (1985 onwards). The field of journalism is defined at the

nexus of three overarching social forces – political, economic, and professional forces and dynamics— and the gender order of the field reflects the relative weight of these forces at any given point in time. The empirical analysis of the field is centered around four main questions: (1) which positions men and women have been given access to during different time periods, (2) what forms of capital men and women have accumulated, (3) how images and perceptions on what constitutes "good" journalism have become gendered over time and which positions, media and genres of journalism have been associated with status/prestige as well as to what extent this social status branding has become gendered, and (4) to what extent the struggle in the field has been gendered and what strategies and tactics have been employed in that struggle. In closing, the article discusses some tentative conclusions about the logic of the field of journalism. The main finding is that status, prestige and power have been associated with conceptions of masculinity and these conceptions, in turn, have been associated to the beliefs that underpin the field—the image of the journalistic "mission".

Monika Djerf-Pierre

Institutionen för journalistik och
masskommunikation (JMG)
Göteborgs universitet
Box 710
SE 405 30 Göteborg
monika.djerf-pierre@jmg.gu.se