

Mari Ertzaas

Sportsdekning i media - av menn, om menn og for menn?

en kvantitativ og kvalitativ studie av sportsredaksjonene sine prioriteringer av sportsdekningen med hensyn til kjønn

Masteroppgave i sosiologi

Trondheim, våren 2012

Forord

Jeg har begitt meg ut på tema som skaper debatter, og et tema mange har en mening om. Dette har gitt meg perspektiver og interessante tanker rundt emnet. Da min svoger Nils Petter tok fram et sportsbilag han hadde spart på, for å vise meg hvordan en kvinnelig fotballspiller ble omtalt som trenerkone, skjønte jeg at oppgaven hadde bidratt til et engasjement.

Arbeidet med oppgaven har funnet frem følelser i begge ender av skalaen. Alt fra frustrasjon til den største glede. Jeg vil likevel oppsummere prosessen som positiv, spennende og lærerikt.

Arve Hjelseth, som har vært min veileder, har vært engasjerende og motiverende. Takk for raske, gode og nøyaktige tilbakemeldinger.

Takk til Trine og Pål som har lest gjennom, rettet og kommet med gode innspill. Dere har gjort en uvurderlig jobb! Takk til informantene i VG og Adresseavisa som villig stilte opp for intervju

Jeg må selvfølgelig takke min samboer, Morten, som har vært oppmuntrende, støttende og kommet med råd. Mamma og pappa kommer heller ikke utenom en stor takk! Pappa har bidratt med engasjement og gode råd fra start til slutt i prosessen, og når skrivingen har gått trått har mamma alltid vært i andre enden av telefonen.

Takk til mine medstudenter som har bidratt med diskusjoner, innspill, latter og fester gjennom to år. Spesiell takk til fotballentusiasten Maren Jakobsen som alltid kommer med råd og en stor porsjon humor.

Jeg vil også nevne mine venner utenfor Dragvoll og hele min familie som har hjulpet meg til å koble ut fra mediasportens verden. Tusen takk for at dere er dere!

Mari Ertzaas

Trondheim, juli 2012

Sammendrag

Media og idrett er to viktige aspekter i vårt samfunn, og sport i media øker stadig i samsvar med underholdningsprinsipper. En del idrettsutøvere har høy stjernefaktor, og vi vet alt fra hvilken bil de kjører til barnas navn. Spesielt fotball får mye oppmerksomhet både her i Norge og i verden. Idretten i Norge består av nesten like mange jenter som gutter, men mediene domineres av herreidrett. Denne oppgaven har søkt å finne svar på hvordan mediene prioriterer sin sportsdekning med hensyn til kjønn, i lys av Bourdieus teorier om det sosiale rommet og maskuline dominans og mediesosiologiske perspektiver. For å finne svar på dette er det brukt en kvantitativ innholdsanalyse av to norske aviser - VG og Adresseavisa - og intervju av åtte ansatte som representerer disse to avisene.

Den kvantitative innholdsanalysen finner at herrene dominerer spalteplassen i avisene, og at mye av dette består av fotball. Journalistens kjønn er også et av fokusene i denne oppgaven, og der viser analysen at kvinnelige journalister hyppigere skriver om kvinneidrett enn sine mannlige kollegaer. En kvantitativ analyse kan ikke alene forklare hvorfor det er slike forskjeller. Ved å intervju de ansatte kan vi få et bedre innsyn i journalistenes tanker rundt avisenes prioriteringer. Den kvalitative analysen viser at dekning av herreidrett inngår i stor grad i journalistenes tradisjoner og rutiner, og det er miljøer og kilder de har god kontakt med. Personifisering av stoff fremstår som viktig hos journalistene, samt profiler har en høy nyhetsverdi. Analysen viser at kvinnelige journalister i Adresseavisa ofte blir satt til å skrive om kvinneidrett, fordi de kommer fra disse miljøene selv. Journalistene fra VG uttrykker at de setter pris på et mangfold i redaksjonen og ser verdien av å ha kvinnelige journalister, men det viser seg ofte at det ikke bestandig er rom for ny og annerledes tankegang. De kvinnelige journalistene har lett for å tilpasse seg det maskuline miljøet og blir ”en av gutta”. Det finnes en del forskjeller mellom Adresseavisa og VG, der en av de største forskjellene er hvor stor andel kvinneidrett Adresseavisa har i forhold til VG. Samtidig virker det som journalister fra begge avisene ønsker å få kvinneidrett på trykk, og prioriterer det i form av plassering og hvilken type sak de skriver. Det viser seg at kvinner oftere enn menn blir avbildet i poseringsbilder, og dette blir forklart med at journalistene sjelden er tilstede på arrangementer for kvinner, men også at kvinner er mer villig til å stille opp på oppstilte bilder. Her virker de å være mindre beskjedne enn mannlige utøvere, men enkelte av journalistene forklarer at det er vanskeligere å lage gode saker om kvinneidrett på grunn av ”snille piker” som kun snakker om lagets prestasjon.

Innholdsfortegnelse

1. Innledning	1
1.1 Tema for oppgaven	1
1.2 Definisjon av idrett og idrett i dag	1
1.3 Likestillingsarbeid	2
1.4 Kvinner og idrett - historiske linjer	2
1.5 Media	5
1.5.1 Pressen i Norge	5
1.5.2 Sportsjournalistikkens utvikling	7
1.5.3 Sportsjournalistikken i dag	8
1.6 Tidligere forskning	8
1.7 Problemstilling	9
1.7.1 Dekning av kjønn i media	9
1.7.2 Journalistens kjønn.....	10
1.7.3 To aviser.....	11
1.8 Oppbygging av oppgaven	11
2. Teori	13
2.1 Det sosiale rommet	13
2.2 Maskulin dominans	14
2.3 Maskulinitet	16
2.3.1 Hegemonisk maskulinitetsteori.....	16
2.4 Konflikten mellom å være kvinne og idrettsutøver	17
2.5 Idrett og makt	18
2.6 Media og makt	18
2.6.1 Symbolsk makt i media.....	19
2.7 Avhengighet mellom media og idrett	19
2.7.1 De ulike idrettene i media	20
2.7.2 Personifisering i media	21
2.8 Kvinner i pressen	21
2.8.1 Fremstilling av kvinner i media	23
2.9 Sammenfatning av kapitlet	24
3. Datagrunnlag og metode	27
3.1 Valg av metode	27
3.2 Metodetriangulering	27
3.3 Kvantitativ innholdsanalyse	29
3.4 Datamaterialet	29
3.5 Operasjonalisering av variablene	30
3.5.1 Kjønn.....	30
3.5.2 Avis	30
3.5.3 Journalist	31
3.5.4 Plassering i avisa.....	31
3.5.5 Bildebruk.....	31
3.5.6 Type sak	32
3.5.7 Idretter.....	32
3.5.8 Fremstilling av kvinner	32
3.6 Analyse	33
3.7 Validitet, reliabilitet og generaliserbarhet i den kvantitative delen	33
3.8 Kvalitativ metode	34
3.8.1 Fokuserte intervjuer	35

3.8.2 Utvalg.....	35
3.8.3 Gjennomføring.....	36
3.8.4 Intervjuers posisjon.....	37
3.9 Troverdighet, bekreftbarhet og overførbarhet.....	38
3.9.1 Troverdighet.....	38
3.9.2 Bekreftbarhet.....	39
3.9.3 Overførbarhet.....	39
3.10 Etske betraktninger	40
3.11 Kritikk til analysen.....	41
4. Kvantitativ analyse.....	43
4.1 Kjønn	43
4.2 Avis	43
4.3 Journalistens kjønn	45
4.4 Plassering i avisa.....	48
4.5 Ulike idretter.....	50
4.6 Type sak	55
4.7 Bildebruk.....	57
4.7.1 Type bilde	57
4.8 Fremstilling av kvinner.....	59
4.9 Sammenfatning av kapitlet.....	59
5. Kvalitativ analyse	61
5.1 Journalistenes mening om kjønnsfordelinga	61
5.1.1 Fordelinga av kjønn	61
5.1.2 Plassering i avisa.....	65
5.1.3 Diskusjon	68
5.2 Journalistens kjønn	70
5.2.1 Diskusjon	75
5.3 Dekning av idretter	78
5.3.1 Prioriteringer	78
5.3.2 Publikumstall	83
5.3.3 Medlemstall.....	85
5.3.4 Hva folk vil lese om?	86
5.3.5 Diskusjon	88
5.4 Bildebruk.....	91
5.4.1 Diskusjon	92
5.5 Forskjeller mellom VG og Adresseavisa	94
5.5.1 Diskusjon	96
6. Avslutning, konklusjon og videre forskning.....	99
6.1 Videre forskning.....	101
Bibliografi	103
Vedlegg	I
Vedlegg 1: Intervjuguide	I
Vedlegg 2: Tilbakemelding fra NSD	III

Tabelloversikt

Tabell 1: Frekvenstabell over fordelinga av kjønn.....	43
Tabell 2: Avisene fordelt på antall saker.....	43
Tabell 3: Fordeling av kjønn i VG og Adresseavisa. I prosent.	44
Tabell 4: Krysstabell mellom kjønn og avis. Uten uke 3. I prosent.	44
Tabell 5: Frekvenstabell over journalistens kjønn.	45
Tabell 6: Krysstabell mellom journalistens kjønn og avis.	45
Tabell 7: Krysstabell mellom journalistens kjønn og kjønn i sakene. I prosent.	46
Tabell 8: Krysstabell mellom journalistens kjønn og kjønn i sakene. Uten uke 3. I prosent. ...	47
Tabell 9: Frekvenstabell over plassering i avisa.	48
Tabell 10: Krysstabell mellom plassering i avisa og kjønn. I prosent.	48
Tabell 11: Krysstabell mellom kjønn og plassering i avisa. I prosent.	49
Tabell 12: Frekvenstabell over de ulike idrettene.	50
Tabell 13: Frekvenstabell med fordeling av idrett. For VG.....	50
Tabell 14: Frekvenstabell med fordeling av idrett. For Adresseavisa.....	51
Tabell 15: Krysstabell mellom idrett og kjønn. I prosent.	52
Tabell 16:Krysstabell mellom idrett og kjønn. Uten mesterskapsukene. I prosent.....	54
Tabell 17: Frekvenstabell over fordelinga av kjønn. Uten fotball.	55
Tabell 18: Krysstabell mellom kjønn og avis. Uten fotball. I prosent.	55
Tabell 19: Frekvenstabell over fordeling av type sak.	55
Tabell 20: Krysstabell mellom type sak og kjønn. I prosent.....	56
Tabell 21: Frekvenstabell over om det er brukt bilde i saken.	57
Tabell 22: Krysstabell over bilde og kjønn. I prosent.	57
Tabell 23: Frekvenstabell over type bilde.	57
Tabell 24:Krysstabell mellom type bilde og kjønn. I prosent.	58
Tabell 25: Frekvenstabell over fremstilling av kvinner. Kun kvinneidrett.	59

1. Innledning

1.1 Tema for oppgaven

Sportsjournalistikkens prioriteringer er denne oppgavens hovedfokus, og da med hensyn til kjønn. Med medias viktige posisjon i samfunnet, og idretten som en sosial arena og dens økende betydning, skaper dette sammen et interessant tema for hvordan media presenterer og formidler idretten i Norge og verden. Lippe (2001) bruker uttrykket ”for menn og av menn” om sportsjournalistikken, og refererer til at mediesporten er mannstung både blant journalister og med tanke på hva det skrives om. Flere undersøkelser av sporten i media finner eksempler på at kvinneidretten blir nedprioritert til fordel for herreidretten, og at enkelte idretter må vike plass for kommersielle idretter som fotball, håndball og ski. Derimot har TV-sporten endret seg ved at kvinnelige sportsankre oftere er å se på TV-skjermen. Da ofte som unge og pene kvinner som presenterer sportsnyhetene, mens sendingen fortsatt omhandler herreidrett (Eide, 2005). Idretten tar stor plass i dagens samfunn, og mange unge jenter og gutter bedriver organisert idrett. Jeg ønsker i denne oppgaven å undersøke hvordan VG og Adresseavisa prioriterer sine saker i forhold til kjønn, ved å se på omfang, journalistens kjønn, bildebruk, type idrett, plassering i avisa, type sak og hvordan kvinner fremstilles. Deretter har jeg forsøkt å finne forklaringer på prioriteringene ved hjelp av kvalitative intervjuer av avisenes ansatte.

1.2 Definisjon av idrett og idrett i dag

Norges Idrettsforbund definerer idrett som "fritids- eller hobbypreget aktivitet hvor kroppstillinger eller -bevegelser er det sentrale element, og hvor utøverens egen innsats er avgjørende for resultatet" (Loland, 1996). Mens Coakley (2009:6) definerer sport i USA som *"well-established, officially governed competitive physical activities in which participants are motivated by internal and external rewards"*. Media bruker begrepet sport om formidling av idrett, og begrepene vil derfor i denne oppgaven bli brukt om hverandre. Norges idrettsforbund sine tall viser at de i 2010 hadde 1 666 253 aktive medlemmer (Adresseavisa, 2011). De fleste av disse driver med idrett på et lavere nivå, mens elite- og toppidrett defineres som konkurranseidrett på nasjonalt og internasjonalt nivå. De utgjør omtrent én prosent av alle aktive. Profesjonelle idrettsutøvere er utøvere der idretten er deres arbeid, og inntekten baseres på idretten (Lippe, 2001). Det er elite- og toppidretten som får størst oppmerksomhet i media (Loland, 1996)

I dag finnes det kvinneklasser i de fleste idretter, og i april 2011 ble det også bestemt at kvinner får delta i skihopping i de neste olympiske leker (NTB, 2011). Tall fra 2010 viser at 39 prosent av medlemmene i Norges idrettsforbund er kvinner, og at kvinner er overrepresentert i flere idretter, blant annet håndball, svømming, turn, volleyball og dans. Omtrent 30 prosent av medlemmene i Norges fotballforbund er jenter og kvinner, og fotball er den største idretten også for kvinner med nesten 110 000 aktive utøvere (Adresseavisen, 2011).

1.3 Likestillingsarbeid

For å se utviklingen av likestilling i Norge, må man se på begreper som feminisme og kvinnefrigjøring. Holst (2009) beskriver tre bølger med feminisme, der den første betraktes å være fra rundt 1850. Kvinner var aktive i idrett på slutten av 1800-tallet, før det ble lagt inn forbud mot flere øvelser for kvinner (Lippe, 2001). Også i etterkrigstiden og på 1950-tallet fikk kvinnefrigjøringen et tilbakeslag, og går for å være husmorens storhetstid (Holst, 2009) og en fase som ble kalt normalisering av kjønnsordenen (Lippe, 2001). Den andre bølgen med feminisme er den mest kjente og mest relevante innenfor idrett. 1960- og 1970-tallet var den tiden kvinner begynte å ta høyere utdanning og andelen yrkesaktive kvinner økte. Bølger av feminister representerte ulike retninger av feminisme; liberalfeminister, radikalfeminister og sosialistiske feminister. Sistnevnte ble videreutviklet med utgangspunkt i marxistisk kultur- og samfunnskritikk. Denne bølgen av kvinnefrigjøring førte med seg reformer som utviklet støtteordninger for kvinner som ville kombinere arbeid og familie, det ble flere barnehager, p-pillen ble legalisert, det ble vedtatt lov om selvbestemt abort og forbud mot kjønnsdiskriminerende reklame (Holst, 2009).

1.4 Kvinner og idrett - historiske linjer

Det er mange myter som er konstruert opp gjennom tida som refererer til kvinner og idrett; ”kvinner er det svake kjønn”, ”kvinner blir maskuline av å drive idrett”, ”jenter blir lettere skadet enn gutter” og ”trening er skadelig for kvinnes evne til å bli gravid” (Bach, 2002, Fasting, 2001, Goksøyr og Olstad, 2002). I 1930-årene ble kvinner oppfordret til fysisk aktivitet, men de skulle ikke utvikle markerte muskler (Lippe, 2001). Om det var medisinske eller estetiske årsaker til dette, blir ikke beskrevet, men fra denne tida ble slanke kvinnekropper i større grad et ideal. Det var først og fremst turer i skog og mark som egnet

seg, men etter hvert ble idrettstilbudet utvidet. Jeg vil nå presentere litt om utviklingen som har skjedd innen skisporten, friidrett, fotball og håndball.

Så tidlig som i 1863 deltok kvinner i konkurranser i både ski og skihopp. Men på slutten av 1800-tallet og starten av 1900-tallet ble Norge utsatt for en generell ”maskulinisering” i tillegg til at idretten ble mer sportsliggjort, og kvinner ble utestengt fra idrettsarenaen (Lippe, 2001). Lippe (2001:55) definerer sportsliggjøring som *”kulturhistoriske prosesser der spill og lek omformes til konkurranseorientert idrett og målrettet prestasjonsforbedring i (idretts)organisasjoner. Denne omformingen er forankret i dominerende maskuline måter å tenke og handle på, for eksempel fra folkefotball uten skrevne regler og formelle konkurranser til OL, VM, EM og NM i fotball”*. Til tross for at kvinner på 1800-tallet fikk delta i skirenn, skulle det ta mange år med motstand før det ble akseptert igjen, og det var det internasjonale skiforbundet som presset Norge til å arrangere kvinneklasse i ski under OL i 1952. Fra 1932 til 1954 ble det kun arrangert uoffisielle norgesmesterskap for kvinner. Til sammenligning arrangerte Sverige offisielt mesterskap med kvinneklasse i 1917, hele 37 år før det norske (Lippe, 2001).

Internasjonalt ble noen få, utvalgte kvinner invitert til å delta i OL fra år 1900, og i 1908 fikk 36 kvinner delta i blant annet bueskyting, kunstløp og tennis. Fram til år 1928 hadde de moderne olympiske lekernes grunnlegger, Pierre de Coubertin, prøvd å holde kvinnene unna lekene (Bach, 2002, Houlihan, 2003). Men i Amsterdam i 1928 deltok hele 290 kvinner, og for første gang fikk de delta i friidrett. 800 meter var den lengste distansen de løp, men da de kom utmattet i mål, besluttet IOC at ”langdistanseløp” kun var forbeholdt menn. Et forbud som ble gjeldene helt til i 1960. I 1966 snek Roberta Louise Gibb seg med i maraton, og også året etter fikk en kvinnelig deltaker kranglet seg til startstreken. I 1972 deltok Gerd von der Lippe ulovlig i Holmenkollstafetten for å skape opprør mot reglene som kun tillot menn. Tre år senere deltok hun lovlig (Bach, 2002). Maraton ble sett på som en altfor stor belastning på kvinnekroppen, og da en kvinnelig deltaker i et maratonløp, som gikk av stabelen midt på den varme sommerdagen i Los Angeles i 1984, kollapset av dehydrering, fikk mytene blod på tann. Mennene løp derimot maraton på ettermiddagen med flere drikkestasjoner gjennom løypa. Samme år ble det første Grete Waitz-løpet med 3000 deltagende kvinner gjennomført. I 1993 økte tallet til 40 000 (Bach, 2002).

Etablering av kvinneidrett har møtt mye motstand, og spesielt har det vært motstand i typiske maskuline idretter som fotball (Lippe, 2001, Eng, 2000, Fasting 2001). Fotball er en av de idrettene som mange mener er skapt *av* menn, og *for* menn (Fasting, 2001). Jenter som var raske, sterke og hadde godt tilslag på ballen, ble i 1960-årene sett på som unormale, latterlige og problembarn, ikke som fotballtalenter (Hovden, 2003). Kvinnefotballen har blitt anklaget for å være ukvinnelig, og for å ta ressurser fra herrefotballen (Hjelm, 2011). Kvinner spilte fotball i England så tidlig som på 1890-tallet, men fikk ingen støtte fra fotballforbundet. I 1897 var det over 8000 tilskuere på en fotballkamp mellom to kvinnelige fotballag, men i 1921 la det engelske fotballforbundet ned forbud mot kvinnefotball. I denne perioden fantes det over 150 kvinnelige fotballag i landet. Forbudet varte helt til 1970-tallet. Italia var det landet som først fikk nasjonal kvinnefotball på 1960-tallet, og både Sverige og Danmark hadde nasjonale mesterskap før Norge. Det første uoffisielle norgesmesterskapet ble arrangert i 1971, og det var private seriespillordninger (Goksøyr og Olstad, 2002). I 1976 tok fotballkretsene over organiseringen av kvinnefotball med første offisielle NM i 1978, et tidspunkt da Sverige allerede hadde over 15000 aktive, organiserte, kvinnelige fotballspillere (Lippe, 2001). Norsk kvinnefotball kan deles i tre ulike perioder i tidsrommet 1970-2000. Den første perioden på 1970-tallet blir kalt kamp- og pionertida der målet var å bli anerkjent. Trondheims-Ørn satset på kvinnefotball fra 1972 og kom til den uoffisielle NM-finalen i 1974. Siden da har klubben vært dominerende i Norge, spesielt fra 1994 til midten av 2000-tallet. Den andre perioden var da kvinnene på 1980-tallet erobret skanser i Norges Fotballforbund. 1990-2000 var en epoke preget av vekst, likestilling og sportslig suksess (Goksøyr og Olstad, 2002).

Innen håndball har kvinner helt fra starten hatt en enklere jobb å få innpass enn i de idrettene jeg har presentert ovenfor. Opprinnelsen til dagens håndballspill stammer fra Danmark på slutten av 1800-tallet (Bach, 2002, Lippe, 2001). Spillet har variert med ulike former, og fra 16 spillere på hvert lag, til elleve og til sist sju spillere, slik det er i dag (Lippe, 2001). Norges håndballforbund ble dannet i 1937 og spillet fantes som både 11-mannsspill og 7-mannsspill. Hovedtanken bak opprettelsen av Norges håndballforbund var 11-mannshåndball for menn, men det var reglene med sju spillere som appellerte, og spesielt for kvinnene. Håndball ble dermed sett på som en kvinneidrett i Norge (Lippe, 2001), mens det i Danmark ble betraktet som et spill for både kvinner og herrer. Det fantes noen ulike regler for de to kjønnene (Bach, 2002, Lippe, 2001). I 11-mannshåndball hadde herrene lov til tøff kroppskontakt, men verken kvinner eller menn kunne det i 7-personsspillet. Det er grunnen til at håndball ikke ble sett på

som en maskulin sport, men en ideell idrett for kvinner, og som ”damenes fotball”. Det første norgesmesterskapet for kvinner ble arrangert i 1938 og den første landskampen i 1946. Dette var før mennenes første landskamp (Lippe, 2001). De mannlige håndballspillerne slet med å hevde seg internasjonalt, mens de norske kvinnene var gode mot både Sverige og Danmark (Lippe, 2001). Fra 1961 ble alle internasjonale turneringer 7-personshåndball, og det ble mer og mer vanlig å spille innendørs. I og med at de norske kvinnene hadde hevdet seg internasjonalt, ble det en satsing på kvinnehåndball. En idrett media også interesserte seg for, og spesielt etter et ”nesten-gjennombrudd” i 1982, og etter bronse i VM i 1986.

1.5 Media

”Dagens samfunn kan ikkje forståast uavhengig av massemedia. Anten vi liker det eller ikkje, kjem vi alle borti media på ein eller annan måte, og uttrykk som informasjonssamfunn eller mediesamfunn viser kor viktig posisjon media har i samfunnet” (Aalberg og Elvestad, 2005: 7). Massemedium kan defineres som de mediene som når ut til nesten alle i et samfunn, og i massemedier regnes aviser, TV, radio, film og musikk. Nye medium som internett og mobiltelefoner skiller seg fra tradisjonelle massemedier ved at det åpner for en større grad av kommunikasjon mellom sender og mottaker (Aalberg og Elvestad, 2005). Mediesosiologien omhandler vitenskapen om rollen media har i samfunnet, og hvilken rolle media spiller for relasjoner mellom mennesker og grupper i samfunnet (Aalberg og Elvestad, 2005). Vi bruker media i stor grad, og gjennom store deler av dagen (Aalberg og Elvestad, 2005, Gripsrud, 2005), noe som tyder på at vi har et behov for et sosialt liv og til å føle oss som en del av en større sammenheng (Gripsrud, 2002). Media gir oss informasjon om hendelser, fortolkninger om det som har skjedd og underholdning (Aalberg og Elvestad, 2005, Gripsrud, 2002). De har en demokratisk oppgave både lokalt, regionalt, nasjonalt og internasjonalt, og skal fungere som kanaler for opplysningsarbeid. De kan opptre som en formidler av hva som er rett og galt i samfunnet, og er en selvstendig aktør som utfordrer de tradisjonelle institusjonene.

1.5.1 Pressen i Norge

Det som regnes som de første avisene i Danmark-Norge var på 1600-tallet, da de siste hendelsene var håndskrevne og enkle nyhetsblader fremstilt ved landets postkontorer. Med utviklingen av trykkekunsten og i kombinasjon med postvesenets mulighet til å spre informasjon, ble de første norske avisene til. Alle skribenter og trykte aviser sto under kongen i Danmark-Norges justis, og leserne leste aldri kritikk mot myndighetene. Norsk presse ble

etablert i 1760-årene som adresseaviser - annonseaviser - som gikk gjennom postvesenet. Disse avisene ble ikke lenger forhindret av kongen i København. Norges første avis var Norske Intelligenz-Seddeler i 1763. Adresseavisen så dagens lys i 1767, og er i dag den eldste gjenværende avisen i Norge. I motsetning til Danmark, var den norske avisstrukturen desentralisert, og fem regionale aviser, i de største byene, vokste frem parallelt. I 1814 ble det trykkefrihet i Norge (Bastiansen og Dahl, 2008).

Avisene hadde stor innflytelse ettersom meningsytringer i trykt form ble lest og fikk gjøre sin virkning. I sammenheng med industrialiseringen og teknisk utvikling, ble aviser fra 1870 til 1920 et massemedium. Antall aviser økte fra 50 til 250, og økte i takt med politiske meningsorganer. Etter første verdenskrig opplevde pressen en stagnasjon. Radioens inntog på 1920-tallet og TV-sendinger som startet fra 1950-årene, fikk en innvirkning på pressen. Spesielt ble fjernsynet en stor konkurrent til avisene (Bastiansen og Dahl, 2008).

Fra 1980 til år 2000 skjedde mye innenfor det norske mediesystemet i forhold til organisasjon og eierform i nesten alle medier. Radio og TV gikk over fra statsmonopol til desentralisering og en blanding av privat og statlig drift. Store konsern kjøpte opp mediene. Orkla var et av de første tradisjonelle konsernene som flyttet mye penger inn i media (Bastiansen og Dahl, 2008). I dag er det tre store konsern som eier avisene; Schibsted, A-pressen, og Polaris Media (Medietilsynet, 2011).

Etter første verdenskrig begynte flere land å ta etter den engelske avisen Daily Mirror med tabloidformat. Det ble sett på som mer praktisk, og besto av mindre format, kortere artikler, mange bilder, vekt på sensasjoner og underholdning og avistonen var pågående og urban. I England ble aviser i fullformat sett på som kvalitetsaviser, mens aviser i tabloidformat som populære aviser (Allern, 2001:27). Allern (2001) mener derimot at disse begrepene ikke kan knyttes direkte til de norske avisene der alle avisene har et bredt publikum. VG gikk over til et tabloidformat i 1963, et format som ble koblet sammen med en kommersiell, populærjournalistisk løssalgstrategi. Opplagene økte, og omskiftningen ble oppfattet som en suksess. I 1983 fulgte Dagbladet etter, og bekreftet suksessoppskriften. Adresseavisen gikk fra fullformat til tabloidformat i 2006 (Adresseavisen, 2006), og i dag har så å si alle i Norge har dette ”halv-formatet”, men oppfattes likevel ikke som tabloide aviser i samme forstand som VG og Dagbladet (Allern, 2001). Sport blir sett på som viktig og er høyt prioritert i mange aviser i Norge, og lokalavisenes dekning av sport kan sammenlignes med mer tabloide

løssalgsavisene. I nordamerikanske aviser er sportsdelen den delen av avisa som er mest lest (Coakley, 2009).

1.5.2 Sportsjournalistikkens utvikling

Idrett har vært omtalt i aviser og tidsskrifter siden Norges Idrettsforbund ble stiftet i 1863, men avisene hadde ingen klare inndelinger av stoffet slik det er i dag, og det fantes heller ingen journalister som dekket kun sport. Det kunne gå dager og uker mellom hver gang det ble skrevet om sport. Men når det skjedde noe spesielt, kunne idrettsstoffet gjerne pryde forsiden av avisene. I og med at det ikke var mye dekning av sport i avisene, ble det opprettet egne idrettsblader. Utviklinga av sportsjournalistikken må sees i sammenheng med idrettsavisa SportsManden, som ble en enerådende idrettsavis fra 1932. Avisen la vekt på å underholde, og på å skrive knapt, konsist og lettlest. En skulle skrive for folket, og kan kobles til begrepet ”a popular paper”. SportsManden dekket idrettsstoff fra Skandinavia, England og USA (Lippe, 2010).

Idrett var lenge ikke ansett som like verdig som politikk, økonomi og høykultur blant journalister, og sporten ble sett på som journalistikkens ”leke-departement”. SportsManden kalte seg et ”populært idrætsorgan”, og ordet *populært* ble blant høykulturelle kretser sett på som individer og grupper med lav utdanning i arbeiderklassen. Den folkelige idretten hadde generelt lav status og ble sett på som et ”ungdomsødeleggende onde”.

Per Christian Andersen regnes som den første heltidsansatte sportsjournalisten i Norge og jobbet i SportsManden. Han var både fotballdommer, journalist, redaktør og radiokommentator (Helland, 2003, Lippe, 2010). Han var formann i Oslo Journalistklubb og styremedlem i Norsk Presseforbund, noe som trolig bidro til at sportsjournalistenes status økte. Han reiste til USA og skal etter oppholdet fått nye ideer om sportsjournalistikk, som han tok med seg tilbake til avisen. Det var store overskrifter og tegninger/bilder på forsida, intervju, personfokus, resultatservice, drama og skandaler. Avisen utviklet en egen måte å presentere sportsstoff, og det ble først kalt for ”typografisk galskap”. Etter hvert kopierte dagsavisene SportsMandens layout, men sportskommentatorene ble fortsatt sett på som et uttrykk for lavkultur. SportsManden var relativt tidlig ute med dekning av kvinneidrett, og startet i 1931 en egen side om kvinner. Men de hadde et motsetningsfylt forhold til kvinneidrett, da kvinnene både ble kritisert og støttet (Lippe, 2010). Det var tidlig et

symbiotisk forhold mellom idrett og medier, og idrettsbevegelsen gjorde sportsjournalistikken interessant. SportsManden bidro blant annet med pengestøtte til amatøridretten i 1926 og 1927 (Lippe, 2010, Helland, 2003).

1.5.3 Sportsjournalistikken i dag

Avisenes sportsjournalister konkurrerer med TV og radio i sin rapportering av begivenheter, og avisjournalistene er sjelden først ute med nyhetene. Det holder ikke for publikum å lese noe en allerede vet, så journalisten må komme med noe nytt eller annet i forhold til det TV og radio har kringkastet. Dette medfører en annen måte å skrive på enn for en nyhetsjournalist, og den språklige og tekniske utforminga er viktig. Det kan være momenter som intervjuer av utøvere, trenere og tilskuere. I tillegg kan miljøskildringer, stemningsrapporter, utenomsportslige forhold eller kommentarer være til hjelp. Ofte er sportsjournalistene til stede under arrangementene, og har selv førstehåndskunnskap om idrettene. En sportsjournalist kan i seg selv være en kilde, og blir av mottakergruppa oppfattet som en ressursperson (Guttormsen, 1996).

Holdningene til journalisten kan vises i det aspektet og perspektivet han eller hun legger til grunn for teksten. Aspektet vil si hva journalisten velger å fokusere sin sak på, mens perspektivet avgjør hva journalisten oppfatter. Journalisten velger aspekter på vegne av sine mottakere, men lar også egne interesser, tillærte normer og kunnskap om hva mottakeren vil ha, være med på å styre seleksjonen. Noe vil bli vektlagt mer enn noe annet, og mottakerne får oppleve hva journalisten synes er viktig, eller tror mottakerne synes er viktig. Perspektivet bidrar til at å styre valget av innholdsmomenter og til en viss grad den språklige utforminga (Guttormsen, 1996). Guttormsen (1996) mener at fordi de fleste sportsjournalister er menn, kan det føre til at de tilpasser teksten til mannlige mottakere. Selv om de prøver å skrive for personer i alle aldersgrupper og for begge kjønn.

1.6 Tidligere forskning

Det er gjort flere undersøkelser som omhandler avisenes prioriteringer. Mange har sett på dekninga av kjønn i mediesporten, deriblant Lippe (1998, 2001, 2010), Haukeberg og Syrstad (2000) og Bruce, Hovden og Markula (2010). De finner alle en skjevhet i mennenes favør når det gjelder dekningen. Lippe (1998, 2010) har også sett på hvilke idretter som får mest dekning i mediesporten, der fotball kommer høyt ut i analysene. Flere undersøkelser har også

omhandlet journalisten og kildens kjønn i media generelt. Både Øvrebø (2005) og Allern (2001) fant at kvinnelige journalister hyppigere bruker kvinnelige kilder enn de mannlige journalistene. Jeg har i denne oppgaven sett på om det finnes forskjeller rundt journalistens kjønn og hva deres saker omhandler.

Flere har også sett på bildebruk i media, blant annet Bach (2002) og Haukeberg og Syrstad (2000). Det var først på 1980-tallet at kvinner virkelig begynte sitt inntog i mediesporten, og da var avbildninga av kvinner som regel et lite ansiktsbilde. Det var langt flere ansiktsbilder av kvinner enn det var av menn, og også flere bilder av menn enn av kvinner. Menn hadde i mye større grad aksjonsbilder. Selv om mediene refererte fra håndballkamper, og tok flere bilder under kampene, var det heller en smilende kvinne som kom på trykk i avisen. Kvinnenes bilder var passive og smilende, mens mennenes var eksplosiv utøvelse av sporten. Der det var aksjonsbilder av kvinner var ofte kroppen i fokus, og bildene viste rumpe og lår. I løpet av 1990-tallet kom det flere aksjonsbilder også av kvinner, men fortsatt var det en tendens til at kvinnenes bilder var av jubelscener eller spillere med tårer (Bach, 2002). Haukeberg og Syrstad (2000) fant at det var en overvekt av bilder/illustrasjoner av kvinner i forhold til menn i Adresseavisa og Aftenposten. De fant også at i etterkant av cupfinalene i fotball i 1994 hadde Adresseavisa flere bilder av det vinnende laget Trondheims-Ørn iført kjoler på banketten, mens bildene fra herrenes finale var bildene aksjonsbilder, eller svette jubelbilder etter seier (Haukeberg og Syrstad, 2000).

1.7 Problemstilling

Hovedproblemstillingen for denne oppgaven er: *Hvordan prioriterer sportsredaksjonene sin sportsdekning med hensyn til kjønn?* Dette vil jeg besvare ved hjelp av tre underproblemstillinger.

1.7.1 Dekning av kjønn i media

Tidligere forskning tyder på at kvinneidretten blir nedprioritert i mediene. Lippe (1998) gjorde i 1994 en undersøkelse av norske aviser og fant at rundt 80 prosent av spalteplassen omhandler herreidrett, mens 15 prosent omhandlet kvinneidrett. De siste fem prosentene omhandler begge kjønn eller nøytrale saker. Dette er tilsvarende resultater av hva Haukeberg og Syrstad (2000) fant i sin undersøkelse i 1994, der tallene var 79 prosent herreidrett og 17 prosent kvinneidrett. De brukte fire store aviser i Norge; Dagbladet, Bergensavisa,

Aftenposten og Adresseavisa. Øverst på pallen over avisene som dekket mest kvinneidrett, kom Adresseavisa med omtrent 30 prosent kvinneidrett. De forklarer dette med at Trøndelag har mye toppidrett for kvinner å by på. Dagbladet hadde i denne undersøkelsen rundt 13 prosent kvinneidrett.

Lippe (2010) gjorde senere en ny undersøkelse i 2001/2002 der tallet for andelen kvinneidrett hadde sunket til åtte prosent. Hovedandelen av sakene lå under idrettene ski og håndball, og uten disse ville tallet vært nært null (Lippe, 2010). Resultatene viser seg å være nokså like også i andre land. Blant Norge, Litauen, Østerrike, Italia og Island var den samlede kvinneandelen i sportsmedia 13 prosent, og herreidrett 78 prosent. De resterende sakene omhandlet begge kjønn eller nøytrale saker. Selv om antall TV-kanaler har økt og det har blitt et større fokus på sportsbilag i avisene, er det likevel ikke en økning i hvor mye kvinneidrett som blir presentert. Men det har ført til mer stoff om norsk og internasjonal toppidrett for menn (Lippe, 1998).

Ut i fra dette har jeg laget et forskningsspørsmål som lyder:

- *Hvordan er fordelinga mellom herreidrett og kvinneidrett i media, og hvordan forklarer media selv fordelinga?*

Under dette vil det også bli analysert hvor i avisa sakene blir presentert, og hvilke type saker det er.

1.7.2 Journalistens kjønn

Turid Øvrebø (2005) og Sigurd Allern (2001) har begge undersøkt forholdet mellom journalisters kildebruk i norske aviser. Begge har funnet at kvinnelige journalister hyppigere velger kvinnelige kilder enn deres mannlige kollegaer, selv om både kvinnelige og mannlige journalister oftere bruker mannlige kilder enn kvinnelige (Allern, 2001, Øvrebø 2005). Allern (2001) fant at 16 prosent av mannlige journalister hadde kvinnelige kilder, mens 33 prosent av de kvinnelige journalistene hadde kvinnelige kilder. Også innenfor de samme områdene fantes en forskjell, bortsett fra innen sport og krim, men det poengteres at det fantes lite saker skrevet av kvinner innenfor disse områdene. I 2009 var 92 prosent av sportsjournalistene menn (Lippe, 2010). Øvrebø (2005) registrerte imidlertid ingen kvinnelige sportsjournalister i sin undersøkelse. Hun fant at 65 prosent av de mannlige journalistene kun brukte mannlige

kilder, mot 45 prosent av de kvinnelige journalistene, og at de kvinnelige journalistene ofte benyttet seg av en tokjønnnet kildebruk.

Det er viktig å ta hensyn til at det ofte er ulik andel kvinnelige og mannlige journalister innenfor de ulike områdene. Kvinner jobber oftere innenfor helse og utdanning, og det er i disse temaene også lettere å bruke kvinnelige kilder, men det kjønnskjeve bilde er modifisert noe (Allern, 2001). Allern konkluderer sin undersøkelse med at rekruttering av kvinnelige journalister også kan føre til synliggjøring av kvinner i media.

Sportsredaksjonene kan virke å være mannsdominert, og med utgangspunkt i dette ønsker jeg å finne ut om kvinner i redaksjonen kan øke stoff om kvinneidrett. Jeg vil se om kvinnelige journalister hyppigere skriver om kvinneidrett enn mannlige journalister, og hva journalistene selv mener om dette.

- *Finnes det en sammenheng mellom journalistens kjønn og hva de skriver om?*

1.7.3 To aviser

Det som jeg imidlertid har funnet lite forskning på, omhandler forskjeller mellom ulike typer aviser. Om større og mindre aviser prioriterer saker forskjellig. Adresseavisa er en regionavis, mens VG er en riksdekkende avis. I tillegg er VG en løssalgavis, mens Adresseavisa i hovedsak er en abonnementsavis. Haukeberg og Syrstad (2000) fant i sin undersøkelse at den avisa som hadde mest kvinneidrett var Adresseavisen.

- *Hvilke forskjeller finnes mellom Adresseavisa og VG?*

1.8 Oppbygging av oppgaven

Innledningskapittelet har vært et kapittel med en introduksjon til temaer innenfor idrett og medier, der dette også er sett i et historisk perspektiv. Det er presentert tidligere forskning og avsluttet med problemstillingene for oppgaven. Kapittel to er en teoretisk bakgrunn om Bourdieus teorier om det sosiale rommet og maskuline dominans. Deretter går jeg dypere inn på tema om medias makt og idrettens posisjon i samfunnet, og deres symbiotiske forhold. I kapittel tre er det en redegjørelse for de metodiske valgene jeg har gjort og operasjonalisering av datamaterialet. Analysen er delt inn i to kapitler, der det første presenterer de kvantitative funnene som danner grunnlaget for den kvalitative analysen, som finnes i kapittel fem. I

sistnevnte kapittel er først journalistenes meninger og tanker rundt prioriteringer presentert, og deretter er dette koblet opp i et teoretisk aspekt. Til slutt i dette kapittelet har jeg sammenfattet en analyse av hvilke forskjeller som er funnet mellom Adresseavisa og VG. Kapittel seks er et kapittel som oppsummerer sentrale funn diskutert opp mot oppgavens problemstillinger, samt en aktualisering og videre forskning for dette temaet.

2. Teori

I dette kapittelet presenteres det teoretiske bakgrunnsteppet, som kan bidra til å forklare media sine prioriteringer. Jeg vil først forklare Bourdieus teorier om det sosiale rommet og den maskuline dominans. Deretter forklarer jeg maskulinitet og hegemonisk maskulinitetsteori, og knytter dette og Bourdieu opp mot konflikten mellom å være kvinne og idrettsutøver. Jeg vil gå dypere inn på media og makt og idrett og makt, og forene dette i deres avhengighet til hverandre. Til sist kommer et avsnitt om kvinner i pressen som går dypere inn på mine forskningsspørsmål, og hvordan kvinner fremstilles i media.

2.1 Det sosiale rommet

Bourdieus feltbegrep omhandler de sosiale arenaer hvor agenter deltar i sosiale kamper om innflytelse og kapital (Bourdieu, 1993). I ulike sosiale arenaer foregår det ifølge Bourdieu (1993) kamper om kapital som gir adgang til makt innenfor det bestemte feltet. Alle deltar innenfor ulike felt. Eksempelvis har man én posisjon innen skolen og en annen posisjon på fotballaget. Bourdieu (1993) bruker begrepet ”spill” om sosiale relasjoner, og mener man kun kan opparbeide seg kapital innenfor ulike felt dersom man aksepterer de spillereglene som finnes eller er i en posisjon til å endre reglene. Individene kan ikke delta i spillene dersom ens kapital ikke aksepteres av de andre deltakerne (Wilken, 2008). *Doxa* er betegnelsen som Bourdieu (1993) bruker om de reglene som finnes i hvilket som helst felt i samfunnet, og kan kun diskuteres og problematiseres *utenfor* feltet. Det er forestillinger om hva som er rett og ikke rett, normalt og ikke-normalt, kvalifisert og ikke-kvalifisert. Et felts *doxa* består av et sett ikke-bevisstgjorte, og til dels kroppsliggjorte adferdsregler for spillet. For alle felt finnes det en kamp mellom de etablerte på feltet og feltets nytilkomne, og de nytilkomne på feltet står alltid for heterodoksi, mens de dominerte på feltet står for *doxa*. De har oppnådd anerkjente kapitalformer, forsøker å opprettholde reglene og stanse videre utvikling. Utfordrerne har interesse i å gjøre endringer, og dermed få et trumfkort i spillet, men de stiller ikke spørsmålstegn ved spillet som helhet. Det ville ødelagt deres egne fremtidsmuligheter (Järvinen, 2007).

Bourdieu bruker begrepet ”Det sosiale rommet” om strukturene og relasjonene i samfunnet. Det sosiale rommet kan forstås som en grunnstruktur i analysen av avanserte samfunn og kan være som en struktur av objektive posisjoner som består av virkelige mennesker, men som

også sees på som en slags ”halvvirkelighet” uavhengig av dem (Wilken, 2008). Mennesker i det sosiale rommet har ikke i utgangspunktet de samme mulighetene og forutsetningene for å delta i sosialt liv. I et sosialt system finnes det dominerende klasser, som er vesentlig i modellen over det sosiale rommet. Men modellen omhandler ikke undertrykking av de dominerte klassene, men heller hvordan sosial ulikhet reproduseres, og hvordan den aksepteres og vedlikeholdes. Dette skjer i følge Bourdieu (2000) uten makt og tvang, men det ”bare er naturlig”. I lys av dette kan man se sportsjournalistikken som et felt, og på hvilken måte doxa er gjeldende innenfor dette feltet.

2.2 Maskulin dominans

I sin studie i Kabylia, fant Bourdieu (2000) at samfunnet er bygd opp av androsentriske tankeganger, som vil si en forestilling om at menn og den maskuline er det normale. Denne tankegangen har blitt en allmenn oppfatning, slik at man ikke ”ser” hvordan samfunnet er bygd opp. Det er opparbeidet en differensiering mellom kjønnene der aktørene skal fremheve de ytre tegnene som definerer individenes kjønn. Avvik fra dette sees på som upassende atferd og forbys eller motarbeides. Eksempelvis påpeker Bourdieu (2000) jenters pålegging av begrensninger i form av klær som ikke oppfordrer til fysisk aktivitet, eller kroppsholdninger som betegnes som feminine. Dette inngår i sosialiseringsarbeidet for kvinnene, og kan også sees i det moderne og vestlige samfunnene der ryggen skal holdes rank og magen trekkes inn. Det tradisjonelle synet på manns- og kvinnekropp ser på mannskroppen som positiv og aktiv, mens kvinnekroppen sees på som passiv og negativ (Bourdieu, 2000). Synet har lange tradisjoner i et historisk perspektiv, men som vi fortsatt kan finne i dagens forståelse av kjønn, som doxa. Lippe (1998) mener doxa er grunnen til at vi fortsatt snakker om kvinne- og mannsyrker, eller kvinne – og herreidretter. Håndball blir fortsatt sett på som en kvinneidrett i Norge, mens fotball sees på som herreidrett. Dette gjenspeiles i media, der kvinnelige håndballspillere får mer og bedre omtale enn mannlige håndballspillere, og mannlige fotballspillere får bredere og bedre omtale enn de kvinnelige fotballspillerne (Lippe, 2001). Bourdieu (2000) påpeker at mange kvinner i dag har brutt med tilbakeholdenhetens tradisjonelle former og normer, men opplever en konflikt mellom samfunnets forventninger om den feminine kvinnen og idrettsutøveren. Spesielt trekker han frem dette innenfor idretter der det kreves en maskulin fremtreden:

Enda mer overraskende er det at den etablerte orden, med sine dominansrelasjoner, sine rettigheter og overgrep, sine privilegier og urettferdighet, til syvende og sist

består, og det med slik letthet, med unntak for visse ulykker, og at de mest ulidelige eksistensbetingelser så ofte kan fremstå som akseptable og til og med naturlige. Og jeg har dessuten alltid ansett den maskuline dominans, både i måten den innføres på og slik den gjennomleves, for å være beste eksempel på denne paradoksale underkastelsen, som er en virkning av det jeg kaller symbolsk vold (Bourdieu, 2000:9).

Bourdieu (2000) beskriver begrepet symbolsk vold som noe som utøves gjennom symbolske kanaler for kommunikasjon og innsikt. Det defineres som *makten til å få en bestemt virkelighetsforståelse til å framstå som objektiv og sann, uten at det er klart for de involverte at det er snakk om en vilkårlig virkelighetsforståelse, samtidig som det heller ikke er klart at alternative virkelighetsforståelser utelukkes* (Wilken, 2008:68). Symbolsk vold som er utført gjennom symbolsk makt er et kjennetegn på den maskuline dominansen, og står i motsetning til kunnskap og kjennskap. Slike symboler rettferdiggjør den sosiale ulikheten i samfunnet (Lippe, 2001). Posisjoner og rangeringer bekreftes og opprettholdes gjennom kommunikasjon og symbolbruk (Slaatta, 2003). Bourdieu (1996:45) skriver at symbolsk makt kan forstås som:

”en makt til å konstruere det gitte gjennom utsagn om det, til å forandre den, og gjennom verdensoppfatningen også handlingen i verden, og dermed verden seg selv. Symbolsk makt er en nesten magisk makt som gjør det mulig å oppnå det samme som en kan oppnå med styrke (fysisk eller økonomisk), og det takket være den spesifikke mobiliseringseffekten – symbolsk makt virker bare når den anerkjennes, det vil si når det vilkårlige ved det miskjennes”.

Lippe (2001) viser til hvordan denne tankegangen har vært reell, eller hatt reelle konsekvenser i form av kvinners utestenging på idrettsarenaen i mange år. Så lenge kvinnene syntes at det var naturlig og riktig ikke å delta, var kvinnene underlagt symbolsk makt. Den symbolske makta blir sett på som tanker og verdier som legitimerer utestenginga. Både kvinner og menn er uvitende om at det er gjennom logikken i dominansforholdet at kvinnene pålegges og tillegges alle de negative egenskapene som det dominerende synet som tilskriver deres natur. Det er de dominerendes synspunkt som blir tatt i bruk av de som blir dominert, og disse kategoriene blir gjort naturlige (Bourdieu, 2000). Bourdieu (2000) mener at kvinnene er underkastet en kroppsholdning gjennom historien.

2.3 Maskulinitet

"Masculinity, to the extent the term can be briefly defined at all, is simultaneously a place in gender relations, the practices through which men and women engage that place in gender, and the effects of these practices in bodily experience, personality and culture (Connell 2005:71). Innen studier i media blir ofte maskulinitet definert som *"hva menn prøver å være"* (Connell, 2005). I henhold til Eng (2000) fungerer begrepet maskulinitet som en kontrast til femininitet, noe også Bourdieu (2000) presiserer som motsetninger. Maskulinitet handler om seksualitet, forskjell på gutter og jenter, både det biologiske og det sosiale. Bourdieu (2000) mener maskulinitet blir skapt gjennom samfunnets strukturer og kulturelle forståelse som danner vår oppfatning om hva maskulinitet og femininitet er. Forståelsen av maskulinitet er kroppsliggjort og skapt i habitusen, gjennom vår oppfatning, tanker og handlinger (Bourdieu, 2000).

2.3.1 Hegemonisk maskulinitetsteori

Begrepet hegemonisk maskulinitet stammer fra Antonio Gramscis teorier om strategier, som videre er integrert i teorier om maskulinitet. Hegemonisk maskulinitetsteori omhandler strategier som er brukt for å opprettholde den maskuline dominansen i samfunnet. Det er en type maskulinitet som mange menn identifiserer seg med i flere samfunn. De fantaserer om å nedlegge kvinner, ha makt, penger og en behagelig livsstil. Menn setter standarden, og arbeiderklassemenn streber etter middelklassens menns livsstil og makt. Ut i fra teorien finnes det ingen hegemoniske måter å være kvinne på i og med at det er menn som sitter på økonomisk, kulturell og politisk makt i internasjonale selskaper og i de enkelte land. Det er hegemoniske måter å være mann på, og godttatte måter å være kvinne på som stadig er i endring (Connell, 2005, Lippe, 2001). Hegemonisk maskulinitetsteori kan brukes når man skal forklare den maskuline dominansen innen idrett. Den mannlige måten å drive idrett på er både den dominerende og den riktige (Bourdieu, 2000, Fasting, 2001). Innen idretten betyr dette at vi verdsetter den sterke og maskuline og nedvurderer det svake og feminine. Samtidig opplever menn en forventning i forhold til idrett, og undersøkelser finner at menn iscenesetter seg som tøffe og uredde idrettsmenn (Lippe, 2001), mens kvinner ofte blir sammenlignet med menn i idretten, og det forventes likt nivå (Fasting, 2001). Skjevhetene i media bidrar til å opprettholde det bildet som er av kvinnelige og mannlige idrettsutøvere i deres presentasjon og omtale (Fasting, 2001, Dahlén og Helland, 2002). Når kvinnelige toppidrettsutøvere eksponeres for hegemonisk maskulinitet blir de møtt med motstand og ambivalens, fordi dette

går mot de tradisjonelle forestillingene om hvordan en kvinne skal være (Hovden, 2004). Dette vil jeg forklare ytterligere nedenfor.

2.4 Konflikten mellom å være kvinne og idrettsutøver

De fleste idrettsgrener er skapt av menn og for menn. Fotball er ikke et unntak, og blir sett på som en maskulin idrett (Lippe, 2001). Fotball er, sammen med skihopp, muligens den idretten som skaper flest diskusjoner rundt kjønn. De kvinnene som bryter med den underforståtte disponibilitetsrelasjonen og som på et vis tar tilbake sitt eget kroppsbilde og i samme bevegelse sin egen kropp, framstår imidlertid i mennenes øyne som "ufeminine", endog lesbiske (Bourdieu, 2000). Bourdieu (2000) mener kvinnene settes i en double bind – posisjon. Dersom kvinner opptre som menn, vil de kunne risikere å miste sine feminine attributter, og dermed sette spørsmålsteget ved mennenes naturlige rett til maktposisjoner. Men hvis kvinnene opptre som kvinner, virker de uegnet og har ikke tilpasset seg posisjonen. De utsettes altså for en rollekonflikt mellom sine interesser og samfunnets forventninger. Cox og Thompson (2000) gjorde en studie av kvinnelige fotballspillere i New Zealand om hvordan de erfarer sine kroppar innen diskurser om idrett, kjønn og heteroseksualitet. Flere av informantene som deltok i undersøkelsen, fortalte at de følte seg annerledes enn andre jenter fra de var små. 14 av 16 sa at de karakteriserte seg som guttejenter. Kvinnelige idrettsutøvere som skiller seg fra de feministiske "normene", med eksempelvis kort hår og atletiske kroppar, kan ha en utfordring ovenfor sin seksualitet (Cox og Thompson, 2000). "*Many of the players reportes having their sexual identity questioned after saying they played soccer*" (Cox og Thompson, 2000: 11). For å kompensere for den maskuline idretten de bedriver, symboliserer de femininitet på de områdene de kan. Blant annet ved å ha langt hår og kle seg feminint (Cox og Thompson, 2000).

I følge Eng (2000) vil idrett som blir ansett som maskulin, slik som fotball og kampsport, skape et maskulint miljø. For eksempel vil kvinnelige fotballspillere tilpasse seg maskuline sider ved sporten. Fasting (2001) gjennomførte en undersøkelse blant kvinnelige fotballspillere i Norge, Sverige og Danmark. Her finner også hun at mange spillere føler at de har blitt utsatt for homofobi. Dette bekreftes også av doktorgradsavhandlingen til Jorun Kolnes (referert i Fasting, 2001). Enkelte spillere i Fastings undersøkelse mener at dette stempelet har skadet kvinnefotballens omdømme (Fasting, 2001). Å komme i en konflikt

mellom kvinnerollen og idrettsutøverrollen er noe Fasting (2001) bruker som en forklaringsmodell for hvorfor mange kvinner har et lavt engasjement i organisert idrett.

2.5 Idrett og makt

Idretten har en sterk posisjon i dagens samfunn, og får stadig større oppmerksomhet i media (Lippe, 2001). Volger og Schwartz (1993) mener man kan se på idrett som et speil av samfunnet og trekker fram eksempler som suksess, aktivitet, arbeid, moral, progress, frihet, vitenskap, demokrati, nasjonalisme og individuell personlighet. Dette er aspekter som kan sees både gjennom idretten og samfunnet (Vogler og Schwartz, 1993). Idrett blir ofte utelukkende betraktet som noe positivt i samfunnet og har en positiv funksjon. Det kan bidra til integrering i samfunnet, samt holde sosial orden og forsterke normer og verdier (Hargreaves, 1986). Den skaper identifikasjon, fascinasjon og symboliserer grunnleggende kulturelle verdier (Klausen, 1998, Loland 1991). Hargreaves (1986) legger vekt på at idrett blir betraktet som en meningsfylt aktivitet som fremmer personlige uttrykk og det å oppnå en stabil personlighet. Samtidig innehar idretten en maktposisjon i dagens samfunn, som opplever kritikk med tanke på at den fører til kulturelt forfall. Idrett blir av Klausen (1998) kalt "den femte statsmakta" som han forklarer på tre måter. Spill, lek og konkurranse dekker flere menneskelige behov og får ulike kulturelle uttrykk innenfor de forskjellige idrettsgrenene. En annen årsak er idretten som en karrierestige, som kan få trenere og ledere opp innad i idretten. Medieindustrien og utstysindustrien er to viktige aspekter innenfor den tredje maktårsaken. Medieindustrien forener de ulike aktørenes interesser, som til sist kommer sponsorer og idretten til gode.

2.6 Media og makt

"Den fjerde statsmakta" er et begrep som blir brukt om pressen, og som pressen også bruker om seg selv. Pressen har fått en rolle som en kritiker og en overvåker i samfunnet. Med mediemakten følger også et samfunnsansvar, der de skal "vokte og forvalte demokratiske rettigheter, bidra til ytringsfrihet og være vaktbikkje på vegne av folket" (Lippe, 2010: 26). Dagsordenfunksjonen er et begrep som brukes om opinionsmakta til media. *"Dagsordenfunksjonen til media tilseier altså at saker som media legg vekt på, blir vurdert som viktigare enn saker som får liten omtale"* (Aalberg og Elvestad, 2005:92). Dagsorden påvirker hvilke saker publikum blir opptatt av, og er dermed med på å danne normer og verdier i samfunnet (Schwebs og Østbye, 2001). Hvordan media presenterer sakene sine

påvirker også publikum. Tidsaspektet er viktig for hvem som blir påvirket og medias vinkling på saken er viktig å ta i betraktning (Aalberg og Elvestad, 2005).

2.6.1 Symbolsk makt i media

Symbolsk makt er et begrep knyttet til aktørers kontroll og evne til å ta i bruk medier, språk, kommunikasjon og symboler for å påvirke eller tilskynde handlinger eller fremme bestemte virkelighetsoppfatninger i bestemte situasjoner (Slaatta, 2003). Makten som ligger i bruk av media er betinget av en grunnleggende kunnskap om, eller tro på deres gyldighet eller legitimitet. Det er med på å gjenskape og opprettholde legitimitet, tillit, troverdighet og sannferdighet (Slaatta, 2003). Dominans har i følge Bourdieu (1999) alltid hatt en symbolsk funksjon. Media innehar symbolsk makt, som innebærer at få stiller spørsmålstegn ved deres legitimitet og medieorden. Den symbolske makten i media kan være i to former. For det første kan mediene gi anerkjennelse til aktører gjennom omtale og kildebruk. Et grunnleggende aspekt ved medienes formidling av ytringer og symbolske systemer, er at ytringene alltid ytres av *noen*, en journalist, organisasjon, forfatter eller kilde. For det andre er mediene selv aktører. De formidler sine egne stemmer, og der de også konkurrerer med andre medier og konkurrerende medier (Slaatta, 2003). Ved å analysere symbolsk makt i et felt-analytisk perspektiv, studeres medienes symbolske makt ut i fra hvilken grad de bidrar til å opprettholde og legitimere sosiale og kulturelle distinksjoner i samfunnet. Enkelte aktører eller grupper i samfunnet søker omtale og kommunikasjon med media til distinksjonsskapende og posisjonsbekreftende ressurser. Mediebruk er knyttet til ulike interesser og livsstiler som gir inntrykk av å være ”riktige” og ”naturlige”. Den symbolske makten er størst når sosiale posisjoner i samfunnet og de interessene og livsstilene sammenfaller. Det vil si når den usynliggjøres.

2.7 Avhengighet mellom media og idrett

”I dag er det vanskelig å tenke seg en medieindustri uten sport, og en sportsindustri uten massemedier” (Helland, 2003:11). Det er et symbiotisk forhold mellom idretten og media, og aller viktigst er media for de kommersielle idrettene (Dahlén, 2008, Helland 2003). Begrepet symbiose beskriver samliv mellom to individer av ulike arter som begge har fordel av (Helland, 2003). Uten inntektene fra media ville arrangører av olympiske leker og verdensmesterskap gått med store underskudd (Lippe, 2001). Mens avisene er avhengige av sportssidene for å opprettholde salget av avisene, og spesielt med tanke på annonsørene

(Coakley, 2009). I en undersøkelse gjort av Verdikommisjonen blant ti norske aviser, viser det seg at fire av ti aviser har sport som det viktigste dekningsområdet. En avis mener det er det nest viktigste, mens tre aviser har sport som på tredje plass (Eide, 2000a). Allern (referert i Eide, 2000a) bruker ordet ”sportifisering” om denne utviklingen i media. Videre viser en leserundersøkelse at sport ikke skårer spesielt høyt hos leserne, og i befolkningen som helhet, men relativt høyt hos de mannlige leserne (Eide, 2000b). Det symbiotiske forholdet er drevet frem av økonomiske krefter, der media tilbyr idretten store penger for å vise idretten, spesielt innen fotball (Dahlén, 2008). De tette relasjonene mellom idrett og media betegnes i internasjonal forskning som ”sport/medie-komplekset”, og har store implikasjoner for idrett, media, økonomi, kultur og politikk (Helland, 2003). Særlig fotballbanen er en av de fremste eksponeringsarenaene for reklame, der mediene viser frem både sporten og sponsorene. Dette bidrar til å gi sporten en kommersiell merverdi (Helland, 2003).

Helland (2003) presenterer tre forutsetninger for symbiosen mellom idretten og media; sportifisering, mediefisering og kommersialisering. Alle tre henger tett sammen, og beskriver historiske prosesser. *Sportifisering* er en utvikling innen idretten som har gått mot standardiserte regelverk og organisasjon, der det foregår innenfor bestemte rammer. Prosessen rundt sportifisering er en forutsetning for *mediefisering*, som betyr at idrett og medier er forutsetninger for hverandre (Helland, 2003). Det siste begrepet, *kommersialisering*, blir av Helland (2003) sett på som en prosess der virksomhet blir underlagt økonomiske og forretningsmessige hensyn som danner grunnlaget for kommersielle markeder, både for idrettsutøvere, organisasjoner og medier (Helland, 2003:15).

2.7.1 De ulike idrettene i media

Ulike idretter har ulikt grunnlag for kommersialisering, og ikke alle toppidrettsutøverne har samme markedsverdi (Breivik, 1998). Mange toppidrettsutøvere sliter økonomisk, mens andre har god inntekt. De som sliter økonomisk må ofte arbeide ved siden av idrettskarrieren, noe som sjelden er optimalt for karrieren. I tillegg er det store forskjeller mellom ulike idretter, ulike forbund og kvinner og menn. ”De idrettene som får mye oppmerksomhet får også de største og rikeste heltene/skurkene og største økonomiske ressursene. De idrettene som får minst oppmerksomhet, får svært lite ressurser og rekrutterer dårlig” (Helland, 2003).

2.7.2 Personifisering i media

Som nevnt innledningsvis har mange aviser i Norge gått mot et ”tabloid” format med mindre avis, større bilder, større overskrifter og mer innslag av underholdning, noe sportsblader bidro sterkt til. Et annet perspektiv i denne omleggingen av norske aviser, og som forbindes med tabloide aviser, er en sterk personorientering og dramatisering (Allern, 2001). På midten av 1900-tallet begynte sportsseksjoner i media å fokusere på individet, og kan forklares med fjernsynets ankomst da resultater og kamppreferering ble mindre nødvendig (Helland, 2003). Bastiansen og Dahl (2008) mener at personifisering innebærer en popularisering og gjør stoff bredere og mer allment interessant. Det er lettere å identifisere seg med personer enn eksempelvis institusjoner (Allern, 2001, Bastiansen og Dahl, 2008) og dette øker nyhetsverdien (Schwebs og Østbye, 2001).

2.8 Kvinner i pressen

Eide (1993) fremmer fem punkter for hvorfor kvinner usynliggjøres i pressen. For det første at den bærende nyhetstradisjonen er mannlig ved at det er menn som forvalter nyheter. Journalisten oppfattes som budbringer og en som skal gjenspeile samfunnet, og det valget som tas er det eneste riktige for å overbringe nyheten. Som punkt nummer to skriver Eide (1993) at det ofte er de samme kildene som går igjen i pressen. Dette er ofte menn med mye rutine, og redaksjonene har et foto- og kildearkiv som er lett tilgjengelig. Kvinnelige kilder er i tillegg mer skeptiske til å stå fra i mediene, og mer tilbakeholden for avbildning og intervju enn mannlige kilder. Journalistikken er topptung som vil si at det er en større andel menn i toppstillinger, og spesielt i næringslivet. Dette vil føre til at det oftere vil være menn som uttaler seg. Som det fjerde punktet mener Eide (1993) at det usedvanlige fører til en overrepresentasjon av mannlige kilder. De dominerer i forbryterverden og i ulykkesjournalistikken enn for eksempel i politikken. Som siste punkt er likestilling i journalistikken ingen selvfølge. Ikke alle kvinnelige journalister er engasjerte i likestillingsdebatten, og de som er det lever mellom doble forventninger. Det er et mannsdominert yrke på flere områder, og mange kvinner vil «passe inn». Dette gjør at de vil følge den tradisjonen som allerede finnes (Eide, 1993). Allern (2001) mener at det er lettere å bryte ut av den mannsdominerte nyhetskulturen på områder der det er en større andel kvinner i redaksjonen, enn for eksempel innen sport der den kvinnelige journalisten kan ”bli en av gutta”. Allern (2001) oppsummerer sin analyse der han har sett på journalisten og kildens

kjønn, med at det å rekruttere flere kvinnelige journalister kan føre til synliggjøring av kvinnelige kilder.

Sportsmediene har lenge vært dominert av ulike fordommer rundt kvinner i pressen. Bach (2002) skriver at menn utgjør den største målgruppa for sport i mediene, og at de ikke er interessert i å se kvinner i sportssendingene på TV. I tillegg kan ikke kvinner selge aviser dersom de opptrer på sportssidene. Når det gjelder kvinnelige journalister mente mange at disse ikke kunne dekke fotball, boksing og andre mannsdominerte idretter fordi de selv ikke kunne spille fotball, bokse osv. Og til sist at kvinner over 35 år ikke kan være studieverter på sportssendingene (Bach, 2002). Bach (2002) mener videre at en del av disse fordommene er tilbakevist, og flere kvinnelige journalister har bevist sin rett innen sportsjournalistikken, dog med motstand. Men samtidig finnes fortsatt flere av disse fordommene innad i media.

Innen sportsjournalistikken kan de skjevhetene som finnes forklares ut fra ulike ståsted. Coakley (2009) mener idrett som omhandler kvinner bare blir presentert i media når det har skjedd noe spesielt. En undersøkelse gjort av Bruce, Hovden og Markula (2010) viser at under OL i 2004 økte andelen kvinneidrett betraktelig i flere land. De undersøkte dekningen i 30 aviser i 18 land, og blant annet i Norge fikk dekningen av kvinneutøvere en større dekning i forhold til antall utøvere i OL-troppen. I Kina fikk kvinneidrett mer enn 50 prosent av all dekning i sportsmedier. Samtidig viser undersøkelsen at det var de kvinnelige medaljevinnerne som fikk medieoppmerksomhet, men innen herreidrett ble flere utøvere og flere idretter omtalt (Bruce, Hovden, og Markula, 2010).

Større idrettsarrangement for menn får stor omtale i forkant av arrangementet, som gjør at publikum blir forventningsfulle, og fører dermed til mer publikum. Men disse strategiene blir ikke brukt i forkant av idrettsarrangement for kvinner, og dermed blir publikumsinteressen mindre (Duncan og Messner, 1998). Duncan og Messner (1998) mener at det er ikke bevisst diskriminering av kvinneidrett, men herreidretten inngår i større grad journalistenes og avisenes rutiner for hva det skrives om. I tillegg til at det er mangel på kvinnelige journalister innen sporten (Boyle, 2006). Knoppers og Elling (2004) mener journalistene bruker sine interesseområder innenfor idretten, og det skjer en overlapping mellom interesser og hva de skriver om. De opparbeider seg en nærhet til kildene, og søker god kontakt med disse. Håndball er et unntak i norske medier, og kan sees i sammenheng med at det blir sett på som en kvinneidrett (Lippe, 1998). En vanlig forklaring fra medienes side rundt den skjeve

dekninger er at det er mest menn som leser sportssidene i avisene, og at de ikke er interessert i å lese om kvinneidrett. Derfor mener media at de gir publikum det de vil ha, når herreidrett er dominerende (Duncan og Messner, 1998)

2.8.1 Fremstilling av kvinner i media

Van Zoonen (1996) finner i sin undersøkelse om fremstilling i media, at kvinner ofte blir presentert i en familiesammenheng eller i relasjon til andre, og med liten makt eller autoritet. De blir også ofte framstilt som mødre. Et eksempel på dette er fra Haukeberg og Syrstads (2000) undersøkelse, der Dagbladets eneste reportasje i forkant av kvinnenes cupfinale i fotball, var om Donns midtbanespiller Astrid Marcussen som var gravid i tredje måned. Dagen etter finalen som Trondheims-Ørn vant, vinklet de saken inn på lagets kaptein Monica Enlid og hvordan landslagssjefen hadde "falt for Monica". Videre sto det at hun måtte slanke seg for å komme på landslaget. De fulgte også opp saken om gravide Marcussen med tittelen "Gravid fikk gult".

Gunne (referert i Eide, 2000a) mener det finnes tre mest vanlige fremstillinger av kvinner i media: offer, babe og makt. Elisabeth Eide (2000a:185) har tolket uttrykket babe slik: "*framstilling av kvinner som forlystelsesobjekt for det mannlige blikket, en tendens til å blåse opp vakre unge kvinner med moteriktige kropper (ekte eller manipulerte)*". Denne trenden i media fører til at kvinner som ikke er unge, vakre og lekke blir skjøvet bort fra mulighetene som både ansikt i redaksjoner, som kilder eller som nyhetssaker i seg selv (Eide, 2000a). Kvinner blir også nå i større grad enn før framstilt som seksualobjekter, uansett hvilken rolle de har i nyhetsbildet. Kvinnelige politikere, rockestjerner, idrettsutøvere eller pasienter gjøres fort om til en babe i nyhetene (Eide, 2005). Gunne (referert i Eide, 2000a) mener det er en tendens til at kvinner ofte blir framstilt som et offer i media. Det kan være at saken handler om kvinner som blir offer for krigshandlinger eller forbrytelser, og som Van Zoonen (1996) mener, blir kvinner ofte beskrevet som passive og avmektige (Eide, 2000a). Den tredje kategorien kvinner blir ofte plassert under, er i en maktposisjon som vellykkede bidronninger. Dette skjer på områder der kvinner som jobber i et tradisjonelt mannsdominert yrke, og blir presentert som unike hvis de når toppen. Med bidronningseffekten menes at når menn oppnår en posisjon er det normalt, men hvis det er en kvinne som oppnår det samme, er det et unntak. Det er mer og mer vanlig med kvinnelige toppledere i nyhetsbildet, og denne kvinnetypen er den mest utbredte i media. Spørsmålene disse kvinnene blir stilt er ofte annerledes enn

spørsmålene menn blir stilt. Kvinner må fortelle om hvordan hun greier å være leder for en bedrift og samtidig ta vare på hus og familie (Van Zoonen, 1996). Disse fremstillingene er omtrent de samme som Bach (2002) mener finnes av kvinner i sportsmedia. Hun beskriver fire ulike fremstillinger; ”Den hysteriske, psykisk svake og intrigante kvinnen”, ”Den søte, smilende og sexye ”Lolita-jenta”, ”Kvinnen, der i virkeligheten er en ”nesten-mann”” og ”(Hus)mor og hustruen” (Bach, 2002). Guttormsen (1995) har studert fremstillingen av kvinnelige og mannlige idrettsutøvere, og finner at omtalen er nokså ulik. Reportasjene om de mannlige utøverne er mer konsentrert rundt konkurransen og resultater, mens hos de kvinnelige utøverne legger journalistene mer vekt på tårer og følelsesutbrudd.

Den siste tiden har det blitt flere kvinner på tv-skjermen under nyhetssendingene, og man ser ofte det klassiske paret med en ung, vakker kvinne sammen med en middelaldrende mann. Vibeke Pedersen (referert i Eide, 2000a) har forklart dette og bruker ordet lavkulturkvinnelighet, og at analogien lever i beste velgående i kommersielt tv. Antallet kvinnelige nyhetsanker på tv øker i takt med at public service-idealene må vike for underholdning. Hun mener kvinnene har denne lavkulturen som innebærer emosjonalitet, personifisering, oppslukthet, sanselighet, stjernedyktighet og skuelyst. Pedersen konkluderer denne nye trenden på norske tv-skjermer med at kvinnelige verter fungerer som fasadepynt og dermed oppfyller markedets krav (Eide, 2000a).

2.9 Sammenfatning av kapitlet

I dette kapitlet har jeg belyst Bourdieu sine begreper om det sosiale rommet, doxa og maskulin dominans. Med disse begrepene som en bakgrunn, kan man se på sportsjournalistikken som et felt, og doxa som finnes på feltet. Tidligere forskning på området tyder på en skjevfordeling av kjønn i sportsmedia, og hans teorier om den maskuline dominans kan være et bakgrunnsteg for å forklare skjevhetene. Videre har jeg sett på maskulinitet og hegemonisk maskulinitet og vist hvordan det maskuline dominerer i idretten. Makten til media er viktig i denne oppgaven, da dette ser på medias posisjon i samfunnet, og hvordan få stiller spørsmålstegn til deres dagsorden. Dette er også koblet sammen med Bourdieu sitt begrep om symbolsk makt. Symbolsk makt kan sees i sammenheng med både medias maktposisjon og hvordan journalister interagerer i redaksjonene. Personifisering i media viser at media legger stor vekt på profilering og personifisering, og at dette kan ha en betydning for deres prioriteringer. Til sist er et kapittel om kvinner i pressen som

sammenfatter teori og tidligere forskning om kjønn i media. Både kvinnelige utøvere, kilder og kvinnelige journalister. Disse aspektene søker å finne forklaringer på hvorfor menn dominerer sportsmedia, både rundt omtale og i redaksjonene.

3. Datagrunnlag og metode

I dette kapittelet vil jeg presentere datamaterialet som ligger til grunn for den videre analysen. Det er i denne oppgaven brukt både kvantitativ og kvalitativ metode. I den kvantitative delen er innholdet i Adresseavisa og VG studert, og i den kvalitative delen har fire journalister fra hver av avisene blitt intervjuet. Jeg vil først drøfte metodetriangulering. Deretter vil jeg presentere kvantitativ innholdsanalyse med presentasjon av hver variabel, og hvilken metode og hvilke analyseteknikker som blir brukt. Til sist vil jeg presentere intervju som metode, og gjennomføring av intervju.

3.1 Valg av metode

Å bruke en kvantitativ innholdsanalyse for belyse fordeling av kjønn i media, er en utbredt analyseform og en metode mange har brukt, blant annet Haukeberg og Syrstad (2000), Lippe (1998), Duncan og Messner (1998) og Bruce, Hovden og Markula (2010). Dette gir en god oversikt over hvordan fordelinga faktisk er. Det er gjort få analyser av hvordan media selv forholder seg til hvordan selektering og hvordan valg av saker foregår i norske aviser. Ved å bruke metodetriangulering vil det gi et bedre grunnlag for å si hvorfor fordelinga er skjev og hva som prioriteres i sportsmedia.

3.2 Metodetriangulering

Ved å benytte seg av både kvantitativ analyse og kvalitativ analyse, bruker man det som blir kalt metodetriangulering. *"Metodetriangulering går ut på å belyse samme problemstilling ved hjelp av forskjellige data og metoder"* (Grønmo, 2004:55), og kan være gunstig for å styrke validiteten i en studie. Å bruke metodetriangulering i en slik type oppgave, kan utfylle den kvantitative og den kvalitative metodens svakheter, og dermed styrke deres sterke sider. Kombinasjonen av kvantitativ og kvalitativ metode, kan gi et mer nyansert og helhetlig bilde av problemstillinger (Grønmo, 2004). Grønmo (2004) beskriver tre ulike måter å benytte metodetriangulering på; kvalitativ metode som forberedelse av kvantitativ metode, kvalitativ metode som oppfølging av kvantitativ metode eller en parallell innsamling av kvalitative og kvantitative data, noe som Creswell (2009) kaller *"concurrent triangulation strategy"*.

I denne oppgaven har jeg startet med en kvantitativ analyse, og deretter fulgt dette opp med en kvalitativ analyse. Resultatene fra den første undersøkelsen påvirket måten jeg utformet den oppfølgende undersøkelsen. Analyseresultatene la dermed legge føringer for hvordan intervjuet ble lagt opp. Dette blir naturlig i og med at man vil forsøke å finne årsakene til funnene i den kvantitative delen. Det andre viktige aspektet som Grønmo (1985:122) påpeker er at det må *”legges vekt på sammenligning og integrering av resultatene fra begge undersøkelsene. Dette er en forutsetning for å kunne dra nytte av de to datatypenes forskjellige komparative fortrinn”*. En del aspekter ved analyse av data er noe ulikt for kvalitative og kvantitative metoder. Dette kan også gi noen utfordringer ved oppgaver som inneholder metodetriangulering. Analyse av metode er ulike ut fra de ulike tradisjonene. Ved metodetriangulering vil hver datatype bli analysert ut fra sine egenskaper. Ved kvalitative data vil analyse foregå parallelt med datainnsamlingen, og det finnes ingen standardiserte analyseteknikker. Dette kan gi utfordringer ved at materialet kan være uoversiktlig. Formidlingen av analyseresultatene illustreres gjerne ved hjelp av sitater i teksten fra informanter (Grønmo, 2004)

Ved organisering av kvantitative data skjer analyse og tolkning i etterkant av datainnsamling, og man bruker ofte hjelpemidler av statistiske teknikker, eksempelvis statistikkprogrammet SPSS. Her dokumenteres gjerne resultatene ved hjelp av tabeller (Grønmo, 2004). Dersom man skal kombinere kvalitativ og kvantitativ metode, vil analyseresultatene være avgjørende for videre arbeid i prosessen. Med samme problemstilling for begge metodene, vil like analyseresultat gi grunnlag for å si at validiteten er høy, og det er høy tillit til analyseresultatene. Men dersom analysen gir ulikt resultat, vil det være utgangspunkt for nye problemstillinger eller nye tilnærminger. I min oppgave er det noe forskjellige problemstillinger, i og med at jeg vil finne årsakene til valgene som blir gjort. Men også her kan analyse indikere at resultatene kan bli like. Da mener Grønmo (2004) at det er en teoretisk integrasjon og en syntesedannelse i analysen. Men med ulike resultater vil det kunne være hensiktsmessig med strategiske tester og eventuelt utvikle konkurrerende teorier (Grønmo, 2004).

3.3 Kvantitativ innholdsanalyse

For å undersøke medias prioritering med hensyn til kjønn, og omfanget av dette, har jeg foretatt en kvantitativ innholdsanalyse av to aviser over fire perioder, der en periode består av en uke.

Definisjonen på kvantitativ innholdsanalyse er "*dataregistrering og analyseteknikk som søker mot en systematisk, objektiv og kvantitativ beskrivelse av innholdet*" (Østbye, Helland, Knapskog, og Larsen, 2007). *Systematisk* vil si at vi formulerer generelle regler for hvordan materialet skal behandles. *Objektivitet* betyr at den enkeltes holdninger og meninger skal holdes ute fra bearbeidingen av materialet. Å være komplett objektiv er vanskelig, men det skal være samsvar i kodingen av et materiale på tvers av enkeltpersoner (Østbye, Helland, Knapskog, og Larsen, 2007). Med *kvantitativ* menes at det er en tallmessig beskrivelse av materialet. Forskere søker å oppfylle innholdsanalyser ved hjelp av å beskrive mønstre og utviklingstendenser i medieinnhold, teste hypoteser om mål, utvalgsriterier og arbeidsmetoder i mediene, sammenlikne medieinnholdet med den virkelige verden, finne ut hvordan mediene framstiller ulike grupper i samfunnet og å trekke slutninger om mediens effekter (Østbye, Helland, Knapskog, og Larsen, 2007).

3.4 Datamaterialet

Utvalget av avisene er gjort på grunnlag av deres dekningsområde, og jeg ville bruke en riksavis og en regionavis for å se om det finnes forskjeller mellom nasjonale og regionale aviser. VG er en av Norges største aviser, med et relativt stort fokus på sport, og med et eget sportsbilag. Avisa kommer ut sju dager i uka, og er en løssalgsavis. VG dekker sportsaktiviteter fra hele landet samt internasjonale hendelser. Adresseavisa er Trøndelags regionavis som kommer ut fra mandag til lørdag, og er i hovedsak en abonnementsavis. Den har sportsstoff i en egen del av avisa. Grunnen til at Adresseavisa er valgt er på grunnlag av at Trøndelag har idrettsutøvere fra begge kjønn som hevder seg både nasjonalt og internasjonalt. Eksempelvis vil langrennsløperne Petter Northug og Marit Bjørgen være naturlig å presentere for begge avisene. I tillegg har Trondheim flere fotballag innen toppfotball, herrelagene Rosenborg og Ranheim, og kvinnelagene Trondheims-Ørn og Kattem. Innen håndball er Byåsen håndball et av Norges beste på kvinnesiden.

For at ikke en årstid som er preget av enkelte idretter skal dominerer mediesporten, har jeg gjort analyse fire perioder. Første periode var 08.08.2011 til 14.08.2011, andre periode fra

17.10.2011 til 23.10.2011, tredje periode 05.12.2011 til 11.12.2011, mens siste periode er fra 16.01.2012 til 22.01.2012. Selv om Adresseavisa kun kommer ut seks dager i uka, og VG sju, er VG søndagsavis likevel tatt med i analysen. Dette er for å unngå å utelate saker og rapportering fra idrettsarrangementer som foregår på lørdag. Eksempelvis spilles kvinnenenes eliteserie i fotball ofte på lørdager, og det vil da være naturlig for VG å skrive om dette på søndag. De tre første ukene er tilfeldige uker. Den siste perioden var et bevisst valg fordi periode tre havnet under første uke i håndball-VM for kvinner, og dermed ville jeg ha med første uke under håndball-EM for menn. Jeg ville også sammenligne dekningen av kvinnehåndball og herrehåndball. Bortsett fra disse to mesterskapene, var det ingen andre store arrangement som preget ukene.

3.5 Operasjonalisering av variablene

Variablene som er brukt i den kvantitative analysen er avis, kjønn, journalist, plassering i avisa, om det er med bilde, hvordan bilde det er, type sak, hvordan idrett det er skrevet om og fremstilling av kvinner. De er valgt ut for å kunne gi et bilde av hvordan de to avisene prioriterer sine saker av hensyn til kjønn, forskjeller mellom de to avisene og for å se om det finnes forskjeller mellom kvinnelige og mannlige journalister.

3.5.1 Kjønn

De fleste sakene omhandler enten kvinnehåndball eller herrehåndball. Men det finnes også enkelte saker som omhandler begge kjønn, og noen som er nøytrale i forhold til kjønn, eksempelvis saker som handler om bygging av idrettsanlegg. Derfor har variabelen ”kjønn” fått fire kategorier; ”herrehåndball”, ”kvinnehåndball”, ”begge kjønn” og ”nøytrale saker”.

3.5.2 Avis

Som nevnt brukes det to ulike aviser i denne studien, og derfor er variabelen ”avis” er delt inn i to kategorier, riksavis ”VG” og regionavis ”Adresseavisa”. Det vil gjennom analysen bli gjort komparative analyser av VG og Adresseavisa for å se hvilke forskjeller som finnes i de to avisene.

3.5.3 Journalist

I motsetning til andre studier gjort på samme område, er jeg også interessert i hvem som har ”byline” på de ulike sakene. Dette er for å undersøke om det finnes forskjeller på hva kvinnelige og mannlige journalister skriver om. Det finnes også saker som aviser kjøper fra Norsk Telegrambyrå (NTB). Enkelte saker står uten ”byline”. Variabelen ”journalist” har fem kategorier; ”mannlig journalist”, ”kvinnelig journalist”, ”begge kjønn som journalist”, ”NTB” og ”uoppgitt journalist”.

3.5.4 Plassering i avisa

Jeg ville undersøke hvor i avisa sakene står. Dersom sakene står på forsiden av sportsdelen, vil dette muligens oppfattes av publikum som en viktig sak. Variabelen har åtte kategorier; ”hovedoppslaget” som er på cover (forsiden). Her er det kun hovedoppslaget som blir notert, og som ofte refererer til saken videre inn i avisa. Det er ikke notert de mindre sakene på forsiden som kommer lengre uti avisa. Videre er kategoriene ”side 2-3”, ”side 4-5”, ”side 6-7”, ”side 8-9”, ”side 10-11”, ”side 12 og utover” og ”baksiden”. Det er kun VG som av og til skriver saker på baksiden av sin sportsavis. Det er ikke bestandig Adresseavisa bruker så mange sider som 12, men ofte fram til 10-11.

3.5.5 Bildebruk

Bildebruk har to variabler. En om det er bilde med i saken, og en om type bilde. Variabelen ”bilde” har to kategorier; ”med bilde” og ”uten bilde”. Deretter er det sett på type bilde som er trykt. Denne variabelen har sju kategorier; ”aksjonsbilde”, ”ansiktsbilde”, ”bilde fra arkiv”, ”poseringsbilde”, som er et oppstilt bilde, ”bilde fra samtale”, ”ikke bilde” og ”grafikk”. Aksjonsbilder er bilder der idrettsutøvere er i aksjon, men det er samtidig sett på hva saken omhandler. Det kan også være trenere i aksjon dersom saken handler om treneren. Mange mindre saker har bilder der man kun ser ansiktet til kilden eller idrettsutøveren. Det finnes også mange bilder der det er fotografert fra samtaler med journalist eller pressekonferanser. I enkelte saker kan det være et ansiktsbilde der idrettsutøveren er i aksjon og bilde er fra arkiv. I disse sakene er det tatt hensyn til hva saken handler om. Der det er notert aksjonsbilder, er dette bilder som stammer fra arrangementet som blir omtalt.

3.5.6 Type sak

Alle sakene som sto i avisene er telt opp på lik linje, med både kjønn, type idrett osv. Men det er også notert hvilke typer saker det er. Variabelen "type sak" er delt inn i fem kategorier. Større saker på 40 spaltecmm og over er kalt "hovedsaker", mens saker mellom 10 spaltecmm og 40 spaltecmm er betegnet som "undersaker". "Notiser" er små saker uten ingress på 10 spaltecmm og under. Den fjerde kategorien er "kommentar" der en av avisas ansatte ytrer egne meninger om en idrett eller idrettspersonligheter. Som nevnt er ikke alle hovedoppslag på forsiden en sak, men den refererer til en sak lenger bak i avisa. "Forside uten sak" er derfor en egen kategori.

3.5.7 Idretter

Det er mange idretter som blir omtalt i løpet av fire uker, og for å unngå for mange kategorier innenfor variabelen "idrett", er det slått sammen til 12 kategorier. Fotball, håndball, ishockey og svømming er rene kategorier. Ski og skiskyting er slått sammen til "ski", hopp og kombinert er slått sammen til "hopp", alt av motorsport er slått sammen til "motorsport", alt av kampsport er slått sammen til "kampsport". Under "friidrett" går naturligvis alt av friidrett inkludert maraton. Kategorien "alpint" inneholder både alpint og snowboard, mens "sykkel" er både landeveissykling, terrengsykling og sykling på bane. Alle idretter som faller utenfor disse er kalt "annet". Under her går også nøytrale saker som omhandler for eksempel flerbruksanlegg.

3.5.8 Fremstilling av kvinner

I denne studien ønsket jeg også å se på hvordan kvinner blir fremstilt i sporten i avisene. Utgangspunktet for kategoriene var tidligere forskning gjort av Gunne (referert i Eide 2000a) og Van Zoonen (1996), der de fant at kvinner ofte blir fremstilt som "bidronning", "babe" eller "offer", og Van Zoonen sin teori om at kvinner ofte blir fremstilt som mødre i media generelt. Jeg ville se om dette også gjaldt for sporten. Etter å ha sett gjennom avisene med disse kategoriene, fant jeg flere likhetstrekk mellom deres fremstillinger og hva som er i sporten, men jeg har valgt å bytte navn på kategoriene. Variabelen ble delt i fem kategorier. "Kropp" er en kategori som omhandler både fokus på idrettsutøverens kropp, samt saker som omhandler et kroppsfokus i idretten. Gunnes "babe-kategori" kan også settes inn under denne. I stedet for å kalle utøverne "bi-dronninger" har jeg valgt å kalle denne fremstillingen for "suksessrike". Innunder her går saker der kvinnene blir fremstilt som at de har oppnådd høy

suksess i idretten, eller under et idrettsarrangement. Få kvinner i sporten blir fremstilt som ”offer” slik som Gunne (referert i Eide 2000a) beskriver, men jeg har valgt å beholde dette navnet, men her går saker der kvinneidretten er offer for eksempelvis banesituasjoner og lignende under. På denne måten er det ikke bare en idrettsutøver, men også idrettene som blir offer i ulike situasjoner. Kategorien ”mødre” er også beholdt, og her går i tillegg fremstilling som omsorgspersoner innunder.

Fremstilling i media kan med fordel gjøres med kvalitativ innholdsanalyse, men i og med at denne delen oppgaven er kvantitativt rettet, ville jeg kategorisere fremstillingene kvantitativt. Derfor er sakene som omhandler kvinner, og der fremstilling er notert, lest nøye gjennom før det er satt i kategorier. I de sakene der det er rent referering av resultater er det ikke satt en kategori, og utfaller seg som ”missing” i analysen.

3.6 Analyse

For å belyse og analysere dataene er det brukt statistikkprogrammet SPSS. Det er et dataprogram som er ment for statistisk analyse av kvantitative data (Johannessen, 2004). Hver sak er skrevet inn i SPSS, der de ulike variablene er notert. I analysen og fremstilling av analysen er det brukt frekvensfordeling og krysstabeller. Ringdal (2001) mener frekvensfordelinger gir en god oversikt over data. Dette er en liste over verdiene til variabelen, og de frekvensene som hører til, og viser den univariate fordelinga (Ringdal, 2001). Krysstabeller er biivariate eller multivariate fordelinger av variabler. Den kvantitative analyse er en bakgrunn for den kvalitative analysen, og jeg ser det som hensiktsmessig å bruke disse to tabellformene.

3.7 Validitet, reliabilitet og generaliserbarhet i den kvantitative delen

Validitet kan også forbindes med gyldigheten til analysen. Det sier noe om variablene måler det de er ment for å måle og hvorvidt variabelen representerer det fenomenet som ønskes undersøkt (Ringdal, 2001, Salkind, 2006). Variablene er utarbeidet for å kunne analysere flere aspekter ved avisene.

I en kvantitativ innholdsanalyse vil det være en mulighet for at forskeren ikke analyserer helt objektivt. Under variabelen om hvilken type sak artikkelen er, vil det i enkelte tilfeller være små nyanser mellom undersøker/små saker kontra notiser. Det kan også være vanskelig å

skille mellom undersak og hovedsak. Her spiller som nevnt bilder og overskrifter en viktig rolle. Selv om ikke selve brødteksten er så lang vil det med store bilder og store overskrifter virke på leser og forsker som en hovedsak. Variabler som omhandler antall saker, sidetall og idretter vil i denne analysen ikke ha samme problem, da dette vil gi entydige resultater.

Generaliserbarhet vil si om det utvalget jeg har gjort kan brukes for å finne samme tendenser for alle aviser. For å ha en analyse som bekrefter det som er funnet i denne analysen i større grad, bør man analysere over en lengre periode og ha et større utvalg av aviser. Det er mange faktorer som spiller inn med hensyn til hvilke idretter eller hvilke idrettsutøvere som blir omtalt, blant annet idrettsarrangement som skjer i analyseperioden og dekningsområdet til avisa. Dette kan spesielt kobles til Adresseavisa som dekker et bestemt område. Dette kan ikke nødvendigvis generalisere til andre regionsaviser der andre lokale idrettsutøvere spiller en rolle for hvilke saker som kommer på dagsorden.

3.8 Kvalitativ metode

”Det kvalitative forskningsintervjuet forsøker å forstå verden fra intervjupersonenes side, å få frem betydningen av folks erfaringer, og å avdekke deres opplevelse av verden, forut for vitenskapelige forklaringer” (Kvale, 1997:17). Intervju er en datainnsamling som har som formål å gi forskeren en omfattende og fyldig informasjon, der forsker får høre opplevelser og forståelsen av dette fra informanter (Thagaard, 2003). Thagaard (2003) beskriver de to mest ytterliggående forståelsene av data fra intervju. Fra et positivistisk ståsted til et konstruktivistisk ståsted. Den positivistiske tankegangen mener beskrivelser fra informantene i intervjuet gir et bilde av opplevelser og forskeren blir sett på som en formidler av erfaringene. Den konstruktivistiske mener beskrivelsene skapes der og da i intervjusituasjonen, og mener kunnskapen som forskeren sitter igjen med er avhengig av hvordan relasjonen mellom informant og intervjuer er (Thagaard, 2003).

Det finnes flere ulike typer intervju, fra dybdeintervjuer til strukturerte intervjuer, og gruppeintervjuer. Den mest vanlige formen innenfor kvalitative intervju er delvis strukturerte eller semistrukturerte intervju der tema og stikkord for intervjuet er fastsatt (Thagaard, 2003, Tjora, 2010). En fordel med strukturerte intervju er at svarene fra de ulike informantene i større grad er sammenlignbare i og med at de samme spørsmålene eller temaene er besvart (Thagaard, 2003).

I min oppgave vil jeg forsøke å forstå journalister og redaktørers prioriteringer, og deres erfaringer med hva som settes på dagsorden i mediesporten. Tema for intervjuene er fastsatt på forhånd og det er gjort en kvantitativ innholdsanalyse som første steg for å se på de faktiske prioriteringene til journalistene. Og deretter finne de dyptgående årsakene til disse funnene. Jeg fant det derfor mest hensiktsmessig å planlegge et semistrukturert intervju, og innenfor dette det Tjora (2010) kaller *fokuserte* intervju.

3.8.1 Fokuserte intervjuer

Tjora (2010) mener dersom temaet er sterkt avgrenset, tillit kan raskt etableres og det ikke skal tas opp vanskelige tema, kan fokuserte intervjuer være aktuelt. Dette er en kortere intervjuform som kan spare informantens tid, og i tillegg er tidsbesparende i etterkant i forhold til transkribering og analyse (Tjora, 2010). Dette er en form for intervju jeg fant som er mest aktuell i min oppgave. Tema er sterkt begrenset og ut fra tidligere forskning, ingen personlige og vanskelige tema. Tjora (2010) anbefaler å bruke enkle hjelpemidler i fokuserte intervju. Dette kan være korte tekster eller enkle oppgaver, som kan få informanten til å reflektere over egen posisjon. Derfor valgte jeg å legge frem resultater fra den kvantitative analysen, og vise eksempler fra dette. Jeg ville likevel være noe forsiktig med å presentere skjevheter for mye, da dette kunne føles som et angrep mot informantene. Det var viktig å være oppmerksom på at journalistene ikke skal føle at de må forklare seg med bakgrunn i tallene.

3.8.2 Utvalg

Utvalget i denne undersøkelsen var ansatte i de avisene jeg hadde med i den kvantitative undersøkelsen, VG og Adresseavisa. Jeg ønsket å intervju redaktør for sportsredaksjonen og et utvalg av både mannlige og kvinnelige journalister. Det vil i forhold til Thagaard (2003) si at det blir foretatt et strategisk utvalg, med bakgrunn av problemstillingen. Jeg kontaktet sportsredaktør i begge avisene der jeg kort presenterte trekkene i oppgaven, med ønske om både mannlige og kvinnelige journalister, som videre satte opp intervjuer. Jeg opplevde ingen problemer med tilgang til informantene. Utvalget består av til sammen åtte informanter, derav to sportsredaktører, to kvinnelige journalister og fire mannlige journalister.

3.8.3 Gjennomføring

Ved å benytte seg av semistrukturerte intervju, bør man sette opp en intervjuguide der spørsmål er fastsatt på forhånd, og de kan være som stikkord (Tjora, 2010). Den kvantitative undersøkelsen var i denne oppgaven allerede analysert, og satt føringene for intervjuguiden. Dette gjorde at spørsmålene kunne være ganske konkrete. Tjora (2010) anbefaler å begynne med noen oppvarmingsspørsmål. Jeg satte opp en intervjuguide med tema, der den første delen gikk på bakgrunnsspørsmål og oppvarmingsspørsmål (jfr. vedlegg 1). I starten av intervjuet informerte jeg også informantene om at jeg satt på datamaterialet om deres prioriteringer. Dette var bevisst for at jeg ikke ville at informantene skulle føle seg "lurt", da jeg kom til dette temaet.

I alle typer intervju bør det brukes en lydopptaker, slik at ingen informasjon går tapt. I tillegg kan det være enklere å skape en samtale med informanten ved å være konsentrert om intervjuet uten å måtte skrive alt ned (Tjora, 2010). Jeg som intervjuer vil samtidig være friere i forhold til samtalen. Det må være en enighet blant forsker og informant om bruk av lydopptak, og informere hvordan disse behandles i etterkant. En båndopptaker kan bidra til at enkelte blir noe begrenset i intervjusituasjonen (Tjora, 2010), men med et utvalg blant journalister kan man regne med at de er vant til teknisk utstyr. Ingen av informantene virket å reagere på at det ble brukt lydopptaker, og jeg informerte nøyte om at materialet ville bli slettet umiddelbart etter behandling.

I følge Tjora (2010) kan forskeren selv avgjøre hva som er nyttig i forhold til analyse. Han anbefaler likevel å transkribere mer enn man i utgangspunktet tror at man trenger, med tanke på å ikke miste noe som i ettertid kan vise seg å være relevant. Det viktigste tapet i transkriberingen er tapet av visuelle ledetråder og informasjon om stemningen i løpet av intervjuet (Tjora, 2010:127). Det er derfor en fordel om det er samme person som foretar intervju og transkribering (Tjora, 2010). I fokuserte intervju skal det være relativt korte intervju, noe som er tidsbesparende i forhold til transkriberingen.

De første to intervjuene ble gjennomført i Adresseavisa, og på samme dag. Deretter ble det gjort fullstendig transkribering av begge intervjuene, før jeg gjennomførte de to siste i Adresseavisa. Det var nyttig å gå gjennom de første intervjuene før de neste intervjuene. Da fikk jeg en bedre oversikt over hva som kom fram, hva jeg så på som mest interessant og hva jeg kunne spille videre på. Jeg synes også at intervjuguiden fungerte veldig bra, og gjorde

ingen endringer på den. Jeg valgte å reise til Oslo å gjennomføre intervjuene i VG. Dette kunne vært gjort over telefon eller per e-post, men for å unngå å miste visuelle reaksjoner, ønsket jeg ansikt-til-ansikt-intervju. Også her fikk jeg delt de fire intervjuene på to dager. Selv om det var en avslappet stemning i alle intervjuene, blir situasjonen intens, så to intervju per dag fungerte optimalt. De siste fire intervjuene ble transkribert få dager etter gjennomføringen av intervjuene. Intervjuene varte fra 35 minutter til 70 minutter, der de fleste lå på omtrent 50 minutter.

3.8.4 Intervjuers posisjon

Ved å foreta intervju i en forskningssituasjon, er relasjonen mellom forsker og informanten viktig (Tjora, 2010). Hvordan forsker og informant opplever hverandre preger intervjuet. Framtoning av forsker vil kunne prege informantens reaksjoner, og på den andre siden vil informanten kunne prege forskerens reaksjoner. Tillit og troverdighet er viktig for at informanten skal kunne svare åpent (Thagaard, 2003) og det vil i analysen være viktig for forskeren å reflektere over slike aspekter. Forskeren besitter en maktposisjon ovenfor informanten i og med at det er forskeren som har bestemt tema og spørsmål for samtalen (Thagaard, 2003). En situasjon som journalister er vant til å inneha.

Forskerens posisjon ser jeg på som en utfordring i min oppgave. For det første har forskerens personlige egenskaper noe å si på forholdet mellom forsker og informant. Alder, kjønn og sosial bakgrunn. Jeg er ei ung jente som forsker på hvorfor det er så store forskjeller mellom kvinner og menn i sportsmedia, med bare noe kunnskap om journalistenes hverdag. Idet journalistene og redaktørene får informasjon om mitt prosjekt, vil jeg anta at de ser på meg som kritisk til deres prioriteringer i avisa. Derfor var det viktig for meg å reflektere godt over hvordan jeg skulle gripe tema an, og gjennomføre intervjuet. Jeg ville med bakgrunn i dette ikke informere for mye om prosjektet i forkant, noe som også Tjora (2010) anbefaler. I forkant av intervjuet informerte jeg informantene om at jeg ville se på prioriteringer i mediesporten, men nevnte bevisst ikke kjønn innledningsvis. Dette var for å hindre journalistene i å møte meg som en kritisk person, og for å forsøke å unngå at nettopp dette tema var tenkt for nøye gjennom, og i samtale med sine kollegaer. I intervjuet forsøkte jeg å få en nokså glidende og naturlig overgang til dette tema. Noe som fungerte bra. Jeg så det også som viktig at jeg forholdt meg nøytral i både utforming av spørsmål og i intervjusituasjonen. Jeg søkte å være bevisst på ikke å glemme at jeg vil finne årsakene til

dette gjennom intervju, og ikke bare konstantere at det er slik gjennom kvantitativ innholdsanalyse.

3.9 Troverdighet, bekreftbarhet og overførbarhet

I kvantitative studier brukes, som tidligere beskrevet, begrepene reliabilitet, validitet og generaliserbarhet, som baserer seg på forskningens kvalitet. I kvalitativ forskning kaller Thagaard (2003) disse begrepene for henholdsvis troverdighet, bekreftbarhet og overførbarhet. I en oppgave som bruker metodetriangulering vil man kunne benytte de begrepene som er mest nærliggende å bruke. Jeg velger å forholde meg til Thagaards (2003) begreper i denne oppgaven når det gjelder metodetrianguleringen.

3.9.1 Troverdighet

Troverdighet knyttes mot hvordan forskningen utføres, og om den utføres på en tillitsvekkende måte. Kvale (1997) presenterer flere steg gjennom forskningen for å avgjøre gyldigheten av studien. Studiens teoretiske aspekter bør være i samsvar med hvordan forskningen foregår, og gyldigheten til undersøkelsen avhenger av hvor solide disse er. Troverdigheten til studien er avhengig av hvordan opplegget til forskningen og bruken av metode foregår. Kunnskapen som produseres bør være fordelaktig for mennesket. Ved å benytte meg av metodetriangulering kan troverdigheten til studien økes, dersom metodene blir brukt på en hensiktsmessig måte. Dersom intervjuet kan finne årsaker til prioriteringene, og journalisters og redaktørers opplevelser av hva som settes på dagsorden vil dette øke troverdigheten. Når intervjuet baserer seg på resultatene av den kvantitative delen av studien, etter Grønmos (1985) anbefaling, kan dette bidra til at metodene blir brukt på en hensiktsmessig måte. Det kan bidra til å sette fokus på medias prioriteringer.

Intervjuets kvalitet er avgjørende for hvordan troverdigheten er tilstede. Som intervjuer bør man stadig kontrollere at meningene til informanten blir forstått riktig (Kvale, 1997). Det er viktig at forskeren skiller mellom informasjon som er mottatt og forskerens egne vurderinger. I tillegg omhandler troverdighet hvordan forskeren redegjør for relasjonen til informanten og erfaringer i feltet som studeres. Tjora (2010) mener forskerens posisjon kan være både støy og en ressurs. Ved at jeg selv har litt erfaring som journalist, kan dette fungere både som støy og som en ressurs. Som ressurs har jeg noe erfaring med eksempelvis hvordan hverdagen til journalist ser ut, og hvordan saker i redaksjonen fordeles. Som støy kan jeg ha en

forutinntatthet om hvordan dette foregår, slik at noe av objektiviteten forsvinner (Tjora, 2010). Ved å bruke båndopptaker i intervjusituasjonen kan troverdigheten økes. Det vil hindre at noe informasjon går tapt, og det kan være lettere å analysere intervjuene (Tjora, 2010).

3.9.2 Bekreftbarhet

Tolkningen og vurderingen av resultatene som kommer frem i forskningen knyttes til bekreftbarhet. Forskeren bør være kritisk til egne tolkninger, og man bør også forholde seg til tolkninger fra liknende studier (Thagaard, 2003). Det vil styrke bekreftbarheten dersom man er åpen om egne valg, og kritisk til egen forskning (Tjora, 2010). Dersom resultatene treffer intensjonen av forskningen, kan man si at bekreftbarheten er høy (Grønmo, 2004). Validiteten, eller bekreftbarheten i undersøkelsen omhandler om ”man måler det som er ment å måle” (Kvale, 1997). Valg av metode er et viktig aspekt ved validitet, og om metoden undersøker det som er ment å måle. Ved kun å benytte seg av en kvantitativ innholdsanalyse i min oppgave, vil det være vanskeligere ut fra tallene å si *hvorfor* mediene prioriterer slik de gjør. Ved å etterfølge med et intervju, mener jeg at bekreftbarheten i oppgaven vil bli styrket.

3.9.3 Overførbarhet

Dersom studien kan være relevant i andre situasjoner ut fra den forståelsen som utvikles, er det høy overførbarhet (Thagaard, 2003). Overførbarhet knyttes til det mer kvantitative begrepet generaliserbarhet som også omhandler om funnene kan sies å genereres til alle utvalg innenfor samme tema. I min oppgave vil jeg ikke ha mulighet til å gjøre en kvantitativ innholdsanalyse av alle aviser i hele Norge, og det er derfor viktig å ha et utvalg som representerer mange aviser. Å velge ut aviser i analysen er en prosess som kan være vanskelig i min oppgave. Jeg vil at utvalget skal presentere tendensen i hele landet, men mange mindre aviser er preget av det lokale. Eksempelvis kan det tenkes at Trønder-avisa, som dekker Nord-Trøndelag, innehar en større dekning av nordtrønderen Petter Northug. Mens Gauldalsposten dekker mer om Rognesbyggen Marit Bjørgen. Dette er aspekter som må overveies nøye, og jeg må velge ut fra like kriterier for herre- og kvinneidrett. Dersom dette ikke blir tatt hensyn til, kan utvalget skade min studie.

På samme måte kan man ikke intervju alle journalister i Norge, og heller ikke alle journalister som representerer de avisene jeg undersøker. Men utvalget bør være såpass stort at det kan overføres til å vise tendenser i medie-Norge. Selv med mange intervjuer vil det

gjenstå mye analyse fra intervjuet før man kan kalle resultatene valide. Hvert enkelt intervju kan være en "case" om hvordan journalister tenker. I tillegg kan det være et problem at sportsjournalistikken fortsatt er mannsdominert (Allern, 2001), og det kan være vanskelig å få intervjuet mange kvinnelige journalister. Jeg fikk intervjuet to kvinner, noe jeg opplevde som svært nyttig i forhold til hva journalistene skriver om og sportsjournalistikken som felt.

Kvale (1997) kaller, som nevnt, denne utvelgelsen av informanter for statistisk generalisering. En analytisk generalisering omhandler om resultatene fra denne studien om kjønnsforskjeller i mediesporten, kan brukes innen andre deler av media (Kvale, 1997). Fremstillinger av kvinner i sporten kan eksempelvis brukes som rammer i hvordan kvinner fremstilles i samfunnet. Dersom man finner systematiske fremstillinger av kvinner kan det også brukes som en samfunnsanalyse, og overføres til hvordan media bruker sin posisjon i samfunnet til å gi et bilde av synet på kvinner (Devereux, 2007).

3.10 Etiske betraktninger

Før oppstarten av undersøkelsen sendte jeg inn meldeskjema til Norsk Samfunnsvitenskapelige Datatjeneste AS (NSD) (jfr. vedlegg 2). Dette bør gjøres dersom en undersøkelse kan inneholde sensitiv informasjon, fare for informantenes anonymitet eller det blir brukt lyd, bilder eller video. På grunn av at jeg valgte å bruke båndopptaker i mine intervju, var prosjektet meldepliktig.

Forskeren må ha deltakerens informerte samtykke, og forskningen kan bare settes i gang etter informantenes frie samtykke. Informantene må være godt informert om prosjektet, og vite at de når som helst kan trekke seg (Tjora, 2010). Dette ble det informert om i forkant av intervjuene. Prinsippet om konfidensialitet er et krav om at informantenes informasjon blir behandlet konfidensielt. Forskeren må sikre at informantene forblir anonyme (Tjora, 2010). Jeg ville intervjuet både kvinnelige og mannlige journalister, men det kan være et problem at det er få kvinnelige sportsjournalister. Derfor måtte jeg sørge for å få flere kvinnelige journalister med i forskningen. Dersom det bare er en til to, kan det føre til at redaktører forstår hvem som har uttalt hva. Dette er sikret gjennom analysen ved at det i enkelte av analysedelene ikke er beskrevet hvilken avis journalistene er fra, men pseudonymer for å skille mellom mannlige og kvinnelige journalister. I deler av analysen der type avis er vesentlig er det ikke brukt pseudonymer på informantene. Dersom informanten ikke føler at

det er tilstrekkelig anonymitet, kan det påvirke svarene og jeg får ikke den informasjonen jeg ønsker. Dette blir et dilemma mellom hensynet til informanten og fremstilling av resultatene (Tjora, 2010).

3.11 Kritikk til analysen

I en slik analyse ville det vært optimalt å se på alle utgaver av avisene i løpet av et år for dermed å utelukke ulike perioder som er preget av mesterskap og andre større arrangement. I tillegg kunne det vært hensiktsmessig og sett på to ulike regionaviser og to riksaviser. Selv om intervjuene gikk godt og jeg mener å ha funnet mye interessant i analysen, kan man ikke være sikker på journalistene fortalte det de tenkte i forhold til den kjønnskjeve fordelinga i sin avis. Som kvinnelige intervjuer i et slik studie, kan det tenkes at informantene holdt igjen noe når det gjelder kvinnelige utøvere.

4. Kvantitativ analyse

I dette kapitlet vil jeg vise fordelinga mellom kjønn og de ulike variablene fra analysen. Som nevnt er dette kjønn, avis, journalistens kjønn, plassering i avisa, bildebruk, type sak, idrett og fremstilling av kvinner. Hvert tema er delt inn i underkapittel og sett sammen med kjønn og type avis. Dette er for å se på forskjellene mellom VG og Adressevisen. Det er i hovedsak brukt frekvenstabeller for hver variabel og krysstabeller for å belyse variablene sammen kjønn og avis.

4.1 Kjønn

Tabell 1: Frekvenstabell over fordelinga av kjønn.

	Prosent	N
Herreidrett	74,8	679
Kvinneidrett	17,4	158
Begge kjønn	4,1	37
Nøytrale saker	3,7	34
Total	100	908

Tabell 1 viser en oversikt over fordelinga av kjønn i VG og Adresseavisa i analyseperioden. Herreidrett har høyest frekvens av antall saker med 74,8 prosent av sakene, mens kvinneidrett har 17,4 prosent av sakene. Disse tallene viser at det finnes en klar forskjell mellom herreidrett og kvinneidrett i media. Dette stemmer også overens med tidligere undersøkelser av dette tema. For eksempel viser Haukeberg og Syrstad (2000) en fordeling med 79 prosent herreidrett og 17 prosent kvinneidrett.

4.2 Avis

Tabell 2: Avisene fordelt på antall saker

	Prosent	N
VG	56,6	514
Adresseavisa	43,4	394
Total	100	908

Tabell 2 viser en oversikt over sakene fordelt mellom VG og Adresseavisa. VG har flere saker med 56,6 prosent av sakene, men her VG søndagsavis tatt med. Dersom man utelater søndagsavisen blir tallet omtrent 53 prosent for VG og omtrent 47 prosent for Adresseavisa.

Tabell 3: Fordeling av kjønn i VG og Adresseavisa. I prosent.

	VG	Adresseavisa	N
Herreidrett	83,5	63,5	679
Kvinneidrett	11,5	25,1	158
Begge kjønn	2,7	5,8	37
Nøytrale saker	2,3	5,6	34
Totalt	100	100	908

Ut i fra tabell 3 kan man se at det finnes noen forskjeller mellom VG og Adresseavisa når det gjelder fordelinga av kjønn. Mens VG har 11,5 prosent kvinneidrett, har Adresseavisa 25,1 prosent. Adresseavisa har også en høyere andel av saker som omhandler begge kjønn og nøytrale saker. Årsaken til at andelen nøytrale saker er høyere, kan nok være at Adresseavisa er en regionavis, og det vil være noe mer naturlig å skrive om saker som omhandler eksempelvis bygging av idrettsanlegg.

I og med at en av analyseperiodene er under håndball-VM for kvinner, vil det være interessant å se hvordan fordelinga er uten denne perioden.

Tabell 4: Krysstabell mellom kjønn og avis. Uten uke 3. I prosent.

	VG	Adresseavisa	N
Herreidrett	87,2	63,5	531
Kvinneidrett	7,6	20,5	89
Begge kjønn	2,6	6,5	29
Nøytrale saker	2,6	5,5	26
Totalt	100	100	908

Denne tabellen viser at andelen kvinneidrett går noe ned for begge avisene. Mens Adresseavisa går ned fra omtrent 25 prosent til omtrent 20 prosent, går VG ned fra omtrent 11 prosent til 7,6 prosent (jfr. tabell 3). Saker som omhandler begge kjønn og nøytrale saker er omtrent det samme, mens andelen herreidrett øker. Selv om det var VM for herrer i uke 4, er denne uka tatt med fordi de norske herrene røyk ut tidlig i mesterskapet. Senere i analysen har jeg tatt ut begge disse ukene for å se hvordan resultatene av idretter blir uten håndballmesterskapene.

4.3 Journalistens kjønn

Tabell 5: Frekvenstabell over journalistens kjønn.

	Prosent	N
Mannlig journalist	56,1	509
Kvinnelige journalist	3,3	30
Både mannlig og kvinnelig journalist	0,4	4
NTB	22,6	207
Uoppgitt journalist	17,6	160
Totalt	100	908

Over halvparten av alle sakene som er skrevet i løpet av innsamlingsperioden var skrevet av mannlige journalister, mens bare 3,3 prosent var skrevet av kvinnelige journalister. NTB har nest flest saker. I enkelte tilfeller er NTBs journalist notert, og der er kjønn på journalisten gjeldene og ikke NTB. Dette er fordi jeg har sett det som interessant å se hvilket kjønn avsenderen av saken har. Videre er det også interessant å se om det finnes forskjeller mellom VG og Adresseavisa, før man ser om journalistens kjønn og om det er herredrett eller kvinneidrett har en sammenheng.

Tabell 6: Krysstabell mellom journalistens kjønn og avis.

	VG	Adresseavisa	N
Mannlig journalist	62,3	48,0	509
Kvinnelig journalist	2,5	4,3	30
Både mannlig og kvinnelig journalist	0,8	0	4
NTB	13,4	34,5	207
Uoppgitt journalist	21,0	13,2	160
Totalt	100	100	908

Tabell 6 viser at det finnes noen forskjeller mellom VG og Adresseavisa. Adresseavisa har et noe større antall saker som er skrevet av kvinnelige journalister, og kjøper en større prosentandel saker fra NTB enn VG. Det vil si at VG i hovedsak skriver flere av sine saker selv, også i og med at sakene med uoppgitt journalist ofte er skrevet av VGs journalister.

Tabell 7: Krysstabell mellom journalistens kjønn og kjønn i sakene. I prosent.

		Mannlig journalist	Kvinnelig journalist	Mannlig og kvinnelig journalist	NTB	Uoppgitt journalist	N
VG	Menn	84,4	61,5	50,0	82,2	85,2	429
	Kvinner	10,0	23,1	25,0	14,5	12	59
	Begge kjønn	2,5	15,4	25,0	1,4	1,9	14
	Nøytrale saker	3,1	0	0	1,4	0,9	12
	Totalt	100	100	100	100	100	514
Adresseavisa	Menn	63,0	23,5	0	77,9	40,4	250
	Kvinner	26,5	70,6	0	13,2	36,5	99
	Begge kjønn	5,8	5,9	0	3,7	11,5	23
	Nøytrale saker	4,8	0	0	5,1	11,5	22
	Totalt	100	100	100	100	100	394

Tabell 7 viser hvordan journalistenes fordeling er mellom herreidrett, kvinneidrett, begge kjønn og nøytrale saker i VG og Adresseavisa. VGs kvinnelige journalister har omtrent 23 prosent saker om kvinneidrett, og 61,5 prosent om herreidrett. Andelen de skriver om kvinneidrett er betydelig større enn for de mannlige journalistene som har 10,0 prosent om kvinneidrett. Også i de sakene det er både en mannlige og en kvinnelig journalist er det flere saker som omhandler kvinneidrett, enn det er for mannlige journalister. Men det var svært få saker skrevet av begge kjønn. For Adresseavisas kvinnelige journalister omhandler hele 70 prosent av det de skriver om kvinneidrett, og 5,9 prosent av sakene omhandler kvinner og menn. Begge avisene har kjøpt langt flere saker fra NTB om herreidrett enn om kvinneidrett. Analyseperiode 3 var som nevnt under håndball-VM for kvinner, og både VG og Adresseavisa hadde en mannlige utsendt journalist for å dekke begivenheten. Derfor vil det også være interessant her å kjøre en krysstabell med kjønn og journalistens kjønn der denne analyseperioden er utelatt. Analyseperiode 4 er også her tatt med siden, som tidligere nevnt, det norske herrelandslaget i håndball røk ut etter innledende runder i VM, og halve uken dermed ikke er like preget av mesterskapet.

Tabell 8: Krysstabell mellom journalistens kjønn og kjønn i sakene. Uten uke 3. I prosent.

		Mannlig journalist	Kvinnelig journalist	Mannlig og kvinnelig journalist	NTB	Uoppgitt journalist	N
VG	Menn	86,4	75,0	50,0	88,1	91,3	333
	Kvinner	8,0	0	50,0	7,1	6,3	29
	Begge kjønn	2,4	25,0	0	2,4	1,3	10
	Nøytrale saker	3,2	0	0	2,4	1,3	10
	Totalt	100	100	100	100	100	382
Adresseavisa	Menn	67,5	25,0	0	80,0	48,6	198
	Kvinner	21,2	66,7	0	10,5	28,6	60
	Begge kjønn	6,6	8,3	0	5,3	8,6	19
	Nøytrale saker	4,6	0	0	4,2	14,3	16
	Totalt	100	100	0	100	100	293

Antagelsene på forhånd var at antall saker om kvinneidrett skrevet av mannlige journalister ville gå ned. Tabellen viser at VGs mannlige journalister hadde 8 prosent av sine saker om kvinneidrett, mens VGs kvinnelige journalister hadde 0. Det vil si at i de tre andre analyseperiodene skrev de kvinnelige journalistene ingen saker om kvinneidrett. For de mannlige journalistene i Adresseavisa gikk tallet ned fra 26,5 til 21,2 i saker som omhandlet kvinneidrett.

Til nå i den kvantitative analysen er det funnet at det finnes store forskjeller mellom herreidrett og kvinneidrett i avisene, i tillegg til at det finnes forskjeller mellom disse VG og Adresseavisa. Adresseavisa har en større andel kvinneidrett enn VG, og kvinnelige journalister skriver hyppigere om kvinneidrett. Videre vil jeg se på plassering av saker i avisene, de ulike idrettene, type sak og fremstilling av kvinner. Disse aspektene kan bidra ytterligere til å forklare hvordan prioriteringene til avisene blir gjort.

4.4 Plassering i avisa

Tabell 9: Frekvenstabell over plassering i avisa.

	Prosent	N
Hovedoppslag	5,7	52
Side 2-3	19,6	178
Side 4-5	20,0	182
Side 6-7	20,9	190
Side 8-9	14,9	135
Side 10-11	10,6	96
Side 12 og utover	6,9	63
Baksiden	1,3	12
Totalt	100	908

Tabell 9 viser en oversikt over hvor sakene er plassert i avisene. Omtrent 60 prosent av sakene og notisene er fra side 2-7. Det er kun VG som har saker plassert på baksiden av avisa noen dager, men uten at dette betyr at disse sakene har lavest prioritet av den grunn.

Tabell 10: Krysstabell mellom plassering i avisa og kjønn. I prosent.

		Herreidrett	Kvinneidrett	Begge kjønn	Nøytrale saker	N
VG	Hovedoppslag	5,1	5,1	14,3	8,3	28
	Side 2-3	12,1	8,5	14,3	0	59
	Side 4-5	17,5	8,5	21,4	8,3	84
	Side 6-7	20,5	16,9	35,7	25,0	106
	Side 8-9	17,9	27,1	0	25,0	96
	Side 10-11	13,8	16,9	14,3	16,7	73
	Side 12 og ut	10,3	16,9	0	16,7	56
	Baksiden	2,8	0	0	0	12
	Totalt	100	100	100	100	514
Adresseavisa	Hovedoppslag	5,6	8,1	4,3	4,5	24
	Side 2-3	33,6	28,3	17,4	13,6	119
	Side 4-5	23,6	27,3	26,1	27,3	98
	Side 6-7	18,4	21,2	30,4	45,5	84
	Side 8-9	10,0	9,1	17,4	4,5	39
	Side 10-11	7,2	4,0	4,3	0	23
	Side 12 og ut	1,6	2,0	0	4,5	7
		Totalt	100	100	100	100

Tabell 10 viser den prosentvise fordelinga over plassering i avisa for herreidrett og kvinneidrett. For VG har herreidretten og kvinneidretten lik prosentandel over hovedoppslag, mens for Adresseavisa har saker om kvinneidrett en større sannsynlighet for å havne som et

hovedoppdrag. Det er for begge avisene langt flere saker i tall med herredrett på framsiden. VG har 22 framsider med herredrett og 3 framsider med kvinneidrett fordelt på hele analyseperioden. Mens i Adresseavisa er forholdet 14 om herredrett og 8 om kvinneidrett.

Tabell 11: Krysstabell mellom kjønn og plassering i avisa. I prosent.

		Hoved- oppdrag	Side 2-3	Side 4-5	Side 6-7	Side 8-9	Side 10-11	Side 12 +	Bak- siden	N
VG	Menn	78,6	88,1	89,3	83,0	80,2	80,8	78,6	100	429
	Kvinner	10,7	8,5	6,0	9,4	16,7	13,7	17,9	0	59
	Begge	7,1	3,4	3,6	4,7	0	27	0	0	14
	Nøytral	3,6	0	1,2	2,8	3,1	2,7	3,6	0	12
	Total	100	100	100	100	100	100	100	100	514
Adresse - avisa	Menn	58,3	70,6	60,2	54,8	64,1	78,3	57,1	0	250
	Kvinner	33,3	23,5	27,6	25,0	23,1	17,4	28,6	0	99
	Begge	4,2	3,4	6,1	8,3	10,3	4,3	0	0	23
	Nøytral	4,2	2,5	6,1	11,9	2,6	0	14,3	0	22
	Total	100	100	100	100	100	100	100	0	394

Det vil si at den prosentvise fordelinga mellom herredrett og kvinneidrett for framsiden er, for VG, 78,6 prosent herredrett og 10,7 prosent kvinneidrett. I Adresseavisa har herredretten 58,3 prosent av framsidene, mens kvinneidretten har 33,3 prosent av hovedoppdragene. Videre har herredretten i VG flest saker og notiser på side 6-7, mens for kvinneidrett på side 8-9. På side 2-3 og 4-5 finnes 8,5 prosent av kvinneidretten, mens fra side 10 og ut har kvinneidrett en større prosentandel enn det herredretten har. Adresseavisa har en jevnere fordeling i plassering med tanke på kjønn, selv om herredretten plasseres noe før kvinneidretten. Men på side 10-11 har herredretten en større prosentandel enn kvinneidretten.

Den prosentvise fordelinga for hver side, viser at for VG er det side 8-9 som har den største prosenten med kvinneidrett på 16,7 prosent. Dette er midtsidene i VG. Side 10-11 har 13,7 prosent kvinneidrett og den høyeste andelen med saker som omhandler begge kjønn. Tallene for Adresseavisa viser at det er jevnt over en større andel kvinneidrett på alle sidene, og side 2-3 har den høyeste prosentandelen med kvinneidrett, med side 12 og ut har nest mest kvinneidrett. Av herredrett er det side 10-11 som har den høyeste andelen.

4.5 Ulike idretter

Tabell 12: Frekvenstabell over de ulike idrettene.

	Prosent	N
Fotball	40,0	363
Ski/skiskyting	13,0	118
Håndball	10,7	97
Hopp/kombinert	5,2	47
Ishockey	5,1	46
Alpint	4,1	37
Friidrett	3,9	35
Kampsport	2,3	21
Sykkel	2,3	21
Motorsport	1,9	17
Svømming	1,8	16
Annet	9,9	90
Totalt	100	908

Fotball er den klart største idretten med 40,0 prosent av alle sakene, etterfulgt av ski og skiskyting og håndball. Annet betegner de idrettene som har under 1,8 prosent og saker som ikke omhandler disse idrettene direkte. Eksempelvis ungdoms-OL og andre fleridrettsarrangement, eller saker om flerbrukshaller. Der nøytrale saker har omhandlet en spesiell idrett, er det notert under den aktuelle idretten. I denne tabellen kan det tenkes at håndball er overrepresentert i forhold til at to av ukene er mesterskapsuker. Dersom disse to ukene utelates fra analysen, kan man se hvor mye håndball det er i de to resterende ukene. For å se nærmere på om det finnes forskjeller mellom de to avisene, viser tabellen under fordelinga av idretter. Der vises også fordelinga uten de to mesterskapsukene.

Tabell 13: Frekvenstabell med fordeling av idrett. For VG.

VG	Prosent	N	P (uten uke 3 og 4)
Fotball	45,5	234	55,7
Ski/skiskyting	8,8	45	3,4
Håndball	8,8	45	3,4
Ishockey	6,2	32	6,8
Hopp	4,7	24	0,4
Alpint	4,7	24	1,5
Friidrett	3,9	20	3,0
Svømming	2,5	13	2,3
Motorsport	2,3	12	6,1
Sykkel	1,9	10	3,8
Kampsport	1,8	9	3,4
Annet	8,9	46	10,2
Totalt	100	514	100

Fotball er den klart største idretten med nesten halvparten av alle sakene, mens ski/skiskyting og håndball har like mange saker. De fleste vinteridrettene synker av naturlige årsaker uten uke 3 og 4 i analysen bortsett fra ishockey som øker sin andel. Fotball øker også sin andel uten disse ukene til over 55 prosent.

Tabell 14: Frekvenstabell med fordelinga av idrett. For Adresseavisa.

Adresseavisa	Prosent	N	P (uten uke 3 og 4)
Fotball	32,7	129	42,9
Ski/skiskyting	18,2	73	7,3
Håndball	13,2	52	13,1
Hopp	5,8	23	4,2
Friidrett	3,8	15	4,2
Ishockey	3,6	14	0,5
Alpint	3,3	13	1,6
Kampsport	3,0	12	2,6
Sykkel	2,8	11	6,8
Motorsport	1,3	5	2,6
Svømming	0,8	3	4,7
Annet	11,2	44	9,4
Totalt	100	394	100

Analysen for Adresseavisa viser at også her er fotball den største idretten, men ikke i like stor grad som for VG. Både ski/skiskyting og håndball tar betydelig plass. Når de to mesterskapsukene er tatt bort, viser tabellen at andelen håndball ligger på omtrent det samme. Den første analyseperioden var to uker før sesongstart i håndball, mens den andre er midt i håndballsesongen. Skisesongen begynner senere enn håndballsesongen, og det er derfor naturlig at andelen ski synker når de to vinterukene tas bort.

Tabell 15: Krystabell mellom idrett og kjønn. I prosent.

		Herreidrett	Kvinneidrett	Begge kjønn	Nøytrale saker	Totalt
VG	Fotball	97,9	0,9	0,4	0,9	100
	Håndball	55,6	42,2	0	2,2	100
	Ski/skiskyting	62,2	26,7	11,1	0	100
	Ishockey	93,8	0	0	6,3	100
	Kampsport	55,6	22,2	11,1	11,1	100
	Svømming	61,5	23,1	15,4	0	100
	Motorsport	91,7	8,3	0	0	100
	Hopp/kombinert	95,8	4,2	0	0	100
	Friidrett	70,0	25,0	5	0	100
	Alpint	79,2	16,7	0	4,2	100
	Sykkel	80,0	20,0	0	0	100
	Annet	63,0	17,4	8,7	10,9	100
	N	429	59	14	12	514
Adresseavisa	Fotball	86,8	11,6	0	1,6	100
	Håndball	19,2	76,9	3,8	0	100
	Ski/skiskyting	57,5	28,8	8,2	5,5	100
	Ishockey	100	0	0	0	100
	Kampsport	33,3	58,3	8,3	0	100
	Svømming	100	0	0	0	100
	Motorsport	100	0	0	0	100
	Hopp/kombinert	95,7	4,3	0	0	100
	Friidrett	53,3	26,7	20,0	0	100
	Alpint	69,2	23,1	7,7	0	100
	Sykkel	54,5	9,1	36,4	0	100
	Annet	34,1	15,9	13,6	36,4	100
	N	250	99	23	22	394

Tabell 15 viser hvordan idrettene er fordelt mellom kjønnene. Fotball er den idretten som det hyppigst er skrevet om for begge avisene, og herrefotball dominerer fotballsakene. I VG er 97,9 prosent av alt stoff om fotball om herrefotball, mens for Adresseavisa er tallet 86,8. Mellom avisene er det stor forskjell når det gjelder kvinnefotball. I VG handler kun 0,9 prosent om alt fotballstoff om kvinnefotball. Dette tilsvarer to saker. Som nevnt er søndagsavisene for VG tatt med for ikke å utelate referering fra enkelte arrangementer. Eksempelvis spilles kvinnenenes eliteserie ofte på lørdager, og det vil være mer naturlig for VG å skrive saker i etterkant på søndager. Adresseavisa har en høyere andel kvinnefotball med 11,6 prosent. Adresseavisa kan også sies å ha en lokal forpliktelse ovenfor de to Trondheimslagene i Toppserien, Kattem og Trondheims-Ørn.

Håndball er den idretten man kan anta at kvinnene dominerer i media, men for VG er det en større prosentandel herrehåndball enn kvinnehåndball. Adresseavisa har derimot 76,9 prosent

kvinnehåndball mot 19,2 prosent herrehåndball. Det er ingen herrelag på toppnivå i Trondheimsregionen, og kan forklare noe av den lave dekningen av herrehåndball. Innen ski og skiskyting får kvinneidretten en del oppmerksomhet fra begge avisene, men ikke like mye som herreutøvere innen idrettene. I VG var det ingen idretter hvor kvinner fikk mer dekning enn herrer, mens dette gjaldt både håndball og kampsport i Adresseavisa. Mye av oppmerksomheten rundt kvinnelige utøvere i kampsport skyldes blant annet den trønderske bokseren Lotte Lien, som det er naturlig for Adresseavisa å skrive om. Under analyseperiode 2 var det bokse-EM for kvinner, og Adresseavisa hadde flere saker rundt arrangementet, mens VG ikke hadde noen saker eller notiser fra dette, selv om deltakerne i EM representerte Norge, og ikke Trøndelag. Dette kan være en av årsakene til at det er så store forskjeller mellom avisene under denne idretten.

I Adresseavisa er det tre idretter der kvinner ikke er representert; ishockey, svømming og motorsport. For VG er det kun ishockey, og andelen kvinner innen svømming er relativt høy, i tillegg til at omtrent 15 prosent av sakene om svømming omhandler begge kjønn. Også innenfor friidrett har begge avisene over 20 prosent kvinneidrett.

Dersom man igjen utelater de to mesterskapsukene, og lager en krystabell mellom idrett og kjønn vil man få disse resultatene:

Tabell 16:Krystabell mellom idrett og kjønn. Uten mesterskapsukene. I prosent.

		Herreidrett	Kvinneidrett	Begge kjønn	Nøytrale saker	Totalt
VG	Fotball	98,0	0,7	0,7	0,7	100
	Håndball	44,4	55,6	0	0	100
	Ski/skiskyting	55,6	33,3	11,1	0	100
	Ishockey	88,9	0	0	11,1	100
	Kampsport	100,0	0	0	0	100
	Svømming	50,0	0	50,0	0	100
	Motorsport	100,0	0	0	0	100
	Hopp/kombinert	100,0	0	0	0	100
	Friidrett	62,5	31,3	6,3	0	100
	Alpint	90,0	0	0	10,0	100
	Sykkel	88,9	11,1	0	0	100
	Annet	87,5	7,2	2,7	2,7	100
	N	231	19	7	7	264
Adresseavisa	Fotball	81,7	15,9	0	2,4	100
	Håndball	7,1	85,7	7,1	0	100
	Ski/skiskyting	48,0	28,0	16,0	8,0	100
	Ishockey	100,0	0	0	0	100
	Kampsport	25,0	75,0	0	0	100
	Svømming	100,0	0	0	0	100
	Motorsport	100,0	0	0	0	100
	Hopp/kombinert	100,0	0	0	0	100
	Friidrett	53,8	23,1	23,1	0	100
	Alpint	80,0	0	20,0	0	100
	Sykkel	55,6	11,1	33,3	0	100
	Annet	50,0	5,6	22,2	22,2	100
	N	124	43	16	8	191

I denne tabellen kan vi se at andelen herrehåndball synker for begge avisene. Adresseavisa har 7,1 prosent herrehåndball på elitenivå. For VG har det også sunket, men håndball er fortsatt ganske jevnt fordelt mellom herre og kvinner.

I og med at fotball utgjør hele 40 prosent av alt stoff i sportsdelene av avisene, og at det er en mannsdominert idrett i mediene, vil det videre være interessant å se hvordan fordelinga mellom kjønn er uten fotball.

Tabell 17: Frekvenstabell over fordelinga av kjønn. Uten fotball.

	Prosent	N
Herreidrett	62,0	338
Kvinneidrett	25,9	141
Begge kjønn	6,6	36
Nøytrale saker	5,5	30
Totalt	100	545

Tabell 17 viser at andelen kvinneidrett øker dersom man utelater fotball i analysen fra 17,4 prosent til 25,9 prosent. Andelen med saker som omhandler begge kjønn og nøytrale saker øker også, mens herreidrett synker. Videre kan man se hvilke forskjeller som finnes mellom avisene dersom fotball utelates.

Tabell 18: Krysstabell mellom kjønn og avis. Uten fotball. I prosent.

	VG	Adresseavisa	N
Herreidrett	71,4	52,1	338
Kvinneidrett	20,4	31,7	141
Begge kjønn	4,6	8,7	36
Nøytrale saker	3,6	7,5	30
Totalt	100	100	545

Tabell 18 viser at andelen kvinneidrett øker for både VG og Adresseavisa, med over 11 prosentpoeng i VG, og over 6 prosentpoeng for Adresseavisa. Dette viser at for VG har fotball en større betydning for fordelinga av herre- og kvinneidrett enn for Adresseavisa.

4.6 Type sak

For alle opptalte saker er det notert hvilken type sak det dreier seg om. Hovedsak, undersak, notiser, kommentar eller om det er forside uten brødtekst.

Tabell 19: Frekvenstabell over deling av type sak.

	Prosent	N
Hovedsak	33,4	303
Undersak	32,3	293
Notis	26,1	237
Kommentar	4,1	37
Forside – uten sak	4,2	38
Totalt	100	908

Fordelinga over sakene er omtrent likt fordelt mellom hovedsaker, undersøker og notiser, mens det er færre kommentarer. Det er til sammen 38 forsider som er notert uten at det er en egen sak.

Tabell 20: Krysstabell mellom type sak og kjønn. I prosent.

		Herreidrett	Kvinneidrett	Begge kjønn	Nøytrale saker	N
VG	Hovedsak	39,2	33,9	57,1	25,0	199
	Undersak	27,7	33,9	14,3	50,0	147
	Notis	24,7	27,1	14,3	16,7	126
	Kommentar	5,8	1,7	7,1	8,3	28
	Forside – uten sak	2,6	3,4	7,1	0	14
	Totalt	100	100	100	100	514
Adresseavisa	Hovedsak	24,4	32,3	26,1	22,7	104
	Undersak	36,4	40,4	39,1	27,3	146
	Notis	30,8	18,2	26,1	45,5	111
	Kommentar	2,8	1,0	4,3	0	9
	Forside – uten sak	5,6	8,1	4,3	4,5	24
	Totalt	100	100	100	100	394

Tabell 20 viser at for VG er nesten 40 prosent av alle sakene om herreidrett en hovedsak, mens det er omtrent 34 prosent av sakene om kvinneidrett som er hovedsaker. Det er flere saker om kvinneidrett som er undersøker og notiser, mens herreidretten har en større sannsynlighet for å bli kommentert av en journalist. Sakene om begge kjønn er også over halvparten av tilfellene en hovedsak.

For Adresseavisa er det flere saker for kvinneidrett enn for herreidrett som er hovedsaker og undersøker, mens det er flere notiser om herresaker. Dersom man ser på antallet, er det flere hovedsaker om herreidrett, men det er en større sjanse for at en sak om kvinneidrett blir en hovedsak. Det er også i Adresseavisa flere kommentarer om herreidrett. Både VG og Adresseavisa hadde én kommentar om kvinneidrett.

4.7 Bildebruk

Bildebruk omfatter to variabler; om det er bilde med i saken, og type bilde. Type bilde kan være aksjonsbilde, ansiktsbilde, bilde fra arkiv, poseringsbilde, bilde fra samtale eller grafikk.

Tabell 21: Frekvenstabell over om det er brukt bilde i saken.

	Prosent	N
Med bilde	74,9	680
Uten bilde	25,1	228
Totalt	100	908

Nesten 75 prosent av sakene har bilde i saken. Det finnes bilder som omhandler kvinneidrett, men som har bilde av menn, eksempelvis i de tilfellene der det omhandler trener eller sponsorer i kvinneidretten. Dette er kun talt opp som med bilde.

Tabell 22: Krysstabell over bilde og kjønn. I prosent.

		Herreidrett	Kvinneidrett	Begge kjønn	Nøytrale saker	N
VG	Med bilde	80,0	83,1	78,6	50,0	409
	Uten bilde	20,0	16,9	21,4	50,0	105
	Totalt	100	100	100	100	514
Adresseavisa	Med bilde	67,9	76,8	56,5	59,1	271
	Uten bilde	32,4	23,2	43,5	40,9	123
	Totalt	100	100	100	100	394

Tabell 22 viser at det for både Adresseavisa og VG er en større prosentandel med bilder for kvinneidrett enn for herreidrett, saker som omhandler begge kjønn og nøytrale saker.

4.7.1 Type bilde

Denne variabelen omhandler hvilken type bilde sakene har. Det er en egen kategori for saker der det ikke finnes bilde.

Tabell 23: Frekvenstabell over type bilde.

	Prosent	N
Aksjonsbilde	35,1	319
Ansiktsbilde	13,9	126
Bilde fra arkiv	10,1	92
Poseringsbilde	6,7	61
Bilde fra samtale	8,5	77
Ikke bilde	25,1	228
Grafikk	0,6	5
Totalt	100	908

Aksjonsbilde er det hyppigst brukte bildeformen innenfor sportsmedia, mens ansiktsbilde nest mest brukt. Ansiktsbilde brukes som regel i forbindelse med notiser og mindre saker.

Tabell 24:Krysstabell mellom type bilde og kjønn. I prosent.

		Herreidrett	Kvinneidrett	Begge kjønn	Nøytrale saker	N
VG	Aksjonsbilde	39,4	22,0	21,4	0	185
	Ansiktsbilde	17,2	18,6	7,1	16,7	88
	Bilde fra arkiv	11,2	11,9	21,4	16,7	60
	Poseringsbilde	3,0	27,1	0	0	29
	Bilde fra samtale	8,6	3,4	28,6	8,3	44
	Ikke bilde	20,0	16,9	21,6	50,0	105
	Grafikk	0,5	0	0	8,3	3
	Totalt	100	100	100	100	514
Adresseavisa	Aksjonsbilde	32,8	40,4	30,4	22,7	134
	Ansiktsbilde	11,2	6,1	13,0	4,5	38
	Bilde fra arkiv	9,2	9,1	0	0	32
	Poseringsbilde	5,2	16,2	13,0	0	32
	Bilde fra samtale	9,2	5,1	0	22,7	33
	Ikke bilde	32,4	23,2	43,5	40,9	123
	Grafikk	0	0	0	9,1	2
	Totalt	100	100	100	100	394

Tabell 24 indikerer at begge avisene hyppigere viser poseringsbilder av kvinner enn menn i sportsmediene. For VG var omtrent 27 prosent av bildene av idrettskvinner et oppsatt bilde der den kvinnelige utøveren poserer, mot 3,0 prosent innen herreidrett. De kvinnelige utøverne har flere poseringsbilder enn aksjonsbilder. Også i Adresseavisen er det langt større andel poseringer blant de kvinnelige idrettsutøverne enn de mannlige, men de kvinnelige utøverne har flere aksjonsbilder enn poseringsbilder.

4.8 Fremstilling av kvinner

Variabelen fremstilling omhandler kun sakene om kvinneidrett, og ikke alle sakene er notert ned som en type fremstilling på grunn av at sakene kun er en ren formidling av resultater fra arrangementer. Derfor er disse registrert som missing i denne tabellen.

Tabell 25: Frekvenstabell over fremstilling av kvinner. Kun kvinneidrett.

	Prosent	N
Kropp	4,4	7
Suksessrik	35,4	56
Offer	10,1	16
Mødre	3,2	5
Totalt	53,2	84
Missing	46,8	74
Totalt	100	158

I denne analysen er suksessrik den fremstillingsformen som viser seg å være hyppigst representert. Deretter kommer offer som, som nevnt, også er benevnelser der kvinneidretten er offer for herreidretten eller banesituasjoner og lignende. Det er i alt fem saker der kvinner fremstilles som mødre eller i en omsorgssituasjon, mens det er sju saker som omhandler kropp. Eksempler på saker om kropp er en situasjon der skiløper Marit Bjørgen får oppslag etter å ha vist seg i en kjole, og musklene er fremtredende.

4.9 Sammenfatning av kapittelet

I dette kapittelet har jeg, ved hjelp av kvantitativ analyse, presentert en oversikt over prioriteringer av saker i VG og Adresseavisa. Analysen viser at herreidrett er overrepresentert i forhold til kvinneidrett. I tillegg har jeg funnet at Adresseavisas kvinnelige journalister oftere skriver om kvinneidrett, enn sine mannlige kollegaer. Dette funnet gjelder ikke i like stor grad for VG. Analysen viser at kvinner oftere enn menn er avbildet i poseringsbilder, og at mannlige utøvere oftest avbildes i aksjonsbilder. Tall fra denne analysen tas med i neste kapittel, hvor jeg viser hvilke tanker de ansatte i avisene har omkring prioriteringer av saker.

5. Kvalitativ analyse

Dette kapitlet er delt inn i fem delkapitler der hver del tar for seg journalistenes meninger om de ulike variablene fra den kvantitative undersøkelsen. Det blir først i hvert delkapittel repetert resultater fra den kvantitative analysen, deretter journalistenes meninger og tanker rundt temaet, og til slutt en diskusjon knyttet opp mot teori og tidligere forskning. Det er i disse delkapitlene to ulike strategier for sitater. Der avis ikke har betydning for analysen er det brukt pseudonymer for informantene, for å skille kvinnelige og mannlige journalister. Der avis har betydning for analysen, er pseudonymene tatt bort, og de ansattes meninger diskuteres i større grad rundt forskjellene til de to avisene.

5.1 Journalistenes mening om kjønnsfordelinga

Denne delen vil vise hvilke tanker journalistene har om fordelinga av kjønn i media generelt og i sin avis spesielt. Jeg vil også gjøre rede for hva de tenker om plassering av saker i avisa i forhold til kjønn.

5.1.1 Fordelinga av kjønn

Den kvantitative analysen viser at den samlede fordelinga av kjønn for begge avisene er 74,8 prosent herreidrett og 17,4 prosent kvinneidrett. Den resterende prosentandelen er nøytrale saker og saker som omhandler begge kjønn. Det finnes forskjeller mellom VG og Adresseavisa i fordelinga. Mens Adresseavisa har 25,1 prosent kvinneidrett, har VG 11,5. Adresseavisa har også en større andel nøytrale saker og saker som omhandler begge kjønn, noe som er naturlig i og med at det er en regionsavis som hyppigere vil skrive om eksempelvis banesituasjoner og idrettspolitiske saker i nærområdet.

På spørsmål om hvilke tanker journalistene har rundt dekninga av kvinneidrett og herreidrett, sier de fleste av informantene at det finnes skjevheter. Flere nevner også at dette er et tema som ofte blir tatt opp på møter i redaksjonen. Dette virker å gjelde for begge avisene.

”(...) vi tenker på det omtrent hver dag, det står i loggen hver dag at vi... nå må vi skjerpe oss.. den seksjonen her uten en eneste sak om kvinner, det går ikke. Altså.. enkelte dager er det overvekt av damesaker”. (Simen)

Emil virker irritert når han sier at temaet ofte blir tatt opp på møter, men at det skjer lite med det. Det kommer også fram at det blir påpekt fra avisas sjefsredaktør at sportsredaksjonen må ha mer kvinneidrett:

”Vi er nok litt for dårlig på kvinneidrett vil jeg tro. Vi tar det opp på masse morgenmøter, der vi tar opp at kvinneandelen må opp, vi har så så mange sider. Vi får en del påminnelser om det fra ledelsen både her og over her”. (Bent)

Det kommer ulike forklaringer på hvorfor det er skjevt i sportssidene. Bent sier at:

(...) problemet er jo altså.. det største problemet er at veldig stor andel av herrekontingenten vil jeg tippe er fotball, tipper ganske mange prosent av alt vi skriver om er fotball, og der er jo herrefotball mye større enn kvinnefotball. Det trekker noe voldsomt opp, ikke sant.

Den kvantitative analysen viser at avisene har omtrent 40 prosent fotball, som nesten kun er herrefotball. Dette samsvarer med tidligere forskning (Lippe, 2001). I tillegg er det mange av informantene som legger vekt på profiler i sine prioriteringer, og sier at det er færre profiler i kvinneidrett, og spesielt i kvinnefotball:

”det er klart det hjelper jo med profiler. Og det er det ikke så veldig mye av, hvis du snakker om kvinnefotballen her da. Det er litt lite profiler nå, så det tror jeg nok at det kan være noe å hente der. Før var jo Ørn fulle av landslagsspillere, og det, da var det jo mer å hente der. Det hjelper jo oss veldig hvis navnene på de som spiller der er kjent for leserne. Gjenkjennelseeffekten gjør at du får mer lyst til å lese det. Så hvis en kjent spiller brekker foten, så får jo den mye større oppmerksomhet, enn om en ukjent spiller gjør det selyfølgelig. Så det er jo noe der ”. (Daniel)

Personifisering og profiler øker nyhetsverdien på saker, og gjør at publikum har en større nærhet til utøverne (Bastiansen og Dahl, 2008). Åse beskriver også hvordan situasjonene er i norsk kvinnefotball og mangelen på profiler, og mener at i et norsk eliteserielag for herrer finner du nok mange gode historier, og det samme i et kvinnelig fotballag, men det brukes ikke tid og ressurser på å gjøre det. Både Tor og Daniel trekker frem flere eksempler på

kvinnelige profiler som gjør at de får mer spalteplass, slik som Byåsens Camilla Herrem. Tor sier videre at han tror dette kan bidra til at det blir flere saker om Byåsen sitt håndballag.

”ja, vi vil jo gjerne få fram profiler vi, da er det jo.. så du kan bli profil på to måter, ved å være stor i kjeften eller.. altså Camilla Herrem er jo veldig profil i Byåsen, fordi hun er veldig utadvendt og snakker i store bokstaver, og alltid mener noe om ting. Så derfor tyr jo ofte media til hun fordi det blir jo enten morsomt eller det blir litt småkrangling eller ett eller annet ut av det. Så hun har jo.. hennes profilering baseres vel så mye på det hun sier som det hun gjør på banen. For i de siste årene så har hun ikke vært så veldig god på banen, men hun holder fortsatt bra nivå der også, så hun er jo et eksempel på en sånn type profil. Også er det klart at det å være god er jo det beste måten å bli profil på. Marit Bjørgen og Petter Northug, de er jo like god.. men Petter Northug stikker av med nesten all oppmerksomheten fordi han er den han er. Bjørgen velger å holde en lav medieprofil, og sier sjelden noe det blir overskrifter av, mens Petter Northug leverer overskrifter hele tiden. Så det er jo sånne ting som driver det”. (Daniel)

Angående det siste Daniel sier om forskjellene mellom en kvinnelige og en mannlig idrettsutøver, er det delte meninger blant informantene. Mange mener at kvinnelige idrettsutøvere ofte holder en lavere profil enn de mannlige, og at de mannlige er flinkere til å selge seg selv. Andre mener at det ikke er noen forskjell på de kvinnelige og mannlige utøverne når det gjelder hvordan de forholder seg til media. Sara sier blant annet at de kvinnelige idrettsutøverne er veldig tilgjengelige og at de ser verdien av å bli omtalt. Simen mener at det ofte er lettere å få tak i de kvinnelige utøverne. Men dette virker som det motsatte av det de fleste mener.

”(...) min opplevelse er at jenter er mer beskjedne, de er mindre egoistiske, og tenker mer på de andre. Få vil fremheve seg selv. De vil heller snakke om laget enn seg selv og de er mer forsiktig med å komme med detaljer som gjør det lettere å komme med gode innganger til å lage gode saker. Snakker mer generelt og forsiktig (...) men vi må bli flinkere til å ha kvalitet på alle, og der må jentene hjelpe oss litt i forhold til å gi av seg selv, og stå på meningene sine. Det må bli aksept i damelagene og damemiljøene for at man, at det er lov å rope høyt, og gi av seg selv uten at du blir sett på som en

selvdigger og stikke seg frem og tenke på at det er det beste for idretten i son helhet da". (Tor)

"ja, det er faktisk ganske stor forskjell hvis man tenker på fotball hvertfall. Altså mannfolk er mye mer flink til å selge seg selv, og kan dyrke seg som selv som profiler, mens jentene er litt mer... "nei,nei" ... forsiktige og vil helst ikke fremheve seg selv på noe vis, og er liksom ikke... De arrogante fotballspillerne får jo mer oppmerksomhet, så det er stor forskjell på det altså. Men sånn er det også kanskje på.. altså Petter Northug hadde ikke vært Petter Northug hvis han ikke hadde vært så arrogant på en måte. Jeg tror mannfolk har lettere for å være litt sånn". (Åse)

Det virker som Tor kommer med en oppfordring til kvinnemiljøer om deres ansvar i forhold til å skape profiler for å få større spalteplass i avisene. Noe som også bekreftes av Åse:

"(...) hvis de hadde prøvd og solgt inn seg selv og idretten litt mer. Man hører jo nesten aldri om kvinnefotball når vi er på jobb. Vi får aldri inn noen tips, aldri noen som prøver å få noe blest om det heller. Så det må starte et sted, er det vi som skal starte eller er det dem eller leserne eller.. noen må starte det".

Åse virker litt usikker på hvem som kan bidra til å få fram profilene i kvinnefotball, om det er media eller idretten selv, men dette er det delte meninger omkring. Enkelte journalister mener at deres posisjon i samfunnet kan bidra til å skape profiler, mens andre mener at dette fenomenet ikke er gjeldende:

"(...) den betydningen er overdrevet. Dette har vi i årevis holdt fast på, at for eksempel skal skrive om Trondheims-Ørn i fotball, men det kommer ikke flere folk på kampene. Uansett hvor mye vi skriver, så hvert fall hvis du ser på oppslutninga rundt kampene, så tror jeg nesten helt sikkert at det ikke betyr noe som helst. Men for klubben og de som faktisk holder på, slik at de faktisk skal kunne skaffe seg rom til å holde på, så tror jeg det kan ha en betydning". (Tor)

Etter at journalistene fikk se mine tall fra den kvantitative analysen mente halvparten av informantene at tallet var som forventa, og at de ikke ble overrasket, mens de andre mente at tallet var lavere enn forventet:

”Jeg vil si at kjønnsforskjellen er større enn jeg hadde forventet. Jeg trodde ikke det var så mye”. (Daniel)

”Lavere enn jeg trodde, men jeg tror det handler litt om kapasitet. Vi tar noen snarveier når vi har dårlig tid”. (Emil)

”Oi... det var høyt tall. Det var høyt og så ikke helt bra ut”. (Åse)

Her refererer Åse til herreidrettens høye tall. Selv om enkelte ikke ble overrasket virket det som alle journalistene ønsket at kvinneandelen skulle vært høyere, men de hadde ikke noe tallfestet mål.

”Det er jo alltid et mål om å få fram jenter (...) det har vi ikke lykkes med. Det har jo litt med at det er større deltakelse blant gutter, og det er jo faktisk noen idretter jenter ikke er engasjert i, men det har jo ikke noe med den store forskjellen å gjøre”. (Daniel)

”Vi tenker jo sånn at hvis vi skal lage en sak fra tae-kwon-do-miljøet for eksempel, og har vi sjansen til å få tak i en jente, så gjør vi det. Vi har en bevissthet rundt det. Hvis vi har et valg, velger vi en jente”. (Tor)

Det kan virke som avisa Tor jobber i har et fokus på å løfte fram jenter og han sier også at de ønsker det skal være en fordeling for variasjonen sin del. Men han sier også at avisen blir litt for snill i forhold til hva som kommer på trykk av kvinnesaker. Terskelen for å skrive om kvinneidrett er lavere for å utjevne forskjellene. Sakene har ofte lavere kvalitet og dermed ikke lest, i følge Tor. Dette mener han har en sammenheng med at jenter ofte er mer beskjedne når de blir kontaktet av avisa.

5.1.2 Plassering i avisa

Den kvantitative analysen viser at i VG har kvinneidrett en like stor sjanse til å havne på forsiden som en herreidrett. 5,1 prosent av alle sakene om kvinneidrett havner på forsiden. For Adresseavisen har kvinnene en større relativ sjanse for å havne på forsiden med sine saker

enn en sak om herreidrett, der 8,1 prosent av alle sakene havner på forsiden, mot 5,6 av herresakene (jfr. tabell 10, side 48). Når man ser på fordelinga på de ulike sidene i avisa, viser tabellen (jfr. tabell 11, side 49) at 78,6 prosent av forsiden i VG er herreidrett, og 10,7 prosent er kvinneidrett. For Adresseavisa er 58,3 prosent av forsidesakene om herreidrett, mot 33,3 prosent om kvinneidrett. For VG er de fleste sakene om kvinneidrett plassert på side 8-9, mens det for Adresseavisa er på side 2-3.

De to avisene har noe ulik oppbygning av sin avis. Sporten i Adresseavisa er i en del der det også inngår stoff om andre områder, eksempelvis fritid, bil, TV-guide og annonser med kjøp og salg. Begge avisene har reklameannonser. Sportsdelen i VG er en del som kun er forbeholdt sport, der de disponerer 16 sider inkludert bakside. De har TV-guide kun for sport, og bruker av og til baksiden for saker. Derfor vil hvordan de prioriterer saken i forhold til plassering i avisa, ha et noe ulikt utgangspunkt for de to avisene.

I denne delen vil det ikke blir brukt pseudonymer i og med at avisa journalistene jobber for er vesentlig, og av hensyn til deres anonymitet er sitatene uten navn.

Alle journalistene for Adresseavisa mener at generelt sett vil de sakene de anser som viktigst komme lengst frem i avisa.

”På side 2 og 3 skal det være en viktig sak”.

”Ja, det er større sjanse for å finne de viktigste sakene der (side 2-3). Enten finner du den saken der fordi den er viktig, eller fordi den er veldig godt egnet til et tosidig oppslag, og det er gode bilder til. Men det er jo litt sånn fallende kurve. Det som kommer lenger bak er mindre... oppfattes gjerne som mindre viktig. Men det er ikke noe låst system fordi at der.. av og til er sidene delt ut kl 14-15 om dagen, også skjer det ting med det som skal stå på side 7, som gjør at det kanskje egentlig skulle stått på side 2. Men da er allerede side 2-3 ferdig laget”.

Som det sies, kan man ikke hver dag si at det viktigste kommer lengst frem i og med at det kan skje noe som anses som viktig senere på dagen. Likevel er det slik at det som blir ansett som viktig tidlig på dagen, vil bli prioritert langt fram i avisa. Det blir også nevnt at antall spalter er med på å avgjøre om saken er viktig, og at en sak med ti spalter på side 6-7 er bedre

enn to spalter på side 2-3. Flere av journalistene i Adresseavisa sier at den viktigste saken ikke nødvendigvis kommer på "cover":

"(...) den kan være der fordi det er noe morsomt med den saken, eller for at det er et spesielt godt bilde. Det er vanskelig å lage en cover-sak på idrettspolitik for du har ofte ikke noe bildetilfang. Da tar man ofte fram et bilde av Lerkendal eller Ranheim, ikke sant, og det er ikke noe, det selger ikke. Så det er ikke slik at den viktigste saken står på cover nei, men det er kanskje den saken som vi tror kan få folk interessert i å bla videre".

VG har som nevnt en hel sportsdel av avisa å fylle, noe som gjør at rangeringa av hvor de viktigste saken står litt annerledes enn i forhold til Adresseavisa. Svarene fra journalistene i VG er noe ulike omkring dette:

"(...)hvis jeg skal rangere sidene, så er det 2-3 som er først, også midten som er nest... altså midten og cover. Midten er viktig for oss".

"Den viktigste saken er på cover, også 1-2-3-midten. Når det er på baksiden er det viktig".

"(...) vi samler jo idrettene i bolker, etter ei fotballhelg så kan vi velge å ha fotball fra 1-7. Det kan komme bedre saker på 8-9 eller 10 og 11, men vi velger å seksjonere fotballen der, det skal ikke være noe brudd i mellom. Ideelt sett kan man si at midten skulle ha vært 1-2-3. Fordi resultatene i fotballrunden var ikke noe dramatisk, det var ikke noe som forsvarer den plasseringa, men da er du låst på desken, med tanke på former og trykkeriet. Så kan du ikke begynne å stokke. Det kan være sånne prioriteringer, men altså 1-2-3 er de beste sidene. Midten skal ofte være bra, for vi vil bruke store bilder. Baksiden for oss blir altfor ofte brukt til egenannonser for å få tidlige sideleveringer til å gå opp, så vi blir overrasket hver gang vi har plass på baksiden. Oppfatninga her på avdelinga er at sistesiden er jo kanonviktig, men i og med at de bruker det til egenannonser har man ikke noe forhold til baksiden".

Som disse sitatene viser er det ulik oppfatning av hva som anses å være viktige sider i avisa. Oppsummert er det de tre første sidene fremstår som viktigst sammen med midten. Men som

det siste sitatet viser, er også idrettene inndelt i bolker. Dette er det kun én av informantene som sier under intervjuet.

Mine kvantitative tall viser at de fleste sakene om kvinneidrett finnes på side 8-9, som er midtsidene:

”8-9 er jo paradesider, og det.. hvis det er mye kvinnfolk på midten som du har, så kan det være fordi det er en bevisst satsing. For midten blir jo laga som oftest tidlig, og brukt ekstra tid på”.

5.1.3 Diskusjon

Tidligere forskning viser at kvinneidrett er i mindretall i mediasporten (Haukeberg og Syrstad, 2000, Lippe, 1998, 2010, Bruce, Hovden og Markula, 2010). Tallene i disse undersøkelsene samsvarer med mine tall. VG sine tall ligger noe under det tidligere forskning på aviser viser. Alle journalistene er inneforstått med at det er forskjeller mellom herreidrett og kvinneidrett. Det er noe som blir tatt opp i begge redaksjonene, og i følge noen informanter, daglig. Men diskusjonene følges i liten grad opp. Journalistene sier at det ofte blir poengtert på møtene når det har vært lite kvinneidrett. Kjønnfordelinga blir på denne måten institusjonalisert. Det vil si at kjønn på idrettsutøverne har en betydning i journalistenes øyne. De vil ha en jevnere kjønnfordeling, noe som kan bety at media har institusjonalisert en forståelse av at det ikke er lov å favorisere menn. Men dette er en uformell institusjonalisering. Det er ikke fastsatt i noe lovverk, men kan kanskje sees i sammenheng med den norske kulturen om ikke å diskriminere. Duncan og Messner (1998) mener at det i mediene ikke er en bevisst diskriminering av kvinneidrett, men at å skrive om herreidrett inngår i større grad i journalistenes og avisenes rutiner.

Selv om noen er opptatt av å vise et mangfold i avisa, er det likevel store forskjeller. Mye tyder på at selv med bemerkninger om at det er lite kvinneidrett i avisene fører ikke dette til bemerkelsesverdi økning. Flere av journalistene sier at man ofte har dårlig tid som journalist, og at det er fort gjort å velge en enkel løsning på saker. Det de mener med en lett løsning er å kontakte kilder de har et forhold til og idretter de kjenner til. Dette kan forstås som at de kjenner bedre til mannlige miljøer, og at det krever mer å sette seg inn i kvinnelige miljøer. Menn og det maskuline er, i følge Bourdieu (2000), den dominerende klassen innenfor sport,

og det virker å ha blitt naturalisert i stor grad. Medias og menns synspunkt blir også tatt i bruk av de dominerte. Derfor rettferdiggjør media den sosiale ulikheten som finnes innenfor sporten, og mennenes idrett blir normalisert. Det er få som stiller spørsmålstegn ved hvordan prioriteringene i media er. Bourdieu (2000) legger vekt på at det er ikke hensikten til den dominerende klassen å normalisere og naturalisere det som gjøres. Prioriteringene av mediene reproduseres, og også mediesporten er utsatt for den maskuline tankegangen. Spørsmålet er hvorfor denne reproduksjonen ikke brytes ned? Hvordan kan kvinneidretten ha blitt så stor uten at mediene har fulgt samme utvikling?

Journalistene bruker forskjellene mellom kvinnelige og mannlige utøvere og profiler som en forklaring på den skjeve dekkningen. De kvinnelige utøverne er mer beskjedne, og kommer sjelden med utsagn som skape overskrifter. Dette samsvarer med Eides (1993) analyse av hvorfor kvinner usynliggjøres i pressen. Hun mener at kvinnelige kilder er mer tilbakeholdne og mer skeptiske til å stå fram i media. I tillegg påpeker hun at det ofte er de samme kildene som går igjen i media, og at dette er menn. Flere av journalistene mener at de må strebe mer etter å finne kilder av begge kjønn når de skal søke etter fagpersoners meninger om saker, men at enkleste utvei er å velge de man kjenner til fra før. Dette fører til at det oftest er menn som eksempelvis uttaler seg som medisinske talspersoner, og som dermed ofte blir avbildet i den forbindelse.

I tillegg mener noen at en av grunnene til at det er så mye herreidrett, er på grunn av fotball. Fotball ble tidlig sett på som en herreidrett i Norge (Lippe, 1998), og mye tyder på at det fortsatt blir det selv om det er den idretten flest norske jenter driver med. Fotball for menn blir sett på som stoff med høy nyhetsverdi, mens fotball for kvinner ikke har samme status. Journalistene mener at for å få pressedekning må idretten eller idrettsutøverne hevde seg internasjonalt, og selv om det norske kvinnelandslaget i fotball har oppnådd høyere internasjonal suksess enn herrene, virker ikke dette argumentet å gjelde når det kommer til fotball. Journalistene mener det mangler profiler, publikumstall og interesse rundt sporten.

Noen av journalistene er bevisste ovenfor kvinneidrett og herreidrett, og har en forventning av hva andelene kvinneidrett ligger på for deres avis. Andre virker mindre reflekterte over hva de selv skriver om. Det er vanskelig å bryte med de tradisjonene som er gjeldene innenfor feltet. De ansatte i redaksjonene er spillere på feltet sportsjournalistikk, noe som i følge Bourdieu(Järvinen, 2007) fører til at det er vanskeligere for dem å reflektere over hva de gjør.

Daglige rutiner og praksiser fører til at arbeidet blir gjort ubevisst, hvilket gjør det vanskeligere å oppnå forandringer, selv om informantene uttrykker at det er ønskelig med mer kvinneidrett.

5.2 Journalistens kjønn

I de kvantitative funnene virker det, spesielt for Adresseavisen, å være en sammenheng mellom journalistens kjønn og om de skriver om herreidrett eller kvinneidrett. Omtrent 70 prosent av sakene en kvinnelig journalist der skriver om, er om kvinneidrett. Det samme gjelder ikke i like stor grad for VG, selv om det prosentandelen der er litt høyere, og de kvinnelige journalistene der skriver i større grad enn sine mannlige kollegaer om saker som omhandler begge kjønn.

På spørsmål om det er noen forskjeller mellom kvinnelige og mannlige journalister kom journalistene med ulike svar. Sara sier blant annet at det er ingen forskjeller, at man stiller de samme kravene til hva som er en god sak, men at hun kanskje stiller noen spørsmål som de mannlige journalistene ikke stiller. Hun mener det er viktig med et mangfold innenfor redaksjonen, noe som også nesten alle de andre journalistene presiserer at er viktig. Noen mener det finnes noen forskjeller mellom kvinnelige og mannlige journalister:

”ja (...) jentene preges litt mer av at å være mer forsiktige.. i forhold til.. hva skal jeg si.. det er litt misforstått at de tar hensyn, at de liksom ikke skal spisse saken, og ta litt hensyn til alle slik at ikke noen får noe trøbbel, men der også er det jo, synes jeg at det flere som er litt mer... ja.. om jeg skal kalle det aggressiv da, man skal jo ikke liksom høvle over alle da, og lage spetakkel for å lage spetakkel, men det er en tøff kamp for å nå fram med sakene sine, og da er det det å velge hva man skal skrive om, velge de riktige tittelordene, og der er det slik at guttene er mer røffere i stilen, akkurat som jenteobjektene er det en... men så er det jo slik at man behov for den andre også.. den litt mer rolige journalistikken, men jeg synes det er feil at man skal ta inn jenter bare for at de skal stå for del delen. Jeg mener at alle reporterne må kunne.. altså at gutter også må kunne lage den litt mer rolige journalistikken ikke sant, så det må være en slags helhet i det, så man ikke får en jenteidrett og en gutteidrett. Problemet vårt er jo faktisk at vi ikke har nok jenter, altså i sportsjournalistikken, og vi ønsker oss flere jenter inn”. (Tor)

Her mener Tor at de kvinnelige journalistene er noe mer redd for å gjøre idrettsutøvere til ulags, og er derfor mer tilbakeholdne i forhold til de mannlige journalistene. Han sier at de ønsker seg flere kvinner i redaksjonen, men at også mennene på kunne ta på seg den roligere rollen som journalist. Det virker også som en oppfatning blant journalistene at kvinnene i redaksjonen tilpasser seg det miljøet de kommer inn i. Simen mener det er lite forskjell på kvinnelige og mannlige journalister fordi de kvinnelige journalistene blir litt menn, og kommer inn og tenker som de mannlige. På spørsmål om de tilpasser seg miljøet svarer han:

”ja, og derfor så er det at hvis det kommer inn en kvinne som leverer litt på et annet plan, som har litt annen innfallsvinkel og sånn, så blir det litt vanskelig, fordi at du blir veldig lett sånn klubb, ”det er ikke sånn vi gjør det her”, vanskelig å stå opp for, hvis du er den eneste som kommer inn med nye tanker, det er ganske betydelig hinder for å få inn flere kvinnelige sportsjournalister som kanskje kan tenke litt annerledes, og kanskje utvikle sportsjournalistikken litt. At de som er her, er her fordi at de er litt menn i hodet, og i idrettsinteressen. Så det tror jeg faktisk er noe som en del av avisredaksjonen bør tenke litt på. Det bør være rom for å komme inn med helt andre ideer, helt andre tanker, helt andre vurderinger av hva som er en god sportssak, enn det som kanskje har vært gjeldende i 50 år”. (Simen).

Han påpeker også at han mener dette er en litt trist tendens. Noe også flere påpeker:

”(...) du blir jo sikkert tilpasset det til en viss grad, men jeg tror de som ikke gjør det tjener på det. Jeg tror det er sunt å ha forskjellige typer, både blant gutta og blant jenter. Jeg tror det er sunt både for interesseområder og for hvilke typer saker vi kan gjøre, og hvilke typer ideer vi kommer på. (...) jeg syns ikke de skal gjøre det. Bare være seg selv, og ikke kopiere gutta”. (Bent)

Det er lettere å bryte det mannsdominerte miljøet der det er en større andel kvinner, enn for eksempel i sport, der kvinner fort blir ”en av gutta” (Allern, 2001). Selv om mannlige journalister mener kvinnelige journalister tilpasser seg miljøet, er det viktig å finne hva kvinnelige journalister selv mener om dette. En av de kvinnelige journalistene mener selv at hun tilpasset seg miljøet:

”du blir forma på et vis. Når du sitter med tre-fire mannfolk hver eneste dag, du ender opp med å tenke sånn som dem. Altså det er jo sikkert... kvinner oppfordres til å søke for å få inn litt andre syn på ting, men det blir jo ikke sånn når du ikke er flere enn én. Du sitter jo ikke her å... ”nå må jeg tenke som en kvinne”. Man formes etter redaksjonen. Hadde det vært flere jenter å spille på og snakke med om sånne saker, så kanskje det hadde blitt annerledes”. (Åse)

Det virker å være en oppfatning blant flere journalister at de kvinnelige journalistene kan tilføre redaksjonen andre innfallvinkler og at det er positivt å få inn kvinner. Det er bare én informant som forteller at han tror kvinnelige journalister er litt mer tilbakeholdne enn de mannlige, men andre og de kvinnelige selv mener de er på samme nivå som resten når det gjelder å produsere gode saker og skrive gode saker. Derfor vil jeg se på Tor som unntaket i denne sammenhengen når han sier at de mannlige journalistene er røffere. I og med at mange mener det er viktig med et mangfold i redaksjonen vil det også være interessant å se om de kvinnelige journalistene skriver andre saker enn menn, og om det kan bli mer kvinneidrett med flere kvinnelige journalister

De ulike journalistene har ulike dekningsområder, og de har ofte to til tre idretter de følger. Dette vil gi naturlige resultater om hva de skriver om. Dersom en mannlig journalist dekker ishockey og hopp, vil det innebære, ut fra den kvantitative analysen, omtrent 100 prosent saker om menn. Journalister fra begge avisene har noe ulike oppfatning om ulikheter mellom hva kvinnelige journalister skriver om. Enkelte mener det ikke finnes noen forskjeller, mens noen sier at kvinner oftere blir satt til å dekke kvinneidrett:

”(...) når vi har jenter her så blir de satt til å skrive om håndball, de blir satt til å dekke jenteidrett, og det er jo delvis fordi at de ofte kommer fra idretten. Det er jo ikke unaturlig at jenter ofte søker til jenter som intervjuobjekter. Men jeg tror nok at mesteparten av denne forskjellen er fordi kvinner blir satt til å dekke kvinneidrett”. (Daniel)

”det er jo slik at de jentene som har vært her, de har ofte jobbet med håndball, og de har koblet lite med Rosenborg, og hvis du har en gutt som jobber med Rosenborg og ei jente som jobber med håndball... det vil bli, det er klart gutten har flere saker på trykk gjennom året”. (Tor)

Tor mener også at det virker som de kvinnelige journalistene har større interesse av kvinneidrett, og mener de er flinke til å påpeke at det er mye menn i spaltene. Det blir også nevnt at kvinnelige journalister lettere får innpass i kvinnelige miljøer, og ikke har tilgang til de mannlige garderobene blant annet. I tillegg påpeker noen, slik som Daniel, at kvinnelige journalister har kontakter og kommer fra idrettsmiljøer selv, og at de da har en fot innenfor enkelte kvinneidretter. Daniel nevner i sitatet over at de kvinnelige journalistene ofte blir *satt* til å dekke kvinneidrett, men mener bestemt at det ikke finnes mannlige journalister som ikke vil dekke kvinneidrett.

Flere av journalistene konkluderer selv, etter å ha sett tall fra den kvantitative undersøkelsen, at det er tydelig at det hjelper med kvinnelige journalister i redaksjonen i forhold til å få mangfold i avisene. På spørsmål om dette svarer flere at de tror det hjelper også på andelen kvinneidrett:

”Ja, helt opplagt. Hvis vi sitter på morgenmøte, så vil jeg anta at kvinnelige journalister vil argumentere for stoff som også interesserer kvinnelige lesere, fordi man er kvinne og vet hva man kan tenke seg å lese. De er kanskje ikke så interesserte i foten til en fotballspiller som er skadet, har noen andre referansepunkt som man vil lese om”. (Marius)

” ja, jeg tror kanskje det. Hvis man sitter på morgenmøte, og du er eneste jenta som sitter, kanskje du har tenkt på ett eller anna, en toppseriesak da, så er det, du legger ikke den fram med mindre du vet den er god, det er ikke sånn kjempestøtte å få på sånne ting som ikke er så viktig. Hvis det hadde vært flere jenter så hadde kanskje flere syntes det hadde vært... ”ja, det må vi skrive om”, jeg vet ikke. Jeg kjenner ikke til den situasjonen av å være flere. Men kanskje det hadde vært sånn. Jeg tenker ikke så mye på det, jeg har mine idretter, og da..”. (Åse)

Simen skiller seg litt ut fra resten, og tror ikke at økning av kvinnelige journalister ville gitt utslag på andelen kvinneidrett i media, men mener de skriver om prestasjoner uansett.

Lippe (2001) skriver at omtrent 92 prosent av sportsjournalister er menn, og jeg registrerte i min analyse fire ulike kvinnelige journalister i de to avisene. Det virker å være en av mest

mannsdominerte seksjonene i en avisredaksjon. Som vist over mener mange av informantene at kvinnelige journalister beriker sportsredaksjonene, og mener de kan by på andre tanker og ideer og noen oppfordrer de kvinnelige journalistene til ikke å "bli en mann" i sportsredaksjonene, men heller komme med nytenkning i miljøet. Spørsmålet er jo hvorfor det er så få kvinnelige sportsjournalister? På dette spørsmålet kommer det mange ulike svar fra informantene. Både Tor og Daniel nevner familiesituasjoner som en årsak:

"(...) med fare for å bli for gammeldags så tenker jeg i forhold til familie, unger, så er det...det er tøft. Det er et tøft yrke. Man må være på hugget, og det er tøft race. Selv om ansvarsfordelingen i heimen er annerledes så er det jo, det er jo jenter som fremdeles føder unger. Jeg vet ikke hvor mye det har å si, men det er jo det som er tilfellet. Med tanker på familieliv, hvis det er slik fremdeles, jeg vet ikke, men hvis det er sånn at jentene fremdeles har mest omsorg for heimen, så er det knalltøft å kombinere (...) Vi ønsker jo å få jentene inn, og på banen. Men selve tilfanget vi har av søker, ligger under da, så det... er ikke så enkelt. Men et interessant område. Det skulle jo ikke vært slik i dagens samfunn. Det skulle jo vært, hvertfall, hvis man ser bort fra svangerskap og fødsel, så skal det jo være en lik fordeling". (Tor)

"(...) det medfører ubekvem arbeidstid, for det er mye helgejobbing og kveld. Det er krevende for familiefolk å være i dette yrket, og det er kanskje årsaken til at det er så få jenter også". (Daniel)

Simen beskrev over at det kan være vanskelig for en kvinne å komme inn i redaksjonen med andre ideer og innfallsvinkler, og de kan føle at deres tanker ikke blir tatt godt imot i redaksjonen kan være årsaken til at det er mange som trekker seg ut igjen av sporten, og heller velger andre områder innen journalistikken

"(...) det tror jeg er en av grunnene. At man på en måte er, blir litt skremt av hvordan det fungerer. Ikke at, jeg tror ikke det er noen som er.. behandler de dårlig eller er.. holdt jeg på å si, mobber de heller, men jeg tror de tenker at "nei, dette passer ikke meg, det er ikke sånn, jeg får ikke gjennomslag for det jeg har lyst til å holde på med her". Og hvis man er inne for eksempel som sommervikar, så tror jeg kanskje det er en del som kan få en sånn type refleksjon, det tror jeg". (Simen)

Enkelte journalister nevner også at interesse for sport kan være en årsak til at det er flere menn i redaksjonene. Bent mener at det er flere gutter enn jenter som fra tidlig alder bruker mye tid på å tillegge seg kunnskap om sport, og spesielt innen fotball. Noe han også betegner som viktig kunnskap for å bli en god sportsjournalist. Han tror i tillegg det kan være en tøff jobb som kvinnelige journalist og at de kvinnelige journalistene må jobbe hardere for å få respekt innenfor enkelte miljøer:

”(...) jeg tror nok at en del av herremiljøene er ganske røffe, og sikkert litt sånn... du må tåle litt som jente for å være i fotballmiljøet, det slenges nok litt også vil jeg tro. Det er nok en utfordring bare det”

Dette er også noe av det en av de kvinnelige journalistene selv mente:

”(...) etter en stund er det en del som backer ut. Alltid når du er ute så er det bare mannlige journalister, det er sjelden du møter ei jente. Si du jobber med fotball, så møter du bare mannlige fotballspillere og mannlige trenere, så det blir jo veldig mannsdominert. Jeg tror mange går litt lei av det. Du må jo alltid gi litt ekstra for å bevise noe og noen synes det er skummelt på et vis. De er jo ofte litt brå og sånn”. (Åse)

5.2.1 Diskusjon

Både Eide (1993) og Allern (2001) mener kvinnelige journalister ofte tilpasser seg det mannlige miljøet som finnes innad i media, og at dette er en av grunnene til at kvinner usynliggjøres i pressen. Eide (1993) mener dette gjelder media generelt og har ikke sett på ulikheter mellom områder innad i journalistikken. Allerns (2001) studie, som er av nyere dato enn Eides, finner at kjønnsfordelinga innen medier har blitt mindre skjev med tiden, og at det eneste som er igjen av en skjev kjønnsfordeling, er blant redaksjonsledere og innen sportsjournalistikken. Han mener det er lettere å bryte ut av den mannsdominerte nyhetskulturen på områder der det er en større andel kvinner, enn for eksempel innenfor sport der den kvinnelige journalisten kan ”bli en av gutta”. Det kan tyde på at sportsmedia er en av de siste ”mannsbastionene” innen media, der menn skriver om menn (Lippe, 2001). Både de mannlige og en av de kvinnelige journalistene mener at kvinnelige journalister tilpasser seg det maskuline miljøet. Utviklingen i andre deler av media tyder på at når det er kommet flere kvinnelige journalister i redaksjonene, har det synliggjort kvinner i media, noe som Allern

(2001) oppsummerer i sin studie. Åse mener også at det hadde vært lettere og tatt opp saker som omhandlet kvinneidrett, hvis hun hadde flere kvinnelige kollegaer å snakke med.

Mange av informantene mener at kvinnelige journalister i redaksjonen beriker miljøet ved å komme med nye tanker og ideer, og kan bidra til å tenke nytt. Samtidig viser enkelte utsagn at det ikke er rom for disse nye tankene i det miljøet som allerede er satt, og slik det har vært i flere år. Noen informanter bruker uttrykket ”det sitter i veggene her på huset”. Med det mener de blant annet at mye av journalistikken de bruker er knyttet til tradisjoner, en journalistikk de innretter seg etter. I teorien vil de ha et mangfold, og de mener det er sunt for redaksjonen, men når det kommer kvinnelige journalister inn med et annet tankesett, vil dette bli sett på som noe som ikke passer inn. I praksis motarbeides de. Når man ser på sportsjournalistikken som felt, har de spesifikke regelsett, verdier og interesser, som Bourdieu (1993) kaller doxa. Dette er redaksjonens forestillinger om hva som er rett og normalt. Hvordan de gjør det i redaksjonen blir en selvfølge, og betraktes som naturlig. Bourdieu beskriver en kamp mellom de etablerte på feltet og feltets nytilkomne (Järvinen, 2007). De som allerede er i redaksjonen representerer doxa i dette feltet, mens de tilkomne, i dette tilfellet nye kvinnelige journalister, får en posisjon som heterodoksi. De utfordrer den doxaen som allerede finnes. Dette vil bli sett på, i følge Bourdieu, som noe truende av de etablerte. De vil derfor forsøke å fryse tiden og stanse utviklingen (Järvinen, 2007). De mannlige journalistene presiserer altså at de ønsker å tenke nytt og ønsker å utvide deres doxa, og at kvinnelige journalister kan bidra til dette, men når det først skjer er det ikke rom for dette innenfor doxaen.

Bourdieu (1993) skriver at de nytilkomne i et felt ikke setter spørsmålstegn ved doxa og spillet, for dette vil ødelegge deres fremtidsutsikter. Dette vises gjennom Åses sitat om at hun kvier seg for å legge frem en sak om kvinnefotball med mindre hun vet at den er veldig god, fordi det ikke blir ansett som viktig i manges øyne. Dersom det ikke er en tradisjon i redaksjonen å skrive om kvinnefotball, vil hun, for ikke å stille spørsmålstegn ved doxaen, heller tilføye seg de spillereglene i feltet. Hun blir i lys av Bourdieu underlagt symbolsk makt der hun får den virkelighetsforståelsen til å bli objektiv og sann. Dersom det fremstår at en kvinnesak er mindre viktig, vil hun etter hvert mene at en kvinnesak er mindre viktig. Det viser seg også i at flere av informantene mener at de kvinnelige journalistene tilpasser seg det miljøet som finnes. For å unngå å utfordre doxaen, og for å passe inn i sin jobb, vil det være lettere å føye seg etter den etablerte kulturen.

Den kvantitative analysen viser som nevnt innledningsvis i kapitlet at 70 prosent av sakene en kvinnelig journalist skriver om er om kvinneidrett. Gjennom intervjuene er det vanskelig å fastsette en årsak til dette, men det tyder på at det ligger gjennom tre forklaringer, som jeg vil kalle følgesforklaringer. For det første er det enkelte informanter som mener at kvinnelige journalister blir "satt" til å skrive om kvinneidrett. Videre kan man se to grunner til hvorfor kvinner blir satt til å dekke kvinneidrett. Den ene grunnen er at kvinnelige sportsjournalister ofte kommer fra et idrettsmiljø, som kan være eksempelvis håndball eller fotball, og at de derfor kjenner til disse miljøene fra før, og dermed har et kildenettverk innenfor miljøet. Den andre forklaringen viser til at kvinner ofte får lettere innpass hos kvinnelige miljøer, og har vanskeligere for å få innpass i mannlige miljøer. En informant nevner at kvinner ikke har tilgang til garderober til mannlige spillere etter kamper.

Guttormsen (1996) mener holdninger til journalister vises gjennom aspektet eller perspektivet i tekstene. Hun mener de velger aspekter på vegne av sine mottakere, men lar interesser være med på seleksjonen. Det blir påpekt at kvinnelige journalister blir satt til å skrive om kvinneidrett fordi de har erfaring og interesser fra disse miljøene. Det samme kan tenkes med de mannlige journalistene. De har også muligens erfaringer fra ulike miljøer. Knoppers og Elling (2004) mener journalistene bruker sine interesseområder innenfor idretten, og det skjer en overlapping mellom interesser og hva de skriver om. De opparbeider seg en nærhet til kildene, og søker god kontakt med disse. Det vil si at dersom de mannlige journalistene har en større interesse for herreidrett eller en god kontakt med mannlige kilder innen herreidretten, vil den mannstunge redaksjonen føre til prioritering av herreidrett. De vil følge opp saker og få en innsikt av hva som foregår innenfor idretten. En mannlige journalists svar om hvorfor det er mindre kvinneidrett i sportsmedia, er at avisredaksjonene ofte lider under et tidspress og tyr til enkle løsninger. Dette kan tolkes som at det kreves mer for journalistene å skrive om kvinneidrett enn om herreidrett. Ut i fra teori (Allern, 2001, Boyle, 2006, Eide, 1993, Guttormsen, 1996, Øvrebø, 2005) om at mannlige journalister har vært innenfor mannlige idrettsmiljøer, og med tanke på at informanter mener at det samme gjelder for kvinner, kan man anta at flere kvinnelige journalister vil gi en økning av kvinneidrett i media.

5.3 Dekning av idretter

Den kvantitative analysen viser at fotball er den idretten som har høyest andel saker for både VG og Adresseavisa. VG har 45,5 prosent fotball, mens Adresseavisa har 32,7 prosent fotball. Begge avisene har fotball, ski/skiskyting og håndball som de tre idrettene som får mest dekning. Hopp og ishockey havner også høyt på listen. Når de to ukene med mesterskap i håndball er tatt bort, faller andelen håndball i VG ned fra 8,8 prosent til 3,4 prosent. I Adresseavisa opprettholdes prosentandelen med rundt 13 prosent, og er fortsatt blant de idrettene med mest dekning. I de fleste idretter er det en større andel herreidrett enn kvinneidrett, og for VG er det ingen idretter der kvinneandelen er størst. For Adresseavisa har kvinnehåndball og kvinnelige kampsportsutøvere fått mer dekning enn herrene.

Den kvantitative analysen rundt dette tema viser en del forskjeller mellom VG og Adresseavisa, og det er derfor mest interessant å se på den kvalitative delen i et lys av forskjellene mellom avisene. For å sikre informantenes anonymitet er det ikke koblet pseudonymer eller kjønn til sitater, for at det ikke skal kobles til sitater i andre analysedeler. Sitatet er derimot koblet opp til avis der det er hensiktsmessig.

5.3.1 Prioriteringer

Fotball er den idretten som har mest dekning ut fra den kvantitative analysen. Journalister fra begge avisene sier at fotball er et viktig satsningsområde.

”sett utenfra tror jeg folk mener at her går det mest i fotball og langrenn, men hvis man bryter det ned og ser på 16 sider hver dag i en uke, hver uke i en måned, hver måned i året, så vil du se at vi skriver mer om, mer enn de andre på de fleste idretter. Men ja vi er fotballtung”.

Selv om fotball er den idretten med mest pressdekning, er det stor forskjell på herrefotball og kvinnefotball. Fotball blir sett på som en maskulin idrett, forbeholdt menn (Fasting, 2001, Lippe, 2001) For VG er 0,9 prosent av all fotball om kvinnefotball:

”tja... vet ikke hvorfor vi ikke har mer damefotball, synes jeg at kanskje damefotballens største problem over mange år er, at litt for ofte dras sammenhenger med herrefotball som er så svært. Det er største idretten på verdensbasis, og det er vanskelig å.. det er

litt dumt å sammenligne med det da.. at det hele tiden skal inn i samme diskusjon. De bør utvikle et eget produkt for seg selv, og det syns jeg... at de ikke klarer det. Også lenge de ikke klarer det så tror jeg damefotballen blir sett på blant folk som en litt... fotball på lavere nivå enn på herrefotball, og det er litt synd at det har blitt sånn, og det spiller nok litt inn. Men i forhold til prioriteringer her på huset.. hm... jeg vet ikke. Vet ikke hvorfor det er sånn, men en eller annen feeling vi har på hva som blir lest og ikke lest, sånn... jeg vet ikke om det stemmer eller ikke. Men tror nok tilskuertall spiller litt inn. Det er klart vi dekker jo ikke noe særlig... vi dekker jo sannsynligvis mer kvinnefotball enn vi dekker herrehåndball, mens tilskuertallene er mye høyere i herrehåndball. (...) Så i forhold til tilskuertall så får kanskje damefotball mer oppmerksomhet enn andre da... vil jeg tro. I forhold til håndball og hockey. Jeg vet egentlig ikke... Det har nok også litt med hvem vi er også.... Vi som skriver om det”.

Innenfor hegemonisk maskulinitetsteori er den maskuline måten å drive idrett på den riktige og dominerende, og derfor blir kvinner ofte sammenlignet med menn innen idretten, og det forventes likt nivå (Bourdieu, 2000, Fasting, 2001).

”0,9 med kvinnefotball er for lavt, men samtidig så vil jeg si at det er få idretter som har fått like mye omtale uten å, altså nå presterte de på landslaget, olympiske mestre. Men på seriefotballen, som både aviser og TV har skrevet ganske mye om, som fremdeles har.. jeg sitter ikke på snittallet, men rundt 200 på kampene, og det er mye slett for å si det sånn. Så allikevel har de fått en ganske betydelig omtale, og at ikke dette publikumstallet har økt gjennom den omtalen, det er det jo bare damefotballen selv som har skylda for. Det er få andre idretter som på en måte har fått drahjelp på den måten, uten å greie å utnytte det”.

Sitatene over viser noe av forklaringene på hvorfor det er så lav dekning på kvinnefotball, er nemlig lav publikumsinteresse. Begge sitatene indikerer at kvinnefotballen har noe å jobbe med selv for å få mer pressdekning. Både at de ikke har fått opp publikumstallet og at de ikke har utviklet et eget produkt. Informanten med det første sitatet mener også at de dekker mer kvinnefotball enn herrehåndball. I løpet av mine analyseperioder var det 25 saker om herrehåndball og to saker om kvinnefotball. Nå er det riktignok inkludert en mesterskapsuke for herrelandslaget i håndball, men dersom denne uka utelates fra analyse er det fortsatt flere saker med herrehåndball. På slutten av dette sitatet mener informanten at det også kommer an

på hvem som jobber i redaksjonen. Informanten forteller at han som hadde ansvar for kvinnefotball hadde pensjonert seg, noe som også blir nevnt som en forklaring av hans kollega:

”(...) Nå er det satt en mann på den saken, men det har oppstått et vakuum”.

”Når han er borte så er det et tomrom der, for ingen av oss andre har jobbet i det miljøet der. Det er mange lag og mange spillere, og vi kjenner ikke nok til det, og får kanskje ikke nok tid til å prioritere å komme inn i det heller da”.

I følge informantene gikk han av med pensjon i oktober. Begge mener at andelen kvinnefotball vil komme til å øke ettersom det nå er en annen journalist som har fått ansvar for kvinnefotballen. Mine analyseperioder da det var mest aktuelt med dekning av kvinnefotball var i august og midten av oktober.

En av journalistene som nevnte at kvinnefotballen hadde vært avhengig av en mann, sa tidligere i intervjuet sine hovedidretter, men at man også må regne med å dekke andre grener:

”(...) det er de to pilarene, men så må man kunne dra på ishockeykamp og håndball og friidrett. Det forventes at man skal kunne løse andre oppgaver uten problem. Det er viktig å være allsidig”.

Det er noe tvetydig ved dette aspektet. Det er viktig at alle journalistene må belage seg på å dekke noe annet enn sine faste idretter, men dette blir dermed ikke gjort når det gjelder kvinnefotball. Det blir også nevnt at dette ikke blir prioritert, men mye tyder på at kvinnefotball ikke ble prioritert mens de fortsatt hadde en journalist som hadde kvinnefotball som en av sine idretter. Både den første og andre analyseperioden ble foretatt rundt seriekamper for toppserien, men det var ingen saker fra kvinnenenes eliteserie disse ukene.

At det mangler profiler i norsk kvinnefotball nevnes også som en grunn for at dekninga av kvinnefotball er lite. Flere journalister mener at kvinnefotball ikke prioriteres i redaksjonen, og at dette blir styrt fra redaktør. Mange var likevel overrasket over hvor lavt tallet for kvinnefotball var:

”det er sykt lite da.. det er sjokkerende lite.. vi er veldig lite på de kampene der”.

Adresseavisa har en høyere andel kvinnefotball enn det VG har, med 11,6 prosent av all fotball. Av alle idretter det blir skrevet om kvinneidrett utgjør kvinnefotball 15,2 prosent:

”(...) Vi er jo en av de avisene som har opprettholdt dekninga av kvinnefotball, men jeg tør ikke å garantere at det kommer til å vare. For man må jo se litt til det kommersielle i dette, men vi ser jo hvordan riksavisene har lagt kvinnefotballen død. Det er bare når det skjer noe helt spesielt at de bryr seg. Og regionavisene har jo, jeg har ikke helt oversikt over det, men jeg har jo sett at de har trappet ned da, og vi har jo.. hittil har vi holdt på som før og hatt en sånn skjematisk ganske grei dekning av alle kampene”.

M: ”men du tror at dere kan trappe ned på kvinnefotball også?”

”ja altså det, den diskusjonen der går jo hele tiden i forhold til ting. Og det ser jeg ikke bort fra at vi kan stramme inn dekninga der. Jeg er jo litt der at jeg, jeg tror vi må stille litt tøffere krav at vi kan skrive mye når det går bra, og når det skjer noe spesielt, også kan vi heller overse det når det lir utpå sommeren, og lagene ligger midt på tabellen, da er det liksom ikke spennende for noen. Slik er det for alt innen journalistikken at det må være noe som gjør det interessant å skrive om det. Jeg tror ikke det riktige er at vi skal skrive om det bare fordi at holder på med en virksomhet. Enten om det er fotball eller noe annet, så er ikke det nok til at noen har krav på oppmerksomhet. Vi må skrive om det som går veldig bra, eller evt. veldig dårlig. Det som, der det liksom er litt dynamikk og drama rundt det”.

Adresseavisa virker å ha en bevisst tanke rundt deres dekning av kvinnefotball. Sitatet over viser at enkelte i redaksjonen har en oppfatning av at saker rundt kvinnefotball er mindre interessant. Journalisten mener det mangler profiler, og gjenkjennelseeffekten forsvinner i forhold til leserne. Andre mener igjen at dette er noe de vil fortsette å prioritere:

”(...) interessen rundt Ørn og Kattem er forsvinnende liten i forhold til interessen rundt Rosenborg. Kvinnefotballen når ikke opp i forhold til herrefotball, men vi har

dog valgt å prioritere de to, vi kan ikke... vi har valgt å løfte dem opp, i den grad 11 prosent kan si å være å løfte de opp”.

Journalisten sier videre at det ikke er et mål at dette tallet skal øke. Adresseavisa virker å ha klare prioriteringsområder i sin redaksjon:

”(...) vi har ganske mange diskusjoner om hva papir faktisk skal være, og der er det definert at vi har fotball som satsning, og langrenn om vinteren, vintersport er viktig for oss, også har vi innendørsidretter som håndball, men det er rangert. Vi skal være best på Rosenborg, vi skal være best på ski på vinteren”.

”(...) Rosenborg, Byåsen, TIK hockey, hoppere, Petter Northug, Marit Bjørgen, Emil Hegle Svendsen (...) Topp-ti-gjengen”.

Deres prioriteringsområder viser seg å stemme godt overens med den kvantitative analysen der fotball, ski/skiskyting, håndball og hopp/kombinert er deres fire mest dekte idretter. VG virker å ha mindre definerte satsningsområder, når det gjelder ulike idretter, innad i redaksjonen.

”Det er mer jakten på de gode sakene, dyrke profilene, så det handler litt om det. Også kan det være av og til at man ønsker.. at noen har gjort seg fortjent til omtale gjennom gode prestasjoner”.

Flere av journalistene mener mye av det som det skrives om, ligger i en del tradisjoner på VG-huset, og prioriteringene faller naturlig. Noen nevner også hva de mener redaksjonen prioriterer, selv om de ikke har klare definerte satsningsområder:

”(...) fotball, langrenn, skiskyting er jo store idretter. Håndball i forbindelse med mesterskap er stort, ishockey i forbindelse med mesterskap er vi også ganske tunge på”.

Disse idrettene som nevnes i sitatet passer også inn i de kvantitative analyseresultatene. Informanten nevner spesifikt at håndball i mesterskap er en prioritering. Dette stemmer også

overens med resultatene når mesterskapsukene er tatt bort. Da synker andelen håndball betraktelig for VG, det samme gjelder ikke for Adresseavisa.

”Vi skriver jo nesten bare håndball når det er mesterskap. Det er jo bare et lag i damehåndball. Larvik vinner jo alt så det er ikke så spennende å dekke. Håndball er en mesterskapsidrett, det er det folk bryr seg om”.

5.3.2 Publikumstall

Journalistene fikk spørsmål om de mente dekninga av idrett bør være i samsvar med publikumstall. Meningene rundt dette synes å være delt. Enkelte mener at det bør det, andre mener det til dels bør være det, mens noen mener at det ikke trenger å være samsvar. Noen av de som mener at det til dels, eller ikke trenger å være samsvar nevner kvinnefotball som et eksempel:

”nei, jeg synes det kan være en rettesnor, selvfølgelig skal vi skrive om det folk er interessert i, men folk har også godt av å vite om ting som de kanskje ikke var så interesserte i, det kan også være en relevans. Ergo skal vi da la være å skrive om kvinnefotball for eksempel? Det kommer nesten ingen på kamper, jeg vil si det er ingen når det ligger på 50-100 tilskuere, men det er den største idretten for jenter i Norge. Skal vi la være å skrive om det? Det syns jeg ikke vi skal. Men hvordan vi skal gjøre det... og på hvilken måte, og hvordan vi kan gjøre det til godt stoff og gjøre det interessant, det er jo en journalistisk utfordring. Der må jo vi gå i oss selv. Vi kan ikke bare ayfeie å skrive om det, altså hvor skal vi legge den lista? Og folk kan jo oppdage at ting var veldig interessant hvis de fikk informasjon om det. Eller det var spennende nok”.

”nei, det ville i så fall være urettferdig. Vi kan jo prøve å skape interessen, skape entusiasmen. Fotballjentene for eksempel, hvis man skal styre etter publikumstall, så ville ikke de fått noe omtale, samtidig er det viktig for oss med kvinneidrett. Det er mange jenter som holder på med fotball. Så er det jo ikke mange som ser på svømming. Ikke publikum, men Dale Oen som var en verdensener, vi kunne ikke sluppet tak i han for at folk ikke er der og ser det”.

”(...) damefotball hadde knapt vært nevnt hvis vi skulle ta hensyn til publikumstall”.

Disse sitatene bruker kvinnefotball som et eksempel på hvorfor man ikke kun kan ta hensyn til publikumstall. De indikerer at de har et ansvar om å skrive om kvinnefotball i og med at det er den største idretten for jenter. Og de to første sitatene mener at avisene kan bidra til å skape interesse for idretten. Dette strider mot andre journalister igjen, som i sitat tidligere, mener at avisene har gjort mye for å bidra til å løfte kvinnefotball fram, men ikke lykkes i det. De mener kvinnefotballen selv må ta noe av skylden for det. Det øverste sitatet er fra en journalist i Adresseavisa, mens de to siste fra VG. De sier at man ikke bare kan ta hensyn til publikumstall av hensyn til kvinnefotball. En av journalistene tror også at media kunne bidratt til å øke publikumstallet for kvinnefotballen:

”(...) hvis vi hadde satt inn et støt på det, og fått fram profiler og hatt fokus på kamper og sånn, så tror jeg vi kunne klart det. Kanskje ikke vi for oss selv, men hvis media generelt hadde vært bedre på det, så tror jeg absolutt vi kunne gjort det. Det blir jo litt som en ond sirkel, dess færre som er og ser på, dess mindre skriver vi”.

Rundt spørsmålet om media kan bidra til økt interesse virker det å være ulike oppfatninger. Uavhengig av avis. Men ikke helt uavhengig av alder på informantene. Det tyder på at informanter som har jobbet i bransjen lenge har en oppfatning av at media har forsøkt å dekke kvinnefotball, men publikumstallet forblir lavt. De yngre informantene har en formening at de kunne gjort mer for å øke interessen rundt kvinnenenes største idrett. Det kan også være andre aspekter som spiller inn. På 1990-tallet var de norske kvinnefotballspillerne verdensdominerende og gjorde det svært godt internasjonalt, noe som gir prestasjonen pressdekning. Dette blir også nevnt av flere. Og i farvannet av dette var det flere profiler som folk kjente til. Spesielt i Adresseavisa er dette et tema, der en av informantene nevner at Trondheims-Ørn før hadde mange profiler og landslagsspillere, noe som nå er fraværende og trondheimslaget ligger lagt nede på tabellen.

Noen journalister mener at publikumstallene gir indikasjoner på hva publikum er opptatt av, og at dette er noe de bør forholde seg til:

”vi definerer jo underholdningsprinsippet, eller underholdningsaspektet har jo for lengst gjort et inntog i sportsjournalistikken, men jeg kan vel kanskje godt si ja. Jeg vil svare ja”.

Publikumstall blir for flere av de ansatte en måleverdi for nyhetsverdien. I følge Mathiesen (2002) og Østbye (1994) er media påvirket av privatisering og kapitalisme. Noe som fører til at journalistene blir mer opptatt av hva som selger.

5.3.3 Medlemstall

I forrige avsnitt kan man lese av to av sitatene at i forhold til kvinnefotball ikke kan ta for mye hensyn til publikumstall i og med at dette også er den største idretten for jenter. Kvinnefotball har lave publikumstall og høye medlemstall. Som nevnt innledningsvis innehar jenter rundt 40 prosent av medlemsstatistikken for aktive i Norges Fotballforbund, og er den idretten flest jenter bedriver. Ut fra sitatene kan det virke som journalistene ønsker å ta hensyn til medlemstallet, selv om det ikke vises noe særlig i den kvantitative undersøkelsen, og spesielt for VG. Jeg stilte spørsmålet om det bør bli tatt hensyn til medlemstall i Norges Idrettsforbund:

”Nei, jeg synes ikke det, eller, det blir jo en rettersak av hva folk er opptatt av, men det bør være.. det er ikke en absolutt måle, eller fasit som ligger i det nei”.

”nei.. vi må forholde oss til de sakene som går på de som viktigst i vårt område (...) det er ikke noe vi har forholdt oss til heller, men kanskje vi burde sett på det? Nei for jeg tenker sånn at kanskje fotball havner bra ut på det da, og....”.

”Nei, nei det synes jeg er lite viktig. Publikumstall og målinger og TV-tall er viktigere”.

”Det er hvertfall ikke det, da hadde damefotball vært større, det er jeg sikker på, da hadde orientering og skyting vært større.. så det.. nei det bør vel egentlig ikke det. Kanskje i en annen type avis, men ikke her. Det ville vært rart”.

Alle informantene for begge avisene mener at medlemstall ikke skal tas hensyn til. Det blir nevnt av flere at internasjonale og nasjonale profiler er viktigere enn hvilken idrett de driver med. Men selv om alle svarer nei på mitt spørsmål om dette, tyder tidligere svar på at de mener det bør bli tatt hensyn til i forhold til kvinnefotball. At dekning av kvinnefotball bør opprettholdes til tross for dårlig publikumstall, men på grunn av høye medlemstall. Dette er

den eneste idretten de nevner i denne sammenhengen. Så det kan virke å være et unntak. Noen nevner også at det norske kvinnelandslaget i fotball har utmerket seg internasjonalt, men de legger også vekt på at dette var noen år siden.

5.3.4 Hva folk vil lese om?

For begge avisene brukes det målinger ved hjelp av RAM-tester (Research and Analysis og Media) og leserpanel. Dette brukes til å undersøke hva folk leser og hva de vil lese om i aviser.

”Vi har gjennomført undersøkelser av det, som vi diskuterer på hvert høstmøte, så vi vet hva folk vil lese”.

M: ”tar dere hensyn til resultatene?”

”Nei, jeg tror ikke vi gjør det. Vi fortsetter som før. Golf har bestandig dårlig skår, men likevel så skriver vi om profilene, og er det noen norske som gjør det bra så peiser vi på. Det er mulig det ligger bak øret, det kan hende valgene til reportasjelederen, med tanke på jobber som skal gjøres og ikke gjøres, kan hende de siler ut noe, men det er ikke sånn at vi driter i å skrive om det fordi det er dårlig leserskår på det. Er det en god historie så velger vi å formidle den. Vi stoler på egne ferdigheter og synsing”.

Denne journalisten jobber i VG, og denne holdningen virker og være representativt for journalistene i VG. De vet at det foretas undersøkelser, og får høre resultater av og til, men det er ikke noe som blir tatt hensyn til. For Adresseavisa virker det som resultatene blir brukt i noe større grad, selv om at det også her kommer frem at det ikke brukes veldig aktivt:

”(...) vi legger vekt på etterspørsel, det skaper et tilbud for oss. Så vi legger vekt på, men vi foretar våre prioriteringer, ikke uavhengig, men tar signaler. Det er viktig med den type korrektiv. Da kan du si at opplag og løssalg er en indikator på at vi lykkes”.

Adresseavisa uttrykker også klarere at de vet hva folk vil lese om, noe som tyder på at journalistene har større kjennskap til undersøkelsene som har blitt utført.

”(...) de vil ha Rosenborg, Northug, Bjørgen, Johaug, gjennom hele året. Også vil de ha, når det er mesterskap i håndball, så er det en sikker vinner. Det samme når det er mesterskap i skiskyting, og det gjelder sykling. Tour de France, og for eksempel VM og OL i curling”.

”folk vil lese om Rosenborg, Petter (Northug) og Marit (Bjørgen) og TIK(Trondheim ishockeyklubb), og hoppere, de utøverne vi skriver om”.

VG sine ansatte nevner også hva de mener folk vil lese om, og et gjennomgående tema er at profiler er høyt prioritert. Det er mange av de samme profilene som nevnes av både VG og Adresseavisa, og spesielt langrennsprofiler, skiskytterprofiler og hoppere. Marit Bjørgen, Therese Johaug og Petter Northug blir nevnt spesielt mange ganger.

”(...) alt med profilene, Therese Johaug, Petter Northug, sånne ting kan du skrive om hva som helst og det blir lest. Om idrettsheltene. (...) det er jo en lavere list å skrive om hvor Petter Northug har kjøpt seg hus enn Synnøve Solemdal. Det ligger en lavere list på det vi vet blir lest”.

Dette sitatet refererer også til nettavis, der det er mer målbart med tanke på antall klikk på saker. Enkelte journalister i VG jobber også i nett, der de daglig får resultater av hvor mye klikk hver sak får.

”Vi får det eksakte. Hvis jeg skrev en artikkel i går, får jeg alltid statistikk dagen etter om hvor mange som har lest artikkelen min, så det er veldig målbart. Jeg har veldig god kontroll på hva som leses og hva som ikke leses”.

De mener det er andre premisser hva som blir lest på nett og på papir. På nett er det oftere morsomme og underlige saker som blir lest framfor tunge idrettspolitiske saker, og de innrømmer å bli noe styrt av hva som gir klikk og hva som ikke gir klikk:

”Det blir jo litt sånn selv om det ikke skulle vært sånn, men vi kan ikke bare styres av klikk, vi må prøve å drive ordentlig journalistikk selv om vi vet at det ikke drar så mange klikk, så er det ting vi må ha med likevel”.

5.3.5 Diskusjon

Duncan og Messner (1998) mener at mediene selv forklarer skjevhetene i sportsmedia med at de gir publikum det de vil ha, og at deres prioriteringer er ut fra etterspørsel. Journalistene sier de er opptatt av publikumstall og bruker dette som en indikator om hva som interesserer folk. Likevel virker det ikke som at medias egne undersøkelser (RAM-testene) blir lagt stor vekt på. Spesielt ikke for VG. Journalistenes meninger om hva som prioriteres i deres aviser stemmer godt overens med de idrettene som jeg finner i den kvantitative analysen. Fotball er den klart største idretten i begge avisene, og da er det snakk om herrefotball. Symbiosen mellom fotball og media har i følge Helland (2003) et spesielt forhold, og relasjonen mellom de sterk. Dette kan vi bare se på hvor mye penger det ligger i å kjøpe rettigheter for å sende fotballkamper på TV. Helland (2003) skriver at de idrettene som får mye oppmerksomhet i media, også får de største og rikeste heltene/skurkene og største økonomiske ressursene. De idrettene som får minst oppmerksomhet, får svært lite ressurser og rekrutterer dårlig. Som nevnt over mener en av informantene at kvinnefotballen har havnet i en ond sirkel med lite pressedekning og lave publikumstall. Spørsmålet om hva som startet den onde sirkelen blir litt som høna eller egget. Er det den lave dekningen som fører til mindre publikum eller lave publikumstall som fører til dårlig dekning? I følge Duncan og Messner (1998) får idrettsarrangementer for menn større omtale i forkant, publikum blir forventningsfulle og det fører til høye publikumstall. De samme strategiene blir ikke fulgt for kvinneidrett, og dermed blir publikumsinteressen mindre. Ut i fra dette virker det å være media som starter den onde sirkelen til kvinneidretten.

Adresseavisa mener de har opprettholdt dekninga av kvinnefotball uten at det fører til større publikumsinteresse. En av informantene mener at de må vurdere å kutte ned på omtalen av kvinnefotball i og med at de ikke oppfatter dette som interessant. Mens andre igjen mener at de har et samfunnsansvar ovenfor kvinnefotballen. Kvinnefotball var et tema som ble tatt opp av informantene selv i flere anledninger, og alle journalistene nevner kvinnefotball som eksempler. Men det er mange meninger og syn rundt dette temaet, både for VG og for Adresseavisa, og det er et vanskelig tema å analysere.

For å forsøke å lage en oversikt har jeg delt inn argumenter for og imot dekning av kvinnefotball:

Bør skrives om fordi	Bør ikke skrives om fordi
<ul style="list-style-type: none"> • Media kan bidra til å øke publikumsinteressen • Media har et samfunnsansvar • Høyt medlemstall 	<ul style="list-style-type: none"> • Dårlige prestasjoner • Media har forsøkt å øke interessen • Klubbene selv må ta ansvar • Kan ikke ta hensyn til medlemstall • Lite profiler

Oversikten viser at noen av journalistene har en holdning om at kvinnefotballen få en dekning i media. Andre mener det er rett at dekningen er lav, og enkelte mener at den kanskje burde vært lavere. Som nevnt tidligere i delkapittelet har jeg en oppfatning av at yngre journalister har en mer positiv holdning til at det skal være dekning av kvinnefotball i media, enn de eldre journalistene. En av årsakene til dette kan være at de eldre mener det har vært forsøkt å skape interesse rundt kvinnefotball, men idretten selv ikke har utnyttet den omtalen de har fått. Når man ser på sportsjournalistikken som et felt, mener Bourdieu (1993) at feltet innehar en doxa som er feltets ”regler”. Man kan tenke at de yngre som kommer inn i redaksjonen har ideer om hvordan de kan gjøre en forskjell i sitt yrke, men sikter mot anerkjennelse i redaksjonen, og i forhold til sin egen fremtid ikke utfordrer doxaen som finnes i redaksjonen.

Håndball har alltid hatt en spesiell posisjon innen kvinneidrett, og ble tidlig sett på som en kvinneidrett, eller ”fotball for kvinner”. Tidligere forskning viser at håndball er en av svært få idretter der kvinner opplever større omtale enn menn (Lippe, 2001). Lippe (2001) skriver at håndball er et unntak i norske medier, og kan sees i sammenheng med at det blir sett på som en kvinneidrett. For Adresseavisa stemmer Lippes (2001) undersøkelser, der kvinnehåndball har 70 prosent av alle saker om håndball. Journalistene i Adresseavisa mener at dette er fordi herrehåndballen ikke er på toppnivå i Trøndelag, men det at de ikke sendte egen journalist til håndball-EM for menn, viser at herrehåndball heller ikke blir prioritert fra redaksjonens side. Selv ikke når det er på internasjonalt nivå. Men da kvinnene spilte VM i håndball ble det

sendt journalist til Brasil. Dette kan ha en sammenheng med at det er mange trønderske landslagsspillere på kvinnesiden, men ikke på herresiden. Det kan virke som at herrehåndballen har større status i VG enn det har for Adresseavisa. Saker om håndball er delt jevn mellom herrer og kvinner, og journalistene selv sier at håndball er en mesterskapsidrett. Duncan og Messner (1998) mener at kvinneidrett kun blir presentert i media når det har vært noe spesielt. Selv om Lippe (2001) mener håndball er et unntak i norske medier, virker det å være Duncan og Messner sine funn som sammenfaller mest med VGs prioriteringer.

5.4 Bildebruk

Det mest interessante funnet i den kvantitative undersøkelsen når det gjelder bildebruk i de to avisene, er at andelen poseringsbilder for kvinner er langt større enn for menn. Det er til sammen 6,7 prosent poseringsbilder. 27,1 prosent av sakene som omhandler kvinneidrett i VG har poseringsbilde, og 16,2 prosent for Adresseavisa. For menn er tallene henholdsvis 3,0 og 5,2 prosent.

Journalistene mener før de har sett mine tall at det finnes ingen forskjeller mellom bildebruk for kvinner og for menn. Og mange blir overrasket over tallene:

”(ler). Det hadde vært interessant å vite hva svaret er på det. Dette har jeg ikke tenkt på før. Tør ikke ha noe formening om hva det skyldes, men det var jo ganske stor forskjell. Påfallende stor forskjell”. (Daniel)

”(ler) jøss... det er jo brukbart. Noe prosent skyldes nok at det ikke er aksjonsbilder for kvinner. For kvinnefotball for eksempel så er vi jo ikke på kamper, men det er jo veldig høyt. Det avslører litt hvordan vi prioriterer”. (Bent)

Det er flere enn Bent som forsøker å finne forklaringer på hvorfor forskjellen er såpass stor, og det at de er mindre tilstede er noe som brukes av flere. I tillegg blir mesterskapsuka for håndball-VM for kvinner trukket fram med at de ville forsøke å ta bilder utenfor håndballhallen i og med at håndballhaller verden over er lik. I denne perioden var det enkelte poseringsbilder fra blant annet på stranden i Brasil, der VM ble holdt. Det samme skjedde ikke i like stor grad da herrene spilte EM i håndball.

Åse mener også at tilstedeværelsen er mindre på arrangementer for kvinner, men sier også at det er lettere å få kvinner til å stille opp på poseringsbilder:

”(...) Jenter er litt enklere å få til å stille opp, og gutta er mer... ”det gidder vi ikke”. Jeg har vært ute noen ganger og hatt sånn der.. ”kan du ikke stille opp i bar overkropp”.. ”nei det kommer ikke på tale”. Jenter er lettere å få til å stille opp til posering (...) de tør ikke å si nei på samme måte, eller er litt mer.. Hvis du har skijentene for eksempel, hvis jeg har vært på pressetreff så får du alltid Bjørgen og

Johaug til å gjøre noe, hoppe ned fra noe eller gjøre grimaser. Du får aldri Petter Northug til å gjøre noe sånt". (Åse)

5.4.1 Diskusjon

Tidligere forskning viser at på 1980- og 1990 tallet var det oftere aksjonsbilder av menn, og kvinner ofte ble avbildet som smilende og passive (Bach, 2002, Haukeberg og Syrstad, 2000). Bach (2002) sier at det etter hvert ble mer aksjonsbilder av kvinner, men at det fortsatt var flere jubelsener og tårer med kvinnelige idrettsutøvere enn mannlige. Den kvantitative analysen viser at det ikke er stor forskjell på kvinner og menn når det gjelder aksjonsbilder, men det er stor forskjell på poseringsbilder. Menn har oftere ansiktsbilder enn kvinner. Dette kan ha en sammenheng med at det er flere notiser for menn enn for kvinner, og notiser har oftere ansiktsbilde enn de større sakene. Haukeberg og Syrstad (2000) fant også forskjeller i bildebruk blant kvinnelige og mannlige idrettsutøvere. Mens herrene hadde aksjonsbilder eller ble avbildet i svette jubelscener, ble kvinner avbildet fra banketten i kjoler, og med få aksjonsbilder.

Mye tyder på at journalistene ble overrasket over resultatene rundt bildebruk. Flere av dem ler når de får se tallene, og påpeker at det var noe de ikke hadde forutsett. Åse forklarer at det er lettere å få kvinner til å stille opp på poseringsbilder enn menn, og spesielt i forbindelse med for eksempel pressekonferanser. Bilder fra pressekonferanser er definert som "bilder fra samtale" i denne analysen, og det viser seg at menn har en større andel "bilder fra samtale" enn kvinner. I dette tilfellet virker det å være mer attraktivt for journalistene og fotografene å få oppsatte bilder. Åse tror kvinner er mer redd for å si nei når de blir spurt om å være med på bilder, men at det også kan være at de er mer desperate for å få pressedekning. I kapittel 5.1 om forskjeller mellom herredrett og kvinneidrett, kunne vi se at flere av journalistene mente at kvinner var mer beskjeden og tilbakeholdning når det kommer til å utteleg til pressen. De var mer redd for å fremheve seg selv noe som førte til mindre interessante saker. Men i forhold til bildebruk er de altså mindre redd for å gjøre "sprell" for å få gode bilder.

Media innehar en maktposisjon i samfunnet og i idretten, og idrettsutøvere er avhengig av media. Journalistene sier at de er mindre tilstede på arrangementer for kvinner, og det som journalistene nevnte spesielt, var kamper i kvinnefotball og seriekamper i kvinnehåndball. Når journalistene først vier oppmerksomhet til idrettsutøvere, kan det tenkes at de kvinnelige

utøverne bestreber å få oppmerksomhet i media, og vil bidra til at pressen får gode saker. Petter Northug er en profil som så å si alle journalistene nevner i en eller annen sammenheng. Han nevnes som en av de aller største profilene. Det er lav terskel for hva de kan skrive om han for at saken skal bli lest, og hans personlighet skaper overskrifter gang etter gang. En av journalistene sier at det er to måter å få oppmerksomhet fra media på; prestere godt, og/eller ha et medietekke og skape overskrifter. Northug utfyller i følge journalistene begge aspektene. Dette bidrar til at han ikke er like avhengig av å måtte gi tilbake til media i like stor grad som utøvere som får mindre oppmerksomhet. Dette er noe som kan være forklaringer på hvorfor kvinner oftere sier ja til poseringsbilder i forhold til menn. De får mindre oppmerksomhet fra media, og er mer villig for å gjøre de til lags.

Et annet interessant aspekt er under håndballmesterskapene for både herrer og damer. Journalistene sier at under håndball-VM for kvinner tok de ofte med spillerne utenfor hallen og laget saker og tok bilder, siden haller verden over er lik. Håndballdamene er avildet eksempelvis på stranden. Under håndball-EM for menn er alle bildene aksjonsbilder eller andre bilder fra hallene.

Idrettshistorisk sett skulle ikke kvinner drive med idrett i og med at det ble sett på som ufeminint å bli svett og sliten. Det var ikke et vakkert syn, mente mange. De skulle heller ikke utvikle markerte muskler (Lippe, 2001). Et av bildene som får oppmerksomhet i en av periodene i analysen, er et bilde av Marit Bjørgen i kjole. Bilde skapte debatter om hvor store muskler hun har, der moteeksperter oppfordrer Bjørgen til å ha en langermet kjole. Selv sier hun til alt oppstyret *Jeg skjemmes ikke, men når temaet blir slikt, kommer jeg til å kle på meg neste år*. Sett i et historisk lys kan det virke som enkelte forestillinger om at muskuløse og svette kvinner ikke er pent å se på. Bourdieu (2000) mener at det i dagens vestlige samfunn fortsatt er androsentriske tankeganger. Mannskroppen blir sett på som aktiv og positiv, mens kvinnekroppen som passiv og negativ. Bourdieu (2000) mener også at kvinner som bryter med det tradisjonelle former og normer kan oppleve en konflikt mellom samfunnets forventninger og hva som kreves i dagens idrett. Sett i lys av Bourdieu (2000) kan Bjørgen være et eksempel på denne konflikten mellom de nødvendige musklene i forhold til idretten hun bedriver og det kvinnelige kroppsidealet. Musklene fikk mer oppmerksomhet enn de prisene hun fikk utdelt under idrettsgallaen, som årets kvinnelige utøver og årets forbilde.

5.5 Forskjeller mellom VG og Adresseavisa

Den kvantitative analysen viser at det finnes forskjeller i dekninga av avisene. Denne delen vil dra noen linjer gjennom de ulike temaene og vise hvilke forskjeller som utpeker seg i de to avisene.

Hovedproblemstillingen for denne analysen skal forsøke å belyse medias prioriteringer av sine saker med hensyn til kjønn. Selv om kvinner er underrepresentert for begge avisene, er det forskjeller hvor mye kvinneidrett det er i avisene, der Adresseavisa har en høyere andel kvinneidrett. De fleste journalistene synes sin egen avis har for lite kvinneidrett, og er misfornøyde med tabellene de fikk se. Flere av Adresseavisa sine journalister uttrykker at de er godt fornøyd med å ligge over VG sine tall. VGs journalister forsøker å forsvare hvorfor de ligger så langt under Adresseavisa med at det er forskjeller på en region- og en riksavis. En regionavis vil naturligvis skrive mer om arrangementer som foregår i nærområdet, mens VG dekker de større profilene som utmerker seg internasjonalt. Når man ser på hva journalistene mener de prioriterer av idretter, kan man se at mange av prioriteringene er det samme. Fotball, ski, ishockey og håndball. Når journalistene nevner de profilene de prioriterer er det også de samme navnene som går igjen; Petter Northug, Marit Bjørgen, Therese Johaug, Emil Hegle Svendsen og Tora Berger. Alle disse profilene knyttes til midt-Norge, og er de samme profilene som utmerker seg nasjonal og internasjonalt.

Mellom avisene er det ganske lik kjønnsfordeling på ski og skiskyting. I tillegg nevner flere av VGs journalister både Cecilia Brækhus og Suzann Pettersen om hvem de dekker tungt. Når avisene påpeker de samme prioriteringene og de samme profilene, hva er det da som gjør at Adresseavisa har en så mye høyere andel kvinneidrett i forhold til VG? Håndball utgjør en ganske stor faktor her. Trøndelag har et godt lag på kvinnesiden, men ingen trønderske herrelag i toppen, og kvinner utgjør 76,9 prosent av all håndballdekning. For VG er tallene ganske jevn, med en liten overvekt på herrehåndball. VG sier at de ikke dekker det norske seriespillet i håndball tett, og begrunner dette med liten spenning da Larvik har vunnet de siste årene. Tallene for håndball i VG samsvarer lite med tidligere forskning som viser at håndball er den idretten der det er flest saker om kvinner. Tallet for Adresseavisa samsvarer her med tidligere forskning (Lippe, 1998). Håndball har lenge blitt sett på som en kvinneidrett, noe som har blitt gjenspeilt i media (Lippe, 1998/2010). Men nå kan det virke som at riksaviser

har fått øynene opp for herrehåndball, og har en lik fordeling på dette. Fotball har også en større fordeling på kjønn i Adresseavisen enn for VG, noe som kan utfylle noen prosent.

Adresseavisa virker å ha noe tydeligere prioriteringsområder enn VG. Alle informantene for Adresseavisa vet hva som er deres satsningsområder, mens for VG virker det som de svarer på dette spørsmålet ut fra hva de tror og mener de prioriterer, men ikke ut fra satsningsmål i redaksjonen. Men deres tanker rundt det stemmer godt overens med mine tall. Journalistene i Adresseavisa mener det er viktig å være tydelig på hva som er deres satsningsområder:

”(...) sporten har jo definert hva vi synes er viktig, og det er jo en sånn situasjon nå at avisformatet er mindre, og mindre fleksibelt, og vi er presset. Det betyr at hvis det blir trangt så får du ikke, det er ikke bare å gå opp to sider, da må vi opp fire, seks eller kanskje åtte på grunn av annonser. Er det fullt så er det fullt. Da blir det trangt. Men det er veldig viktig å være tydelig på prioriteringene, vi har ikke plass til å skrive om alt”.

Enkelte av journalistene i Adresseavisa liker å se sin avis som en tabloidavis som konkurrerer med flere andre aviser på området. Mens andre mener at de bør kunne utnytte å være en regionavis og en abonnementsavis:

”(...) mange forventer at vi skal skrive om Rosenborg, men det er rom for å, altså de får jo avisa på døra, så vi kan jo gi de litt annet i tillegg”.

Ut fra dette sitatet virker det som enkelte i redaksjonen er bevisst på at de har en større frihet til å kunne lage stoff på andre områder enn det med høyest publikumstall.

Et av spørsmålene jeg stilte alle journalistene, var hva de så på som mest krevende i sin jobb. Alle journalistene i Adresseavisa svarte at det mest krevende var å velge ut hva de skal skrive om:

”(...) det er jo mange det ideologisk sett skulle vært skrevet om, og det er så mange vi må si nei til. Men det er det å velge”.

Det virker som Adresseavisa som er en regionavis, får flere tips og flere som kontakter avisa i forhold til saker enn hva VG får. For VG sin del er det ingen av journalistene som nevner at det å velge ut saker er vanskelig. De legger større vekt på at det er et stort tidspress og at sakene på vinkles på en annen måte enn det TV og nettaviser har kommet med kvelden i forveien.

5.5.1 Diskusjon

Ut fra denne undersøkelsen tyder mye på at en regionavis i større grad enn en riksavis prioriterer kvinneidrett, og da de lokale kvinnelige idrettsutøverne. Det er fortsatt store forskjeller mellom kvinner og menn i Adresseavisa. At det er en regionsavis, mener jeg, kan ikke alene forklare forskjellene mellom Adresseavisa og VG er så markant store. Flere av de ”lokale” idrettsutøverne som blir omtalt i Adresseavisa er også store idrettsutøvere på nasjonalt og internasjonalt nivå. Med det mener jeg at selv om Marit Bjørgen er en trøndersk skiløper, er hun for tiden også den beste norske kvinnelige skiløperen. Et eksempel fra analysen er dekninga av bokse-EM for kvinner, som fant sted i en av analyseukene. Adresseavisen dekker arrangementet med 6 saker, der flere er hovedsaker. Ett av de norske håpene var trønderske Lotte Lien, og det er naturlig at Adresseavisa skriver mest om henne og dekker mesterskapet i media. Men i EM-sammenheng representerer hun også Norge, og VG skriver ingen saker om bokse-EM overhodet. Dette er noe man kan stille spørsmålsteget ved når det gjelder VGs prioriteringer. VG skal dekke idretter over hele landet, og det er naturlig at dette blir om mer nasjonale saker enn det kanskje Adresseavisa og lokalaviser vil dekke. Med så mange kvinnelige idrettsutøvere som hevder seg på en internasjonalt nivå, er jeg overrasket over hvor lite kvinneidrett det er i VG.

Vi kan også se på forskjellene fra en annen vinkel. Adresseavisa er en abonnementsavis, mens VG er en løssalgsavis. VG er avhengig av å selge aviser hver dag, mens Adresseavisa er avhengige av abonnenter. VG trenger i en større grad overskrifter og saker som virker interessante og som folk er villige til å lese. Dersom dette er et argument for hvorfor det er så store forskjeller, kan vi da konkludere med at herreidrett selger mer enn kvinneidrett? Om så dette er tilfellet er det vanskelig å si noe om med en slik undersøkelse, men media selv forklarer ofte skjevhetene i media med at de skriver for publikum, og skriver det folk vil lese om. Dette brukes som en forklaring både i forhold til skjevheter mellom kjønn, og skjevheter mellom de ulike idrettene, der enkelte mindre idretter sliter med å få spalteplass.

Prioriteringene i avisene vil være en konsekvens av publikumsinteressen. Fotball har stor publikumsinteresse, mens orientering har lite. Herrefotball har stor publikumsinteresse, mens kvinnefotball har lite. Det vil være mer naturlig å dekke fotball framfor orientering, og herrefotball framfor kvinnefotball.

6. Avslutning, konklusjon og videre forskning

I denne oppgaven har jeg ved hjelp av en kvantitativ innholdsanalyse i Adresseavisa og VG, og intervju av ansatte i avisene sett på hvordan sportsredaksjonene prioriterer sin sportsdekning med hensyn til kjønn. For å besvare dette spørsmålet har jeg brukt tre forskningsspørsmål; hvordan er fordelinga mellom herreidrett og kvinneidrett i sporten, og hvordan forklarer media selv fordelinga? Finnes det sammenheng mellom journalistens kjønn og hva de skriver om? Hvilke forskjeller finnes mellom Adresseavisa og VG? Avslutningsvis vil jeg kort oppsummere forskningsspørsmålene, aktualisering og videre forskning på området.

Den kvantitative analysen viser at det er store forskjeller når det gjelder fordelinga av kjønn. Herreidrett dominerer sportssidene i media. Dette var ikke et overraskende funn, da mine tall stort sett samsvarer med tidligere forskning. De ansatte i avisene er også klar over den skjeve fordelinga, og har ulike forklaringer på hvorfor det finnes slike skjevheter. Disse forklaringene omhandler blant annet at kvinneidretten mangler profiler som tør å stå fram i media og skape overskrifter, at herrefotballen tar mye spalteplass og gjennom idretter som ikke rekrutterer mange jenter, eksempelvis ishockey, motorsport og hopp. Mye tyder også på at tradisjonene i sportsredaksjonene er sterke, og journalistene preges av å følge disse tradisjonene, eller doxaen som finnes.

I forhold til plassering i avisa og hvilke typer saker det er innenfor herreidrett og kvinneidrett er det prosentvis få forskjeller mellom kjønnene. Det kan tyde på at kvinneidrett ofte blir prioritert framfor herreidrett i enkelte tilfeller. Det virker som at når det først er saker om kvinneidrett får de gode plasseringer og store saker. Type sak og plasseringer i avisa kan ha en sammenheng, og spesielt for VG. Kvinneidrett får ofte saker på midtsidene, som er sider som er ideelle for større saker. Når de lager saker om kvinneidrett, blir det ofte større saker og store bilder som passer godt inn i denne plasseringen. Ut i fra informantene er det dette en bevisst satsing fra deres side for å synliggjør kvinner i mediesporten.

Fotball er den klart største idretten, og den idretten som media anser som viktigst. Da er det snakk om herrefotball. Dette kan sees i sammenheng med kommersialisering i idretter sammen med både publikumsinteresse og journalistenes interesser. Det er store forskjeller når

det gjelder kvinnefotball og herrefotball, der kvinnefotball har svært lite dekning, og spesielt i VG. Dette blir forklart med lave publikumstall og lite profiler. Profiler og personifisering virker å være viktig for journalistene. Begge avisene virker å ha et sterkt personfokus, og er fokusert på tabloide aspekter. Flere av informantene mener gode saker i sportsmedia bør ha gode bilder og store overskrifter.

Den kvantitative analysen viser at Adresseavisas kvinnelige journalister oftere skriver om kvinneidrett enn de mannlige. Noen av de ansatte mener at kvinnene i større grad blir satt til å skrive om kvinneidrett, og ofte fordi de har et kjennskap til kvinnelige miljøer og klubber. Sportsjournalistikken består av svært mange mannlige journalister, og jeg registrerte kun fire kvinnelige journalister under innsamling av kvantitativ data. Det er vanskelig å gi et eksakt svar på hvorfor det er så få kvinnelige journalister, uten å forske videre på eksempelvis de kvinnelige sportsjournalistene som har valgt andre retninger innen journalistikken. Noen forklaringer omhandler at sportsjournalistikk vanskelig lar seg kombinere med familieliv på grunn av mye kvelds- og helgejobbing. Andre forklaringer går på at det er få andre kvinnelige journalister og at de ikke føler de kan bidra på feltet. Alle journalistene er tydelig på at de gjerne vil ha inn flere kvinnelige journalister for å øke mangfoldet i redaksjonen, og mener dermed at kvinner kan tilføre noe som de mannlige ikke gjør. Samtidig kommer det også fram at det er sterke tradisjoner innenfor sportsjournalistikken, og at nye ideer og andre innfallsvinkler ofte ikke blir tatt godt imot. Mange mener også at med flere kvinnelige journalister, kan andelen med kvinneidrett i media øke. Samtidig virker det som tidligere forskning og teori rundt kvinner inn i sportsmedia stemmer ved at kvinnene tilpasser seg det miljøet som er der, og blir ”en av gutta”. Journalistene sier at det har vært mange kvinnelige journalister inn i redaksjonen, men de slutter, og velger andre områder innen journalistikken. Spørsmålet er om de kvinnelige journalistene som ikke tilpasser seg miljøet slutter, og de som greier det blir værende?

Jeg mener å ha funnet noen forskjeller mellom de to avisene som har vært en del av analysen. En forklaring på disse forskjellene kan være at VG er en riksdekkende løssalgsavis og Adresseavisa en regions- og abonnementsavis, men jeg opplever likevel ikke at dette er en fullverdig forklaring på hvorfor forskjellene er så store. Noen av journalistene i Adresseavisa nevner deres samfunnsansvar ovenfor idretten, og at de kan tillate seg å dekke mindre idretter fordi de er en regionsavis. Men ut ifra at journalistene i VG flere ganger nevner like store kvinnelige profiler de fokuserer på som mannlige, skulle dette tilsi en jevnere dekning på de

idrettene profilene er innenfor. Da tenker jeg spesielt på ski og skiskyting og det faktum av at innen både boksing og golf er det kun kvinnelige utøvere som blir nevnt. Om løssalgaspektet kan være med på å forklare forskjellene, er vanskelig å svare på. Da vil det i så tilfelle være slik at saker om menn i sporten selger mer aviser enn saker om kvinner? Hvis vi trekker inn profilering og hvordan mannlige profiler selger seg selv mer enn kvinnelige, kan dette bidra til å si at menn selger mer enn kvinner. Journalistene etterlyser profiler i kvinneidretter og mener kvinnene er mer forsiktige i sine uttalelser til media. Dette mener de kan bli kjedelig å lese om.

Samfunnet i Norge kan sies å ha gått mot et likestilt samfunn på flere områder. Kvinner tar høyere utdanning, vi har mange kvinnelige politikere og på hjemmebane er kvinner og menn likestilte. Det kvinnelige medlemstallet innen idretten er høy, og mange jenter velger fotball som hobby. Innen media generelt er en høy andel av journalistene kvinner, og vi ser flere kvinnelige kilder enn tidligere. Det har skjedd en utvikling. I avisens sportssider derimot er det et høyt flertall av menn, som skriver om menn og for menn. Er sportsjournalistikken i avisene en av våre siste mannsbastioner? Det virker å være en reproduksjon av mannlige journalister som skriver om menn. Hvorfor brytes ikke dette ned når vi ser en utvikling i så mange andre deler av samfunnet? Menn og det maskuline er det dominerende, og dette virker å ha naturalisert seg i stor grad. Medias og menns synspunkt blir også tatt i bruk av de dominerte, og mennenes idrett er normalisert. Det er svært få som stiller spørsmålstegn ved hvordan medias prioriteringer er.

6.1 Videre forskning

Underveis i denne oppgaven har det dukket opp nye problemstillinger rundt dette tema. Flere av journalistene mener at kvinneidretten selv må ta noe av skylden for den lave dekninga, og at de ikke har greid å utnytte den dekningen de har fått fra media, og spesielt kvinnefotballen. Det hadde vært interessant å gå videre og sett på hvordan klubbene og utøverne innefor kvinneidrett forholder seg til mediene, og hvilke tanker de gjør seg rundt media og deres dekninger. Hva kunne de gjort annerledes, og hvordan opplever de mediene rundt deres idrett?

Et annet tema jeg interesserer meg for er hvilke holdninger som finnes i befolkningen rundt kvinnefotball. Når det er saker om kvinnefotball liggende på nett med et åpent kommentarfelt,

er det ofte voldsomme diskusjoner rundt tema kvinnefotball. ”Ikke er det fotball og ikke er det kvinner” og ”det er som å se maling tørke” er kommentarer som bestandig er å finne uansett om saken omhandler idrettspolitik, overgangssituasjoner eller om en politiker har vært ute og uttalt seg om kvinnefotball på Facebook. Skrives disse kommentarene bare for å provosere eller er det oppriktige og utbredte oppfatninger? Media viser at kvinnefotball har liten nyhetsverdi, og mener det har for lave publikumstall og for dårlige prestasjoner. Kan media bidra til å endre slike holdninger?

Som nevnt avslutningsvis hadde det også vært svært interessant og intervjuet kvinnelige journalister som har vært innenfor sportsjournalistikken, men som senere har valgt å dekke andre områder i media. Hva er det som har bidratt til disse prioriteringene? Vanskelige arbeidstider? Har miljøet i sportsredaksjonene vært en utfordring? Har de fått for lite respekt fra mannsdominerte idrettsmiljøer?

Bibliografi

- Adresseavisen. (2006). *Adressa er tabloid*. Hentet 12. juni 2012 fra adressa.no: <http://www.adressa.no/nyheter/trondheim/article720384.ece>
- Adresseavisen. (09. desember 2011). Menn dominerer idretten. *Adresseavisen*.
- Aalberg, T., og Elvestad, E. (2005). *Mediesosiologi*. Oslo: Det Norske Samlaget.
- Allern, S. (2001). *Nyhetsverdier. Om markedsorientering og journalisikk i 10 norske aviser*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Bach, A. R. (2002). *Kvinder på banen - sport, køn og medier*. København: Rosinante.
- Bastiansen, H., og Dahl, H. (2008). *Norsk mediehistorie*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Bourdieu, P. (2000). *Den maskuline dominans*. Valdres: Pax Forlag.
- Bourdieu, P. (1999). *Meditasjoner*. Valdres: Pax Forlag.
- Bourdieu, P. (1993). *Sociology in Question*. Cambridge: Sage Publication.
- Bourdieu, P. (1996). *Symbolisk makt*. Oslo: Pax Forlag.
- Boyle, R. (2006). *Sport Journalism - context and issues*. London: Sage Publications.
- Breivik, G. (1998). Det splittede menneske? Spenninger og paadokser i toppidretten. I S. Loland, *Toppidrettens pris* (side 89-105). Oslo: Universitetsforlaget.
- Bruce, T., Hovden, J., og Markula, P. (2010). *Sportswomen at the Olympics - A Global Content Analysis of Newspaper Coverage*. Rotterdam: Sense Publisher.
- Coakley, J. (2009). *Sport in Society - Issues and Controversies*. New York: McGraw-Hill .
- Connell, R. (2005). *Masculinities*. Cambridge: Polity Press.
- Cox, B., og Thompson, S. (2000). Multiple bodies: sportswomen, soccer and sexuality. *International review for the sociology of sport* , 35, side 5-20.
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design. Qualitative, Quantitative and mixed methods. Approaches*. California: SAGE publications.
- Dahlén, P. (2008). *Sport och medier - En introduktion*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Dahlén, P., og Helland, K. (2002). Sport og medier; En forskningsoversikt. *Norsk medietidsskrift* (2).
- Devereux, E. (2007). *Media studies*. London: SAGE Publications.

- Duncan, M., og Messner, M. (1998). *The Media Image of Sport and Gender*. I L. Wenner, *Mediasport*. London og New York: Routledge.
- Eide, E. (2000a). "Falske speil - hvorfor misforhold samfunnsmedier". I E. Eide, *Narrespeil: Kjønn, sex og medier*. Kristiansand: Høyskoleforlaget.
- Eide, E. (2000b). Det publikum vil ha. I E. Eide, *Narrespeil: kjønn, sex og medier*. Kristiansand: Høyskoleforlaget.
- Eide, E. (2005). Mannsbastioner med iboende treghet - medier, kjønn og makt. I M. Eide (Red.), *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag.
- Eide, M. (1992). *Nyhetenes interesse: Nyhetsjournalistikk mellom tekst og kontekst*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Eng, H. (2000). Maskulinitet = menn? *Kvinneforskning* (3/4), side 105-120.
- Fasting, K. (2001). *Hvor går kvinneidretten?* Norges Idrettsforbund og Olympiske Komite.
- Goksøyr, M., og Olstad, F. (2002). *Fotball! Norges Fotballforbund 100 år*. Oslo: Norges Fotballforbund.
- Grønmo, S. (1985). Datakombinasjoner og analysestrategier. I B. Dale, M. Jones, og W. Martiniussen, *Metode på tvers. Samfunnsvitenskapelige forskningsstrategier som kombinerer metoder og analysenivåer*. (side 113-146). Trondheim: Tapir Trykk.
- Grønmo, S. (2004). *Samfunnsvitenskapelige metoder*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Gripsrud, J. (2002). *Mediekultur, mediesamfunn*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Guttormsen, M. (1996). Idrett, medier og kjønnsforskjeller. *NORskrift* (2).
- Hargreaves, J. (1986). *Sport, Power and Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Haukberg, B., og Syrstad, S. (2000). "Hvor var du da Marit Myrmæl brakk staven? Når kvinner forsvinner "på sporten"". I E. Eide, *Narrespeil: Kjønn, sex og medier*. Kristiansand: Høyskoleforlaget.
- Helland, K. (2003). *Sport, medier og journalistikk - med fotballandslaget til EM*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Hjelm, J. (2011). The bad female football player: women's football in Sweden. *Soccer og Society*, 12 (2), side 143-158.
- Holst, C. (2009). *Hva er feminisme*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Houlihan, B. (2003). *Sport og Society*. (B. Houlihan, Red.) London: Sage Publications.

- Hovden, J. (2003). *Idrettens kjønnspolitikk*. Hentet 05. april 2011 fra Kampdager: http://www.kampdager.no/arkiv/idrett/artikkel_hovden.html
- Hovden, J. (2004). *Makt, motstand og ambivalens - betydningar av kjønn i idretten*. Tromsø: Høgskolen i Finmark.
- Järvinen, M. (2007). Pierre Bourdieu. I H. Andersen, og L. Kaspersen (Red.), *Klassisk og moderne samfundsteori* (side 354-366). København: Hans Reitzels Forlag.
- Johannessen, A. (2004). *Introduksjon til SPSS*. Oslo, Norge: Abstrakt Forlag.
- Klausen, A. M. (1998). Toppidrettens makt og innflytelse: Et forsøk på en forklaring. I S. Loland (Red.), *Toppidrettens pris: En debattbok*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Knoppers, A., og Elling, A. (2004). We don't engage in promotional journalism - Discursive Strategies Used by Sport Journalists to Describe the Selection Process. *International Review for the Sociology of Sport*, 39 (1).
- Kvale, S. (1997). *Det kvalitative forskningsintervju*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS.
- Lippe, G. v. (1998). "Toppidrett og kjønn i mediene". I S. Loland, *Toppidrettens pris: En debattbok*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Lippe, G. v. (2010). *Et kritiske blikk på sportsjournalistikk - medier og idrett i en globalisert verden*. Kristiansand: IJ - forlaget.
- Lippe, G. v. (2001). *Idrett som kulturelle drama*. Oslo: Cappelens Forlag.
- Loland, S. (1991). *Idrett og samfunn*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Loland, S. (1996). *Toppidrettens myte, toppidrettens verdier for individ og samfunn*. Oslo: Norges Idrettsforbund.
- Medietilsynet. (2011). *De tre største eierne*. Hentet 12. juni 2012 fra Medietilsynet: <http://www.medietilsynet.no/Medieregisteret/TreStorste/>
- NTB. (2011). *Kvinnene får hoppe i OL*. Hentet 28. april 2011 fra Adressa.no: <http://www.adressa.no/sport/hopp/article1615095.ece>
- Rapley, T. (2004). Interviews. I C. Seale, G. Gobo, J. Gubrium, og D. Silverman, *Qualitative Research Practice* (side 15-33). London: SAGE Publications Ltd.
- Ringdal, K. (2001). *Enhet og Mangfold*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Salkind, N. (2006). *Exploring Research*. New Jersey: Pearson Education International.
- Schwebs, T., og Østbye, H. (2001). *Media i samfunnet*. Oslo: Det norske samlaget.
- Slaatta, T. (2003). *Den norske medieorden. Posisjoner og privilegier. Makt - demokratiutredningen 1998 - 2003*. Oslo: Gyldendal Akademisk.

- Thagaard, T. (2003). *Systematikk og innlevelse - En innføring i kvalitativ metode*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Tjora, A. (2010). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag.
- Van Zoonen, L. (1996). *Feminist media studies*. London: Sage Publications.
- Vogler, C., og Schwartz, S. (1993). *The Sociology of Sport - An Introduction*. New jersey: Prentice-Hall.
- Wilken, L. (2008). *Pierre Bourdieu*. (V. F. Andreassen, Trans.) Trondheim: Tapir Akademiske Forlag.
- Østbye, H., Helland, K., Knapskog, K., og Larsen, L. (2007). *Metodebok for mediefag*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Øvrebø, T. (2005). *Nyhetsproduksjon, kjønn og makt*. Kristiansand: IJ-forlaget.

Vedlegg

Vedlegg 1: Intervjuguide

1. Bakgrunnsspørsmål

Alder

Utdanningsbakgrunn

Ansatt hvor lenge

2. Arbeidssituasjon

Hvorfor ville du bli sportsjournalist?

Kvalifikasjoner?

Hvordan ser en vanlig arbeidsdag ut?

Kan du fortelle litt om arbeidsfordelinga i redaksjonen?

Hva er mest krevende med din jobb?

Hva er mest morsomt med din jobb?

Kan du fortelle litt om hva i sportsjournalistikken som skiller seg fra annen journalistikk?

3. Stofftilgang

Vanligste måte å få vite om ”hendelser”?

Eks. Tips fra andre, media/idretten

Varierer tilgangen på stoff mellom de ulike idrettene?

Blir arbeidstid tilpasset ulike idretter/arrangementer?

Hvor stort ansvar har du for å finne stoff selv?

Kriterier for å finne stoff selv?

Kjennetegn på en god sak?

4. Oppfatning av media sin prioritering av idrett

Synes du dekninga av de ulike idrettene bør være i samsvar med publikumstall?

Hva tror du sportsjournalistikken generelt mener om dette?

Bør dekninga være i samsvar med medlemstall?
Tanker rundt dekninga av idrett?

Menn/kvinner
Ulike idretter
Hovedsaker/notiser
Plasseringer i avisa, hvem bestemmer?
Bildebruk
Fremstilling

Har du en oppfatning av hva folk vil lese om?
I hvilken grad undersøkes hvor mange lesere ulike typer oppslag har? (lettere for nett)

Hvor viktig er tilbakemelding fra publikum?

5. Egne data

Presentasjon av resultat

Kjønn
Idrett
Plassering i avisa
Bildebruk
Fremstilling

Kommentarer

Som forventa?
Årsak?

Personlig oppfatning

Ønske om forandring?

Vedlegg 2: Tilbakemelding fra NSD

Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS
NORWEGIAN SOCIAL SCIENCE DATA SERVICES



Harald Hørfagres gate 29
N-5007 Bergen
Norway
Tel: +47-55 58 21 17
Fax: +47-55 58 96 50
nsd@nsd.uib.no
www.nsd.uib.no
Org nr. 985 321 884

Arve Hjelseth
Institutt for sosiologi og statsvitenskap
NTNU
Dragvoll
7491 TRONDHEIM

Vår dato: 07.05.2012

Vår ref: 30456 / 3 / LMR

Deres dato:

Deres ref:

TILBAKEMELDING PÅ MELDING OM BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 17.04.2012. Meldingen gjelder prosjektet:

30456	<i>Skjevbetet i mediasporten mellom kjønn</i>
Behandlingsansvarlig	<i>NTNU, ved institusjonens øverste leder</i>
Daglig ansvarlig	<i>Arve Hjelseth</i>
Student	<i>Mari Ertzaas</i>

Personvernombudet har vurdert prosjektet og finner at behandlingen av personopplysninger er meldepliktig i henhold til personopplysningsloven § 31. Behandlingen tilfredsstiller kravene i personopplysningsloven.

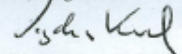
Personvernombudets vurdering forutsetter at prosjektet gjennomføres i tråd med opplysningene gitt i melde skjemaet, korrespondanse med ombudet, eventuelle kommentarer samt personopplysningsloven og helseregisterloven med forskrifter. Behandlingen av personopplysninger kan settes i gang.

Det gjøres oppmerksom på at det skal gis ny melding dersom behandlingen endres i forhold til de opplysninger som ligger til grunn for personvernombudets vurdering. Endringsmeldinger gis via et eget skjema, http://www.nsd.uib.no/personvern/forsk_stud/skjema.html. Det skal også gis melding etter tre år dersom prosjektet fortsatt pågår. Meldinger skal skje skriftlig til ombudet.

Personvernombudet har lagt ut opplysninger om prosjektet i en offentlig database, <http://www.nsd.uib.no/personvern/prosjektoversikt.jsp>.

Personvernombudet vil ved prosjektets avslutning, 30.05.2012, rette en henvendelse angående status for behandlingen av personopplysninger.

Vennlig hilsen


Vigdis Namtvedt Kvalheim


Linn-Merethe Rød

Linn-Merethe Rød tlf: 55 58 89 11
Vedlegg: Prosjektvurdering
Kopi: Mari Ertzaas, Fagerheim Alle 42, 7040 TRONDHEIM

Avdelingskontorer / District Offices

OSLO: NSD, Universitetet i Oslo, Postboks 1055 Blindern, 0316 Oslo. Tel: +47-22 85 52 11. nsd@uio.no
TRONDHEIM: NSD, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, 7491 Trondheim. Tel: +47-73 59 19 07. kjone.swane@svt.ntnu.no
TROMSØ: NSD, SVE, Universitetet i Tromsø, 9037 Tromsø. Tel: +47-77 64 43 36. nsd@svt.uib.no

Personvernombudet for forskning



Prosjektvurdering - Kommentar

Prosjektnr: 30456

Utvalget består av journalister og redaktører. Data samles inn via personlig intervju.

Førstegangskontakt foretas via aktuelle aviser. Det gis muntlig informasjon til utvalget. Personvernombudet forutsetter at utvalget får informasjon om følgende:

- Formålet med prosjektet og hva opplysningene skal brukes til
- At prosjektet skal fullføres innen mai 2012, og at datamaterialet anonymiseres senest innen prosjektslutt
- At deltakelse er frivillig, og at et samtykke kan trekkes tilbake så lenge studien pågår uten at man må oppgi grunn
- At data behandles konfidensielt og at ingen enkeltpersoner kan gjenkjennes i endelig oppgave
- Navn og kontaktopplysninger til behandlingsansvarlig institusjon, student og veileder
- Det kan med fordel angis at prosjektet er meldt til Personvernombudet for forskning, Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS.

I henhold til prosjektmelding og informasjon som gis til utvalget, skal innsamlede opplysninger anonymiseres innen prosjektslutt 30.5.2012. Ombudet minner om at anonymisering innebærer at direkte personidentifiserende opplysninger som navn/navneliste slettes, og at indirekte personidentifiserende opplysninger (sammenstilling av bakgrunnsopplysninger som f. eks. sted, yrke/stilling, alder, kjønn) fjernes eller endres.