



Konur og fjölmiðlar

Birtingarmynd og kynjahlutfall íslenskra stjórnmalakvenna í fjölmiðlum

Konur og fjölmiðlar

Birtingarmynd og kynjahlutfall íslenskra stjórnmalakvenna í fjölmiðlum

Ásgerður Ottesen



HÁSKÓLI ÍSLANDS

Lokaverkefni til BA-gráðu í félagsfræði

Félagsvísindasvið

Konur og fjölmiðlar
Birtingarmynd og kynjahlutfall íslenskra stjórnmalakvanna í fjölmiðlum

Ásgerður Ottesen

Lokaverkefni til BA-gráðu í félagsfræði

Leiðbeinandi: Þorbjörn Broddason

Félags- og mannvísindadeild
Félagsvísindasvið Háskóla Íslands
Febrúar 2013

Ritgerð þessi er lokaverkefni til BA-gráðu í félagsfræði og er óheimilt að afrita ritgerðina á nokkurn hátt nema með leyfi réttihafa.

© Ásgerður Ottesen 2013

Reykjavík, Ísland 2013

Útdráttur

Fjölmiðlar heimsins fjalla minna um konur en karla þrátt fyrir að konur séu helmingur mannkyns. Rannsóknir hafa leitt í ljós að staða kvenna á fjölmiðlamarkaði er veik og eru þær einungis um þriðjungur þeirra sem birtast í fjölmiðlum. Þróunin er afar hægfara og virðist nokkuð stöðnuð. Fjallað verður birtingarmyndir og hlutfall kvenna í fjölmiðlum með sérstakri áherslu á umfjöllun fjölmiðla um stjórnmalakonur á Íslandi. Umfjöllun um stjórnmalakonur snýst í auknum máli útlit þeirra og persónulega hagi. Femínísk fræði halda því fram fjölmiðlar styrki hefðbundin viðhorf um staðalímyndir og þar með viðhaldi yfirráði karla yfir konum. Kosningasaga íslenskra kvenna er ekki löng og forskot karla sér langa sögu. Farið verður yfir sögu kosningarréttar íslenskra kvenna og rætt um mikilvægi þess að þær taki þátt í stjórnmalum til jafns við karla. Sagt verður frá hlutverki fjölmiðla og þeirri ábyrgð sem þeir hafa í nútímasamfélögum. Í ritgerðinni verður efnið skoðað út frá kenningum um femínisma, staðalímynda og reifað verður á ólíku eðli karla og kvenna. Farið verður yfir niðurstöður rannsókna bæði héraendis og erlendis á þessu sviði.

Þakkarorð

Ég vil þakka leiðbeinanda mínum Þorbirni Broddasyni fyrir dyggilega aðstoð og þolinmæði við skrif ritgerðarinnar. Einnig vil ég þakka systur minni fyrir umburðarlyndi og þolinmæði á meðan á vinnunni stóð.

Inngangur	6
1 Kenningar og hugtök	8
1.1 Hlutverk og áhrif fjölmiðla	8
1.2 Femínismi	10
1.3 Ólíkt eðli karla og kvenna.....	12
1.4 Staðalímyndir	13
1.5 Saga kosningaréttar íslenskra kvenna	14
2 Konur í fjölmiðlum	17
2.1 Hlutfall kvenna í fjölmiðlum.....	17
2.2 Birtingarmynd kvenna í fjölmiðlum	19
2.3 Konur í stjórnámálum - grundvöllur lýðræðis	21
3 Íslenskar Stjórnámálakonur í fjölmiðlum	24
4 Lokaorð	28
Heimildir	31

Inngangur

Fjölmiðlar gegna mikilvægu hlutverki til félagsmótunar í nútímasamfélagi og hafa fræðimenn bent á mikilvægi þeirra á sviði jafnréttismála. Rannsóknir hafa leitt í ljós að konur fá minni umfjöllun en karlar í fjölmiðlum, þrátt fyrir að vera um helmingur mannkyns. Rannsóknir á kynjahlutföllum í fjölmiðlum sýna að hlutur kvenna er rýr og er algengt að konur birtist í kringum 30% tilfella, sem hlutfall viðmælenda og umfjöllunarefnis. Umfjöllun um karla er oftast í kringum 70%. Það er í samræmi við rannsóknir í öðrum nútímasamfélögum. Svo virðist sem einhverskonar þröskuldur hafi myndast sem erfitt er að breyta. En afhverju stafar þessi mikli munur? Afhverju eru raddir karla teknar framfyrir raddir kvenna?

Í framkvæmdaráætlun Sameinuðu þjóðanna, sem samþykkt var í Peking 1995 um málefni kvenna, er kveðið á um mikilvægi jafnrar þátttöku kynjanna í fjölmiðlum. Þar er lögð áhersla á að fjölmiðlar gæti að sjónarmiðum kvenna og gefi upp raunhæfa mynd af þeim.

Þegar fjölmiðlar eru skoðaðir sést að þeir halda á lofti hefðbundnum hugmyndum um staðalímyndir. Þannig er birtingarmynd kvenna í fjölmiðlum önnur en karla. Umfjöllun fjölmiðla um konur verður oftast en ekki einhæf og einsleit. Þær sjást gjarnan að störfum innan veggja heimilisins og oftast en ekki beinist athyglin að persónulegum högum þeirra eins og útliti.

Í feminískum fræðum er því fram að þessi framsetning fjölmiðla styrki og viðhaldi yfirráði karla yfir konum. Þrátt fyrir að lagalegu jafnrétti kynjanna sé náð þá á orðræða og hugmyndafræði en langt í land. Feministahreyfingar hafa í gegnum tíðina ítrekað vakið máls á ójafnri stöðu kynjanna og vissulega hefur það skilað einhverjum árangri í jafnréttisbaráttuni. Kynbundið misrétti er þó enn til staðar á ýmsum sviðum þjóðfélagsins, til dæmis í fjölmiðlum.

Til þess að lýðræði fái þrífist í nútímasamfélögum, er æskilegt að hlutdeild kvenna í stjórnámálum sé til jafns við karla. Kynjaskekkja í stjórnámálum er merki um ófullburða lýðræði og eru fræðimenn sammála því að lýðræði sé ekki mögulegt án kvenna. Því er almennt haldið fram að þátttaka kvenna í stjórnámálum auki fjölbreytni í umræðum og þar sem hagsmunir kynjanna séu ólík, þá geti karlar ekki verið fulltrúar kvenna á þingi.

Konur í stjórnámálum hafa átt undir högg að sækja við að kynna málefni sín í fjölmiðlum þar sem aðgengi þeirra er ekki sjálfgefið. Sú ímynd stjórnámálakvenna sem fjölmiðlar draga upp virðist draga úr virðuleika þeirra sem pólitískra leiðtoga. Það hefur fælt konur frá því að taka þátt í opinberum umræðum og jafnvel pólitísku starfi.

Hvers vegna er kynslagsíða þegar kemur að umfjöllun fjölmiðla um kynin? Eru kannski mun færri konur í stjórnámálum heldur en karlar? Hvar liggur vandinn?

1 Kenningar og hugtök

1.1 Hlutverk og áhrif fjölmiðla

Fjölmiðlar eru stærsta upplýsingaveita í nútímasamfélögum sem völ er á og eru því eitt öflugasta tæki samfélagsins á sviði efnahags, stjórnmála og menningar. Þeir eru mikilvæg þekkingaruppspretta en skapa á sama tíma ákveðna samkennd sem gerir okkur kleift að spegla okkur í aðstæðum annarra. Hlutverk þeirra er að upplýsa almenning með málefnalegum, áreiðanlegum, nákvæmum, og faglegum fréttáflutningi. Með faglegum fréttáflutningi er átt við að fréttafólk sé sjálfstætt í vinnubrögðum, nálgist efni sitt með hlutlægum hætti þar sem hagsmunir almennings eru hafðir að leiðarljósi. Þeir eiga að veita aðstoð við viðmið, reglur og viðhalda sameiginlegum gildum (McQuail, 2003).

Öll verðum við á einhverjum tíma fyrir áhrifum fjölmiðla. Það sem við vitum um veröld okkar og samfélagið er að stórum hluta fengið úr fjölmiðlum, sama hvort okkur líkar það betur eða verr. Þeir eru samfélagslegur áttaviti sem hjálpar okkur að rata um það vöfundarhús sem samfélagið er með því að veita upplýsingar um það sem henti í gær og boða okkur það sem líðandi dagur mun bera í skauti sér. Hugmyndir okkar um félagslegan veruleika eru færstar reistar á eigin reynslu eins og C. Wrigth Mills benti á:

Afar lítið af því sem við teljum okkur þekkja um félagslegar staðreyndir umheimsins kemur frá fyrstu hendi. Flestar „myndir sem við geymum í hugskoti okkar“ eru fengnar úr þessum miðlum, jafnvel að slíku marki að við trúum oft ekki í rauninni því sem við höfum séð fyrir en við höfum lesið um það í dagblaðinu eða heyrt um það í útvarpinu. Fjölmiðlar miðla ekki einungis upplýsingum til okkar, þeir leiða reynslu okkar. Viðmið okkar um trúverðugleika og raunveruleika eru gjarnan fengin frá slíkum miðlum frekar en af eigin brotakenndri reynslu (Ragnar Karlsson, 2010).

Það er ekki það með sagt að fjölmiðlar hafi bein áhrif á atferli manna og hugsanir heldur ákvarða þeir að hverju hugurinn beinist (Ragnar Karlsson, 2010).

Fjölmiðlar hafa mikil völd þegar kemur að því hvaða efni þeir fjalla um, hvaða skoðanir heyrast og hverjir það eru sem fá að koma málefnum sínum á framfæri. Þeir stuðla því að ýmsum félagslegum breytingum á sama tíma og þeir geta staðið í vegi fyrir þeim. Ætlast er til þess að fjölmiðlar veiti aðhald í samfélaginu með faglegri og sanngjarni umfjöllun og fréttáflutningi. Valdið liggur einna helst hjá ritsjórnnum miðlanna, því fréttamat þeirra er það sem við fáum að lesa og heyra (Gunnar Helgi Kristinsson, 2007).

Í skýrslu nefndar menntamálaráðherra (2005) kemur fram að áhersla skuli vera lögð á fjölraði, það er að fjölmiðlar skuli ekki vera í eign fárra aðila svo koma megi í veg fyrir misbeitingu þeirra. Skýrslan greinir einnig frá því að fjölbreytni á fjölmiðlamarkaði, tryggir menningarlega og stjórnmálalega fjölbreytni þar sem þegnar samfélagsins geti metið, tekið afstöðu til og tekið þátt í lýðræðislegum ákvörðunum (Nefnd á vegum menntamálaráðherra, 2005).

Í dag er lögð áhersla á það aðhald sem fjölmiðlar veita stjórnvöldum og fyrirtækjum og hlutverk þeirra í skoðanaskiptum er talið mikilvægt. Við búum í samfélagi þar sem fréttir eru sendar út allan sólarhringinn og það skiptir máli hverjir fá pláss í fjölmiðlum og hvernig umfjöllunin er. Að sama skapi er það eftirsóknarvert að skoða hverjir fá ekki pláss og hvað er ekki fjallað um (Byerly og Ross, 2006).

Stjórnmálin hafa færst nær almenningi, þar sem tækniframfarir í fjölmiðlaheiminum gera fólki kleift að láta rödd sína heyrast á hinum pólitíska vettvangi. Fjölmiðlar hafa greitt leiðina fyrir almenning til þátttöku í stjórnmálum, þar sem virk þátttaka er lykilatriði svo lýðræði fái þrifist (McQuail, 2003).

Það skiptir máli hvaða þjóðfélagshópar hafa greiðan aðgang að fjölmiðlum og hverjir ekki. Almennt gildir að þeir sem hafa greiðastan aðgang að pólitískum, efnahagslegum og menningarlegum völdum hafi þar greiðastan aðgang. Þessir sömu aðilar hafa þarna tækifæri til þess að viðhalda yfirburðastöðu sinni, því það eykur félagsauð og samfélagslegt mikilvægi að vera oft í fjölmiðlum. Með því að leita oftast til sama hópsins, eru fjölmiðlar að viðhalda núverandi ástandi í stað þess að breyta því (Þorgerður Einardóttir, 2005). Margir telja gildi að okkar í samfélaginu sé metið út frá sýnileika í fjölmiðlum. Þeir sem fá umfjöllun, hvort sem það er á prenti eða í ljósvakamiðlum, er forsenda þess að vera til, að vera tekin gild í samfélagsumræðunni. Þeir hópar sem sjaldan sjást eru því ekki til á táknrænan hátt. Þeir eru því samkvæmt þessu ómarktækir samfélagslegir gerendur (Anna Lilja Þórisdóttir, 2010). Eins og komið hefur fram eru áhrif fjölmiðla víðfeðm og er mikilvægi þeirra ekki síst á sviði jafnréttismála. Þáttur þeirra í að skapa ímyndir af körlum og konum er vel þekkt. Í framkvæmdaráætlun Sameinuðu þjóðanna, sem samþykkt var í Peking 1995, um málefni kvenna, er kveðið á um mikilvægi jafnrar þátttöku kynjanna í fjölmiðlum. Gæta skuli að sjónarmiðum kvenna og gefa upp raunhæfa mynd af þeim (Eygló Árnadóttir, Valgerður Anna Jóhannsdóttir og Þorgerður Einarsdóttir, 2010).

Fjölmiðlar bera mikla ábyrgð og þeir hafa að einhverju leyti félagsmótandi áhrif. Það er því mikilvægt að fjölmiðlar heimsins, fjalli til jafns um karla sem og konur þar sem það getur

haft neikvæð áhrif á ungar stúlkar sem eru að alast upp, að þær finni sér ekki fyrirmyndir, fái þær þá mynd af þjóðfélaginu að konur séu á einhvern hátt ósýnilegar (Velferðarráðuneytið, 2002).

1.2 Femínismi

Flest teljum við okkur vera jafnréttissinnuð og að jafnrétti kynjanna eigi að ríkja. Mörgum finnst þessu jafnrétti hafa verið náð og er þá einkum miðað við ákvæði laga og reglna. Á Íslandi þykir það jákvætt að vera jafnréttissinnaður og fæstir þora að viðurkenna annað vegna hættu á að vera litnir hornauga. Þrátt fyrir þessar hugmyndir um jafnrétti vilja fæstir láta bendla sig við femínisma. Sumir telja að hann sé óþarfur í vestrænum samfélögum, að hann hafi náð markmiði sínu, sem er að tryggja jafnrétti kynjanna með pólitískum aðgerðum. Þeir sömu telja jafnvel að karlar og konur hafi sömu tækifæri og möguleika í lífinu og þar með sé femínisminn óþarfur sem pólitísk hugmyndafræði (Sigríður Þorgeirsdóttir, 2002).

Femínistar hafa átt í höggi við neikvæðar staðalmyndir og er þeim gjarnan lýst sem ljótum, óspennandi og loðnum karlkonum. Þeim hefur einnig verið lýst sem ófullnægðum kynferðislega og andlega þar sem engin karlmaður gæti hugsað sér að líta við þeim (Herdís Helgadóttir, 1996). Welehan (1999) fjallaði um það þegar femínistar mótmæltu fegurðarsamkeppni í Bandaríkjunum, þar sem markið þeirra var að opna augu fólks fyrir þeirri staðreynd að það var verið að hlutgera konur og ýta undir staðalmyndir kynjanna. Fjölmíðlar gerðu mikið mál úr þessum mótmælum sem ollu harðri gagrýni í garð femínista. Þær voru taldar vera bitrar og ljótar konur sem aldrei gætu keppt sjálfar í slíkri keppni og er sú umræða enn við lýði í samtímanum (Welehan, 1999).

Almennt telja feministar á Íslandi að þessar skoðanir eigi ekki rétt á sér í ljósi þess að kynbundinn launamunur er enn til staðar, fáar konur eru í stjórnunarstöðum fyrirtækja og Ísland er nú orðið hluti af heimsmarkaði klámvæðingar og mansals. Hlutfall kvenna í stjórnun fyrirtækja hefur aukist lítið á undanförunum árum og hefur hlutur kvenna í stjórnun fyrirtækja haldist óbreyttur í 10 ár, eða um 22%-24% (Jón Snorri Snorrason, 2012).

Megin markmið femínistahreyfinga hefur verið allt frá upphafi þeirra á 17.öld er að berjast gegn karla- og feðraveldi. Konurnar börðust gegn kúgun karlægra samfélaga á minnihlutahópum, þar sem hvítir karlar réðu lögum og lofum. Hugtakið „femínisti“ hefur verið skilgreint sem manneskja sem veit að jafnrétti kynjanna hefur ekki náðst að fullu og vill gera eitthvað í því. Í orðabók er femínismi skilgreindur á eftirfarandi hátt: „sú stefna að konur og karlar skuli hafa jafnan rétt til náms, starfa, launa o.s.frv. og að hefðbundin kvennastörf séu metin til jafns við önnur störf“ (Snara, e.d.). Algengur misskilningur er að femínismi snúist

um forréttindi fyrir konur, samt sem áður þarf karlkynið í heild að láta eitthvað eftir af sínum gæðum, svo jafnrétti teljist hafa náðst. Í bókinni Þíkutorfan, er femínisminn skilgreindur og lýsa höfundar þar nokkuð vel tilfinningu og ástæðu kvenna sem kalla sig femínista:

„Að vera kona er að ganga í of litlum skóm. Að vera femínisti er að skilja ástæðuna fyrir því og fræða aðra um að það eru ekki fætarnir sem eru of stórir heldur skórnir sem eru of litlir“ (Skugge, Olson og Zilg, 2000).

Femínismi getur til að mynda verið baráttuhreyfing, þekkingarfræði, lífsskoðun, kenningar og pólitík. Áhersla á þessi mismundandi svið hefur verið síbreytleg í gegnum árin. Orðið kvannahreyfing nægir ekki til þess að hægt sé að kalla hana femíniska, það þurfa ákveðin hugmyndafræði að liggja á bakvið til þess að hún geti talist femínisk (Þorgerður Einarsdóttir, 2002). Femínisminn á upphaf sitt að rekja til pólitískrar hugmyndafræði Marxismans og frjálslyndisstefnunnar á 19.öld. Frjálslyndur femínismi tengist baráttu kvenna fyrir borgaralegum réttindum þar sem áhersla var lögð á einkafrelsi og jöfn tækifæri í formlegum og lagalegum skilningi. Marxískur femínismi leggur aftur á móti áherslu á tengslin á milli framleiðisluháttá og stöðu fólks. Hugmyndafræðin byggir á kenningum Karls Marx, þar sem baráttan snérist um réttlátara samfélagi. Kvinnakúgun var talin spretta upp af stéttakúgun og konur gætu einungis orðið frjálsar yrði stéttakúgun aflétt (Þorgerður Einarsdóttir, 2004).

Oft er talað um þrjár bylgjur femínismans. Sú fyrsta miðar við 19.öld og náði fram á fimmta áratuginn. Hún hófst með baráttu fyrir mannréttindum og borgarlegum réttindum kvenna. Vitundarvakning kvenna var mikil þar sem aðaláherslan var þó lögð á kosningarétt kvenna. Á Íslandi voru konur farnar að berjast fyrir auknum réttindum í kringum lok 19. aldar. Þær vildu fá að mennta sig og standa til jafns karlmönnum á opinberum vettvangi. Á þessum tíma þar sem það þótti sjálfsagt að konur ynnu heimilstörfin á meðan karlarnir voru að úti að vinna, mennta sig og sinna pólitískum störfum var það kvenréttindakonan Bríet Bjarnhéðinsdóttir sem kallaði á breytingar fyrir hönd kvenna. Hún fékk það í gegn með frumvarpi sínu, sem flutt var af Hannesi Hafstein þáverandi ráðherra, að konur hefðu til jafns við karla aðgöngurétt að öllum skólum og embættum (Bríet Héðinsdóttir, 2006).

Önnur bylgjan stóð í kringum 1949-1980. Árin þarna á milli hafa oft verið kölluð þöglu árin þar sem margir töldu að eftir fyrstu bylgjuna, að jafnrétti væri náð. Erlendar fræðikonur eru þó ekki allar sammála um að kvenréttindabaráttan í alþjóðlegum samanburði hafi legið í dvala. Á þessum tíma hafi verið mikil gróska og árið 1949 kom bók Simone De Beauvoir, *Hitt kynið* út sem vakti mikla athygli. Í stuttu máli þá fjallaði bókin um það að kyn væri

félagsmótað og þeir eigninleikar sem við eignum kynjunum séu tilkomnir vegna menningar og sögulegra þátta. Í annarri bylgjunni spruttu fram á sjónarsviðið róttækir femínistar sem vildu umbylta kerfinu og töldu þeir bága stöðu kvenna stafa af mismunun þeirra á grundvelli kynferðis síns. Konur þyrftu að leiðrétta stöðu sína með nýrri nálgun. Forskot karla var óumdeilt og undirskipun kvenna á grundvelli kyns, var rótgróið í samfélaginu (Þorgerður Einarsdóttir, 2004).

Þriðja og síðasta bylgja femínismans hófst á 10. áratugnum og stendur enn yfir. Hún er að vissu leyti frábrugðin hinum tveimur bylgjunum. Þar má sjá ákveðið andsvar við kenningum annarrar bylgjunnar sem er gagnrýnd fyrir það að setja allar konur undir sama hatt og þar með útiloka minnihlutahópa eins og samkynhneigðar konur og blökkukonur. Jafnréttismál eru ekki lengur einkamál heldur heldur markmið sem bæði kynin eru meðvituð um. Karlmennt flykjust nú í hóp þeirra sem kalla sig femínista og aldrei hafa fleiri karlar og nú verið skráðir í Femínistafélag Íslands. Í tengslum við þriðju bylgjuna tala margir um að ákveðið bakslag hafi átt sér stað þar. Telja margir að jafnréttinu sé náð á laglegum og efnahagslegum grunni sem og viðhorfsbreytingunni sem þurfti. Einnig er hugtakið femínismi umdeilt og hugmyndir fólks um femínista eru oft á tíðum mjög neikvæðar eins og áður kom fram. Þrátt fyrir vilja eintaklingana til þess að útrýma launamisrétti og kynbundnu ofbeldi eiga margir erfitt með að kalla sig femínista (Þorgerður Einarsdóttir, 2004).

Þessi merki mátti glögglega sjá þegar Hildur Lilliendahl var kosin hetja ársins af lesendum dv.is. Viðbrögðin voru mikil og má með sanni segja að athugasemdakerfi DV.is hafi logað daginn sem úrslitin voru kynnt. Hildur hefur verið ein þeirra sem látið hafa hvað mest í sér heyra í málefnum er varða jafnrétti kynjanna og vakti albúm hennar, „karlar sem hata konur“ gífurleg viðbrögð, bæði jákvæð og neikvæð. Albúmið umdeilda innihélt ummæli karla um konur, tekin af veraldarvefnum og var Hildur þeirra skoðunar að ummælin væru niðrandi. Hún vildi með aðgerðum sínum benda á að kvenhatur væri rótgróið í samfélaginu. Viðbrögðin voru vægast sagt hörð, bæði hjá körlum og konum og hefur Hildur fengið margar hótanir. Hún fékk nafnlaust bréf þar sem sendandinn sagðist vilja brenna hana lifandi annar talaði um að hakka hana í búta með hnífnum sínum (dv.is, 2011).

1.3 Ólíkt eðli karla og kvenna

Lengi hefur hugmyndum um að eðli karla og kvenna sé óumbreytanlegt, hina svokölluðu tvíhyggju verið haldið á lofti og hafa þær einkennt vestræna hugsun allt til dagsins í dag. Tvíhyggjan leitast við að skýra líffræðilegan mun á kynjunum og hvort kynið á að vera fullrúi ákveðinni eiginleika. Konur stjórna frekar af geðþóttaákvörðunum og tilfinningum og eru

umhyggjusamari sem geri þær hæfari til þess að sinna barnauppleði og heimilishaldi. Karlmenntu eru fulltrúar skynsemi og færni þeirra í rökréttu hugsun er talin vera ástæða þess að þeir séu fleiri í valdastöðum en konur. Þeir eignileikar sem hafa verið eignaðir körlum hafa skipað æðri sess í samfélaginu og þykja eftirsóknarverðri. Í dag er jafnréttisumræðan orðin hluti af daglegri umræðu og því eru hugmyndirnar um kynjamismunum (sexism) á undanhaldi (Ingólfur Ásgeir Jóhannesson, 2004).

Andstæðan við þessa tvíhyggju er mótunarhyggjan en hún hafnar því að ólíkt eðli, hlutverk og staða kynjanna sé tilkomin vegna meðfædds eðli karla og kvenna. Mótunarsinnar telja að manneskjan mótist við þær hugmyndir um karlmensku og kvenleika sem séu við lýði hverju sinni. (Berglind Rós Magnúsdóttir, Guðrún M. Guðmundsdóttir og Jóna Pálsdóttir, Kristín Ástgeirsdóttir og Kristín Jónsdóttir 2010). Þrátt fyrir það telja margir að staðalmyndir sem þessar hamli mjög svo konum þegar kemur að atvinnulífínu sérstaklega. Sigríður Matthíasdóttir heldur því fram að umræðan um ímynd stjórnmalamanna sé samofin hugmyndum um karlmensku. Hún bendir á að umræðan um íslensk stjórnmal í lok 19 aldar og upphafi þeirrar 20. hafi verið mjög karllæg og sé það að einhverju leyti enn í dag (Sigríður Matthíasdóttir, 2005). Í dag er því haldið fram að kyn skipti litlu máli í stjórnmalum, oft er talað um að ráða hæfasta einstaklinginn í verkið. Samt sem áður er kyn stjórnmalakvenna gert að megineinkennum þeirra. Í þessu sambandi er mikilvægt að greina á milli hugtakanna kyns (sex) og kyngervis (gender). Kyn vísar til þess líffræðilega sem á sér stað strax við getnað og greinir þar með í sundur karl og konu. Kyngervi vísar til þeirrar menningarbundnu merkingar sem samfélagið leggur í hið líffræna kyn. Væntingar og viðhorf samfélagsins er ólíkt eftir því hvort þú ert karl eða kona og hefur sú kynjaaðgreining sem er við lýði í dag áhrif á stöðu og tækifæri einstaklinga í samfélaginu (Andersen, 2006) Kyngervi lærist í félagsmótun og í samskiptum, eða eins og Simone De Beauvoir orðaði það; „Maður fæðist ekki kona, heldur verður kona“ (Beauvoir, 1997).

1.4 Staðalímyndir

Í íslenskri orðabók er skilgreining á orðinu staðalímynd sögð vera hugmynd, sem algengt er að gera sér innan tiltekins hóps um annan hóp, ríki o.s. frv (Snara, e.d.). Sálfraeðingar telja að með staðalímyndum getum við stýtt okkur leið til þess átta okkur á, við hverju við getum búist af fólki. Til dæmis hvað varðar hegðun, hæfileika og hvata. Það er algeng staðalímynd að karlmenn séu kappsamir, ákveðnir og hafi minni tjáningarþörf en konur á meðan að það er algeng staðalímynd að konur séu tilfinnganæmar, viðkvæmar, málgláðar og blíðar (Hólmsfríður Vilhjálmssdóttir og Þórhildur Gylfadóttir, 2000).

Í rannsókn Berglindar Rósu Magnúsdóttur menntunarfræðings, mátti sjá hvað hugmyndir um virðingu, greind, leiðtogahæfni og verðleika eru kynbundnar strax hjá 15 ára krökkum. Stelpur sem stóðu sig vel í námi voru sagðar samviskusamar og duglegar en drengir með háar einkunnir voru taldir snillingar. Samviskusemi og undirgefni tengist kvenleika og þess vegna eru strákar ekki samviskusamir. Sama ár og Berglind framkvæmdi rannsóknina voru borgarstjórnarkosningar í bekkjunum og völdu báðir bekkirnir strák sem borgarstjóra. Stelpurnar sem kusu strák sem borgarstjóra sögðu að það þýddi ekkert að hafa stelpu í forsvari. Þær stelpur sem höfðu sig hvað mest frammi og sýndu leiðtogahæfileika, fengu öfugt við stráka neikvæð viðbrögð. Þær óttuðust að vera kallaðar heimskar, háværar, athyglissjúkar eða vondar stelpur. Stelpurnar sjálfar nota þessi orð um sig og halda einnig að þetta sé sagt um þær. Leiðtogaímyndin og hugmyndir okkar um hæfleika, greind og hæfni virðast vera samofnar hugmyndum okkar um karlmennsku (Berglind Rós Magnúsdóttir, 2003).

Fjölmiðlar eru ekki síður gegnsýrðir af þessum hugmyndum um staðalímyndir en aðrir og spila þeir stórt hlutverk í að sýna almenningi mynd af stjórnmalafólki. Þeir hafa tilhneigingu til að styrkja staðalímyndir af konum, einmitt hinar sömu og stjórnmalakonurnar berjast gegn. Því er haldið fram að kvenframbjóðandi sé óreyndari, hún viti meira um félagsleg málefni eins og umönnun aldraðra og daggæslu barna en minna um efnahaginn, stjórnun fyrirtækja og vegagerð. Kvenframbjóðandi er álitinn vera „umhyggjusamur“ en karlframbjóðandi „ákveðinn“ (Hrafnhildur Ragnarsdóttir, 2007).

Stór hluti rannsókna styður þá kenningu að staðalímyndir séu ein helsta hindrun þess að konur fái tækifæri til þess að gegna háum stöðum í bæði stjórnmalum og atvinnulífinu. Því hefur oft verið varpað fram að sé kona ákveðin í vinnu sinni, séu hún frekja. Hún á það einnig á hættu að verða óvinsæl, en sé hún mýkri er hún líklegri til að ná vinsældum. Það eru einnig gerðar meiri kröfur til kvenna í stjórnmalum og þær þurfa frekar að sanna sig (Anderson, 2006). Rannsókn sem unnin af Aalberg og Jensen og birtist í *Nordicom Review* styður einmitt þetta. Konur og karlar voru látin flytja sömu ræðuna fyrir hóp fólks en niðurstöðurnar voru þær að þeir karlar sem fluttu ræðuna voru álitnir traustari, áreiðanlegri og meira sannfærandi. Niðurstöður rannsóknarinnar leiddu einnig í ljós að sú hugmynd að konur gætu orðið mun betri stjórnmalleiðtogar en karlar, var talin mjög öfgafull (Aalberg og Jensen, 2007).

1.5 Saga kosningaréttar íslenskra kvenna

Þegar stjórnmalasagan er skoðuð kemur í ljós að hún er að mestu sköpuð af körlum. Forskot þeirra á sér langa sögu en saga kosningaréttar kvenna er ekki löng.

Kvenréttindakonan Mary Wollstonecraft, er ein þeirra er börðust fyrir kosningarétti kvenna á sama tíma og mannréttindabaráttan á 18. öld reis sem hæst í frönsku stjórnarbyltingunni. Wollstonecraft var merkileg kona fyrir þær sakir að hún barðist fyrir réttindum kvenna á tímum þar sem þekktist ekki að konur hefðu eitthvað um sinn hag að segja. Hún horfði upp á ofbeldisfullan föður sinn ganga í skrokk móðir sinnar og fann fyrir vanmætti kvenna gagnvart karlmönnum. Árið 1792 kom út merkilegt rit eftir hana *Vindication on the rights of women*. Bókin var mjög róttæk á sínum tíma en hún hélt því fram að menntun væri lykill að sjálfstæði kvenna og gagnrýndi það að konur ættu ætíð að vera þægar og huga vel að útlitinu (Þorgerður Einarsdóttir, 2004).

Allar götur síðan hefur réttur kvenna til menntunar verið ein af grundvallarkröfum kvennabaráttunnar (Þorgerður Einarsdóttir, 2004).

Það var þó ekki fyrr en árið 1884, 87 árum eftir andlát Wollstonecraft að krafan um kosningarétt kvenna komst á dagskrá fyrir alvöru með Seneca Falls yfirlýsingunni sem markar upphaf skipulagðar kvenréttindabaráttu í Bandaríkjunum. Krafan var síðan tekin upp í hverju landinu á fætur öðru og undir lok 19. aldar varð kosningarétturinn orðin aðal baráttumál kvenna (Kristín Ástgeirsdóttir, 2003).

Á Íslandi eru aðeins rúm 100 ár síðan konur hófu virka þátttöku í stjórnámálum. Árið 1882 fengu konur fyrst kosningarétt en hann var afar takmarkaður. Ekkjur eða aðra ógiftar konur er höfðu náð 25 ára aldri, sátu fyrir búi og áttu með sig sjálfar fengu kosningarétt í sýslunefnd, hreppsnefnd, bæjarstjórnnum og á safnaðarfundum. Mjög fáar konur gátu nýtt sér kosningaréttinn. Það var svo árið 1908 sem konur fyrst kosnar í bæjarstjórn í Reykjavík. Til þess að koma málum sínum á framfæri stofnuðu konur Kvinnalistann með Bríeti Bjarnhéðinsdóttir í fararbroddi. Flokkurinn bauð sig fram í sveitarstjórnarkosningum 1908 sem varð til þess að þær fengu fjögur sæti í bæjarstjórn Reykjavíkur. Það var svo ekki fyrr en sjö árum síðar, 1915 að konur hlutu almennan kosningarrétt og var fyrsta konan kosin á þing árið 1922 (Auður Styrkárdóttir og Svanur Kristjánsson 2001). Með nýrri stjórnarskrá sem tók gildi 1920 fengu íslenskar konur kosningarétt og kjörgengi til jafns við karla. Á árunum á undan höfðu takmörk á þessum réttindum verið einskorðuð við aldur en talið var að konur yngri en 40 ára þyldu ekki álagið sem fylgdi setu í sveitarstjórnarkosningum. Þær máttu því hvorki bjóða sig fram né kjósa fyrr en þær höfðu náð fertugsaldrinum (Guðmundur Hálfðánarson, 2005). Ísland var ekki frábrugðið því sem var að gerast í Evrópu er varðar afstöðu þingmanna til kosningaréttar kvenna. Sömu sögu er að segja af ríkisstjórnnum Íslands. Kyn hafði löngum þvælst fyrir þeim en samt sem áður var erfitt að fá haldbær rök fyrir

útskýfun kvenna í lýðræðislegum kosningum. Þrátt fyrir aukinn réttindi kvenna voru ráðamenn á þeirri skoðun að fáar konur myndu nýta sér þau, það var þeirra skoðun að lítil hætta væri á að þáverandi skipulag myndi breytast (Guðmundur Hálfðánarson, 2005).

Fáar konur sátu á Alþingi næstu árin og það var ekki fyrr en með stofnun Kvinnalists árið 1983 að hlutfallið jókst í einhverjum mæli, en listanum tókst að fá þrjár konur kjörnar, auk þess sem sex aðrar konur fengu sætu úr, Alþýðuflokknum og Sjálfstæðisflokknum. Jókst þá hlutfallið úr 5% í 15%. Næstu ár á eftir jókst hlutur kvenna í stjórnámálum enn frekar og árið 2009 var hlutfallið orðið 43%. Var þá fyrst hlutfallið sambærlegt við það sem var á hinum Norðurlöndunum. Þess má geta að á þessum tíma var umhverfi alþingiskosninganna frábrugðið því sem áður var í kjölfar efnahagshrunsins síðla árs 2008 og háværar kröfur hins almenna borgara um breytingar í stjórnámálum og samfélaginu. Hvort rekja megi þessa velgengi kvenna til ólgu í stjórnámálum verður ekki svarað hér, en það er vissulega áhugavert rannsóknarefni (Rósa Guðrún Erlingsdóttir, 2010).

2 Konur í fjölmiðlum

2.1 Hlutfall kvenna í fjölmiðlum

Rannsóknir á kynjahlutföllum í fjölmiðlum sýna að hlutur kvenna miðað við karla er rýr. Konur eru oftast um þriðjungur þeirra sem birtast í fjölmiðlum og það á jafnt við um fréttamenn, viðmælendur, þáttastjórnendur, greinahöfunda og svo framvegis. Þrátt fyrir mikla umræðu um hlut kvenna í fjölmiðlum síðustu ár hefur hlutur kvenna ekki aukist. Oft er talað um hina 30/70 reglu þar sem hlutfall kvenna í fjölmiðlum er að meðaltali 30% en karla 70%. Oft er talað um „þolmörk“ fjölmiðla þegar kemur að umfjöllun um konur, með því er átt við að umfjöllunin fari sjaldan yfir 25%-30% og þegar hún nær því, er hámarkinu náð (Anna Lilja Þórisdóttir, 2010). Flestar rannsóknir á hlut kvenna í fjölmiðlum sýna svipaðar niðurstöður, sama hvar í heiminum þær eru framkvæmdar.

Judith Marlane, fræðikona sem hefur skrifað mikið um bandarískar konur í fjölmiðlum, segir að birtingarmynd kvenna í bandarískum fjölmiðlum hafi víðtæk áhrif á kynjahlutverk. Konur séu of oft sýndar sem veikgeðja tilfinningaverur sem ekki beri að taka alvarlega. Þetta samræmist niðurstöðum fjölda rannsókna (Marlane, 1999).

Árið 1995 á ráðstefnu Sameinuðu þjóðanna í Peking, eftir umræður um að fjölmiðlarannsóknir væru mikilvægur þáttur í jafnréttisbaráttunni, fór af stað rannsókn unnin af The Global Media Monitoring Project GMMP. Rannsóknin er fyrsta stóra alþjóðlega rannsóknin sem gerð hefur verið á konum og körlum í fjölmiðlum. GMMP rannsóknin er endurtekin 5 ára fresti og tekur fyrir einn dag í öllum löndunum samtímis þar sem hlutfall karla og kvenna í fjölmiðlum er skoðað (Gallagher, 2010).

Í fyrstu rannsókninni þar sem birtingarmyndir kynjanna voru skoðaðar samtímis í 76 löndum víða um heim, kom í ljós að konur í fréttum voru aðeins 17%. Tíu árum síðar voru konur viðfang 21% fréttu, eða ein kona á móti hverjum fimm körlum. Niðurstöður úr könnun GMMP þann 10. nóvember 2009, þar sem 108 lönd voru könnuð samtímis á einum degi, með því að innihaldsgreina dagblöð, sjónvarps- og útvarpsstöðvar, alls 1282 fjölmiðil, sýndu niðurstöður aukningu í hlutfalli kvenna í fjölmiðlum miðað við fyrri kannanir. Af þeim 108 löndum þá höfðu bæst við frá árinu 2005 lönd í Asíu, frönskumælandi lönd frá Afríku, Karabíska hafinu og frá Norður Afríku. Hlutföllinn voru nú komin í 24% kvenna á móti 76% karla. Í skýrslu GMMP segir að frá árinu 2000 til 2010 sé einungis 6% aukning á birtingarhlutfalli kvenna í fréttum. Niðurstöður frá 2010 leiddu einnig í ljós að í umfjöllun um eða við stjórnmalafólk voru það karlar í 83% tilfella, en stjórnmalakonur í 17% tilfella það er

(Gallagher, 2010). Þróunin er jákvæð en hægfara og yfirráð karla í fjölmiðlaheiminum haldast.

Fyrstu rannsóknirnar á hlutföllum kvenna í fjölmiðlum hér á landi, gerði Dr. Sigrún Stefánsdóttir fjölmiðlafræðingur, þar sem hún kannaði hlutfall kvenna í fjölmiðlum á árunum 1966-1986. Í rannsóknum Sigrúnar kemur fram að fyrstu fimm ár fréttastofu Ríkissjónvarpsins sem var stofnað 1965, voru konur aldrei viðmælendur í fréttum. Árið 1986 voru þær orðnar 13% viðmælenda og hefur þróunin hér á landi verið hæg (Eygló, Valgerður, Þorgerður, 2010).

Árið 1998 skipaði þáverandi menntamálaráðherra í samstarfi við skrifstofu jafnréttisstofu, sérstaka nefnd um konur og fjölmiðla. Á þessum tíma var almenn aukning í umræðu í heiminum, um stöðu kvenna á fjölmiðlamarkaði og var Ísland þátttakandi í þeirri vakningu sem var að eiga sér stað, varðandi bága stöðu kvenna á fjölmiðlamarkaði. Verkefni nefndarinnar var athugun á aðgengi kvenna að fjölmiðlum. Einnig vildi nefndin kanna hvaða kven- og karlímyndir íslenskir fjölmiðlar birtu og hvað væri hægt að gera til þess að umfjöllun um konur væri á sem margbreytilegastan hátt. Niðurstöður voru kynntar árið 2001 og voru þær í samanburði við rannsóknir í öðrum Evrópulöndum. Hluttur kvenna í fjölmiðlum var mun minni en karla og það átti jafn við um fréttamenn, greinarhöfunda, þáttastjórnendur osfrv. Að jafnaði var kynjahlutfallið 30% hluttur kvenna á móti 70% hlut karla (Nefnd um konur og fjölmiðla, 2001).

Sá þjóðfélagsveruleiki sem fjölmiðlar sýna er verulega kynskiptur á flestum sviðum þjóðfélagsins, einkum í stjórnkerfinu og efnahags- og atvinnulífinu. Árið 2005 ákvað menntamálaráðherra að kanna hlutföllin á ný og reyndust þau lítið hafa breyst frá 1999. Konur sem viðmælenda fréttar Stöðvar tvö voru nú 19% og í ríkissjónvarpinu voru þær 25% viðmælenda (Eygló Árnadóttir o.fl., 2010). Kristín Ása gerði rannsókn á kynjahlutföllum árið 2008 á fréttavefmiðlunum visir.is og mbl.is og voru konur umfjöllunarefni í 22,5% tilvika en karlar 77,5% tilvika. Þess má geta að í þessari sömu rannsókn, ef teknir voru út flokkarnir slúður og skemmtiefni/afþreying á báðum kynjum, var kynjahlutfallið á mbl.is og visir.is 85,8% karlar og 14,2% konur (Kristín Ása Einarsdóttir, 2008).

Karlar eru ekki bara í miklum meirihluta viðmælenda, heldur eru þeir einnig í meirihluta þeirra sem starfa á fjölmiðlum og búa til fréttirnar. Konur flytja eða skrifa þriðjung fréttar hér á landi (33%) samkvæmt könnun GMMP frá 2009 sem er lægra en til dæmis í Svíþjóð þar sem hlutfallið er rúmlega 50%. Í Noregi og Danmörku er það 30% og í Finnlandi er það 40% (Eygló Árnadóttir o.fl., 2010). Konur eru einnig líklegri til þess að flytja fréttir af

„mjúkum“ málefnum eins og félagsmálum, heilsu og mannlegar fréttir, á meðan karlar eru líklegri til þess að flytja fréttir af „hörðum“ málefnum, eins og pólitík, efnahagsmálum og afbrotum.

Skoðanir um ástæður þess hvers vegna konur eru svo fáar sem viðmælendur eða í hópi þeir sem vinna á fjölmiðlum eru mjög skiptar. Vinsælt viðkæði er að þær séu einfaldlega ekki nógu duglegar að koma sér á framfæri. Fjölmiðlar kasta því einnig fram að það sé einfaldlega erfiðara að fá konur í viðtöl en karla. Viktoría Hermannsdóttir spurði í BA ritgerð sinni, fréttakonu hjá ríkissjónvarpinu hvort það ætti við rök að styðjast, að konur séu tregari en viðtals en karlar. Fréttakonan svaraði að konur væru tregari til þess að sig um viss málefni en karlar. Þær taka sér lengri tíma til að undirbúa sig undir viðtöl, þora síður að segja eitthvað sem gæti vakið hörð viðbrögð, það ætti sérstaklega við um konur í stjórnámálum, Fjölmiðlar eru undir mikilli tímapressu og geta því ekki staðið í því að bíða eftir því að konurnar séu tilbúnar í viðtöl (Viktoría Hermannsdóttir, 2011).

Götublaðið *The Reykjavik Grapevine* gaf út sérblað þar sem fólk úr ýmsum stigum þjóðfélagsins gerðu upp árið 2009. Af þeim sextán álitsgjöfum sem rifjuðu upp eftirminnileg atvik frá 2009, var aðeins ein kona. Þegar Haukur S. Magnússon, ritsjóri blaðsins var spurður út þessa slagsíðu svaraði hann að konur hafi verið einstaklega tregar við að svara fyrirspurnum blaðsins og að hann hafi verið mjög óánægður með dræmar undirtektir þeirra. Ef blaðið er skoðað í heild voru fimm konur með sjö innsög af sextíu, sem gefur til kynna að ritsjóri blaðsins hafi unnið lítið að því að leiðrétta kynjaskekkjuna (Hafdís Erla Hafsteinsdóttir og Íris Ellenberger, 2010).

Önnur ástæða fyrir kynjaskekkjunni er talin vera sú að konur eru síður í stjórnunarstöðum en karlar og hvort sem er í fjölmiðlum, fyrirtækjum eða á stofnunum sem leiðir til þess að þær hafa minni völd en karlar. Það er því síður leitað eftir viðtölum við þær (Nefnd um konur og fjölmiðla, 2001).

2.2 Birtingarmynd kvenna í fjölmiðlum

Hér að framan hafa hlutföll kvenna í fjölmiðlum verið rædd. Annar mikilvægur hlutur er birtingarmynd þeirra í fjölmiðlum. Það hvernig fjölmiðlar fjalla um konur skiptir miklu máli, þar sem þeir senda um leið skilaboð til almennings um hvernig félagsleg hlutverk okkar ættu að vera. Svokölluð speglunarkenning, *reflection theory*, hefur verið notuð til þess að útskýra mismunandi birtingarmyndir einstakra hópa í fjölmiðlum. Samkvæmt henni endurspeglar fjölmiðlar ríkjandi gildi samfélagsins og þær ímyndir sem birtast í fjölmiðlum er birtingarmynd þess sem almenningur telur vera rétt og satt. Talsmenn kenningarinnar telja að

aðalástæða þessa, sé kapitalísk uppbygging fjölmiðla, sem gerir það að verkum að þeir séu háðir því að höfða til sem flestra (Anderson, 2006).

Í samfélaginu birtist kyn í valddreifingu og hugmyndafræði í hinum ýmsu stofnunum. Fjölmiðlar eru ekki síður kynjaðar stofnanir en margar aðrar þar sem hefðbundum kynhlutverkum, um mismundandi getu, stöðu og eiginleika kynjanna er viðhaldið. Almennigur getur ekki áttað sig á raunverulegri stöðu og hlutverki kvenna í samfélaginu ef fjölmiðlar fjalla oftast um þær sem kyntákn eða sem húsmæður, en minna sem þingmenn, í viðskiptum eða sem sérfræðinga (Byerly og Ross, 2006).

Fjölmargar rannsóknir hafa verið gerðar á birtingarmyndum kvenna í fjölmiðlum og niðurstöður flestra þeirra eru einróma og segja að kynin fái ólíka umfjöllun. Niðurstaðan virðist vera sú, bæði hérlendis og annarsstaðar í heiminum, að fjölmiðlar ýti undir hin hefðbundu kynhlutverk og konur eru í mörgum tilfellum hlutgerðar kynferðislega. Í rannsókn GMMP frá 1995 voru konur eingöngu 19% þeirra sem birtust í fjölmiðlum. Birtingarmynd þeirra var oftast í hlutverki fórnarlamb, sem móður eða eiginkonu (Byerly og Ross, 2006). Samkvæmt rannsókn Coltrane og Adams (1997) eru konur líklegri til þess að vera í þjónustuhlutverkum en í sérmenntuðum störfum í auglýsingum. Karlar eru ólíklegri til þess að sjást við heimilisstörf. Þrátt fyrir að einhverjar breytingar hafi átt sér stað á því hvernig kynin eru sett fram, benda Coltrane og Adams á að karlar séu enn aðalpersónur flestum þáttum og konurnar oftast sýndar sem glæsilegur fylgihlutur (Coltrane og Adams, 1997).

Kenningar um áhrifamátt fjölmiðla eru margar. Ein þeirra sem notið hefur mikilla vinsælda er ræktunarkenning George Gerbners. Hann gengur út frá því að sjónvarp, og síðar meir aðrir nýir fjölmiðlar gegni það mikilvægu hlutverki í lífi okkar og njóti það mikilla vinsælda í daglegu lífi okkar, að það hafi í raun áhrif á skynjun okkar á raunveruleikanum. Við ruglum saman raunverulegri þekkingu okkar á veruleikanum og þeim sem birtist í fjölmiðlum sem gefur okkur skekka mynd af heiminum (McQuail, 2003).

Fjölmiðlafræðingurinn Denis McQuail segir að það hafi einkennt femínískar rannsóknir, að halda því fram að þegar fjölmiðlar miðli efni til almennings, breiði þeir út fordóma sem hafi bein áhrif á viðtakanda. McQuail segir þetta ekki vera svona einfalt, alltaf þurfi að taka tillit til mismundandi forsendna þeirra sem meðtaka fjölmiðlun (McQuail, 2003).

Rannóknir dr. Sigrúnar Stefánsdóttur á 6. og 7. áratug síðusta aldar leiddu í ljós að í vissum málaflokkum, eins og orkumálum, iðnaðarmálum og fjármálum, voru konur algerlega útilokaðar frá umfjöllun. Í rannsókn menntamálaráðuneytisins var mikil kynjaskekkja í þeirri mynd sem var dregin upp af kynjunum. Skipti þá engu máli hvort um væri að ræða fréttir og

fréttatengt efni eða dægur- og skemmtiefni. Í auglýsingum birtust karlar oftast í valdastöðum eins og stjórnámálameðmálum eða sérfræðingum á meðan konur birtust langoftast sem fyrirsætur (Auður Magnús Leiknisdóttir, 2005).

Klara Kristín Arndal skoðaði birtingamyndir íslenskra kvenna í Nýju Lífi og Vikunni. Í niðurstöðum greindi hún frá því að ritstjórar þessara tímarita reyndu að höfða til kvenna með reynslusögum og frásögnum af konum. Birtingamyndirnar voru oftast í formi kvenna sem húsmæðra, fórnarlamba, fegurðardrottninga og mæðra. Klara vill ekki halda því fram að tímaritin haldi hefðbundnum staðalmyndum á lofti, heldur taki tímaritin mjög breiðan hóp kvenna fyrir. Hún segir aftur á móti að auglýsingarnar í þessum sömu tímaritum haldi á lofti staðalmyndum, um hina grönnu ungu konu (Klara Kristín Arndal, 2009).

Þrátt fyrir aukna þátttöku kvenna á flestum sviðum atvinnulífsins hafa staðalmyndir sem þessar hafa verið stöðugar síðustu áratugi (Byerly og Ross, 2006).

2.3 Konur í stjórnmálum - grundvöllur lýðræðis

Pólítísku jafnrétti er gert hátt undir höfði í nútímasamfélögum þar sem krafa er gerð um að fullorðnir eintaklingar hafi völdin til þess að stjórna og að allir fái jafn miklu ráðið við val á fulltrúum. Um langt skeið hafa hugmyndir um hlutverk og stöðu kvenna í stjórnmálum, þar á meðal feðraveldishugmyndin gert konum erfiðara um vik að taka þátt. Pólítísk útilokun þeirra á sér langa sögu þar sem krafan um pólítískt jafnrétti hefur farið ofangarðs og neðan. Franski heimspekingurinn Simone de Beauvoir segir að gildi og hegðun kvenna sé ekki viðurkennd í hinum karllæga heimi og konur séu því undirokaðar í samfélaginu. Hið karllæga eðli væri því kvenlæga ofar sett, og ættu konur því ekki heima í karllægum heimi stjórnmálanna (Jenny Chapman, 1993).

Árið 1869 ritaði fræðimaðurinn John Stuart Mill, að eitt rótgrónasta yferráðakerfi sögunnar væri yferráð karla yfir konum sem hann bar saman við þrælalald, en formlegt þrælalald var á hröðu undanhaldi á þeim tíma. Rúmlega 150 árum síðar, erum við enn að skoða þetta lífseiga valdakerfi (Þorgerður Einarsdóttir, 2006).

Í dag er heimsmeðaltal kvenna á lögþingum 20,3%, og er augljóst að sögulegt ójafnrétti kvenna setur svip sinn á stöðu þeirra í stjórnmálaheiminum enn þann dag í dag (Wcf Foundation, 2010).

Margvísleg rök hafa verið færð fyrir því að konur taki fullan þátt í stjórnmálum. Danski prófessorinn Drude Dahlerup segir að þar sem konur séu fullgildir þjóðfélagsþegnar, eigi þær rétt á pólítískum fulltrúum í samræmi við það. Hún segir að reynsluheimur kvenna sé ólíkur

karla og það hafi áhrif á stjórnmalin, hvaða mál séu tekin fyrir á dagskrá og hvaða ákvarðanir séu teknar. Hagsmunir kynjanna eru ólíkir og að karlar geti því ekki verið fulltrúar kvenna (Þorgerður Einarsdóttir, 2006).

Hlutur kvenna í stjórnmalum í Bandaríkjunum hefur alltaf verið og er enn mjög rýr. Eftir síðustu kosningar, árið 2012 voru konur 17% þeirra sem sátu á þingi og af 50 ríkisstjórum, eru aðeins 6 þeirra konur. Hafa niðurstöður rannsókna þar í landi leitt í ljós að staðalímyndir kynjanna séu ein af orsökum fyrir lágum hlut kvenna í stjórnmalum. Bæði konur og karlar dæma stjórnmalakonur frekar út frá útlitinu, konurnar fá síður athygli fyrir málefnið sem þær standa fyrir. Þegar stjórnmalakonur í Bandaríkjunum eru spurðar út í það hvers vegna svo fáar konur taki þátt í stjórnmalunum þar í landi eru svörin oft á tíðum, að konur fái litla hvatningu til þess að bjóða sig fram og oftast en ekki eru þær hvattar til þess að gera það ekki af öðrum meðlimum í stjórnmalaflokkum. Peningar skipta einnig gríðalega miklu máli þegar kemur að vali á manneskju í bandarískum kosningum. Flestar af þeim konum sem hafa náð á þing, hafa aflað gífurlegrar upphæðar til þess að kosningabaráttu þeirra skili markverðum árangri (Wcf foundation, 2010)

Á Norðurlöndum mælist jafnrétti kynjanna mun hærra en í öðrum löndum í heiminum. Það sést bersýnilega þegar hlutfall kvenna í stjórnmalum eru skoðuð, það er með því hæsta á heimsvísu. Finnskar konur standa best að vígi þar sem rúmlega 42% þingmanna eru konur og í Svíþjóð er hlutfallið 40%. Konur á þingi eru um 38% í Danmörku og Noregi á meðan hlutur kvenna fer vaxandi í Færeyjum þar sem þær voru 9.4% árið 2004 en mældist hlutur kvenna á lögþingi í Færeyjum 23.4% árið 2008 (Norden, e.d.).

Árið 1998 samþykkti Alþingi Íslands framkvæmdaáætlun til fjögurra ára um að auka hlut íslenskra kvenna í stjórnmalum. Megin markmið nefndarinnar voru meðal annars að auka jákvæð viðhorf til stjórnmalakvenna, að fjölga konum á þingi og í sveitarstjórnnum og að hvetja ríkisfjölmiðla til þess að axla ábyrgð á opinberri umfjöllun um konur og baráttumál þeirra. Í niðurstöðum nefndarinnar segir að þar sem konur séu helmingur þjóðarinnar verði það að teljast mikið jafnréttismál að þær gefi kost á sér til stjórnmála. Það auki jafnrétti innan stjórnmálanna og sé þar með verið að gæta hagsmuna allra þjóðfélagsþegna. Nefndin skýrir frá því að til þess að auka hlut kvenna, þurfi konur meiri hvatningu en karlar, þar sem kvenfyrirmyndir í stjórnmalum eru ekki margar. Auk þess þurfi að vera vilji til þess innan stjórnmálaflokka að fjölga konum í framboðssætum. Það sé grundvallaratriði að pólitískur vilji sé fyrir hendi innan stjórnmálaflokkanna að styðja framgang kvenna (Nefnd um aukinn hlut kvenna í stjórnmálum, 2003).

Ein helsta ástæða þess að konur sækjast síður eftir forystusætum í stjórnámálum, er hið aukna vinnuálag sem fylgir stöðunni sem bitnar á ábyrgðinni sem þær hafa inn á heimilinu. Ennfremur fylgir störfum alþingismanna, aukinn og óreglulegur vinnutími sem talið er að henti konum verr en körlum (Paxton og Kunovich, 2003).

Á Íslandi benda gögn til þess að konur skorti hvorki metnað né sjálfstraust til þess að skara framúr á hinu pólitíska sviði. Hlutfall kvenna í framboði hefur langoftast verið hærra en hlutfall þeirra sem nær kjöri. Fram á áttunda áratuginn náðu konur ekki hærra en 5% hlutfalli þeirra sem sátu á þingi, jafnvel þótt konur væru orðnar rúmlega 30% frambjóðenda. Rannsóknir hafa sýnt að sú mýta að konur skorti metnað eða sækist ekki eftir stjórnunarstöðum er úrelt. Könnun RIKK o.fl. frá 2003 sýndi að konur sækjast alveg til jafns við karla eftir aukinni ábyrgð í starfi. Það sem geri konum erfitt fyrir er að í sífellt meira mæli, snúist kosningar um einstaklinga. Árið 2003 töldu 62% þjóðarinnar að þingkosningarnar, þetta sama ár snérist frekar um menn en málefni (Þorgerður Einarsdóttir, 2005).

3 Íslenskar Stjórnmálakonur í fjölmiðlum

Umræða fjölmiðla um stjórnmálafólk á Íslandi sýnir kynjaslagsíðu og hlutfall stjórnmálakvenna í fjölmiðlum endurspeglar ekki þann fjölda sem tekur þátt í stjórnmálum. Talið er að fjölmiðlar styrki væntingar um viðeigandi hegðun kvenna og kynhlutverk. Menningarbundnar hugmyndir um kynin, um karlmennsku og kvenleika umlykja öll svið mannglegra samskipta, þær bera uppi hina ýmsu þætti kynjakerfisins. Menningarbundin kynjamyndun og orðræða í stjórnmálum eru þar ekki undanþegin. Ungir frjálshyggjudrengir í Sjálfstæðisflokknum bjuggu til hugtakið „slæðukona“ í alþingiskosningunum 2003, þar sem þeir áttu við konurnar í flokknum. Hvort þeir hafi átt við hliðstæðuna, sem eru slæðuklæddar múslimskar konur er ekki víst, en það lét engan ósnortinn. Framsóknarmenn komu með svipað hugtak, „hattakona“ en samkvæmt Guðjóni Ólafi Jónssyni þáverandi varaþingmanni Framsóknarflokksins, átti það við, ólýðræðislega konu með hatt sem drekkur kaffi með hattaklíkunni Freyju í Kópavogi, af þessu að dæma hefur hún ekki mikla pólitíska verðleika (Mbl.is, 2005).

„Lippenon gæti misst völdin í hendur konu“, þannig leit fyrirsögn erlendra fréttu út í DV árið 2003. Sjálf fréttin hófst svo á þessum orðum „Svo kann að fara að kona verði næsti forsætisráðherra Finnlands“. Það virtist ekki vera ástæða til þess að nafngreina konuna í fréttinni. Þarna virðist það vera stórfrétt að kona verði forsætisráðherra en hefði fyrirsögnin verið á þessa leið „Lippenon gæti misst völdin í hendur karls“ er líklegt að viðbrögðin hefðu orðið umdeild (Arna Schram, 2003)

Rannsóknir sýna að fjölmiðlar spyrja konur meira en karla um útlitið, persónuleika og hvort þær eigi ekki í erfðiðleikum með að sinna vinnu sinni meðfram heimilinu. Mikil mótsögn er í umræðunni um þátttöku kvenna í stjórnmálum. Í samfélaginu er því haldið fram að kyn skipti ekki máli, en á sama tíma er kyn kvenna aðalatriðið í umfjöllun um þær í fjölmiðlum og vísað í það sem einskonar tegundareinkenni (Þorgerður Einarsdóttir, 2005). Þorgerður Einarsdóttir kynjafræðingur segir að kynímyndin hafi breyst frá móðurímyndinni yfir í ímynd kynveru. Kona í dag á að vera í senn aðlaðandi og aðgengileg, og hefur þessi breytta kynímynd bitnað hvað verst á stjórnmálakonum (Þorgerður Einarsdóttir, 2006). Stjórnmálakonur virðast ekki fá jafn mikla umfjöllun í fjölmiðlum og karlar. Það hversu mikla athygli þær fá í fjölmiðlum endurspeglar ekki þann fjölda sem starfar á Alþingi, en helst í hendur við þann hlut sem konur fá almennt í fjölmiðlum. Um þessar mundir er hlutur kvenna á Alþingi 39.7% en var við síðustu alþingiskosningar 42,9% en lækkaði vegna afsagnar Steinunnar Valdísar Óskarsdóttir 2010 og Þórunnar Sveinjarnardóttir árið 2011 (Althingi,

e.d.). Þrátt fyrir að hlutfall kvenna á Alþingi sé orðið nokkuð hátt miðað við það sem áður var, virðist jafnrétti innan stjórn málastéttarinnar eiga langt í land ef litið er til fjölmiðlaumfjöllunar. Umfjöllun um stjórn máli í íslenskum fjölmiðlum snýst að miklu leyti um karla, eða í 86% tilvika (Nefnd um konur og fjölmiðla, 2001).

Rannsóknir í þessum efnum leiða flestar í ljós að minna er fjallað um stjórn málakonur og skiptir þá ekki máli hvort það er í sjónvarpi, útvarpi eða dagblaði (Eygló Árnadóttir, ofl. 2010). Stjórn málaheimurinn er ennþá afar karllægur, þar sem konur og karlar virðast ekki hafa sama aðgengi að fjölmiðlum. Konum er ekki jafn leyfilegt og körlum að gera mistök og þurfa þær að passa sig einstaklega vel þegar þær fara í viðtöl þar sem þeim er refsað harðar fyrir þau mistök sem þær gera (Hrafnhildur Ragnarsdóttir, 2007).

Í rannsókn Önnu Lilju Þórisdóttir á kynjahlutföllum stjórn málafólks í Morgunblaðinu og Fréttablaðinu, árið 2009 þar sem hún skoðaði tímabilið í kringum alþingiskosningarnar sem voru það árið, fengu stjórn málakonur bæði mun minni umfjöllun en karlar og öðruvísi var fjallað um þær. Niðurstöðurnar styðja 30/70 regluna, þar sem átt er við að hlutfall kvenna í fjölmiðlum fari aldrei yfir 30%. Flestar rannsóknir á hlut kvenna eru í samræmi við þessar niðurstöður, sama hvar í heiminum þær eru framkvæmdar. Í rannsókn Önnu Lilju var rætt eingöngu við stjórn málakarla í 45% tilfella, við stjórn málakonur eingöngu í 12% tilfella og við bæði kynin samtímis í 42% tilfella. Miðað við þær konur sem voru í framboði í alþingiskosningunum 2009, eru þessar niðurstöður í miklu ósamræmi. Af 752 frambjóðendum voru 412 karlar, eða tæp 54% frambjóðenda og konur voru 340, um 46% frambjóðenda (Anna Lilja Þórisdóttir, 2010). Því hefur oftast en ekki verið kastað fram að konur séu einfaldlega ekki nógu duglega að koma sér á framfæri. Í rannsókn Önnu Lilju kom fram að konur reyndu til jafns við karla að koma sínum málum á framfæri með innsendum greinum. Konur skrifuðu 46% allra innsendra greina en það er í miklu ósamræmi við það að rætt var við stjórn málakonur eingöngu í 10% fréttu og af viðtölum við stjórn málafólk, voru viðtöl við stjórn málakonur 29%. Morgunblaðið og Fréttablaðið fékk til sín sérfræðinga úr ýmsum stigum þjóðfélagsins fyrir alþingiskosningarnar 2009, til þess að gefa álit varðandi kosningarnar og kosningarbaráttuna. Kallaðir voru til 30 einstaklingar og af þeim var ein kona, eða 3% kvenna á móti 97% hlut karla. Þá má áætla að úr þessum hópi sérfræðinga séu þónokkrir með menntun í stjórn málafræði. Hlutföll þeirra sem útskrifast úr stjórn málafræðideild Háskóla Íslands, sem er eina menntastofnunin hérlendis sem býður upp á nám á meistarastig í stjórn málafræði. Þar eru konur 62% þeirra sem útskrifast (Anna Lilja Þórisdóttir, 2010).

Í rannsókn sem Hrafnhildur Ragnarsdóttir gerði eftir alþingiskosningarnar 2003 á fjölmiðlaumfjöllun um stjórnmalakonur í aðdraganda kosninganna kemur það bersýnilega í ljós að konur fengu mun minni umfjöllun en karlar. Konur í framboði voru gjarnan hunsaðar og þær sögðu að sjaldan hafi verið haft samband við þær. Ástæðu þess töldu þær vera skort á því sem þær höfðu fram að færa og að karlkynsframbjóðendur hafi greiðari aðgang að fjölmiðlum, þar sem það séu karlar sem þar ráði að mestu lofum og lögum. Konurnar sem Hrafnhildur talaði við voru flestar sammála því að spurningar sem var beint að þeim væru af öðrum toga en þær sem karlarnir voru spurðir. Konurnar fengu frekar spurningar sem snéru að persónulegum högum þeirra; tísku, uppeldi, barnafjölda, uppskriftum og hjúskapstöðu. Áhugi fjölmiðla á þeim málefnum sem þær stóðu fyrir var ekki mikill og sumar sögðu frá því að ef þær hefðu ekki gefið kost í sér í þess konar umfjöllun, hefðu þær hreinlega enga umfjöllun fengið (Hrafnhildur Ragnarsdóttir, 2007).

Skýr dæmi um mismunandi umfjöllun fjölmiðla um stjórnmalakonur annarsvegar og stjórnmalakarla hinsvegar, má finna víða í íslenskum fjölmiðlum.

Sömu sögu er að segja af viðtölum við stjórnmalakonur í tímaritum þar sem vinsælt er að spyrja um útlitið og einkalífið frekar en málefni sem þær standa fyrir. Það virðist ekki skipta máli, samkvæmt rannsókn Kristínar Ásu Einarsdóttur (2008) á vefmiðlunum Mbl.is og Visir.is hvort karlar eða konur skrifa fréttirnar, konur eru ekki líklegri en karlar til þess að fjalla um konur (Kristín Ása Einardóttir, 2008). Vefmiðilinn Visir.is fjallaði á mjög ólíkan hátt um tvo lykilmenn Sjálfstæðisflokksins fyrir landsfund flokksins í mars 2009. Mynd af Geir H. Haarde var birt fyrst þar sem hann stóð virðulegur og ábyrgðarfullur á svip og ávarpaði fundargesti landsfundarins. Sama dag birti sami vefmiðill, frétt um þáverandi varaformann flokksins, Þorgerði Katrínu. Fréttin af Þorgerði Katrínu fjallaðu um að hún væri í 29. sæti yfir fegurstu stjórnmalakonur heims og toppaði þar með Hillary Clinton í fegðurð, sem var í 34. sæti. Ekkert var fjallað um þau málefni sem hún stóð fyrir sem stjórnmalakona, sem hefði þó verið eðlilegt þar sem hún sóttist eftir endurkjöri sem varaformaður flokksins (Visir.is, 2009).

Stjórnmalakonnan Siv Friðleifsdóttir er sennilega sú stjórnmalakona sem hefur mest þurft að þola umfjöllun af slíku tagi. Pólitísk fjölmiðlaumfjöllun um Siv hefur í mörgum tilfellum snúið að klæðaburði hennar og útliti. „Hin sykursæta Siv Friðleifsdóttir“, „hin fagra Siv Friðleifsdóttir“ og í einni fréttinni um hana var það sérstaklega tekið fram að hún hafi verið á rauðum pinnahælum (Þorgerður Einarsdóttir, 2005).

Frétt um Siv í DV frá árinu 1999 hljóðaði svo „Nú segir sagan að annar vandi steðji að Halldóri Ásgrímssyni, en hann er sá að halda hinni sykursætu Siv Friðleifsdóttur utan ríkisstjórnarinnar en hún lætur að sögn illa að stjórn“. Frásögn sem þessi endurspeglar líklega viðhorf almennings til kvenna, meira er tekið eftir útliti kvenna en karla. En þarna kemur ábyrgð fjölmiðla við sögu um að láta málefni ráða og fjalla um það sem Siv stendur fyrir, frekar en að einblína kynþokka hennar (Arna Schram, 2003).

Í fyrrnefnda dæminu eru málefnum Þorgerðar Katrínar og ekki gefinn gaumur og þar með gert lítið úr henni sem stjórnmalakonu. Þær fá ekki að tala um það sem hún stendur fyrir, heldur þarf hún að svara fyrir það hvernig það sé að vera kynþokkafyllri en áður nefndur utanríkisráðherra. Í siðareglum 365 miðla segir að ritstjórar skuli bera virðingu fyrir þeim landslögum sem umfjöllunarefni geti átt við hverju sinni. Má þar benda á lög um jafnan rétt karla og kvenna þar sem markmið laganna sé að koma á og viðhalda jöfnum tækifærum kynjanna. Jöfn staða þeirra skuli ríkja á öllum sviðum samfélagsins og vinna skuli gegn neikvæðum staðalímyndum um hlutverk karla og kvenna. Lögin benda enn fremur á, að hverskyns mismunun á grundvelli kyns, hvort heldur bein eða óbein sé óheimil (Lög um jafnan rétt, 2008).

Það mætti því leiða líkum að því að með umfjöllun fjölmiðla eins og hún birtist um Þorgerði Katrínu á Vísi.is, brjóti fjölmiðlar lög en bregðast einnig því trausti sem almenningur ber til þeirra, um að lúta í lægra haldi umfjöllun um persónuleg málefni. Þorgerður er kyngerð og á sama tíma er gert lítið úr henni sem stjórnmalakonu á meðan Geir fær mjög jákvæða umfjöllun og kostum hans sem ábyrgðarfulls karlmanns er hampað.

Það verður að teljast ólíklegt að við myndum sjá útlitslýsingu á stjórnmalamanni tengda inn í texta um stjórnmalastörf, t.d lýsingar á stæltum vöðvum Steingrims J. Sigfússonar þegar hann gekk inn í þingsalinn eða hvað brúni rykfrakki Össurar Skarphéðinssonar færi honum vel.

Lokaorð

Hér hefur fjallað um stöðu kvenna í fjölmiðlum og femíniskri nálgun beitt á efnið.

Fjölmiðlar taka þátt í að móta almenningsálitið og hafa áhrif. Fagleg umfjöllun er undirstaða lýðræðis og blaðamenn ættu ætíð að vera sjálfstæðir í vinnubögðum og nálgast efni sitt með hlutlægum hætti. Ljóst er að fjölmiðlar endurpepla ekki þann veruleika að konur eru helmingur mannkyns. Þeir hópar sem hafa hvað greiðastan aðgang að fjölmiðlum, eru þeir sem hafa pólitísk, efnahagsleg og menningarleg völd og þar eru konur í miklum minnihluta. Á Íslandi er menntunarstig kvenna með því hæsta í heiminum, en árið 2011 voru 67% útskrifaðra úr Háskóla Íslands konur (Vísir.is, 2012). Í alþingiskosningunum árið 2009 voru 752 frambjóðendur þar af voru konur 340 eða 45% frambjóðenda. Byerli og Ross telja að fréttamenn hafi tilhneigingu til þess að nota fólk eins og það sjálft, sem deilir sömu viðhorfum og noti ekki tilvitnanir sem eru í ósamræmi við þeirra eigin skoðanir. Þannig viðhelst þetta tengslanet karla þar þeir eru meirihluti fréttamanna, stjórnmalaleiðtoga og hátt settra í atvinnulífinu (Byerly og Ross, 2006).

Eins og sjá má eru konur ekki í minnihluta hvað varðar menntun og áhugi þeirra á pólitík er ekki minni en karla eins og svo margir hafa bent á. Við búum í vestrænu samfélagi sem er að mestu byggt á hugmyndafræði karla sem útskýrir að hluta til þann karllæga veruleika sem umlykur okkur.

Allt frá því að kvenréttindabaráttan hófst á 19. öld hafa konur þurft að berjast fyrir jöfnum rétti á hinum ýmsu sviðum til jafns við karla. Kvenfrelsi gerir kröfu um jafnan rétt kvenna á við karla í stjórnmalum, í atvinnulífinu og í fjölmiðlum. Femínistar hafa bent á það að viðtekin viðhorf til verkaskiptingar ríki enn og fjölmiðlar leggja hönd á plóg við að viðhalda þeim í stað þess að breyta þeim. Þær staðalímyndir sem samfélagið hefur af konum og körlum ýta undir yfirráð karla yfir konum. Þær leiða til takmarkaðs aðgangs kvenna að háum stöðum innan þjóðfélagsins. Hlutfall kvenna í stjórnnum og stjórnun fyrirtækja hefur haldist óbreyttur frá því 2002, eða um 22%-24%.

Eins og sjá má er hlutur kvenna í fjölmiðlum rýr og ekki í samræmi við þá staðreynd að konur eru helmingur jarðarbúa. Það er ekki langt síðan að konur börðust fyrir því að fá að komast í fjölmiðla eins og rannsóknir dr. Sigrúnar Stefánsdóttur leiða í ljós, voru konur ósýnilegar í fjölmiðlum á 6. og 7. áratugnum en árið 1986 var hlutfallið komið í 13%. Síðan þá hefur þróunin verið hæg og virðist sýnileiki kvenna ekki ná upp fyrir 30% múrinn. Heimshlutfall kvenna í fjölmiðlum er 24% á móti 75% hlutfalli karla, þetta er vissulega áhyggjuefni og getur lítil umfjöllun um stjórnmalakonur, leitt til þess að ungt fólk fái þá

hugmynd að konur eigi ekki heima í stjórnámálum. Afhverju stafar sú kynjaslagsíða í fjölmiðlum sem raun ber vitni? Hafa konur ekki áhuga á að koma fram í fjölmiðlum?

Ísland er ekki frábrugðið öðrum löndum hvað þetta varðar. Konur sækja frekar í störf sem einhverrahluta vegna eru minna metin í þjóðfélaginu. Þær eru síður í stjórnunarstörfum og því er síður leitað til þeirra en karla. Meirihluti þeirra sem búa til fréttirnar og starfa á fjölmiðlum eru karlar. Allt frá stofnun Stöðvar 2 hefur stöðin haft 13 fréttastjóra, þar af hafa þrjár konur gegnt störfum fréttastjóra (Pressan.is, 2010). Þetta gæti mögulega verið ein af skýringunum, en það þarf meira til. Vinsælt viðkvæði hefur í gegnum tíðina verið að konur séu einfaldlega ekki nógu duglegar að koma sér á framfæri. Rannsókn Önnu Lilju í kringum alþingiskosningar 2009 afsannaði þá mýtu. Stjórnámálakonurnar sendu inn greinar og voru í framboði til jafns við karla. Því hefur einnig verið kastað fram að konur séu tregari til þess að koma í viðtöl og þær þurfi lengri tíma til þess að undirbúa sig, það væri vissulega áhugvert að rannsaka það frekar.

Einnig hefur birtingarmynd kvenna í fjölmiðlum breyst undanfarin ár. Ímyndir um kynjahlutverk eru útbreiddar og konur eru líklegri til þess að vera í þjónustuhlutverkum og mun meira er birt af konum í skemmtanabransanum. Stjórnámálakonur og konur í áhrifastöðum hafa því þurft að lúta í lægra haldi fyrir því. Þrátt fyrir aukna þátttöku kvenna á flestum sviðum atvinnulífsins, hafa staðalmyndir sem þessar lítið breyst síðustu áratugi. Hér væri áhugvert að skoða hvað konum finnst um þetta, vilja þær taka þátt í þessu eða er hér einlægur vilji til þess að knýja fram breytingar?

Í skýrslu nefndar um konur og fjölmiðla (1998) var skýrt tekið fram að breyta þurfti þeim sláandi mun sem væri á birtingu kynjanna í fjölmiðlum. Hluttur kvenna mældist þá 27% í fréttatímum ljósvakamiðla en í dagblöðum var ein “kvennafrétt” á móti þremur “karlafréttum” (Skýrsla nefndar, 2001). Nú 14 árum seinna hefur lítið þokast í átt að jafnara hlutfalli kynjanna.

Kosningabarátta kvenna hefur ekki skilað jafn miklum árangri og vonir náðu til. Feminískar hreyfingar hafa átt í höggi við neikvæðar staðalmyndir og þeim gjarna lýst sem ljótum, loðnum karlkonum. Frá upphafi hefur megin markmið þessara hreyfinga verið að berjast gegn karla- og feðraveldi. Það virðist þykja hallærislegt að vera femínisti og hefur femínistinn Hildur Lilliendahl fengið að finna fyrir því. Hún hefur barist gegn karllægum kindum þessa samfélags, en í staðinn fengið morðhótanir og verið uppnefnd óviðeigandi nöfnum. Ef ummælin sem femínistar fá halda áfram að vera af svo neikvæðum toga, gæti það reynst konum erfitt að knýja fram jafnrétti kynjanna í samfélaginu. Það má þó geta þess að

aldrei hafa jafn margir karlar verið skráðir í Femínistafélag Íslands og nú, en það er góð viðbót í jafnréttisbaráttuna, að hún sé ekki eingöngu borin upp af konum.

Umræða fjölmiðla um stjórnmalafólk á Íslandi sýnir kynjagslagsíðu og sýna rannsóknir að fjölmiðlar spyrja konur meira um útlitið og persónuleg málefni. Hlutfall stjórnmalakvenna í fjölmiðlum er ekki samræmi við þann fjölda sem starfar á Alþingi. Í rannsókn Önnu Lilju var rætt eingöngu við stjórnmalakarla í 45% tilfella, en eingöngu við konur í 12% tilfella. Þrátt fyrir breyttar þjóðfélagsaðstæður og aukna jafnréttisumræðu, virðist það ekki hafa haft mikil áhrif.

Staðalímyndir kvenna um að þær sé kynvera og eigi að vera aðlaðandi en í senn aðgengileg hefur bitnað hvað verst á stjórnmalakonum. Með þessu er verið einblína á útlit þeirra og fegurð þar sem málefni þeirra á hinum pólitíska vettvangi fá síður að heyrast. Þetta sést bersýnilega í dæminu með Þorgerði Katrínu og samanburðinum við Hillary Clinton.

Fjölmiðlar eru í sterkri stöðu til að breyta því hvernig kynin birtast í fjölmiðlum. Með ójafnri umfjöllun og með því að viðhalda staðalímyndum taka fjölmiðlar þátt í því að viðhalda kynjaskekkju í samfélaginu. Lög og reglugerðir eins og Pekingarsáttmálin leggja skyldur á herðar fjölmiðlanna, þar sem þeim ber skylda að axla ábyrgð og sinna hlutverki sínu til jafnréttismála. Það skiptir miklu máli að halda á lofti umræðu um mikilvægi þess að auka hlut kvenna í fjölmiðlum og að tillit skuli vera tekið til þeirra í kynja- og jafnréttissjónarmiðum.

Heimildir

- Aalberg, T. og Jenssen, A. T. (2007). Gender Stereotyping of political candidates. An Experimental Study of Political Communication. *Nordicom*. Sótt 19. september 2012 af http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/247_aalberg_jenssen.pdf
- Alþingi. (e.d.). *Konur á Alþingi*. Sótt 13. september af <http://www.althingi.is/vefur/konur.html>
- Andersen, M. L. (2006). *Thinking about Women. Sociological Perspectives On Sex And Gender* (7.útgáfa). Boston: Pearson Education, Inc.
- Anna Lilja Þórisdóttir. (2010). *Dáðleysi kvenna er öðru um að kenna? Stjórnmalakonur í fjölmiðlum fyrir Alþingiskosningarnar 2009*. Óbirt MA-ritgerð: Háskóli Íslands, Félagsvísindadeild.
- Arna Schram. (2003, 19. mars). *Gæti missti völdin í hendur karls*. Sótt 7. janúar 2012 af <http://www.mbl.is/greinasafn/grein/720575/>
- Arna Schram. (2005, 26. Febrúar). *Hattakonan nýtt hugtak í Framsóknarflokknum?* Sótt 7. janúar 2012 af http://www.mbl.is/greinasafn/grein/1003801/?item_num=25&dags=2005-02-26
- Auður Magnús Leiknisdóttir. (2005). *Konur og karlar í auglýsingum: Athugun á þætti karla og kvenna á RÚV, Stöð 2 og Skjá Einum*. Reykjavík: Menntamálaráðuneytið. Sótt 14. október 2012 af http://www.menntamalaraduneyti.is/media/MRpdf_reports/konurogkarlarauglysingum2005.pdf?q=skja
- Auður Styrkárdóttir og Svanur Kristjánsson (2001). *Konur, flokkar og framboð*. Reykjavík: Háskólaútafan.
- Beauvoir, S. De. (1997). *The Second Sex* (Parshley, H.M. þýddi). London: Vintage
- Berglind Rós Magnúsdóttir. (2003). *Orðæður um kyngervi, völd og virðing unglingsabekk*. Óbirt BA-ritgerð: Háskóli Íslands, Félagsvísindadeild.
- Berglind Rós Magnúsdóttir, Guðrún M. Guðmundsdóttir, Jóna Pálsdóttir, Kristín Ástgeirsdóttir og Kristín Jónsdóttir. (2010). Kyn og jafnrétti: Upplýsingar fyrir ungt fólk. *Menntamálaráðuneytið*. Sótt 1. Janúar 2013 af http://www.menntamalaraduneyti.is/media/MRN-pdf/Kynogjafnrretti-5_mars2010.pdf
- Briet Héðinsdóttir. (2006). *Strá í hreiðrið: bók um Brieti Bjarnhéðinsdóttur byggð bréfum hennar*. (2.útgáfa). Reykjavík: JPV útgáfa

- Byerly, C. M. og Ross, K. (2006). *Women and Media: A Critical Introduction*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Chapman, J. (1993). *Politics, Feminism and the reformation of gender*. Bretland: Anthony Rowe Ltd.
- Coltrane, S. og Adams, M. (1997). Work –Family Imagery and Gender Stereotypes Television and Reproduction of Difference. *Journal of Vocational Behavior* 323-347.
- Eygló Árnadóttir, Valgerður Anna Jóhannsdóttir og Þorgerður Einarsdóttir. (2010) Konur og karlar í fjölmiðlum. Ísland í alþjóðlegri fjölmiðlavöktun. Í Helga Ólafs og Hulda Proppé (ritstjórar), *Rannsóknir í félagsvísindum XI: félag-og mannvísindadeild: erindi flutt á ráðstefnu í október 2010*. (bls 35-45). Reykjavík Félagsvísindastofnun Háskóla Íslands.
- Gallagher, M. (2010). Who Makes The News? *Awcfs.org*. Sótt 27. september 2012 af http://www.awcfs.org/dmdocuments/reports/gmmp_global_report_en.pdf
- Gunnar Helgi Kristinsson. (2007). *Íslenska Stjórnkerfið*. Reykjavík: Háskólaútgáfan
- Guðmundur Hálfánarson. (2005). Kosningaréttur kvenna og afmörkum borgararéttar-umræður um þátttöku og útilokun í íslenskum stjórnámálum. Í Auður Styrkárdóttir og Kristín Ástgeirsdóttir (ritstjórar), *Kosningaréttur kvenna 90 ára. Erindi frá málþingi 20. maí 2005*. (bls 22-24). Reykjavík: Kvennasögusafn Íslands og Rannóknarstofa í kvenna- og kynjafræðum
- Hafdís Erla Hafsteinsdóttir og Íris Ellenberger. (2010, 2. febrúar). Brosað gegnum tárin. Ungfrú Grapevine 2009. *Hugsandi*. Sótt 9. janúar 2012 af <http://hugsandi.is/articles/brosad-i-gegnum-tarin-ungfru-grapevine-2009/>
- Hólmfríður Vilhjálmsdóttir og Þórhildur Gylfadóttir. (2000). Eru konur að vanmeta sig? Mat fólks á hæfni starfsumsækjenda og sanngjörnum launum þeirra. *Rannsóknarit sálfræðinema*, 8, 43 – 47.
- Hrafnhildur Ragnarsdóttir. (2007, 1.maí). Konur og fjölmiðlar. 1, Stjórnmalakonur í gini ljónsins? *Hugsandi*. Sótt 25. september 2012 af <http://hugsandi.is/articles/konur-og-fjoelmidlar-stjornmalakonur-i-ginljonsins-i-hluti/>
- Hrafnhildur Ragnarsdóttir. (2007, 3.maí). Konur og fjölmiðlar. 2, Kosningabaráttan 2003. *Hugsandi*. Sótt 25. september 2012 af <http://hugsandi.is/articles/konur-og-fjoelmidlar-kosningarbarattan-2003-ii-hluti/>

- Ingólfur Ásgeir Jóhannesson. (2004). *Karlmennska og jafnréttisuppeldi*. Reykjavík: Rannsóknastofa í kvenna- og kynjafræðum.
- Jón Snorri Snorrason. (2012). *Yfirlit um stöðu og áhrif jafnari kynjahlutfalla við stjórnun og í stjórnnum fyrirtækja*. Í Gunnar Helgi Kristinsson, Margrét S. Björnsdóttir, (ritstjórar).
- Klara Kristín Arndal. (2009). *Íslensk kvennatímarit: Söluorg staðalmynda?* Óbirt MA-ritgerð: Háskóli Íslands, Félags- og mannvísindadeild.
- Kristín Ása Einarsdóttir. (2008). *Íslenskir fréttavefmiðlar, kynjahlutfall og birtingamyndir kynjanna*. Óbirt BA-ritgerð: Háskóli Íslands, Félags- og mannvísindadeild.
- Kristín Ástgeirsdóttir. (e.d.). Kvennagagnabanka er þörf. *Kvennaslóðir*. Sótt 13. október 2012 af <http://www.kvennaslodir.is/frettatengt/pistlar/nr/239/>
- Kristín Ástgeirsdóttir. (2003). Kynjuð stjórnmal. Eru stjórnmal kynjuð? Staða kvenna í íslenskum stjórnmalum. *Feministinn*. Sótt 29. september 2012 af <http://www.feministinn.is/myndir/kynjud-stjornmal/kynjud-stjornma-kristin.htm>
- Lög um jafna stöðu og jafnan rétt kvenna og karla*. Nr. 10/2008.
- Marlane, J. (1999). *Women in television revisited: into the twenty-first century*. Austin: University of Texas Press
- McQuail, Denis. (2006). *McQuails mass communication theory*. London: Sage
- McQuail, Denis. (2003). *McQuails reader in mass communication theory*. London: Sage.
- Nefnd um aukinn hlut kvenna í stjórnmalum. (2003). *Skýrsla nefndar um aukinn hlut kvenn stjórnmalum*. Reykjavík: Velferðarráðuneytið
- Nefnd um íslenska fjölmiðla. (2005). *Skýrsla nefndar menntamálaráðherra um íslensk fjölmiðla*. Reykjavík: Menntamálaráðuneytið
- Nefnd um konur og fjölmiðla. (2001). *Álit og tillögur*. Reykjavík: Menntamálaráðuneytið.
- Norden. (e.d.). *Stjórnmal. Þingræði, lýðræði, hátt hlutfall kvenna á þingum þjóðann og vel þróað velferðalíkan einkenna stjórnmal á norðurlöndum*. Sótt 25. september 2012 af <http://www.norden.org/is/um-nordurloend/stjornmal>
- Ómar H. Kristmundsson og Þorgerður Einarsdóttir (ritstjórar), *Stjórnmal og Stjórnsýsla* (bls. 93-107). Reykjavík: Stofnun stjórnsýslufræða og stjórnmála.
- Paxton, P. og Kunovich, S. (2003). Womens Political representation: The Importance of Ideology. *Social Forces*, 80, 87-107.
- Pressan.is. (2010, 11.maí). *Tíð fréttastjóraskipti á stöð 2: Sjöundi Fréttastjórinn á sex árum 13 fréttastjórarar á 24 árum*. Sótt 8. janúar 2013 af

<http://www.pressan.is/Frettir/LesaFrett/tid-fretastjoraskipti-a-stod-2-sjound-fretastjorinn-a-sex-arum---13-fretastjorar-a-24-arum>

- Ragnar Karlsson (2005) „Þróun fjölmiðlamarkaðarins“ Birt í *skýrsla nefnda Menntamálaráðherra um íslenska fjölmiðla*, Reykjavík: Menntamálaráðuneytið.
- Rósa Guðrún Erlingsdóttir. (2010). Kynbundin Valdakerfi í Stjórnmalum. Prófkjör, fyrirgreiðslustjórnmal og lýðræðisþróun. *Jafnréttisstofa*. Sótt 29. Nóvember 2012 af <http://www.jafnretti.is/jafnretti/?D10cID=ReadArticle3&ID=62>
- Sigríður Mattíhasdóttir. (2005). *Hinn sanni íslendingur. Þjóðerni, kyngervi og vald á Íslandi 1900-1930*. Reykjavík: Háskólaútgáfan
- Sigríður Þorgeirsdóttir. (2002). Um meintan dauða femínisma. Í Guðni Elíasson og Jón Ólafsson (ritsjórar), *Ritið, tímarit Hugvísindastofnunar*. (bls 77-101). Reykjavík: Hugvísindastofnun Háskóla Íslands.
- Skugge, N. L., Olson, B., Zilg, B. (2000). *Píkutorfan* (Hugrún R. Hjaltdóttir og Kristbjörg Kona Kristjánsdóttir þýddu). Reykjavík: Forlagið
- Snara vefbókasafn.(e.d.). *Staðalímyndir*. Sótt 8. nóvember 2012 af <http://snara.is/8/s8.aspx>
- Velferðarráðuneytið. (2002). *Fjölmiðlar hafa mikil áhrif til félagsmótunar og bera því mikla ábyrgð*. Reykjavík. Sótt 4. nóvember 2012 af <http://www.velferðarraduneyti.is/heimasidur/konur/utgefing-efni/nr/309>
- Vísir.is. (2012, 9. janúar). *Flestar konur útskrifast á Íslandi*. Sótt 7. janúar 2013 af <http://www.visir.is/flestar-konur-utskrifast-a-islandi/article/2012121129856>
- Vísir.is. (2009, 26. mars). *Hefði viljað toppað Hillary á öðrum sviðum*. Sótt 4. nóvember 2012 af <http://www.visir.is/hefði-viljad-toppa-hillary-a-odrum-svidum/article/2009537002678>
- Viktoría Hermannsdóttir. (2012). *Birtingarmyndir kvenna í fjölmiðlum. Eru konur þaggaður hópur?* Óbirt BA-ritgerð: Háskóli Íslands: Félags-og mannvísindadeild.
- Þorgerður Einarsdóttir. (2002). Jafnrétti án femínisma, pólitík án fræða: *Ritið, tímarit Hugvísindastofnunar*, 2 (2), 9-37
- Þorgerður Einarsdóttir. (2004). Hið vísindalega er pólitískt. Femínismi sem fræðikenning andófs og breytinga. Í Þóroddur Bjarnason og Helgi Gunnlaugsson (ritstjórar), *Íslensk Félagsfræði. Landnám alþjóðlegrar fræðigreinar* (bls. 200-225). Reykjavík: Háskólaútgáfan

- Þorgerður Einarsdóttir (2005). „Ekki fegurðarsamkeppni eða stjörnuleit...” Í Úlfar Hauksson (ritstjórar.) *Rannsóknir í félagsvísindum VI* (bls. 303-319). Reykjavík: Félagsvísindastofnun Háskóla Íslands.
- Þorgerður Einarsdóttir. (2006). Kynjakerfið. Úrelding í augsýn eða viðvarandi kynjahalli. Í Úlfar Hauksson (ritstjóri), *Rannsóknir í félagsvísindum VII* (bls. 445-456). Reykjavík: Félagsvísindastofnun Háskóla Íslands.
- WCF Foundation. (2010). *Fast facts about women in politics*. Sótt 29. desember 2012 af <http://www.wcffoundation.org/pages/research/women-in-politics-statistics.html>
- Welehan, I. (1999). *Modern feminist thought, from second wave to post-feminism*. (2. útgáfa). Edinburh: University press, ltd.