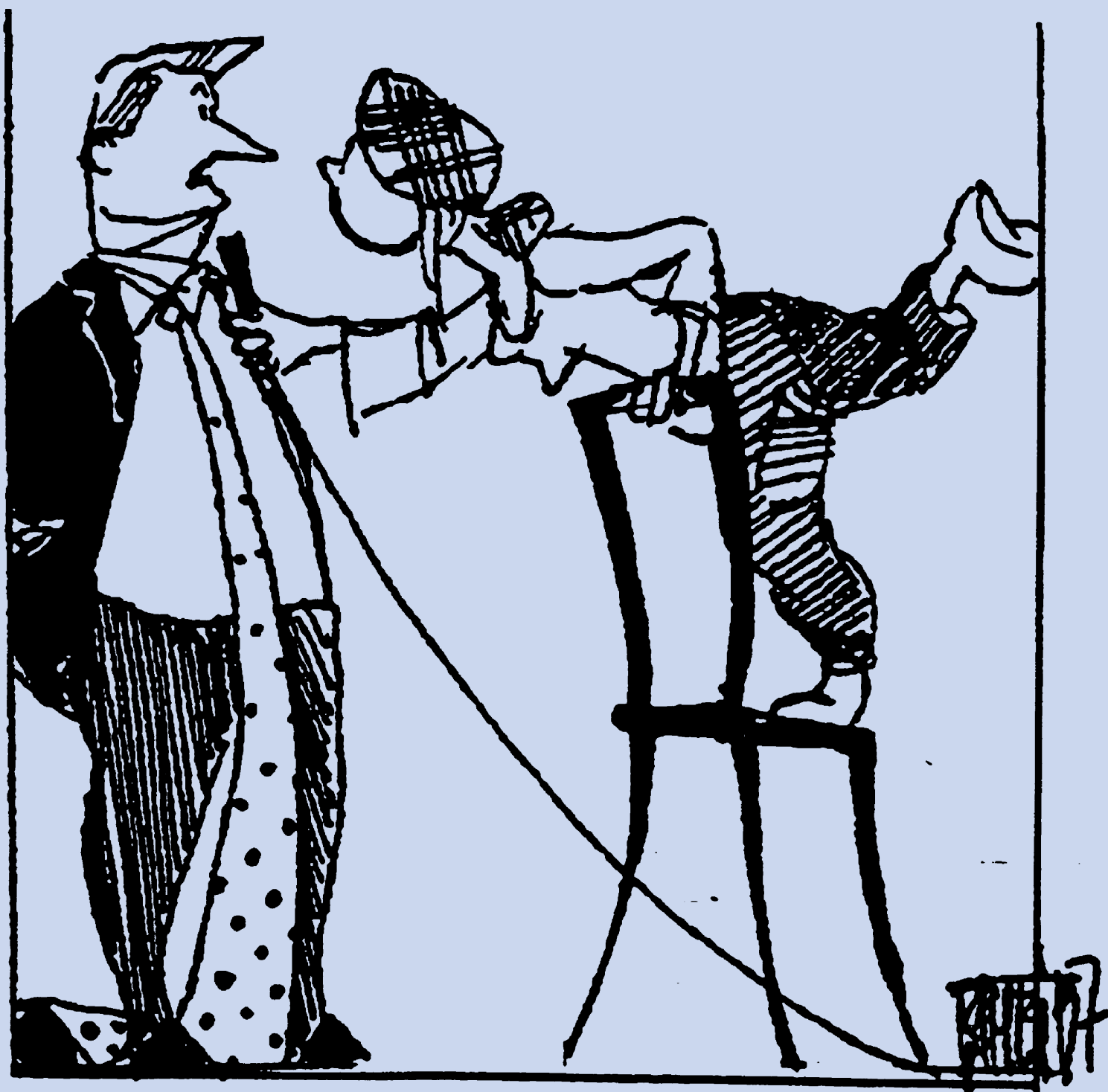


like stilt

1-2003

- et blad om likestilling fra
Utdannings- og forskningsdepartementet



Leder

fra Likestillingssekretariatet

I det siste har vi sett at ulike medier diskuterer seg selv i et kjønnsperspektiv. Temaene har vært mange: Bare en av fire i tv-debatter er kvinner, NRKs korps av utenrikskorrespondenter består av ni menn og en kvinne, fraværet av kvinnelige kilder, eller autoritetspersoner. Hvordan står det egentlig til i Norges mediebilde i dag? Temaet for denne utgaven av Likestilt er kjønn og media.

Hvorfor vil vi i Utdannings- og forskningsdepartementet ta opp dette? De fleste vi har snakket med i dette nummeret av Likestilt er kvinner som er eller har vært i en utdanningssituasjon med media i fokus. Det er også kvinner som etter ulike former for læring har "endt opp" med ulike forhold til media. Kjønnsrollemønsteret i media spiller kanskje kjønnsrollemønsteret i samfunnet? For å anslå kjønnsrollemønsterets utvikling i framtida må en se på hvilken kunnskap vi har i dag og hva som er under forandring. Debatten om kjønn og media har blusset opp. Likestilt har derfor sett på ulike vinklinger rundt dette tema.

Avslutningsvis må det nevnes at i forarbeidet med temaet kjønn og media, søkte vi etter både kvinner og menn som hadde meninger om temaet. Vi fikk bare respons fra kvinner med unntak av elevene fra Elvebakken videregående skole. Dermed er mannsperspektivet i hovedsak fra kvinner. Typisk for debatten?

Tekst: Barbro Hardersen

Hva sier forskningen om kjønn og medier?

Høsten 2002 arrangerte Høgskolen i Oslo i samarbeid med Institutt for Medier og Kommunikasjon et kurs med tittelen "Kjønn og journalistikk" for hovedfagsstudenter. Målet med kurset var å stimulere til et kritisk blikk på dagens medier, og å bidra til å oppøve et "kjønnsblikk" på journalistikken. Kurset endte opp i bokform.

Erika Jahr har stor journalistisk erfaring, blant annet som leder i NRKs Dagsnytt. Hun har akademisk utdanning, men ønske om videreutdanning og nye faglige impulser gjorde at hun deltok på kurset "Kjønn og media".

"Kjønn og media"- kurset

Førstelektor Elisabeth Eide stod bak dette kurset, forteller Jahr. -Gjennom kurset satte vi blant annet søkelys på kjønnets betydning for utforming av journalistrollen og selve journalistikken. Det var stor respons, 20 jenter og en gutt tok eksamen. Pågangen av unge jenter gledet oss, selv om kurset ønsket deltakere av begge kjønn, sier Jahr. Eksamenformen var semesteroppgaver med selvvalgt tema. Elisabeth Eide mente at i dette innleverte materialet var det så mange interessante funn, og rett og slett gode oppgaver, at de ikke kunne gå i glemmeboka. Erika Jahr tok opp hansken, fikk napp hos et forlag, og nå blir materialet samlet i ei bok!

Bokprosjektet

-Jeg er helt i startgropa, nå holder jeg på å samle inn manus. Kursdeltakerne skriver nå om oppgavene sine slik at det akademiske språket må vike for det mer folkelige. Når jeg får samlet inn alt fungerer jeg som redaktør for ei bok som forhåpentligvis blir gitt ut mot slutten av året, forteller Jahr.

Ulike tema

Medstudentene til Jahr har forsket på ulike tema. Det de har til felles er at de handler om kjønn og media.

En av oppgavene ser på kvinnelige og mannlige filmanmeldere, og fant at i denne sjangeren er det lite som skiller måten kvinner og menn skriver på. På innvending om at denne sjangeren på mange måter har faste rammer å forholde seg til, sier Jahr at forfatteren hevder sjangeren har total mannsdominans. -Det er umulig å se kjønnsforskjeller i forhold til hvem som har skrevet teksten fordi sjangeren er så grunnfestet i et mannlig perspektiv, hevder hun.

Et av bidragene i boka analyserer fire mannlige journalisters anmeldelser av den kvinnelige rockeartisten P.J. Harvey. Her kommer det fram at artisten blir vurdert på grunnlag av sitt kjønn, hvor beskrivelser av kropp og klær helt ned til trusa hun hadde på seg blir viktigere enn selve framførelsen.





I ei lita lokalavis fant en annen student at det eksisterte en mannlig betinget kjønnskultur. Sakene redaksjonen valgte ut, ble utdelte etter "myk/hard"-saker. Kvinnene tok de "myke" sakene, mens mennene tok de "harde".

Et siste eksempel fra boka er en studie gjort i en større regionsavis. Der blir tre prestisjeområder; portretter, nyhetsoppslagene og kommentarer i avisa sett nærmere på. Funnene viser at det er 70 prosent menn og 30 prosent kvinner som intervjues i portretter. 55 prosent av nyhetsoppslagene omhandlet menn og 28 prosent kvinner. - Dette sier noe om hvem som blir representert i regionsavisa. Kun 11 prosent kvinner, i motsetning til 89 prosent menn, skriver kommentarer i denne avisa, sier Jahr. Studenten fortalte Jahr at i regionen hvor avisa blir utgitt har kvinnene høyest utdanning i landet. Dette skulle tilsi at det skulle være en høyere synliggjøring av kvinner i området enn det som faktisk ble funnet, konkluderte studenten som hadde skrevet denne oppgaven.

Kvinner ønsker makt i media

Jahr selv ønsket å se på om kvinner forvalter makt annerledes enn menn i medie verden. Hun brukte en spørreundersøkelse fra Norsk Redaktørforening, hvor det er 20 prosent kvinner. Dette er en gruppe kvinner som er velutdannede, kompe-

tente, ressursrike, og de elsker å ha makt, smiler Jahr. Det viste seg at de jobbet to timer mer i uka enn menn. En av grunnene til at de hadde valgt denne type jobb var at de var ledere, de var sjefene. Men de var ikke først og fremst opptatt av egen anerkjennelse, det var viktigere for dem å være gode på et innholdsmessig og faglig produkt, og få folk til å jobbe bedre sammen. Menn svarte i motsetning til dette at de var best på strategitenkning. Jahr hevder at denne arenaen er et mannlig hierarki, og kvinner sosialiserer seg inn i en mannsbastion ved å ikke sette fokus på seg selv. Om fremtidsutsiktene svarte kvinnene at de ikke kom til å sitte i redaktørstillingene til pensjonsalder. Mennene sa de ville bli, hvis de sluttet var det fordi de var blitt fjernet (noe de var redde for!), eller så var det fordi de prioriterte barn og familie. Kvinnene svarte at det ikke var frykt for å bli fjernet, eller prioritering av familien, som gjorde at de trakk seg tilbake, men stress. Jahr forklarer dette med at stressfaktoren i yrket gjør at det ikke er noe mål for kvinnene å være "en av gutta".- Makt smaker godt, men ikke så godt som livskvalitet. Dette avliver noen myter: at kvinner i presse ikke vil ha makt, og at prioritering av barn og familie er årsaker til at det ikke fins kvinner i toppstillinger i norsk presse, avslutter Erika Jahr.

Tekst og foto: Barbro Hardsen

Jordmødre trenger også hjelp. Til fødsler...

Hvordan blir en jordmor gründer med suksess på nettet? Og hvordan oppnår hun at media ringer henne? Siri von Krogh er jordmoren som har skapt seg en arbeidsplass. På en helt ny arena. Og, historien om hvordan øvelse faktisk gjør mester, også innen medieverdenen!

Vi møter von Krogh i hennes kontorer på Sjølyst i Oslo. Her har hun skapt en arbeidsplass for seg selv og tre medarbeidere. Det begynte da hun var hjemmевærende med minstebarnet. Ideen om å bruke nettet for å svare på vordene mødres spørsmål om graviditet ble realisert. Hun opprettet en egen nettside som i dag har vokst til en informasjonskilde for gravide og småbarnsmødre.

-Jeg mener det norske helsevesenet har en tendens til å benytte seg av enveiskommunikasjon i forhold til gravide. BarniMagen er et supplement til helsevesenet fordi vi gir god informasjon og vi er i dialog med de gravide. Nettverksbygging er viktig i tillegg til informasjon og vi formidler kontakt mellom kvinner i samme situasjon, slik at de kan utveksle egne erfaringer og gi hverandre gode råd, sier von Krogh. Dette skjer via BarniMagen treffene. -Jo mer kunnskap kvinner har, jo mer eierskap får de til sin egen

kropp og graviditet. Jeg vil gjerne bruke nettstedet politisk ved at økt kunnskap gjør at norske kvinner blir klar over sine rettigheter, og stiller krav til det norske helsevesenet. Da vil også helsevesenet få en mulighet til å utvikle seg i forhold til brukernes behov.

von Kroghs idé ble en suksess. Selskapet BabyMedia AS har i dag fire nettsteder med til sammen over 4,5 millioner sidevisninger og 350 000 unike besøk i måneden. – Det har vært kjempemorsomt for jeg ante ikke da jeg startet at dette skulle gå så bra. Dette er ikke minst takket være alle de gravide som har vært med på å bygge opp bedriften til det det er i dag. Det var kjempeskummelt i begynnelsen, og jeg måtte bare kaste meg ut i det etter hvert som snøballen rullet, forteller hun. Vi måtte også ansette flere, blant annet en daglig leder, Silje N. Arnesen, for å ta seg av kommersialiseringen av bedriften, for som jordmor og gründer er det noe jeg ikke har greie på, men det er nødvendig for bedriften. Grunnen til at BarniMagen ble en suksess er at vi lanserte til riktig tid, og var de første på vårt felt med dette konseptet.

Medietreningskurs

Som kvinnelig gründer ble Siri von Krogh anbefalt Statens nærings- og distriktsutviklingsfonds Fyrtårnprogram. Her gjennomgår kvinnene et skreddersydd program over ett år, med fokus på ledelse. Når dette året er omme, fungerer de som veiledere eller mentorer for andre kvinnelige bedriftsledere. I tillegg har de skapt et nettverk som forplikter å hjelpe hverandre.

I Fyrtårnprogrammet deltok von Krogh på et medietreningskurs. Hva skulle hun med det? -Det var jo kjempebra! Det var praktisk rettet hvor vi øvde oss foran et kamera og med mikrofon. Etterpå ble vi evaluert av kursholder Kathrine Adair og hverandre. Veldig nyttig! Jeg tror det er forskjell på hvordan kvinner og menn takler det å skulle snakke i en mikrofon. Det er forventet at menn kan det de snakker om, dermed fremstår de som om de kan det de snakker om. Kvinner derimot, er mer innpodet at det de sier skal være sant, riktig og veldokumentert. Jeg tror menn tar flere sjanser, der har vi noe å lære. Kvinner må bli flinkere til å ta ting på sparket. Jeg vil ikke endre meg eller det jeg har å si, men jeg vil bli hørt! Tipsene vi fikk på medietreningskurset var at vi må forberede

Siri von Krogh



oss på å ta ting på sparket. Vi må konsentrere oss om svært få poeng, pugge det vi synes er viktig, snakke tydelig og formulere det så godt som mulig. Dette gjelder jo særlig tv og radio fordi dette er kjappe medier en må være konkret og tydelig i, hvis man vil frem med et budskap.

Kjønnsnøytralt medium

von Krogh tar opp at det er en forandring i brukermassen på internett. –Da jeg startet trodde jeg sidene kom til å bli besøkt av unge jenter som var nettfreaks! Nå har jeg snakket med dem, men også mange andre grupper i samfunnet. Den eldste som har kontaktet meg var 45 år og ventet sitt syvende barn! I begynnelsen var det mannens adresse som de fleste brukte, nå har kvinnene opprettet sin egen adresse. Internett er fantastisk! sier hun entusiastisk.

–Internett er et medium som spesielt er nyttig for kvinner fordi man kan koble seg på når som helst på døgnet. Vi har mange treff etter kl 24 på kvelden for da er det ro i huset, barna har lagt seg. Har man hjemmekontor kan man tilpasse arbeidstiden til når det passer. På nettet er det opp til deg selv, du bestemmer ditt eget tempo til å finne frem i jungelen av informasjon. Det er også lett å kommunisere med andre, enten per e-post, eller i nettverk.

Jevnlige medieoppslag

Jordmoren forteller at internettet var en helt ny arena for henne. –Jeg kunne lite, turte ikke, og det var en respekt for den ukjente verden som lå foran meg, forteller von Krogh. Gjennom blant annet ulike nettverk, som et hun har laget med gamle gymnas venner har hun fått råd og støtte og hoppet ut i det. På meditetreningskurset fikk vi mange praktiske tips, for eksempel hvordan skrive pressemeldinger. Jeg har nå snakket foran kamera til både TV 2 og NRK, og tatt opp de tingene jeg synes er viktig, ting som de gravide har kommet med til meg for at jeg skal kunne hjelpe dem videre, avslutter von Krogh.

Tekst og foto: Barbro Hardersen

Jentenes egen kanal

Hva skjer når jentene lager sitt eget medium? RadiOrakel har utdannet jenter foran og bak mikrofonen i over 20 år.

RadiOrakel startet i 1982 som verdens første kvinneverradio etter et ønske om å øke kvinneandelen i media.

Målsetningen var å kurse jenter som journalister og teknikere til et medium som kunne være et kvinnepolitisk talerør.

-Gutter får også være med, altså, ler redaktør Marte Michelet. – Men 2/3 av de som jobber her skal være jenter. Vi ønsker å skape en base av kvinner i offentligheten, ved å gi kvinner medieerfaring. Mange av de jentene som kommer hit har ingen forkunnskaper, men her får de opplæring. Til nå har vi faktisk hatt 1000 jenter på kurs her. Og det til tross for at vi aldri har fått kommunal eller statlig støtte, jeg har for eksempel tatt studielån for å greie meg, sier hun, - og tar forhåpentligvis eksamen til våren.

Michelet startet som reporter i radioen, men har liten tid til dette etter at hun ble redaktør. – Det er det som er så bra med RadiOrakel, at miljøet her skaper et rom for stor kreativitet. Noen er her bare for å leke seg, mens andre bruker radioen som et springbrett til en karriere, sier Michelet. At

RadiOrakel har rekruttert kvinnelige medieprofiler er ingen hemmelighet. Nina Stensrud Martin, Anne Hoff, Janne Rønningen og ikke minst, Rita Westvik er bevis på det.

Feministisk profil på Vær Varsom Plakaten

-Vi ønsker å være et feminint mediekritisk organ. I forbindelse med vårt 20-års jubileum lanserte vi fire nye punkter til Vær Varsom Plakaten, sier Michelet. Disse punktene går ut på at mediene skal ta ansvar for kvinners selvbilde og helse ved å ikke bidra til å skape behov for skjønnhetsprodukter, ikke bruke avklede kropper som vilkårlige illustrasjonsbilder, merke manipulerende bilder og ikke minst at mediene ikke skal omtale overgrep som sex.

- Denne diskusjonen er viktig! For det første er den nyttig i seg selv. Den er kontroversiell, og vi håper den fører til endring i hvordan norske medier fremstiller kvinner, sier Michelet. - Noen aviser er flinke og kaller en voldtekt en voldtekt, mens andre kaller ofrene sex-slaver eller sex-leketøy, og overgriperne er sex-dømte eller sex-forbrytere. Mitt syn er at mediene må ta ansvar for verdensbildet i samsvar med Vær Varsom Plakaten. De må utvise større forsiktighet i saker som er vanskelige for offeret. Det er derfor

media trenger utbedrede retningslinjer, og disse retningslinjene må skåne kvinnene mer enn i dag, mener Michelet.

- Til tross for at vi har små ressurser i RadiOrakel, har vi skapt debatt, ikke minst med disse forslagene. Det er positivt at det er medieinstitusjoner som tar kontakt med oss, og lytter til oss. I tillegg oppsøkte vi offentlig oppmerksomhet og diskusjon i forbindelse med 20-årsjubileet. Vi ønsket å "melde" noe til samfunnet, og da måtte vi se på hva som skjer med oss kvinner i dag. Det er vanskelig å tydeliggjøre, derfor måtte vi komme med noe konstruktivt, noe folk lett kunne ta stilling til. Samtidig har vi klart å skape debatt, sier Michelet.

Hvor blir så mannspektivet av i denne kjønnsdebatten?– Dette med mannsforskning er så nytt i Norge. Det er en ny sjanger, som det er blitt mer av i dag. Feminismen kom som et resultat av den feministiske oppvåkningen som foregikk på 60- og 70-tallet. Da tok kvinnene for seg alle områdene i samfunnet, og gikk nøye igjennom hva som måtte forandres, innen media også. I kjølvannet av dette startet forskningen om kvinnens rollemønster, sier Michelet. Jeg mener man kunne bruke de samme brillene i mannsforskningen. Man kunne se



Marte Michelet



nærmere på hvilke menn som opererer i media, hvilket stoff menn formidler, og hvilke roller de har. Jeg tror man ville sett et snevert kjønnsrollemønster der også, men menn har et større spillerom, derfor får de spilt ut flere roller, flere typer, hevder Michelet.

Jentenes egen kanal

-Målet med radioen er å øke kvinneandelen i media med eksperimentell journalistikk i et faglig miljø. Vi er ikke talerør for noen organisasjoner eller grupper! sier Michelet. -Men derimot er vi talerør for bredde i feminismen, og sånn sett er vi jo politiske og har politiske målsetninger. Jeg tror vi er blitt mer profesjonalisert enn i starten hvor grensene mellom propaganda og det journalistiske innholdet var noe flytende, smiler Michelet. Men vi har klart å overleve en prosess hvor vi har ristet av oss "barnesykdommene", uten å si noe negativt om den eldre generasjonen, understreker hun. -Jeg tror engasjerte journalister er bedre enn de som ikke er det, fordi de avdekker forhold med en større interesse, de ønsker diskusjon om en sak de brenner for. Det har også vært viktig for oss å gi jenter erfaring foran mikrofonen, vi oppsøker aktivt jenter som kan uttale seg i en sak. Dette gjør vi fordi vi mener vi trenger flere kvinnelige informasjonskilder, og de trenger erfaring med å stå foran mikrofonen.

Hva innebærer det for deg å være kvinnelig redaktør?- For meg handler det om å avdekke det som er viktig i livsgrunnlaget for kvinner. Jeg ønsker å se på hvordan hverdagen og livene våre er i dagens samfunn. Da ser jeg at det er utrolig mye å sette fokus på. Videre handler det om å bryte kjønnsrollemønsteret i praksis. Jeg vil utfordre jentene som kommer til oss enten det er foran eller bak mikrofonen, til å tørre, det handler om å kaste seg ut i det. Og når de mestrer den nye rollen er det utrolig givende å se hvordan de vokser med oppgavene, smiler Michelet. - Det som er spesielt med RadiOrakel er at vi driver en aktiv kjønnskvolter ved at det er 2/3 jenter som fyller tida, og gutta må være enig i politikken vår. Det mener jeg er et bevis på at kjønnskvolter fungerer. Det vi jo håper på er at vi en dag skal bli overflødig! Tenk på den dagen kjønnsperspektivet blir meningsløst, at det bare er biologi, og kvinner gjør hva som helst, når som helst. Den dagen det ikke eksisterer diskriminering av kvinner i samfunnet av noe slag. Det blir en bra dag!

Tekst: Barbro Hardersen
Foto: Scanpix

Iscenesettelse av kjønn

-Kjønnsroller er ikke et begrep jeg vil bruke, sier Wenche Mühleisen. -Jeg foretrekker begrepet iscenesettelse av kjønn.

Wenche Mühleisen har skrevet doktoravhandlingen "Kjønn i uorden". Avhandlingen drøfter sammenhenger mellom kjønn og seksualitet som blikkfang, emne, estetikk, og politikk i underholdningsprogram på fjernsyn.

Gammeldagse kjønnsbegreper

- Vi må løsne på den standhaftighet begrepet kjønn har i vår kultur, mener Mühleisen. Vi har koblet kjønn med identitet på en måte som forplikter i forhold til adferd, kommunikasjonsmåter og valg, akkurat som vi tidligere har koblet rase med identitet. Det siste har vi løst på, men vi skaper en tett forbindelse mellom identitet og kjønn, slik vi bruker begrepene i dag, at det å tilhøre et kjønn innebærer gitte egenskaper. Det er mer fruktbart å forstå kjønn som noe vi "gjør" og det vi gjør i kraft av å være mann eller kvinne kan bli gjort på mangfoldige måter. Likevel må vi fortsette å snakke om kjønnsforskjeller ettersom det dessverre ennå skaper ulike betingelser for mennesker. Vi må prøve å skape uorden i forestillingene, om det å være mann eller kvinne, slik at vi ikke gjensker dem, mener hun.

Medieskapt virkelighetsbilde

Grunnen til at Mühleisen ville se nærmere på dette feltet er hennes fascinasjon av medier som et samfunnskulturelt fenomen. – Mediene har stor betydning for hva som er på dagsordenen. Film, fjernsyn, aviser og radio er felt hvor det pågår forhandlinger om hva det innebærer å være menneske. Dermed handler media også om kjønn og kanskje ikke minst seksualitet og hvordan dette blir forespeilet oss, hevder Mühleisen.

Så du mener media speiler samfunnet? –Nei det gjør det ikke, svarer Mühleisen kontant. –Medieforskning viser at samfunnet ikke speiles i media, på samme måte som det heller ikke speiles i litteratur, film eller teater. Det lar seg rett og slett ikke gjøre å speile en virkelighet uten å samtidig forme forståelsen av den. Man kan si at vi har en pågående strid og forhandling om hva virkeligheten skal være. Jeg mener media skaper virkelighetsbildet, ikke speiler det, og det gir dem stor makt. Media forteller oss historier om virkeligheten. Et aktuelt eksempel er krigen i Irak. Vi vet ikke hva som egentlig skjer der. Media forteller oss historier om hva som skjer i krigen. Fortellingene varierer alt etter som hvilket perspektiv som ligger til grunn. Det er vårt eget ansvar å inn-

hente ulike historier slik at vi kan danne oss et mest mulig riktig bilde av verden. Samtidig er det også medias ansvar og gi oss så mange ulike vinklinger på historiene som mulig, sier Mühleisen.

Kjønnsrollehistoriene som blir presentert

Mühleisen mener kjønn og media er et stort felt. Man kan ha et kjønnsperspektiv på forskjellige nivåer, som redaktører, eiere, innhold, programledere eller mottakere. Hun har hatt to tilnærmingmåter som må sees i sammenheng med hverandre: - Jeg har vært opptatt av å undersøke hvordan den tradisjonelle oppfatningen av kjønn holder stand, og på hvilken måte den har gjennomslagskraft. Men ved å se på hvor disse tradisjonelle oppfatningene av kjønnsrollemønstrene blir brutt ser man noe nytt vokse fram, nye roller som går på tvers av de gamle. For eksempel Anne Kath. Hærland som parodierer hersketeknikker ved å overta maskuline kommunikasjonsmåter, samtidig med at hun overdriver kvinnelige programleders funksjon som blikkfang. Eller Synnøve Svabø som har gjort kvinners ukebladkultur til god underholdning eller gjør menn til sexobjekter og makt og sex til satire.

Wenche Mühleisen



"Hvilken rolle er det å være kvinne?"

Populærkulturen har vært Mühleisens hovedfokus.

–Populærkulturen har et stort nedslagsfelt, det er noe alle benytter seg av, uansett utdanning, kjønn eller politisk interesse. Derfor er det et viktig felt, et interessant felt, og jeg lurer på om endringene i dette kulturelle feltet skjer gjennom tradisjonell likestillingspolitikk. I media har dette gitt seg utslag i synliggjøring av kvinnelige intervjuobjekter, kilder, journalister eller eiere. Alt ut fra et demokratisk perspektiv, for å få kvinner inn på alle nivå i samfunnet. Det høres ut som et rimelig argument. Mühleisen gir et eksempel: -I Dagbladet har de uttalt at de ønsker en mer "kvinnevennlig" profil. De ønsker flere kvinnelige lesere. Dette mener jeg kan problematiseres. For hvem er egentlig kvinnen? Hva er den kvinnelige smak? I ønsket om bredere henvendelse til kvinnelige lesere ligger det en fare for å låse fast tradisjonelle forestillinger om det kvinnelige. Deres ambisjoner om likestilling ved flere "kvinnelige" stoffområder i avisa, er med på å konservere de tradisjonelle forestillingene om hva det vil si å være kvinne eller mann.

Mühleisen sier det er derfor det er viktig å skape uorden i kjønnsforestillingene. - Vi må få større plass i våre

begreper! Dette kan bety et mer kritisk perspektiv på tradisjonell likestilling. Det er ikke sikkert kvinnelige ledere har spesielle egenskaper. Det er kjønnsfundamentalistisk tankegang. Det gir uttrykk for en oppfatning av at kjønn er en grunnleggende egenskap, og det er det jo ikke!

Mühleisen ønsker en mangfoldiggjøring av kjønnsforståelsen. -Det vil virke demokratiserende i seg selv. Likestilling har i tradisjonell form handlet om likestilling for den hvite, heteroseksuelle, middelklassekvinnen. Det er fint, men det er ikke nok. Dette synet er vi i ferd med å dekonstruere, men det går fryktelig sent!

Tekst og foto: Barbro Hardersen



Den neste generasjonen

Har den neste generasjonen gjort seg opp noen tanker om kjønn og media? Vi har snakket med elever fra Elvebakken videregående skole.

Lise og Seth går i første klasse, mens Shaun og Naomi går i andre klasse på media- og kommunikasjonslinja. De forteller at de valgte akkurat media- og kommunikasjon fordi denne linja er et tilbud for de som har lyst til å ta noe annet enn allmennfaglig. Naomi husker at etter ungdomsskolen orket hun ikke flere "kjedelige" fag, og syntes denne linja hørt spennende ut. Alle fire er enige om at dette er et fint introduksjonskurs, her lærer man om alt fra lyd og video til reklame. Det er gøy!

Kjønnsroller i media

For å få samtalen inn på temaet spør jeg om de kan fortelle det første de tenker på når de tenker på en mann på tv. – En nyhetsreporter, kommer det kjapt fra Shaun. – Ja, eller en sleiping som Arne Hjeltnes, ler Seth.

På spørsmål om dame på tv kommer det kontant fra Lise: – Værdame!!- Ja så har vi jo Dorthé, da, sier Shaun og alle ler... Men det er tydelig at de har gjort seg opp noen tanker rundt kjønn og media. – Jeg synes det er feil når de sier at det er få kvinner i media, jeg synes

det er mange kvinner i media, jeg, fortsetter Shaun. – Når man søker på en jobb, så må man jo få den fordi man er god til det man holder på med, ikke fordi man er jente, eller gutt. Naomi følger opp:

– Hvem er det som bestemmer det, da? Kanskje det er menn som er sjefer og de bestemmer at menn får jobbene selv om de ikke tenker over at det bare blir menn på arbeidsplassen, sier hun. Shaun refererer til aktuell kjønnsdebatt – Men det var jo kvinner som bestemte at det var bare menn som skulle ha de utenriksreporterjobbene i NRK. De gjorde jo det fordi de syntes de var best, tenker Shaun høyt.

Kjønnsroller generelt

– Det er jo viktig at det ikke blir for mange av et kjønn på en arbeidsplass. Damer tenker jo forskjellig fra menn, fortsetter Naomi. – Jo, men jeg synes at egenskaper må telle mest. Jeg er jo enig i at det må være en balanse mellom kvinner og menn. Men det er jo sånn at for eksempel damer velger å bli frisører. Det bare er sånn, sier Shaun. Tanker om tradisjonelle yrkesvalg dukker opp og Naomi svarer: – Ja, gutter blir jo snekkere og jenter velger omsorgsyrker. Kanskje det er fordi vi føder barn, spør Naomi. – Ja, men vi gutta kan jo ikke føde barn, sier Shaun og fortsetter: – Jeg vet ikke hvorfor det

er sånn. Gutter ønsker jo liksom å bli fotballspillere. Jeg vet ikke i hvor stor grad vi blir påvirket av kjønnsrollemønsteret vi lever i, sier han. Det er tydelig at gruppen har begynt å reflektere over temaet. – Jo, det er klart at tradisjoner og miljøet vi lever i påvirker oss, fortsetter Naomi. Nye tanker dukker opp. – Man må jo bryte det mønsteret, da. Jeg tror ikke det er så vanskelig, men jeg synes ikke man skal dra fordel av at man er gutt eller jente, sier Shaun. Naomi drar linjene til kjønnskvotering. – Ja men, for eksempel, hvis jeg og du skal søke på den samme jobben, og vi har helt lik utdanning, da velger de jo meg som jente, er det ikke sånn i dag? spør Naomi. – Det må jo komme an på hvem de trenger, jeg synes de skal ta den de synes passer best. Det blir stille rundt bordet. Det er tydelig at diskusjonen har satt i gang en tankeprosess. – Jeg tror vi bare er blitt vant med at det er sånn, utbryter Lise. – Jeg tenker vanligvis ikke noe særlig over det, men nå når vi begynte å diskutere det, da tenker jeg mer på det, avslutter hun. Kanskje det gjelder oss alle?





Ny rapport: Fagblikk og perspektiver på kjønn i skolen, problematiske gutter og fraværende menn

Utdannings- og forskningsdepartementet arrangerte i juni 2001 en idédugnad om menn i skolen.

Bakgrunnen for denne idédugnaden var et ønske om å rekruttere flere menn til læreryrket, da andelen menn som arbeider i skoleverket er lav. Ved hjelp av 17 menn med ulik kompetansebakgrunn fra skolen ble det utarbeidet en rapport med forslag til tiltak og strategier for økt rekruttering.

Et av forslagene i rapporten fremhever behovet for økt kunnskap om menn som rollemodeller og pedagoger i skolen. Hvorfor trenger vi menn i det daglige arbeidet med barn og unge, når kvinner allerede gjør en god jobb? Departementet ønsket å belyse viktigheten av at begge kjønn deltar aktivt i barn og unges oppvekst. Kunnskap om menns måter å uttrykke omsorg og hvilke konsekvenser fraværet av mannlige rollemodeller har for barn i skolen, måtte derfor innhentes.

Sosiolog Ole Henrik Bredesens kunnskapsrapport belyser gjennom ulike fagblikk og perspektiver hvordan det er å vokse opp som gutt og siden "virke" som mann i skolen. Denne informasjonen er verdifull i det videre arbeidet med å øke rekrutteringen av menn til læreryrket.

Rapporten vil bli tilsendt skolene på vårparten, ytterlige eksemplarer kan bestilles på likestilt@ufd.dep.no



LIKE NYTT



-1970-tallets kvinnebevegelse i ord og bilder

"Kampdager" - nettutstilling om 1970-tallets kvinnebevegelse, med skoleguide.

Den historiske nettutstillingen "Kampdager" gir et innblikk i et tiår som betydde store forandringer for kvinner i Norge. Utstillingen presenterer bilder og tekster om 1970-tallets kvinnebevegelse og kvinnekamp. Her finner du historier om abortkamp og krisesentre, Holmenkollstafett og langrennsstafett, om Miss Rebell og kvinnekuppet, om at fotformsko slett ikke var behagelige, om menn som måtte vennestil barnevogn og om noen av våre formødre.

Utstillingen trekker linjer tilbake i tid og fram til dagens feministdebatt, og vil være et svært nyttig hjelpemiddel for elever.

Med støtte fra UFD er det utviklet egne sider for elever, "Skoleguiden". Dette er en forenklet reise inn i hovedutstillingen, med forslag til undervisningsopplegg for lærere. Disse sidene er et unikt tilbud til skolene med informasjon og kunnskap om den moderne kvinnebevegelsen i Norge.

Historien om 1970-tallet og kvinnebevegelsen er enda ikke skrevet, og kildene er ikke samlet. Derfor er utstillingen med oversiktstekster, bilder, historier, tidslinjer, sanger, osv. et viktig hjelpemiddel for skoleverket i formidlingen av denne nære historien.

Målgruppen for Skoleguiden er ungdomsskoleelever (8.-10.-klasse) og elever i videregående opplæring. Guiden er tenkt brukt i fagene samfunnsfag,

KRL og norsk på ungdomsskolen, og i samfunnslære, norsk, historie og samfunnskunnskap på videregående skole.

Vi håper utstillingen vil bli til nytte!

Les mer på: www.kampdager.no

Skoleguiden er en elevtilpasset inn- gang til nettutstillingen «Kampdager – 1970-tallets kvinnebevegelse i ord og bilder». Utstillingen er et samarbeids- prosjekt mellom KILDEN, Informasjons- og dokumentasjonssenteret for kvinne- og kjønnsforskning i Norge, og NIKK, Nordisk Institutt for kvinne- og kjønnsforskning. Skoleguiden er støttet økonomisk av Utdannings- og forskningsdepartementet.

LES MER

Eide, Elisabeth (red):
Narrespeil- Kjønn, sex, medier
Høyskoleforlaget AS 2000

RELEVANTE NETTSIDER

<http://kilden.forskningsradet.no/>
KILDEN er et informasjons- og dokumentasjonssenter for kvinne- og kjønnsforskning i Norge. Besvarer forespørsler om kvinne- og kjønnsforskning i Norge

<http://www.nikk.uio.no/>
Det nordiske instituttet for kvinne- og kjønnsforskning (NIKK) er en tverrvitenskapelig nordisk forskningsinstitusjon finansiert av Nordisk minister- råd. NIKK er et samarbeidsorgan for feministisk, kvinne-, manns-, kjønns- og likestillingsforskning i Norden.

LIKESTILLING I FILM OG HVERDAGSLIV

På oppdrag av Læringssenteret og Utdannings- og forskningsdepartementet utvikler Likestillingssenteret i 2002 og 2003 undervisningsmaterie- ll om likestilling og kjønn i skolen. Prosjektets målsetting er å aktualisere spørsmål knyttet til likestilling og kjønn for barn og ungdom. I tillegg skal undervisningsmateriellet gi lærerne enkle verktøy for å inkludere temaet i norsk, engelsk og samfunns- fag, samt kristendoms-, religions- og livssynsfaget (KRL). "Ungdom, like- stilling og film" er et prosjekt som ret- ter seg mot elever på mellomtrinnet, ungdomsskolen og i videregående opplæring. Med utgangspunkt i klipp fra nordiske filmer har undervisnings- materiellet til hensikt å øke bevissthe- ten rundt kjønn og likestilling blant barn og ungdom. Filmklippene har som formål å gjøre problemstillingene dagsaktuelle og erfaringsnære for elevene.

kontaktperson:
vegard.iglebek@likestilling.no

Utgiver:

Utdannings- og forskningsdepartementet
Likestillingssekretariatet
Akersgata 44, Postboks 8119 Dep.
N-0032 Oslo
e-post: likestilt@ufd.dep.no

Redaksjon:

Ansvar: Tone Eng
Redaktør: Barbro Hardersen

Opplag: 13 000
Design: Månelyst

Forside illustrasjon: Karine Haaland
Trykk: zu:m
ufd.dep.no

F-4147



UTDANNINGS- OG
FORSKNINGSDEPARTEMENTET