



# 5 TILGANGE TIL REPRÆSENTATIONSARBEJDE

-En håndbog til journalister

PLURALISTERNE 

Indholdet i denne håndbog er baseret på research indsamlet fra 2019-2021 i PLURALISTERNEs best practice-projekt, Periskop. Projektet indhenter og videreformidler metoder, data, værktøjer og proven models fra primært udenlandske medieorganisationer, som har mange års erfaring med repræsentationsarbejde.

Vi har fået adgang til interne rapporter og undersøgelser, interviewet journalister, redaktører og chefredaktører og fået fremvist og demonstreret digitale redskaber og fysiske rammer på redaktionerne.

Vi har udvalgt de pointer og metoder, som har haft størst effekt på flest medier. Derudover supplerer vi med specifikke cases fra enkelte medier, som de har fremhævet som vigtige erfaringer.

PLURALISTERNE ønsker at takke følgende dagblade, broadcasters og organisationer, som har bidraget med viden, metoder og erfaringer fra deres daglige arbejde med at repræsentere befolkningen i mediernes nyhedsdækning og produktioner:

Sverige: Expressen, Sydsvenskan, Helsingborgs Dagblad, Sveriges Radio - Malmö, SVT Göteborg, SVT Organisationsutveckling - HR & Kommunikation.

England: The Guardian, BBC, Channel4, Creative Diversity Network, Media Diversity Institute.

Norge: NRK, Dagens Næringsliv, Norsk filminstitut, TV2 Norge.

Finland: Yle, Helsingin Sanomat.

USA: Geena Davis Institute on Gender in Media

Danmark: Dagbladet Information, Danmarks Radio (DR2 Deadline / DR Mangfoldighed & Tilgængelighed).

Tak til Aarhus Stiftstidendes Fond, Den Fynske Bladfond, Hulda Pedersens Mindelegat og Politiken Fonden for økonomisk støtte til researchturene og tilblivelsen af håndbogen. Tak til journalist Milla Mølgaard for en hæsblesende Sveriges-turné. En særlig tak til Dansk Journalistforbund for støtten og samarbejdet.

Produceret af:

Mette Mut Andreasen, projektleder - PLURALISTERNE

Silja Thøgersen, journalist og medinitiativtager - Projekt Periskop

Astrid Dynesen, medstifter - PLURALISTERNE

© PLURALISTERNE, København 2021.

Du opfordres til at downloade, dele og distribuere denne håndbog. Du må også gerne kopiere fra håndbogen, så længe det sker med tydelig kildehenvisning og uden kommercielle formål for øje.

Udgivet af:

PLURALISTERNE

Strandgade 52 - 1401 København K

1. udgave 2021

Design og layout: Kenneth Gabriel Nielsen

# INDHOLD

Forord	2
Optælling	4
Ekspert	7
Kildehåndtering	9
Vinkling	12
Visuel repræsentation	15
Om PLURALISTERNE	18



*“I 2020 var den globale andel af kvinder i nyhederne 25%. Fortsætter udviklingen fremadrettet i samme tempo kan man først forvente ligelig kønsfordeling om 67 år”*

- ‘Ligestilling i nyhedsmedierne. Who Makes The News? 2020’

# FORORD

Næsten uanset hvilket medie du arbejder på, har nogen på din arbejdsplads sikkert forsøgt at tage initiativ til, at I skulle have flere kvinder eller minoritetskilder i tale. Vi har talt med mange journalister og redaktører, der samstemmigt fortæller om ildsjælskollegaer eller velmenende taler fra cheferne. Men tallene viser, at der formentlig ikke er sket ret meget.

For danske medier er stadig langt fra at dække samfundet, som det faktisk ser ud. Med en befolkning, hvor halvdelen er kvinder og 14,1% (pr. 1. juli 2021) har etnisk minoritetsbaggrund, er det ikke godt nok og ej heller retvisende, at kvinder kun fylder ca. en fjerdedel i nyhederne, og at minoritetskilderne ifølge en undersøgelse fra 2017 kun fylder 4% procent.

Den her håndbog er til dig, der gerne vil arbejde for at ændre på den mangelfulde repræsentation og begynde at få nye kilder fra underrepræsenterede grupper i tale. Et arbejde, som har til formål at højne den journalistiske kvalitet. Stereotype eller homogene portrætteringer af virkeligheden er upræcise. God journalistik viser verden, som den er, med alle sine nuancer og forskelligheder, og det kræver forskellige kilder.





Alle vores råd og forslag er baseret på erfaringer fra medier og journalister, der har arbejdet med repræsentation længe. Gennem de seneste tre år har vi besøgt medier i England, Norge, Sverige og Finland - og i Danmark - og talt med dem om, hvad de konkret gør, for at deres journalistik bliver mere retvisende i forhold til de samfund, som de dækker. Alle råd i denne håndbog er altså afprøvet og har skabt gode resultater for andre journalister.

På alle de medier vi har besøgt, har både journalister og redaktører understreget, at det er afgørende at have den øverste ledelses opbakning, hvis man for alvor vil gøre sin journalistik mere mangfoldig. For at opnå denne opbakning kan du med fordel snakke med dine kollegaer om, hvordan I kan påbegynde repræsentationsarbejdet og om, hvordan I får det forankret

på ledelsesniveau. Fortæl din nærmeste chef, at arbejdet med at finde nye kilder, der i højere grad er repræsentative for samfundet, er en vigtig del af det journalistiske arbejde, og at arbejdet kræver planlægning, tid og vedholdenhed.

Heldigvis kan du bruge denne håndbog, uanset om cheferne er med om bord eller ej. Alle tips og råd er udformet med det formål, at du, der arbejder som journalist, til daglig skal kunne bruge dem, så snart du har lagt håndbogen fra dig.

God arbejdslyst.



# OPTÆLLING

Et godt sted at starte repræsentationsarbejdet er med optælling af kilder. Du taler formentlig dagligt med mange forskellige kilder og har måske derfor en fornemmelse af, at kilderne også afspejler samfundets forskellighed. Men flere undersøgelser - senest 'Who Makes The News?' fra 2020 - viser, at fordelingen af kilder ift. køn ikke er retvisende ift. andelen af kvinder og mænd i samfundet. Ansvarlig Presses rapport '[Dem vi taler om](#)' fra 2017 viser, at repræsentationen ift. personer med etnisk minoritetsbaggrund også er skæv.

At tælle sine kilder har en øjenåbnende effekt, og du får indblik i, hvordan kilderne fordeler sig ift. fx. køn, alder, politisk overbevisning, etnicitet/racialisering, personer med handicap eller andre parametre. Mange medier vælger at starte med at tælle på baggrund af køn, fordi det er her, vi ser den mest åbenlyse misrepræsentation. Andre parametre kan være sværere at identificere og tælle. Hvordan ved man fx. hvilken etnicitet en kilde har? Nogle medier tæller på basis af navne, andre gør det på basis af udseende, og andre spørger deres kilder. Her må hver journalist, redaktion eller medie vælge eller udvikle sin egen optællingsmetode.

Du kan tælle selv, men effekten og overblikket er selvfølgelig størst, hvis dit medie tæller på tværs af redaktioner - noget, der bør tages initiativ til på ledelsesniveau. Forskellige medier tæller i forskellige intervaller; hver dag, hver uge, hver måned eller årligt. Generelt er erfaringen, at optælling er vigtigt, men at det vigtigste er, hvad man bruger tallene til. For optælling alene kan selvfølgelig ikke ændre hvilken kilde, du som journalist vælger til en historie. Men det kan synliggøre nogle ubevidste og måske stagnerede mønstre og valg og hjælpe dig til at ændre dem fremadrettet og dermed blive bedre til at spejle samfundet.



På svenske Expressen forsøger de at sammensætte netforsiden med udgangspunkt i repræsentation. Det betyder, at de ikke tillader en forside, hvor det udelukkende er mandlige kilder, som er citeret og visualiseret. I nogle tilfælde kan det derfor koste en redaktion forsideplaceringen, hvis man fejler ift. at sikre mangfoldighed i sine artikler.

I 2016 startede en journalist ved BBC 'The 50:50 Project'. I projektet monitorerer de repræsentationen af kvinder i deres journalistik og deler dataen redaktionerne imellem. Det gør de for løbende for at motivere, skabe opmærksomhed og forpligte hinanden på at nå og fastholde en målsætning om en 50/50-repræsentation af mænd og kvinder. I løbet af 4 måneder steg repræsentationen af kvinder fra under 40% til 50%.

*“Den enkelte journalist tæller selv sine kilder og bliver på den måde gjort opmærksom på præcis hvor mange mænd og kvinder, de har talt med. Den bevidstliggørelse er et vigtigt skridt på vejen til at lave om på den kønsbalance, vi har nu.”*

- Anton Geist, Indlandsredaktør, Information

*“Når vi måler hver dag, minder vi hinanden om, at det er vigtigt - og på den måde bliver vi konstant bedre.”*

- Anton Svendsen, Redaktionschef, SVT Nyheder, SVT Göteborg



# TIPS

- ▶ Tæl dine egne journalistiske produktioner og få en god vane med at notere for dig selv, hvem dine kilder er.
- ▶ Du kan selv vælge, hvilke og hvor mange parametre du vil tælle, men jo flere du inddrager, jo tydeligere fremstår det, hvor der skal gøres en indsats.
- ▶ Tæl hvilken rolle kilderne optræder i - er kvinderne altid cases? Er kilder med etnisk minoritetsbaggrund kun til stede i historier, hvor deres etnicitet er i fokus?
- ▶ Tæl den visuelle repræsentation; hvilke kilder tages der fotos af? Hvem får de fremtrædende fotoplaceringer?
- ▶ Giv dig selv en udfordring: i den her uge skal halvdelen af mine kilder være kvinder, og mindst én gang om ugen/ måneden skal jeg finde en helt ny kilde.
- ▶ Fortæl din arbejdsplads og dine kollegaer hvilke redskaber, der kan bruges til optælling. Der findes forskellige slags software, som kan hjælpe. Det svenske analysefirma [Prognosis' Gender Equality Tracker](#) opdaterer også løbende med gratis målinger på kønsrepræsentation i de største danske medier.



# EKSPERTER

Repræsentationsmæssigt står det værst til med ekspertkilderne. I dag er langt de fleste ekspertkilder i de danske medier hvide mænd. Faktisk er brugen af kvindelige ekspertkilder ifølge ['Ligestilling i nyhedsmedierne. Who Makes The News? 2020'](#) faldende; kun 25% af eksperterne i nyhedsmedierne er fx. kvinder - i 2015 var det 38%. Lignende underrepræsentation ses også ift. andre minoriserede personer og grupper.

Betyder det, at man ikke må bruge hvide mandlige eksperter? Nej. Men repræsentationen af ekspertkilder bør være retvisende, og der findes eksperter, som er kvinder eller som tilhører andre underrepræsenterede grupper. Ekspertkilder har en særlig status i journalistikken, fordi en ekspertkildes funktion er at forklare verden for os. Eksperten associeres med troværdighed og autoritet, og derfor er det vigtigt, at kvinder og andre minoritetsgrupper også indtager og tildeles plads i medierne. Den eneste adgangsbillet til ekspertstatus bør være en valideret og relevant kompetence.

For at finde nye eksperter kan det hjælpe at være åben for, at man kan være ekspert på flere måder. En ekspert i 'Twin Peaks' kan fx både være en person, der har en Ph.d. i David Lynch eller en person, der har set serien tusind gange og kan den forfra og bagfra. Der er selvfølgelig tilfælde, hvor det er nødvendigt at få fat i eksperten med den højeste universitetsgrad, men det er langt fra altid tilfældet.





*“Vi er kommet langt med at spørge os selv: hvem er den bedste kilde til dette spørgsmål? For det er sjældent bare den kilde, man plejer at bruge”*

- Heikki Valkama, journalist, økonomi- og finansredaktionen, Yle

*“Vi kan ikke længere lade som om, at vores mest højtuddannede og traditionelle ekspertstemmer kan give os den fulde analyse af, hvad der foregår i landet. De er afgjort meget kloge, men deres blik på verden er begrænset”*

- Joseph Harker, opinionsredaktør og koordinator for diversitetsindsats, The Guardian

*“På Deadline er vi blevet mere åbne for, at man kan være ekspert på andre måder end ved at have en høj universitetsgrad. Derfor deklarerer vi eksperterne meget mere, så seerne selv kan bedømme, hvilken måde kilden er ekspert på”*

- Heidi Robdrup, redaktionschef, DR2 Deadline

*“Jeg blev spurgt engang, hvordan jeg kunne forsvare, at vi gik ned i kvalitet bare for at få flere kvinder med. Men hvorfor skulle dét at få kvinder med betyde, at man går ned i kvalitet? Vi spørger kun kilder, der er kvalificerede. Vi spurgte bare ikke de kvalificerede kvinder før”*

- Heidi Robdrup, redaktionschef, DR2 Deadline

På svenske Expressen forsøger man på nogle redaktioner at advisere nye ekspertkilder på forhånd. De kan fx kontakte en ekspert i naturkatastrofer på en rolig dag og tage en snak med vedkommende om, hvordan det fungerer at blive brugt som ekspert. På den måde er ekspertkilden forberedt på opkaldet, hvis en eventuel naturkatastrofe indtræffer, og nyhedstempoet kun giver mulighed for en kort indledende snak.

Den norske erhvervs- og finansavis, Dagens Næringsliv, har på grund af frustration over den lave andel af kvindelige kilder valgt at gå åbent ud og bede læserne om hjælp. I avisen - på både net og print - opfordrede avisen læserne til at tippe om kvindelige eksperter og erhvervsledere, som kunne være relevante for avisens journalister at se nærmere på.



# TIPS

- ▶ Ring ikke altid til den person, som har den højeste stilling. Der er eksperter ét eller få trin længere nede af stigen, som kan have samme eller større viden indenfor et specifikt felt.
- ▶ Overvej om historien kræver en ekspert fra universitetet. Er kompetence lig med en bestemt uddannelsesbaggrund eller position i samfundet? Eller kan andre erfaringer være kvalificerende?
- ▶ Når du kontakter en vidensinstitution i jagten efter en ekspertkilde, så spørg direkte efter en minoriseret ekspert.
- ▶ Spørg en af de eksperter, som du plejer at bruge, om de kan anbefale nye stemmer.
- ▶ Giv tøvende ekspertkilder et rygklap. Ingen skal opfordres til at tale uden for sit fagfelt; “men nu hvor du har forsket i vindmøllevinger i 25 år, ved du nok mere om vindmøller og vindenergi end de fleste”.
- ▶ Opdatér løbende dine egne kildelister og/eller brug ekspertdatabaser. Brug fx PLURALISTERNEs egen database, [Listoteket](#), hvor du finder underrepræsenterede kilder og eksperter - og hvis den profil eller kompetence, du leder efter, mangler i databasen, så finder vi den til dig.



# KILDEHÅNDBTERING

En del af dit arbejde og ansvar som journalist er at finde, opdyrke og fastholde nye kilder. Nye kilder kræver en ekstra indsats, men det er en god investering - du får selv en god kilde fremover, og det samme gør dine kollegaer. Og ja, det kan tage længere tid med kilder, som ikke nødvendigvis er lige så medie-vante som de gamle kendinge. De nye kilder skal måske overtales - både til at stille sig frem i medierne men også til at indse, at deres perspektiv er vigtigt. Det er dit arbejde at få nye kilder til at føle sig trygge i processen. Den kildehåndtering, som vi beskriver her, er selvfølgelig primært relevant, når der er tale om enten nye eller sårbare/udsatte erfarings- og ekspertkilder, og ikke når du skal interviewe politikere eller andre magtpersoner.

Hvis en kilde tilhører en underrepræsenteret gruppe, har personen en større afstand til medierne, fordi kilden ikke oplever sin egen virkelighed spejlet. Er kilden tilmed minoritet eller sårbar, vil du måske opleve en tøven eller endda en mistillid på baggrund af tidligere oplevelser med medierne. Det betyder ikke, at kilden ikke vil bidrage med sin viden eller perspektiv - det betyder bare, at du skal gøre en ekstra indsats. Så sæt dig ind i, hvem kilderne er og tilgå dem individuelt med tålmodighed og åbenhed.

Når du har en ambition om at få en bredere og bedre repræsentation i din journalistik, er det også vigtigt, at du er bevidst om, at nogle kilder er mere udsatte ift. digital chikane. Undersøgelser fra bl.a. ITU, Amnesty International og Nordisk Ministerråd viser, at hvis man er kvinde, har etnisk eller religiøs minoritetsbaggrund eller fx. bryder normen ift. seksualitet eller krop, udsættes man i langt højere grad for digital chikane, hvilket får de udsatte til at trække sig fra den offentlige samtale. Så hvis en kilde tøver, er det altså ikke uden grund. Vis, at du forstår det.



Hos det norske finans- og erhvervsmedie, Dagens Næringsliv har de en Facebook-gruppe for kvindelige læsere. Her kan gruppens i dag 7.000 medlemmer diskutere finanspolitik, aktier og ligestilling i et trygt forum både med hinanden men også med avisens journalister og redaktører. At journalisterne og redaktørerne deltager aktivt i gruppen, gør dem menneskelige i medlemmernes øjne, og flere af gruppens medlemmer stiller op som kilder, når avisen efterlyser tips eller sparring på historier.

Hvis en af Deadlines kilder ender i en shitstorm, så prøver redaktionen at ringe kilden op bagefter for at snakke om det. Redaktionen har en masse erfaring at dele ud af og kan derfor berolige kilden og forklare, at stormen sjældent varer mere end halvanden dags tid. Af og til kan en kilde også frygte, at redaktionen tror på de ting, som siges om dem i en internethetz. Deadlines erfaring er, at det kan være beroligende med en tilbagemelding om, at kilden gjorde det godt og er velkommen en anden gang.

*“Hvis en kvindelig ekspert er tilbageholdende ift. at medvirke, så vil hun ofte gerne alligevel, hvis vi fortæller hende, at vi ikke er ude på at sætte hende i et dårligt lys, at vores mål er at præsentere de bedste eksperter i vores tv-produktioner, og at det er derfor vi specifikt har kontaktet hende”*

- Heikki Valkama, journalist, økonomi- og finansredaktionen, Yle

*“Nye kilder skal have lidt flere chancer. De kilder, vi alle kender og synes er skidegode i dag, de var ikke altid gode. De var også dårlige engang. Så vi har et ansvar for at klæde de nye på og hjælpe dem på vej”*

- Heidi Robdrup, redaktionschef, DR2 Deadline

*“Kvindelige kilder får meget mere had og chikane end mænd, hvilket påvirker deres villighed til at blive interviewet og sige deres meninger højt. Det er et problem, vi som journalister har ansvar for at håndtere”*

- Anu Ubaud, chefredaktør, Helsingin Sanomat



# TIPS

- ▶ Kontakt de nyeste kilder først. På den måde minimerer du tidspresset op til deadline.
- ▶ Giv nye kilder indsigt i processen. Fortæl hvorfor du stiller de spørgsmål, du gør, hvilken sammenhæng de skal indgå i, og hvornår og hvordan det bliver bragt.
- ▶ Vær ekstra tålmodig. Giv nye kilder en chance mere, hvis de var lidt nervøse eller måske ikke helt leverede første gang. Det kan tage tid at blive en god kilde.
- ▶ Vær opmærksom på, hvornår historier med kilder, der er særligt udsatte for digital chikane, deles på sociale medier og tag ansvar for moderering. Sig det til dem på forhånd, hvis det skal deles. Giv dem kontaktinfo på dem, de skal kontakte, hvis de udsættes for personangreb i kommentarsporene.
- ▶ Giv nye erfarings- og ekspertkilder feedback på deres deltagelse. Er der noget, de skal gøre anderledes næste gang? Eller har I talt om på redaktionen, at de gjorde det godt? Sig det til kilden.
- ▶ Sidst men ikke mindst: vær også opmærksom på dit eget sprog - hvordan taler du til og om en kilde fra en minoriseret gruppe? Sørg for at opdatere dig selv på den relevante sprogbrug ift. hvilke kilder du kontakter. Lad personer definere sig selv - spørg dem eventuelt. Undgå generaliseringer ang. (befolknings)grupper, områder, kulturer eller religioner, køn eller kroppe.





# VINKLING

Hvilke kilder, det er oplagt for dig at interviewe, afgøres ofte allerede ved vinklingen af din historie. Når man snakker om at skabe bedre repræsentation, vil nogen indvende med eksempler som; jamen hvad nu, hvis man skriver om finanssvindel begået af mænd og efterforsket af mænd, så kan man jo ikke pludselig (op)finde en kvindelig kilde. Og det er korrekt, at der er tilfælde, hvor journalistikkens bestræbelse på at portrættere verden som den er, resulterer i artikler med kun mandlige kilder.

Men i mange situationer kan et fokus på repræsentation give idéer til andre vinkler eller opfølgende vinkler på den første nyhedshistorie. Der findes kvindelige eller andre minoriserede finanseksperter, hvis man leder. Måske findes der også en Ph.d-studerende med handicap, som har forsket i svindlerens psyke eller i finanssvindel gennem historien? Måske har svindelnummeret haft konsekvenser for familier med minoritetsbaggrund og deres opsparinger eller investeringer?

Flere oplever også, at et øget fokus på at rekruttere mangfoldige kilder kaster nye vinkler af sig helt af sig selv, fordi de nye kilder har anden viden og andre oplevelser, som fører historien i en ny retning.

Mange journalister har en tendens til at beskæftige sig meget med en konfliktvinkel, som måske kan virke afskrækkende på nye, sårbare eller utrænede kilder. Måske vil det give nemmere adgang til nye og anderledes kilder, hvis artiklens sigte ikke er at caste dem i en konflikt med andre.



*“Vælger man kun at dække politik, sport og krim, så er der også flere mænd i reportagerne, da flere mænd jo er politifolk, ligesom de fleste politikere er mænd, osv.”*

- Anton Svendsen, redaktionschef, SVT Nyheter Göteborg

*“Jeg troede, at vi var i gang med at bevise, at en mandlig og en kvindelig økonom kunne give den samme analyse. Men det har vist sig, at når vi ryster posen og får nogle anderledes kilder ind i studiet, så siger de faktisk noget andet. Verden er større end den, vi dækkede før. Og det betyder, at vi er gået fra at have et udsyn på 90 grader til et på 180. Det har haft indflydelse på de historier, vi dækker”*

- Heidi Robdrup, redaktionschef, DR2 Deadline

Hos Helsingborgs Dagblad oplevede de, at gravergruppen havde tendens til at kaste sig over “mandsdominerede emner”. Derfor besluttede de at spørge læserne, hvad de godt kunne tænke sig, at journalisterne gravede i. Som resultat endte de med at grave sig ned i forholdene for migrantarbejdere på de lokale neglesaloner. Gravergruppen besluttede også at brainstorme og ideudvikle på emner ift. de samfundsområder, hvor de vidste, at der var flere kvinder.

På NRK inviterede man en række personer med handicap ind til speeddating med husets journalister og indholdsproducenter. NRKs brugerråd havde nemlig den antagelse, at flere journalister og producenter undgik at skrive om mennesker med handicap af frygt for at krænke dem. På deres speeddates idéudviklede de på både programmer og vinkler og fik kontakt til nye potentielle kilder. Efter speeddaten blev der produceret mere indhold om og med personer med handicap i Norge.

SVT Göteborg har en lokalredaktion i en af Göteborgs forstæder, Angered, hvor mange indbyggere har etnisk minoritetsbaggrund. Det har skabt et større netværk, de får tips til nye vinkler og de oplever et engagement fra folk, som de ikke normalt er i berøring med.



# TIPS

- ▶ Zoom ud ift. din historie. Var der måske en bredere vifte af kilder involveret i historien med en anden indgangsvinkel eller et andet fokus på samme historie?
- ▶ Brainstorm med udgangspunkt i et benspænd om underrepræsenterede kilder - fx kvindelige kilder eller kilder med etnisk minoritetsbaggrund.
- ▶ Hvis I på din redaktion planlægger en artikel- eller programserie, så beslut jer for et emne, der tillader et mangfoldigt kildevalg.
- ▶ Hvis I på din redaktion vælger en satsning, som I ved vil have mange mandlige kilder, så forpligt jer samtidig på en satsning, som I tilsvarende ved vil have mange minoriserede kilder.
- ▶ Tal med minoriserede kilder om, hvad de finder mest interessant ved emnet. Måske gemmer der sig en vinkel, som du ikke selv havde tænkt på.
- ▶ Bed mediebrugerne om tips til historier, som de gerne vil have undersøgt eller gravet i. Måske de er stødt på noget i deres liv og hverdag, som ikke er faldet jer ind.





# VISUEL REPRÆSENTATION

Du kan gøre meget for mediebrugerens første indtryk af et indslag eller en artikel ved at arbejde med visuel repræsentation. De visuelle journalistiske valg kan altså give et markant løft til arbejdet med repræsentation. Men det kan også fungere som en kæp i hjulet, som da TV-Avisen på DR i sommeren 2021 illustrerede et indslag om, at regeringen ville have flere indvandrerkvinder i job, med en grafik af en niqab-klædt kvinde. Det er et eksempel på dårlig og misvisende kommunikation og repræsentation, da andelen af den omtalte gruppe, som faktisk bærer niqab, er procentvis minimal. Man reproducerer altså en stereotyp fordom, som er forstyrrende for et indslag, som måske ellers var lykkedes med at finde mangfoldige kilder og perspektiver.

Fotografer er selvfølgelig i noget omfang begrænset af valg foretaget af journalister og redaktører, men de kan gøre meget for at modarbejde stereotype fremstillinger. Skal kvinder altid rode sig i håret? Skal mænd altid stå med korslagte arme?

Men også journalister eller redaktører kan gøre en indsats for repræsentationen, når de illustrerer nyhedshistorier med arkivfotos. Kan man vælge et foto af en læge, der ikke er hvid? En sygeplejerske, der ikke er en kvinde? En far i en omsorgssituation?

Man kan også øge opmærksomheden på, hvem man som avis vælger at give de største fotoplaceringer. Hvornår har printforsiden senest haft et foto af en kvinde? Hvornår var det senest en kvinde, der ikke optrådte som enten case eller et offer? Hvad med kilder med handicap, hvornår har de senest været portrætteret på fremtrædende placeringer? Bladrer man igennem en avis fuld af sort-hvide portrætfotos af mænd på 40 år og derover, efterlades man ikke med et indtryk af en repræsentativ dækning.



På den finske tv-station Yle har de besluttet sig for at udfordre kønsudtrykkene på deres børnekanal. Når de skal dubbe internationale animations- og tegnefilm, bytter de ofte om på hvilke figurer, der indtales af henholdsvis mandlig eller kvindelig skuespiller - fx ved at give den røde flyvemaskine i tegnefilmen en drengestemme og den blå en pigestemme. De kontakter altid producenten og får som oftest grønt lys.

Dagens Næringsliv valgte at indsætte et internt optællings-element på forsiden af deres netavis, som talte antallet af kvinder afbilledet på avisens netforside. De skæve tal satte gang i en intern konkurrence mellem redaktionerne, og der kom hurtigt markant flere fotos af kvinder på sitet.

*“Som erhvervsmedie skal vi på den ene side bidrage til at give kvinder autoritet i kraft af deres position, men også udvide forestillingen om, hvordan autoritet kan se ud. Autoritet kan også være en ung kvinde i rosa kjole og leopardstøvler eller noget helt andet”*

- Ingeborg Volan, tidl. redaktør for publicering og visuel journalistik, Dagens Næringsliv

*“Nogle gange får vi kritik fra vores læsere omkring, hvordan vi visuelt præsenterer kvindelige erhvervsledere. Så spørger de: Ville I have gjort det sådan, hvis det var en mand? Og nej, sådan ville en mand ikke have set ud, men det er netop pointen”*

- Ingeborg Volan, tidl. redaktør for publicering og visuel journalistik, Dagens Næringsliv

*“Tit hører jeg undskyldningen; kvinderne vil aldrig være med på billeder. Men det vil de, hvis du henvender dig ordentligt og forklarer, hvorfor du gerne vil fotografere dem og til hvad”*

- Camilla Sylvan, redaktionsschef, Sydsvenskan



# TIPS

- ▶ Brug egne illustrationer/collager og tegninger som et frit rum til udforskning ift. repræsentation. Tænk over, hvordan du portrætterer forskellige typer af liv i forhold til køn, etnicitet, klasse eller andre parametre.
- ▶ Giv dig selv et benspænd og vend stereotyper på hovedet, når du skal finde fotos i arkivet.
- ▶ Tænk over, om der er forskel i portrættingen af mænd og kvinder på billeder og hvorfor.
- ▶ Vær bevidst om stereotyp farvevalg. Behøver søjlen i diagrammet, som repræsenterer kvinder, være lyserød/rød?
- ▶ Tæl også visuel repræsentation; hvilke kilder tages der fotos af? Du kan starte med at tælle på køn, men inkluder flest mulige parametre, da det giver det mest nuancerede overblik.
- ▶ Læg mærke til, hvem der får de fremtrædende fotoplaceringer. Er der et mønster ift. hvilke kilder der altid portrætteres på forsiden? Og hvem får aldrig de markante placeringer?



# OM PLURALISTERNE

PLURALISTERNE er en NGO, som arbejder for retvisende repræsentation i mediebildet og kulturlivet. Målet er at synliggøre samfundets diversitet ved at udvide rammerne for, hvem der har adgang til medierne og dermed den offentlige samtale. Motivationen er at højne den journalistiske kvalitet og demokratiske dækning ved at inkludere flere stemmer og perspektiver. PLURALISTERNEs arbejde fokuserer på løsninger, værktøjer og konkrete metoder.

PLURALISTERNE samarbejder med andre civilsamfundsorganisationer og har vejledt flere danske medier. Tilgangen er netværksbaseret, og projektet har siden 2016 brugt crowdsourcing til at samle og videreformidle oversete og nye profiler, kilder og eksperter. PLURALISTERNE er ved at etablere den intersektionelle kompetencedatabase, [Listotektet](#), som tilbyder journalister, redaktører og andre formidlere eller kulturelle aktører adgang til underrepræsenterede personer.

Periskop er PLURALISTERNEs best practice-projekt, som indhenter metoder og viden fra forskellige europæiske mediehusarbejde med repræsentation.

Projektet formidler løbende resultaterne af researcharbejdet i form af oplæg og workshops og udvikler værktøjer som fx denne håndbog.

Hvis du er redaktør, journalist eller lignende, kan du kontakte PLURALISTERNE og få hjælp og rådgivning til repræsentationsarbejde. PLURALISTERNE afholder både oplæg og workshops, udviklingsmøder med personer i ledelsespositioner og længere forløb med forskellige ydelser som fx. specifikke oplæg, deltagelse i redaktionelt arbejde, sparring og ideudvikling på enkelte produktioner/historier, aktiv kilderekuttering, analyse af repræsentationsmæssig status, optælling, evaluering og surveys m.m.

PLURALISTERNE samarbejder både med jer, som er helt nye ift. repræsentationsarbejde, og jer, som gerne vil optimere og udvide jeres værktøjskasse ift. repræsentation, diversitet og inklusion. Både oplæg, workshops og længere forløb tilpasses til jeres niveau og målsætning.

Læs mere: [pluralisterne.dk](http://pluralisterne.dk) - kontakt: [info@pluralisterne.dk](mailto:info@pluralisterne.dk)



PLURALISTERNE 

5 tilgange til repræsentationsarbejde -En håndbog til journalister - KILDER