

År 2064 blir det jämställt

En ny mätning av Cision och Rättviseförmedlingen visar att 70 procent av de som företräder svenska företag i nyheter och pressmeddelanden är män. Det är en förbättring med 2 procentenheter på fem år. I denna takt tar det 50 år innan vi når rättvis representation och andra än män får agera talesperson för sina företag.

50 år kvar tills Sverige speglas rättvist

En ny mätning från Cision och Rättviseförmedlingen visar att företag tenderar att i 70 procent av fallen lyfta män som talespersoner i sin pressinformation. Samtidigt vill många medieföretag se en förändring. Enligt en tidigare undersökning från Cision och Rättviseförmedlingen arbetar medieföretagen med målet att spegla Sverige så som det ser ut. Det innebär att kommunikatorerna, som ska hjälpa företagen med sin kommunikation, missar en unik chans att hjälpa media spegla Sverige. Fortsätter utvecklingen i denna takt dröjer det 50 år innan vi når en jämställd fördelning i hur ofta män respektive kvinnor får företräda sina företag.

"Företag som jobbar framgångsrikt med dessa frågor räknar, sätter mål och låter en bredd av personer få komma till tals. Vi vet sedan tidigare att sju av tio huvudpersoner i nyhetsartiklar är män. Nu får vi det bekräftat att representationen är precis lika skev i pressmeddelanden, men här finns en möjlighet att vara en del av en positiv förändring" säger Seher Yilmaz, ordförande för Rättviseförmedlingen.

Sport och ekonomi mer mansdominerade branscher än kultur och politik

Vilka som får komma till tals skiljer sig mycket mellan olika branscher. Inom sport var 95 procent av de som uttalade sig män. Inom branschen affärer och ekonomi var 71 procent av personerna som fick komma till tals män. En bransch som visade sig vara mer jämställd var kultur och nöje, där antalet män som uttalade sig var 58 %. Det samma gällde branschen politik där 56 procent av de som uttalade sig var män. Vår infografik visar hur det såg ut i de olika branscher som mättes.

"Syftet med undersökningen är inte att peka finger på något enskilt företag eller organisation. Snarare är syftet att för första gången göra en ansats att visa hur det faktiskt ser ut. Med utgångspunkt i hur det ser ut kan man därefter sätta mål för hur man vill att det ska se ut. De företag och organisationer som blir duktiga på detta tror jag kommer att ha en kommunikativ fördel framöver" säger Alexander Mason, Kommersiell chef Cision Skandinavien.

Våra tips till kommunikatör som vill jobba med rättvis representation

Rättviseförmedlingen och Cision har sammanställt tips till kommunikatörer som vill hjälpa media och samtidigt förmedla en rättvis bild av Sverige:

1. Mät
2. Sätt mål
3. Börja med det svåraste först
4. Leta expertkompetens extert
5. Följ upp ditt arbete

Tipsen, tillsammans med fördjupad information [finns att ladda ner här](#).

Fakta om mätningen

Mätningen har genomförts genom att titta på innehåll i publicerade nyheter på [nyhetssajten Cision News](#) under perioden 14-16 oktober 2009 och 14-16 oktober 2014. På nyhetssajten finns nyheter och pressmeddelanden som publicerats av företag och organisationer. Årets mätning fann att 568 personer uttalade sig totalt under perioden, där 395 var män (70 %) och 173 var kvinnor (30 %). Mätningen från 2009 visade att 421 personer uttalade sig under perioden och då var 304 av dessa män (72 %) och 117 kvinnor (28 %).

Så här har vi räknat

"Två procentenheter fler kvinnor får uttala sig i media under de fem åren som gått mellan våra två undersökningar (2009 och 2014). Nu i oktober 2014 skiljer det 20 procentenheter innan vi uppnått en 50/50 fördelning mellan de bägge könen. Det ger oss en förändringstakt på två procentenheter över fem år. Vi har antagit att förändringstakten är densamma framöver och då tar det Sverige 50 år innan det blir jämställt. Räkneexempel 2% (förändringstakten) 5 (antal år) * X (antal 5 år perioder till det blir jämställt) = 20%. X blir då 10 perioder. Vilket ger oss 5 år * 10 perioder = 50 år."*

Kontaktuppgifter:

Alexander Mason, Commercial Director för Cision Skandinavien. Tel: 073-345 16 00. Mail: alexander.mason@cision.com

Seher Yilmaz, Ordförande för Rättviseförmedlingen. Tel: 073-677 36 16. Mail: seher.yilmaz@rattviseformedlingen.se

Om Rättviseförmedlingen

Rättviseförmedlingen bygger sedan starten 2010 en modern folk rörelse. Idag är vi fler än 70 000 personer som ideellt samarbetar i sociala medier för att hjälpa projekt, organisationer och medier att hitta kompetens som kommit i skymundan. Vi efterlyser och tipsar om folk. Vår vision är att stereotypa föreställningar om kön, ursprung och fysiska förutsättningar inte ska begränsa människors möjligheter och rättigheter att göra vad de vill och kan. Målet är en rättvis representation som bättre avspeglar samhällets sammansättning av individer.

Om Cision

Cision är den ledande leverantören av kommunikationsverktyg inom IR och PR. Våra kunder använder Cision för att hantera alla delar i sin kommunikation – allt ifrån att identifiera viktiga medier och opinionsbildare till att nå ut med sina budskap, bevaka traditionella och sociala medier och utvärdera effekten av sin kommunikation. Cision finns i Europa, Nordamerika samt Asien.