

KØNSBALANCE OG MANGFOLDIGHED I MEDIEBRANCHEN

Oktober 2023

Forord

Den gode nyhed er, at arbejdet med mangfoldighed og kønsbalance ser ud til at spille en stadig større rolle for de danske medier. Den dårlige nyhed er, at man ikke kan spore resultaterne i tallene. Endnu.

Det er anden gang, at Danske Medier Research på vegne af DMJX og Nordisk Ministerråd har undersøgt kønsbalance og mangfoldighed i den danske mediebranche. Den første undersøgelse blev gennemført i 2021, så nu har man for første gang et sammenligningsgrundlag. Undersøgelsen er udført med støtte fra DMJX og efter inspiration fra Norge.

De to undersøgelser er en del af et tre-årigt projekt under Nordisk Ministerråd og har til formål at sikre bedre kønsbalance i den nordiske mediebranche - både i det journalistiske indhold og i de enkelte mediers organisationer.

Udfordringen - særligt i Danmark - er, at der findes meget lidt konkret viden om, hvordan kønsbalancen i mediebranchen reelt ser ud. Denne undersøgelse er et bidrag til, at det tomrum kan blive fyldt ud.

Når man dykker ned i tallene, er der sket en markant bevægelse fra 2021 til 2023, når det gælder mediers indsats med at øge mangfoldigheden. I 2021 svarede 46 % af medievirksomhederne, at de i høj grad arbejdede for at øge mangfoldigheden i forhold til køn. Dette tal er i 2023 steget til 58 %. 20 % af medierne har en skriftlig formuleret mangfoldighedspolitik for kønsbalance

Indsatsen afspejler sig dog ikke umiddelbart i tallene for den reelle udvikling af kønsfordelingen. Tallene har stort set ikke flyttet sig siden undersøgelsen fra 2021. Mens den totale medarbejdersammensætning i mediebranchen ligger på 47 % kvinder og 53 % mænd, viser kønsbalancen på ledelsesniveau fortsat samme

ubalance. 36 % af den øverste ledelse er kvinder, 64 % er mænd. Det gælder stadig, at overtallet af mænd stiger i takt med, at man bevæger sig op i ledelseshierarkiet.

Tendensen med en overrepræsentation af mandlige topledere er mest markant blandt de regionale/lokale medier. Her er 82 % af toplederne og 69 % af mellemlederne mænd. Generelt oplever vi dog, at der er øget opmærksomhed om ubalancerne - og vi ved, at forandring tager tid.

I vores mange samtaler med medieledere på tværs af Norden, har vi kunnet konstatere, at langt de fleste ønsker en bedre balance i deres ledelser og mere ligevægt i antallet af mandlige og kvindelige kilder - ud fra deisen om, at øget mangfoldighed gør det lettere at skabe innovation, tiltrække flere talenter og nye målgrupper. Og ikke mindst fordi man som medie ønsker at tage et samfundsansvar ved at sikre fair repræsentation af mænd og kvinder i både ledelse og indhold.

Vi håber, at de danske mediechefer vil lade sig inspirere af de opdaterede data og bruge dem til at reflektere over, hvordan kønsbalancen ser ud på deres eget medie - og bruge den viden til at sætte nye mål.

God læsning.

Gitte Rabøl & Marion Hannerup

Ansvarlige for projektet 'Bedre kønsbalance i den nordiske mediebranche', finansieret af Nordisk Ministerråd og DMJX

Sådan gjorde vi

- Spørgeskemaet blev sendt til Danske Mediers medlemmer og øvrige mediehusene herunder public service-medierne.
- Virksomhederne blev spurgt til mangfoldighed på tværs af køn, etnicitet, alder og funktionsevne.
- Undersøgelsen blev sendt til **180** medievirksomheder. I alt har **83** virksomheder bidraget til undersøgelsen med i alt **11.128** medarbejdere.
- Undersøgelsen omhandler ansatte personer og ikke årsværk.
- Virksomhederne blev kontaktet på e-mail i perioden august-september 2023.

Undersøgelsen er den anden af sin slags i en dansk kontekst, og det er derfor kun muligt at sammenligne udviklingen på området med resultaterne fra sidste undersøgelse i 2021, hvor den første måling blev foretaget.

Base for undersøgelsen

2021

100
Virksomheder

11.360
Ansatte i mediebranchen

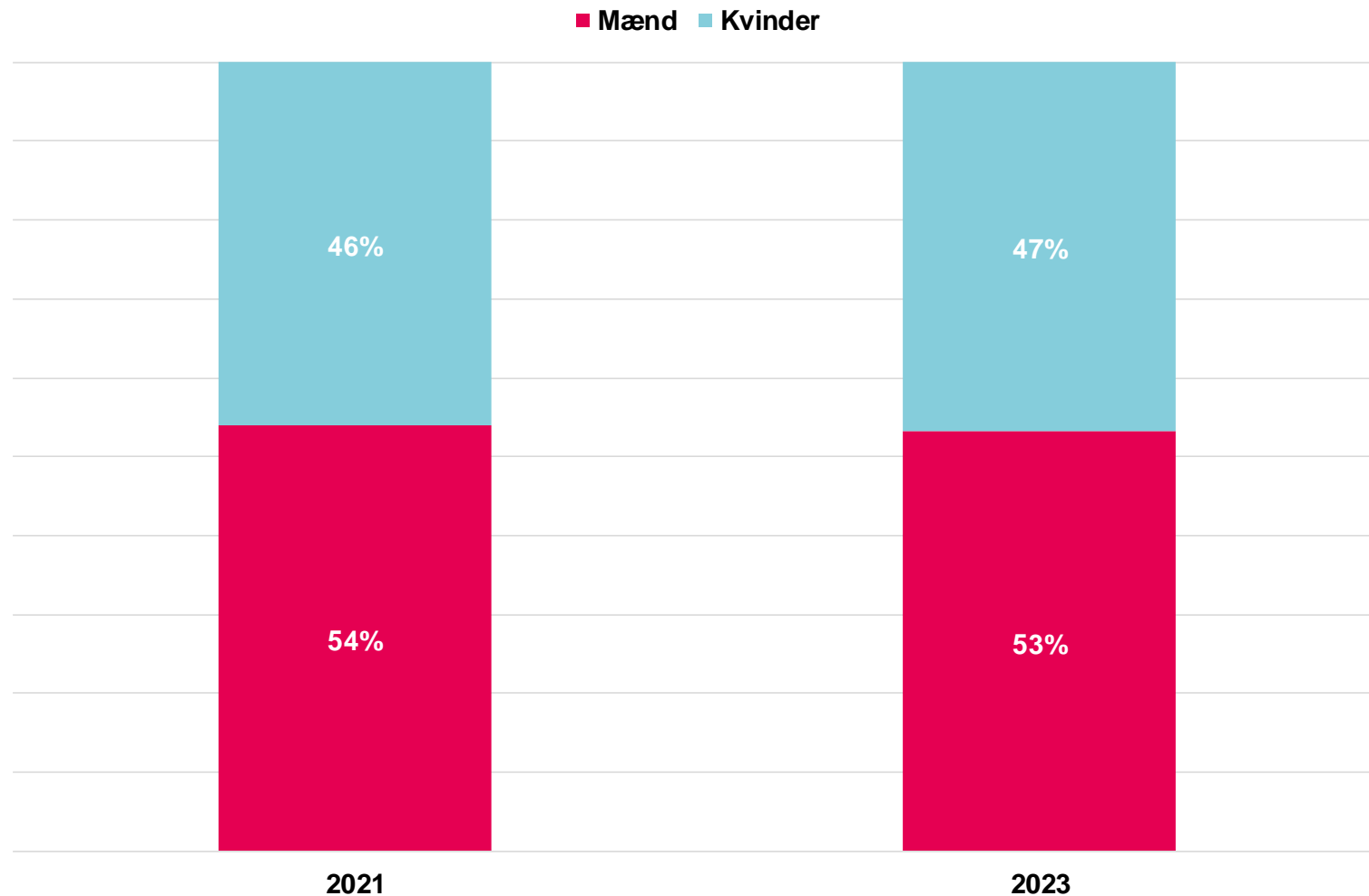


2023

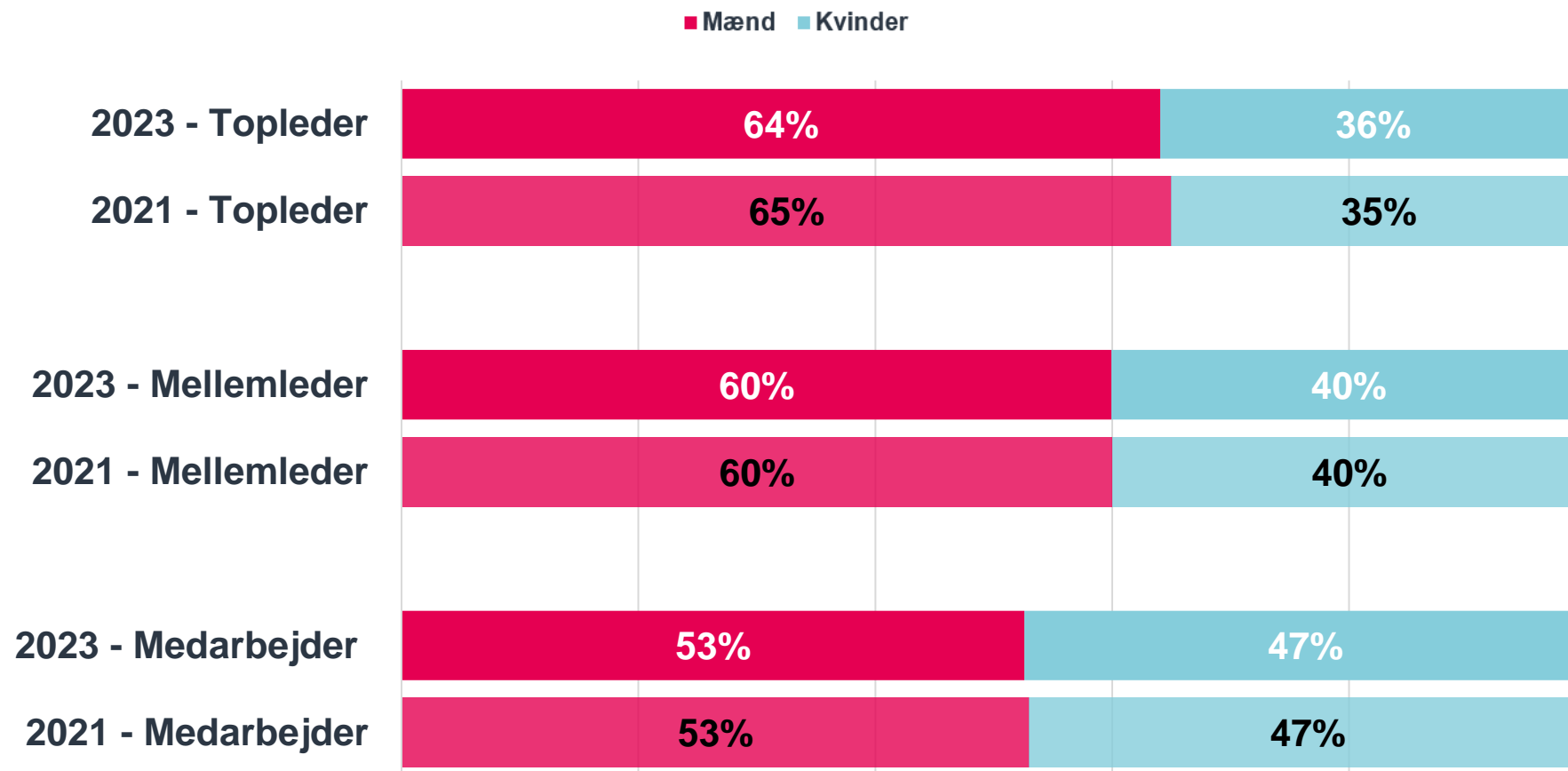
83
Virksomheder

11.128
Ansatte i mediebranchen

Udvikling i den samlede fordeling af mænd og kvinder i medievirksomheder fra 2021 til 2023



Ingen signifikant udvikling i ledelseslagene





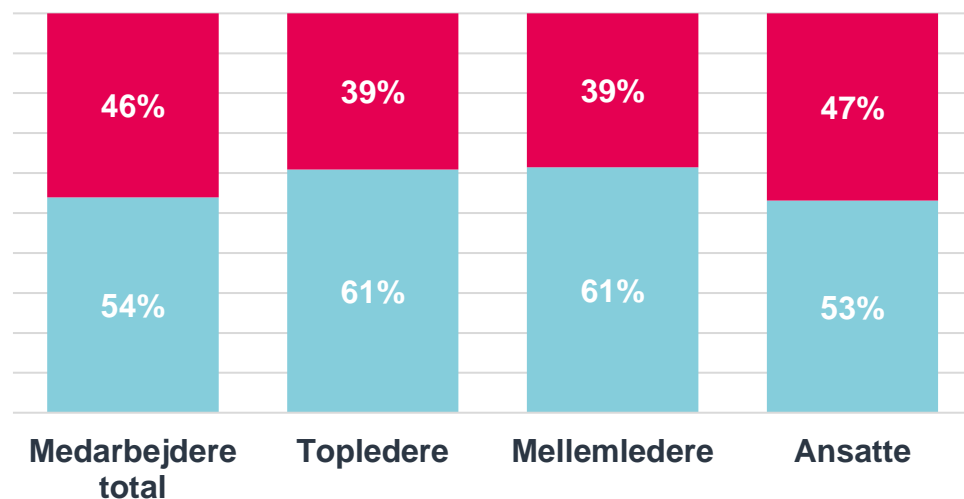
På tværs af virksomheder

Opdeling på store og mindre samt regionale/lokale og landsdækkende medievirksomheder

Færre kvindelige mellemledere i de større virksomheder

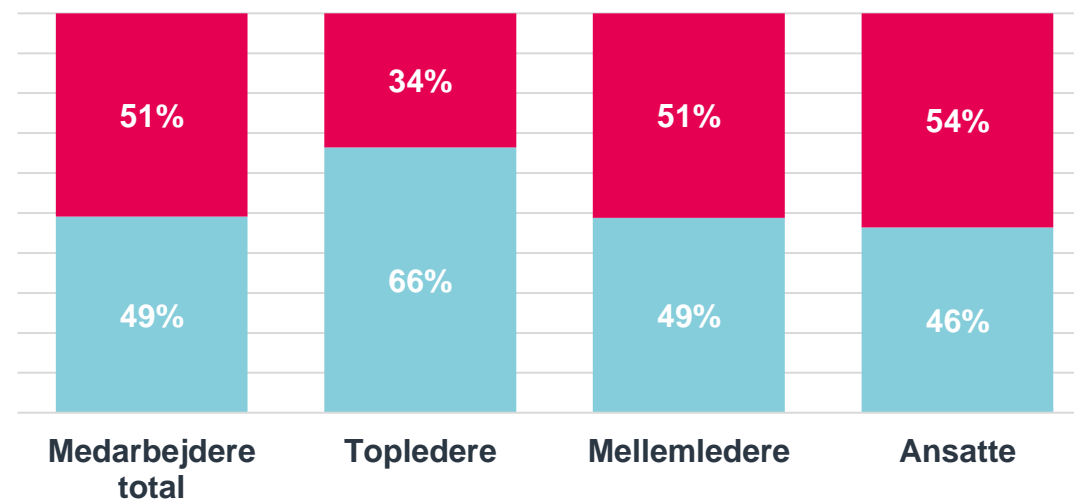
Virksomheder med flere end 100 ansatte

■ Mænd ■ Kvinder

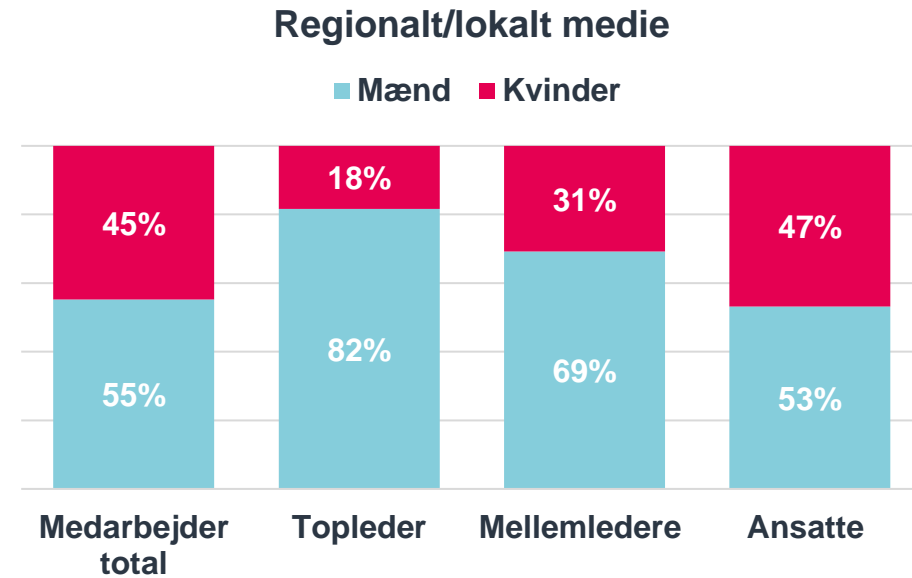
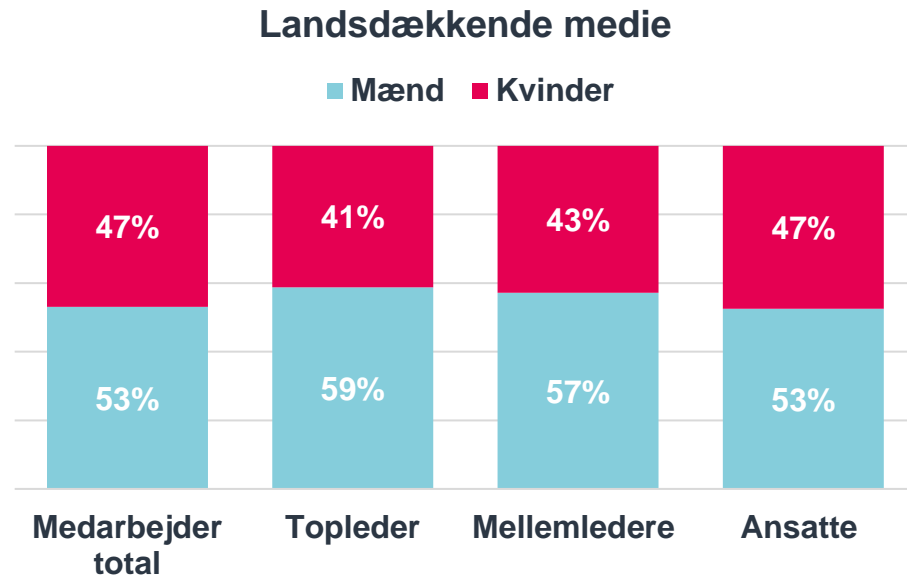


Virksomheder med færre end 100 ansatte

■ Mænd ■ Kvinder



Flere mandlige topledere på lokale og regionale medier



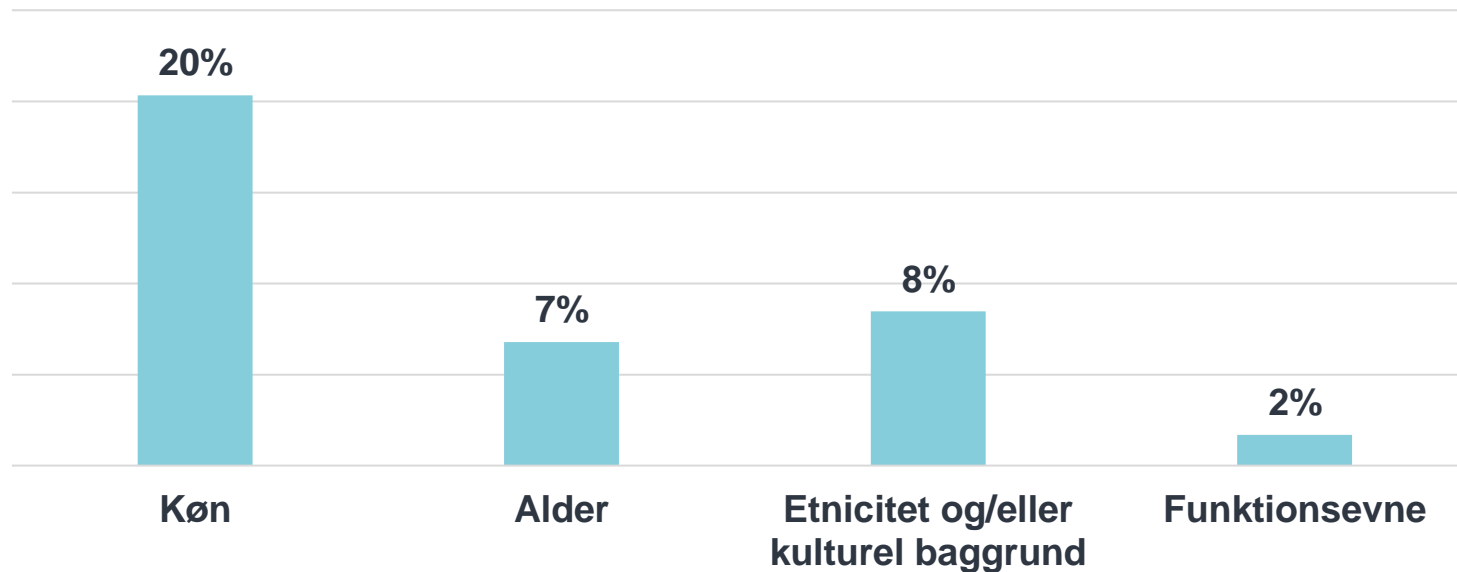
Vurdering af mangfoldighed

Virksomhederne er blevet bedt om på at vurdere deres
nuværende mangfoldighed, deres arbejde med
mangfoldighed og deres tilfredshed med
virksomhedens mangfoldighed



Flest medier har en skriftligt formuleret mangfoldighedspolitik for kønsbalance

Har svaret ja til spørgsmålet: Har virksomheden i dag en skriftligt formuleret mangfoldighedspolitik eller målsætning indenfor følgende områder?

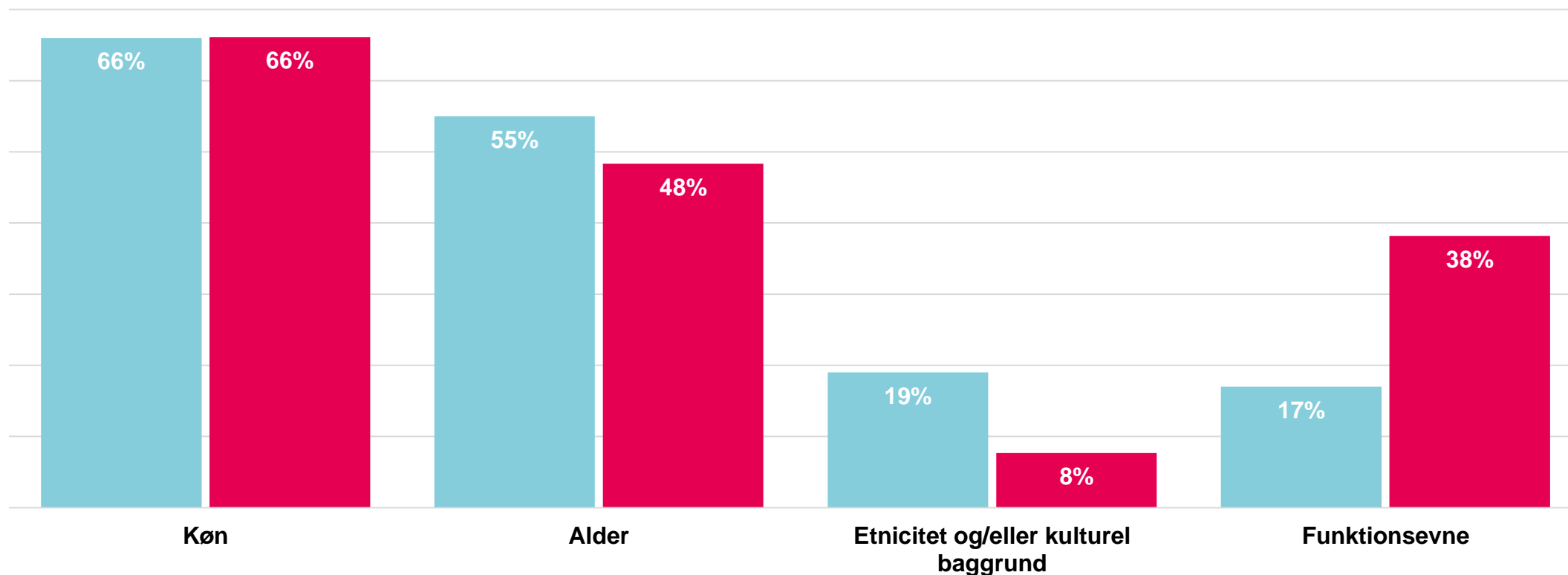


Vurderingen af mangfoldighed udvikler sig forskelligt

I hvilken grad vil du sige, at virksomheden samlet set har mangfoldighed inden for følgende områder?

Andel af besvarelser der befinder sig ml. 7-10 på en skala fra 1-10, hvor 1 er i meget lav grad og 10 er i meget høj grad.

■ 2021 ■ 2023

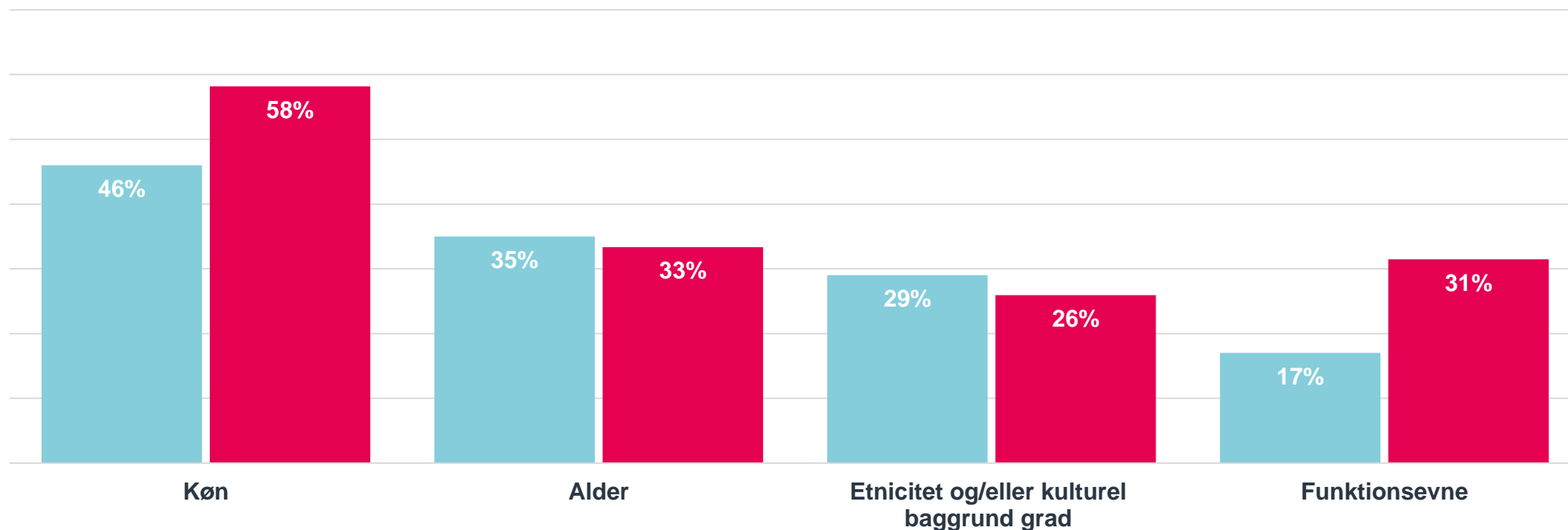


Øget indsats med at forbedre mangfoldigheden blandt kønnene

I hvilken grad vil du sige, at virksomheden arbejder for at øge mangfoldigheden inden for følgende områder?

Andel af besvarelser der befinder sig ml. 7-10 på en skala fra 1-10, hvor 1 er i meget lav grad og 10 er i meget høj grad.

■ 2021 ■ 2023

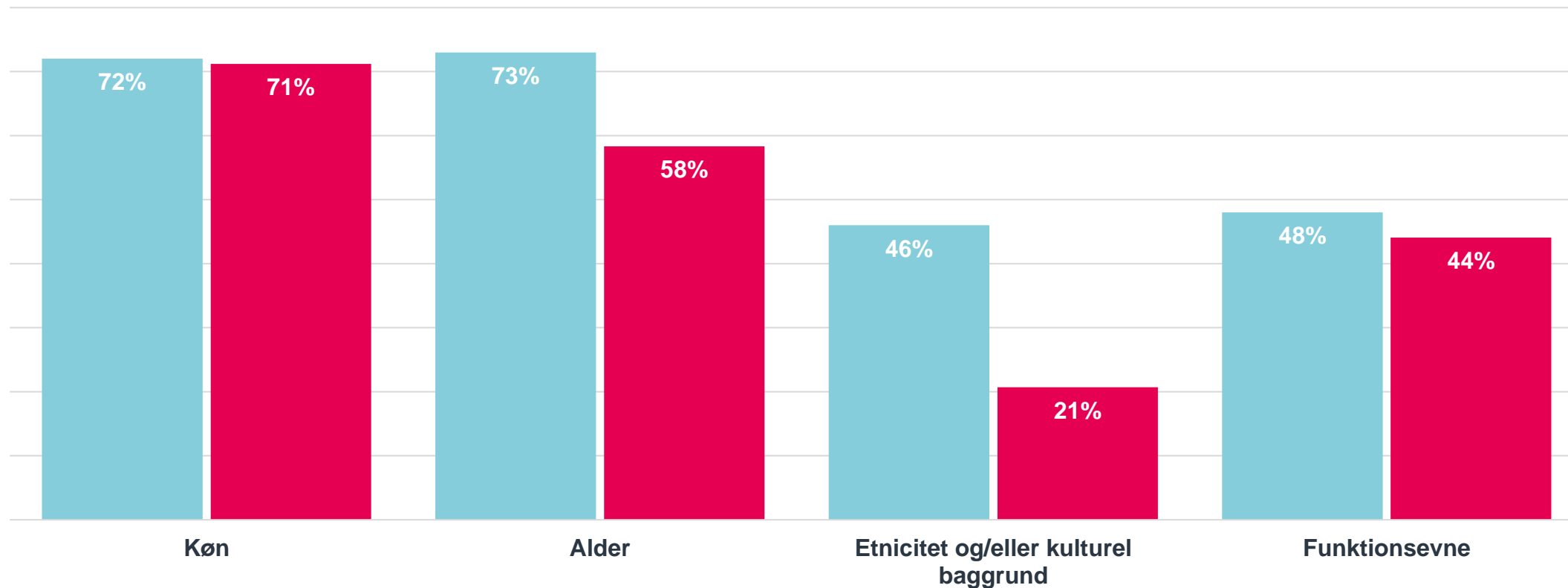


Faldende tilfredshed med mangfoldigheden i etnicitet og kulturelle baggrunde

Hvor tilfreds er virksomheden med den grad af mangfoldighed, der er i dag, inden for følgende områder?

Andel af besvarelser der befinder sig ml. 7-10 på en skala fra 1-10, hvor 1 er i meget lav grad og 10 er i meget høj grad.

■ 2021 ■ 2023



Udsagn fra medierne

● *"Altid et fokus i alle ansættelser, men hæmmet af at vi leverer til kunder, som forventer bestemte værter på produktioner til dem, så vi kan ikke bare selv vælge."*

- **Podcastproducent**

● *"Formuleret og kommunikeret målsætning om at have en lige fordeling af køn - blandt medarbejdere og ledere samt kilder."*

- **Udgiver af et regionalt/lokalt dagblad**

● *"Øget fokus på kvindelig ledere. Fokus på fleksibilitet (arbejde/privatliv). Fokus på en tryk arbejdsplads. Derfor har vi implementeret en række retningslinjer for at sikre en tryk arbejdsplads"*

- **Udgiver af et dagblad**

● *"En af de største udfordringer, vi oplever, er, at selv om vi ønsker at øge den etniske mangfoldighed, så den matcher det omkringliggende samfund, så oplever vi rekrutteringsgrundlaget som spinkelt. Branchen og uddannelsesinstitutionerne kan måske med fordel kaste sig ud i proaktivt at sikre større mangfoldighed på de relevante uddannelser."*

- **Udgiver af en netavis**

● *"Fået ekstern hjælp til at formulere stillingsopslag og nedsætte ansættelsesudvalg, som skal sikre bedre diversitet i ansættelser."*

- **Udgiver af et dagblad**

● *"Som lille selvstændig virksomhed er det sværere at tage chancer og lægge den ekstra indsats, der ofte kræver for at styrke mangfoldigheden. Det ville være dejligt, hvis man kunne søge en mangfoldighedspulje eller lignende, så man var mere risikovillig"*

- **Udgiver af et regionalt/lokalt dagblad**

Kontakt

Dennis Christensen, analysechef, Danske Medier

dch@danskemedier.dk