

# Könsskillnader i den visuella framställningen av politiker i nyhetsmedier

En kvantitativ innehållsanalys av hur de finländska partiledarna framställdes  
visuellt i tidningen Helsingin Sanomat inför riksdagsvalet 2019

Wilma Lassfolk

Statskunskap med medier och  
kommunikation

Avhandling för magisterexamen

Handledare: Tom Carlson och Jenny  
Lindholm

Fakulteten för samhällsvetenskaper,  
ekonomi och juridik

Åbo Akademi

Vasa, 2023

## Abstrakt

<b>Författare</b> Lassfolk, Wilma	Årtal: 2023
<b>Arbetets titel:</b> Könsskillnader i den visuella framställningen av politiker i nyhetsmedier. En kvantitativ innehållsanalys av hur de finländska partiledarna framställdes visuellt i tidningen Helsingin Sanomat inför riksdagsvalet 2019.	
Opublicerad avhandling för kandidatexamen i statskunskap med medier och kommunikation	Sidantal (tot.): 90
Vasa: Åbo Akademi. Fakulteten för samhällsvetenskaper, ekonomi och juridik.	
Ev. projekt inom vilket arbetet gjorts: -	
<b>Referat:</b> <p>Medieexponering och valseger sägs gå hand i hand och särskilt under de sista veckorna fram till valdagen. Speciellt för kvinnliga politiker är det viktigt med positiv synlighet, eftersom medieporträtteringen av dem i de flesta fall är mindre gynnsam än för manliga politiker. Väljarna skapar intryck och bedömer politiker genom visuella medel som publiceras av dem och därför är det viktigt för politikerna hur de porträtteras i nyhetsmedierna. Syftet med denna avhandling är att bidra med kunskap om hur nyhetsjournalistiken visuellt avbildar manliga respektive kvinnliga politiker. Den övergripande forskningsfrågan som avhandlingen söker svar på är:</p> <p>Hur skiljer sig den visuella nyhetsbevakningen av kvinnliga och manliga partiledare inför riksdagsvalet 2019 i Finland?</p> <p>En kvantitativ innehållsanalys tillämpades i studien och materialet som studeras är bilder som publicerades av de finländska partiledarna i dagstidningen Helsingin Sanomat under de åtta veckorna innan riksdagsvalet år 2019. Resultatet visar att det finns vissa könsskillnader i den visuella nyhetsbevakningen av partiledarna. När det kommer till mängden synlighet som</p>	

partiledarna fick skilja sig en hel del mellan könen, medan det i aspekter som sällskap i bilden, ansiktsdominans, privatliv och plats inte finns några könsskillnader.

**Sökord/indexord/nyckelord**

*Nyhetsmedier, politik, visuell framställning, könsskillnader, partiledare i Finland, riksdagsval 2019, Helsingin Sanomat*

# Innehåll

<b>1 Inledning</b> .....	<b>1</b>
1.1 Tematik och problematisering.....	1
1.2 Syfte och frågeställning.....	4
1.3 Avhandlingens disposition .....	5
<b>2 Studiens referensram</b> .....	<b>7</b>
2.1 Tidigare forskning om könsstereotyper i nyhetsbevakningen av politiker .....	7
2.1.1 Teoretiska utgångspunkter .....	7
2.1.2 Centrala undersökningsresultat .....	12
2.1.3 Sammanfattning .....	13
2.2 Könsstereotyper i bilder av politiker: tidigare forskning .....	15
2.2.1 Den visuella nyhetsbevakningen av politiker.....	15
2.2.2 Spår av könsstereotyper i politikernas bildmaterial .....	18
2.2.3 Sammanfattning .....	20
2.3 Aspekter för en empirisk analys av könsstereotyper i bilder i nyhetsbevakningen av politiker .....	22
2.4 Fallet Finland.....	25
2.5 Sammanfattning av referensramen och preciserade frågeställningar.....	28
<b>3 Metod och material</b> .....	<b>32</b>
3.1 Forskningsdesign och upplägg .....	33
3.1.1 Val av metod .....	34
3.1.2 Alternativa metoder.....	36
3.2 Val av material .....	38
3.3 Variabler och variabelvärden .....	41
3.3.1 Presentation av kodschema 1 .....	42
3.3.2 Presentation av kodschema 2 .....	45
3.4 Validitet och reliabilitet.....	47
3.5 Sammanfattning av metodkapitlet.....	49
<b>4 Resultat</b> .....	<b>51</b>
4.1 Utrymme och placering.....	51
4.2 Emotionella könsstereotyper .....	55
4.3 Strukturella könsstereotyper.....	56
4.4 Resultatsammanfattning .....	61
<b>5 Diskussion</b> .....	<b>65</b>
5.1 Resultatdiskussion.....	65
5.2 Metoddiskussion och framtida forskning .....	70
<b>Litteraturförteckning</b> .....	<b>73</b>



## Tabeller

<b>Tabell 1.</b> Analysschema för kodning av könsstereotyper utifrån Carpinella och Bauers (2021) studie.....	19
<b>Tabell 2.</b> Tolkningsregler för känslor i bilder.....	45
<b>Tabell 3.</b> Antalet partiledarbilder och deras utrymme (cm <sup>2</sup> ) fördelat enligt partiledarkön.....	52
<b>Tabell 4.</b> Bildens placering och storlek på första sidan (%) .....	54
<b>Tabell 5.</b> Förekomsten av känslouttryck i avbildade partiledaransikten per kön (% och antal inom parentes) .....	55
<b>Tabell 6.</b> Förekomsten av dominerande partiledaransikten i fotografierna per kön (% och antal inom parentes) .....	57
<b>Tabell 7.</b> Partiledarens sällskap i fotografierna (%) .....	58
<b>Tabell 8.</b> Platsen som partiledarna befinner sig på i fotografierna (%) .....	59
<b>Tabell 9.</b> Kontext i vilken fotografiet är taget (%) .....	61
<b>Tabell 10.</b> Sammanfattning av hur de centrala resultaten förhåller sig till de teoretiska antagandena.....	65

## Figurer

<b>Figur 1.</b> Överblick över centrala aspekter för en empirisk analys av könsstereotyper i bilder i nyhetsbevakningen av politiker.....	22
---	----

## Bilder

<b>Bild 1.</b> Exempel på en bild i undersökningsmaterialet där partiledaransiktet är dominerande.....	44
<b>Bild 2</b> Exempel på ett leende politikeransikte i undersökningsmaterialet.....	46
<b>Bild 3.</b> Exempel i undersökningsmaterialet på ett partiledaransikte som visar ilska.....	47
<b>Bild 4–6.</b> Exempel på bilder av partiledare där ansiktet är dominerande i bilden.....	57
<b>Bild 7–9.</b> Exempel på fotografier där partiledare har sällskap av en annan politiker.....	59

# 1 Inledning

I detta kapitel presenteras bakgrunden till och valet av tema för föreliggande avhandling. Därefter presenteras avhandlingens syfte och forskningsfrågor. I slutet av kapitlet redogörs för avhandlingens disposition.

## 1.1 Tematik och problematisering

Denna magisteravhandling undersöker om det finns skillnader i den visuella framställningen av kvinnliga och manliga politiker i nyhetsmedier. I avhandlingen kommer det även att diskuteras om stereotyper kopplade till kön syns i den visuella rapporteringen av kvinnliga och manliga politiker i nyhetsmedierna.

Kvinnlig representation i politiken är viktig, inte bara för kvinnorna själva, utan även för andra människor i samhället. Många forskare anser att kvinnor är mer benägna att bli politiskt medvetna och intresserade om de lever i ett samhälle där kvinnor uppmuntras att kandidera och inneha offentliga uppdrag (Burns et al., 2001). Till exempel när tonårsflickor ser kvinnliga politiker i nyheterna tenderar de att bli mera politiskt engagerade (Campbell & Wolbrecht, 2006). Kvinnor är också mer benägna att vara intresserade av politiska kampanjer om kvinnor är med och tävlar om inval (Burns et al., 2001). Forskare anser även att en kvinnlig kandidat till eller innehavare av ett statligt, offentligt ämbete kan räcka för att halvera skillnaden i politiskt intresse och kunskap mellan könen (Burns et al., 2001). Om kvinnor skulle vara lika mycket representerade i politiken som män skulle dessutom de skillnader som finns gällande politiskt deltagande mellan könen försvinna (Burns et al., 2001).

I dagens politik har medier en roll som nästintill kan beskrivas som allsmäktig, eftersom det är till medier de flesta väljare vänder sig för att skaffa information om politikerna (van der Pas & Aaldering, 2020). Därför är många politiker övertygade om att uppmärksamhet i medierna är avgörande för deras valframgång och framtida karriärer och som ett resultat av detta betraktar politiker själva det att vara i pressen som ett politiskt ”på liv och död”-beslut (Van Aelst et al., 2008).

Medieexponering och valseger sägs även av forskare gå hand i hand (Van Aelst et al., 2008). Särskilt under de sista veckorna fram till valdagen anses mediebevakning under hela valkampanjen vara avgörande för valresultatet (Harrop, 1987, refererad i Van Aelst et al., 2008). Denna tankegång är starkt inspirerad av data som visar att en hög andel av väljarna väljer att skjuta upp att fatta sitt slutgiltiga beslut till de sista veckorna innan valdagen eller till och med bestämmer sig först på valdagen (Willocq, 2019). I exempelvis Belgiens nationella valundersökning efter ett val i början av 2000-talet visade resultatet att över hälften av alla väljare fattade sitt slutgiltiga beslut under själva valkampanjen (Swyngedouw et al., 2004, refererad i Van Aelst et al., 2008). Därför är det inte så överraskande att politikerna anser att varje sekund av (gynnsam) medieexponering hjälper till med att dra den väljare som ännu inte har bestämt sig för hur hen ska rösta till deras sida (Van Aelst et al., 2008).

Speciellt för kvinnliga politiker är det viktigt att få positiv synlighet i nyhetsmedierna, eftersom medieporträtteringen av kvinnliga kandidater ofta är mindre gynnsam än för deras manliga motsvarigheter (Lassfolk, 2021). Negativ mediebevakning kan skada kvinnliga kandidaters utsikter att vinna val och äventyra de poster som en kvinnlig politiker redan besitter (van der Pas & Aaldering, 2020), eftersom den journalistiska uppmärksamhet som kvinnliga kandidater får fokuserar mer på deras politiska livskraft än på deras politiska ställningstaganden (Kahn & Goldenberg, 1991). Kahn (1994) studerade 47 olika val runt om i delstaterna i USA på 80-talet och såg störst skillnader mellan manliga och kvinnliga kandidater i senatsvalen, speciellt när det kommer till mängden synlighet i nyhetsmedier. Kvinnliga kandidater fick nästan 20 procent mindre synlighet i nyhetsmedierna än sina manliga motsvarigheter och den synlighet som kvinnorna fick var oftast negativ (Kahn, 1994).

I modernare tid har liknande studier gjorts i både USA och Europa. van der Pas (2022) undersökte om skillnader i mäns och kvinnors politiska ställning och bakgrund är orsaken till den könsskillnad som förekommer i nyhetsrapporteringen av politiker i europeiska länder. Resultaten i studien stöder uppfattningen att kvinnliga parlamentariker i Europa får mindre bevakning i medierna än sina manliga kollegor även efter att hänsyn tagits till individuella variationer (van der Pas, 2022). Skillnader i mediebevakningen av kvinnliga och manliga politiker har studerats i flera delar av



världen men det finns ett klart fokus på USA och Kanada eftersom majoriteten av studierna berör mediebevakningen i dessa länder (van der Pas & Aaldering, 2020).

Förutom att det finns skillnader mellan kvinnliga och manliga politiker när det kommer till hur mycket synlighet de får i nyhetsmedierna, finns också skillnader i vilken typ av synlighet de olika könen får. Könsstereotyper spelar roll här genom att kvinnor är stereotypt kopplade till egenskaper som att de är varma, snälla och passiva medan män kopplas till egenskaper som tuffhet, aggressivitet och påstridighet (Huddy & Terkildsen, 1993). I politiken kan detta synas i vilka sakfrågor som politikerna förknippas med. En kvinnlig politiker får ofta ansvara för politiska frågor som berör sjukvård och familj medan en manlig politiker får politiskt förtroende i frågor såsom ekonomi och försvar (Huddy & Terkildsen, 1993). Den mediala uppmärksamhet som kvinnliga politiker får är ofta riktade mot deras personliga bakgrund, civilstånd och barn (eller brist på sådana) och det kan ses som en återspeglning av den stereotyp som förknippar kvinnor med privatlivet och ansvarstagande i omsorgsfrågor (van der Pas & Aaldering, 2020).

Det finns ett stort outforskat område när det kommer till att systematiskt undersöka skillnader mellan hur kvinnliga och manliga politiker framställs visuellt i nyhetsmedier. I stället har en hel del forskning gjorts som har sett på hur politiker framställs i textform i nyhetsmedier (Irerer, & Ochieng, 2020; Muri, 2005) och hur politiker framställs och framställer sig själva på sociala medier (Farkas & Bene, 2021; Zhuravskaya et al., 2020). Det är därmed viktigt att undersöka den visuella aspekten i fråga om hur politiker framställs i nyhetsmedier eftersom väljare skapar intryck och bedömer politiker genom visuella intryck (Lalancette & Raynauld, 2019). När människor gör valbedömningar söker de specifikt efter vissa egenskaper hos politiska ledare såsom ärlighet, intellekt, vänlighet, uppriktighet och pålitlighet. Bildhanteringsstrategier kan här användas för att skapa intryck av att politiker har dessa egenskaper (Lalancette & Raynauld, 2019).

Människor tar även till sig visuell information innan de sekundärt bearbetar auditiv eller textuell information (Paivio 1979, refererad i Bauer & Carpinella, 2018). Under formella omständigheter som politiska debatter är människor ofta beroende av visuell information när de skapar intryck av andra (Grabe & Bucy, 2009). I tv-nyheter ges

tittarna möjligheten att noggrant analysera ansikten och kroppsspråk när politikerna talar och även se kandidaternas sociala interaktioner under avgörande debatter (Grabe & Bucy, 2009). Med tanke på vikten av visuellt material i medierna är det högst troligt att väljarna kommer att dra slutsatser om kandidaternas frågeprioriteringar och ledarskapsförmåga baserat på mediernas användning av visuellt material (Bauer & Carpinella, 2018). Studier tyder på att åtminstone under avgörande demokratiska perioder, såsom val, bevakar tv politiker mer genom visuella framställningar än genom deras verbala kommentarer (Dumitrescu, 2016).

## 1.2 Syfte och frågeställning

Utifrån det ovanstående är det huvudsakliga syftet med denna avhandling är att bidra med kunskap om hur nyhetsjournalistiken visuellt avbildar manliga respektive kvinnliga politiker. Valet av temat grundar sig på att det fortfarande finns skillnader mellan könen i den visuella framställningen av politiker (Dan & Iorgoveanu, 2013). Syftet ska här uppnås genom att empiriskt studera visuell avbildning av manliga och kvinnliga politiker i nyhetsjournalistik i Finland.

Den övergripande fråga som avhandlingen därvidlag söker svar på är den följande:

- Hur skiljer sig den visuella nyhetsbevakningen av kvinnliga och manliga partiledare inför riksdagsvalen 2019 i Finland?

I ljuset av den referensram som presenteras i följande huvudkapitel (2) kommer den övergripande frågeställningen att preciseras i form av empiriska forskningsfrågor.

I denna studie har jag valt att svara på forskningsfrågan i ett finländskt perspektiv. Orsaken till detta val grundar sig på att de nordiska länderna delar en könsegalitär politisk kultur som kännetecknas av en hög andel kvinnliga parlamentariker. I Norge röstades rekordmånga kvinnor in i det nationella parlamentet Stortinget år 2021 (Tjoflot et al., 2021). Efter riksdagsvalet 2019 i Finland var andelen kvinnor i riksdagen 47 procent och om man jämför med kongressen i USA vid samma tidpunkt innehades knappt 24 procent av platserna av kvinnor (Lindholm et al., 2021).

Mot bakgrunden av denna kunskap om Finland är kanske förväntningen att könsstereotypisering hos allmänheten, liksom hos journalister, ska vara tämligen låg i landet. Men enligt en studie gjord av Lefkofridi et al. (2019) visar resultatet att det till viss del ännu finns politiska könsstereotyper bland de finska väljarna, även om de har minskat med tiden och är mindre uppenbara än till exempel jämfört med amerikanska väljare. Enligt data från 2012 anser 51,3 procent av finländarna att manliga politiker är mer bestämda än kvinnliga, vilket är en egenskap som stereotyp förknippas med män (Lefkofridi et al., 2019). Totalt 1,5 procent tror att bestämdhet är en egenskap som är vanligare hos kvinnor medan 47,2 procent tror att det är en egenskap som delas av båda könen (Lefkofridi et al., 2019).

Ytterligare en aspekt som de nordiska länderna har gemensamt är att deras invånare är internationellt sett stora nyhetskonsumenter och har ett högt förtroende för det som nyhetsmedier publicerar. I den senaste utgåvan av "Digital News Report 2022" framkommer det att Finland har det största medborgerliga förtroendet för nyheter bland de nordiska länderna (Newman et al., 2022). Därmed stärks påståendet om att det är viktigt för politikerna att få (gynnsam) synlighet i nyhetsmedierna för att det ökar deras chanser att lyckas med sina politiska karriärer (Van Aelst et al., 2008) och kopplas till Finland där invånarna har stor tillit till sina nyhetsmedier.

För att besvara den forskningsfråga som ovan formulerades har jag gjort en innehållsanalys av bilder som publicerats i nyhetspress under åtta veckor inför riksdagsvalet år 2019. De politiker som jag valde att studera är de som var partiledare under den bestämda tidsperioden.

### 1.3 Avhandlingens disposition

Den fortsatta dispositionen är den följande. I nästa kapitel (kapitel 2) presenteras studiens referensram där jag tar upp vad vi rent allmänt känner till om ämnet som ska studeras. Teoretiska utgångspunkter och resultat i tidigare forskning går igenom och kapitlet mynnar ut i ett analyschema för en empirisk analys av könsstereotyper i bilder i nyhetsbevakningen av politiker. Bakgrund för valet av Finland som fallet för min empiriska studie presenteras också.

Kapitel tre presenterar den valda metoden och materialet för den empiriska undersökningen. Studiens resultat avhandlas i kapitel fyra och i det femte kapitlet diskuteras studiens resultat och metod. Förslag på vidare forskning ges också här.

## 2 Studiens referensram

I detta kapitel presenteras tidigare forskning som gjorts angående tematiken för denna avhandling. Först redogörs för tidigare forskning som gjorts kring könsstereotyper i nyhetsbevakningen av politiker. Sedan avgränsas området och vi ser på könsstereotyper i bilder av politiker i nyhetsmedier. Utgående från tidigare forskning utvecklas sedan en egen teoretisk modell – ett analytiskt schema – för vad som ska undersökas. Det redogörs också kort för fallet Finland som denna avhandling riktar in sig på och till sist sammanfattas kapitlet där avhandlingens frågeställning preciseras.

### 2.1 Tidigare forskning om könsstereotyper i nyhetsbevakningen av politiker

Detta kapitel summerar tidigare forskning utgående från dels teoretiska utgångspunkter (könsstereotypers roll för bevakningen av manliga och kvinnliga politiker), dels centrala resultat.

#### 2.1.1 Teoretiska utgångspunkter

Varför kan nyhetsmediernas bevakning av manliga och kvinnliga politiker skilja sig åt? Den frågan ställde sig Daphne Joanna van der Pas och Loes Aaldering (2020) när de i en systematisk litteraturstudie skulle undersöka om det finns skillnader i hur manliga och kvinnliga politiker framställs i nyhetsmedier, samt om det finns könsstereotyper i bevakningen. De identifierade tre primära mekanismer som kan få nyhetsskapare att ägna olika uppmärksamhet åt manliga och kvinnliga politiker: nyhetsvärdets raritet, nätverk och stereotyper (van der Pas & Aaldering, 2020).

Journalister väljer för det första enligt nyhetsvärderingar vad de ska rapportera om (Harcup & O'Neill, 2001). I studier gjorda av Kahn (Kahn, 1994; Kahn & Goldenberg, 1991) föreslog hon att, eftersom kvinnor i politiken fortfarande var något ovanligt i USA vid den tiden, kunde de anses ha mera nyhetsvärde. Tvärtemot förväntningarna visade hennes resultat att kvinnliga kandidater som eftersträvade inval i den amerikanska senaten faktiskt fick mindre mediebevakning än manliga kandidater.

För det andra kan en komponent som bidrar till könsskillnader i nyhetsexponering vara könstillgång till nätverk (Hooghe et al., 2015). I de flesta länder är politisk journalistik främst ett manligt yrke. Journalister har fasta kontaktlistor och interagerar vardagligt med politiker både under och efter arbetstid. Om journalister föredrar att informellt interagera med personer av samma kön kan detta få den manliga majoriteten av journalister att lättare närma sig en manlig politiker som källa till en berättelse, vilket ökar synlighet för manliga politiker i nyheterna (van der Pas & Aaldering, 2020).

För det tredje kan män på grund av förutfattande meningar inom politiken få mer uppmärksamhet i medier. Det finns stereotyper som grundar sig på att alla medlemmar i en grupp ges samma egenskaper, trots eventuella variationer i egenskaper mellan gruppmedlemmarna (Aronson, 2004, refererad i van der Pas & Aaldering, 2020). Stereotyperna kan vara både föreskrivande och beskrivande, till exempel genom att beskriva mäns och kvinnors egenskaper och uttrycka hur de borde vara. Män ses vanligtvis förkroppsliga handelskraftiga egenskaper som dominans, aggressivitet, ambition, beslutsamhet och självsäkerhet medan kvinnor anses förkroppsliga mera omhändertagande egenskaper som att vara lojal, känslomässig, vänlig, hjälpsam, varm och vårdande (Eagly & Karau, 2002).

Politiskt ledarskap är ofta kopplat till maskulinitet och stereotyp för kvinnor är att de har ett privatliv medan män har ett offentligt liv (O'Neill et al., 2011). Journalister kan se mäns politiska kandidaturer som mer politiskt livskraftiga än kvinnors på grund av den maskulina betydelsen av ledarskap och uppfattningen att politiska roller kräver handlingsinriktade egenskaper. Det är möjligt att journalister kommer att ägna större uppmärksamhet åt manliga kandidater än till deras kvinnliga motsvarigheter i annars jämförbara situationer, eftersom trovärdiga kandidater anses vara mer relevanta att bevaka på grund av maktens nyhetsvärde (van der Pas & Aaldering, 2020).

Av dessa tre mekanismer som van der Pas och Aaldering (2020) listade i sin studie är det könsstereotyperna som är intressanta för mig i denna avhandling. En persons uppsättning av antaganden om egenskaper eller egenskaper hos en grupp är en stereotyp, enligt Judd och Park (1993) som på basis av flera studier har tagit fram denna definition. Stereotyper behöver inte alltid vara dåliga; till exempel är

uppfattningen att revisorer är bra på siffror en stereotyp, men ingen negativ sådan. Stereotyper behöver inte vara felaktiga för det kan vara sant att revisorer är ganska bra på siffror. Generellt skiljer sig stereotypa egenskaper en grupp från en annan. Stereotyper representerar skillnaderna mellan grupperna, eftersom särdraget uppfattas som mer eller mindre framträdande i denna grupp i motsats till andra jämförbara grupper (Judd & Park, 1993).

Enligt Ellemers (2018) är könsstereotyper en form av stereotyper som beskriver hur män och kvinnor ska vara och bete sig i livets olika områden samtidigt som de beskriver vanliga skillnader mellan män och kvinnor. Även om män och kvinnor delar många egenskaper, preferenser och mål placerar dessa stereotypa antaganden dem i olika kategorier. Det kanske är lättare att förstå hur könsstereotyper relaterar till könsskillnader i samhället om det tas hänsyn till deras härkomst och påföljder. Könsstereotyper hjälper till att upprätthålla och etablera könsskillnader som gör att människor ser olika på män och kvinnor (Ellemers, 2018).

Enligt Huddy och Terkildsen (1993) är egenskaper hos en typisk kvinna att hon är varm, mild, snäll och passiv. Medan en stereotypisk man är tuff, aggressiv och påstridig och i politiken kan detta synas gällande inom vilka sakfrågor politikerna antas vara kompetenta. En kvinnlig politiker förknippas ofta med politiska frågor som berör sociala frågor såsom sjukvård och familj medan en manlig politiker får förtroendet i frågor som berör ekonomi och militär (Huddy & Terkildsen, 1993). I Coffés studie (2013) framkom det att kvinnor har ett större intresse för lokala frågor än männen medan män är mer intresserade av nationella och internationella frågor. Campbell och Winters (2008) kom i sin studie fram till att kvinnor är mer intresserade av utbildningsfrågor än männen.

Det finns också könsstereotyper hos journalister som kan komma sig till uttryck i deras nyhetsbevakning av politiker. I allmänhet interagerar manliga politiker mera med politiska journalister mer än med sina kvinnliga motsvarigheter (Aalberg & Strömbäck, 2011). Aalberg och Strömbäck (2011) påpekar att om att anstränga sig för att nå ut till medierna är avgörande för att få exponering, ökar detta möjligheter till en cirkel av händelser där könsskillnader i medierelationer leder till könsskillnader i hur politiken bevakas av nyhetsmedier. Dessutom kan en journalist vara mer medveten om

en politikers kön på grund av att det finns få kvinnor inom politiken jämfört med män. Av detta följer att om politikern är en kvinna, kan medierna tydligt lyfta fram hennes könstillhörighet oftare.

I de flesta länder är det dessutom vanligare att män arbetar som journalister än kvinnor och det är även fler manliga journalister som har större intresse för att rapportera om politik (Aalberg & Strömbäck, 2011; van der Pas & Aaldering, 2020). Men enligt van der Pas och Aaldering (2020) handlar det hela om att ”om en stereotyp aktiveras och appliceras på en politiker i journalistens sinne kommer beskrivningen av den politikern sannolikt att vara mer i linje med stereotypen” (s. 119). Dessa förutfattade meningar kan resultera i två skillnader i hur manliga och kvinnliga politiker framställs i nyhetsmedierna: *mängden (kvantitet) synlighet* och *typen av (kvalitet) bevakning* (van der Pas & Aaldering, 2020).

På grund av förutfattade meningar kan män inom politiken få mer uppmärksamhet i medierna, eftersom journalister kan se mäns kandidaturer som mer framgångspotentiella än kvinnors på grund av den maskulina konnotationen av ledarskap och uppfattningen att politiska roller kräver handlingsinriktade egenskaper (van der Pas & Aaldering, 2020). För tio, tjugo år sedan var kvinnorna verkligt underrepresenterade i nyheterna och då var det också mera sällsynt att kvinnor innehade olika politiska poster. Denna trend har så småningom börjat förändras. I en undersökning av O’Neill et al. (2016) av den brittiska pressens bevakning av brittiska politiker fann de att även om det allt oftare finns kvinnor på politiska poster hämmas dessa framsteg av att kvinnliga politiker får mindre synlighet och hörs mindre i den brittiska pressen. En orsak till detta är att politiskt ledarskap ofta är kopplat till maskulinitet (Koenig et al., 2011) och stereotyp för kvinnor är att de har ett privatliv medan män har ett offentligt liv (O’Neill et al., 2016). Män passar in i kulturella ledarskapskonstruktioner bättre än kvinnor och har därmed bättre tillgång till ledarroller och står inför färre utmaningar när det gäller att bli framgångsrika i dem (Koenig et al., 2011).

Det finns också könsstereotyper kopplade till hurdan bevakning politikerna får. Enligt van der Pas och Aaldering (2020) kan könsstereotyper direkt återspeglas i mediebevakningen. Journalisters skildringar av en politiker kommer sannolikt att



överensstämma mer med stereotypen, om stereotypen aktiveras och appliceras på den politikern i fråga. Därför har det förutspåtts att nyhetsmakare kommer att karakterisera kvinnliga politiker mer frekvent med kvinnliga drag, medan manliga politiker vanligtvis kommer att beskrivas med maskulina egenskaper (van der Pas & Aaldering, 2020).

Som nämndes tidigare innehåller könsstereotyper inte bara egenskaper utan även vissa färdigheter vad gäller kompetens att sköta olika områden av politiska frågor. Kvinnor tros vara bättre på att hantera ”mjuka” empati-relaterade frågor som utbildning och hälso- och sjukvård medan männen tros vara bättre på att hantera ”hårda” frågor som utrikespolitik (Huddy & Terkildsen, 1993). Därför kan politisk nyhetsrapportering återspegla dessa problemstereotyper genom att fokusera på ”maskulina angelägenheter” för män och ”kvinnliga frågor” för kvinnor. Dessutom, eftersom ledarskap förknippas med män, har det antagits att kvinnor i politiken kommer att få mindre uppmärksamhet för sina ledaregenskaper (van der Pas & Aaldering, 2020).

Den beskrivande maskulina stereotypen av ledarskap kan få nyhetsskapare att uppfatta kvinnliga kandidater som att de har mindre chans att nå politisk framgång och därför kan nyhetsskaparna fokusera mer på att rapportera om kvinnliga kandidaters politiska livsduglighet. Detta genom att betona frågan om hurdana chanser en kvinnlig kandidat har att vinna valet (s.k. hästkapplöpningsbevakning), kan de även diskutera hennes yrkesbakgrund och meriter mer och negativt karakterisera hennes livskraft (van der Pas & Aaldering, 2020). Dessutom, om kandidater ses som mer livskraftiga skulle journalister kunna ge dem fler möjligheter att direkt tilltala sina väljare och som ett resultat citeras manliga politiker mer direkt (i stället för att omskriva dem). På grund av detta förväntas det nu att kvinnliga politiker skulle få mer bevakning av sina chanser att nå politisk framgång eller hästkapplöpningsbevakning, yrkesmeriter och framgångsbenägenhet samt mindre direkta citat i medierna (van der Pas & Aaldering, 2020).

En annan aspekt som kopplar könsstereotyper till skillnader i kvalitén av bevakningen av politiker i nyhetsmedierna handlar om privatliv kontra offentligt liv. Det finns många förväntningar på personinriktad bevakning när det kommer till kvinnliga politiker på grund av stereotypen att kvinnor är utestängda från det offentliga livet och

politiken. Mediernas ökade uppmärksamhet på kvinnliga politikers personliga bakgrund, fysiska attraktionskraft, civilstånd och barn (eller brist på sådana) kan ses som en återspeglning av den stereotyp som förknippar kvinnor med det privata livet, den fysiska skönheten och det omsorgsfulla, stödjande ansvaret (van der Pas & Aaldering, 2020).

### 2.1.2 Centrala undersökningsresultat

En omfattande meta-studie gjordes av van der Pas och Aaldering (2020) där de systematiskt analyserade 90 studier som inkluderade över 25 000 politiker, varav mer än 4 000 av dem var kvinnliga politiker, och mer än 750 000 kodade medieartiklar för att undersöka om medier bevakar kvinnliga och manliga politiker på olika sätt.

När det kommer till mängden bevakning som politikerna får i nyhetsmedierna visade studien att det finns skillnader i hur mycket synlighet manliga och kvinnliga politiker får beroende på om de är verksamma i ett land i Nordamerika eller Europa. Orsaken till detta har att göra med ländernas valsystem. I de flesta europeiska länderna tillämpas proportionellt valsystem och i dessa länder får manliga politiker 17 procentenheter mer synlighet än kvinnor, medan i majoritetsvals system som finns i USA och Kanada är klyftan minimal (van der Pas & Aaldering, 2020).

I resultatet av van der Pas och Aalderings (2020) studie av kvantiteten fann de också en indikation på att könsskillnaden i mediebevakning av politiker är större på tv än i tidningar. Studierna som undersökte tv-bevakningen visade på att kvinnliga politiker fick 19 procentenheter mindre synlighet än sina manliga motsvarigheter och studier som undersökte både tidnings- och tv-bevakning visade även de att kvinnliga politiker var mindre synliga än männen jämfört med tidningar. Det sistnämnda fyndet bör dock betraktas med försiktighet, eftersom det endast är baserat på tre undersökningar och därför endast kan tolkas som en antydning om, snarare än ett tydligt tecken på, att tv-bevakning kanske inte ger manliga och kvinnliga politiker samma uppmärksamhet som tidningar (van der Pas & Aaldering, 2020).

Studien visade däremot flera skillnader i typen av bevakningen som kvinnliga och manliga politiker får i nyhetsmedierna. Det finns vissa bevis för att manliga kandidater

får ett gynnsammare bemötande av pressen och citeras oftare än kvinnliga kandidater trots att de får samma mängd hästkapplöpningsbevakning och liknande nivåer av professionellt bakgrundsmaterial. Det som van der Pas och Aaldering (2020) lyfter fram som anmärkningsvärt är att det finns väldigt lite forskning gjord på denna aspekt utanför Nordamerika. Därför täcker resultaten som de presenterar in bevakningen av politiska kandidaters livskraft i USA och Kanada, medan man måste vara mera vaksam om de ska tillämpas på resten av världen.

Tre andra tydliga skillnader mellan typen av mediebevakning som de olika könen får är att kvinnliga politiker får mer uppmärksamhet för sitt utseende än manliga politiker, kvinnliga politiker får även mer personlig bevakning av deras familjer än sina manliga motsvarigheter och kvinnliga politiker får fler omnämningar av sitt kön än sina manliga motsvarigheter (van der Pas & Aaldering, 2020). Studien visade också att det finns anledning att tro att politiker i första hand framställs i enlighet med de politiska problemområden och personliga egenskaper som är stereotyp förknippade med deras kön (van der Pas & Aaldering, 2020).

I van der Pas och Aalderings (2020) studie fanns det inget resultat som berör om hur könsstereotyper påverkar hur journalister skriver om politikernas egenskaper och deras koppling till ”manliga” och ”kvinnliga” kompetensområden. I stället tar de upp ämnet som förslag till fortsatt forskning i slutet av kapitlet. Med tanke på att vissa skillnader i nyhetsbevakning har konstaterats i ett ganska stort antal studier är det nu motiverat att betona huruvida dessa skillnader faktiskt beror på journalistisk partiskhet (van der Pas & Aaldering, 2020).

### 2.1.3 Sammanfattning

Sammanfattningsvis kan man konstatera att könsstereotyper spelar en roll för hur nyhetsmedier väljer att bevaka politiker. I van der Pas och Aalderings (2020) stora meta-studie kom de fram till att det fanns skillnader i mängden nyhetsbevakning som manliga och kvinnliga politiker får. Speciellt länder med proportionella valsystem finns det könsfördomar i mediebevakningen, eftersom kvinnliga politiker där får 17 procent mindre bevakning och överraskande nog verkar majoritetsvalsystem inte vara förknippade med könsfördomar i mediebevakningen (van der Pas & Aaldering, 2020).

Påverkan av könsstereotyper i mediernas rapportering förväntades bli mer uttalad i valsystem med en stark personlig koppling mellan företrädare och de representerade, som i majoritetsvals-system. Tvärtom visar resultaten i van der Pas och Aalderings (2020) studie, eftersom kvinnor verkar vara underrepresenterade i medierna i partiorienterade snarare än personorienterade system. Det är mycket möjligt att dessa mediala fördomar mot kvinnor kommer att ha en negativ inverkan på kvinnornas politiska karriär (van der Pas & Aaldering, 2020). Manliga politiker i proportionella vals-system har nämligen en klar fördel gentemot sina kvinnliga motsvarigheter, eftersom mer synlighet av partier och kandidater i genomsnitt leder till en ökad sannolikhet att medborgarna röstar på det partiet/kandidaten (Van Aelst et al., 2008).

En annan aspekt som är väldigt tydlig i studier som har gjorts är att de är väldigt tydligt fokuserade på Nordamerika och i synnerhet USA. Trots att van der Pas och Aalderings (2020) meta-studie var omfattande med 90 artiklar lyfter de upp att det var få artiklar som hade fokus på länder utanför Nordamerika. Därför anser forskarna att om de slutsatserna som de kom fram till i sin studie ska kunna tillämpas på andra länder, i exempelvis Europa, krävs mera forskning (van der Pas & Aaldering, 2020).

Den tidigare forskning som presenterades i detta kapitel (2.1) fokuserar på framställningen av politiker i nyhetsmedier med endast det verbala i fokus. Den aspekten är givetvis viktig, men som jag argumenterade för i inledningskapitlet (1) finns det flera orsaker att undersöka den visuella framställningen av politiker bland annat av den orsaken till att väljarna skapar intryck och bedömer politiker genom visuella stimuli (Lalancette & Raynauld, 2019) och det är till nyhetsmedierna som de flesta väljare vänder sig när de vill skaffa sig information om politikerna (van der Pas & Aaldering, 2020).

I nästa kapitel kommer jag därför att ta steget vidare och avgränsa fokuset till det visuella i nyhetsbevakningen.

## 2.2 Könsstereotyper i bilder av politiker: tidigare forskning

I det här kapitlet redogörs för vilken forskning det finns gjord på skillnader i den visuella nyhetsrapporteringen om manliga och kvinnliga politiker. Det visar sig i detta kapitel att den forskning som finns gjord på könsstereotyper i bilder av politiker i nyhetsbevakningen inte är tillräcklig och därför har jag valt att inkludera en del forskning om hur könsstereotyper kan reflekteras i politikernas egna bildval. Politikernas egna bildval ses i exempelvis deras politiska kampanjer och sociala medier.

Jag kommer, i detta kapitel, även att argumentera för att det är ett outforskat område och mera forskning behöver göras för att skapa mera förståelse av könsskillnader i den visuella nyhetsrapporteringen om politiker.

### 2.2.1 Den visuella nyhetsbevakningen av politiker

Flera som tidigare har gjort forskning inom området visuell nyhetsrapportering kring manliga och kvinnliga politiker har kunnat konstatera att det finns väldigt lite forskning gjord på området (Jungblut & Haim, 2021; Kinnebrock & Knieper, 2014; Lassfolk, 2020). Enligt Kinnebrock och Knieper (2014) är orsaken till att det finns så lite forskning gjord kring den visuella aspekten att det är svårt att koda bilders mångtydiga karaktär och därför har innehållsanalyser i stället valt att fokusera på textmässiga genus- och maktrepresentationer. Detta även om makt och genus även kommuniceras genom bilder och inte endast i verbal form.

Det fåtal studier som finns gjorda inom ämnet och som ser på könsstereotyper i den visuella nyhetsrapporteringen av politiker anser att det finns ett visst orosmoment för att politisk nyhetsbevakning kan återspegla befintliga visuella könsstereotyper (Jungblut & Haim, 2021). Detta genom att ge de manliga politikerna mera framträdande ansikte (Archer et al., 1983) och genom att visuellt framställa kvinnor som varma, mindre konkurrenskraftiga och mera som att de har ett mera omhändertagande sätt att vara (Rodgers et al., 2007). Journalisterna har också en roll i detta anser van der Pas och Aaldering (2020). Det är de som väljer ut de bilder som ska publiceras och som överensstämmer med befintliga uppfattningar om kvinnliga

och manliga politiker. Dessa bilder kan spegla journalisternas egna stereotyper och har ett större nyhetsvärde, eftersom de inte avviker från förutfattade meningar (van der Pas & Aaldering, 2020).

Jungblut och Haim (2021) undersökte den visuella könsstereotypiseringen i kampanjkommunikation. De undersökte 13 811 unika kandidater som ställde upp i Europaparlamentsvalet 2019. De undersökte den visuella framställningen i både nyhetsmedier och politikernas sociala medier, men det är resultatet från den förstnämnda som är relevant för bakgrunden i denna studie.

Metoden de använde i sin studie var AI-baserad kodning (*artificial intelligence*) av ansiktsuttryck vilket gör att fokusområdet blev något snävt när de endast fokuserade på närbilder av politikernas ansikten och analyserade om politikernas ansiktsuttryck var argt eller glatt. Därför tog de även i sin studie i beaktande dominans av ansiktet, om det förekommer närbilder av politikern, och hur omhändertagande politiker verkade vara på basis av om det fanns flera personer på bilden med politikern eller inte (Jungblut & Haim, 2021).

De utgick ifrån att foton av kvinnliga politiker i nyhetsbevakningen oftare liknar kvinnliga stereotyper (gladare och mera gemenskapsinriktade), till skillnad från manliga politiker (mera ilska och ansiktsdominans) (Jungblut & Haim, 2021). En annan hypotes de utgick ifrån var att kvinnliga politiker från konservativa partier, i motsats med kvinnliga politiker från progressiva partier, framställs mer stereotyp i nyhetsbevakningen (gladare och mer omhändertagande) (Jungblut & Haim, 2021).

Resultatet av analysen visar att i nyhetsbevakningen visas oftare bilder av kvinnliga politiker som är leende och glada, men det finns inget som tyder på att kvinnor framställs som mer omhändertagande i sina bilder jämfört med männen. Däremot är det med stor sannolikhet så att manliga kandidater visas som arga. Resultaten av studien om hur manliga/kvinnliga och konservativa/progressiva kandidater påverkar könsstereotyper i nyheterna visar att skillnader i fråga om hur glada politiker framställs inte är statistiskt signifikanta, men kvinnliga politiker från konservativa partier framställs som mer gemenskapsinriktade än sina kvinnliga kollegor från progressiva partier (Jungblut & Haim, 2021).

Lassfolk (2020) gjorde en systematisk litteraturstudie om könsskillnader i den visuella nyhetsrapporteringen av politiker. De vetenskapliga artiklarna som inkluderades är sådana som undersökte den visuella aspekten i nyhetsrapportering kring politiker och om fenomenet ”irrelevant könsfokusering”, att en persons kön blir uppmärksammat i en situation där det är en ovidkommande faktor, finns i rapporteringen. Orsaken till valet av metod var att kunna skapa en bild av forskningsläget inom ämnet. I studien inkluderades sju vetenskapliga och referentgranskade artiklar och redan i insamlingskedet fanns det problem i fråga om att hitta relevanta artiklar och därför behövdes bland annat tidsperioden för när artiklarna är publicerade utvidgas (Lassfolk, 2020, s.10).

Resultatet i Lassfolks (2020) studie visar att det finns skillnader i hur kvinnliga och manliga politiker bevakas i nyhetsmedier visuellt. I Gidengil och Everitts (2000; 2003) studier som studerades såg forskarna att i nyhetsbevakningen som sker via tv och som sänds ut får kvinnliga politiker mycket mindre synlighet än sina manliga motsvarigheter. Den rapportering som kvinnliga politiker väl får i tv-sändningar är sällan till deras fördel enligt studiens resultat. Kvinnliga politiker som visar upp en vilja att debattera framställs ofta som aggressiva i tv-sändningen, medan samma beteende hos de manliga politikerna sågs som något positivt (Gidengil & Everitt, 2000; Gidengil & Everitt, 2003). I den visuella nyhetsrapporteringen som omfattar bilder fann Lassfolk (2020) främst skillnader när det kommer till utseende och kontext.

När det handlar om utseende var resultaten tudelade, vissa studier visade att om det publicerades bilder där kvinnliga politiker har ett ”fint ansikte” vållar det problem för deras politiska karriär, eftersom mycket fokus hamnar på deras utseende i stället för det politiska arbetet (Dan & Iorgoveanu, 2013). Andra studier visade på raka motsatsen: om nyhetsmedier avbildar kvinnliga politiker som vackra underlättar det för dem i svåra situationer som exempelvis en skandal (Lundell & Ekström, 2008). I analysen av kontext fann Lassfolk (2020) också skillnader i den visuella rapporteringen om politiker. Frågor som berör kultur och sociala frågor kopplades ofta kvinnliga politiker till medan manliga politiker oftast förknippas med frågor som berör utrikespolitik och ekonomi (Kinnebrock & Knieper, 2014).

### 2.2.2 Spår av könsstereotyper i politikers bildmaterial

Jungblut och Haim (2021) är ett exempel på några som har gjort empirisk forskning kring förekomsten av könsstereotyper i den visuella framställningen av politiker i nyhetsmedier. Deras undersökningsområde var som sagt lite snävt, eftersom de använder en datorassisterad innehållsanalys som med artificiell intelligens kodar ansikten i bildmaterialet (känslouttryck och ansiktsmässig dominans) samt noterar förekomsten av antal personer på bilderna.

För att kunna skapa sig en klarare och bredare bild av förekomsten av könsstereotyper i bildmaterial i nyhetsbevakningen finns det flera andra aspekter i en bild att ta i beaktande. För att hitta sådana empiriska studier som har inkluderat andra visuella aspekter, än endast ansiktsrelaterade aspekter, behöver vi röra oss utanför nyhetsfokuserade studier och ta hjälp av kampanjforskningen.

Carpinella och Bauer (2021) gjorde en visuell analys av förekomsten av könsstereotyper i kampanjreklamer. De ville se hur kandidater presenterar sig för väljarna och enligt forskarna var kandidatsponsrade annonser det bästa sättet att avgöra det (Carpinella & Bauer, 2021). Ett analyschema utvecklades för att identifiera de olika sätten som politiker kan använda könsstereotyper i de visuella delarna av kampanjannonserna. Bilder av medkänsla och värme är i det här fallet kopplade till feminina könsstereotyper medan visuella representationer av styrka och kraft matchar de manliga stereotyperna (Carpinella & Bauer, 2021). De egenskaper som stereotypiskt är kopplade till kvinnan har alla gemensamt att de är gemenskapsinriktade (engelskans "communal"), medan egenskaper som stereotypiskt är kopplade till männen har att göra med att de ska framstå som handlingsinriktade (engelskans "agency") (Carpinella & Bauer, 2021).

Ur Carpinella och Bauers (2021) analyschema går det att plocka ut vissa aspekter som även går att tillämpa på bilder av manliga och kvinnliga politiker i nyhetsmedier. I tabell 1 har jag utifrån deras analyschema sammanställt de aspekter som är relevanta även för bildmaterial av politiker i nyhetsmedier.



*Tabell 1. Analysschema för kodning av könsstereotyper utifrån Carpinella och Bauers (2021) studie.*

<b>Stereotyp kategori</b>	<b>Egenskaper</b>	<b>Exempel</b>
Feminina bilder	Familj	Närvaro av politikerns familj, partner (man/hustru).
	Barn	Närvaro av små barn eller att hålla och röra/kyssa spädbarn. Gäller dels politikerns egna barn, dels barn generellt i bildmotiven.
	Kvinnliga platser	Skolor, sjukhus, hem, offentliga parker, lekplatser och livsmedelsbutiker.
	Visande av gemenskap	Kramar, kyssar, omfamning.
	Kvinnligt kroppsspråk	Instabil hållning; exempelvis leende med huvudet på sned.
	Kvinnliga supportrar	Närvaro av kvinnliga supportrar.
	Kvinnliga figurer	Närvaro av lärare, sjuksköterska, vårdgivare, äldre person.
Maskulina bilder	Manliga supportrar	Närvaro av manliga supportrar.
	Manliga platser	Byggarbetsplatser, fabriker, skysrapor, sportarena, laboratorium, kontor.
	Icke-fysiska interaktioner med supportrar	Att ge människor individuell uppmärksamhet, men inte att omfamna eller fysiskt vidröra personen.
	Manligt kroppsspråk	Dynamiskt kroppsspråk; exempelvis stående med händerna i sidan.
	Visande av handlingskraft	Att befalla en grupp individer, leda ett möte, supportrar tätt packade i ett eventutrymme, ett hav av beundrande ansikten, massnärvaro vid möten.
	Maskulina figurer	Närvaro av militär personal, näringslivet, byggnadsarbetare, idrottare/tränare, vetenskapsman, eller -personal med vit labbrock.

*Källa: Carpinella & Bauer, 2021, s. 6.*

Tabell 1 visar de utvalda komponenterna som går att tillämpa i en visuell analys bilder av politiker i nyhetsmedier. Nästan alla komponenter som fanns med i Carpinella och Bauers (2021) ursprungliga analysschema finns även med i denna tabell. Det är endast politikernas utseende i form av klädsel som jag har valt att utesluta, eftersom det ligger utanför nyhetsfotografens eller -journalistens kontroll; fotografen eller journalisten kan inte påverka vad politikern i fråga har på sig på bilden när den tas och väljs ut.

När det kommer till de feminina stereotyperna så är bilder där barn och familj syns på bilderna ganska snabbt refererade till kvinnors omvårdande och gemenskapsinriktade egenskaper. Användningen av feminina miljöer motsvarar miljöer där kvinnor uppvisar beteende som är omhändertagande eller omvårdande (Carpinella & Bauer, 2021). Bilder med kvinnliga supportrar, inklusive de som visar att kandidaten samtalar med en grupp kvinnor, tjänar till att ytterligare betona den bredare könsmissiga inkongruensen gällande ledarskapsroller för kvinnor. Bilder på kandidaten som kramar någon i offentliga interaktioner stödjer också sinnebilden av kvinnor som omtänksamma och ömsinta (Carpinella & Bauer, 2021)

Vad som är maskulina stereotyper i bilder handlar också om hur kandidaten interagerar med andra personer i offentliga sammanhang. En bild som är stereotyp maskulin sätter politikern i en auktoritetsposition som indikerar att hen talar till anhängare, i motsats till att engagera dem i samtal, alltså ett handlingsinriktat engagemang (Carpinella & Bauer, 2021). I allmänhet förstås interaktioner med andra personer i kampanjansonsen som inte inkluderar fysisk kontakt (som en kram eller en kandidat som vilar sin hand på en annan persons arm eller axel) som handlingsinriktade interaktioner. Bilder av människor i handlingsinriktade sociala roller, såsom soldater eller byggnadsarbetare, kategoriserades som maskulina, eftersom dessa arbetsområden är förknippade med manliga egenskaper som tuffhet och styrka (Carpinella & Bauer, 2021).

### 2.2.3 Sammanfattning

Trots att den visuella nyhetsbevakningen av politiker i ett könsstereotypt perspektiv är ett väldigt utforskat område, bidrog de fåtalet studier jag hittade till att fylla en del kunskapsluckor inom ämnet.

Jungblut och Haim (2021) kunde i sin studie, som omfattade visuellt bildmaterial från 28 länder, konstatera att kvinnliga politiker i nyhetsmediernas bilder oftare visas som leende och glada än manliga. Dessa två egenskaper kopplas ihop med stereotypen av kvinnliga politiker. En annan egenskap som stereotypt kopplas ihop med kvinnliga politiker är att de framställs som omhändertagande. I studien fann forskarna dock inget som tydde på att kvinnliga politiker framställdes som mer omhändertagande i nyhetsbilderna (kodat som huruvida politikern är ensam eller i sällskap) än sina

manliga motsvarigheter (Jungblut & Haim, 2021). När studien undersökte sambandet mellan vilket parti de kvinnliga politikerna hör till och hurdan visuell synlighet de får i nyhetsmedierna, kunde de se att de kvinnliga politikerna från konservativa partier framställdes som mer omhändertagande än de kvinnliga politikerna som representerar progressiva partier (Jungblut & Haim, 2021).

Även Lassfolk (2020) fann i sin systematiska litteraturstudie tydliga skillnader i hur kvinnliga och manliga politiker framställs visuellt i nyhetsmedierna. När det kommer till kroppsspråk visar studien av Kinnebrock och Knieper (2014) att kvinnliga politiker oftare avbildas med mera instabila hållningar än sina manliga motsvarigheter. Exempel på en instabil hållning är när den kvinnliga politikern ler på en bild samtidigt som hennes huvud är lutat åt sidan. En politiker som avbildas med instabila hållningar ses som ömtålig.

Samtidigt som det fanns skillnader i flera områden hur manliga och kvinnliga politiker framställdes på bild i nyhetsmedierna fanns det vissa aspekter i vissa studier där det inte fanns någon skillnad mellan könen. Kinnebrock och Knieper (2014) fann inga skillnader i hur mycket utrymme de manliga och kvinnliga politikerna fick i sina bilder där överkropp och armar sågs. De manliga politikerna framställdes inte heller med ett mer dynamiskt kroppsspråk, exempelvis stående med händerna vid sidan och vassa armbågar, än sina kvinnliga politiker (Kinnebrock & Knieper, 2014).

I den tidigare forskningen var skillnaderna mellan könen ännu tydligare i videojournalistiken än i bildjournalistiken (Lassfolk, 2020). Orsakerna till att dessa skillnader mellan kvinnliga och manliga politiker uppstår är på grund av att kvinnorna har svårare att passa in i det politiska rollsystemet och därför kan de få en annan behandling av nyhetsmedierna än sina manliga motsvarigheter (Lassfolk, 2020).

För att kunna skapa en bredare bild av ämnet hur könsstereotyper visuellt representeras i nyhetsbevakningen av politiker togs det in en studie från kampanjforskningen som analyserade politikernas bilder i kampanjsammanhang. Analysschemat av könsstereotypisering i bilder av politiker som Carpinella och Bauer (2021) tog fram till sin studie kan nästan helt och hållet tillämpas i studier av hur nyhetsmedierna framställer politiker. Aspekter som kopplas till feminina bilder handlar om familj, barn

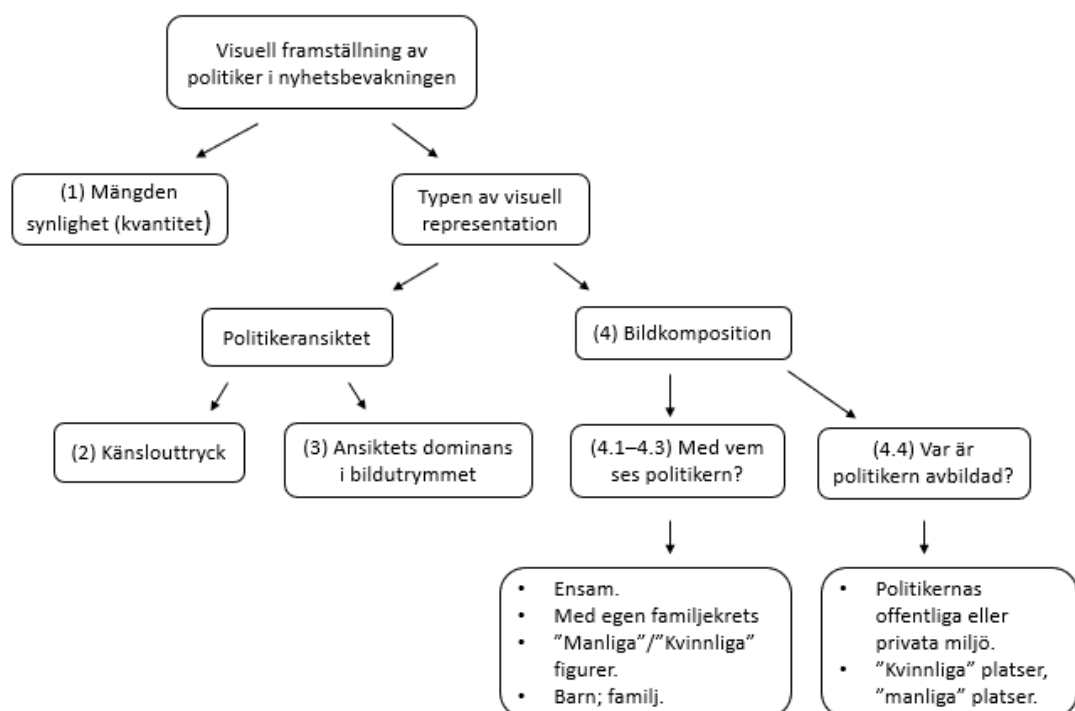
och uppvisande av gemenskap, medan typiskt maskulina bilder innehåller aspekter som icke-fysiska interaktioner med supporters och visande av handlingskraft (Carpinella & Bauer, 2021).

## 2.3 Aspekter för en empirisk analys av könsstereotyper i bilder i nyhetsbevakningen av politiker

I detta kapitel kommer jag att redogöra för centrala aspekter/variabler att inkludera i en empirisk analys av hur könsstereotyper reflekteras i hur politiker visuellt avbildas i nyhetsbevakningen. Dessa aspekter kommer även jag att använda i min empiriska analys.

Jag har valt att tematiskt dela in de olika variablerna i fyra grupper. Dessa grupper syns i figur 1 och de är numrerade från 1–4. Den fjärde och sista gruppen har även fyra underkategorier.

**Figur 1.** Överblick över centrala aspekter för en empirisk analys av könsstereotyper i bilder i nyhetsbevakningen av politiker



Den första gruppen (1) handlar om hur mycket bevakning och synlighet politikerna får. Det handlar också om hur stort bildutrymme manliga och kvinnliga politiker får, om det är en liten bild i ett hörn på en sida i en tidning eller om det är en bild som täcker halva sidan. En annan aspekt som även sorterar under denna kategori är hur framträdande eller prominent uppmärksamheten är som politikerna får, exempelvis att manliga politiker får fler förstasidesbilder än deras kvinnliga motsvarigheter.

Enligt könsstereotyp-perspektivet, som baserar sig på andra studiers resultat, får manliga politiker mer visuell synlighet i nyhetsmedierna än kvinnliga politiker, och även mera framträdande synlighet (Koenig et al., 2011; O'Neill et al., 2016; van der Pas & Aaldering, 2020). Män tenderar att bli överrepresenterade i medierna, både när det gäller hur ofta de är föremål för berättelser och hur ofta de nämns, i förhållande till deras faktiska antal i en riksdag eller i ett parlament (O'Neill, et al., 2016).

Den andra gruppen (2) handlar om emotionella könsstereotyper (från engelskans *emotional gender stereotyping* i Haim och Jungbluts artikel). Här analyseras det om nyhetsmedierna har valt att publicera bilder av politikerna utgående från könsstereotyper om manliga och kvinnliga känslor. Publiceras det oftare bilder av leende kvinnliga politiker i jämförelse med manliga? Framställs manliga politiker som mer arga i nyhetsbilderna? Kvinnor förväntas vara gladare och le ofta än män, eftersom stereotyp för kvinnor är att de uppfattas som mer varma och snälla (Bauer & Carpinella, 2018) och för att de också får ansvaret att upprätthålla sociala band (Alexander & Wood, 2000). Männen i sin tur uppfattas som stereotyp kraftfulla, aggressiva, konkurrenskraftiga och självsäkra (Bauer, 2016). Utifrån könsstereotyper förväntas män visa ilska oftare än kvinnor, eftersom de förväntas aktivt kämpa om ledarpositioner och för att människor i allmänhet förknippar ilska med tuffhet (O'Neill et al., 2016).

Den tredje gruppen (3) handlar om könsstereotypisering angående dominans. I bildform visas dominans av politiker genom att ta närbilder av politikerna där ansiktet är tydligt in-zoomat. En stereotyp porträtterad man bör betona makt och detta göra exempelvis genom att ansiktet får en mera framträdande roll på bilden (Jungblut & Haim, 2021). Enligt Jungblut och Haims (2021) hypoteser trodde de att bilder av

manliga politiker till större del skulle bestå av närbilder av ansikten än jämfört med bilderna av de kvinnliga politikerna. När undersökningen var genomförd visade Jungblut och Haims (2021) resultat att det var bilderna av de kvinnliga politiker som hade mera ansiktsdominans, vilket inte är en aspekt för att visa gemenskap som är en kvinnlig stereotyp. Resultatet har dock vissa frågetecken kring sig, eftersom AI-metoden som forskarna använde var okänslig när den avgjorde vilket ansikte som dominerade bilden. Metoden hade svårt att avgöra om det var kandidatens eller någon annan som varit med på bilden vars ansikte som noterades (Jungblut & Haim, 2021).

Olika fotografiska kompositioner säger lika mycket som en skriven mening enligt Bergers (2013) resonemang. Den fjärde (4) och sista gruppen handlar om just detta hur bilderna är strukturerade och olika aspekter i struktureringen som understöder könsstereotyper. Detta fenomen har Jungblut och Haim (2021) benämnt som *strukturella könsstereotyper*. I motsats till de känslomässiga könsstereotyperna beskriver inte gemenskap och ansiktsdominans skillnader i de känslor som visas, utan snarare i den förväntade scenen av en stereotyp kvinnlig eller manlig kandidats skildring.

Eftersom det finns flera aspekter i en bild att ta i beaktande kommer jag att dela in dem i fyra underkategorier (4.1–4.4) som också syns i figur 1. Den första underkategorin (4.1) handlar om huruvida politiker framställs tillsammans med andra personer på bilderna eller inte. En politiker som framställs tillsammans med andra människor upplevs som mer omhändertagande och det är en egenskap som stereotypt är förknippad med kvinnor (Jungblut & Haim, 2021; van der Pas & Aaldering, 2020). Förväntningen utgående från könsstereotyperna är att kvinnliga politiker, oftare än manliga, syns i sällskap med andra människor vilket kopplas ihop med den kvinnliga könsstereotypa egenskapen som omhändertagande. Medan de manliga politikerna i större utsträckning förväntas framställas ensam på bilden, eftersom det är kopplat till den stereotypa könsuppfattningen att männen är mer handlingskraftiga (Carpinella & Bauer, 2021).

Avbildning av privatliv utgör den andra underkategorin (4.2). Uppmärksamheten som kvinnliga politiker får i nyhetsmedier är ofta riktade mot deras personliga bakgrund, civilstånd eller om barn (eller inga barn) visas på bilderna tillsammans med politikern.

Ur ett könsstereotyp perspektiv sett är det kvinnliga politiker som kopplas ihop med det privata livet i de bilder som nyhetsmedier publicerar (van der Pas & Aaldering, 2020). Allmänhetens förväntningar är också sådana att kvinnliga politiker ska få en mera personlig bevakning av nyhetsmedierna för enligt könsstereotyperna är kvinnliga politiker utestängda från det offentliga livet som i stället är något som stereotyp är kopplat till manliga politiker (van der Pas & Aaldering, 2020).

Den tredje underkategorin (4.3) handlar om med vilka sällskap som kopplas ihop med manliga och kvinnliga politiker; ”manliga” och ”kvinnliga” figurer. Enligt Carpinella och Bauers (2021) kodschema är figurer som lärare, äldre personer och vårdpersonal stereotypt kopplade till kvinnor som omhändertagande/omvårdande och det är dessa figurer som kvinnliga politiker, könsstereotypiskt sett, kan tänkas ses tillsammans med i nyhetsbilder. De manliga politikerna kan tänkas framställas tillsammans med ”manliga” handlingsorienterade figurer såsom militär personal, personer från näringslivet, byggnadsarbetare och idrottspersoner. Figurerna som stereotypt kopplas ihop med maskulinitet anses ha handlingsinriktade egenskaper som stereotypt är kopplade till en man, medan de ”kvinnliga” figurerna kopplas ihop med omhändertagande egenskaper (Carpinella & Bauer, 2021).

Den sista underkategorin (4.4) har att göra med den föregående, men det handlar om platser som stereotypiskt anses vara maskulina respektive feminina. Exempel på feminina platser är skolor, sjukhus, hemmet, lekplatser och livsmedelsbutiker (Carpinella & Bauer, 2021). Platser som stereotypt är förknippade till mannen och de manliga politikerna är byggarbetsplatser, kontor och sportarenor (Carpinella & Bauer, 2021).

## 2.4 Fallet Finland

Genomgående i detta kapitel (2) har de flesta studier jag sett på gjort sina undersökningar i en amerikansk kontext. En avgränsning i denna magisteravhandling som jag har valt att göra är att undersöka huruvida manliga och kvinnliga politiker framställs på olika vis i den visuella nyhetsbevakningen i Finland. Tanken är att könsstereotyper bland nyhetsmakarna reflekteras i den bevakningen, även i Finland.

Finland är ett fall som skiljer sig markant från andra länder när det gäller nivån på jämställdhet som har förverkligats, vallagar, partiernas konkurrenskraft och sambandet mellan kön och partimarkörer (Lefkofridi et al., 2019). Partimarkörer (från engelskans *party cues/partisan cues*) kan avslöja en persons partimedlemskap eller så kan ett parti också förknippas med en ståndpunkt i ett ämne (Bullock, 2020). Eftersom båda könen finns representerade på alla partilistor inför val råder konkurrens mellan manliga och kvinnliga kandidater inom respektive parti. Som ett resultat kan anhängare av alla partier fritt välja bland ett brett utbud av kvinnliga och manliga kandidater, men eftersom väljarna ständigt tvingas välja mellan de två könen ger det finländska valsystemet dem en unik möjlighet att diskriminera eller favorisera kvinnliga kandidater.

Vilket valsystem som förekommer i landet spelar också in på hur mycket synlighet politikerna får i nyhetsmedierna. Finland är ett land där det tillämpas proportionella valsystem i både riksdagsval och kommunalval. Studier visar att kvinnliga politiker som är verksamma och siktar på att lyckas med sin politiska karriär i länder med proportionella valsystem får mindre synlighet i nyhetsmedierna än sina manliga motsvarigheter och jämfört med kvinnor i länder med andra valsystem (Van Aelst et al., 2008; van der Pas & Aaldering, 2020).

Orsaken till att Lefkofridi et al. (2019) valde Finland som fall till sin studie, som undersökte om det finns politiska stereotyper i väljarkåren i Finland, var för att det är en av de mest jämställda nationerna i världen. Finländska kvinnor var år 1906 de andra i världen som fick rösträtt. Kvinnor fick samtidigt rösträtt i parlamentsval och sex procent av ledamöterna i det första parlamentet som valdes 1907 var kvinnor. Sedan dess har kvinnorepresentationen stigit gradvis, anmärkningsvärt utan några könskvoter för val, och nådde mer än 40 procent på 2000-talet. Jämfört med de flesta andra västerländska demokratier har den finländska riksdagen en mer jämställd könsrepresentation med 42,5 procent kvinnor 2011 och samma andel år 2015 var 41,5 (Lefkofridi et al., 2019). De hävdar med andra ord att fler kvinnor i politiken säkerligen kommer att minska tron på att politik är en manlig domän och att kvinnor vore mindre lämpliga för det.



Ur studiens resultat går det att konstatera att jämfört med USA, är politiska könsstereotyper mindre uttalade i Finland sett över tid. Trots det är forskarna viktiga med att betona att könsstereotypiseringen inte har försvunnit helt. År 2012 ansågs (fortfarande) manliga politiker vara bättre lämpade att hantera ekonomiska och säkerhetsrelaterade frågor medan kvinnliga politiker (fortfarande anses) vara bättre kapabla att hantera sociala frågor och jämställdhetsfrågor (Lefkofridi et al., 2019). I studien framkom även att 51,3 procent av finländarna tycker att manliga politiker har mera pondus och framstår som mer bestämda och självsäkra (översatt från engelskans *assertive*) än kvinnliga politiker. Endast 1,5 procent tycker att denna egenskap är något som är vanligare hos kvinnor medan 47,2 procent tycker att det är en egenskap som kan delas av båda könen (Lefkofridi et al., 2019).

Lefkofridis et al. (2019) studie hade fokus på könsstereotyper bland de finländska väljarna och de kom som sagt fram till att det fortfarande finns tendenser till det bland dem. Något som i ännu inte har blivit undersökt i Finland är hur nyhetsmedierna bidrar till dessa könsstereotyper i sina bilder i nyhetsbevakning av politikerna. Som nämndes i inledningen (kapitel 1) skapar sig väljare, speciellt inför politiska val, information om kandidaterna via nyhetsmedierna (Dumitrescu, 2016) och speciellt visuellt material tar en människa till sig snabbare än något i textform (Paivio 1979, refererad i Bauer & Carpinella, 2018).

I och med att jag valde Finland som fall i min studie blir det svårare för min empiri att komma till slutsatsen att könsstereotyper spelar roll för visuell nyhetsbevakning av manliga och kvinnliga politiker. Om Finland är ett fall där kvinnor har en stark position i politiken sedan länge, så kan man anta att könsstereotypisering av politiker bland medborgare och journalister är relativt låg i jämförelse med i en del andra länder. Om vi trots det finner resultat som pekar på att det finns könsstereotyper kring politiker bland medborgare och journalister, kan vi anta att detta förekommer i många andra länder också, eftersom Finland är ett så kallat "kritiskt fall". Utgående från Esaiasson et al. (2012) definition av ett kritiskt fall blir Finland ett sådant i den här situationen, eftersom om fenomenet (könsstereotyper kring politiker bland medborgare och journalister) finns här (i Finland där det inte borde finnas) så finns det också i andra fall.

## 2.5 Sammanfattning av referensramen och preciserade frågeställningar

I kapitel 2.1 och 2.2 har tidigare forskning som har undersökt könsstereotyper i både nyhetsbevakningen av politiker och i specifikt bilder av politiker i nyhetsbevakningen summerats. Det har även tagits fram aspekter (i kapitel 2.3) att utgå från i en empirisk analys av könsstereotyper i bilder i nyhetsbevakningen av politiker samt redogjort för valet av Finland (kapitel 2.4) som fungerar som fall i denna magisteravhandling. Den inledande frågeställningen preciseras även i slutet av detta kapitel.

I både den visuella och den textuella mediebevakningen av politiker framkommer det att könsstereotyper spelar en roll. I länder med proportionella valsystem får kvinnliga politiker mindre bevakning än männen medan det inte finns några könsfördomar i mediebevakningen i länder med majoritetsvals system (van der Pas & Aaldering, 2020). När det kommer till den visuella nyhetsbevakningen av politiker fanns det inga studier som undersökte vals system och könsstereotyper i nyhetsbevakningen. Jungblut och Haim (2021) undersökte i stället hur politikerna såg ut på de bilder som publicerades. Kvinnliga politiker framställdes oftare än manliga som glada och leende i bilderna (Jungblut & Haim, 2021).

I detta kapitel kunde också konstateras att det finns väldigt lite forskning som i ett köns perspektiv undersöker den visuella framställningen av politiker i nyhetsmedierna. För att skapa en bredare bild av ämnet inkluderades även en studie (Carpinella & Bauer, 2021) från kampanjforskningen som analyserade politikerbilder i kampanjsammanhang. Utgående från den forskningen togs också ett analys schema av stereotyper på bilder av politiker fram (se tabell 1).

Fyra grupper som fungerade som centrala aspekter att inkludera i en empirisk analys av könsstereotypa avbildningar av politiker i nyhetsbevakningen togs fram. I figur 1 presenteras de visuellt och kategorierna som handlar om mängden synlighet, känslouttryck på bilderna, ansiktets dominans i bildutrymmet samt bildkompositionen. När det kommer till mängden synlighet får manliga politiker enligt könsstereotyp perspektivet mer framhävd synlighet i nyhetsmedierna än kvinnorna (Koenig et al., 2011; O'Neill et al., 2016; van der Pas & Aaldering, 2020). Manliga politiker är

överrepresenterade i nyhetsmedierna när de fungerar som föremål för berättelser och i fråga om hur ofta de nämns (O'Neill et al., 2016).

Utgående från könsstereotyper i den andra kategorin, känslouttryck på bilderna, förväntas männen visa mer ilska i sina bilder än kvinnorna. Detta eftersom männen förväntas visa mer kampvilja än kvinnorna när det handlar om att kämpa om ledarpositioner och människor över lag förknippar ilska med tuffhet (O'Neill et al., 2016). Den tredje gruppen med ansiktsdominans i bilder handlar om att manliga politiker framställs med ett mera framträdande ansikte på bilden och inzoomat, eftersom detta betonar makt som stereotypiskt är kopplat till en manlig egenskap (Jungblut & Haim, 2021).

I den fjärde grupperingen, som handlar om olika bildkompositioner, konstruerades även fyra underkategorier som beaktade vem politikerna ses tillsammans med, avbildning av privatliv, om ”typiska manliga” eller ”typiska kvinnliga” figurer förekom på bilderna tillsammans med politikerna och vilka platser som stereotypiskt anses vara maskulina respektive feminina.

Att Finland blev fallet för denna studie grundar sig i att landet skiljer sig från andra länder när det bland annat handlar om nivån på jämställdhet som har förverkligats, vallagar och partiernas konkurrenskraft (Lefkofridi et al., 2019, s.748). Eftersom det tillämpas proportionellt valsystem i Finland i både riksdagsval och kommunalval får kvinnliga politiker som är verksamma i ett land med detta valsystem mindre synlighet i nyhetsmedierna än sina manliga kollegor och jämfört med kvinnliga politiker i länder med andra valsystem (Van Aelst et al., 2008; van der Pas & Aaldering, 2020).

Finland är ett av världens mest jämställda länder och kvinnorna i landet var de andra i världen att få rösträtt i början av 1900-talet. Dessutom har representationen av kvinnor i riksdagen och kommunfullmäktige ökat med åren och i riksdagen 2015 var 41,5 procent av de invalda kvinnor (Lefkofridi et al., 2019). Jämfört med USA är politiska könsstereotyper mindre uttalade i Finland sett över tid, men ändå har dessa stereotyper inte försvunnit helt. Väljarkåren i Finland ansåg fortfarande 2012 att manliga politiker är bättre lämpade att hantera ekonomiska och säkerhetsmässiga svårigheter medan

kvinnliga politiker ansågs vara mera lämpade att sociala frågor och jämställdhetsfrågor (Lefkofridi et al., 2019, 766).

Som avslutning går det att konstatera att den övergripande frågeställningen som formulerades i avhandlingens inledning nu kan preciseras i ljuset av tidigare forskning som har behandlats i detta kapitel. Den preciserade frågeställningen är uppdelad i sex underfrågor:

1. Får kvinnliga partiledare mindre visuell synlighet i nyhetsrapporteringen än manliga partiledare inför riksdagsvalet 2019?
2. Framställs kvinnliga partiledare oftare som glada än manliga politiker (en egenskap som stereotyp är kopplad till kvinnor), medan manliga politiker oftare framställs som arga (en egenskap som stereotyp är kopplad till män)?
3. Är det manliga partiledaransiktet oftare dominerande i bilder än det kvinnliga ansiktet i nyhetsbevakningen inför riksdagsvalet 2019 i Finland?
4. Framställs kvinnliga partiledare i den visuella nyhetsbevakningen i miljöer som stereotyp är kopplade till deras kön oftare än manliga partiledare?
5. Framställs kvinnliga partiledare i den visuella nyhetsbevakningen i en privatlivskontext oftare än manliga partiledare?
6. Framställs kvinnliga partiledare i den visuella nyhetsbevakningen tillsammans med sällskap eller personer som stereotyp är kopplade till deras kön oftare än manliga partiledare?

Studien riktar in sig på den största dagstidningen i Finland: Helsingin Sanomat (HS). Motiveringen till valet av medium och tidning kommer att diskuteras närmare i kapitel 3.2. Orsaken till att studien riktar in sig på partiledare är för att valresultat i demokratier

har blivit alltmer beroende av de politiska ledarnas inflytande. Dessutom är partiledare kända för majoriteten av väljarna har majoriteten av väljarna åsikter om partiledarna (Stevens et al., 2011). I de kommande kapitlen behandlas avhandlingens empiriska studie av fallet Finland. I nästa kapitel (3) presenteras studiens material samt metod.

### 3 Metod och material

Metoden och materialet som har använts för avhandlingens empiriska undersökning presenteras i detta kapitel. Som nämndes tidigare är avhandlingens syfte att bidra med kunskap om hur nyhetsjournalistiken visuellt avbildar manliga respektive kvinnliga politiker. Bakgrunden till valet handlar om att tidigare forskning anser att det fortfarande finns skillnader mellan könen i den journalistiska visuella framställningen av politiker (Dan & Iorgoveanu, 2013). Detta kapitel kommer därför att redogöra för hur den empiriska studien byggs upp för att ge svar på frågeställningen:

- Finns det skillnader i den visuella nyhetsbevakningen av kvinnliga och manliga partiledare inför riksdagsvalet 2019 i Finland? I studien analyseras nyhetsbevakningens kvantitet (bildutrymme) och kvalitet (porträttering av stereotypa egenskaper).

Därtill har sex preciserade frågeställningar tagits fram på basis av figur 1 i kapitel 2.3:

1. Får kvinnliga partiledare mindre visuell synlighet i nyhetsrapporteringen än manliga partiledare inför riksdagsvalet 2019?
2. Framställs kvinnliga partiledare oftare som glada än manliga politiker (en egenskap som stereotyp är kopplad till kvinnor), medan manliga politiker oftare framställs som arga (en egenskap som stereotyp är kopplad till män)?
3. Är det manliga partiledaransiktet oftare dominerande i bilder än det kvinnliga ansiktet i nyhetsbevakningen inför riksdagsvalet 2019 i Finland?
4. Framställs kvinnliga partiledare i den visuella nyhetsbevakningen i miljöer som stereotyp är kopplade till deras kön oftare än manliga partiledare?
5. Framställs kvinnliga partiledare i den visuella nyhetsbevakningen i en privatlivskontext oftare än manliga partiledare?

6. Framställs kvinnliga partiledare i den visuella nyhetsbevakningen tillsammans med sällskap eller personer som stereotypiskt är kopplade till deras kön oftare än manliga partiledare?

Först diskuteras forskningsdesignen och därefter presenteras metoden som jag valt för denna studie, samt ett kapitel där andra metoder diskuteras som kunde vara lämpliga för studien. Sedan redogörs för valet av material som används till studien och efter det följer ett kapitel som presenterar de olika variablerna och variabelvärdena. Avslutningsvis behandlas validitet och reliabilitet och studiens reliabilitet.

### 3.1 Forskningsdesign och upplägg

Denna avhandling behandlar om det finns skillnader i hur manliga och kvinnliga politiker framställs visuellt i nyhetsmedierna och vilka dessa skillnader är. Den empiriska studien undersöker partiledare i Finland och hur de framställdes visuellt i dagstidningen Helsingin Sanomat under de åtta veckorna innan riksdagsvalet 2019. Studien genomförs med en kvantitativ innehållsanalys som innebär att forskaren systematiskt går igenom dokument, texter bilder och/eller tv-sändningar för att sedan kunna kvantifiera innehållet på ett replikerbart sätt utgående från kategorier som skapats på förhand (Bryman, 2018).

Kvantitativa innehållsanalyser kan antingen jämföra saker över tid, exempelvis hur mediebevakningen av politiker i finländska riksdagsval förändras mellan 1999–2023, eller jämföra flera medier, till exempel hur nyhetsbevakningen av politiker i riksdagsvalet 2019 skiljer sig mellan kvälls- och dagspressen (Esaiasson et al., 2017). Det går även att göra en undersökning som bygger på endast ett medium och en tidpunkt och det är vad denna studie gör, eftersom fokuset är att undersöka nyhetsbevakningen i en enda tidning inför det finländska riksdagsvalet år 2019. Valet av tidning diskuteras och redogörs närmare för i kapitel 3.2.

Det fanns även möjligheten att välja att undersöka den visuella nyhetsbevakningen inför riksdagsvalet 2023, men i stället valdes riksdagsvalet 2019 som fall för denna

studie. Orsaken till detta grundar sig på att det i riksdagsvalet 2023 fanns endast två manliga partiledare bland de nio partier som är representerade i riksdagen, Petteri Orpo (Samlingspartiet) och Hjallis Harkimo (Rörelse Nu). I riksdagsvalet år 2019 var antalet flera när sex av nio partier i riksdagen hade en manlig partiledare. En väg att gå med denna studie kunde ha varit att undersöka hur ofta könsstereotypiserande inslag förekommer i nyhetsbevakningen i riksdagsvalet 2023 när majoriteten av partiledare är kvinnor. Det skulle dock inte ha räckt till för denna avhandling vars syfte är att systematiskt jämföra skillnader mellan manliga och kvinnliga partiledare.

### 3.1.1 Val av metod

I och med att jag ska undersöka om det finns skillnader mellan könen när det kommer till hur politiker framställs visuellt i nyhetsmedier är *en kvantitativ innehållsanalys* en lämplig metod.

En kvantitativ innehållsanalys innebär enligt Østbye och Larsson (2004) att dataregistrering och analystekniker riktas in på en systematisk, objektiv och kvantitativ beskrivning av innehållet i ett budskap. Systematisk innebär att allmänna regler utformas för hur materialet ska behandlas. I detta sammanhang handlar objektiv om att försöka minska inverkan från den enskilde forskarens värderingar och tolkningar så långt det går. Detta för att målet är att andra forskare ska komma fram till samma resultat genom att använda sig av samma eller motsvarande material. Med kvantitet menas att sträva efter en siffermässig beskrivning av materialet, vilket inte innebär att alla kvalitativa egenskaper hos materialet behöver lämnas bort enligt Østbye och Larsson (2004). De anser nämligen att genom variabler kan kvalitativa egenskaper fångas upp. Variablerna måste däremot relatera till frågeställningarna, eftersom det finns oändligt antal egenskaper som kan inkluderas i en undersökning. Så när variablerna har fastställts ska deras värden definieras (Østbye & Larsson, 2004).

Även Esaiasson et al. (2017) utgår i sin definition av kvantitativ innehållsanalys att begreppet är indelat i två delar. Att det är en innehållsanalys innebär att ett innehåll, som kan vara skriftligt, muntligt eller bildligt, undersöks. Att begreppet är kvantitativt menas att det är "likvärdiga och därmed jämförbara uppgifter om så pass många



analysenheter att dessa uppgifter kan uttryckas och analyseras med numeriska värden” som undersökningen baseras på (Esaiasson et al., 2017).

En kvantitativ innehållsanalys är användbar när svar söks på frågor om förekomsten av olika typer av innehållsliga kategorier i ett material. Två av den kvantitativa innehållsanalysens främsta kriterium är frekvenser och utrymme. Med frekvens menas i det här fallet hur ofta olika kategorier förekommer och med utrymme menas hur ofta olika innehållsliga kategorier förekommer (Esaiasson et al., 2017), till exempel närbilder av ansikten, bilder av politiker tillsammans med barn. I denna studie kommer frekvensen att undersökas hur ofta manliga respektive kvinnliga politiker syns på bilder i nyhetsmediernas rapportering, medan utrymmet handlar om hur stor bildyta som ägnas åt politikerna av de två könen. Det finns mycket utrymme för mekaniskt räknande i en kvantitativ innehållsanalys och det är även det som är en av metodens fördelar, för det ger forskaren en möjlighet att gå igenom mycket material på kort tid (Esaiasson et al., 2017). Men innan forskaren kan ägna sig åt det mekaniska räknandet behövs de innehållsliga enheterna först tolkas, annars går det inte att koda dem i rätt kategori när räknandet kommer att ske (Esaiasson et al., 2017).

Kvantitativ innehållsanalys är en metod som ofta används inom politisk kommunikationsforskning och enligt Esaiasson et al. (2017) finns det tre typer av frågeställningar där metoden kommer till användning. Den första typen fokuserar på att besvara beskrivande frågeställningar, till exempel vilka likheter och skillnader det finns i massmediernas rapportering av olika valrörelser. Den andra frågeställningen handlar om hur innehållet bör se ut enligt någon normativ uppfattning. Den tredje och sista typen av frågeställning handlar om förklarande frågeställningar. Frågeställningen i denna avhandling berör den första kategorin. Som redan nämnts undersöker avhandlingen om det finns skillnader i hur manliga och kvinnliga politiker framställs visuellt i nyhetsmedierna. Det innebär att det är likheter och skillnader i den visuella framställningen av politiker som undersöks.

Esaiasson et al. (2017) påpekar att om det alls ska gå att genomföra en kvantitativ innehållsanalys behöver det bestämmas vilka undersökningens analysenheter är. Det behöver också bestämmas vilka egenskaper eller variabler som analysenheterna ska

registrera, samt klara tolkningsregler för hur texters och bilders innehåll ska tolkas (Esaiasson, 2017).

### 3.1.2 Alternativa metoder

En av de främsta orsakerna till att kvantitativ innehållsanalys valdes som metod för denna avhandling är att den ofta används inom politisk kommunikationsforskning. En typ av frågeställning där metoden kommer till användning är beskrivande frågeställningar som fokuserar på likheter och skillnader i massmediernas bevakning av exempelvis val (Esaiasson et al., 2017). Därför är detta metoden som anses lämpa sig bäst för att besvara studiens frågeställningar.

Frågeställningen som utformats för denna avhandling riktar in sig dels på en kvantitativ aspekt, dels på en kvalitativ. Den kvantitativa aspekten handlar om att jag vill undersöka hur mycket bildutrymme som ges till manliga respektive kvinnliga partiledare och den kvalitativa aspekten handlar om vilken typ av bilder som publiceras av partiledarna. Kvaliteterna går att mätas antingen kvantitativt eller undersökas med kvalitativa analyser. Att välja den kvantitativa metoden ger möjligheten att på en relativt kort tid undersöka ett större antal bilder, eftersom de kodas utgående från ett kodschema som gjorts upp inför undersökningen (Esaiasson et al., 2017). Den kvalitativa analysen skulle innebära att ett färre antal bilder väljs ut för analys, men dessa studeras i stället mera djupgående (Bryman, 2018).

Trots att valet av metod, kvantitativ innehållsanalys, är klart finns det ändå skäl till att diskutera nackdelar med metoden som ändå finns, samt lyfta upp andra metoder som eventuellt skulle ha lämpat sig till denna studie. Kritik som riktas mot den kvantitativa innehållsanalysen är att det är svårt att utforma ett kodschema som inte innehåller viss tolkning från kodarnas sida (Bryman, 2018). Tolkningarna ska bygga på kunskapen som medlemmarna av en viss kultur har för att kunna koda allt material de kommer över. En annan nackdel med metoden är att det är svårt att få svar på varför-frågor, eftersom resultatet forskaren får fram genom en kvantitativ innehållsanalys inte vidareutvecklas desto mera och det öppnar upp för spekulationer kring orsakerna till att forskningen visar (eller inte visar) på exempelvis ett visst fenomen (Bryman, 2018). Vissa av varför-frågorna som har dykt upp under innehållsanalysens gång har kunnat

belysas av samma forskare, till viss del, genom att göra uppföljningsstudier eller genom att samla in kompletterande information. Denna typ av uppföljningsstudier eller kompletterande information kan vara en kvalitativt inriktad innehållsanalys eller intervjuer med exempelvis journalister (Bryman, 2018).

En annan kritik angående den kvantitativa innehållsanalysen som Bryman (2018, s 380–381) lyfter fram är att denna typ av undersökningar påstås vara ateoretiska, alltså saknar teoretisk grundval. Orsaken till det påståendet ligger i att den tyngd som mätningen får i en innehållsanalys kan resultera i att det viktiga anses vara det som går att mäta och inte det som är av teoretisk vikt (Bryman, 2018).

När det kommer till andra metoder som eventuellt kunde ha används i denna undersökning står en kvalitativ textanalys som ett alternativ. Enligt Esaiasson et al. (2017) är en kvalitativ textanalys inriktad på att specifika avsnitt i en text eller specifika bilder studeras mera noggrant än andra. Som nämndes tidigare handlar denna metod om att forskaren vill få tag i sådan information som kan vara djupt nedsänkt i texten eller bildflödet och som bara kan hittas genom att noggrant läsa och studera den. Forskare som använder sig av den kvalitativa textanalysen ställer oftare frågor om vad, vilka, hur och vilken sorts idéer som är rådande i en viss kontakt och på vilket sätt dessa har förändrats över tid och plats i stället för att fokusera på varför-frågor (Esaiasson et al., 2017).

Två huvudtyper av textanalytiska frågeställningar kan urskiljas för att illustrera den kvalitativa textanalysen: frågan som handlar om att systematisera innehållet i de aktuella texterna och frågor som handlar om att kritiskt granska innehållet i texterna (Esaiasson et al., 2017). Den vanligaste typen är de systematiserande undersökningarna som vill ordna texter och lyfta fram meningar tematisk och systematiskt. Genom att exempelvis logiskt ordna texternas innehåll är forskarens uppgift att lyfta fram och göra väsentliga aspekter av innehållet begripliga. De kritiskt granskande undersökningarna går ett steg längre genom att kritiskt granska de idéer som de också klagör (Esaiasson et al., 2017). De kan vara kritisk granskande på två olika sätt: dels genom beviskraften i argumenten som används, dels med avseende på att exponera maktrelationer som förmedlas i texten.

## 3.2 Val av material

I inledningskapitlet (kapitel 1) i denna avhandling konstaterades det att politikerna är övertygade om att uppmärksamhet i nyhetsmedier är avgörande för hur framgångsrikt ett val ska bli för dem (Van Aelst, et al., 2008). Därför är det viktigt för dem att synas i medierna och vilken typ av synlighet de får där spelar också roll, speciellt inför ett val, eftersom forskning visar att medieexponering och valseger går hand i hand (Van Aelst et al., 2008). En orsak till det är att väljarna ofta fattar beslut om vem de ska rösta på under de sista veckorna innan valdagen (Willocq, 2019). Detta är bakgrunden till valet av materialet som studeras i denna avhandling där fokus ligger på hur partiledarna framställdes i tidningen Helsingin Sanomat (HS) under de åtta sista veckorna innan det finländska riksdagsvalet år 2019.

Studier som har använt sig av kvantitativa innehållsanalyser har ofta jämfört dagspressen med kvällspressen. Exempelvis Lundell och Ekstöm (2009) undersökte bilder som publicerades i både Aftonbladet och Expressen, som är svenska kvällstidningar, samt i Dagens Nyheter, en svensk dagstidning, när de undersökte hur kvinnliga politiker könas (översatt från engelskans "gendering") i pressbilder. Scharrer (2002) gjorde en kvantitativ innehållsanalys med fokus på endast en politiker, Hillary Clinton, och hur mediebevakningen av henne utformades när hon övergick från att vara USA:s första dam till senatsutmanare. Studien granskade artiklar från 29 olika tidningar som fanns med i databasen LexisNexis där sökningen gjordes.

Dan och Iorgoveanu (2013) gjorde en kvantitativ verbal och visuell inramningsanalys av mediebevakning av de fyra mest framstående manliga och kvinnliga kandidaterna i Rumänien inför Europaparlamentsvalet 2009. De jämförde större och mera seriösa tidningar (engelskans "broadsheets") med tabloider (som är mindre tidningar och mindre seriösa än "broadsheets") för att få tillgång till en större publiks mediekonsumtion (Dan & Iorgoveanu, 2013).

I denna studie jämförs inte två typer av nyhetstidningar eller -medier. I stället läggs allt fokus på bilderna som Helsingin Sanomat publicerade av de finländska partiledarna inför riksdagsvalet 2019. Orsaken till att valet föll på att undersöka Helsingin Sanomat var att tidningen är Finlands största dagstidning, enligt statistik

från Media Audit Finland (2022). Enligt mätningen av de finländska tidningarnas räckvidd från juli 2021 till juni 2022 var Helsingin Sanomats räckvidd 1 698 (både tryckt papperstidning och digital version) medan tidningen som kom på andra plats av toppmediatidningarna (Aamulehti) hade en räckvidd på 478. Eftersom HS är av denna storlek kan det antas att den har en påverkande makt i samhällsdebatten. Tidningen har även stor nationell spridning i landet samt stora resurser för att bedriva en noggrann och utförlig bevakning av politik och politiker.

Tidsperioden för de utvalda artiklarna har sin början åtta veckor innan valdagen som var 14 april 2019. Tedesco (2005) studerade agendasättningen i relationen mellan politiska kandidater och journalister under presidentvalet 2004 i USA. Där använder han begreppet "hot phase" som syftar på en tidsperiod innan ett val då massmedierna fokuserar mycket på valkampanjerna. Hur lång denna period är finns inte uttalat, men enligt Tedesco (2005) är en valkampanjs "hot phase" i USA i alla fall de två sista månaderna innan ett presidentval. Utgående från denna information går det att anta att nyhetsmedierna i Finland bevakade valkampanjen inför riksdagsvalet 2019 som mest intensivt de sista fyra veckorna innan valdagen.

Som det nämndes i den preciserade frågeställningen är det fotografier av partiledare som studeras i denna kvantitativa studie. Detta innebär att alla partiledare som representerar partier i riksdagen inkluderas i studien. Partiledare för mikropartier räknas inte med. Tidigare studier visar att partiledare är välkända individer som majoriteten av väljarna har åsikter om och att ledarskapsbedömningar har en betydande och oberoende inverkan på partistödet och hur väljaren väljer att rösta (Stevens et al., 2011). Valresultaten i demokratier har också blivit alltmer beroende av de politiska ledarnas inflytande och deras förmåga att locka till sig väljare.

Dessutom har inflytandet från elektroniska medier fått en stor del i valkampanjerna och det har gjort att politiska ledare har kommit att symbolisera partipolitiska och ideologiska konflikter (Glaser & Salmon, 1991, refererad i Hayes & McAllister, 1997). Effekten av detta har gjort att en politisk ledare som är populär kan uppnå valframgångar för sitt parti, medan en impopulär ledare utsätter sitt parti för en valkatastrof (Hayes & McAllister, 1997). Fenomenet syns även i Finland där politisk personifiering uppenbart har ökat över tid enligt Karvonen (2010) som studerat

personifieringen av politik i parlamentariska demokratier. Partiledarnas inflytande på partiernas valframgångar ökar i Finland och finländska väljare anger ofta partiledare som skäl för sina egna personliga preferenser (Karvonen, 2010).

Följande partiledare undersöks i denna studie. De manliga är sex stycken: Antti Rinne (S), Jussi Halla-aho (Sannf), Petteri Orpo (Saml), Juha Sipilä (Centern), Pekka Haavisto (De gröna) samt Hjallis Harkimo (Rörelse Nu). De kvinnliga är tre till antalet: Li Andersson (V), Anna-Maja Henriksson (SFP) och Sari Essayah (KD).

Vid tidpunkten som studien undersöker finns det endast tre kvinnliga partiledare bland alla partier som finns representerade i riksdagen. Värt att notera är att två av dessa kvinnor – Essayah (KD) och Henriksson (SFP) – är partiledare för två av de mindre partierna i Finland och det kan vara en bidragande orsak till att de eventuellt får mindre synlighet än övriga partiledare. Det är med andra ord inte säkert att det är deras kön som spelar roll i mängden nyhetsbevakning de får, utan att de representerar partier som inte är nationellt framstående. En mera ingående diskussion om detta förs i slutdiskussionen i kapitel 5.

Tidningsnumren som har analyserats publicerades mellan 18 februari 2019 och 14 april 2019 och Helsingin Sanomat utkommer sju dagar i veckan. Det betyder att tidningen utkom 55 gånger under analysperioden för denna studie. Bilderna som analyseras laddades ner i PNG-format från HS digitala arkiv där alla papperstidningar finns inskannade. Det totala antalet bilder av partiledare i Finland som publicerades i Helsingin Sanomats papperstidning under undersökningsperioden är 136, varav 29 avbildar en eller flera kvinnliga partiledare.

Alla bilder där en partiledare syns inkluderades i studien oberoende av om ansiktet är synligt eller inte. För de bilder där endast ryggtavlan av en partiledare syns går det nämligen att koda miljön partiledaren befinner sig i och eventuellt sällskap som partiledaren har i bilden. När det kommer till bilder där partiledarens ansikte syns inkluderas alla bilder.

De artiklar som analyseras är endast nyhetsartiklar som publicerats på nyhetssidorna. Detta beror på antagandet att nyhetssidor publicerar det nyhetsmaterial som är

avgörande för valkampanjen. Här inkluderas även artiklar som går under sport- och kulturkategorin medan ledare och kolumner betraktas som opinionsartiklar och därför skiljer sig logiken bakom dem från nyhetsartiklarna vilket gör att texterna inte granskas i denna studie. Dessutom är det mest troligt att partiledarna mestadels presenteras på nyhetssidorna. Notiser studeras inte heller, eftersom de är väldigt korta och oftast inte bildsatta.

### 3.3 Variabler och variabelvärden

På samma sätt som Carpinella och Bauer (2021) utvecklade kodscheman för sin studie av könsstereotyper i kandidaternas visuella delar av kampanjannonserna utvecklas även för denna studie två liknande kodscheman (bilaga 1 och 2). Detta för att kunna identifiera de sätt som nyhetsmedierna kopplar ihop politikerna med könsstereotyper i den visuella bevakningen.

För att kunna undersöka om det finns skillnader mellan hur manliga och kvinnliga partiledare i Finland utifrån könsstereotyper framställs visuellt i nyhetsmedierna har tre studieområden tagits fram. Det första området berör bildernas utrymme och prominenta placering i tidningen. Enligt bland annat Koenig et al. (2011) och O'Neill et al. (2016) leder den könsstereotypa uppfattningen till att manliga politiker får mera visuell synlighet och en mera framträdande roll i nyhetsmedierna än kvinnliga politiker. Utgående från könsstereotyper associeras manliga politiker mer med offentligt liv och ledarskap än kvinnliga politiker (van der Pas & Aaldering, 2020). Därmed ses männen, enligt van der Pas och Aaldering (2020), som mera politiskt livskraftiga och får mera utrymme i nyhetsrapporteringen.

Det andra studieområdet undersöker strukturella könsstereotyper. Enligt Jungblut och Haim (2021) handlar detta om att undersöka den förväntade scenen av en stereotyp kvinnlig eller manlig politikers skildring i bild. Hur är bildmotiven strukturerade? Avbildas partiledarna tillsammans med andra och i vilka miljöer? Om partiledaren syns tillsammans med andra upplevs partiledaren som mera omhändertagande och det i sin tur är en egenskap som stereotypt förknippas med kvinnor, medan männen förväntas synas ensamma på bilderna (Carpinella & Bauer, 2021; Jungblut & Haim,

2021; van der Pas & Aaldering, 2020). Ämnesområdet undersöker också strukturella könsstereotyper genom att undersöka om bilden av partiledarna är tagen i deras arbetsmiljö eller privatliv samt vilken plats den är tagen på och vilka slag av människor (till exempel yrkesrepresentanter) som syns tillsammans med partiledaren på bilden.

Det tredje området undersöker emotionell könsstereotypisering. Förväntningen är att kvinnliga politiker oftare ler och är glada på bilderna än män, eftersom glada personer uppfattas som varmare och snällare vilket i sin tur är egenskaper som stereotypiskt kopplas ihop med kvinnor (Bauer, 2016; Jungblut & Haim, 2021). Manliga politiker å sin sida förväntas visa mera ilska i sina bilder, eftersom de stereotypiskt upplevs som kraftfulla, självsäkra och aggressiva (Bauer, 2016). Variablerna som gjorts upp i kodschema 2 (se bilaga 2) fångar in detta.

I de kommande underkapitlen kommer kodscheman att presenteras mera noggrant och vad de ämnar registrera i bildmaterialet av partiledarna som Helsingin Sanomat publicerade två månader innan riksdagsvalet 2019.

### 3.3.1 Presentation av kodschema 1

Det första kodschemat (bilaga 1) fokuserar på bildernas utrymme och placering i tidningen samt hur bilderna är strukturerade. De bilder som undersöks har alla publicerats i Helsingin Sanomat, antingen på första sidan eller på någon av de andra sidorna, under de två månaderna innan riksdagsvalet 2019. Analysenheten i detta schema är hela bilden. Kodschemat består av 13 variabler och den första variabeln (V1) anger vilket datum som artikeln (där bilden ingår) utkom. Den andra variabeln (V2) noterar ett foto-ID som gör det möjligt att hitta tillbaka till fotot som så behövs.

Den tredje variabeln (V3) anger om partiledaren avbildas ensam eller ej, medan den fjärde variabeln (V4) registrerar vilken av de nio partiledarna det är som syns i bilden. Om en bild är ett kollage, det vill säga flera bilder av olika partiledare har klippts ihop till en bild räknas det inte som att en partiledare är i sällskap med andra partiledare. Detta eftersom det är nyhetsredaktionen som har skapat sällskapet i efterhand och politikerna inte var intill varandra när bilderna togs.



Variablerna 5–7 (V5–V7) registrerar om partiledarna framställs i grupp och om gruppen består av endast manliga/kvinnliga partiledare eller om det är en blandning av könen. Variablerna fångar också in om bilden är placerad på första sidan eller inte och hur stor (i kvadratcentimeter) bilden är. O’Neill et al. (2016) anser att manliga politiker kan bli något överrepresenterade (sett till deras faktiska antal i en exempelvis riksdag) i nyhetsmedierna. Manliga politiker får oftare mera synlighet än sina kvinnliga motsvarigheter när det kommer till hur ofta de omnämns i texter eller blir intervjuade (O’Neill et al., 2016).

Variablerna som följer i kodschemat (V8–13) används bara för att koda de bilder som föreställer en partiledare utan sällskap av andra partiledare (om V3 = 1). Variablerna åtta till tolv (V8–12) noterar de strukturella könsstereotyperna. Först handlar det om hurdant sällskap partiledaren har på bilden (V8 och V9). Enligt Carpinella och Bauer (2021) finns det vissa figurer som stereotypt kopplas ihop med kvinnor och vissa figurer som kopplas ihop med män. Figurer som lärare, vårdpersonal och äldre personer är stereotypt kopplade till kvinnor som anses ha omhändertagande egenskaper. ”Manliga” figurer är å andra sidan militär personal, personer från näringslivet, byggnadsarbetare och idrottare/tränare. Orsaken till att dessa figurer kopplas ihop med en man är för att de stereotypt anses besitta handlingsinriktade egenskaper (Carpinella & Bauer, 2021).

Den tionde variabeln (V10) i kodschema 1 registrerar i vilken kontext som bilden är tagen. Antingen är bilden tagen i partiledarnas professionella offentliga miljö eller utanför arbetslivet i partiledarnas privatsfär. För att avgöra när en bild är tagen i partiledarnas privatsfär används Grusell och Nords (2020) riktlinjer. Bilder som tydligt föreställer att partiledaren inte är i arbete, exempelvis när hen är hemma tillsammans med familjemedlemmar, leker med barn eller utövar ett fritidsintresse anses vara partiledarens privatsfär eller hens liv utanför jobbet (Grusell & Nord, 2020). Bilder som Grusell och Nord (2020) kategoriserade som personliga, till exempel när partiledaren porträtterades att gå på gatorna ensam eller resa, räknas in till partiledarnas privatsfär i denna avhandling.

Utgående från van der Pas och Aalderings (2020) studie är det kvinnliga politiker som kopplas ihop med det privata livet i de bilder som nyhetsmedierna publicerar. Detta

har dels att göra med att allmänheten förväntar sig att nyhetsbevakningen av kvinnliga politiker ska vara mera personlig, eftersom det offentliga livet är något som stereotypiskt är kopplat till manliga politiker (van der Pas & Aaldering, 2020).

Den elfte och tolfte variabeln (V11 och V12) fokuserar på vilka platser som politikerna befinner sig på de bilder som publiceras i tidningen. I det här fallet är könsstereotypen som sådan att platser som kopplas ihop med kvinnor är skolor, sjukhus, hem, offentliga parker och lekplatser och livsmedelsbutiker (Carpinella & Bauer, 2021). Platser som stereotypiskt kopplas ihop med män är byggarbetsplatser, fabriker, stadsmiljöer med höghus, sportarenor, laboratorium och kontor (Carpinella & Bauer, 2021).

Variablerna 13 och 14 (V13 och V14) registrerar om det finns ett dominerande partiledaransikte i bilden (V13) och vem ansiktet då tillhör (V14). För att kunna avgöra om ett ansikte är dominerande utgår jag ifrån samma kriterier som Jungblut och Haim (2021) hade: för att ett ansikte ska klassas som dominerande i en bild ska det uppta mer än en tredjedel av bildytan. Detta mäts här på basis av ögonmättet. Bild 1 visar ett exempel ur undersökningsmaterialet där ansiktet dominerar bilden. Dominans och makt är egenskaper som i ett könsstereotypiskt perspektiv kopplas ihop med män, är tanken att dominerande ansikten i politikerbilder kopplas samman med manliga politiker (Jungblut & Haim, 2021).

***Bild 1.** Exempel på en bild i undersökningsmaterialet där partiledaransiktet är dominerande.*



Variabel 15 (V15) registrerar vilket känslouttryck det dominerande ansiktet i bilden visas. En mera ingående beskrivning av denna variabel finns i nästa kapitel där kodschema 2 presenteras. Den sista variabeln i det första kodschemat (V16) registrerar könet på partiledaren i bilden.

### 3.3.2 Presentation av kodschema 2

Kodschema 2 ämnar registrera om det finns emotionella könsstereotyper i bilderna av de finländska partiledarna. Detta görs i ett skilt kodschema, eftersom analysenheten här inte är den enskilda bilden utan det enskilda politikeransiktet, som det ibland kan finnas fler än ett av i bild. Alltså om det finns flera partiledaransikten i en bild så kodas varje ansikte enskilt, eftersom det kan finnas olika känslouttryck i en bild.

Här är fokuset på ansiktet och vilka känslouttryck som partiledarens ansikte visar. Variabel tre (V3) kodar först vilken partiledare det är fråga om, medan den fjärde variabeln (V4) registrerar vilket känslouttryck som ansikte visar. Enligt könsstereotyperna är ett glatt och leende ansikte något som förknippas med en kvinna, medan en man förknippas med ett ansikte som visar ilska (Bauer, 2016). Den femte och sista variabel (V5) i kodschema 2 registrerar könet på partiledaransiktet.

För att kunna avgöra om ett partiledaransikte visar glädje eller vänlighet, eller ilska har tolkningsregler gjorts upp i tabell 2 utgående från Masters et al. (1986), Stewart et al. (2011) och Otta et al. (1996).

*Tabell 2. Tolkningsregler för känslor i bilder.*

	<b>Ögonbryn</b>	<b>Ögonlock</b>	<b>Mungipor</b>	<b>Visande av tänder</b>
<b>Glad</b>	Höjda.	Vidöppna, normala eller något stängda.	Tillbakadragna eller höjda.	Inga tänder syns, eller övre tandraden syns, eller både den nedre och övre

				tandraden syns.
<b>Arg</b>	Sänkta.	Vidöppna.	Framåt eller sänkta.	Nedre tandraden.

*Källa: Masters et al. (1986) & Brannigan & Humphries (1972, refererad i Otta et al., 1996).*

För att ett ansikte ska anses som glatt respektive argt behöver det uppfylla de regler som gjorts upp för kategorin (tabell 2). Om ett människoansikte visar glädje visar det lugnande tecken som leende och höjda ögonbryn. Oftast finns leendet med, men det behöver inte alltid göra det enligt Stewart et al. (2011). Det finns tre typer av leenden enligt Brannigan och Humphries (1972, refererad i Otta et al., 1996): 1) Ett slutet leende där hörnen av munnen dras upp och tänderna förblir täckta av läpparna. 2) Det övre leendet där hörnen av munnen dras upp och överläppen är upphöjd och visar en del av den övre tandraden medan den nedre tandraden förblir täckt. 3) Det breda leendet där både den övre och nedre tandraden syns när hörnen av munnen höjs. Bild 2 ger exempel på både ett leende politikeransikte och på en viss typ av leende.

**Bild 2.** Exempel på ett leende politikeransikte i undersökningsmaterialet.



Följande krav ska politikeransiktet uppfylla i denna studie för att det ska klassas som glatt: höjda ögonbryn, vidöppna, normala eller något stängda ögonlock, något av de tre typerna av leenden ska synas (stängt, övre eller breda leendet) (Brannigan & Humphries 1972; Masters et al., 1986).

**Bild 3.** Exempel i undersökningsmaterialet på ett partiledaransikte som visar ilska.



Enligt Eibl-Eibersfeldt (1979, refererad i Stewart et al., 2011) är ett argt människoansikte ett ansikte med en fast blick utan tecken på trygghet (som exempelvis höjda ögonbryn). Bild 3 ger ett exempel på en bild i undersökningsmaterialet där partiledaransiktet visar ilska. För att politikeransiktet ska uppfylla kravet att det visar ilska i denna studie ska följande saker noteras: ögonbrynen ska vara sänkta, ögonlocken vidöppna, mungiporna framåt eller sänkta och nedre tandraden ska synas (Masters et al., 1986).

### 3.4 Validitet och reliabilitet

Enligt Esaiasson et al. (2017) finns det tre alternativa definitioner av validitet vad gäller forskning. Enligt den första definitionen är en teoretisk definition och en operationsindikation relaterade. Den andra definitionen koncentrerar sig på avsaknaden av systematiska misstag, medan den tredje definitionen undersöker om forskaren mäter det som uppges vara mätt. Esaiasson et al. (2017) uppmärksammar det faktum att även om definitionerna används som synonymer är det fortfarande möjligt att skilja dem åt. De hävdar att det finns en skillnad mellan den första och andra definitionen, gemensamt känd som konceptuell validitet, och den tredje definitionen som är känd som resultatvaliditet.

Begreppsvaliditeten, den tredje definitionen av Esaiasson et al. (2017), är ett kriterium som främst har att göra med kvantitativ forskning. Som tidigare nämnts är huvudfrågan om ett begrepps mått, på ett korrekt sätt, fångar vad begreppet anses betyda (Bryman, 2018). I denna studie kan ett exempel (som nämndes i kapitel 3.3.2) vara huruvida ett blottande av den nedre tandraden, faktiskt är en bra empirisk indikator på begreppet ilska? Enligt Bryman (2018) är begreppsvaliditet och reliabilitet relaterade, eftersom om ett begrepps mått visat sig vara instabilt – det vill säga det fluktuerar och är därmed opålitligt – kan det inte heller vara ett mått med tillräcklig validitetsnivå för begreppet i fråga.

Reliabilitet är frågan om undersökningsresultaten kommer att förbli desamma om undersökningen – i detta fall kodningen – upprepas eller om de påverkas av slumpmässiga variabler (Bryman, 2018). Bryman (2018) anser också att reliabilitet ofta är viktigt i en kvantitativ undersökning. Enligt Esaiasson et al. (2017) kan reliabilitet undersökas genom att jämföra resultaten av två kodningar som använder samma mätverktyg på ett och samma material. Om det är forskaren själv som går tillbaka till materialet och genomför kodningen ytterligare en gång kallas det för intrakodarreliabilitet. Om någon annan än forskaren för testet handlar det om interkodarreliabilitet (Esaiasson et al., 2017).

Interkodartillförlitlighet anses vara den bättre typen av reliabilitetstest, eftersom det inte helt kan uteslutas att en ensam kodare minns det första mättillfället (Esaiasson et al., 2017). Det är också ett interkodarreliabilitetstest som har utförts för denna studie och dessutom har Holstis reliabilitetstest använts (Holsti, 1969). Genom att utföra Holstis reliabilitetstest får vi veta om två olika kodare, utgående från samma kodschema, uppnår liknande resultat utifrån samma material.

För denna studie kodade en utomstående person 15 procent av det ihopsamlade bildmaterialet (21 bilder) och de bilderna valdes ut genom en slumpgenerator. Holstis reliabilitetstest genomfördes på fem variabler av totalt 21 och dessa fem är: ansiktsuttryck, ansiktets dominans, sällskap, platsen bilden togs på och kontext. Orsaken till att dessa fem variabler valdes ut – och inget reliabilitetstest gjordes på de resterande variablerna – är för att de kräver viss tolkning av kodaren. Variabler som vilken partiledare som syns i bilden, bildens placering i tidningen och hur många

partiledare som syns på bilden kräver ingen avancerad tolkning eller riktlinjer för kodaren att avgöra.

Holstis (1969) formel är " $r = 2M/(N1+N2)$ ". Bokstaven "M" står för totala antalet kodningar där de båda kodarna kodat likadant. "N1" och "N2" motsvarar totala antalet kodningar för respektive kodare. Uträkningen för reliabiliteten gällande variabeln "ansiktsuttryck" blev följande:  $(2 \times 17) / 21 + 21 = 0,81$ . En tumregel som forskare använder sig av med Holstis reliabilitetstest är att alla resultat över 0,80 (= 80 procent) är acceptabla medan alla värden under säger att det råder stor oenighet kring kodningen (Neuendorf, 2017). Högsta värdet som går att få med testet är 1,0 (= 100 procent samstämmighet) och då råder total enighet mellan kodarna. I fallet med ansiktsuttryck har författaren och den utomstående kodaren kodat likadant i 81 procent av fallen och det resultatet tyder på en godkänd reliabilitet, givet att variabeln kräver en hel del tolkning.

Variabeln som registrerar platsen som bilden togs på och kontext blev resultatet i reliabilitetstestet 95 procent för båda variablerna. Resultatet i reliabilitetstestet för variabeln som mätte partiledarnas sällskap i bilden blev 90 procent och resultatet för variabeln som mätte ansiktsdominans blev 86 procent.

### 3.5 Sammanfattning av metodkapitlet

I detta kapitel har det redogjorts för metoden som används för studien, materialet som analyseras och studiens metod. I det första underkapitlet (3.1) presenterades valet av forskningsmetoden kvantitativ innehållsanalys som används i denna studie. För- och nackdelarna med metoden diskuterades samt en annan metod som kunde ha varit lämplig för studien: kvalitativ innehållsanalys. Men valet föll på kvantitativ innehållsanalys som ansågs vara den bäst lämpade metoden för studien, på basis av bland annat Esaiasson et al. (2017) och Bryman (2018).

Materialet som används för att genomföra studien presenterades i kapitel 3.2. Där gick det också igenom vilka avgränsningar och val som har gjorts för att få fram det lämpligaste materialet för studien. I följande kapitel presenterades kodscheman som

bilderna kodades utgående från. Inspiration till kodscheman hämtades från bland annat från Carpinella och Bauer (2021) och van der Pas och Aaldering (2020). Tolkningsregler för när ett ansikte anses visa glädje respektive ilska togs också fram och presenterades i kapitel 3.3.2 med hjälp av Masters et al. (1986) och Stewart et al. (2011). Validitet och reliabilitet har också behandlats i metodkapitlet. Resultaten för reliabilitetstesten har också redogjorts och alla fem variabler som testades fick godkänd reliabilitet.



## 4 Resultat

Resultaten av avhandlingens empiriska undersökning presenteras i detta kapitel och besvarar forskningsfrågorna som söker svar på hur den visuella framställningen av manliga och kvinnliga partiledare skiljer sig i Helsingin Sanomat under valkampanjen inför riksdagsvalet år 2019. Kapitlet har delats in i fyra underkapitel och varje underkapitel besvarar en eller flera av de sex preciserade frågeställningarna.

Det första underkapitlet presenterar partiledarbildernas utrymme och placering i tidningen. I det andra underkapitlet redogörs resultaten för huruvida emotionell könsstereotypisering visas i bilderna. Förekomsten av strukturell könsstereotypisering i bilderna presenteras i det tredje underkapitlet vartefter hela resultatkapitlet avslutas med en sammanfattning.

Data som samlades in behandlades i det statistiska datahanteringsprogrammet SPSS 28. Eftersom bildmaterialet i denna studie inte är ett urval av ett totalmaterial – dvs det består av samtliga partiledarfoton som publicerades i Helsingin Sanomat under de åtta veckorna före valdagen – behövdes ingen testning av statistisk signifikans genomföras i analysen.

### 4.1 Utrymme och placering

I detta kapitel presenteras resultaten gällande hur stort utrymme, i kvadratcentimeter, partiledarbilderna tar i tidningen, samt om bilderna är placerade på tidningens första sida eller inte. Den preciserade frågeställningen som besvaras här lyder:

- Får kvinnliga partiledare mindre visuell synlighet i nyhetsrapporteringen än manliga partiledare inför riksdagsvalet år 2019?

Variablerna som mäter synlighet (bildyta och förstasidesplacering) kodades med kodschema 1 (bilaga 1). Totalt publicerades 136 bilder av partiledare i Helsingin Sanomat under de åtta veckorna innan valdagen för riksdagsvalet 2019. I kapitel 3

nämns även att de partiledare som jag valt att studera representerade partier som var företrädare i riksdagen och totalt är de nio till antalet, sex män och tre kvinnor.

När siffrorna för antalet publicerade bilder av respektive kön (105 och 27) adderas (132) fattas det fyra bilder från det totala antalet bilder (136) som har kodats i denna studie. Det har att göra med att dessa fyra bilder är gruppbilder vilket betyder att fler än en partiledare syns på bilden. Gruppbilderna har inte registrerat kön utan endast om det är enbart manliga, enbart kvinnliga eller både manliga och kvinnliga partiledare som framställs på bilden.

Tabell 3 redovisar fördelningen mellan bilder som visar kvinnliga respektive manliga partiledare gällande antal bilder och deras utrymme (cm<sup>2</sup>).

**Tabell 3.** Antalet partiledarbilder och deras utrymme (cm<sup>2</sup>) fördelat på partiledarkön.

Bildfrekvens och - storlek	Avbildad partiledare	
	Kvinna	Man
Antalet bilder	27	105
Antalet bilder i relation till antalet partiledare	9	17,5
Bildyta (cm <sup>2</sup> )	3 107	13 434
Bildyta (cm <sup>2</sup> ) i relation till antalet partiledare	1 035	2 239
Genomsnittlig bildyta (cm <sup>2</sup> ), medianvärde	53	62

Tabell 3 visar att bilder av manliga partiledare är vanligare än bilder av kvinnliga partiledare oavsett hur detta mäts: antalet bilder, antalet bilder relaterat till antalet partiledare, bildytan (cm<sup>2</sup>) och denna relaterad till antalet partiledare samt genomsnittlig bildyta.

Först ut är antalet bilder som publicerades av kvinnliga och manliga partiledare. Skillnaden mellan könen är tydlig, eftersom manliga partiledare fick nästan fyra gånger mera synlighet än kvinnliga partiledare. Den könsstereotypa uppfattningen är att manliga politiker får mera synlighet i nyhetsmedierna än kvinnliga politiker

(Koenig et al., 2011; O'Neill et al., 2016; van der Pas & Aaldering, 2020). Enligt O'Neill et al. (2016) kan manliga politiker bli överrepresenterade i nyhetsmedierna sett till hur många de faktiskt är i exempel en riksdag. Av den anledningen har jag i tabell 3 relaterat bildantalet till antalet kvinnliga respektive manliga partiledare i valkampanjen (3 kvinnor; 6 män). Fortsättningsvis kvarstår den manliga dominansen, eftersom bildantalet per partiledare är nästan dubbelt större för bilder med manliga partiledare (15) än bilder med kvinnliga partiledare (9).

Då det gäller bildytan som partiledarna av de respektive könen får, ses även här en klar manlig dominans när resultaten relateras till antalet ledare: bildytan per manlig partiledare (2 239 cm<sup>2</sup>) är mer än dubbelt större än motsvarande som visar kvinnliga partiledare (1 035 cm<sup>2</sup>). När det kommer till den genomsnittliga bildstorleken går det att konstatera att det genomsnittliga partiledarfotot är större för bilder som visar manliga partiledare (medianvärde 62 cm<sup>2</sup>) än foton som avbildar kvinnliga ledare (53 cm<sup>2</sup>).

Utrymme per partiledare har också noterats (bilaga 3). Den partiledare som fick överlägset mest synlighet, med en total bildyta på 4 643 cm<sup>2</sup> var Juha Sipilä (C). Vid tidpunkten för när materialet publicerades, som studeras i denna studie, var Sipilä Finlands statsminister och det kan ha påverkat mängden synlighet som han fick. Den partiledare som fick näst mest synlighet var Rinne som vid tidpunkten för när bilderna publicerades var oppositionsledare. Bilaga 3 visar också att de tre kvinnliga partiledarna – Andersson (V), Henriksson (SFP) och Essayah (KD) – samtliga tenderade att få mindre visuellt utrymme än deras manliga kolleger, sett till både antal foton och total bildyta. De kvinnliga partiledarna representerade alla dessutom mindre partier i Finland och det kan ha sin påverkan på mängden synlighet de fick.

Som följande aspekt av visuell synlighet avhandlas bildens placering och utrymme på förstasidan. När bildens placering i tidningen skulle koda fanns det två alternativ: bilden är placerad på första sidan och bilden är inte placerad på första sidan. I tabell 4 går det att utläsa att skillnaden i andelen manliga och kvinnliga partiledarbilder som placerats på förstasidan är snarlik; 30 procent av bilderna med kvinnliga partiledare och 29 procent av manliga partiledarbilder är placerade på förstasidan.

**Tabell 4. Bildens placering och storlek på första sidan (%).**

Är bilden placerad på första sidan?	Partiledare	
	Kvinna	Man
Ja	30% (8)	29% (30)
Nej	70% (19)	71% (75)
Totalt: % (N)	100% (27)	100% (105)

Även om manliga och kvinnliga partiledare inte skiljer sig gällande antalet bilder som får synlighet på första sidan, så visar en vidare analys att den genomsnittliga bildytan för förstasidesfoton som visar manliga partiledare är klart större (medianvärde 72 cm<sup>2</sup>) än för de bilder som visar kvinnliga partiledare (48 cm<sup>2</sup>).

Den könsstereotypa uppfattningen när det kommer till bildens placering i en tidning är den att manliga partiledare/politiker får större uppmärksamhet än sina kvinnliga motsvarigheter (van der Pas, 2022). En bild på första sidan motsvarar nämligen mera uppmärksamhet än en bild inuti en tidning. Orsaken till att journalister kan anse att manliga politiker ska få mera uppmärksamhet än kvinnliga kan vara för att journalisterna ser männens politiska karriär/kandidaturer som intressantare och mer lönsamma att rapportera om än kvinnors. Detta grundar sig i sin tur i att ledarskap är något som stereotypt kopplas ihop med maskulinitet.

Som kunde ses i detta underkapitel fick de manliga partiledarna mera synlighet – både när det gäller antalet bilder som publicerades och storleken på bilderna som publicerades av dem – i Helsingin Sanomats nyhetsrapportering de åtta sista veckorna inför riksdagsvalet 2019. Detta går också hand i hand med könsstereotypen som lyder att manliga politiker får större och mer framträdande synlighet i nyhetsmedierna än kvinnliga politiker (Koenig et al., 2011; O’Neill et al., 2016; van der Pas & Aaldering, 2020).

Till följd av stereotyper kan manliga politiker få mer uppmärksamhet i medierna, anser van der Pas (2022). Stereotypa egenskaper för män är att de är dominerande, aggressiva, ambitiösa, beslutsamma och självsäkra. De kopplas även ihop med det offentliga livet och politiskt ledarskap, vilket för att de anses vara ”mera lämpade” för politiken än kvinnliga politiker som kopplas ihop med privatlivet (Koenig et al.,

2011; O'Neill et al., 2016). Resultatet i denna studie visar att av alla bilder som publicerades av kvinnliga respektive manliga politiker hade båda lika stor andel av bilderna på första sidan. Skillnader mellan könen sågs i stället när den genomsnittliga bildytan för foton för respektive könen togs fram. De resultaten visar att foton av manliga partiledare är betydligt större (72 cm<sup>2</sup>) än för foton som visar kvinnliga partiledare (48 cm<sup>2</sup>). Här uppfyller HS visuella nyhetsrapportering av partiledarna den könsstereotyp som existerar.

## 4.2 Emotionella könsstereotyper

I detta underkapitel besvaras den andra preciserade forskningsfrågan:

- Framställs kvinnliga partiledare oftare som glada än manliga politiker (en egenskap som stereotyp är kopplad till kvinnor), medan manliga politiker oftare framställs som arga (en egenskap som stereotyp är kopplad till män)?

Resultatet har sammanställts utgående från det som har kodats med hjälp av kodschema 2 (bilaga 2). Till skillnad från kodschema 1 har jag i kodschema 2 analyserat alla partiledaransikten som syns i bilder, både i gruppbilder och i individuella bilder av partiledare. Totalt har 143 partiledaransikten analyserats gällande huruvida de uttrycker glädje eller vänlighet, ilska eller annan känsla.

Resultaten kring förekomsten av känslouttryck i bilder av partiledare presenteras i tabell 5. Totalt kodades 29 ansikten som tillhörde kvinnliga partiledare och 114 ansikten som tillhörde manliga partiledare.

**Tabell 5.** Förekomsten av känslouttryck i avbildade partiledaransikten per kön (% och antal inom parentes).

Vilken känsla uttrycker partiledaransiktet?	Avbildad partiledare	
	Kvinna	Man
Glädje eller vänlighet	59% (17)	37% (44)

Ilska	0% (0)	2% (2)
Annan känsla	41% (12)	60% (68)
Totalt: % (N)	100% (29)	100% (114)

Enligt den könsstereotypa uppfattningen är det kvinnor som ska visa glädje oftare än män (Bauer & Carpinella, 2018) medan männen förväntas visa mera ilska (O'Neill et al., 2016). Orsaken till detta är att kvinnor stereotypt kopplas till egenskaper som att de är varma och snälla (Bauer & Carpinella, 2018) och män kopplas ihop med egenskaper som aggressivitet, kraftfullhet och självsäkerhet (Bauer, 2016). Denna situation speglas delvis även i den visuella rapporteringen av partiledare i Helsingin Sanomat inför riksdagsvalet 2019.

Av alla kvinnliga partiledaransikten som avbildats var 59 procent sådana som projicerade en vänlig eller glad partiledare. Betydligt färre manliga partiledaransikten (37 procent) uttryckte glädje. Så långt får föreställningar om emotionell könsstereotypisering stöd, men när det kommer till ansikten som visar ilska fanns det endast två sådana ansikten i det material som samlats in (dessa ansikten tillhör båda den manliga partiledaren Juha Sipilä, Centern). I tabell 5 ses också att 41 procent av de kvinnliga partiledaransiktena uppvisade andra känslor och obestämbara uttryck, medan motsvarande andel för de manliga partiledaransiktena är 60 procent.

### 4.3 Strukturella könsstereotyper

Resultaten kring de strukturella könsstereotyperna i partiledarbilderna presenteras i detta kapitel. De preciserade forskningsfrågorna som besvaras med hjälp av dessa resultat är fyra till antalet:

- Är det manliga partiledaransiktet oftare dominerande i bilder än det kvinnliga ansiktet i nyhetsbevakningen inför riksdagsvalet 2019 i Finland?
- Framställs kvinnliga partiledare i den visuella nyhetsbevakningen i miljöer som stereotypt är kopplade till deras kön oftare än manliga partiledare?

- Framställs kvinnliga partiledare i den visuella nyhetsbevakningen i en privatlivskontext oftare än manliga partiledare?
- Framställs kvinnliga partiledare i den visuella nyhetsbevakningen tillsammans med sällskap eller personer som stereotypiskt är kopplade till deras kön oftare än manliga partiledare?

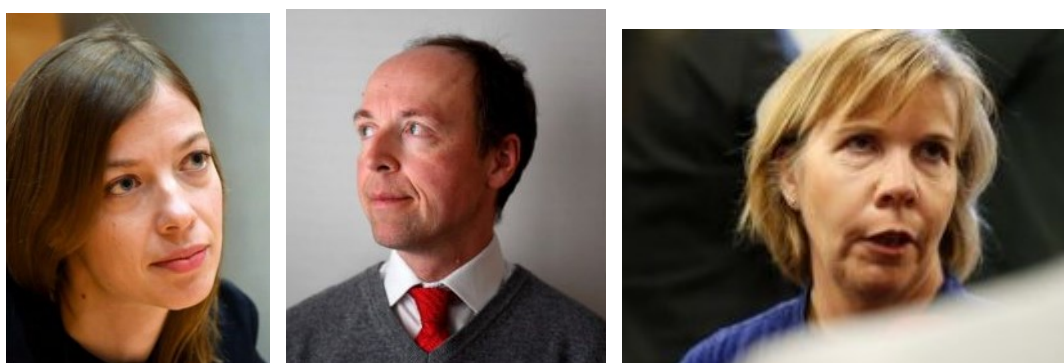
Tabell 6 visar resultaten gällande partiledaransiktenas dominans i bildmaterialet.

**Tabell 6.** *Förekomsten av dominerande partiledaransikten i fotografierna per kön (% och antal inom parentes).*

Finns det ett dominerande partiledaransikte i bilden?	Avbildad partiledare	
	Kvinna	Man
Nej	37% (10)	46% (48)
Ja	63% (17)	54% (57)
Totalt: % (N)	100% (27)	100% (105)

För både kvinnliga och manliga partiledare finns det i majoriteten av bilderna ett dominerande ledaransikte. Andelen bilder av kvinnliga partiledare där ansiktet är dominerande är 63 procent och för bilder av manliga partiledare där ansiktet är dominerande är 54 procent. Bilderna 4–6 visar exempel på bilder i undersökningsmaterialet där partiledaransiktet är dominerande i bilden, det vill säga tar upp mer än en tredjedel av bildens yta.

**Bild 4–6.** *Exempel på bilder av partiledare där ansiktet är dominerande i bilden.*



Enligt könsstereotyper och hur de strukturellt uttrycks i bildmaterial är det oftare det manliga politikeransiktet som är dominerande i bilder än det kvinnliga (Jungblut & Haim, 2021). Orsaken till detta anser Jungblut och Haim (2021) är att en stereotyp porträtterad man ska betona makt och detta görs genom just dominerande ansikten i bilder. Resultatet i tabell 6 visar snarare på det motsatta i hur Helsingin Sanomat framställde partiledarna inför riksdagsvalet 2019. Kvinnliga partiledaransikten dominerar i bilderna oftare än manliga partiledaransikten. Det finns dock flera studier som visar ett liknande resultat trots att hypotesen varit den att det oftare är ett manligt politikeransikte som ska dominera i en bild. Exempelvis i Jungblut och Haims (2021) studie var resultatet det att bilder av kvinnliga politiker hade mera ansiktsdominans än bilder av manliga politiker. Även Kinnebrock och Knieper (2014) fann att manliga politiker inte på något sätt framställs som mer dominerande än sina kvinnliga motsvarigheter.

När det sedan kommer till i hurudant sällskap partiledarna förekommer i bilderna blev resultatet av innehållsanalysen väldigt tunt, vilket kan ses i tabell 7.

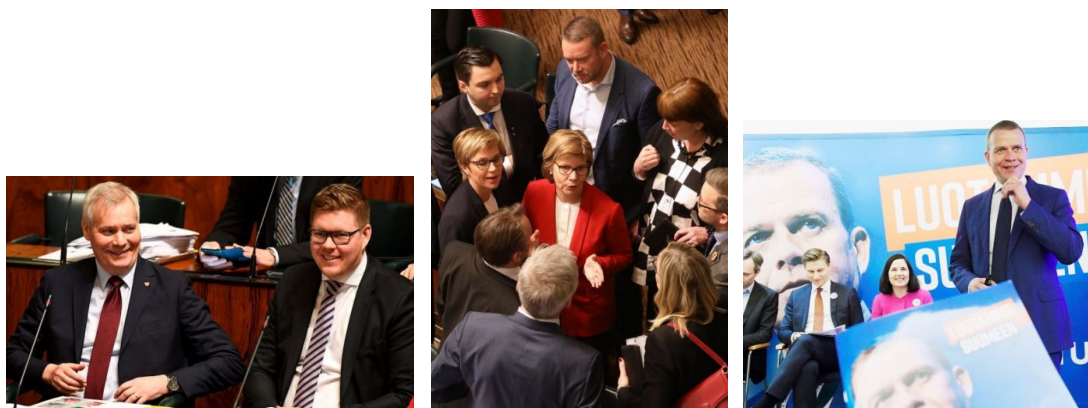
**Tabell 7. Partiledarens sällskap i fotografierna (%).**

Hurudant sällskap har partiledaren på bilden?	Avbildad partiledare	
	Kvinna	Man
Inget sällskap	96% (26)	78% (82)
Vårdpersonal och/eller äldre personer	0% (0)	1% (1)
Lärare	0% (0)	0% (0)
Militär personal	0% (0)	0% (0)
Personer från näringslivet	0% (0)	0% (0)
Byggnadsarbetare	0% (0)	0% (0)
Idrottare/tränare	0% (0)	0% (0)
Övriga personer	4% (1)	21% (22)
Totalt: % (N)	100% (27)	100% (105)



I nästan alla foton, 96 procent, som avbildade en kvinnlig partiledare fanns inget sällskap med. I endast en av bilderna hade den kvinnliga partiledaren sällskap, men det finns i kategorin ”övriga personer”. Bilden visar nämligen Anna-Maja Henriksson (SFP) som är omgiven av andra riksdagspolitiker. Andelen bilder som porträtterar en manlig politiker utan sällskap är 78 procent. I en procent av bilderna som visar en manlig politiker syns äldre personer och på 21 % av bilderna tillhör sällskapet kategorin ”övriga personer”. Det handlar om bilder där sällskapet är journalister, presidenten, livvakter och ibland sådana fall där det inte gick att avgöra personens roll. I sju av bilderna inom kategorin ”övriga personer” vad gäller de manliga partiledarna är sällskapet en eller flera andra politiker som syns i bilden. Exempel på bilder i undersökningsmaterialet där partiledaren har sällskap av en annan partiledare hittas nedan i bilderna 7–9. Det finns inget stöd för att manliga respektive kvinnliga politiker systematiskt skulle ha avbildats med sällskap som utifrån könsstereotyper skulle kunna associeras till politikernas kön.

*Bild 7–9. Exempel på fotografier där partiledare har sällskap av en annan politiker.*



Då det sedan gäller vilka platser partiledarna fotograferats på, följer resultatet samma mönster som resultaten för sällskapet i bilden. I tabell 8 går det att utläsa att i alla de 27 bilder som kodats av kvinnliga partiledare befinner de sig på en plats som går under kategorin ”övriga platser”, som är platser som inte klart associeras med könsstereotyper som typiskt ”manliga” eller ”kvinnliga” platser i ett politiskt sammanhang.

*Tabell 8. Platsen som partiledarna befinner sig på i fotografierna (%).*

På vilken plats befinner sig partiledaren på bilden?	Avbildad partiledare	
	Kvinna	Man
Kontor	0% (0)	7% (7)
Skolor	0% (0)	0% (0)
Sjukhus	0% (0)	0% (0)
Hem	0% (0)	0% (0)
Offentliga parker	0% (0)	0% (0)
Lekplatser	0% (0)	0% (0)
Livsmedelsbutiker	0% (0)	0% (0)
Byggarbetsplatser	0% (0)	0% (0)
Fabriker	0% (0)	0% (0)
Stadsmiljö med höghus	0% (0)	0% (0)
Sportarenor	0% (0)	0% (0)
Laboratorium	0% (0)	0% (0)
Övriga platser	100% (27)	93% (98)
Totalt: % (N)	100% (27)	100% (105)

Även de platser som de manliga partiledarna befann sig på när bilden togs sorteras i 93 procent av fallen under kategorin ”övriga platser”. Den resterade andelen (7 procent), kategoriseras som att partiledaren befann sig på ett kontor. Exempel på platser inom kategorin ”övriga platser” är riksdagen, presstillfällena, fotostudio, EU-parlamentet, debatter och i vissa fall gick det inte att avgöra vilken plats det handlade om. Det går inte att säga särskilt mycket om könsstereotypisering utifrån denna variabel, men en antydning finns. Enligt Carpinella och Bauer (2021) är platser som kontor stereotypiskt ihopkopplade med män och i denna studie var det endast manliga partiledare som avbildades på ett kontor.

Härefter kommer resultaten för bildens sfär att presenteras, det vill säga om bilden togs när partiledaren befann sig i sin professionella offentliga miljö eller om det var partiledarens privata sfär. Utgående från vilka platser som partiledarna befann sig på i bilderna – riksdagen, fotostudio, debatter – är det mycket troligt att kontexten är den professionella miljön framom partiledarens privata. Resultaten presenteras i tabell 9.

**Tabell 9.** Kontext i vilken fotografiet är taget (%).

I vilken kontext är bilden tagen?	Partiledare	
	Kvinna	Man
Partiledarens professionella offentliga miljö	100% (27)	94% (99)
Partiledarens privatsfär	0% (0)	0% (0)
Går ej att avgöra	0% (0)	6% (6)
Totalt: % (N)	100% (27)	100% (105)

Alla bilder där en kvinnlig partiledare framställs är tagna i partiledarens professionella offentliga miljö enligt resultaten i tabell 9. Bilder av manliga partiledare är också oftast tagna i deras professionella offentliga miljö, det gäller hela 94 procent av bilderna. En procent av bilderna är tagna i partiledarens privatsfär medan den resterande andelen om fem procent (fem bilder) är tagna i en kontext som inte går att avgöra om den är professionell eller privat.

Enligt könsstereotypen kopplas kvinnliga politiker ihop med det privata livet i bilder som nyhetsmedierna publicerar (van der Pas & Aaldering, 2020). Orsaken till detta har till viss del att göra med allmänhetens förväntningar på att nyhetsbevakningen ska vara mera personligt inriktad när det kommer till kvinnliga politiker, eftersom manliga politiker stereotypiskt är kopplade till det offentliga livet (van der Pas & Aaldering, 2020). Utgående från resultatet i denna studie framställs både manliga och kvinnliga partiledare i Finland så gott som helt och hållet i sin professionella offentliga miljö.

#### 4.4 Resultatsammanfattning

Genom en kvantitativ innehållsanalys av de partiledarbilder som den finska dagstidningen Helsingin Sanomat publicerade under de åtta sista veckorna innan riksdagsvalet år 2019 har forskningsfrågorna besvarats.

Resultaten i studien visar att det finns en del könsskillnader i hur partiledarna framställs visuellt i nyhetsmedierna. I vissa avseenden kan en bildporträttering synas som indikerar könsstereotypisering och i vissa fall inte. Av de tre aspekterna som

studerades – synlighet, emotionella könsstereotyper och strukturella könsstereotyper – finns det större könsskillnader på vissa områden, medan på andra ses ingen skillnad alls mellan kvinnliga och manliga partiledare.

Resultaten gällande bildernas utrymme i tidningen visar på de kanske största skillnaderna mellan könen. Det publicerades hela 78 fler bilder av manliga partiledare än kvinnliga partiledare under de åtta veckorna innan riksdagsvalet 2019. Bildstorleken per partiledare (totala bildstorleken delat på antalet partiledare) är 2 239 cm<sup>2</sup> för bilder som föreställer manliga partiledare och 1 035 cm<sup>2</sup> för bilder som föreställer kvinnliga partiledare. På alla sätt att mäta utrymme får manliga partiledare högre värden, vilket i detta fall innebär att bilder som porträtterar dem upptar mera plats i nyheterna.

En bidragande faktor till detta resultat kan ha att göra med antalet partiledare av respektive kön vid denna tidpunkt. Antalet manliga partiledare i Finland innan valet 2019 var sex och antalet kvinnliga partiledare tre. Dessutom var landets statsminister en man, Juha Sipilä (C), och de kvinnliga partiledarna representerade mindre partier (V, SFP samt KD) som inte fick lika stor uppmärksamhet lika stor utsträckning på en nationell nivå som större partier som SDP, Samlingspartiet, Centern och Sannfinländarna. Värt att betona är att i vissa fall har jag i analysen relaterat bildfrekvens och utrymme till antalet manliga/kvinnliga partiledare, och resultatet i dessa analyser visar även de är att män får mer utrymme.

När det kommer till om bilderna av partiledarna placerades på första sidan eller ”inne i tidningen” finns det däremot inte några större skillnader mellan könen. Andelen bilder som visar kvinnliga partiledare och som publicerades på första sidan var 30 procent medan samma siffra för bilder som föreställer manliga partiledare var 29 procent. Skillnaden i procent är inte särskilt stor, men det som skiljer könen åt är medianvärdet för bildens storlek på första sidan. En bild på första sidan som föreställer en manlig partiledare är nämligen i genomsnitt 72 cm<sup>2</sup> medan en bild som föreställer en kvinnlig partiledare är endast 48 cm<sup>2</sup>. Med andra ord får manliga partiledare inte oftare synlighet på första sidan än kvinnliga partiledare, men de bilder av manliga partiledare som publiceras på första sidan är större än de som visar kvinnliga ledare.

Bland resultaten för den emotionella aspekten i bilderna av partiledarna hittas också skillnader mellan könen. Känslouttrycken som kunde koda var glädje och ilska. Hela 59 procent av de avbildade ansikten som tillhörde kvinnliga partiledare uttryckte glädje. Andelen avbildade partiledaransikten där en manlig partiledare visar glädje är 37 procent medan två procent av de avbildade manliga partiledaransiktena visade ilska. Könsstereotypen om att kvinnor oftare visar glädje (Bauer, 2016; Bauer & Carpinella, 2018) stämmer överens med resultaten i denna studie. Medan könsstereotypen att män ska visa ilska, eftersom de kopplas ihop med egenskaper som aggressivitet och självsäkerhet (Bauer, 2016; Bauer & Carpinella, 2018), inte speglas i denna studies resultat.

Beträffande de strukturella könsstereotyperna presenterades resultaten i följande ordning: dominerande ansikten, partiledarens sällskap, plats och kontext. Av alla bilder som innehöll ett kvinnligt partiledaransikte dominerade ansiktet i 63 procent av bilderna. Det vill säga ansiktet upptog mer än en tredjedel av bildens yta. Andelen bilder av manliga partiledare där ansiktet är dominerande var lägre 54 procent. Detta går emot könsstereotyp-perspektivet som säger att det manliga politikeransiktet oftast dominerar i bild, eftersom en stereotyp porträtterad man ska betona makt genom dominans (Jungblut & Haim, 2021).

Då det gäller partiledarens sällskap i bilden och platsen som partiledaren befinner sig på i bilden gav analysen tämligen intetsägande resultat. I 96 procent av bilderna som föreställde en kvinnlig partiledare hade hon inget sällskap i bilden och manliga partiledare hade inget sällskap i 78 procent av bilderna som publicerades. Det sällskap som kvinnliga och manliga partiledare hade gick under kategorin ”övriga personer”, eftersom det var exempelvis andra politiker eller journalister som sågs tillsammans med dem i bilden. En bild är undantaget och det är en bild av Juha Sipilä (C) som framställs tillsammans med äldre personer på bilden. Den slutsatsen som går att dra av platserna som partiledaren befann sig på i bilderna är att de är alla tagna i partiledarnas arbetsmiljö. Alla 27 bilder som föreställer kvinnliga partiledare går under kategorin ”övriga platser” och antalet bilder som går under samma kategori för manliga partiledare är 98 av totalt 105 bilder.

Det som säger desto mera om miljön partiledaren befinner sig i är resultatet som berör kontexten i vilken bilden är tagen. Även här är alla 27 bilder som föreställer en kvinnlig partiledare taget i partiledarens professionella offentliga miljö, medan 94 procent av bilderna som föreställer en manlig partiledare är tagen i samma miljö. I de resterande sex procenten av bilderna som föreställer en manlig partiledare går det inte att avgöra kontexten. Könsstereotypen här lyder att kvinnliga politiker ska framställas i sin privata sfär, eftersom allmänhetens förväntningar är att nyhetsbevakningen ska vara mer personligt inriktad på kvinnorna (van der Pas & Aaldering, 2020). Manliga politiker är stereotypt kopplade till det offentliga livet (van der Pas & Aaldering, 2020).

I kapitlet som följer sammanfattas avhandlingen bland annat genom att avhandlingens centrala resultat diskuteras och ställs i relation till de teoretiska utgångsantagandena i tidigare forskning.

## 5 Diskussion

I detta avslutande kapitel ska först (kapitel 5.1) avhandlingens centrala resultat diskuteras. Resultaten, dvs svaren på de preciserade frågorna, ska relateras till de teoretiska utgångspunkterna. Därefter (kapitel 5.2) diskuteras valet av metod, vilka begränsningar som gjordes i studien och förslag ges också till vidare forskning inom området.

### 5.1 Resultatdiskussion

Syftet med denna avhandling har varit att bidra med kunskap om hur nyhetsjournalistiken visuellt avbildar kvinnliga respektive manliga politiker. Detta har undersökts genom att studera bilder av partiledare som dagstidningen Helsingin Sanomat publicerade under de åtta sista veckorna innan riksdagsvalet år 2019. Den övergripande frågeställningen som formulerades var den följande:

Hur skiljer sig den visuella nyhetsbevakningen av kvinnliga och manliga partiledare inför riksdagsvalen 2019 i Finland?

För att besvara forskningsfrågorna genomfördes en kvantitativ innehållsanalys där 136 partiledarbilder och 143 avbildade partiledaransikten kodades. Utifrån de preciserande frågeställningarna har sex aspekter granskats och i tabell 10 ses en överblick över hur resultaten förhåller sig till de teoretiska antagandena. I tabell 10 har resultaten även sammanfattats mot de teoretiska antagandena om könsstereotypisering som behandlats i studiens referensram (kapitel 2).

**Tabell 10.** Sammanfattning av hur de centrala resultaten förhåller sig till de teoretiska antagandena.

Aspekt	Teoretiska antaganden utifrån könsstereotypisering	Resultatens stöd för teoretiska antaganden
--------	--	--

---

Synlighet	Manliga politiker utgör normen, har mer nyhetsvärde och syns därför mer än kvinnliga.	Stöds
Känslouttryck	Utifrån emotionell könsstereotypisering: kvinnliga politiker avbildas oftare glada eller vänliga än manliga; manliga politiker avbildas oftare ilska.	Stöds delvis
Dominans	Utifrån strukturell könsstereotypisering: manliga politiker dominerar bildutrymmet i högre grad än kvinnliga.	Stöds inte
Sällskap	Utifrån strukturell könsstereotypisering: manliga politiker avbildas oftare tillsammans med personer som kopplas till handlingsorienterade egenskaper, medan kvinnorna avbildas med personer som kopplas till omhändertagande egenskaper.	Stöds inte
Platser	Utifrån strukturell könsstereotypisering: manliga politiker avbildas på stereotypiskt ”manliga platser”, medan kvinnorna avbildas på stereotypiskt ”kvinnliga platser”.	Stöds inte
Privatliv	Utifrån strukturell könsstereotypisering: kvinnliga politiker avbildas oftare i sin privatsfär, medan manliga politiker oftare avbildas i en professionell och offentlig miljö.	Stöds inte

---

Tabell 10 visar att de teoretiska utgångspunkterna i könsstereotypisering inte får mycket stöd av resultaten i denna avhandlings empiriska undersökning. Resultatet



gällande mängden synlighet som partiledare fick i denna studie är den enda aspekten där det teoretiska antagandet stöds. Enligt teorin, och även enligt en del empiriska studier, får manliga politiker både mera synlighet och mer framträdande synlighet i nyhetsmedierna än kvinnliga politiker (Koenig et al., 2011; O'Neill et al., 2016; van der Pas & Aaldering, 2020). Detta stöds också i denna empiriska undersökning av fotografierna som avbildar de finländska partiledarna, eftersom det publicerades fler bilder av manliga partiledare än av kvinnliga. Samtidigt var också bildytan och den genomsnittliga bildstorleken för fotografier av manliga partiledare större än för fotografier som visade kvinnliga partiledare.

Värt att beakta gällande detta resultat är antalet partiledare av respektive kön år 2019 när bilderna och nyheterna producerades. Antalet manliga partiledare i Finland i alla partier som inkluderades i denna studie var vid den aktuella tidpunkten sex och tre av partiledarna var kvinnor. Dessutom hade landet en manlig statsminister (Juha Sipilä, C) och en manlig oppositionsledare (Antti Rinne, SDP). Dessa två personer var också de partiledare som fick överlägset mest synlighet (bilaga 3) och här spelar troligen deras ställning inom den finländska politiken in. De tre kvinnliga partiledarna representerade mindre partier (V, SFP och KD) som inte får mycket synlighet i det nationella nyhetsflödet. Detta påverkar mängden synlighet de fick i Helsingin Sanomat. O'Neill et al. (2016) anser att på grund av att det finns mer manliga politiker än kvinnliga blir det mer manligt material i nyhetsmedierna. Detta påstående stämmer överens med mitt fall där de manliga partiledarna är fler och de fick mera utrymme. Även när jag relaterade utrymmets resultat till antalet manliga/kvinnliga partiledare kvarstod mansdominansen.

Den andra undersökta aspekten berör känslouttryck och här stöds det teoretiska antagandet till viss del. Teorin har sin grund i den emotionella könsstereotypiseringen som föreskriver att kvinnliga politiker oftare avbildas som glada eller vänliga än manliga politiker (Bauer & Carpinella, 2018; Jungblut & Haim, 2021). Könsstereotypen för manliga politiker leder till att de visuellt porträtteras som arga oftare än kvinnliga politiker (O'Neill et al., 2016). Denna könsstereotypa uppdelning har sin grund i att kvinnor stereotypt förknippas med gemenskapsinriktade egenskaper som snällhet (Bauer & Carpinella, 2018; Carpinella & Bauer, 2021). Män är å andra sidan är kopplade till handlingsinriktade egenskaper som kraftfullhet, aggressivitet,

självssäkerhet och konkurrenskraft (Bauer & Carpinella, 2018; Carpinella & Bauer, 2021).

Det som i denna empiriska undersökning stämmer överens med könsstereotypen om känslouttryck är att kvinnliga partiledare oftare framställdes som glada eller vänliga i Helsingin Sanomat än sina manliga motsvarigheter. Könsstereotypen om att manliga politiker ofta visar ilska i fotografier i nyhetsmedierna stämde däremot inte överens med denna studies resultat, eftersom det bland de 46 avbildade manliga partiledaransiktena fanns bara två med ett argsint uttryck.

Resultaten för de följande fyra granskade aspekterna som rör visuell strukturell könsstereotypisering – ansiktsdominans, sällskap, platser och privatliv – stöder inte heller sina respektive teoretiska antaganden. När det kommer till ansiktsdominans hade över hälften av bilderna som publicerades av såväl manliga som kvinnliga partiledare ett dominerande partiledaransikte. De kvinnliga partiledaransiktena var ändå de som oftare dominerade bilden (63% av bilderna) än de manliga (54% av bilderna). I ett könsstereotypiskt perspektiv borde manliga politiker dominera bildutrymmet i högre grad än kvinnliga politiker (Jungblut & Haim, 2021), men att en studies resultat inte stödjer det könsstereotypiska antagandet/hypotesen har uppvisats även i andra undersökningar (Jungblut & Haim, 2021; Kinnebrock & Knieper, 2014). Att resultatet för denna studie av partiledare i Finland inte stöder könsstereotyp-perspektivet är därmed inte unikt.

Det teoretiska antagandet i ett könsstereotypiskt perspektiv gällande aspekten ”sällskap” handlar om att manliga politiker avbildas tillsammans med personer som kopplas till handlingsorienterade egenskaper, såsom militär personal, personer från näringslivet och idrottare/tränare (Carpinella & Bauer, 2021). Kvinnliga politiker i sin tur borde avbildas med personer som kopplas till egenskaper som klassas som omhändertagande, såsom lärare, vårdpersonal och äldre personer (Carpinella & Bauer, 2021). Resultaten i denna studie stöder inte detta antagande, eftersom resultatet visar att det var vanligast att partiledarna, oberoende kön, avbildades ensamma på bilden. Det sällskap som partiledarna hade i bilden kategoriserades som ”övriga personer”.

Även resultaten som berör vilken plats partiledaren befann sig på när bilden togs stödjer inte det könsstereotypiska antagandet om att manliga politiker avbildas på stereotypiskt sett ”manliga platser” (kontor, sportarenor, fabriker, stadsmiljöer med höghus) och kvinnliga politiker på stereotypiskt ”kvinnliga platser” (livsmedelsbutiker, skolor, sjukhus och hemmet). Alla platser som de finländska partiledarna befann sig på i de undersökta fotografierna sorterades under kategorin ”övriga platser”, förutom sju bilder av manliga politiker som befann sig i kontorsmiljö. De ”övriga” platserna som partiledarna befann sig på var riksdagen, presstillfällen, debatter och fotostudior.

Orsaken till att resultatet blev tämligen intet-sägande beträffande aspekterna sällskap och plats kan ha att göra med källan som användes för att göra upp kodschemat. Carpinella och Bauers (2021) kodschema fungerade som mall och de gjorde upp sitt kodschema för att undersöka kampanjbilder – inte journalistiska nyhetsfoton – av politiker inför ett val. Därför kan kategorierna för sällskap och miljö vara lite inadekvata i detta sammanhang. Politikerna som Carpinella och Bauer (2021) studerade kunde kopplas ihop till mera ”vardagliga” miljöer, omgivna av andra människor som inte är deras kollegor, i och med att de är ute på kampanjarbete i de bilder som analyserades. Detta till skillnad från bilderna som Helsingin Sanomat publicerade inför riksdagsvalet 2019 där partiledarna framställs i sina arbetsmiljöer och är omgivet till stor del av kollegor. Bilderna som HS publicerar är dessutom kopplade till nyhetstexter och därför håller bilderna en sådan standard att partiledarna avbildas i sina arbetsmiljöer och tillsammans med kollegor.

Resultaten rörande den sista aspekten, privatliv, kunde inte heller stödja det teoretiska antagandet. Enligt könsstereotypen borde kvinnliga politiker avbildas oftare i privatlivet, medan manliga politiker visas oftare i deras professionella, offentliga miljö (van der Pas & Aaldering, 2020). I denna studie avbildades majoriteten av partiledarna, oberoende kön, i deras arbetsmiljö. Detta tangerar också det faktum som tidigare nämndes att Helsingin Sanomat är en dagstidning som publicerar nyhetstexter och -bilder. Därmed framställdes partiledarna också i sina arbetsmiljöer eftersom det är deras arbete som ger nyhetsvärde till HS.

Den övergripande forskningsfrågan går också att besvara utgående från detta. Svaret lyder att det finns vissa, men inte många, skillnader i hur de manliga och kvinnliga finländska partiledarna framställdes visuellt i Helsingin Sanomat inför riksdagsvalet år 2019. Av sex granskade aspekter i bilderna stödde endast resultaten för en aspekt det teoretiska antagandet som gjorts upp utgående från könsstereotypisering. En aspekt stödde teorin till viss del, medan resultaten för fyra aspekter inte stödde de teoretiska antagandena alls. En tänkbar orsak till att studien landade i detta resultat är hur finländska nyhetsredaktioner jobbar. Mycket tyder på att bland de som jobbar på en nyhetsredaktion, inklusive fotografer och bildredaktörer, i Finland är könsstereotypiseringen av politiker låg. I denna studie utgicks det som att Finland är ett kritiskt fall. Det betyder att om könsstereotypisering förekommer här, där det inte borde förekomma, kan man förvänta sig att det även finns annanstans. Med andra ord fann denna studie inget stöd som gör att det går att generalisera utgående från detta fall.

## 5.2 Metoddiskussion och framtida forskning

För att kunna besvara avhandlingens forskningsfrågor krävdes att ett stort bildmaterial samlades in och analyserades. Därmed lämpade en kvantitativ innehållsanalys sig bäst för ändamålet, eftersom en sådan studie kännetecknas av att det går snabbt att analysera ett större material med hjälp av kodscheman som tagits fram. Bilder från Helsingin Sanomats digitaliserade papperstidningar fungerade som material och totalt samlades 136 bilder in från den angivna analysperioden som sträcker sig åtta veckor innan riksdagsvalet år 2019.

Det fanns vissa utmaningar som präglade avhandlingens empiriska undersökning. Den första handlar om valet av vilket riksdagsval som skulle studeras. Möjligheten fanns att studera det mest aktuella riksdagsvalet som hölls år 2023. Valet föll i stället på att studera riksdagsvalet år 2019, eftersom könsfördelningen så var jämnare mellan kvinnliga och manliga partiledare. I riksdagsvalet år 2019 var nämligen sex av nio partiledare (för partier som fanns representerade i riksdagen) män, medan i valet år 2023 var kvinnliga partiledare i majoritet när sex av nio partier hade en kvinnlig ledare. Det som var utmanande här var att samtliga kvinnliga partiledare i valet år 2019

representerande små partier. Dessutom var statsministern manlig liksom oppositionsledaren och dessa två faktorer kan ha påverkat frågan om synlighet i nyhetsmedierna. I framtida forskning kring hur nyhetsmedier bevakar partiledare av olika kön borde man eftersträva att jämföra kvinnliga och manliga partiledare som har samma bakgrund och positioner inom politiken.

För det andra, att koda känslor i bildmaterial kräver tydliga kriterier och anvisningar speciellt om kodningen görs manuellt av en människa. I denna undersökning var det jag som avgjorde – med hjälp av kriterier som gjorts upp på förhand på basis av tidigare forskning – om ett partiledaransikte uttryckte glädje eller vänlighet eller ilska. När bildmaterialet hade samlats in och kodats en första gång behövdes ytterligare en genomgång av kriterierna för ansiktsuttryck göras för att ändra på vissa detaljer för att resultatet skulle bli så sanningsenligt som möjligt. Det som förtydligades var att ett ansikte kunde visa glädje utan att den övre (eller båda) tandraderna var synliga, eftersom många av partiledarna log genom att endast höja mungiporna.

I allt fler studier där det ingår kodning av känslouttryck i bilder har man idag börjat använda sig av en automatiserad kodningsmetod, AI-kodning. Exempelvis Jungblut och Haim (2021) använde sig av artificiell intelligens för att koda känslouttryck i sina politikerbilder, men för att det ska vara möjligt för programmet att avläsa känslouttryck behöver bilden i regel vara en närbild av ett ansikte. I och med att jag för denna studie gjorde kodningen för ansiktsuttryck manuellt kunde alla partiledaransikten kodas, oberoende hur nära bilden var tagen.

För det tredje, vilket även nämndes tidigare i resultatdiskussionen, medför det vissa svårigheter att applicera variabler och kategorier från en studie som berör en amerikansk kampanjkontext till en finländsk. Som vi kunde se i resultaten gällande partiledarnas sällskap i bilderna och platsen som partiledaren befann sig på när bilden togs blev det väldigt många fall där varken sällskapet eller platsen passade in på några av de befintliga kategorierna. För framtida forskning är det värt att ta i beaktande att variabler och kategorier som tillämpas på studien ska komma från så snarlika kontexter som möjligt.

En av de främsta orsakerna till att en kvantitativ innehållsanalys valdes som metod för denna avhandling var att den ofta används inom politisk kommunikation. Dessutom konstaterades att metoden är bra lämpad för att besvara frågeställningar som fokuserar på likheter och skillnader i massmediernas bevakning (Esaiasson et al., 2017), vilket denna studies syfte också var. Metodens nackdel är den att i sitt räknande av manifesta innehållsaspekter inte förmår fånga in mer latent aspekter som kommuniceras ”under ytan” eller ”mellan raderna”. I bildmaterial finns säkerligen sådana aspekter som skulle kräva mer kvalitativ tolkande analys.

För framtida forskning skulle steget vidare från detta vara att studera fler fall från både Finland och andra nordiska länder. Fallet jag har studerat är ett tydligt tecken på att bildjournalistiken i politiska nyheter i Finland – och i förlängningen i nordiska länder med en liknande tradition av en könsegalitär kultur – är generellt befriad från könsstereotypisering. I denna studie såg jag endast på ett fall i form av riksdagsvalet år 2019 och för att kunna dra större slutsatser om det faktiskt är så att den finländska, journalistiska avbildningen av partiledare inte har några könsstereotyper i sig.

En annan väg att gå med framtida forskning inom området skulle vara att fortsättningsvis studera fallet Finland, men jämföra den visuella nyhetsbevakningen av partiledare över tid. För att skapa sig en uppfattning om finländska nyhetsmedier alltid har varit befriade från könsstereotypisering eller om detta är något som fluktuerar eller förändras över tid.

# Litteraturförteckning

- Archer, D., Iritani, B., Kimes, D. D. & Barrios, M. (1983). Face-ism: Five studies of sex differences in facial prominence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(4), 725–735. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.45.4.725>
- Alexander, M. G. & Wood, W. (2000). Women, men, and positive emotions: A social role interpretation. I A. H. Fischer (Red.), *Gender and emotion: Social psychological perspectives*, (s. 189–210). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511628191.010>
- Bauer, N. M. (2016). The effects of counterstereotypic gender strategies on candidate evaluations. *Political Psychology*, 38(2), 279–295. <https://doi.org/10.1111/pops.12351>
- Bauer, N. M. & Carpinella, C. (2018). Visual information and candidate evaluations: The influence of feminine and masculine images on support for female candidates. *Political Research Quarterly*, 71(2), 395–407. <https://doi.org/10.1177/1065912917738579>
- Berger, A. A. (2013). *Media analysis techniques* (5 uppl.). Sage.
- Bryman, A. & Nilsson, B. (2018). *Samhällsvetenskapliga metoder* (3 uppl.). Liber.
- Bullock, J. G. (2020). Party cues. I *The Oxford Handbook of Electoral Persuasion*, 129-150.
- Burns, N., Schlozman, K. L. & Verba, S. (2001). *The private roots of public action: Gender, equality, and political participation*. Harvard University Press.
- Campbell, D. E. & Wolbrecht, C. (2006). See Jane run: Women politicians as role models for adolescents. *The Journal of Politics*, 68(2), 233–247. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2508.2006.00402.x>

- Campbell, R. & Winters, K. (2008). Understanding men's and women's political interests: Evidence from a study of gendered political attitudes. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 18(1), 53–74. <https://doi.org/10.1080/17457280701858623>.
- Carpinella, C. & Bauer, N. M. (2021). A visual analysis of gender stereotypes in campaign advertising. *Politics, Groups, and Identities*, 9(2), 369–381. <https://doi.org/10.1080/21565503.2019.1637353>
- Coffé, H. (2013). Women stay local, men go national and global? Gender differences in political interest. *Sex roles*, 69(5), 323–338. <https://doi.org/10.1007/s11199-013-0308-x>
- Dan, V. & Iorgoveanu, A. (2013). Still on the beaten path: How gender impacted the coverage of male and female Romanian candidates for European Office. *The International Journal of Press/Politics*, 18(2), 208–233. <https://doi.org/10.1177/1940161212473508>
- Dumitrescu, D. (2016). Nonverbal communication in politics: A review of research developments, 2005-2015. *American Behavioral Scientist*, 60(14), 1656–1675. <https://doi.org/10.1177/0002764216678280>
- Eagly, A. H. & Karau, S. J. (2002). Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological Review*, 109(3), 573–598. 10.1037//0033-295X.109.3.573
- Ellemers, N. (2018). Gender stereotypes. *Annual Review of Psychology*, 69, 275–298. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-122216-011719>
- Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H. & Wängnerud, L. (2017). *Metodpraktikan: Konsten att studera samhälle, individ och marknad* (5 uppl). Wolters Kluwer.
- Farkas, X. & Bene, M. (2021). Images, politicians, and social media: Patterns and effects of politicians' image-based political communication strategies on social



- media. *The International Journal of Press/Politics*, 26(1), 119–142.  
<https://doi.org/10.1177/1940161220959553>
- Gidengil, E. & Everitt, J. (2000). Filtering the female: Television news coverage of the 1993 Canadian leaders' debates. *Women & Politics*, 21(4), 105–131.  
[https://doi.org/10.1300/J014v21n04\\_04](https://doi.org/10.1300/J014v21n04_04)
- Gidengil, E. & Everitt, J. (2003). Conventional coverage/unconventional politicians: Gender and media coverage of Canadian leaders' debates, 1993, 1997, 2000. *Canadian Journal of Political Science/Revue Canadienne de science politique*, 36(3), 559–577.
- Grabe, M. E. & Bucy, E. P. (2009) *Image bite politics: News and the visual framing of elections*. Oxford University Press.
- Grusell, M. & Nord, L. (2020). Not so intimate Instagram: Images of Swedish political party leaders in the 2018 national election campaign. *Journal of Political Marketing*, 1-16. <https://doi.org/10.1080/15377857.2020.1841709>
- Harcup, T. & O'Neill, D. (2001). What is news? Galtung and Ruge revisited. *Journalism studies*, 2(2), 261–280. <https://doi.org/10.1080/14616700118449>
- Hayes, B. C. & McAllister, I. (1997). Gender, party leaders, and election outcome in Australia, Britain, and the United States. *Comparative Political Studies*, 30(1), 3–26. <https://doi.org/10.1177/0010414097030001001>
- Hentschel, T., Heilman, M. E., & Peus, C. V. (2019). The multiple dimensions of gender stereotypes: A current look at men's and women's characterizations of others and themselves. *Frontiers in Psychology*, 10, 11.  
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00011>
- Holsti, O. R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Addison-Wesley.

- Hooghe, M., Jacobs, L. & Claes, E. (2015). Enduring gender bias in reporting on political elite positions: Media coverage of female MPs in Belgian news broadcasts (2003–2011). *The International Journal of Press/Politics*, 20(4), 395–414. <https://doi.org/10.1177/1940161215596730>
- Huddy, L., & Terkildsen, N. (1993). Gender stereotypes and the perception of male and female candidates. *American Journal of Political Science*, 37(1), 119–147.
- Ileri, K. & Ochieng, J. (2020). Politicians in newspaper news: Who attracts coverage in Kenyan politics. *The International Journal of Press/Politics*, 25(4), 675–691. <https://doi-org.ezproxy.vasa.abo.fi/10.1177/1940161220915719>
- Judd, C. M. & Park, B. (1993). Definition and assessment of accuracy in social stereotypes. *Psychological review*, 100(1), 109–128.
- Jungblut, M. & Haim, M. (2021). Visual gender stereotyping in campaign communication: evidence on female and male candidate imagery in 28 countries. *Communication Research*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/00936502211023333>
- Kahn, K. F. (1994). The distorted mirror: Press coverage of women candidates for statewide office. *The journal of politics*, 56(1), 154–173. <https://doi.org/10.2307/2132350>
- Kahn, K. F. & Goldenberg, E. N. (1991). Women candidates in the news: An examination of gender differences in US Senate campaign coverage. *Public Opinion Quarterly*, 55(2), 180–199. <https://doi.org/10.1086/269251>
- Karvonen, L. (2010). *The personalisation of politics: A study of parliamentary democracies*. ECPR Press.
- Kinnebrock, S. & Knieper, T. (2014). Gender and power constructions in visual political reporting. *Social and Education History*, 3(1), 54–77. <http://dx.doi.org/10.4471/hse.2014.03>

- Koenig, A. M., Eagly, A. H., Mitchell, A. A. & Ristikari, T. (2011). Are leader stereotypes masculine? A meta-analysis of three research paradigms. *Psychological Bulletin*, 137(4), 616–642. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/a0023557>
- Lalancette, M. & Raynaud, V. (2019). The power of political image: Justin Trudeau, Instagram, and celebrity politics. *American Behavioral Scientist*, 63(7), 88–924. <https://doi.org/10.1177/0002764217744838>
- Lassfolk, W. (2021). *Hur framställs kvinnliga och manliga politiker i nyhetsmedier? En systematisk litteraturstudie om könsskillnader i den visuella nyhetsrapporteringen*. [Opublicerad kandidatavhandling, Åbo Akademi].
- Lefkofridi, Z., Giger, N. & Holli, A. M. (2019). When all parties nominate women: The role of political gender stereotypes in voters' choices. *Politics & Gender*, 15(4), 746–772. <https://doi.org/10.1017/S1743923X18000454>
- Lindholm, J., Carlson, T. & Högväg, J. (2021). See me, like me! Exploring viewers' visual attention to and trait perceptions of party leaders on Instagram. *The International Journal of Press/Politics*, 26(1), 167–187. <https://doi.org/10.1177/1940161220937239>
- Lundell, Å. K. & Ekström, M. (2008). The complex visual gendering of political women in the press. *Journalism Studies*, 9(6), 891–910. <https://doi.org/10.1080/14616700802227845>
- Masters, R. D., Sullivan, D. G., Lanzetta, J. T., McHugo, G. J. & Englis, B. G. (1986). The facial displays of leaders: Toward an ethology of human politics. *Journal of Social and Biological Structures*, 9(4), 319–343. [https://doi.org/10.1016/S0140-1750\(86\)90190](https://doi.org/10.1016/S0140-1750(86)90190)
- Media Audit Finland. (2022). Hämtad 02.01.2023 från: <https://mediaauditfinland.fi/wp-content/uploads/2022/11/KMT-2022-lukijamaarat-liite.pdf>

- Muri, K. (2005). Political cares: Gender reporting of work and family issues in relation to Australian politicians. *Australian Feminist Studies*, 20(46), 77–90. <https://doi.org/10.1080/0816464042000334555>
- Neuendorf, K. A. (2017). *The Content Analysis Guidebook* (2 uppl.). Sage.
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K. & Kleis Nielsen, R. (2022). *Digital News Report 2022*. Reuters Institute for the Study of Journalism. [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital\\_News-Report\\_2022.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf)
- O’Neill, D., Savigny, H. & Cann, V. (2016). Women politicians in the UK press: Not seen and not heard? *Feminist Media Studies*, 16(2), 293–307. <https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1092458>
- Otta, E., Abrosio, F. F. E. & Hoshino, R. L. (1996). Reading a smiling face: Messages conveyed by various forms of smiling. *Perceptual and motor skills*, 82(3), 1111-1121. <https://doi.org/10.2466/pms.1996.82.3c.1111>
- Rodgers, S., Kenix, L. J., & Thorson, E. (2007). Stereotypical portrayals of emotionality in news photos. *Mass Communication & Society*, 10(1), 119–138. <https://doi.org/10.1080/15205430709337007>
- Scharrer, E. (2002). An “Improbable Leap”: a content analysis of newspaper coverage of Hillary Clinton’s transition from first lady to Senate candidate. *Journalism Studies*, 3(3), 393–406. <https://doi.org/10.1080/14616700220145614>
- Schudson, M. (1995) *The power of news*. Harvard University Press.
- Stevens, D., Karp, J. A. & Hodgson, R. (2011). Party leaders as movers and shakers in British campaigns? Results from the 2010 election. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 21(2), 125–145. <https://doi.org/10.1080/17457289.2011.562613>

- Stewart, P. A., Salter, F. K. & Mehu, M. (2011). The Face as a Focus of Political Communication: Evolutionary Perspectives and the Ethological Method. I Bucy, E. P. & Holbert, R. L. (Red.), *The sourcebook for political communication research* (s. 165–193). Taylor & Francis.
- Tedesco, J. C. (2005). Issue and strategy agenda setting in the 2004 presidential election: Exploring the candidate-journalist relationship. *Journalism Studies*, 6(2), 187–201. <https://doi.org/10.1080/14616700500057270>
- Tjoflot, E., Kalajdzic, P. & Norum, H. (14 september 2021). Kvinnerekord på Stortinget – Åse Kristin (25) blir den yngste. NRK. [https://www.nrk.no/norge/her-er-det-nye-stortinget-for-perioden-2021\\_2025-1.15651490](https://www.nrk.no/norge/her-er-det-nye-stortinget-for-perioden-2021_2025-1.15651490)
- Van Aelst, P., Maddens, B., Noppe, J. & Fiers, S. (2008). Politicians in the news: Media or party logic? Media attention and electoral success in the Belgian election campaign of 2003. *European Journal of Communication*, 23(2), 193–210. <https://doi.org/10.1177/0267323108089222>
- van der Pas, D. J. (2022) Do European media ignore female politicians? A comparative analysis of MP visibility. *West European Politics*, 45(7), 1481–1492. <https://doi.org/10.1080/01402382.2021.1988387>
- van der Pas, D. J. & Aaldering, L. (2020). Gender Differences in Political Media Coverage: A Meta-Analysis. *Journal of Communication*, 70(1), 114–143. <https://doi.org/10.1093/joc/jqz046>
- Willocq, S. (2019). Explaining time of vote decision: The socio-structural, attitudinal, and contextual determinants of late deciding. *Political Studies Review*, 17(1), 53–64. <https://doi.org/10.1177/1478929917748484>

Zhuravskaya, E., Petrova, M. & Enikolopov, R. (2020). Political effects of the internet and social media. *Annual Review of Economics*, 12, 415–438.  
<https://doi.org/10.1146/annurev-economics-081919-050239>

Østbye, H. & Larsson, L. G. (2004). *Metod för medievetenskap*. Liber ekonomi.

# Bilagor

**Bilaga 1.** Kodschema när analysenheten är det enskilda fotot.

Variabel	Beskrivning	Kategorier
Variabel 1 (V1)	Datum.	[dd.mm.åå]
Variabel 2 (V2)	Foto- ID.	(nummer på tidningensidnr för artikel-vilken bild i ordningen från vänster på sidan t.ex 43123-A12-1)
Variabel 3 (V3)	Avbildas partiledaren ensam?	0 = nej, 1 = ja.
Variabel 4 (V4)	Om ensam partiledare – vem?	1 = Rinne, 2 = Halla-aho, 3 = Orpo, 4 = Sipilä, 5 = Haavisto, 6 = Andersson, 7 = Henriksson, 8 = Essayah, 9 = Harkimo.
Variabel 5 (V5)	Om grupp av partiledare – vilka?	1 = enbart manliga partiledare, 2 = enbart kvinnliga partiledare, 3 = både manliga och kvinnliga partiledare.
Variabel 6 (V6)	Var är bilden placerad?	1 = på första sidan, 2 = inte på första sidan
Variabel 7 (V7)	Bildens storlek (i kvadratcentimeter).	
Variabel 8 (V8)	Hurdant sällskap har partiledaren på bilden?	1 = inget sällskap, 2 = lärare, 3 = vårdpersonal och/eller äldre personer, 4 = militär personal, 5 = personer från näringslivet, 6 = byggnadsarbetare, 7 = idrottare/tränare, 8 = övriga personer.

Variabel 9 (V9)	Verbal beskrivning av övriga personer.	
Variabel 10 (V10)	I vilken kontext är bilden tagen?	1 = partiledarens professionella offentliga miljö, 2 = partiledarens privatsfär (privatliv/livet utanför politiken), 3 = går ej att avgöra.
Variabel 11 (V11)	På vilken plats är bilden tagen?	1 = skolor, 2 = sjukhus, 3 = hem, 4 = offentliga parker, 5 = lekplatser, 6 = livsmedelsbutiker, 7 = byggarbetsplatser, 8 = fabriker, 9 = stadsmiljö med höghus, 10 = sportarenor, 11 = laboratorium, 12 = kontor, 13 = övriga platser.
Variabel 12 (V12)	Verbal beskrivning av övriga platser.	
Variabel 13 (V13)	Finns det ett dominerande partiledarasikte i bilden?	0 = nej, 1 = ja.
Variabel 14 (V14)	Om dominerande ansikte finns: vem tillhör ansiktet?	1 = Rinne, 2 = Halla-aho, 3 = Orpo, 4 = Sipilä, 5 = Haavisto, 6 = Andersson, 7 = Henriksson, 8 = Essayah, 9 = Harkimo.
Variabel 15 (V15)	Vilket känslouttryck visar det dominerande ansiktet?	1 = glädje eller vänlighet, 2 = ilska, 3 = annan känsla.
Variabel 16 (V16)	Kön	1 = kvinna, 2 = man.



**Bilaga 2.** Kodschema då analysenhet är det enskilda partiledaransiktet (emotionell könsstereotypisering)

Variabel	Beskrivning	Kategorier
Variabel 1 (V1)	Datum.	[dd.mm.åå]
Variabel 2 (V2)	Foto- ID.	(nummer på tidningensidnr för artikel-vilken bild i ordningen från vänster på sidan t.ex 43123-A12-1)
Variabel 3 (V3)	Vem tillhör ansiktet?	1 = Rinne, 2 = Halla-aho, 3 = Orpo, 4 = Sipilä, 5 = Haavisto, 6 = Andersson, 7 = Henriksson, 8 = Essayah, 9 = Harkimo.
Variabel 4 (V4)	Vilket känslouttryck visar ansiktet?	1 = glädje eller vänlighet, 2 = ilska, 3 = annan känsla.
Variabel 5 (V5)	Kön	1 = kvinna, 2 = man.

**Bilaga 3.** Sammanfattning av antalet publicerade foton av partiledarna, totala och genomsnittliga bildyta

Partiledare	Antal foton	Total bildyta (cm <sup>2</sup> )	Genomsnittlig bildyta (cm <sup>2</sup> ): median
Sipilä	28	4 643,1	67,0
Rinne	21	3 333,7	56,1
Halla-aho	19	1 447,2	27,9
Orpo	17	1 437,8	52
Haavisto	14	1 389,0	62,7
Andersson	10	1 009,5	38,8
Essayah	9	1 001,1	51,4

Henriksson	8	1 096,8	62,2
Harkimo	6	1 183,5	104,6