

Får mandlige eller kvindelige kandidater mest omtale i avisernes valgkampsdækning?

The image shows three overlapping tables, each representing the top-10 news coverage for Danish politicians in a specific election year. The tables are tilted and partially obscured by each other, showing a clear trend of increasing media attention over time.

Top-10 avisomtale i valgkampen 2011	
Helle Thorning-Schmidt, A	1059
Lars Løkke Rasmussen, V	896
Mette Frederiksen, V	748
Rasmus Paludan, P	690
Morten Østergaard, B	250
Kristian Jensen, V	212
Anders Samuelsen, I	177
Inger Støjberg, V	161
Søren Pape Poulsen, C	146
Pia Olsen Dyhr, F	144

Top-10 avisomtale i valgkampen 2015	
Lars Løkke Rasmussen, V	1013
Mette Frederiksen, V	924
Helle Thorning-Schmidt, A	273
Rasmus Paludan, P	227
Morten Østergaard, B	225
Kristian Jensen, V	175
Anders Samuelsen, I	156
Inger Støjberg, V	155
Søren Pape Poulsen, C	154
Pia Olsen Dyhr, F	151

Top-10 avisomtale i valgkampen 2019	
Lars Løkke Rasmussen, V	748
Mette Frederiksen, V	690
Helle Thorning-Schmidt, A	250
Rasmus Paludan, P	212
Morten Østergaard, B	177
Kristian Jensen, V	161
Inger Støjberg, V	146
Søren Pape Poulsen, C	144
Pia Olsen Dyhr, F	132
Anders Samuelsen, I	125

Køn og medieomtale

Ved valget til Folketinget 5. juni 2019 blev der valgt 68 kvinder svarende til 38,9 pct. af de 175 medlemmer.ⁱ Det bragte Danmark op på en 20. plads i verden blandt de 192 lande, hvis kønsrepræsentation løbende monitoreres af Inter-Parliamentary Union.ⁱⁱ Det skal ikke her vurderes, om den absolutte kvindeandel i Folketinget eller den relative placering i forhold til andre lande er for lav, passende eller for høj, men faktum er, at fordelingen ikke er numerisk ligelig. Det er derfor interessant at undersøge, hvad mændenes fortsatte førerposition kan skyldes. Forklaringerne er givetvis mange, og svarene komplicerede.ⁱⁱⁱ Denne rapports bidrag er derfor ikke at løse kønsrepræsentationens gåde, men i stedet for at gå i dybden med et lille hjørne af diskussionen og levere deskriptive data hertil.

Det handler om data på nyhedsmedierne og deres omtale af de opstillede kandidater i valgkampen. Ikke om kandidaterne vinkles forskelligt, eller hvad de siger, men helt basalt om hvor ofte de hver især omtales. Vi vurderer ikke på indholdet af omtalen, eller hvorvidt dårlig omtale skulle være bedre (eller værre) end ingen omtale.^{iv} Vi tæller udelukkende, hvor mange gange de enkelte kandidater får deres navn nævnt. Man kan have mange forbehold over for en sådan simpel sammentælling, idet den jo netop udelader en række sikkert væsentlige detaljer. Som allerede nævnt kan omtalen være såvel positiv som negativ, men den kan også være kortfattet eller omfangsrig, ligesom den enkelte kandidat kan indgå som hovedperson eller biperson i historien. En simpel sammentælling fortæller ikke hele historien. Men det betyder omvendt heller ikke, at en simpel sammentælling ikke fortæller noget.

Vi ved heller ikke, om hidtil underrepræsenterede grupper, som kvinder, i en eller anden grad fastholdes i denne situation, netop den historiske underrepræsentation: hvis politikere i mange år primært har været mænd, vil et mediebillede, hvor mandlige kandidater omtales meget, måske fastholde vælgerne i deres opfattelse af, at det er sådan politikere "ser ud".^v Vi ved ikke, om sådanne effekter gør sig gældende, men vi kan i det mindste beskrive, hvordan mediebilledet ser ud – om omtalte kandidater/politikere oftere er mænd end kvinder. Ideelt set ville en løbende monitorering af politikeres omtale være at foretrække, og derfor skal nedslaget i valgkampene ses som en slags pilotprojekt.

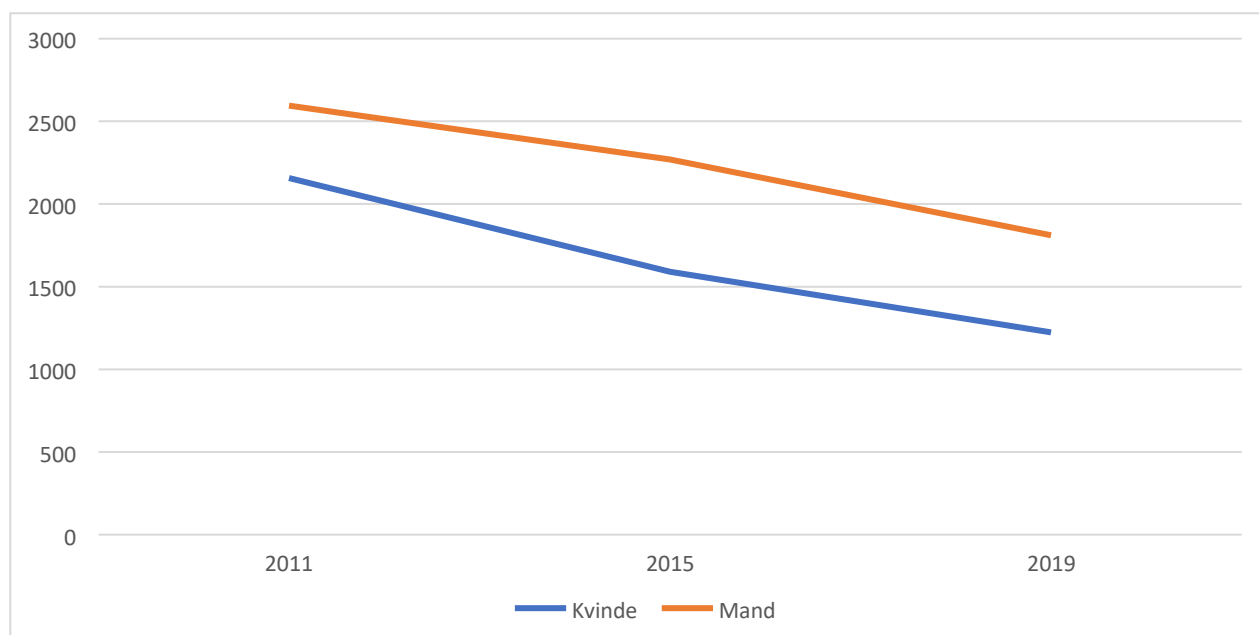
Ved at studere valgkampen (fremfor rutine perioder) undervurderer vi muligvis kønsforskellene, idet medierne formodes at være mere optagede af at fordele sol og vind lige mellem partier og kandidater, når der er valgkamp, end det nødvendigvis er tilfældet i den politiske hverdag. Finder vi kønsforskelle, står de omvendt stærkere, når de er fundet i den periode, hvor de formodes vanskeligst at identificere. I pilotprojektet har vi også valgt at fokusere udelukkende på avismediet, og yderligere begrænset os til de mest læste landsdækkende tabloid og broadsheet aviser B.T., Berlingske, Ekstra Bladet, Information, Jyllands-Posten, Kristeligt Dagblad, Politiken og Weekendavisen (dvs. at de regionale medier ikke er inkluderet). Ved Folketingsvalgene i 2011, 2015 og 2019 er indsamlet i alt 48.621 artikler, hvorefter i alt 7.849 artikler med omtale af mindst én af kandidaterne ved de tre valg er identificeret (se metodeafsnittet bagerst i rapporten).

Hvem får omtalen?

Hvilke kandidater er det så, der render med omtalen? I Figur 1 er afrapporteret en helt simpel sammentælling, hvor det er opgjort, i hvor mange artikler der er omtalt henholdsvis mindst én kvindelig og én mandlig kandidat (en artikel, som omtaler både en kvindelig og en mandlig kandidat, er således medtalt begge steder). Ved valget i 2019 optrådte der i løbet af valgkampen en kvindelig kandidat i samlet set 1.224 artikler, mens én af de mandlige kandidater figurerede i hele 1.811 artikler.

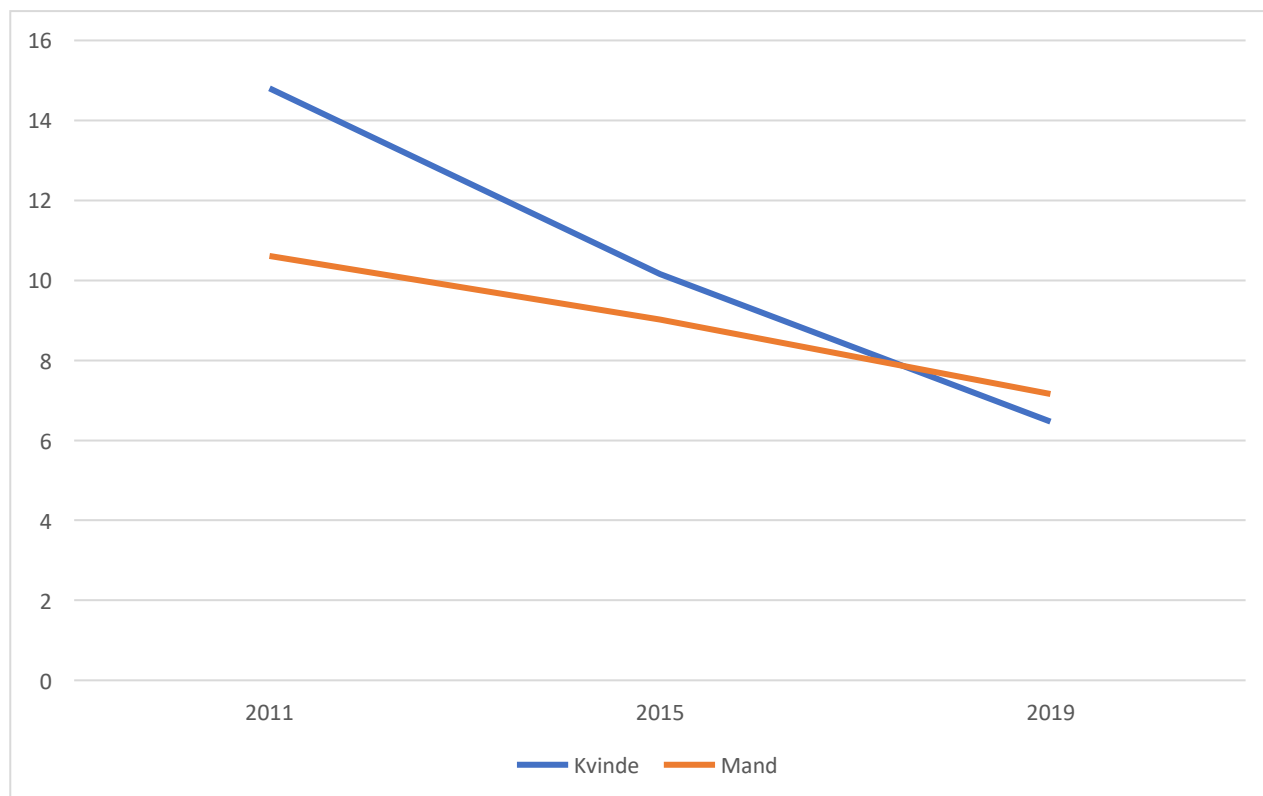
Læserne bliver således oftere præsenteret for en artikel med mandlige end med kvindelige kandidater, og billedet af, hvordan en kandidat "ser ud", er således noget (men ikke meget) mere en beskrivelse af en mand end af en kvinde. Denne forskel har også, som det ses af Figur 1, gjort sig gældende ved valgene i 2011 og 2015, hvor det også ses, at det samlede antal omtaler er faldet for begge køn. Kvinderne er dog kommet til at halte lidt mere efter mændene i 2019, hvor de kvindelige kandidater optræder i 32 pct. færre artikler end deres mandlige konkurrenter, end de gjorde i 2011, hvor de "kun" optrådte i 17 pct. færre artikler.

Figur 1. Det totale antal artikler, som kandidaterne medvirkede i (i valgkampene i 2011, 2015 og 2019), opdelt på køn.



Denne første opgørelse fortæller noget om, hvad det er for et billede, de landsdækkende aviser tegner af, hvem der er kandidater til valget. Men det siger ikke noget om, hvorvidt aviserne systematisk omtaler de enkelte kvindelige kandidater mindre end de mandlige kandidater, som de konkurrerer med – de politiske partier valgte jo at sætte færre kvinder end mænd på kandidatlistene. Ved valget til Folketinget i 2019 slog andelen af kvinder blandt kandidaterne godt nok rekord med 34,3 procent (309 ud af 900 kandidater), men det er jo stadig en væsentlig ubalance, som der skal tages hensyn til, når det vurderes, om aviserne giver de enkelte kvindelige kandidater relativt mindre omtale. I Figur 2 er derfor opgjort, hvor mange artikler kandidaterne i gennemsnit har medvirket i, og disse gennemsnitstal er opgjort for henholdsvis mandlige og kvindelige kandidater. Den enkelte kandidat medvirkede i valgkampen i 2019 i gennemsnit i 6,9 artikler, og der spores kun en ganske lille forskel mellem de to køn. Hvor kvindelige kandidater i 2019 i snit medvirker i 6,5 artikler, er mandlige kandidater at finde i gennemsnitligt 7,2 artikler.

Figur 2. Det gennemsnitlige antal artikler, som kandidaterne medvirkede i (i valgkampene i 2011, 2015 og 2019), opdelt på køn.



Figur 2 viser imidlertid også, at dette mønster er anderledes, end hvad det har været ved de to forrige valg, idet de kvindelige kandidater ved valget i 2011 i gennemsnit kunne finde sig selv i en del flere avisartikler end de mandlige kandidater (14,8 artikler i gennemsnit sammenlignet med 10,6 artikler i gennemsnit). Hvor situationen altså tidligere har været, at de kvindelige kandidater relativt set fik en del mere omtale end de mandlige, er vi således nu i en situation, hvor det er de mandlige kandidater, som får mest omtale (om end forskellen ikke er så udtalt).

Dette ligner en situation med "gender backlash" (direkte oversat køns-tilbageslag)^{vi} – en situation, hvor kvinder som den underrepræsenterede gruppe har fået forholdsvis meget omtale, men hvor denne positive diskrimination er bremset op og endda helt forsvundet.

De to første figurer har vist tal for henholdsvis alle kvindelige kandidater under ét og alle mandlige kandidater under ét, men der kan jo være ganske stor forskel på, hvor mange omtaler de enkelte kandidater får. Derfor er valgets "Top-10" i forhold til antal avisomtaler opgjort i Figur 3 for hvert af folketingsvalgene 2011, 2015 og 2019.

Figur 3. Top-10 for antallet af omtaler i valgkampen 2011, 2015 og 2019.

Top-10 avisomtale i valgkampen 2011		Top-10 avisomtale i valgkampen 2015		Top-10 avisomtale i valgkampen 2019	
Helle Thorning-Schmidt, A	1059	Lars Løkke Rasmussen, V	1013	Lars Løkke Rasmussen, V	748
Lars Løkke Rasmussen, V	895	Helle Thorning-Schmidt, A	924	Mette Frederiksen, A	690
Margrethe Vestager, B	534	Kristian Thulesen Dahl, O	273	Rasmus Paludan, P	250
Villy Søvndal, F	529	Morten Østergaard, B	227	Kristian Thulesen Dahl, O	212
Pia Kjærsgaard, O	435	Uffe Elbæk, Å	225	Morten Østergaard, B	177
Lars Barfoed, C	397	Bjarne Corydon, A	175	Kristian Jensen, V	161
Johanne Schmidt-Nielsen, Ø	284	Johanne Schmidt-Nielsen, Ø	156	Anders Samuelsen, I	146
Ole Sohn, F	160	Søren Pape Poulsen, C	155	Inger Støjberg, V	144
Claus Hjort Frederiksen, V	142	Pia Olsen Dyhr, F	154	Søren Pape Poulsen, C	132
Lene Espersen, C	135	Anders Samuelsen, I	151	Pia Olsen Dyhr, F	125

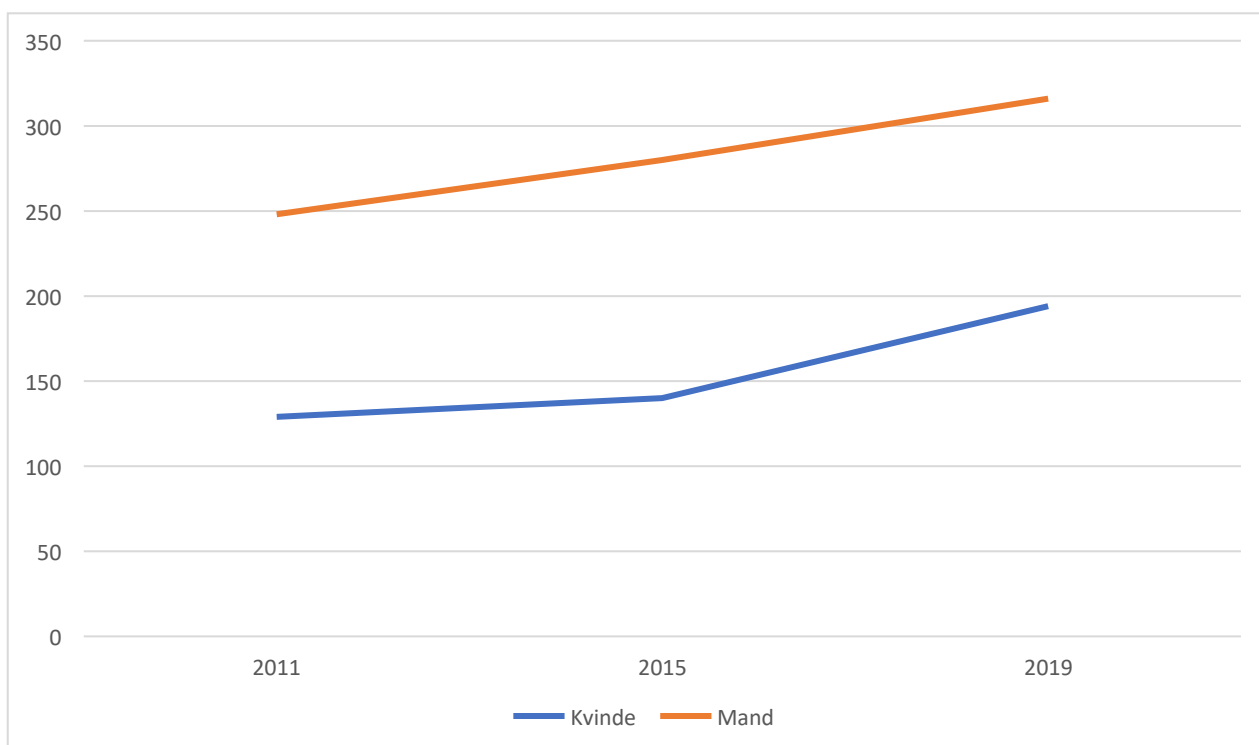
Det ses af opgørelsen, at der er kandidater, der får særdeles mange flere omtaler end gennemsnittet. Med kønsbriller på viser topscorerlisterne, at det er gået tilbage for kvinderne – mens de i 2011 indtog halvdelen af pladserne blandt de ti mest omtalte, nemlig fem, er antallet efterfølgende faldet til tre i 2015 og to i 2019.

Når der er kandidater, som ligger så meget over gennemsnittet, må der logisk set også være kandidater, som får meget lidt omtale – i visse tilfælde slet ingen omtale. Ved valget i 2019 var der blandt de 900 kandidater faktisk hele 510 kandidater, som slet ikke blev nævnt en eneste gang i nogen af de otte landsdækkende aviser inkluderet i denne undersøgelse (men som sikkert har fået omtaler i de lokale og regionale medier).

I Figur 4 er det opgjort, hvordan kandidaterne uden omtale er fordelt på køn, og det ses, at der er såvel mænd som kvinder i denne gruppe, og det i et forhold som nogenlunde modsvarer kønsfordelingen blandt kandidaterne.

Det er således ikke sådan, at der er uforholdsmæssigt mange kvindelige kandidater, der bliver helt overset i avisernes valgdækning. At der er flere kandidater (af begge køn), som ingen landsdækkende avisomtale får overhovedet, skal ses i sammenhæng med, at der er kommet færre omtaler i det hele taget, og at antallet af kandidater samtidigt er steget.

Figur 4. Antal kandidater som i løbet af valgkampen ikke blev omtalt en eneste gang i de otte inkluderede aviser.



Når de individuelle kandidaters antal af omtaler observeres som i Figur 3, er det tydeligt, at nogle af de kandidater, der får meget omtale, ikke overraskende er kandidater, som i forvejen er ganske politisk kendte.

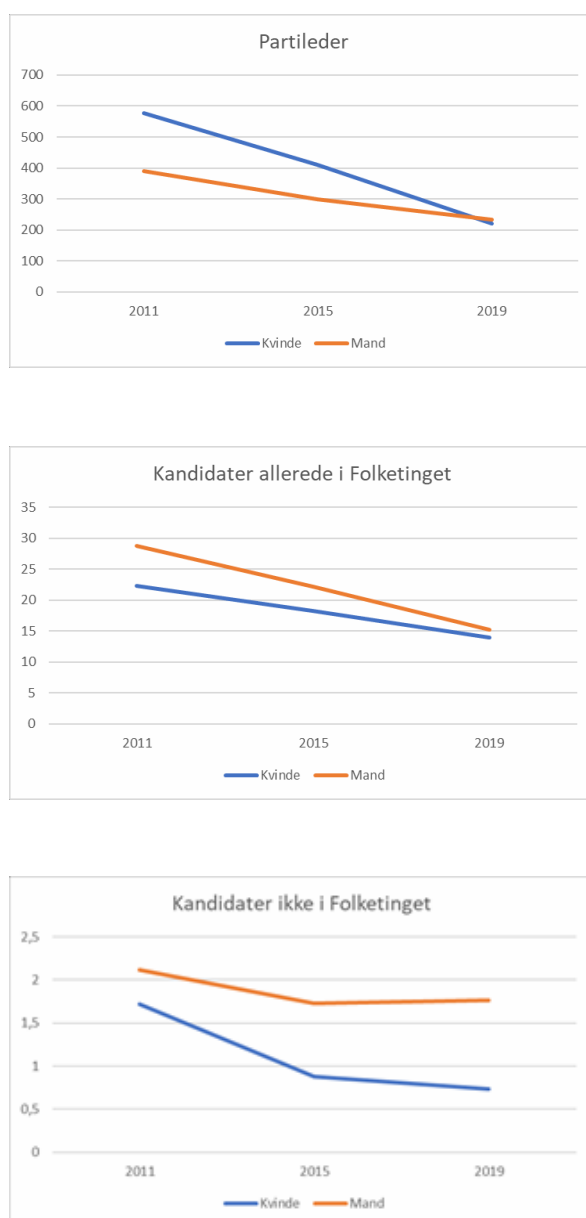
Om det er omtale, der avler omtale, eller om den megen omtale skyldes deres erfaring og position, skal ikke afgøres her. Men i hvert fald to forhold må tænkes at have så stor betydning for mængden af omtale, at de skal inkluderes i analysen.

For det første er anciennitet en klassisk forklaring på, hvor meget omtale en given kandidat får – sidder en kandidat allerede i Folketinget, må det formodes, at vedkommende alt andet lige står sig bedre i kampen om omtale i valgkampen.^{vii}

For det andet er partilederskab en åbenlys forklaring på forskelle i omtale – er en kandidat formand for sit parti (og dermed også potentiel statsministerkandidat), må dette alt andet lige give flere omtaler, da formandsposten ret naturligt er en valgkampsplatform, der er placeret i mediernes søgelys.

Derfor er kandidaterne i Figur 5 inddelt i tre grupper efter deres anciennitet i Folketinget og deres position i deres respektive partier. I den første gruppe har vi lederne af de politiske partier, i den anden gruppe allerede indvalgte MF'ere^{viii} og i den tredje gruppe ikke-indvalgte kandidater. For alle tre grupper er kandidaterne opdelt efter køn.

Figur 5. Gennemsnitligt antal omtaler i valgkampene i 2011, 2015 og 2019 for kvindelige og mandlige kandidater opdelt efter, hvorvidt de er partiledere, siddende medlemmer af Folketinget eller uden aktuel parlamentarisk position.



Figur 5 viser, at udviklingen i Figur 2 er drevet af partilederne. Partilederne får mange flere omtaler end de andre kandidater, og derfor slår ændringer i deres omtale klart igennem i de samlede tal.

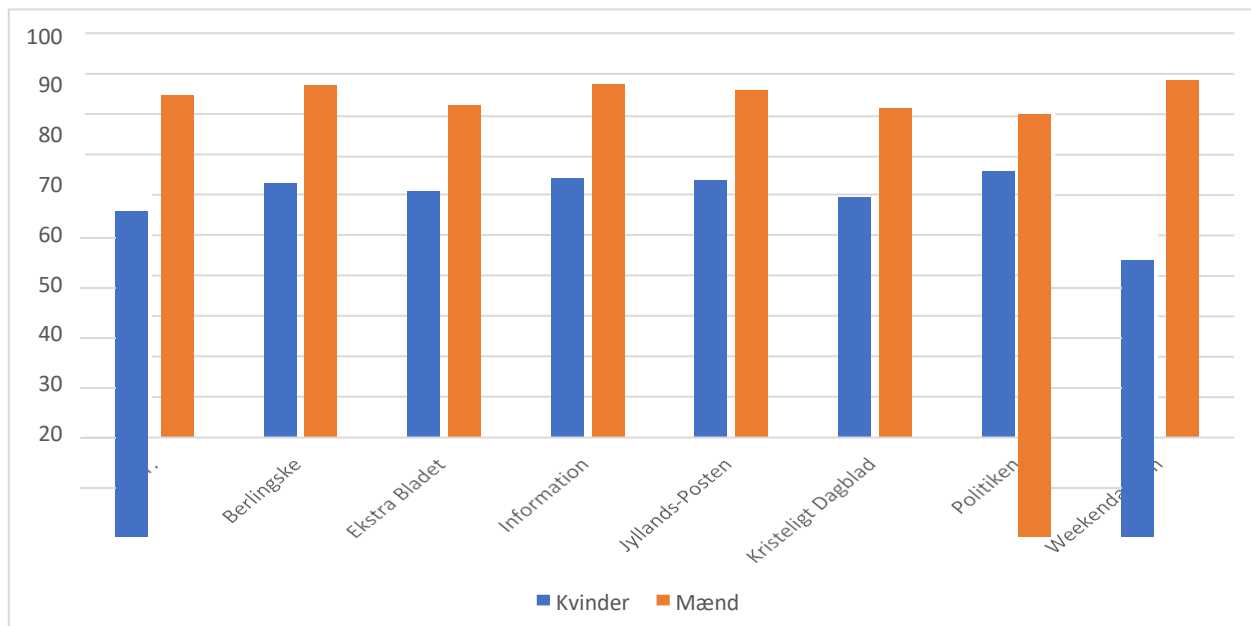
I perioden er de kvindelige partilederes gennemsnitlige omtale faldet mere end de mandliges, og hvor det tidligere var kvinderne, der i gennemsnit fik mest omtale, er dette nu udlignet (og mændene fører yderst beskedent). Blandt det store flertal af kandidaterne, som ikke er partiledere, ses imidlertid et andet mønster: ved alle tre valg har de kvindelige kandidater fået mindre omtale i gennemsnit end de mandlige målt som antal gange, de har været omtalt i artikler i én af de otte inkluderede aviser. Blandt siddende folketingsmedlemmer er forskellen mellem kandidater af de to køn mindsket, mens den blandt kandidater, der ikke drev valgkamp fra et sæde i Folketinget, er steget en smule.

Samlet gælder det imidlertid, at mens de få kvindelige partiledere har kunnet opnå en større mængde omtaler end deres mandlige partilederkolleger ved de to forrige valg, men ikke længere ved det seneste, så gælder det for den store gruppe af andre kandidater (hvad enten de sidder i Folketinget allerede eller ej), at de systematisk får færre omtaler end deres mandlige kandidatkolleger.

Er der forskelle på aviserne i deres omtale?

De otte inkluderede aviser er naturligvis på ingen måde ens i deres valgkampsdækning, redaktionelle linje, prioritering af stoffet osv. Spørgsmålet er imidlertid, om der også er forskelle at spore i relation til deres omtale af de opstillede kandidater og ikke mindst, om de er lige flinke til at omtale kvindelige kandidater. For at vurdere om avisernes omtale af kandidater af de to køn varierer er andelen af artikler fra valgkampen, som omtaler henholdsvis mindst én kvinde og én mand i Figur 6, opgjort for hver af de otte aviser.

Figur 6. Andelen af artikler hvor henholdsvis kvindelige og mandlige kandidater omtales (samlet for valgene i 2011, 2015 og 2019).



Figur 6 viser, at der er forskelle på aviserne – Weekendavisen omtaler relativt færre kvindelige kandidater end B.T. – men forskellene er ganske beskedne. Set på tværs af de otte aviser, er det således i høj grad den minimale variation, som træder frem. Aviserne ligner hinanden ganske meget i relation til, hvor mange omtaler henholdsvis kvindelige og mandlige kandidater får, og det er således ikke en eller få af aviserne, som trækker de billeder, der i rapporten er tegnet af avisernes omtaler – der er tale om mønstre, der går på tværs af de inkluderede otte aviser.

Mere monitorering af omtalen?

Med en ret simpel optælling af omtaler af kandidaterne i valgkampen forud for de seneste tre folketingsvalg er det i denne rapport vist, at mandlige kandidater optræder mest i de otte landsdækkende avisers spalter. Dette er ikke nødvendigvis så overraskende, da de politiske partier har valgt at sende flere mandlige end kvindelige kandidater i valgkamp, og aviserne er således mere med til at kopiere en skævhed end til at skabe en skævhed.

I gennemsnit får de mandlige kandidater en smule mere omtale end de kvindelige, men der er ikke tale om den store forskel, og den forsvinder, hvis man tager hensyn til den kraftige anciennitets- og positionseffekt, der synes at være til stede – det er ikke kvindelige kandidater, aviserne undlader at give omtale, men nye kandidater (af begge køn).

Monitoreringen af avisernes omtale dækker kun tre valgkampe, men i det forholdsvis korte perspektiv er det alligevel fristende at pege på såvel en ting, som har ændret sig, som en der har været stabil. Ændringen ses i forhold til partilederne – ved valget i 2011 fik Helle Thorning-Schmidt, Margrethe Vestager, Pia Kjærsgaard og Johanne Schmidt-Nielsen^{ix} ganske mange omtaler i forhold til deres mandlige partilederkolleger, hvilket deres afløsere i kredsen (som Pia Olsen Dyhr og Pernille Skipper) med undtagelse af Mette Frederiksen ikke helt har kunnet leve op til. Det synes således ikke på nogen måde at være ligegyldigt for den samlede kønsbalance i omtalerne, hvem partierne vælger som ledere – når et stort parti som Dansk Folkeparti, eller et i regeringsforhandlingerne synligt parti som Radikale Venstre, skifter fra en kvindelig til en mandlig leder (mens mindre partier som Kristendemokraterne og Nye Borgerlige skifter den anden vej), har det således betydning for den samlede omtale.

Vejen mod flere omtaler til kvindelige kandidater starter således i de politiske partier, når de udpeger deres partiledere. Den ting, som omvendt har været ret stabilt over de tre valg, er den mindre omtale af kvindelige end mandlige kandidater, når vi ser på gruppen, der ikke er partiledere. Her får de mandlige kandidater systematisk mere omtale målt som antallet af artikler, de optræder i, end de kvindelige – og dette mønster har ikke ændret sig over de tre valg.

Såvel ændringer som stabile træk er vanskelige at vurdere over kun tre valg, så der skal nok flere fremtidige valgkampe til at drage endelige konklusioner. Men netop en fortsat monitorering er også, hvad der skal foreslås på baggrund af dette pilotprojekt. En kontinuerlig monitorering af kønsbalancen i mediernes omtale af kandidater og valgte politikere indeholder en række muligheder.

For interessenter som ønsker at følge udviklingen for at kunne anvende monitorering som et input i policy-processen, f.eks. organisationer, som vil vise, at kønsligestillingen endnu ikke er opnået. Og for medierne selv, som kunne have en interesse i at få et overblik over, hvordan de vægter deres omtale af henholdsvis kvindelige og mandlige deltagere i den politiske proces.

I denne rapport har monitoreringen udelukkende omhandlet valgkampe, men det kunne være interessant for at få et mere fuldendt billede også at følge omtalen af kvindelige og mandlige politikere i den politiske hverdag. Tilsvarende kunne det bidrage til billedet, hvis man bevægede sig videre end til de otte landsdækkende aviser til også at inkludere lokale/regionale aviser, radio, TV og sociale medier. Og ikke mindst kunne man forfine selve optællingen, så man også så på, hvilket køn journalisten i byline havde, om de enkelte kandidater blev nævnt lige meget i de omtaler, hvor der er mere end én kandidat med, om kvindelige kandidater beskrives anderledes end mandlige osv.

Mulighederne er mange, men realiseringen afhænger nok også af efterspørgslen, og hvem der skal tælle. Er det forskere, som vil undersøge kønsforskelle ud fra en akademisk tilgang? Er det NGO'ere som vil bruge monitorering til at sætte fokus på kvinders niveau af omtale? Er det medierne selv, for at kunne sikre sig mod egen kønsblindhed og måske har en interesse i at kunne dokumentere, hvor balancerede de måtte være?

Der kan peges på eksempler på alle tre typer af monitorering:

- Forskere monitorerer i forbindelse med projektet Who Makes The News, hvem der optræder i medierne, og hvilket køn de har.^x
- Den svenske organisation Prognosis tilbyder løbende monitorering af omtalte personers køn vha. deres Gender Equality Tracker.^{xi}
- BBC monitorerer selv deres egne programmer, og hvem der optræder i nyhedsudsendelserne, baseret på køn. Dette sker også med et mere aktivistisk sigte, idet det foregår under overskriften 50/50 – BBC monitorerer sig selv for at kunne arbejde i retning af en målsætning om en ligelig kønsfordeling i deres udsendelser.^{xii}

I forhold til kønsmonitorering af danske nyhedsmedier i fremtiden kunne man også forestille sig et samarbejde mellem flere af de nævnte interessenter. Nu er bolden i hvert fald givet op.

Noter

¹ Danmarks Statistik 2019: 7. De fire nordatlantiske medlemmer af Folketinget inddrages ikke i denne analyse.

¹ Se IPU (<https://data.ipu.org/women-ranking?month=7&year=2019>).

¹ Se eksempelvis Ulrik Kjær og Mogens N. Pedersen (2004): *De danske folketingsmedlemmer*. Aarhus: Aarhus Universitetsforlag.

¹ Se i stedet D. N. Hopmann, R. Vliegthart, C. De Vreese & Albæk, E. (2010). Effects of election news coverage: How visibility and tone influence party choice. *Political Communication*, 27, 389-405 og S. Geiß & S. Schäfer (2017). Any publicity or good publicity? A competitive test of visibility and tonality-based media effects on voting behavior. *Political Communication*, 34, 444-467.

¹ Dette er "Fit to rule"-argumentet, se Jane Mansbridge (1999). Should Blacks Represent Blacks and Women Represent Women? A Contingent "Yes". *The Journal of Politics*, Vol. 61, No. 3, pp. 628-657.

¹ For det klassiske gender backlash-argument, se Susan Faludi (1991). *Backlash: The Invisible War Against America's Women*. New York: Crown.

¹ Se eksempelvis D. Vos (2014). Which politicians pass the news gates and why? Explaining inconsistencies in research on news coverage of individual politicians. *International Journal of Communication*, 8, 2438-2461, og D. N. Hopmann, P. Van Aelst & G. Legnante. (2012). Political balance in the news: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13, 240-257.

¹ Medtaget i denne gruppe er foruden medlemmer af Folketinget også aktive stedfortrædere og ministre, der ikke sidder i Folketinget.

¹ Selvom Enhedslisten ikke officielt har en partileder, er henholdsvis Johanne Schmidt-Nielsen (2011 og 2015) og Pernille Skipper (2017) medregnet i denne kategori.

¹ Seneste udgave, se H. Jørndrup & M. Bentsen (2016). *Who Makes The News - Dansk udgave: Denmark Global Media Monitoring Project 2015 National report*. World Association for Christian Communication.

¹ Se <http://www.prognosis.se/GE/>.

¹ Se eksempelvis BBC's initiativ 50/50 (<https://www.bbc.com/aboutthebbc/reports/policies/5050>).

Metode

Efter aftale har Center for Journalistik importeret alle udgivne artikler fra otte mediers aviser i perioden op til de tre valg (26/8-2011 til og med 18/9-2011, 25/5-2015 til og med 21/6-2015 samt 16/5-2019 til og med 8/6-2019). Hvad der svarer til 48.621 artikler fra B.T., Berlingske, Ekstra Bladet, Information, Jyllands-Posten, Kristeligt Dagblad, Politiken og Weekendavisen.

Artiklerne blev hentet via Infomedias API efter aftale med Infomedia. Den efterfølgende analyse skete lokalt ved hjælp af et nyt system udviklet af Center for Journalistik til analyse af et stort antal artikler. Systemet blev kodet i Python, Solr og MySQL, og systemet foretog en fritekstsøgning efter kandidatens navn samt et af følgende relevante nøgleord, der sikrer en vis relevans: *valg, folketing*, *kandidat*, politiker*, socialdemokratiet, socialdemokraterne, radikale, konservative, folkeparti, borgerlige, klaus riskær pedersen, sf, socialistisk, liberal, alliance, kristendemokraterne, dansk folkeparti, stram kurs, venstre, parti, enhedslisten, alternativet, opstillingskreds, stemme, opposition* og regering*. Center for Journalistik berigede manuelt kandidaternes navne, så navnet på en kandidat var tilnærmelsesvis unikt og samtidig afspejlede den måde, som kandidatens navn normalt blev brugt på. Center for Journalistik har manuelt kodet kandidaternes køn og erfaring. Kodningen af køn er foretaget efter de tre kategorier kvinde, mand og øvrige. Da Center for Journalistik ikke fandt kandidater, der definerede sig på anden måde end kvinde og mand, har Center for Journalistik valgt at forsimplen analysen ved kun at inddrage kvindelige og mandlige kandidater.

Efter analysen har Center for Journalistik foretaget en stikprøvekontrol, men Center for Journalistik har ikke systematisk valideret systemets præcision. Stikprøvekontrollen har dog ikke dokumenteret fejl eller mangler i datamaterialet.

Den endelige import og analyse af indhold blev foretaget i oktober 2019.

Undersøgelsen er gennemført af Mediernes Forsknings- og Innovationscenter, SDU i samarbejde med KVINFO og Dansk Journalistforbund. Der skal lyde en tak til: B.T., Berlingske, Ekstra Bladet, Infomedia, Information, Jyllands-Posten, Kristeligt Dagblad, Politiken og Weekendavisen.

Rapporten er skrevet af: Ralf Andersson, Ulrik Kjær og Filip Wallberg, SDU.