

ŠE VEDNO DRUGI SPOL? ANALIZA POROČANJA O VOLILNI KAMPANJI POMLAD 2018

**Monika Kalin Golob, Aleksandra Kanjuo Mrčela,
Karmen Šterk, Jasna Mikić**

V prispevku poročamo o rezultatih analize medijskega pojavljanja kandidata in kandidatke na parlamentarnih volitvah 2018 v dveh slovenskih dnevnoinformativnih tiskanih medijih v obdobju dveh mesecev in pol pred volitvami in o rezultatih etnografske analize javnega komuniciranja obeh z volivci in volilkami na javnem dogodku. Na osnovi rezultatov ugotovljamo, koliko se kažejo odstopanja v medijskem poročanju o kandidatki in kandidatu ter kako je artikulacija spola del njune kampanje. Na podlagi nekaterih pozitivnih tendenc v slovenskem političnem prostoru smo predvidevale, da bo medijsko poročanje manj seksistično, kot je bilo v preteklosti. To lahko na podlagi kritične diskurzivne in besedilne analize medijskega poročanja tudi potrdimo, vsaj za Delo, manj za tabloidne Slovenske novice. Rezultati etnografske metode spremljanja pa kažejo, da igra spol veliko vlogo v javni predstavitvi politikov in političark ter odnosu javnosti do njune prisotnosti.

KLJUČNE BESEDE spol, moč, ženske v politiki, medijski diskurz, seksistični jezik

Still the Second Sex? An Analysis of the Spring 2018 Election Campaign Coverage

In this article we present results of the analysis of media presentation of a male and a female MP candidate on the 2018 parliamentary elections in two Slovenian daily newspapers in two months and a half before the election and results of the ethnographic work (shadowing of both candidates during public communication with the voters at a public event). Based on the presented results we assess how gendered is newspapers' presentation of two MP candidates, and how much the articulation of gender is a part of their campaigns. Based on some positive tendencies in the Slovenian political arena, we predicted that media reports would be less sexist than in the past. This can be confirmed on the basis of critical discourse and text analysis of newspaper Delo, and less so in the case of tabloid Slovenske novice. The results of the ethnographic study showed that gender plays an important role both in the public presentation of male and female politicians and in the reactions of the public to their presence.

KEYWORDS gender, power, women in politics, media discourse, sexist language

Uvod

Mediji imajo pomembno vlogo pri ustvarjanju in ohranjanju podob o identitetah posameznikov, posameznic ali skupin, hkrati pa močno vplivajo tudi na diskurz v družbi, v katerem se odnosi med spoloma pogosto tematizirajo. Medijske vsebine odsevajo in reproducirajo spolno hierarhijo v družbi, ki je odraz patriarhalne družbene ureditve in ideologije, v kateri so moški predstavljeni kot »nadrejeni« spol, predstavniki javnega in nosilci družbene moči, ženske pa so pretežno predstavljene v (zasebnih) družbenih vlogah z manj družbene moči (Verša 1996, 11–38).

Mnoge študije so pokazale, da so ženske, ko posežejo po položajih moči v javni sferi in predvsem med poklici, ki so tipično maskulinizirani, deležne posebne medijske obravnave (Varvus 2002; Bates 2014, idr.). To potrjuje tudi raziskava iz leta 2015 *Seksistični diskurz v notranjepolitičnih prispevkih slovenskih tiskanih medijev* (Klopčič 2015), v kateri je bilo analizirano medijsko poročanje o prvi ženski premierki v Sloveniji Alenki Bratušek in ugotovljeno, da je bila medijska obravnava te političarke seksistična.

Novejši razvoj v slovenski politiki omogoča predvidevanje, da je spol manj kot pred tremi leti kategorija, zaradi katere bodo ženske na slabšem, zato smo v analizi predpostavile, da bo medijsko poročanje tokrat manj seksistično. Pričakovati je mogoče, da se je percepcija prisotnosti žensk na pomembnih političnih položajih, še posebej okrepljena po uvedbi kvot leta 2004 (v letu 2016 je bilo v slovenskem državnem zboru 36,6 odstotkov poslank; povprečje 46 držav Sveta Evrope je 25,5 odstotkov),¹ normalizirala in je zato manj medijsko zanimiva. To velja tudi zato, ker smo že imeli premierko. Nadvlada enega samega tipa moškosti v politiki se šibi tudi zaradi večje prisotnosti mladih moških in gejevskih aktivistov na pomembnih funkcijah v javnosti; to so kazalniki, na podlagi katerih bi lahko sklepale, da se pomen spola oz. primat hegemonistične moškosti (Connell 1987) pri delitvi moči v družbi in politiki relativizira. Če torej emancipatorne prakse kažejo na relativizacijo spola, lahko sklepamo, da tudi pri medijski obravnavi spol ni več nujno element razlikovanja in tudi ne v škodo žensk.

Namen članka je prispevati k obstoječemu korpusu znanja o spolu in (ne)enakosti pri njegovi obravnavi v političnem okolju, s posebnim poudarkom na medijski obravnavi politikov in političark. Ugotovitve omenjene raziskave (Klopčič 2015) o pomenu spola pri poročanju o politični osebnosti bomo nadgradile s primerjavo medijske obravnave primerljivih, a po spolu različnih političnih osebosti. Analizo medijskega poročanja o volilni kampanji bomo osredinile na analizo poročanja o predsednici Stranke Alenke Bratušek (SAB) Alenki Bratušek (v nadaljevanju AB) in predsedniku stranke Socialnih demokratov (SD) Dejanu Židanu (v nadaljevanju DŽ). Osredotočile se bomo na državnozborske volitve 2018 ter obravnavale njun nastop in medijsko pojavljanje. Na podlagi analize njunega medijskega pojavljanja v dveh slovenskih dnevnoinformativnih tiskanih medijih v obdobju dveh mesecev in pol ter rezultati etnografske raziskave bomo skušale ugotoviti, koliko se kažejo odstopanja v medijskem poročanju o kandidatki in kandidatu ter kako je artikulacija spola del njune kampanje.

Odnosi moči med spoloma v javni in zasebni sferi

Industrializacija, ki je sprožila, da se je del takrat plačanega dela z doma preselil v tovarne, je prinesla tudi kapitalistična delovna razmerja in jasno ločitev zasebnega življenja

(žensk) ter javnega življenja (moških). Ženske, ki so si prizadevale za uveljavljanje ekonomske neodvisnosti, še posebej za karierno napredovanje, so na poti naleteli na številne ovire (Kanjuo Mrčela 1996; Švab 2001). Za sfero plačanega dela je namreč značilna segregacija po spolu, kar pomeni, da so ženske koncentrirane v določenih poklicih in poklicnih skupinah, za katere je značilno delo z ljudmi, nega, skrb. To so t. i. »ženski poklici«, ki so po navadi slabše plačani in manj družbeno vrednoteni (Kanjuo Mrčela 1996, 41). Mehanizmi vertikalne segregacije na trgu delovne sile po spolu (t. i. »stekleni stropi«) tako ženskam onemogočajo dostop do (naj)višjih položajev z visokim družbenim statusom in dobrim plačilom. Tovrstni položaji so po večini rezervirani za moške (Antić Gaber 2007, 113).

Ko govorimo o zaposlitvi, karieri in vodilnih položajih, so ženske tiste, ki se pri prevzemanju položajev z močjo oddaljujejo od svoje tradicionalne podobe oz. družbene vloge, ki naj bi vključevala nežnost, čustvenost in podredljivost, medtem ko je moška pojavnost v tovrstnih vlogah naturalizirana (Jogan 2001). Če se torej ženske potegujejo za vodilni položaj, je to lahko v družbi prepoznano kot neprimerno in izstopajoče, hkrati pa lahko zbudi celo negativne asociacije: ženska je lahko videna kot neženstvena oz. nevarna (Lakoff 2003, 161). Pri tem gre za odraz delovanja seksizma, ki ga opredeljujemo kot celoto vseh prepričanj, stališč in delovanj, ki posameznike in posameznice strogo ločuje na način, da jim dodeljuje/pripisuje neenake lastnosti ali načine delovanja glede na njihov spol (Jogan 2014, 108). Seksizem se pojavlja v najrazličnejših očitnih (npr. nižje plačilo žensk za enako delo) in tudi v bolj subtilnih oblikah (šale na račun stereotipnih značilnosti žensk, poudarjanje materinske vloge žensk, stekleni strop itd.) (Robnik 2016, 8). Vloga seksizma je torej večstranska – na eni strani odraža neenakost v družbi, hkrati pa s svojim pojavljanjem tudi pripomore k reproduciranju patriarhalnih družbenih struktur (ki upravičujejo nadrejenost moških v družbi) oz. spolno zaznamovanih (asimetričnih) razmerij moči v družbi.

Politika je področje, ki spada med najbolj tradicionalno moška področja delovanja v javni sferi. Vstop na to področje je bil ženskam dolgo časa prepovedan, a tudi po že pridobljeni volilni pravici so se ženske redkeje odločale za vstop vanjo (Antić Gaber 2007, 111–114). Politika je asociirana s stereotipnimi pojmi za moškost: avtoriteta, moč, pogum, nadzor, vidnost. Ob vstopu na to področje je ženskam pot mnogokrat otežena s številnimi ovirami in (prefinjenimi) mehanizmi, srečujejo se lahko tudi z nelagodjem, neprijetnimi opazkami in seksističnimi komentarji (Antić Gaber 2006; Antić Gaber in Selišnik 2012). Za razliko od moških ženske pogosteje navajajo povabila (z visokega političnega mesta) in motiviranje drugih kot ključni kriterij za vstop v politiko (Antić Gaber in Selišnik 2012, 406). Ker so ženske v takih okoljih v manjšini, se od njih veliko pričakuje in so nenehno na očeh (Antić Gaber 2007, 121). Političarke (za razliko od politikov) izražajo tudi večjo mero neizpolnjenih pričakovanj v povezavi s pogoji, ki jih postavlja delovanje v politiki (Antić Gaber in Selišnik 2012, 407). Politika velja namreč za področje, na katerem so uveljavljeni načini dela zelo nenaklonjeni materinstvu in skrbi za otroke, saj je zasebno življenje močno podrejeno javnemu. Gre za izredno maskulinizirano področje dela, v katerem velja, da se sprejema več kompromisov na račun družine, kot je takšnih kompromisov na račun zaposlitve (Kanjuo Mrčela, Šori in Podreka 2012, 380).

Rezultat vsega tega je, da so ženske v politiki pri nas še vedno v manjšini: od osamosvojitve do leta 2011 nismo presegli 13-odstotnega deleža izvoljenih žensk v državnem zboru; po uvedbi kvot leta 2004 se je stanje bistveno izboljšalo, a uravnoteženosti (40 odstotkov) še nismo dosegli. Nizka udeležba žensk v političnem življenju je dolga leta nižala tudi uvrstitve Slovenije na evropskih in svetovnih lestvicah indeksov enakosti spolov (Robnik 2016, 49). Ženske so v politiki navadno »bolj primerne« za mehka področja, ki se ujemajo z njihovo

stereotipno družbeno določeno vlogo in delovanjem, so pa to tudi področja, ki so manj ugledna v svetu politike. Poslanke namreč namenjajo več pozornosti vprašanjem socialnih pravic, enakosti in družinske politike ter s tem privolijo v predpisujoče spolne stereotipe in ustvarjajo ženskost v politiki (Šribar 2005). Poslanci se po drugi strani osredotočajo bolj na zunanje zadeve in lokalno samoupravo (Antić Gaber 2007, 122).

Vloga jezika in medijev pri ustvarjanju, ohranjanju in utrjevanju spolnih stereotipov in neenakosti v družbi

Številne raziskave v zadnjih nekaj desetletjih dokazujejo, da jezik na različne načine vpliva na obstoj družbenih neenakosti. Povezava družbe in jezika je neločljiva, saj se lastnosti enega zrcalijo in hkrati ustvarjajo lastnosti drugega. Jezik uporabljamo na načine, ki so družbeno sprejeti, hkrati pa s svojo rabo pripomoremo k vzdrževanju teh konvencij (Fairclough 1989, 22–23). Z rabo jezika soustvarjamo tudi podobo spola v družbi (Šribar 2007), kar prispeva k ohranjanju spolnih stereotipov. Družbena neenakost se tako odslikava v rabi jezika, raba jezika pa ohranja neenakost v družbi. Ko govorimo o jeziku, ki je diskriminatoren do katerega od spolov, govorimo o seksističnem jeziku, oz. bolje rečeno, seksistični rabi jezika.

Mediji pomembno vplivajo na oblikovanje nazorov, javnega mnenja in stališč posameznikov in posameznic o pomembnih družbenih temah v javnosti (Verša 1996; Kalin Golob 2004). Z interpretacijami, selekcioniranjem in prednostnim tematiziranjem (Kalin Golob 2013, 201) lahko javnosti posredujejo informacijo o nepomembnosti »nenaravnih« vidikov. Primer takega delovanja je medijska reprezentacija žensk.

Ženske dolgo časa niso imele možnosti vstopiti oz. si pridobiti prostor v medijih. V času pred 2. svetovno vojno se je pričelo to pri nas spreminjati, vendar v zelo omejeni obliki. Ženske so se pojavljale v novicah, ki so bile povezane z zdravjem, skrbjo za dom in otroke ter gospodinjstvom, tj. z aktivnostmi iz zasebne sfere. To je pripomoglo k poudarjanju njihove enodimenzionalne medijske podobe in namernemu izključevanju ženske podobe kot mnogodimenzionalnega bitja, ki živi aktivno tudi zunaj doma (Kanjuo Mrčela 1996; Jogan 2001). Z uvedbo oglaševanja v časopisih se podoba ženske prične pojavljati pogosteje, vendar v (omejeni) vlogi zapeljivke, nakupovalke ali matere (Jogan 2001, 29–41). V času po 2. svetovni vojni se prikazovanje žensk v medijih asociira najpogosteje z njihovo čustvenostjo in obremenjenostjo z videzom (Štular Sotošek 1997). Ženske postanejo v 90. podvžene močnemu stereotipiziranju in trivializiranju v medijih, prav tako sta bolj pogosta kot pri moških v medijskem poročanju izpostavljena njihova osebnost, zunanji videz in družinsko ter partnersko življenje (Kahn 1996). Medtem ko je danes ženskam v medijih na razpolago mnogo ožji nabor vlog, pa so moški predstavljeni precej realno, v vseh podobah, starostih, vlogah in značajskih različicah, navadno pa predstavljajo tudi središče svoje zgodbe, postavljene v javnost (Bates 2014). Takšna medijska reprezentacija odslikava aktualno razporeditev družbene moči in s tem utrjuje seksizem v vsakdanjem življenju (Kanjuo Mrčela 1996; Jogan 2001).

Neenakost žensk v medijih je večdimenzionalna, njihova podzastopanost pa se najočitneje kaže v splošni medijski prisotnosti (le 31 odstotkov žensk in 69 odstotkov moških).² Ženske redkeje nastopajo v televizijskih oddajah (25 odstotkov v primerjavi s 75 odstotki moških), razlog za to je v izbiri tem – poudarek večine medijev je namreč na delih javne sfere, v kateri so bolj dejavni moški (politika, ekonomija, šport), ženske se pogosteje pojav-

ljajo pri »ženskih« vprašanjih (kar je le 2 odstotka vseh informativnih tem). Podreprezentirane so tudi v vlogi voditeljice ali urednice (28 odstotkov, v primerjavi z 72 odstotki moških v tej vlogi) in intervjuvanke (13 odstotkov, v primerjavi s 87 odstotki moških). Največkrat so v vlogi naključnih intervjuvank (40 odstotkov) manj v strokovni (15 odstotkov) ali glavni vlogi (7 odstotkov) (Verša 1996). Manj pogoste so tudi kot gostje v oddajah, hkrati pa je delež njihovih izjav v oddajah zelo nizek (Čepič 2007). Ko mediji poročajo (ali ne poročajo) o določenem spolu in kako to storijo, vplivajo na konstrukcijo in razumevanje ženske in ženskosti ter moškega in moškosti v družbi. Ženska nevidnost v medijih rezultira (in je rezultat) v družbeni izključenosti in omejevanju dostopa do družbene moči in statusa (Verša 1996). Gre za prevzemanje medijskega ideološkega konstrukta za (so)oblikovanje predstave o spolu (Klopčič 2015, 31).

Podoba političark v medijih

Politični diskurz je pogosto označen kot moškosredniški, kar pomeni, da so ženske bodisi izključene iz njega ali pa imajo status »vsiljivk« na tem področju (Lakoff 2003, 176). Mediji z izločanjem ali manj pogostim poročanjem o političarkah v sklopu najpomembnejših vesti javnosti posredujejo podobo o njihovi manjši primernosti za politično delo (Falk 2010). Na to opozarja tudi podatek, da je delež intervjuvanih žensk v sklopu politike pri nas daleč najnižji v primerjavi z ostalimi tematikami, kot so gospodarstvo, kultura, družba, šolstvo itd. Podatki z Metine liste za junij 2018 kažejo, da je bilo med intervjuvanimi na področju politike kar 90 odstotkov moških in le 10 odstotkov žensk (Metina lista 2018). Pojavnost žensk v politiki je mnogokrat medijsko trivializirana, kar je posledica širše marginalizacije političark na državno-politični ravni, na ravni političnih strank in na splošno v družbi (Šribar 2005).

Ženska moč, dejanja in politične odločitve so ocenjevani skozi prizmo spola. Mediji so bolj pozorni na čustvene reakcije političark, medtem ko so tovrstne reakcije politikov mnogokrat prezrte (Falk 2010, 29). Kljub temu, da so mnoge ženske karakterno popolnoma same sposobne izkazati domnevno »moške« lastnosti, kot sta samozavest in vztrajnost, se jih v medijih mnogokrat predstavlja kot prevzemnice teh lastnosti, ker naj bi namerno »delovale kot moški« (Bates 2014). S to negativno reprezentacijo mediji pomembno vplivajo na oceno o njihovi usposobljenosti in posledično možnosti, ki jih imajo političarke pri izvolitvah, hkrati pa lahko pristransko poročanje o ženskah v politiki tudi odvrne druge ženske od kandidature (Fridkin Kahn 1992; Falk 2010). Mediji pogosteje poročajo o videzu in osebnostnih lastnostih političark kot o njihovih stališčih do političnih vprašanj (Devitt 2002). Z vstopom ženske v politiko postane njen videz glavna atrakcija in iracionalna obsedenost medijev, čeprav je ta vidik povsem nepomemben za njihovo delo in uspešnost na tem področju. S komentarji o videzu političark dajejo mediji mnogokrat vtis o njihovi neresnosti (Falk 2010, 29).

Medijska reprezentacija žensk v politiki navadno temelji na dveh skrajnih polih – prikazane in interpretirane so bodisi preveč ali premalo žensktvene (Bates 2014). Te stereotipne in omejevalne ženske podobe se uporabljajo kot utemeljitev neustreznosti žensk v politiki, saj se nanašajo na ekstreme, v katerih se izkažejo za bodisi preveč avtoritativne bodisi ne dovolj trdne, preveč elegantne ali premalo urejene, omejene zaradi partnerja in otrok ali hladne in nedostopne, ker partnerja in otrok nimajo. Ti negativni predsodki do političark se pojavljajo v precej subtilni obliki, njihovi učinki pa so ogromni – na posamezne ženske na položajih, politične aspiracije mlajših žensk, (ne)ravnovesje med spoloma in nenad-

nje na politične rezultate, ki se nanašajo na ženske povsod po svetu. Seksizem predstavlja pomembno prepreko na karierni poti političark, saj povzroča trajno in škodljivo diskriminacijo, ki odločilno vpliva na percepcijo kakovosti njihovega političnega delovanja in udejstvovanja. Vprašanja seksizma v politiki ter medijskem portretu politikov in političark so zato zelo pomembna in igrajo ključno vlogo pri ustvarjanju in ohranjanju neenakosti v delitvi politične moči med spoloma (Bates 2014). Z medijsko reprezentacijo neenakopravnosti med spoloma in neenakopravno reprezentacijo spolov v medijih se ustvarja normalizacija neenakosti in nepravilnih odnosov moči v družbi (Klopčič 2015, 4).

Seksistično poročanje v medijih na primeru Alenke Bratušek

V raziskavi o prvi slovenski premierki AB je Klopčič (2015) na podlagi analize novinarskih prispevkov v obdobju prvega leta njenega mandata ugotovila več seksističnih diskreditacij. Kot prevladujoče seksistične diskurzivne prakse je opredelila ignoriranje, domestikacijo, estetizacijo, pripisovanje odgovornosti in razlaganje političnega dogajanja skozi patriarhalno gledišče (Klopčič 2015, 95). Analiza recepcije bralcev in bralk novinarskih prispevkov ter poglobljenega intervjuja z AB je pokazala, da sta javnost in AB označili te prakse kot seksistične. S tem je avtorica pokazala, da seksizem pri nas ni popolnoma naturaliziran (Klopčič 2015, 85–86). Zaskrbljujoča je ugotovitev, da so novinarke in novinarji sporočali visoko toleranco do seksističnega poročanja. V nasprotju z bralkami in bralci, ki so prepoznali seksizem v medijskih obravnavah AB, izsledki poglobljenih intervjujev z novinarji in novinarkami namreč kažejo, da seksizma v svojih besedilih ne prepoznavajo in se jim primeri ne zdijo problematični. Menijo celo, da je za diskreditiranje kriva kar sama premierka, bralke in bralci pa bi po njihovem mnenju lahko ohranili več kritične distance do tovrstnih prispevkov. Svoje delo so zagovarjali tudi z argumenti, da je bila njihova naloga »odslikavati«¹ resničnost in da je uporaba seksističnih sredstev namenjena doseganju večje razumljivosti besedila ter posledica ekonomičnosti pri pisanju in izbiri sogovornikov in sogovornic.

Stereotipiziranje je bilo v analizi prisotno v različnih oblikah. Na skladenjski stavčni ravni se AB pojavlja kot predmet, moški (ali politična stranka pod vodstvom moškega) pa kot osebek. Pogosto so bili uporabljani tudi glagoli, ki nakazujejo podrejenost in pasivnost AB, redno se uporablja tudi pridevniška svojilna oblika njenega priimka (*Bratuškova*), kar velja za seksistično rabo jezika. Njena podrejenost moškim kolegom je bila pri poročanju razvidna tudi pri slabem pozicioniranju znotraj medijskih tematik, ki so se navezovala na gospodarstvo, in velikem zanimanju za njeno mnenje pri temah, ki se navezujejo na skrb, usklajevanje dela in družine ter estetiko, kar je tudi sama zaznala kot moteče.

Ignoriranje pri poročanju o AB je Klopčič (2015) ocenjevala na podlagi večje pozornosti, ki je bila namenjena moškim politikom v prispevkih, ki so se sicer v prvi vrsti nanašali na politično delovanje takratne premierke. To je še dodatno potrdila s primeri, v katerih je razvidno namerno razvrščanje odstavkov v novinarskih prispevkih, ki pripomore k temu, da je pozornost dodeljena naprej mnenjem politikov in šele nato premierki.

Tudi *estetiziranje* je bilo prisotno v poročanju o videzu prve premierke, kar se je izkazalo za neobičajno prakso za notranjepolitične prispevke, predvsem za časnik *Delo*, ki naj bi imel visoko stopnjo ugleda in kredibilnosti (Klopčič 2015, 83–89). Najbolj odmeven primer estetizacije se je navezoval na besedilo v drugem trimesečju njenega mandata z naslovom »Tigrasto krilo na rdeči preprogi«² (14. 6. 2013). Vsebinski pomembnega političnega dogodka je bilo namenjenih zgolj začetnih osem vrstic, večinski del besedila pa je opisoval in kritiziral njen videz in izbor oblačil (Klopčič 2015, 64).

Najnovejša analiza medijskih objav o parlamentarni volilni kampanji 2018 Klipinga in Metine liste (2018)³ je pokazala, da so bile ženske omenjene le v 17 odstotkih vseh medijskih objav na to temo, torej le v 344 objavah od 1994 objav, ki so bile zajete v analizo, večina teh objav pa je zajemala zgolj ime in priimek kandidatke za državni zbor (brez dodatne vsebine). Delež objav, v katerih so bile ženske citirane, je bil samo 5-odstoten. Podobno velja za TV-soočenja, v katerih so bile ženske tako po obsegu pojavnosti kot po dolžini pojavljanja zastopane le 8-odstotno. Analiza ugotavlja, da je pričakovano bila v medijih daleč največkrat citirana AB (50 objav ali 40 odstotkov vseh objav, v katerih so bile citirane kandidatke za državni zbor) in je bila tudi najbolj prisotna na televiziji, ker se je v TV-soočenjih praviloma pojavljala le ona kot edina predsednica stranke. Prisotnost drugih političark oz. kandidat za državni zbor v medijih je bila tako majhna, da se avtorji in avtorice analize sprašujejo, »ali bi preko medijev sploh opazili, da za državni zbor kandidirajo tudi ženske, če ne bi bilo Alenke Bratušek«. Analiza sicer ni pokazala korelacije med pojavnostjo v medijih in izvolitvijo v državni svet. Med 15 kandidatkami, ki so se največkrat pojavljale v medijih, sta bili izvoljeni le dve (Ljudmila Novak in Violeta Tomič), delež izvoljenih poslank (v splošnem) pa je bil 24,5-odstoten. Same sicer ocenjujemo, da je medijsko pojavljanje in nastopanje Alenke Bratušek njeni stranki vendarle prineslo pozitiven volilni izid in mesta v parlamentu, kljub temu da sama ni bila izvoljena za poslanko.

Izidi analize Volitve 2018, ki jo je izvedel Inštitut za preučevanje enakosti spolov (IPES) je na podlagi primerjalne analize medijskih soočenj na dveh televizijskih hišah, TV SLO1 in POP TV pokazala, da je bila AB obravnavana kot »tujka« v političnem svetu. Kot edina ženska je bila deležna več komentarjev na račun njene »ženske vloge« v politiki, spregovorila je tudi o svoji »trdi koži«, ki jo je morala razviti z delom v parlamentu, o podrejenem položaju, v katerega je bila postavljena kot ženska v politiki, izzvana je bila tudi h komentarju na izjavo Zmaga Jelinčiča o »enakopravnosti žensk že od časov Jugoslavije«, večinskega deleža žensk v sodništvu in na nižjih položajih v zdravstvu (nato pa je bila po odgovoru deležna komentarja, da si izmišljuje). Bojan Požar jo je obtožil, da namerno vnaša žensko vprašanje v debato in da to ni sprejemljivo. Sama je komentirala, da bi bila celotna debata drugačna, če bi bilo prisotnih več žensk, in opozorila na izkoriščanje pomanjkljivosti strankarskih kvot, ki ženske umeščajo in razporejajo v svoje vrste, ne ponudijo pa jim najvišjih mest, kar pogosto vodi v njihovo neizvolitev (povzeto po Primorac in drugi 2018, 57–58).

Nadgradnja analize o seksizmu v medijski obravnavi političarke

Izhajajoč iz analize, izvedene v letu 2015, smo se spraševale, kako je sprememba političnega prostora v vmesnem času vplivala na medijsko obravnavo spola med volilno kampanjo 2018. Raziskavo smo torej nadgradile z analizo medijskega poročanja o dveh (po funkcijah) primerljivih in po spolu različnih političnih osebnostih – Alenki Bratušek in Dejanu Židanu ter primerjali njuno medijsko obravnavo.⁴

Namen analize je bil s kritično diskurzivno in besedilno analizo identificirati diskurzivne prakse medijskega poročanja o volilni kampanji glede na spol. Prispevke smo analizirale na makroravni, pri čemer nas je zanimalo, kakšne so bile glavne značilnosti poročanja o AB in DŽ. Pri raziskovanju smo uporabile tudi etnografsko metodo spremljanja (angl. shadowing), s katero smo spremljale tudi njuno nastopanje na javnem dogodku in odziv občinstva na njun nastop.

Izhajale smo torej iz dveh perspektiv:

(1) Z vidika medijske obravnave kandidata in kandidatke: predmet analize so bili no-

tranjepolitični novinarski prispevki v *Slovenskih novicah* in *Delu*, objavljeni med 15. marcem 2018 (odstop predsednika vlade) in (predčasnimi) državnozborskimi volitvami 3. junija 2018: kolikokrat se pojavi kdo (tekst, slika), vsebina poročila. Analizirale smo 65 števil *Dela* in 65 števil *Slovenskih novic*. Izbor časopisov je bil opravljen predvsem na podlagi dveh kriterijev, tj. branosti in tipu. Izbrale smo dva časopisa, ki sodita med najbolj osrednja in brana dnevnika v Sloveniji ter se med seboj razlikujeta po načinu poročanja – pri *Delu* gre za kakovostni resni in pri *Slovenskih novicah* za tabloidni dnevnik.

(2) Z vidika obravnavane osebe: analizirale smo njuno kampanjo, s posebnim poudarkom na predpostavki o spolno nevtralni poziciji (kaj/kako govorita/delata v svoji kampanji, kje vidita svoj fokus, kaj poudarjata, s čim se identificirata). Izsledki so predstavljeni z etnografsko metodo gostobesednega opisa (angl. thick description)⁵ (Geertz 1973) njune pojavitve na celodnevem promocijskem dogodku Bogračijada 26. maja 2018.

S kombinacijo dveh metodoloških pristopov je bil cilj opredeliti različne kategorije uporabljenih seksističnih sredstev in jih razvrstiti glede na pojavnost v novinarskih prispevkih.

Medijska obravnava Alenke Bratušek in Dejana Židana v *Delu* in *Slovenskih novicah*

V *Delu* je bilo od 65 pregledanih števil dvajset prispevkov z omembo AB in/ali DŽ ter enaindvajset, v katerih se pojavita njuni stranki. V 65 številkah *Slovenskih novic* sta bila AB in/ali DŽ omenjena v sedmih prispevkih, v treh sta omenjeni stranki. Ker nas zanima vprašanje spola v medijskem poročanju, smo v analizo vključile le tiste prispevke, v katerih sta bila izrecno omenjena, torej 28 prispevkov v obeh dnevnikih. S tem smo se omejile na izhodiščni cilj: preverjanje, ali je spol element razlikovanja, ki lahko povzroča seksistično poročanje.

Ostali prispevki, ki sicer obravnavajo tudi stranki, katerih predsednica in predsednik sta obravnavani osebi, so poročanje o stališču strank glede aktualnih vprašanj (o NLB, evtanaziji, okolju, nacionalnem preverjanju znanja, odnosu do vojske in migrantov itn.) ali analiza aktualnih mnenjskih anket o morebitnih volilnih rezultatih. V prvem primeru gre za povzemanje izjav, ki so jih pripravile stranke (*Delo* je takim prispevkom posvetilo kar enajst majskih objav), torej objektivizirano poročanje in povzemanje izjav strank do posamezne tematike; v drugem (taka sta tudi oba iz analize izločena prispevka v *Slovenskih novicah*) poročanje o javnomnenjskih ali časopisnih anketah, koga bi vprašani volili.

Delo o volitvah

Poročanje o volitvah se v *Delu* začne z odzivom predsednikov strank o odstopu Mira Cerarja (*Delo*, 15. 3., 2). Besedo dobijo koalicijski in opozicijski predsedniki, predsednice opozicijske stranke med njimi ni. Enako se ponovi naslednji dan (*Delo*, 16. 3., 2–3), ko Cerarjevo potezo komentirajo politični analitiki in predsedniki strank, AB zopet ni dobila medijskega prostora. Židanovo mnenje je navedeno obakrat z navedbo »predsednik SD Dejan Židan«. AB se v zvezi z volitvami pojavi 17. marca 2018 (*Delo*, str. 2), ko je objavljena Anketa *Dela* in vprašanje Predsedniku katere stranke bi zaupali vodenje prihodnje vlade? V prikazu rezultatov sta v stolpcu devetega mesta fotografija in ime AB, DŽ je na tretjem mestu. V besedilu AB ni omenjena, DŽ pa.⁶ V *Delu* se nato AB pojavi 21. 3. (str. 2) v besedilu, ki mi-

mogrede omenja njen odstop pred štirimi leti.⁷ Že naslednji dan *Delo* objavi v vesteh ob robu 2. strani informacijo, da je izšla knjiga AB (*Delo*, 22. 3., 2) z nadnaslovom »Na volitve« in velikim naslovom »Knjiga Alenke Bratušek«, objavljena je tudi fotografija AB in avtorja Tadeja Goloba. Do volitev dobita AB in DŽ še vsak po osemkrat medijski prostor v *Delu*. Oba se pojavita v rubriki »Ali je res?/Kaj res?«, v kateri *Delo* navaja izjave politikov ter jih popravlja z dejstvi in podatki. AB enkrat (24. 3., str. 3), DŽ pa je popravljen dvakrat (31. 3., 3, in 14. 4., 3).

Oba se pojavita po enkrat tudi v velikem naslovu, AB sicer posredno v imenu stranke, a v zelo velikem tisku: »Židan obljublja več srednjemu razredu« (*Delo*, 9. 4., 2); »Na meji preboja v DZ Stranka Alenke Bratušek« (*Delo*, 7. 5., 3). V prvem prispevku dobi DŽ precej medijskega prostora, saj gre za poročilo o programski konferenci stranke SD, zato sta povzemanju in navajanju Židanovih besed namenjeni dve tretjini poročila.

Delo 8. 5. (str. 2) analizira prvo TV-soočenje. DŽ je posvečeno 18 vrstic, AB 3,5. Pod prispevkom so navedeni komentarji treh analitikov, vsi trije se posvečajo Židanovemu nastopu, ocena je precej pozitivna. AB ne omenja nihče.

AB je deležna dveh pozitivnih objav, 18. 5. (str. 4.) je objavljen celostranski intervju z njo, dodani sta dve fotografiji (velika portretna in srednje velikosti, posneta med pogovorom). Intervjujski nagovori, ki jih postavlja Zoran Potrč, so korektni, vprašanja spola se dotakne v zvezi z dejstvom, da je bila AB prva slovenska premierka, in še v dveh nagovorih, kjer razpravlja o ženskah v politiki, in sicer o tem, da naj AB ne bi več izpostavljala svoje ženske plati in nagovarjala žensk, kar AB zanika in poudarja, da je žensk na visokih položajih še vedno premalo; ter o tem, da sicer stranke ženske uvrstijo na kandidatne liste, a jih postavijo v neizvoljiv okraj, ob čemer AB poudari pomen kvot in vendarle boljšega stanja glede spolne uravnoteženosti v slovenskem parlamentu.

Tik pred volitvami je v *Delu* (28. 5., 4) objavljen analitični članek Kako so slovenske vlade zgrešile pri vodenju države, kjer se avtor Nejc Gole navezuje na analizo gospodarskih ukrepov, ki jo je opravil ekonomist Dušan Mramor. Obdobje vlade AB ocenjuje pozitivno.⁸

Slikovno sta medijski prostor dobila oba še v fotografijah prvega soočenja, dvakrat celotna fotografija, na kateri je bolj vidna AB, saj je edina ženska in postavljena v ospredju, enkrat je objavljen le del fotografije s soočenja, kjer je zelo vidna AB, enkrat pa je objavljena fotografija aktualne vlade, na kateri je DŽ ob predsedniku Miru Cerarju in ministru Karlu Erjavcu.

Slovenske novice o volitvah

V rubriki Na eks avtorja Gašperja Lubeja je DŽ omenjen petkrat (17. 3., 21. 4., 5. 5., 12. 5 in 26. 5; vse str. 10). V prvih dveh objavah je prikazan kot nekdo, ki ni bil konstruktiven v vladi in je grenil delo predsedniku vlade, v tretji ugiba avtor o volilni uvrstitvi in napoveduje naskok na prvo mesto tudi DŽ, v četrti (12. 5.) je vrednotenje DŽ izrecno: »... da je Erjavec z Dejanom Židanom sklenil 'socialdemokratski blok za vse generacije'. Rezultat: neizkušene-mu Židanu, ki še danes za korak zaostaja za političnimi prvokategoriki, je spretno odžrl kar veliko njegovih volilcev ...« ter v peti zelo negativno: »... prvak SD ne najde pravega nado-mestila za svojo nekarizmatičnost in komunikacijsko okornost«. DŽ se pojavi 7. 5. (str. 11) primerjan s hrvaško turbopop popevkarico, objava je precej cinična.

V *Slovenskih novicah* se v predvolilnem obdobju AB pojavi v rubriki Spovednica (23. 3., 3), kjer je navedena izjava Tadeja Goloba, soavtorja knjige o AB V svojih čevljih: »Ko sem ljudi spraševal, kaj bi povedali o Alenki, so večinoma le čudno pogledali in tarnali.« AB se tudi pojavi v rubriki Na eks avtorice Marije M. Kotnik (14. 5., str. 10), kjer jo sicer ob zdravstveni

temi avtorica zelo na silo vključi v mnenje in jo negativno vrednoti: »Se pa lahko tudi zgodi, da se bo čudežno pojavila Alenka Bratušek in rešila zdravstveni sistem. Se ne bi čudila, če bo kaj takšnega prijavila, glede na njeno nenehno ponavljanje in hvaljenje, kako je samo ona v tistih nekaj mesecih vladanja rešila Slovenijo pred bankrotom. Imamo pa še enega aduta, če bi čudežni Alenki spodletelo.« Pozitivna objava pa je povezana s kolesarskim dogodkom (29. 5., 9), kjer je objavljena fotografija AB s pripisom: »Alenka Bratušek je prišla pozdravit nečaka Maksa (levo), enega izmed kranjskih mladih kolesarskih talentov.«

Če sklenemo primerjavo poročanja o AB in DŽ, lahko ugotovimo, da *Delo* sprva ignorira AB kot predsednico ene izmed parlamentarnih strank, saj ji ne daje medijskega prostora v odzivih na odstop Mira Cerarja. V številu pojavljanju sta v *Delu* prisotna nato oba enakovredno, zanimivo je, da je DŽ naveden kot prvak SD ali predsednik SD, AB se s prilastkom predsednica SAB, *prvakinja* v enakem pomenu kot za moške vršilce (prvi mož stranke, torej prva ženska stranke → prvakinja) pa v slovenščini sploh ni uporabljana, kar pove veliko samo po sebi. Delovo poročanje je sicer korektno, neseksistično in nestereotipno.

V *Slovenskih novicah* AB skoraj ni prisotna, ko je, je to dvakrat zelo negativno, enkrat obrobno pozitivno, a v zvezi s športno in družinsko, ne politično temo. V obeh negativnih prispevkih je AB poimenovana z imenom Alenka, kar je pogosta raba v medijski obravnavi žensk, medtem ko je moški niso deležni: tudi DŽ ne, saj je tudi v negativnih objavah poimenovan bodisi z imenom in priimkom bodisi samo s priimkom. Tabloidne *Slovenske novice* torej kažejo več znakov seksističnega obravnavanja političarke, a hkrati tudi več negativnega presojanja DŽ.

Etnografski opis udeležbe Alenke Bratušek in Dejana Židana na Bogračijadi 2018 ali komunikacije Alenke Bratušek in Dejana Židana z volilci na Bogračijadi 2018

Bogračijada je etnološko-kulinarični festival, ki že 22. leto poteka v prestolnici bograča, Prekmurju, v prestolnici Prekmurja, Murski Soboti, v prestolnici Murske Sobote, hotelu Dijana. V nedeljo, 26. maja 2018, smo točno teden dni pred volitvami. Pričakovati je, da bodo dogodek politične stranke izkoristile za finalni del promocije. Ob osmih zjutraj se pripeljemo na parkirišče, kombi AB je že tam, prizorišče je še prazno, glasba je že glasna. Poteka žrebanje za lokacije kuhališč, ena so bližja glavnemu odru in sejemskemu šotoru na jugu, druga bolj oddaljena, nanizana v dolžini 100 metrov pešpoti proti severu. Zaradi glasnega ozvočenja in nenehnega igranja lokalne glasbene skupine so videti najboljša kuhališča tista, ki so na približni tretjini poti proč od odra, ravno to mesto izžreba AB, točno nasproti nje se znajde Dejan Židan. Od 36 kuhališč so jih 7 zasedle politične stranke, Levica celo dve (na enem so skladno z moralno filozofijo svoje stranke kuhali vegetarjanski bograč), po eno so zasedli LMŠ, SMC, SAB in SD. Od predstavnikov desne politične opcije je tam le Lista novinarja Bojana Požarja. Ostala mesta na promenadi so zasedla lokalna društva in novinarske hiše. Ob pripravljanju sestavin za bograč AB in njena ekipa dvajsetletnikov deluje, kot da pripravljajo družinsko kosilo: odnosi so izrazito neformalni, delo je nehierarhično razdeljeno med tri dekleta in dva fanta, komuniciranje je sproščeno in skoraj intimno. Prav tak je v nadaljevanju pristop mimoidočih. Po skoraj nujnem začetnem omahovanju, ki je značilen za ambivalenco v prepoznavanju statusa (nekdanja predsednica vlade vs. dostopna, nasmejana in sproščena gospodinja s kuhalnico in predpasnikom), se družbena distanca med AB in mimoidočimi hitro razkroji v prijeten klepet z veliko glasnega smeha in spoštljivega telesnega stika. K

njej pristopajo moški in ženske vseh generacij, izmenjujejo si komplimente, pritoževanje nad pripeko in dobre želje, ustavi se tudi veliko družin z majhnimi otroki, ki praviloma hitro pristanejo v naročju AB za skupno fotografranje. Tudi velika večina odraslih svoje kratko druženje z njo zaključi s posnetim selfijem. Po tak spominek so prišli tudi vsi prisotni predstavniki in predstavnice drugih političnih strank, z izjemo LN Bojana Požarja.

Pri DŽ je situacija precej drugačna: na kuhališču nastopa kot patriarh, ki nadzoruje potek dela, ne maže si rok z nižjimi kuhinjskimi opravili, seveda pa z velikim nožem nareže meso. Njegova ekipa je sestavljena iz lokalnih prostovoljcev, ki so, z izjemo glavnega kuharja, skoraj izključno domačinke strankarskega podmladka v starosti med 20 in 30 let, ki so zaposlene z lupljenjem čebule in mazanjem kruha. Celotno dogajanje okoli Židanove stojnice je resnobno, prisotna ekipa medsebojno komunicira prisiljeno razigrano, vendar niti oni ne mimoidoči v komuniciranju z DŽ ne prestopijo meje, ki jo implicira socialni status politika, kar je razvidno tudi iz fotografranja, ki je skoraj brez izjeme panoramsko. Židana fotografrajo, kot bi fotografirali naravno ali kulturno znamenitost. Predstavnikov drugih političnih strank ni na spregled. Po vsem tem bi lahko sklepali, da DŽ na dogodku uteleša (konkurenčnega) »Politika« mnogo bolj kot AB, h kateri politična konkurenca pristopi tudi s prošnjo, če jim lahko odstopi žlico mlete paprike. Četudi je DŽ domačin, in videti je, da se trudi biti spontan, v mimobežnih stikih z mimoidočimi ni pristnosti. Pri njem se ustavljajo zlasti moški, stari med 40 in 70 let, ki so praviloma oblečeni dokaj svečano, dasiravno s pridihom ruralnosti. Veliko je staromodnega snemanja pokrival in rahlih priklonov. Tudi vsebine, ki jih v pogovorih načenjajo domačini, pripadajo javnemu registru: Židana nagovarjajo s temami, ki zadevajo gospodarstvo, koalicijska ugibanja, financiranje lokalnih ustanov ipd. Sogovorniki praviloma ob slovesu vzamejo še zloženko s strankarskim propagandnim sporočilom in tudi s to gesto potrdijo situacijsko nadrejenost političnega diskurza.

Na drugi strani mimoidoči z AB pogovor praviloma načnejo s podporo edini ženski predsednici strank na tokratnih volitvah in z obžalovanjem tega dejstva. Med sogovorniki obstaja plebiscitarna načelna podpora ženskemu spolu v politiki. Medtem ko ženske nadaljujejo pogovor v izražanje tudi osebne podpore in simpatij, moški podporo hitro umaknejo, ko gre za AB osebno. Pri tem v pogovoru z njo izpostavljajo »napake«, ki jih je storila v svojem mandatu predsednice vlade, kar nujno pospremijo s kakšnim paternalističnim nasvetom, pa čeprav v zvezi s kuhanjem bograča. Drža AB je ob tem izredno pasivna, celo apologetska, kar zadeva oboje, politiko in bograč. Kot skoraj obredna jed, spada namreč priprava bograča tradicionalno v domeno moških. In res, vsem kuhališčem političnih strank je bil dodeljen en mojster – kuhar, le nepolitikom, kot da so izven konkurence, je bilo dovoljeno, da bograč skuhamo sami, brez sodelovanja lokalnega izvedenca. Aluzija na politiko je povsem jasna: kot v kuhinji je sodelovanje žensk nujno, ampak ko gre za izvzeto, prestižno, obredno jed (visoko politiko), pa na sceno stopijo moški. In ko gre zares, žezlo prevzamejo profesionalni kuharji moškega spola. Profesionalnost, izvedeništvo, ekspertnost so vselej že spolno obarvane kategorije. Eksplicitni nagovor povezovalca prireditve je v tem smislu več kot ilustrativen: ko je k mikrofону pozvan DŽ, je, dasiravno domačin Murske Sobote, nagovorjen z znanstvenim naslovom magister (čeprav je to v javnosti manj znan in manj pogost zapis njegovega imena), medtem ko je AB nagovorjena v izključno osebnih in zasebnih poimenovanjih, če je le priimek, se pojavi izključno v pridevniški obliki *Bratuškova*. Tako njena predstavitev kot vprašanja, ki jih ji je namenil povezovalac prireditve, so se vrtela okoli dejstva, da je ženska in se mora skoraj opravičevati za to, da je v politiki. Predvsem pa je bila naslovljena kot mati, celo »morda bodoča mati vseh nas«, ki po mnenju povezovalca »ob nizkih udarcih, ki jih je bila kot političarka deležna v preteklosti, verjetno zvečer velikokrat

joče». Implicitno sporočilo povezovalca prireditve je bilo jasno in enoznačno protekcionistično. Še več, s poimenovanjem »Alenčica« in celo »draga Alenčica«, kot je povezovallec AB naslovil mimo mikrofona, se je na mah pokrtil celoten seksističen horizont, od domestifikacije in infantilizacije naprej.

Pa vendar, v Židanovem rojstnem mestu bi bilo prej pričakovati, da bi povezovallec prireditve prav njega, s katerim se je v zasebnem življenju že srečevala večina obiskovalcev Bogračijade, poimenoval »Dejanček«, urbano tujko pa, ki so jo ljudje spoznali šele, ko je postala predsednica vlade, s celim imenom in priimkom ter znanstvenim nazivom seveda. Kot je DŽ na dogodku enoznačno utelešal javno sfero in »Politika«, je AB nastopala le v sferi zasebnega in figurirala kot »Ženska«. Z eno samo transgresijo, za katero je nemogoče, da bi ostala medijsko neopažena, če bi spol (v politiki) res obstajal kot nevtralna kategorija: pol ure pred uradnim začetkom prireditve je DŽ postopal okoli svoje stojnice brez majice, gol od pasu navzgor. Preoblačenje iz formalne obleke v sproščeno majico s strankarskim logotipom in kuharski predpasnik je trajalo vsaj dvajset minut. Resda je bilo že ob 10. zjutraj zelo vroče, res pa je tudi, da je bilo vroče vsem, tudi AB, ki se je pred prihodom na stojnico v majico svoje stranke diskretno preoblekla v hotelskih toaletnih prostorih. Objektivno obstoječa vročina torej ni bila razlog razgaljenosti, morda je DŽ omahoval z oblačenjem, da bi vsem razkazal svoje mačistične gosto poraščene prsi ali pač t. i. SCT-barvo – za fizične delavce na prostem značilen vzorec potemnenosti telesa. Oboje, mačizem in fizično delo, sta simbola, ki v njegovi volilni bazi visoko kotirata.

Naivno bi bilo pričakovati, da bi katerikoli predsednik stranke teden dni pred volitvami v javnosti nastopal kakorkoli drugače kot politično. Oba sta odigrala od javnosti pričakovano vlogo: AB je bila, hočeš nočeš, klepetava ženska, skrbna mati in kuharica, DŽ pa pokončni in resnobni gospodar situacije, ki pa se zna vesti tudi pobalinsko, če so že okoliščine, recimo temu – židane. Oba sta nastopala po vnaprej jasnem urniku in scenariju, oba sta se umaknila v senco hotelske terase, ko je bilo ljudi na promenadi manj, oba sta upala, da en stisk rok pomeni en dobljeni glas in oba sta bila najbolj angažirano prisotna takrat, ko so dogodek prišle posnet kamere najbolj gledane slovenske komercialne televizije.

Po začetni predpostavki, da so emancipatorični potenciali v slovenski politiki zaradi izoliranih zgledov kaj večji, je naša izkušnja na Bogračijadi povsem drugačna. Sodeč tudi po komentarjih mimoidočih, največ v smislu »saj podpiram ženske v politiki, ampak Bratuškova se mi je res zamerila s svojo kandidaturo za Evropsko komisarko«, mizoginija zaradi pozitivnih zgledov ni manjša, slovenska politična kultura kot da je docela absorbirala ideje o domnevnih »napakah« žensk v politiki in zato ženska v politiki deluje kot napaka, kot motnja, kot digresija. Zgledi Vike Potočnik, Katarine Kresal in Alenke Bratušek so v slovenski politični spomin inkorporirani kot slabi, skoraj kot dokaz, da ženskam res ni mesta v politiki. Na nek način je to bistveno slabše od stanja pred npr. dvema desetletjema, ko je bila moškost politike (zgolj) nereflektirana norma, da tako pač je; zdaj je to reificirana norma, da tako pač mora biti.

Recepcija ženske političarke v Sloveniji je inherentno še vedno ali celo vedno bolj vezana na spol. Recepcija in pričakovanja tudi določajo načine prezentacije spola. Lahko bi zapisale celo kategorično: če pričakovanjem spola posameznik ali posameznica v slovenski politiki ne ustreza, ga/jo javnost sploh ne prepozna kot politično osebnost. Drugače povedano, če se AB ne bi najprej interpelirala v žensko spolno vlogo in od tod v političarko, je register politične percepcije sploh ne bi zaznal. Iz te povratne zanke verjetno izhaja apologetska javna drža in njen premik od vprašanj financ in gospodarstva v »varne« teme; v socialo, zdravstvo, skrb za upokojece ipd. Politično javnost v Sloveniji povezuje in homogenizira

izključitev nekaterih možnosti, tudi možnost spolno nevtralne kandidatke. Drugače povedano, spol je konstitutiven za politično sporočilo, če to sporočilo posreduje ženska. Spolno nevtralno ekspertno (politično) delovanje je za žensko onkraj horizonta. Medtem ko moški lahko nastopa kot politik in/ali moški, mora ženska vselej nastopati kot ženska političarka, njena političnost je vselej reducirana na ženskost.

Čeprav je stranki AB z ekipo, ki ne napolni več od enega kombija, uspel vstop v parlament s štirimi sedeži, je sama ostala brez poslanskega mandata. Delež žensk v državnem zboru se je po končanih volitvah znižal s 35,6 odstotkov na 24,5 odstotkov. »To se je zgodilo kljub uzakonjeni 35-odstotni spolni kvoti na kandidatnih listah in kljub temu, da je bilo na njih 44 odstotkov žensk, kar je največ doslej« (Antić Gaber 2018, 13). Preprosto bi bilo zaključiti, da lahko ženska v slovenski politiki figurira le kot (pris)podoba, kot ime načela (SAB), medtem ko angažiranega političnega delovanja telesa ženskega spola slovenska politika (še) ne prenese. A dejstvo, da je AB z medijsko pojavnostjo prinesla uspeh svoji stranki brez drugih vidnih kandidatov v njeni stranki in postala ministrica zelo »moškega področja« z veliko denarja (infrastruktura), lahko kaže tudi to, da se je prva slovenska premierka politike dodobra naučila, to vnovčila, kot je vnovčila tudi spol v predvidljivosti pričakovanega komuniciranja z mimoidočimi na Bogačijadi. Enako torej, kot je vnovčil svojo golo moškost DŽ.

Zaključek

Na podlagi novejših pozitivnih tendenc spreminjanja tradicionalne moškosrediščnosti v slovenski politiki smo predvidevale, da bo medijsko poročanje o političarki manj seksistično, kot je bilo pred tremi leti v raziskavi Aleksandre Klopčič (2015), in da ne bo na spolu utemeljenih razlik v poročanju o političarki in politiku. To lahko na podlagi kritične diskurzivne in besedilne analize delno tudi potrdimo, vsaj za *Delo*, manj za *Slovenske novice*. AB je dobila manj medijske pozornosti kot DŽ, vendarle je bilo poročanje o njej (v primerjavi s poročanjem pred nekaj leti in v primerjavi s poročanjem o DŽ) manj določeno s spolom in manj mizogino oz. ni bilo manj prijazno od poročanja o DŽ. Rezultati etnografske metode spremljanja pa so pokazali, da igra spol veliko vlogo v javni predstavitvi politikov in političark ter odnosu javnosti do njune prisotnosti.

Izsledki kritične diskurzivne in besedilne analize v časnikih *Delo* in *Slovenske novice* kažejo, da je delitev medijskega prostora v *Delu* relativno izenačena po (količini) pojavnosti kandidata in kandidatke, medtem ko so *Slovenske novice* veliko več medijskega prostora namenile poročanju o DŽ kot AB, a so o njem poročale negativno.

AB se omenja v povezavi z izidom knjige, s položajem prve slovenske premierke, vrednotenjem vodenja vlade v času njenega mandata, odstopom iz vlade pred štirimi leti, o ženskah v politiki, kvotah v politiki (v *Delu*), o njenem neustreznem vodenju in praznih obljubah (rešitev zdravstvenega sistema), o podpori nečaka na kolesarskem dogodku (v *SN*). DŽ je omenjen v temah o potencialnem vodenju vlade, kot komentator, ki poda odziv na odstop Mira Cerarja (AB ni dobila besede), o predstavitvi programa svoje stranke (kar 2/3 celotnega poročila namenjeno temu) (v *Delu*), v povezavi z (nekonstruktivnim) preteklim delom v vladi, neizkušnostjo, nekarizmatičnostjo in slabo komunikacijo ter nenazadnje v primerjavi s turbopop popevkarico (v *SN*).

Če strnemo, medijsko poročanje o AB je večinoma vezano na njene pretekle politične položaje in odločitve, obravnavana je tudi v povezavi z družinsko/športno temo in »ženskimi

vprašanji» (kvote, ženske v politiki), manj pa so prikazane njene aktualne politične obljube in program (razen v prispevku Slovenskih novic o tem, da se bo »čudežno pojavila Alenka Bratušek in rešila zdravstveni sistem«, ko ne gre toliko za prikaz programa kot za kritiko njenih obljub). Prav tako je manj pogosta njena medijska prisotnost pri podajanju stališč o aktualnih političnih dogajanjih (npr. odstop Cerarjeve vlade), hkrati pa prevzame manj medijske pozornosti pri obdelavi aktualnih tem (primer soočenj, kjer je obravnavala njene nastopa prejela le 3,5 vrstice – v primerjavi z 18 vrsticami DŽ). Gre za podoben način stereotipiziranja in ignoriranja, kot ga je zaznala Klopčič (2015) v svoji raziskavi in ki ga lahko prepoznamo v tem, da je AB pogostejša kot DŽ pozicionirana k družinskim in »ženskim« temam (DŽ je skoraj izključno vezan na politične teme – ne pa toliko na druge teme, ki so glavno tematsko področje njegove stranke, saj to odstopa od podobe moškosti, ki jo predvideva položaj politika) in podrejena oz. ignorirana na splošno (AB se v Slovenskih novicah v obdobju dveh mesecev in pol skoraj ne pojavi) ter v temah, kjer je treba izraziti svoje stališče glede določene politične situacije. AB je bila deležna tudi pripisovanja odgovornosti (za svoje pretekle politične odločitve) kot v primeru medijskega poročanja pred tremi leti. Podobne obravnave je bil deležen tudi DŽ, saj so mu mediji pripisovali nekonstruktivno delo v predhodni vladi. Estetizacije v medijskem diskurzu ni bilo mogoče zaznati, se je pa fotografija AB pojavila ob večini njenih prispevkov (in prispevkov iz soočenj v *Delu*, kjer je bila v ospredju obeh fotografij). To bi sicer lahko predstavljalo subtilni način poudarjanja povezav med političarko in njenim videzom, a glede na TV-soočenje, od koder so tudi fotografije, njena izpostavljenost, ker je edina ženska med samimi moškimi v temnih oblekah, medtem ko ona nosi opazne barve, smemo zaključiti, da je bila pozitivno izpostavljena in vidna, medtem ko so se moški zlili v precej nerazpoznavno sivo gmoto.

Poročanje o AB in DŽ je v časniku *Delo* v osnovi zelo korektno, neposrednega seksizma v rabi jezika ni zaznati. Po drugi strani pa je pri poročanju v *Slovenskih novicah* možno zaznati več primerov seksističnosti obravnave. AB in DŽ sta predstavljena (po večini) negativno, poleg tega pa je problematično tudi poimenovanje kandidatke AB, ki je zapisano samo z imenom (kot »čudežna Alenka«), kar nakazuje na seksistično rabo jezikovnih sredstev. Poimenovanje DŽ je po drugi strani bolj ustrezno, saj novinarji in novinarke uporabljajo v prispevkih njegovo ime in priimek ali samo priimek.

Etnografska metoda spremljanja je raziskavo dopolnila z drugo vrsto informacij, tj. o tem, kakšen je bil javni nastop AB in DŽ, koliko sta uporabljala svoj spol v svoji kampanji in kako se je na to odzvalo občinstvo. Na podlagi analize smo ugotovile, da je možno zaznati povsem spolno stereotipno igro kandidata in kandidatke na Bogračijadi 2018, kjer je AB bolj kot (javno) vlogo političarke odigrala svojo (zasebno) vlogo skrbne matere, kuharice, klepetave ženske. Na njeni stojnici so bili vsi odnosi zelo neformalni, intimni, komuniciranje je bilo sproščeno. Družbene distance med AB in mimoidočimi ni bilo zaznati, k njej so pristopali moški in ženske vseh generacij. Medtem ko so ženske AB izražale svojo podporo, so moški izpostavljali predvsem njene napake (pri vodenju vlade) in ji ponujali nasvete. Skupno fotografiranje in selfiji so bili obvezen del postanka. V nagovoru povezovalca prireditve je bilo zaznati do AB več seksističnih opazk: od tega, da je bila nagovorjena brez znanstvenega naziva in v izključno zasebnih poimenovanjih, do vprašanj, ki so se v večini navezovala na njeno vlogo ženske v politiki, vlogo matere, s komentarji, ki so apelirali na njeno čustvenost, ter z neprimernimi poimenovanji kot »Alenčica«. Zgodba je bila drugačna na stojnici DŽ. Odnosi so bili bolj resnobni, strogi, niso presegali meje, ki jo zavzema status politika. DŽ je nastopal kot gospodar, patriarh, nadzornik (dela). Mimoidoči, ki so se ustavili pri njegovi stojnici, so bili večinoma moški srednjih do starejših let, tematika pogovorov je bila veza-

na predvsem na gospodarstvo in koalicijska dogajanja. Nagovor povezovalca prireditve se močno razlikuje v primeru DŽ, ki je bil na oder povabljen z znanstvenim nazivom magister.

Rezultate naše raziskave lahko primerjamo z rezultati raziskave o enakosti spolov v slovenski politiki Volitve 2018 (IPES) in z raziskavo o parlamentarni volilni kampanji Klipinga in Metine liste (2018). Na podlagi te primerjave ugotavljamo, da naša raziskava delno potrjuje njune ugotovitve. V povezavi s prvo raziskavo (IPES) se najdejo skupne točke predvsem v obravnavi AB v navezavi na »ženske« teme (bolj pogosto, kot je to primer za moške oz. konkretno DŽ), na podlagi druge raziskave (Kliping in Metina lista) pa lahko potrdimo manjšo pojavnost žensk v medijih, kot velja za primer manj pogostega poročanja o AB v primerjavi z DŽ v *Slovenskih novicah* (ne pa v *Delu*).

Z diskurzivno in besedilno analizo smo na podlagi analize le dveh slovenskih časopisov lahko ponudile zgolj vpogled v del medijske obravnave kandidata in kandidatke. Pregled je zajemal samo tiskane verzije časopisov in ni vključeval njunih spletnih portalov in drugih medijev. Prav tako nismo spremljale pojavnosti tematike enakosti spolov v splošnem, ampak smo se konkretno osredotočile na medijsko pojavnost AB in DŽ ter analizirale njuna nastopa. Analiza je bila tudi časovno omejena in ne vključuje poročanja o povolilnem dogajanju. Z namenom dodatne refleksije in osvetlitve konteksta smo nekaj podatkov dodale iz analize Volitve 2018 (Inštitut za preučevanje enakosti spolov) ter raziskave Klipinga in Metine liste, v kateri so raziskovalci in raziskovalke spremljali vidik medijskih soočenj.

Raziskavo je torej treba brati kot prikaz izsledkov, ki ponujajo zgolj oris medijskega dogajanja ob spremljanju volitev 2018, in ne predstavljajo poglobljenega razumevanja delovanja medijev in/ali splošnega nastopa izbranega političnega kandidata in kandidatke. Rezultatov torej ne moremo posploševati, imajo pa kljub navedenim omejitvam rezultati večjo težo, ko jih primerjamo in povežemo s temeljno raziskavo Klopčič (2015) o seksističnem diskurzu v notranjepolitičnih prispevkih slovenskih tiskanih medijev.

Primerjava medijske obravnave AB pred tremi leti in danes kaže na to, da jo mediji po treh letih obravnavajo bistveno manj kot žensko in bolj kot političarko (manj je ali ni primerov ignoriranja, domestifikacije, estetizacije, kot jih je ugotovila Klopčič 2015), AB pa je v primerjavi s političnim nastopom pred tremi leti svoj spol eksplicitno uporabila v kampanji. Z naslavljanjem problema položaja žensk v politiki in svojih (negativnih) izkušenj v političnem življenju je sebe predstavila kot žensko v politiki, ne pa po spolu nevtralno politično osebo. Glede na izid po volitvah (Stranka Alenke Bratušek je sestavni del koalicije nove vlade) bi lahko sklepali, da se je podoba prve slovenske premierke vseeno nekoliko »normalizirala«. Primerjava medijske obravnave in javnih nastopov AB in DŽ ter percepcija teh nastopov kaže na to, da sta oba nastopala ustrezno po spolu določenim vlogam, s tem, da je bilo to pri DŽ manj eksplicitno kot pri AB.

Na podlagi naše analize lahko zaključimo, da spol še vedno igra pomembno vlogo pri delovanju in percepciji političark in politikov. Čeprav se rahlja, prevlada moških in moškosti v politiki še vedno ostaja del nevidnih »steklenih sten in stropov«, ki niso ovira le za maloštevilne izjemne ženske kot še vedno izjeme v političnem prostoru.

Glede na rezultate parlamentarnih volitev 2018 in medijskega poročanja o njih se kaže, da vstop večjega števila žensk in nekaterih moških, ki odstopajo od prej prevladujoče norme (heteroseksualnega zrelega moškega) v političnem prostoru, ne prinese trajnega povečevanja enakosti spolov v tem prostoru. Na osnovi naše analize medijske obravnave pa lahko ugotovimo, da je političarka z izkušnjami in visokim političnim položajem obravnavana na primerljiv način kot politik primerljivih lastnosti.

IZJAVA O KONFLIKTU INTERESOV

Avtorice ne poročajo o konfliktu interesov.

OPOMBE

1. Podatki, pridobljeni v *Delu*: Spodbudni trendi, ki pa se lahko obrnejo (Hočevnar in Mlakar 2018). Dostopno prek: <http://www.delo.si/novice/politika/spodbudni-trendi-ki-pa-se-lahko-obrnejo.html>.
2. Podatki so pridobljeni s spletne strani Metina lista in se nanašajo na meritve deleža žensk v medijih za februar 2018 na podlagi spremljanja 11 časnikov: *Delo*, *Delo – Sobotna priloga*, *Demokracija*, *Dnevnik*, *Finance*, *Mladina*, *Nedeljski dnevnik*, *Nedelo*, *Primorske novice*, *Reporter* in *Večer* (vir: <https://metinalista.si/februar-2018-zenske-v-medijih/>).
3. V analizo so bili vključeni naslednji mediji: *Delo*, *Dnevnik*, *Finance*, *Večer*, *Primorske novice*; splet: 24ur.com, rtvslo.si, siol.net; radio: Radio Slovenija 1, TV Slovenija 1, POP TV, kanal A, Planet TV. V analizi niso upoštevali medijskih objav, kjer se je kandidatka, ki hkrati opravlja drugo javno funkcijo (npr. ministrica) ali pa ima status znane osebnosti (estradnice, igralka), pojavila prvenstveno v svoji nekandidatni vlogi, npr. je kot estradnica komentirala kakšen javni dogodek ali pa je kot ministrica komentirala teme, povezane z delovanjem istega ministrstva (Klipping in Metina Lista 2018).
4. V izhodišču smo ob AB v analizi sprva predvideli Janeza Janšo, ki je prav tako nastopal kot predsednik (opozicijske) parlamentarne stranke in je tudi že bil predsednik vlade. Zaradi medijski analizi komplementarnega etnografskega pristopa, ki terja bolj neposredno interakcijo s preučevanimi akterji, smo Janezu Janši predstavili očrt raziskave in ga zaprosili za sodelovanje, kar je odklonil. V naslednjem koraku smo želeli v analizo vključiti takratnega predsednika vlade, Mira Cerarja. Ker pa je bilo njegove dejavnosti in medijsko pojavljanje kot predsednika vlade nemogoče analitično razločevati od njegovega nastopanja v funkciji predsednika stranke na parlamentarnih volitvah, smo presodili, da bi bila primerjava neustrezna. Vsaj približno metodološko nivelizacijo smo dosegli s primerjavo med Alenko Bratušek in Dejanom Židanom.
5. Gostobesedni opis je kvalitativna etnografska metoda, s katero se je njen utemeljitelj Clifford Geertz (1973) želel oddaljiti od suhoparnih objektivističnih razlagalnih modelov opazovane realnosti in jih nadomestiti z bolj literarnim, podrobnim, skoraj redundantnim opisom razslojenega konteksta konkretne situacije. Cilj te metode je posredovati »duha« opazovane stvari z eksplicitno predstavitevjo vzorcev kulturnih razmerij, delujočih konceptualnih struktur in pomenov in s tem posredovati bralcu izkušnjo realnosti in njeno interpretacijo.
6. »Dobre tri odstotne točke za Šarcem zaostaja prvak SDS Janez Janša /.../, blizu je prvak SD Dejan Židan in na četrtem mestu je Miro Cerar.«
7. »Zdaj odgovora, ali lahko Vebru uspe z desetimi podpisi, ni, bolj verjetno je, da ne bo uspešen, tako kot pred štirimi leti ni bil uspešen poslanec Ivan Vogrin po odstopu Alenke Bratušek ...«
8. »Po njegovih besedah /Mramorjevih/ je finančnemu ministru Urošu Čuferju z zadolžitvijo v ameriških dolarjih uspelo zagotoviti dostop do financiranja, s čimer se je Slovenija izognila trojki. Med vlado Alenke Bratušek je bila med drugim izpeljana še dokapitalizacija največjih bank, DUTB je postala operativna, začelo se je prestrukturiranje podjetij in večje črpanje evropskih sredstev. S tem je prišel tudi gospodarski preobrat.«

LITERATURA

- Antić Gaber, Milica. 2006. "Gospod predsednik, ali sem jaz slišal iste besede kot vi?" V *Poročilo skupine za spremljanje nestrpnosti* 5, uredila Roman Kuhar in Sabina Autor, 136–146. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Antić Gaber, Milica. 2007. "Poklicne kariere slovenskih političark." V *Med javnim in zasebnim: ženske na trgu dela*, uredili Mateja Sedmak in Zorana Medarič, 111–130. Koper: Založba Annales.
- Antić Gaber, Milica in Irena Selišnik. 2012. "Politično polje, zasebno življenje in vstopanje žensk v politiko". *Teorija in praksa* 2 (49): 396–415.
- Antić Gaber, Milica. 2018. "Strankarska politika in enakost spolov". V *Enakost spolov na slovenskem političnem parketu*. Volitve 2018: raziskava o enakosti spolov v politiki, uredila Kaja Primorac, 12–17. Ljubljana: Inštitut za proučevanje enakosti spolov.
- Bates, Laura. 2014. *Everyday Sexism*. London: Simon & Schuster UK Ltd.
- Connell, Raewyn W. 1987. *Gender and Power: Society, the Person and Sexual Politics*. Sydney Boston: Allen & Unwin.
- Čepič, Mitja. 2007. *Ženske v pogovornih oddajah slovenskih televizij*. Ljubljana: Inštitut za civilizacijo in kulturo.
- Devitt, James. 2002. "Framing Gender on the Campaign Trail: Female Gubernatorial Candidates and the Press". *Journalism and Mass Communication Quarterly* 79 (2): 445–463.
- Fairclough, Norman. 1989. *Language and Power*. UK: Longman Group.
- Falk, Erika. 2010. *Women for President: Media Bias in Eight Campaigns*. Second edition. Urbana: University of Illinois Press.
- Fridkin Kahn, Kim. 1992. "Does Being Male Help? An Investigation of the Effects of Candidate Gender and Campaign Coverage on Evaluations of U.S. Senate Candidates." *Journal of Politics* 54 (2): 497–517. Dostopno prek: <http://www.jstor.org/stable/pdf/2132036.pdf>.
- Geertz, Clifford. 1973. *The Interpretation of Cultures: Selected Essays*. New York: Basic Books.
- Hočevar, Barbara in Neža Mlakar. 2018. "Spodbudni trendi, ki pa se lahko obrnejo". *Delo*. Dostopno prek: <http://www.delo.si/novice/politika/spodbudni-trendi-ki-pa-se-lahko-obrnejo.html>
- Jogan, Maca. 2001. *Seksizem v vsakdanjem življenju*. Ljubljana: Znanstvena knjižnica, Fakulteta za družbene vede.
- Jogan, Maca. 2014. *Sociologija in seksizem*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Kahn, Kim, F. 1996. *The Political Consequences of Being a Woman. How Stereotypes Influence the Conduct and Consequences of Political Campaigns*. New York: Columbia University Press.
- Kalin Golob, Monika. 2004. "Moč jezika – izbor dejstev in besed". *Teorija in praksa* 41 (3–4): 703–711.
- Kalin Golob, Monika. 2013. "Lačen si ful drugačen: V iskanju naslovnikovega jezika". V *Simpozij Obdobja 32: Družbena funkcijskost jezika (vidiki, merila, opredelitve)*, uredila Andreja Žale, 201–206. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete.
- Kanjuo Mrčela, Aleksandra. 1996. *Ženske v menedžmentu*. Ljubljana: Enotnost.
- Kanjuo Mrčela, Aleksandra, Iztok Šori in Jasna Podreka. 2012. "Zasebno je politično: asimetrična delitev gospodinjkega in skrbstvenega dela ter profesionalno življenje žensk in moških v politiki". *Teorija in praksa* 49 (2): 376–395.
- Kliping in Metina lista. 2018. Medijske objave o Parlamentarni volilni Kampanji 2018.
- Klopčič, Aleksandra. 2015. *Seksistični diskurz v notranjepolitičnih prispevkih slovenskih tiskanih medijev: analiza novinarske obravnave prve slovenske predsednice vlade Alenke Bratušek*. Magistrsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

- Lakoff, Robin. 2003. "Language, Gender, and Politics: Putting 'Women' and 'Power' in the Same Sentence". V *The Handbook of Language and Gender*, Janet Holmes in Miriam Meyerhoff (ur.), 161–178. Oxford: Blackwell Publishing.
- Metina lista. 2018. *Ženske v medijih*. Dostopno prek: <https://metinalista.si/junij-2018-zenske-v-medijih/>
- Kaja Primorac, Milica Antić Gaber, Mojca Pajnik, Nina Pejič, Ana Pavlič, Tjaša Božič, Elizabeta Korenčan, Livija Marko-Wieser. 2018. *Enakost spolov na slovenskem političnem parketu. Volitve 2018: raziskava o enakosti spolov v politiki*. Ljubljana: Inštitut za proučevanje enakosti spolov. Dostopno prek: http://pub.flowpaper.com/docs/http://ipes-si.org/datoteke/Volitve%202018_IPES.pdf
- Robnik, Sonja. 2016. *Enakost spolov – (še) nedokončana zgodba. Pregled razvoja na področju enakosti spolov v Sloveniji, 1991–2016*. Ljubljana: Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti.
- Šribar, Renata. 2005. "Političarke in medijski stereotipi". *Media Watch*, Mirovni inštitut. Dostopno prek: <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/22/spol/#1>.
- Šribar, Renata. 2007. "Vloga medijev pri (ne)enakih možnostih žensk za politično participacijo v Sloveniji". *Media Watch*, Mirovni inštitut. Dostopno prek: <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/29/druzba/#1>.
- Štular Sotošek, Karmen. 1997. *Žensko časopisje na Slovenskem (1897-1997): Vodnik po razstavi*. NUK: Ljubljana.
- Švab, Alenka. 2001. *Družina: od modernosti k postmodernosti*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Varvus, Mary. 2002. *Postfeminist News: Political Women in Media Culture*. New York: University of New York Press.
- Verša, Dorotea. 1996. *Medijska podoba spolov*. Ljubljana: Urad za žensko politiko.

Monika Kalin Golob je redna profesorica za področje jezikoslovja na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani. Njena raziskovalna področja so jezik in stil medijskih besedil, jezikovna kultura, jezikovna politika in jezikovno načrtovanje. E-naslov: monika.kalin-golob@fdv.uni-lj.si.

Aleksandra Kanjua Mrčela je redna profesorica za področje sociologije na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani. Njena raziskovalna področja so industrijski odnosi, spol in gospodarstvo, lastniške in postprivatizacijske spremembe v slovenskih podjetjih. E-naslov: aleksandra.kanjua-mrcela@fdv.uni-lj.si.

Karmen Šterk je izedna profesorica za področje socialne, kulturne in politične antropologije na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani. Njena raziskovalna področja so lingvistična antropologija, antropološke metode in antropologija ekstremnih vedenj. E-naslov: karmen.sterk@fdv.uni-lj.si.

Jasna Mikić je mlada raziskovalka, asistentka za področje sociologije in članica raziskovalnega Centra za proučevanje organizacij in človeških virov na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani. Raziskovalno se ukvarja s povezavo spola, jezika in močjo na trgu delovne sile. E-naslov: jasna.mikic@fdv.uni-lj.si.