

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Mojca Boštele

Spol v medijskem poročanju o ameriških predsedniških volitvah

Magistrsko delo

Ljubljana, 2017

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Mojca Boštele

Mentorica: prof. dr. Aleksandra Kanjuo Mrčela

Somentor: prof. dr. Igor Lukšič

Spol v medijskem poročanju o ameriških predsedniških volitvah

Magistrsko delo

Ljubljana, 2017

*Za vodenje, vse nasvete in strokovno pomoč se zahvaljujem mentorici prof. dr. Aleksandri
Kanjuo Mrčela.*

Za vse komentarje in strokovne napotke se zahvaljujem somentorju Igorju Lukšiču.

Za spodbudo in potrpljenje se zahvaljujem svojem partnerju Tadeju.

*Za vsa leta neomajne podpore, spodbujanje in potrpljenje pa se zahvaljujem svojim staršem
Marinki in Milanu ter bratu Mateju. Hvala, ker ste verjeli vame.*

Spol v medijskem poročanju o ameriških predsedniških volitvah

V magistrskem delu se ukvarjamo z analizo ameriških predsedniških volitev leta 2016, ko se je za položaj prvič v zgodovini kot predstavnica ene od dveh velikih strank potegovala ženska – Hillary Clinton. Njen protikandidat je bil Donald Trump. Zanimalo nas je, ali je v poročanju dveh velikih medijskih hiš The New York Times in Fox News še vedno zaznati elemente pristranskega poročanja o ženski kandidatkini, prav tako pa nas je zanimalo, kako so mediji obravnavali moškost kandidata Donalda Trumpa. Ameriški raziskovalci namreč opominjajo, da ima družbena predstava spola oziroma spolnega ideala, povezanega z ameriškim predsednikom, veliko vlogo pri volitvah, tudi če se za položaj potegujeta dva moška. Mediji ne odslikavajo zgolj družbe, v kateri delujejo, ampak tudi pomembno vplivajo na predstave, kaj pomeni biti prava ženska, moški in kaj dober voditelj. V vzorcu novinarskih prispevkov smo tudi leta 2016 zaznali nekaj elementov spolno pristranske obravnave Hillary Clinton, očitno je bilo tudi ukvarjanje s podobo moškosti, kakršno je med kampanjo predstavljal Donald Trump. Hillary Clinton je novembra 2016 ostala pred pragom Bele hiše. S tem pa je bila znova, kot je prepričan Joseph Katz, izgubljena priložnost, da bi spoznali: »Nujno je, da ženska zmaga na volitvah in prevzame delo v Ovalni pisarni, saj bomo šele takrat spoznali, kako pomembno je bilo od nekdaj predsedstvo v simbolični arhitekturi moške kulturne prevlade« (Katz 2016, 273).

Ključne besede: spol, mediji, ameriške volitve, Hillary Clinton, Donald Trump.

Gender in media reporting about US presidential elections

This master thesis analyses US presidential elections of 2016, when, for the first time in history, a female candidate – Hillary Clinton – represented one of the two major parties. Her political adversary was Donald Trump. We researched whether any elements of gender bias towards female candidate could be found in the reporting of two major media outlets The New York Times and Fox News. In addition to this, we were interested how media addressed the masculinity of Donald Trump. According to quite a few American researchers, the socially constructed gender ideal that is expected from American male president plays a big role in elections, even if the rivals are only male candidates. Furthermore, media do not merely reflect the society in which they operate, since they also have a significant influence on the perception of what it means to be a “real” woman, man, and what it takes to be a good leader. In the sample of analysed articles covering the 2016 elections, there were a few elements that implied gender bias reporting about Hillary Clinton. At the same time there was also quite a lot of media attention on masculinity that was represented by Donald Trump during the campaign. In November 2016 Hillary Clinton did not make it to White House. The opportunity for the insight, predicted by Joseph Katz, was lost once more: »It will be necessary for a woman to win the election and go to work in the Oval Office for us to see just how crucial the presidency has always been in the symbolic architecture of men's cultural dominance« (Katz 2016, 273).

Key Words: gender, media, US elections, Hillary Clinton, Donald Trump.

KAZALO

1	UVOD	7
2	TEORETIČNO IZHODIŠČE	9
2.1	Spol.....	9
2.2	Seksizem in spolni stereotipi	10
2.3	Politika in spol.....	12
2.3.1	Politika in ženske	12
2.3.2	Politika in moški	18
2.4	Glavna tekmeca volitev 2016	20
2.4.1	Donald Trump.....	20
2.4.2	Hillary Clinton in njena prva predsedniška kandidatura	21
3	OPREDELITEV RAZISKOVALNIH METOD IN VZORCA ANALIZE	23
4	ANALIZA NOVINARSKIH PRISPEVKOV	26
4.1	Tradicionalni obrazi seksizma v medijih	26
4.1.1	Medijska pozornost (količina)	26
4.1.2	Formalnost naslavljanja	28
4.1.3	Dobesedno citiranje	31
4.1.4	Poročanje o političnih stališčih	33
4.1.5	»Zgodovinski trenutek«	36
4.1.6	Poročanje o izgledu.....	36
4.1.7	Osebnostne lastnosti	38
4.1.8	Soprog in obveznosti do otrok	40
4.2	Seksistični jezik in moška kandidatura	40
4.2.1	Alfasamec	41
4.2.2	Trumpov značaj	42
4.2.3	Trumpov izgled.....	44

4.2.4	»Playboy«	45
4.2.5	Odnos do partnerke	47
4.2.6	Ženskomrznež.....	49
5	RAZPRAVA	52
6	ZAKLJUČEK.....	60
7	LITERATURA	62

KAZALO GRAFOV IN TABEL

GRAF 4.1	KOLIČINA POROČANJA	27
GRAF 4.2	ŠTEVILO CITATOV	32
TABELA 4.1	FORMALNOST NASLAVLJANJA	29
TABELA 4.2	POLITIČNA VPRAŠANJA	35
TABELA 4.3	ZUNANJI IZGLED	37
TABELA 4.4	NEGATIVNE MASKULINE LASTNOSTI	42

1 UVOD

Novembra 2016 so ameriški volivci izbirali 45. ameriškega predsednika. Tokrat je bila ena od dveh glavnih tekmecev, ki zastopata republikansko ali demokratsko stranko, prvič ženska. Hillary Clinton je navkljub drugačnim javnomnenjskim napovedim – povprečje več raziskav je po podatkih spletnega portala Real Clear Politics (General Elections: Trump vs. Clinton 2016) še dan pred volitvami napovedovalo njeno zmago – izgubila proti tekmecu, republikanskemu kandidatu Donaldu Trumpu. Obet prve ženske na čelu ZDA se ni udejanjil.

»Vse odkar si ženske prizadevajo priti v Ovalno pisarno, državljani, javnomnenjski raziskovalci in novinarji trdijo, da Amerika še ni pripravljena na predsednico,« je v uvodu v svojo knjigo zapisala Erika Falk (2010, 139). Analizirala je devet predsedniških kampanj devetih žensk v razponu več kot sto let, nekaj vzorcev spolno pristranskega medijskega poročanja je še vedno našla tudi v prvi predsedniški kampanji Hillary Clinton leta 2008.

Jackson Katz (2016) v svoji knjigi trdi, da so, ko gre za ameriško predsedniško tekmo, (družbeni) spol in prave/zaželene maskuline značilnosti še kako prisotne – ne glede na to, ali v tekmi za enega najvplivnejših političnih položajev na svetu kandidira ženska ali ne. »Veliko preden je prišla na prizorišče Hillary Clinton, so v predsedniški tekmi osrednjo vlogo igrale kulturne ideje o spolu« (Katz 2016, XII). Kot pravi, predsednik velja za nekakšnega alfasamca, vodjo krdele, zato je njegovo udejstvovanje moškosti, ki je še vedno tesno povezano z idejo o dobrem voditelju, pomembno (Katz 2016, 28).

Preko medijev javnost dobiva večino političnih informacij (Ferfila in Kos 2002, 115), način poročanja o kandidatih in kandidatkah pa lahko vpliva na mnenje volivcev in njihovo podporo (Kahn 2006, 203–212). Vloga medijev ni le poročati o družbi, ampak je »njihova osrednja aktivnost nenehno oblikovanje, kontekstualiziranje, interpretiranje in posredovanje znakov, reprezentacij, podob, pomenov in vednosti« (Hrženjak in Šribar 2004).

Mediji imajo, kot piše Erika Falk (2010, 2), zato tudi ključno vlogo pri ameriških političnih kampanjah, saj lahko oblikujejo, ignorirajo ali predstavijo kandidate javnosti: »Še pomembnejše, način, kako mediji slikajo in ravnaajo s kandidatkami, lahko vpliva tudi na tiste [ženske], ki bi se lahko pozneje odločile za kandidaturo.« V svoji knjigi je ugotovila, da je bilo tudi leta 2008, ko se je Hillary Clinton prvič potegovala za demokratsko nominacijo, še vedno najti nekaj elementov spolno pristranske medijske obravnave kandidatke. V magistrski nalogi se zato sprašujemo, ali je bilo tako tudi leta 2016, ko je Hillary Clinton osvojila nominacijo, se

kot favoritka pomerila z republikanskim tekmecem Donaldom Trumpom in naposled izgubila. V prvem raziskovalnem vprašanju nas torej zanima:

R1: Ali je v ameriškem medijskem poročanju o prvi demokratski predsedniški kandidatkini Hillary Clinton zaznati spolno pristranost?

Meredith Conroy (2015, 1–2) piše, da raziskovalci ob prelomu tisočletja zaznavajo manj očitne pristranskosti do žensk, je pa zaznati večjo naklonjenost tistim kandidatom, ki kažejo značilnosti, povezane z maskuliniteto, kot pa tistim, ki imajo feminine lastnosti. Torej, kot razliko definira sama – večjo naklonjenost mediji izkazujejo kandidatom, ki so odločni, samozavestni in agresivni, kot kandidatom, ki so sočutni, topli, previdni in so bolj nagnjeni k iskanju kompromisov (Conroy 2015, 2). J. Richard Udry in Kim Chantala (2004, 44) pišeta, da gre pri pojmi maskulinitet in femininitet za fizične in vedenjske vzorce, ki se jih pripisuje enemu ali drugemu spolu. Te značilnosti ustvarjajo razlike tudi znotraj enega spola, določene moške družbe dojemajo kot z bolj izraženimi maskulinitetnimi značilnostmi in obratno.

Jackson Katz (2016) ob tem dodaja, da spol, tudi ko sta na prizorišču ameriške predsedniške volilne tekme dva moška, ostaja pomemben dejavnik pri odločanju volivcev o enem ali drugem kandidatu. Kot pravi, je treba na ameriško predsedniško tekmo gledati tudi skozi spolno vlogo: » /.../ na predsedniške volitve lahko gledamo tudi kot na štiriletno tekmovanje ne le o dveh različnih političnih ideologijah, ampak tudi o dveh (treh) izrazito očitnih različicah maskuliniteti« (Katz 2016, 6).

Po navedbah Katza (2016) je Donald Trump med predsedniško kampanjo prevzel vlogo tradicionalne belopolte moškosti, saj je prepoznal potrebo volivcev po odločnem, možatem voditelju v Beli hiši. V drugem raziskovalnem vprašanju se torej sprašujemo, kako so mediji obravnavali Donalda Trumpa oziroma:

R2: Ali je značilnosti spolno pristranskega medijskega poročanja zaznati v poročanju o republikanskem kandidatu Donaldu Trumpu?

2 TEORETIČNO IZHODIŠČE

2.1 Spol

Kelley Hays-Gilpin in David S. Whitley (2000, 21) v knjigi *Arheologija spolov* ugotavljata, da se spol v srednjem in višjem razredu Evropejcev in Evroameričanov dojema skozi binarno klasifikacijo, kjer je kategorija moškega spola prvenstvena.

Ann Oakley je s svojim delom *Sex, gender and society* v 70. letih poskrbela, da je bil Oxfordski angleški slovar dopolnjen z novo uporabo izraza *gender* [družbeni spol] (Oakley 2005, 2). Proučevanje spola se je tako razdelilo na: **biološki** – določanje spola na podlagi razvidnih, bioloških dejstev, predvsem genitalij – in **družbeni** – določanje spola po kulturnih in družbenih pričakovanjih, pripisanih na podlagi bioloških kategorij. »Uporabljata se, upravičeno ali neupravičeno, za definiranje nas, naših odnosov z drugimi in našega položaja v družbi« (Hays-Gilpin in Whitley 2000, 9). Pripisane lastnosti spolov še zdaleč niso kulturno univerzalne in časovno neomejene. »Razlike niso le družbeno skonstruirane, temveč tudi zgodovinsko pogojene in spremenljive« (Hays-Gilpin in Whitley 2000, 24).

Tudi Simone De Beauvoir (1999, 65) v svojem delu *Drugi spol* proti koncu poglavja o bioloških danostih ugotavlja, da samo s strani biologije ni mogoče utemeljiti prednosti enega od spolov, ki naj bi jo imel v nadaljevanju vrste. Pomembna je družba, katere narava pa ne izvira iz biologije. »Človek se samega sebe ne zave in se ne izpolnjuje kot telo, ampak kot telo, ki je podvrženo tabujem in zakonom: ovrednoti se z ozirom na določene vrednote« (Beauvoir 1999, 66).

Feministične raziskovalke, tako pišeta Kelley Hays-Gilpin in David S. Whitley (2000, 80), spol konceptualizirajo kot kompleksen pomenski sistem: »Kot družbeno kategorijo, ki leži v srčiki tega, kako ljudje v določenih kulturah ugotovijo, kdo so, kaj so sposobni početi, kaj bi morali početi in kako naj se povezujejo z drugimi, njim podobnim ali od njih različnim« (Gilpin in Whitley 2000, 80).

Vendar delitve na družbeni in biološki spol ne sprejemajo vsi raziskovalci, ki se ukvarjajo s proučevanjem spola. Ann Oakley (2005, 3) kot klasično delo, v katerem se pojavljajo dvomi o delitvi, navaja Thomasa Laqueurja, ki trdi, da sta tako družbeni kot biološki spol družbeno pogojena.

Da je delitev na biološki in družbeni spol nezadostna trdi tudi Judith Butler (Jagger 2008, 2). Kot pojasnjuje (Jagger 2008, 21), je spol nekakšen vsiljen kulturni performans, ki ga narekuje falusocentrizem in prisilna heteroseksualnost. Spol ne izraža nekega notranjega jedra že vnaprej določene identitete, ampak ustvarja iluzijo, da tako jedro obstaja. »Biološki spol je po definiciji vselej že družbeni« (Butler 2001, 20).

Namen delitve na biološki in družbeni spol je bil, kot piše Judith Butler (2001, 18), »spodbijanje formulacije biologija-je-usoda«.

2.2 Seksizem in spolni stereotipi

Simone De Beauvoir (1999, 82–84) piše, da zavest, kdo je ženska, izvira ne le iz njene spolnosti, ampak iz ekonomske strukture družbe, ki pa temelji na tehničnem razvoju. Z napredkom se je tako spreminjal tudi njen položaj v družbi. »Potem ko je bila ženska z nastopom privatne lastnine odstavljena s prestola, je bila njena usoda stoletja povezana s privatno lastnino: njena zgodovina se v veliki meri prekriva z zgodovino dedovanja« (Beauvoir 1999, 117). Francoska filozofinja nadaljuje, da ženska zato, ker ničesar ne poseduje, ne dosega dostojanstva samostojne osebe in je tudi sama del premoženja moškega – najprej svojega očeta nato moža (Beauvoir 1999, 118).

Erika Falk (2010, 186–187) pojem seksizem definira kot način, po katerem družba sistematično precenjuje moške in podcenjuje ženske. Kot primer navaja, da so v poklicih, v katerih prevladujejo ženske, plače nižje, manjši je tudi njihov ugled, medtem ko se moške poklice dojema kot bolj prestižne in zato bolje plačane. »Ko ženske vstopijo v tradicionalno moške poklice, se povprečne plače in njihov ugled zmanjšajo« (Falk 2010, 186–187).

Falkova ob tem poudarja, da stereotipi niso nujno seksizem – definira jih kot vrednostne sodbe, družbena prepričanja, da imajo moški in ženske različne tendence, karakteristike in področja, na katerih so lahko uspešni. Kot primer navaja prepričanje, da so ženske boljše pri vzgajanju otrok in moški boljši na bojiščih (Falk 2010, 186–187).

V središču spolnih stereotipov vztrajata predpostavki, da je moški aktiven in racionalen, medtem ko je ženska pasivna in emocionalna (Duda in Pusch 1995, 7). Vztrajna uporaba spolnih stereotipov ohranja in podpira seksizem ter spolno asimetrijo (Hays-Gilpin in Whitley 2000, 39).

Maca Jogan (2001, 1) piše, da se je izraz seksizem dodobra uveljavil že v 90-letih prejšnjega stoletja in da je dovolj natančen za označevanje najrazličnejših oblik gospodovanja enega spola nad drugim. »Seksizem je namreč oznaka za celoto prepričanj, stališč, vzorcev in praktičnih urejevalnih (ter kontrolnih) delovanj, ki temeljijo na strogem ločevanju dejavnosti po spolu in podeljujejo posebne neenake lastnosti enemu ali drugemu spolu« (Jogan 2014, 108).

V znanih zgodovinskih družbah je bila, kot piše Joganova (2001, 1), delitev dela in osebnostnih lastnosti utrjevana in nadzorovana tako, da je bila moškim dodeljena javna sfera in hierarhično višje mesto, nadrejeni položaj pa so imeli tudi v zasebni sferi. »Družbeno nujne in neprekinjene dejavnosti pri zagotavljanju obstoja posameznika in vrste so bile določene kot ženska dela in nižje vrednotene v primerjavi z javnimi (moškimi). Ženski je bila določena vloga (u)domače(ne)ga bitja, ki je primarno ('po naravi') mati in gospodinja ter prenašalka (spolno neenakih) vzgojnih vzorcev.« (Jogan 2001, 1)

Ženske so bitko za enakopravnejši položaj in vidnejšo vlogo v družbi začele postopoma, z vsako pridobljeno pravico so se novi generaciji odprli novi izzivi in pot naprej. Sara Delamont (2003, 2) piše, da je feminizem kot družbeno gibanje potekal v treh valovih. Prvi val feminizma je potekal med letoma 1848 in 1918, v središču boja je bila pravica žensk do sodelovanja v javni sferi – volilna pravica, pravica do izobraževanja in dostop do poklicev srednjega razreda, denimo v zdravstvu. Drugi val je potekal med letoma 1918 in 1968. Na področju javne sfere je tedaj potekal boj za socialne reforme, kot so brezplačni obroki za revne otroke, brezplačna zdravstvena oskrba revnih žensk, hkrati pa je potekala »revolucija« zasebne sfere – boj za pravico do kontracepcije, konec dvojnih standardov. Tretji val feminizma se je začel konec 70. let in še vedno traja. V ospredju je razumevanje različnega družbenega položaja žensk različnih ras, spolne usmerjenosti in drugih osebnih okoliščin ... Hkrati pa se javno opozarja in poziva k ukrepanju, ko gre za vprašanja, za katera je nekdaj veljalo, da morajo ostati za štirimi stenami, denimo, družinsko nasilje in posilstvo (Delamont 2003, 2).

V dobrem stoletju in pol se je položaj žensk nedvomno močno spremenil. Kljub temu številne raziskave kažejo, da je seksizem še vedno prisoten, čeprav morda ne več tako očiten. Julija C. Becker in Janet K. Swim (2011, 227) pišeta o *modernem seksizmu* in *neoseksističnih prepričanjih*, ki izhajajo iz koncepta *moderne rasizma*. Namen obeh konceptov je merjenje skritih predsodkov o ženskah. »V teoriji se oba kažeta v (a) prepričanju o redkosti primerov diskriminacije zoper ženske, (b) nasprotovanju ženskim zahtevam in (c) negativnemu odnosu do prizadevanj za odpravo spolne neenakosti« (Swim 2011, 227). Avtorici navajata še

dobronamerna seksistična prepričanja, ki predstavljajo določen tip seksizma: »Žensko slikajo kot 'čisti', 'boljši' spol in kot idealizirano negovalko (Swim 2011, 228).«

Prav prepričanje, da je skrb za otroke »naravna« vloga ženske, ostaja glavna gonilna sila za neenakost med spoloma na trgu delovne sile, kar so med drugim ugotavljali tudi udeleženci konference *Odprava spolnih stereotipov: Misija (ne)mogoče?* (Finch 2008, 17–26), ki je potekala v okviru Evropske unije. Ugotovili so, da se ženske bolj pogosto prostovoljno odločijo za polovični delovni čas, zato da lažje usklajujejo delovne obveznosti s skrbjo za družino. Naomi Finch (2008, 17–26) nadaljuje, da po T. H. Marshallu polnopravno državljanstvo temelji na treh pravicah – družbenih, političnih in socialnih. Z manjšimi možnostmi žensk na trgu delovne sile jim je slednja kršena, kar pomeni, da s tem ne morejo v celoti uživati niti družbenih in političnih pravic (Finch 2008, 17–26).

Da govor o diskriminaciji žensk še ni zastarel, piše tudi Maca Jogan (2014, 276). »Čeprav so v sodobnosti mnogi zunanji izrazi moškosrediščne kulture manj vidni ali jih ni več, to še ne pomeni, da bi bil androcentrizem izkoreninjen« (Jogan 2014, 277). Joganova kot eno od področij, kjer je neenakost med spoloma še vedno očitna, izpostavlja diplomacijo:

Kot kažejo novejša raziskave, je s stopnjo ugleda povezana tudi vsebnost neenakosti po spolu. Preprosto: kljub že vidni navzočnosti žensk v političnem odločanju po vsem svetu je njihov delež na najuglednejših področjih, kot so obramba finance in zunanja politika, majhen ali pa jih tam sploh ni. Čeprav se zlasti v zadnjih desetletjih stanje spreminja, v večini držav še vedno prevladuje spolna asimetrija v razpolaganju s politiko močjo. (Paxton in Hughes v Jogan 2014, 274)

Joganova (2014, 277) nadaljuje, da lahko tako v 21. stoletju govorimo zgolj o eroziji starih stereotipov in družbene ureditve. Eden od političnih položajev, ki velja za enega najbolj prestižnih in vplivnih na svetu, je vsekakor položaj predsednika Združenih držav Amerike, ki pa ga doslej ni osvojila še nobena ženska.

2.3 Politika in spol

2.3.1 Politika in ženske

Mark P. Lagon in Rebecca P. Hughes (2016, 38) pišeta, da čeprav ZDA veljajo za eno najbolj svobodnih in pluralističnih demokracij na svetu, so ženske potrebovale 144 let, da so si izborile volilno pravico, 232 pa jih je bilo potrebno za prvo nominacijo ženske, ki je na predsedniških volitvah zastopala katero od dveh največjih ameriških političnih strank (demokratska stranka in republikanska stranka). Čeprav je bila Hillary Clinton prva ženska, ki je zastopala katero od glavnih ameriških strank, še zdaleč ni bila edina ženska v zgodovini, ki se je potegovala za ta

najvplivnejši politični položaj v ZDA. Po poročanju ameriške tiskovne agencije Associated Press (Barrow, 28. julij 2016) se je v zgodovini ZDA za predsedniški položaj potegovalo več kot 200 žensk, med njimi so kandidatke številnih manjših strank, pa tudi take, ki so kandidirale še preden so ženske v ZDA leta 1920 dobile volilno pravico.

Kathleen A. Dolan (2004, 5) piše, da na odločitev ameriških volivcev vsekakor močno vplivata strankarska pripadnost kandidata in dejstvo, ali je »ponavljalec«¹, torej se poteguje za nov mandat na položaju, ki ga že zaseda. Vprašanje pa je, kako spol kandidata vpliva na odločitev volivcev.

Dolanova (2004, 3) pojasnjuje, da sta za izvolitev ženske potrebna dva pogoja: »Ženska, ki je pripravljena prevzeti kandidaturo, in volivci, ki so jo pripravljene voliti.« Dolanova nadaljuje, da javnomnenjske raziskave kažejo, da so volivci, ko gre za abstraktno kandidatko, pripravljene voliti za ženske: »Vendar je mnogo posrednih dokazov o oklevajočem javnem nelagodju ob ženskah v politični areni in tudi raziskave kažejo, da predsodki o kandidatkah še vedno obstajajo (Dolan 2004, 4).«

Dolanova (2004, 8) v uvodu knjige *Voting for Women: How the Public Evaluates Women Candidates* nadaljuje, da naj bi spolni stereotipi, ki temeljijo na ideji o tem, kaj pritiče moškemu in kaj ženski, vplivali ne le na odnose v družini, na delovnem mestu in v socialnih odnosih, ampak da pogosto vstopajo tudi v politični svet. Ko gre za osebne značilnosti, naj bi volivci ženske, ki kandidirajo ali pa so že na položaju, običajno dojemali kot bolj sočutne in iskrene, boljše kot moški naj bi tudi naslavljale volilno telo. »Moški po drugi strani veljajo za bolj usposobljene, odločnejše, močne voditelje, ki se bolje obnesejo v kriznih časih« (Dolan 2004, 8). Ob tem dodaja, da je več preteklih raziskav nakazalo, da volivci stereotipno maskuline značilnosti dojemajo kot pomembnejše za udejstvovanje v politiki kot pa značilnosti, ki naj bi jih posedovale ženske.

Dolanova (2004) v že omenjeni knjigi analizira ameriške kongresne volitve. V povzetku raziskave zaključí, da spol sicer ima omejen vpliv na ravnanje volivcev, a da je ta vpliv majhen v primerjavi s tradicionalnimi političnimi vplivi, kot sta že omenjeni dejstvi, komu kandidat pripada in ali je »ponavljalec«. »Mimo so časi, ko je bil pri kandidatki najbolj pomemben njen spol, ki se ga je dojemalo – odvisno od obdobja – kot negativno karakteristiko ali očarljivo radovednost (Dolan 2004, 160).

¹ Ferfila in Kos angleški izraz *incumbent* prevajata kot ponavljalec.

Ista avtorica (Dolan 2013, 96–107) v poznejši raziskavi poudarja podobno: da je treba biti pri raziskovanju vpliva spolnih stereotipov na volilno izbiro volivcev previden. Njena raziskava namreč kaže, da veliko bolj kot sam spol na volivce vplivajo stereotipi, povezani z eno ali drugo stranko. Kljub temu vpliva spolnih stereotipov, tako Dolanova, ne gre podcenjevati, ampak je treba meriti morebiten vpliv na druge faze volilnega procesa, denimo, ko se ženske odločajo, kakšno kampanjo bodo vodile, pa tudi, ko se odločajo, ali sploh kandidirati.

Tudi Lynne E. Ford (2001, 111–115) piše, da odločilno vlogo pri volitvah ne igra spol, ampak zgoraj omenjeno dejstvo, ali je kandidat »ponavljalec«. Raziskave prepričanja, da imajo ženske manjše možnosti za volilno zmago, ne podpirajo. »To pa ne pomeni, da strah zaradi tega mita žensk še vedno ne odvrča od kandidature za položaj« (Ford 2001, 113).

David Paul in Jessi L. Smith (2008) se po drugi strani sprašujeta, ali je ugotovitev Dolanove, ki je analizirala kongresne volitve, mogoče prenesti tudi na volitve za ameriškega predsednika, za ta najvplivnejši politični položaj v državi, ko se od kandidatov pričakuje že omenjeno odločno, močno vodstvo, torej vrline, ki so jih tradicionalno pripisovali moškim. V njuni raziskavi so leta 2007, torej pred volitvami 2008, anketiranim v Ohio (zvezni državi, ki je imela tedaj nadpovprečno veliko kongresnic) soočili štiri kandidate – Hillary Clinton, Elizabeth Dole, Johna Edwardsa, Rudyja Giulianija in Johna McCaina. V njuni raziskavi so vprašani njuno usposobljenost označili z nižjo oceno kot usposobljenost njihovih kolegov, prav tako so si, ko so ju postavili ob bok s katerim od kolegov, vprašani večkrat premislili in naposled izbrali moškega kandidata. »Rezultati za predsedniške volitve so na žalost nakazali na vzorec spolne pristranskosti,« pišeta avtorja (Paul in Smith 2008, 466).

Jackson Katz (2016, 4) piše, da je spol vedno prisoten v ameriški predsedniški tekmi – tudi če se za položaj potegujeta dva moška –, saj ima ameriški predsednik v svojih rokah ogromno materialno in tudi simbolično moč. Ena od slednjih je, da uteleša ne le ZDA, ampak tudi idejo, kaj je prava ameriška moškost. »Posledica je, da je dojemanje, kakšen bi moral biti predsednik kot moški, tesno povezano z njegovim političnim uspehom ali porazom – še posebej, ko v politiki prevladuje medijska kultura, ki daje velik pomen osebnim zgodbam, s katerimi pojasnjujejo večje gospodarske in politične sile /.../« (Katz 2016, 4).

Ko gre za ameriško (ne le) predsedniško kampanjo, torej ne gre spregledati vloge, ki jo imajo mediji. Ta je, kot ugotavljata Bogomil Ferfila in Marta Kos (2002, 202), izjemno pomembna: »Medijsko poročanje kandidata lahko ustoliči ali pa uniči.«

2.3.1.1 *Spol in medijsko poročanje*

Bogomil Ferfila in Marta Kos (2002, 136) pišeta, da je osrednja zamisel demokracije načelo, da bi morali običajni državljani vsaj nekoliko poznati in nadzorovati delo vlade. »Predpogoj za večji del njegovega političnega delovanja pa so dobre informacije o vladi in politiki. In tu nastopijo mediji, saj brez njih politično informiranje skoraj ne more potekati. Učinkovitost demokracije je zato precej odvisna od uspešnosti medijev pri opravljanju svoje vloge.« (Ferfila in Kos 2002, 136)

Dorotea Verša (1996) piše, da so mediji pomemben dejavnik pri sooblikovanju družbe, a imajo tisti, ki imajo že tako velik vpliv na družbo, tudi lažji dostop do medijev. »Tisti, ki sicer v družbi ne razpolagajo z viri družbene moči – etnične ali religiozne manjšine, revni, neizobraženi, brezposelni, ženske – bodo imeli omejen dostop tudi do medijev. Krog ohranjanja neenakopravnih položajev v družbi je tako sklenjen.« (Verša 1996, 8)

Avtorica nadaljuje, da mediji prispevajo k oblikovanju stališč o položaju in vlogah spolov, a hkrati priznava, da niso temeljni vzrok različne obravnave spolov. »Vzroki so globoko zasidrani v socialni, ekonomski in politični strukturi, kot tudi v kulturno pogojenih stališčih in navadah, zato so potrebne dolgoročne spremembe, mediji pa imajo moč, da te spremembe v precejšnji meri pospešujejo ali pa zavirajo« (Mohammadi v Verša 1996, 38).

Leta 1992 je Kim Fridkin Kahn (1992, 497) z raziskavo podprla hipotezo, da poročanje medijev vpliva na možnost izvolitve ženskih kandidat. »O moških in ženskih kandidatih se drugače poroča in te razlike v poročanju pogostokrat privedejo do negativnih ocen kandidat« (Kahn 1992, 497). Da se medijsko poročanje ne dotika le dotične kandidatke, ampak tudi drugih, v svoji knjigi opozarja Erika Falk (2010). Kot piše, ima pristransko poročanje o ženskih kandidatkah širše posledice, saj lahko od kandidature odvrne druge ženske. Lynne E. Ford (2006) piše o vplivu percepcije; koliko možnosti ima ženska za izvolitev. V svoji knjigi *Women and Politics* navaja raziskavo iz leta 1994 – dve tretjini ameriških volivcev je tedaj verjelo, da ženske težje zmagajo na volitvah kot moški. Kot že omenjeno, raziskave tega ne potrjujejo, a je posledice tega prepričanja iskati v tem, da »ženske morda sebe [zato] ne dojemajo kot dovolj usposobljene kandidatke, niti jih kot take ne vidijo vodje strank« (Ford 2006, 116), zato se manj pogosteje vključijo v volilno tekmo.

Erika Falk (2010, 6) ocenjuje, da to prepričanje – prepričanje, da imajo ženske manj možnosti za zmago – uspešno gojijo in širijo mediji, ki kandidatke še vedno prikazujejo kot manj primerne in o njih manj poročajo. Ta vzorec je Falkova našla tudi pri poročanju o Hillary

Clinton, ko je v začetku leta 2007 prvič najavila svojo kandidaturo za demokratsko predsedniško nominacijo. Čeprav so javnomnenjske raziskave kazale, da se bo Clintonova v primerjavi s svojim demokratskim tekmecem Barackom Obamo odrezala bolje, je šest največjih ameriških časopisov v mesecu, ko sta oba najavila kandidaturo, Clintonovo omenilo v 36 naslovih, medtem ko so Obamo v 59 (Falk 2010, 1).

Falkova poudarja, da vpliva medijev ne gre podcenjevati:

Pomembno je, saj ko mediji poročajo manj o ženskih kandidatkah, se take candidature dojema kot manj običajne, in kot posledica, si manj žensk prizadeva zasesti politični položaj. Pomembno je, ker če mediji omenjajo, kaj imajo kandidatke oblečeno, to sporoča, da ženske niso tako resne kandidatke. Pomembno je, ker če ženski pripisujejo čustva, lahko to napak namiguje, da ženske niso dovolj racionalne, da bi vodile. Pomembno je, saj če se ženske vedno povezuje z njihovimi družinami in ne poklicem, izpadejo manj usposobljene za položaj, za katerega se potegujejo. In pomembno je, ker ko se ženske prikazuje kot manj usposobljene, kot v resnici so, jim [medijem] bodo volivci morda verjeli in jih ne bodo volili, morda pa jim bodo verjele ženske same in se zato ne bodo odločile za kandidaturo. (Falk 2010, 29)

2.3.1.2 Primeri neenakopravne medijske obravnave žensk

Zgornji citat omenja nekaj najbolj pogostih klasičnih primerov neenakopravnega medijskega poročanja, ko govorimo o spolu. V analizah poročanja ameriških medijev o ženskah, ki so se potegovale za visoke politične položaje, je prisotnih več kriterijev:

- Ženske se v medijih pojavljajo **manj pogosto kot moški**. Majda Hrženjak in Renata Šribar (2004, 2) pišeta, da gre za dominantno značilnost medijske obravnave žensk: »Je oblika socialne izključenosti, saj se tako reproducirajo njihove omejene možnosti, da bi imele družbeno moč, in razvrednoti njihov pomen v družbi.«
- Bralci časopisov bodo, ko gre za politične kandidatke, pogosteje brali o njihovem **zunanjem izgledu in osebnostnih lastnostih** kot pa o njihovih stališčih do političnih vprašanj (Devitt 2002).
- Večja medijska pozornost, ko se **čustveno odzovejo** kandidatke, kot v primerih, ko to storijo kandidati (Falk 2010).
- Več pozornosti kot pri moških bo pri ženskih kandidatkah namenjeno njihovega **zakonu in družini** (Dolan 2004). »Zakonska zveza in družina še vedno veljata za normo pri tistih, ki se potegujejo za položaj. To velja tako za ženske kot moške. A obstaja razlika v dojetanju te norme, ko gre za ženske oziroma moške politike,« piše v

priročniku *Portraying politics: A toolkit on gender and television* (2006), ki je nastal v sodelovanju med evropsko komisijo in velikimi evropskim medijskimi hišami. Kot pišejo, je namreč medijsko portretiranje moškega z družino pomirjajoče, saj namiguje na stabilnost in zanesljivost, kar pa ne velja za političarke. »Moški, ki se odloči za odstop s položaja, da bi 'preživel več časa z družino' se dojema kot človeškega in skrbnega /.../ Žensko, ki bi odstopila iz enakega razloga, pa se (čeprav morda subtilno) obravnava kot poraženko ali kot nekoga, ki se je naposled sprijaznil s svojo pravo življenjsko vlogo« (*Portraying politics: A toolkit on gender and television* 2006, 25).

- Poudarja se stališča kandidatke do **»ženskih vprašanj«**, kot so splav, skrb za otroke, izobraževanje, okolje ... in ne, denimo, gospodarstvo, nacionalna varnost in vojska, ki veljajo za »moška vprašanja« (Carroll and Fox; Devitt; Heldman; Jamieson v Wasburn in Wasburn 2011, 1028).
- Seksizem pri poročanju se kaže tudi pri **naslavljanju kandidatov**. Uporaba le imena in ne priimka velja za manj formalno obliko naslavljanja (Uscinskija in Goren 2011). Po nekaterih splošnih navodilih, morajo novinarji, ko prvič omenijo osebo, zapisati v celoti ime in pa naziv, v nadaljevanju pa naslavljeni s priimkom (Uscinskija in Goren 2011, 886). Na različno obravnavo med spoloma namiguje tudi opuščanje nazivov – ko se kandidatko namesto, denimo s senatorko, naslavlja z Mrs. (angleška okrajšava za gospo) (Falk 2010).
- Erika Falk (2010) v svoji knjigi poudarja, da **poročanje o predsedniških kandidatkah kot o nečem neobičajnem in izrednem** druge ženske odvrča od odločitve za politično kariero. Zato kot neenakopravno medijsko obravnavo kandidatke vidi tudi v poudarjanju, da gre za 'prvo žensko, ki se poteguje za ta in ta položaj' ali pa da gre za 'zgodovinski trenutek'. »Vse te oznake /.../ lahko subtilno namigujejo na neprimernost žensk v politični sferi« (Falk 2010, 168).
- Falkova opozarja tudi na **število neposrednih citatov** kandidatov. Mediji so ženske kandidatke po njenih ugotovitvah večkrat neposredno citirali. Čeprav priznava, da gre za prednost, postavi hipotezo, da gre za fenomen govorečega kljunaša – govoreči kljunaš bi se zdel sam po sebi izjemen, ne glede na to, kaj bi povedal. »Če sklepamo na podlagi spolnih stereotipov, imajo novinarji manjša pričakovanja do žensk na političnem parketu, kar pomeni, da so bolj navdušeni nad tem, kaj imajo ženske povedati, rezultat pa bi bil več citatov« (Falk 2010, 188).

2.3.2 *Politika in moški*

Leonie Huddy in Nayda Tekildsen (2006, 195–201) ugotavljata, da lahko nekateri spolni stereotipi kandidatki ali kandidatu tudi koristijo, ne le škodujejo. Kim Fridkin Kahn (2006, 203) piše, da je zaznati predvolilne strategije kandidatov, s katerimi poskušajo omiliti stereotipna pričakovanja volivcev. Na primer, ženske se za nastope pred kamero pogosteje kot moški kolegi oblečejo profesionalno. »Nasprotno, moški so pogosteje prikazani v bolj sproščenih oblačilih, skupaj z družino, da bi omehčali svojo podobo in jo naredili bolj privlačno za volivce, še posebej volivke« (Kahn 2006, 203). S stereotipi se torej soočajo tudi moški kandidati in poskušajo nekatere med njimi »mehčati«.

Michael A. Messner (2007, 461–480) piše o novem tipu maskulinnosti, ki naj bi jo ameriška javnost pričakovala od moških, ki se potegujejo za vodilni položaj ali pa so nanj že izvoljeni. Poimenoval jo je hibridna maskulinnost, v kateri se prepletajo »strogost in nasilje plus sočutje in skrb«, predvsem za otroke (Messner 2007, 469). A poudarja, da mora biti ravnotežje pravo: »Mnogi še vedno menijo, da je razneženost neprimerna za moške, še posebej voditelje.« V javnosti mora kandidat tako izraziti pravo mero strogosti in mehkoobe, pri tem pa upoštevati, da »potrebuje veliko večji odmerek prvega kot slednjega« (Messner 2007, 469).

Feminizem, protivojna gibanja, aktivisti za zdravo življenje, pa tudi moderni poslovni odnosi so po mnenju Messnerja (2007, 469) delegitimizirali »čisto hipermaskulinnost«. Hipermaskulinnost (in hiperfemininnost) sta definirana kot vedenje v skladu z ekstremnim videnjem tistega, kar dojemamo kot tradicionalne spolne vloge. »Hipermaskulinnost je definirana kot skupek osebnostnih lastnosti, tipičnih za preveč mačističnega moškega« (Mosher in Sirlun v Bartolucci in Zeichner 2003, 76).

Pretirano izražene karakteristike maskulinnosti naj bi tako veljale za oviro in ne prednost. »Moški, ki se prevečkrat obnaša na način, ki pritiče hipermaskulinnosti, namiguje na svojo maskulinnost, kot nekaj zaigranega. Če je maskulinnost preveč prisotna, lahko izpade komično,« piše Todd W. Reeser (2010, 89).

Meredith Conroy (2015, 29) v svoji knjigi opisuje psihološki test za merjenje spolne identitete Extended Personality Attributes Questionnaire (EPAQ), ki meri tako družbeno želene kot družbeno nezaželene maskuline in feminine značilnosti. Na negativni strani maskulinih značilnosti so nanizane:

- arogantnost,

- samohvala,
- egoizem,
- pohlep,
- diktatorstvo,
- ciničnost,
- sovražnost,
- nenačelnost.

Čeprav psihologi in psihiatri test uporabljajo za subjektivno merjenje spolne identitete – torej, kako oseba dojema samo sebe –, Conroyeva poudarja, da so ti tudi v pomoč družboslovcem, ko se ti ukvarjajo z vprašanji, povezanimi z opisovanjem in dojemanjem spolnih značilnosti kandidata oziroma kandidatke s strani volivcev, kandidatov samih in v medijih (Conroy 2015, 32).

Z vprašanjem hipermaskulnosti so se ukvarjali tudi Linnea R. Burk, Barry R. Burkhart in Jason F. Sikorski (2004, 14). V svoji raziskavi s pojmom hipermaskulnost opisujejo moške, ki med drugim nadpovprečno cenijo tekmovalnost, agresivno ravnanje, ogromno dajo na status in ponos, se ne zanašajo na nikogar razen nase, nezaupanje do drugih je očitno. »Nasilje dojemajo kot ključen del moškosti, ženske dojemajo kot spolne objekte ali izziv, ki ga je treba osvojiti« (Burk, Burkhart in Sikorski 2004, 14). Čustva, ki so jih pripravljeni javno izraziti, so omejena na jezo, gnus ali prezir, medtem ko dojemajo izražanje čustev, kot so ljubezen ali strah, kot znak šibkosti.

Trije omenjeni avtorji so v test za merjenje hipermaskulnosti med drugim vključili trditve, kot sta: »prav dolgo ne čutim krivde, ko prevaram svojo partnerko/ženo«, »rad delim svoje spolne izkušnje z mojimi moškimi prijatelji«, »moje stališče do priložnostnega seksa [angl. casual sex] je 'več, kot ga je, boljše je'«, »če se ženska upira med spolnim odnosom, se počutim močnega«, »ženske opazim zaradi njihovih fizičnih karakteristik, kot so prsa in oblika telesa« (Burk, Burkhart in Sikorski 2004, 16–17).

Jackson Katz (2016) v svoji knjigi *Man Enough?* sicer zgoraj navedeno prepričanje o novem tipu maskulnosti nekoliko postavi pod vprašaj. Kot piše v svoji knjigi, ameriške predsedniške volitve niso le volitve o dveh političnih opcijah, ampak tudi najmanj o dveh (treh) različnih tipih maskulnosti (Katz 2016, 6). Predsedniške volitve tako vidi tudi kot referendum o tem, kakšna je prava ameriška moškost. Ob tem sicer poudarja, da je republikanski predsedniški kandidat in danes predsednik Donald Trump med kampanjo igral na karto tipične belopolte

možatosti, ki je bila v zadnjih desetletjih v zatonu. Trumpova izvolitev kaže, da si Američani v Beli hiši še vedno želijo odločnega, možatega voditelja.

Volitve leta 2016 so bile po besedah Katza nekoliko drugačne zato, ker se je obetala možnost, da bi se ideja o »pravi moškosti« pravič ločila od biološkega spola, torej da bi vlogo »alfasamca«, kot je Katz med drugim poimenoval dojemanje ameriškega predsednika, prevzela ženska.

2.4 Glavna tekmeča volitev 2016

2.4.1 Donald Trump

Donald Trump je med drugim dobro znan ameriški poslovnež, nepremičninski mogotec in milijarder ter nekaj let tudi voditelj resničnostnega šova *Pripravnik*. Leta 2007 je dobil tudi svojo zvezdo na hollywoodski Aleji slavnih. Junija 2015 je napovedal svojo uradno kandidaturo za ameriškega predsednika. Maja 2016 mu je uspelo osvojiti dovolj elektorskih glasov za republikansko nominacijo. Uradni kandidat republikanske stranke postane 20. julija 2016 na konvenciji stranke, na volitvah slabe štiri mesece pozneje, 8. novembra, mu kljub drugačnim napovedim javnomnenjskih raziskav – povprečje več raziskav je po podatkih spletnega portala Real Clear Poltics (*General Elections: Trump vs. Clinton 2016*) še dan pred volitvami napovedovalo zmago Hillary Clinton – uspe osvojiti večino volilnih glasov, s čimer postane 45. ameriški predsednik. Donald Trump je prvi predsednik ZDA, ki pred izvolitvijo ni bil nikoli izvoljen na kak položaj, imel visokega vladnega položaja ali vojaškega čina (povzeto po CNN, Donald Trump Fast Facts 2016).

Jackson Katz (2016, 233–239) piše, da je Donald Trump povsem na začetku predsedniške kampanje leta 2015 svojim privrzcem zaklical: »Tiha večina se je vrnila.« S tem je jasno dal vedeti, da bo med svojo kandidaturo nagovarjal belopolte Američane in ideal tradicionalne, belopolte moškosti. Da so ga kot takega dojemali tudi njegovi privrženci, Katz dokazuje z njihovimi izjavami, da je Trump kandidat, ki ima »jajca«.

Po besedah Katza, je bila najbolj očitna točka, kjer je Trump našel povezavo s svojimi privrzcem, razizem in napoved protipriseljske politike. Da je imela njegova kandidatura veliko opraviti s spolom oziroma idejo o moškosti, pa Katz vidi v navdušenju njegovih privrzcem nad Trumpovim razkazovanjem hipermaskulinih lastnosti in ogromne samozavesti. Trumpova verbalna agresija je bila med njegovo volilno bazo, po navedbah Katza so imeli v njej prevlado belopolti moški, sprejeta kot nekaj svežega, ponovno obujenega. »Ni bil toliko populističen junak kot pa vodja gibanja ljudi, ki vidijo, da se svet spreminja, a hočejo za vsako

ceno zadržati izginjajoče privilegije – prave ali namišljene – v družbenih spremembah, ki prihajajo od spodaj« (Katz 2016, 135). Trump je po njegovem prepričanju nagovarjal ljudi, ki so se bali, da izgubljajo svoj privilegiran položaj v primerjavi z drugimi, ki jih sami dojemajo kot družbeno manjvredne.

2.4.2 Hillary Clinton in njena prva predsedniška kandidatura

Hillary Clinton je bila med letoma 1993 in 2001 kot soproga predsednika Billa Clintona ameriška prva dama, nato newyorška senatorka, leta 2008 se je vključila v strankarsko tekmo za demokratsko nominacijo. Po porazu je pod predsednikom Barackom Obamo služila kot državna sekretarka (Everything you need to know about Hillary and Tim 2016).

Aprila 2015 je Hillary Clinton znova napovedala kandidaturo. Junija 2016 je po številu ameriške tiskovne agencije Associated Press (Yen in drugi, 2016) osvojila dovolj delegatskih glasov za demokratsko nominacijo, kandidatka demokratske stranke je uradno postala na strankarski konvenciji julija 2016.

Kot že omenjeno, se je Hillary Clinton za predsedniški položaj prvič potegovala leta 2008, a takrat izgubila že v tekmi za strankarsko nominacijo. Skozi vso tedanjo kampanjo so kandidatka, njeni privrženci, zagovorniki, feministične skupine in komentatorji medijem očitali, da njeno kandidaturo obravnavajo seksistično (Uscinski in Goren 2011, 884).

Analiza Josepha E. Uscinskija in Lilly J. Gorenova (2011, 884–896) je te očitke podprla, ko je šlo za formalnost naslavljanja kandidatov za demokratsko nominacijo. »Vrsta poskusov kaže, da naslavljanje ženske le po imenu občinstvu sporoča manjvrednost« (Uscinski in Goren 2011, 886). Ugotovila sta, da so mediji med pokrivanjem strankarskih volitev leta 2008 Hillary Clinton naslavljali samo po imenu štirikrat bolj kot njenega glavnega tekmeca Baracka Obamo (Uscinski in Goren 2011, 886). Pri drugih senatorjih te oblike, ko bi jih imenovali samo z imenom in ne tudi priimkom, sploh niso uporabljali. Nadalje sta ugotovila, da so neformalno obliko (samo ime Hillary) veliko bolj kot novinarke uporabljali novinarji. Avtorja sta zaključila (Uscinski in Goren 2011, 884–896), da to namiguje na pristranskost poročanja glede na spol.

Do podobnih zaključkov je prišla tudi Erika Falk (2010, 151–181), ki je poročanju o kandidaturi Hillary Clinton v svoji knjigi namenila celotno poglavje. V njem ugotavlja, da je Clintonova večkrat kot njen tekmec Obama v tiskanih medijih izgubila naziv senatorka, namesto tega pa so ji pridali krajšavo za gospo (Mrs. v angleščini). V prvem mesecu od najave kandidature je bila **gospa** Clinton uporabljena v 29 odstotkih omenb v tiskanih medijih, med celotno

kampanjo je ta odstotek padel na 25 odstotkov. Pri Baracku Obami je bil v prvem mesecu ta odstotek 14, nato pa je narasel na 18 odstotkov. Avtorica ob tem opozarja, da sta bila oba kandidata veliko pogostejše kot belopolti kandidati preteklih volitev v medijih naslovljena brez naziva senator. Falkova nadaljuje, da je bila Clintonova pogostejše kot njeni tekmeci naslovljena le z imenom.

Avtorica še spominja na primere, ko so tradicionalni in spletni mediji premlevali obtožbe, da Clintonova kastrira moške. Nadaljuje, da so mediji med strankarsko tekmo Clintonovo večkrat omenjali kot možno kandidatko za podpredsednico države kot pa njenega tekmeca Obamo. Erika Falk (2010, 151–181) poglavje zaključi s sklepom, da je pri poročanju o kampanji Hillary Clinton mogoče najti dokaze o napredku, a da nekatere oblike spolno pristranske medijske obravnave kandidatke ostajajo.

S prvo kandidaturo Hillary Clinton so se ukvarjali tudi številni drugi avtorji. Meredith Conroy (2015, 45–48) v svoji knjigi piše, kako zahtevno je za žensko, ki se poteguje za predsedniški položaj, najti pravo ravnotežje med femininimi in maskulinimi lastnostmi. Ženska, ki se je v preteklosti pogosto ukvarjala z očitkom, da ni več ženska, je bila prav Hillary Clinton. Že kot prva dama, ki je napovedala, da bo manj tradicionalna v svoji vlogi, se je znašla, bolj kot katerakoli prva dama dotlej, pod drobnogledom medijev, piše Conroyeva.

Jackson Katz (2016, 208) dodaja, da so se v predsedniški kampanji leta 2008 prvič začela zastavljati vprašanja, ali se mora ženska obnašati kot moški, da bi volivci o njej sploh razmišljali kot o možni kandidatki za Belo hišo. Clintonova je na to vprašanje očitno odgovorila pritrdilno, saj so med kampanjo načrtno poudarjali njene maskuline značilnosti. »Najlažji način je bil, da je nastopala agresivno in dala vedeti, da je pripravljena uporabiti nasilno silo države, da bi dosegla svoje zunanjepolitične cilje« (Katz 2016, 208).

Kathryn Kish Sklar (2008, 315–322) je prav zato zapisala, da se Hillary Clinton med svojo kampanjo leta 2008 ni postavila po robu spolnim normam, ki so in še vedno veljajo za ameriškega predsednika, ampak se je odločila, da bo sama vstopila v igro in igrala po že določenih pravilih. »Pravzaprav bi lahko rekli, da se je odrezala precej dobro za žensko, ki se je pretvarjala, da je moški« (Sklar 2008, 320).

3 OPREDELITEV RAZISKOVALNIH METOD IN VZORCA ANALIZE

Pew Researc Center (Mitchell in Holcomb, 2016) v analizi novičarskih medijev za leto 2015 ugotavlja, da se digitalno občinstvo z novičarskih spletnih portalov seli na socialna omrežja. Po njihovih podatkih 62 odstotkov odraslih Američanov novice dobi na socialnih omrežjih. A hkrati pisanje in poročanje originalnih vsebin skoraj izključno ostajata v rokah tradicionalnih medijskih organizacij.

Pa podatkih spletnega portala v lasti Amazon.com Alexa (Alexa.com) – ta od leta 1996 zbira in analizira podatke o obisku spletnih strani po svetu, mesečno pa beleži več kot 4,3 milijona obiskov – je najbolj obiskana ameriška novičarska stran CNN. Ta je na 18. mestu na seznamu vseh najbolj obiskanih spletnih strani v ZDA. Na 24. mestu sledi The New York Times in na 43. Fox News. Zaradi slabega iskalnika na spletnem portalu CNN bomo analizirali prispevke Fox Newsa in New York Timesa.

Njihovo poročanje bomo proučevali z raziskovalno metodo analiza vsebine, ki je na področju proučevanja komuniciranja močno razširjena. Kimberly A. Neuendorf (2002, 10) pojasnjuje, da je analiza vsebine kvantitativna analiza sporočil, ki se zanaša na znanstveno metodo, hkrati pa ni omejena z vrsto spremenljivk, s katerimi merimo nek pojav, ali s kontekstov, v katerem je sporočilo nastalo in bilo posredovano. »Analiza vsebine povzema in ne poroča o vsaki podrobnosti, povezani z naborom sporočil« (Neuendorf 2002, 15).

Enota analize je prepoznavno sporočilo ali sestavni del sporočila, ki služi kot osnova za identifikacijo populacije in določitev vzorca, na katerem se meri spremenljivke (Carney v Neuendorf 2002, 71). Način poročanja o dveh predsedniških kandidatih bomo analizirali na podlagi poročanja dveh spletnih portalov: The New York Times in Fox News. Enota, ki jo bomo analizirali, bo novinarski prispevek na spletu ne glede na žanr. Pri tem bomo izločili prispevke, ki so v celoti povzeti po tiskovnih agencijah in (hitre/površne) transkripte oddaj, ki jih ponuja Fox News.

»Populacija je nabor preučevanih enot« (Neuendorf 2002, 74). Obdobje, ki ga bomo zajeli v analizi, bo od 26. maja 2016, ko je Donald Trump osvojil dovolj delegatskih glasov za republikansko nominacijo, pa do 8. novembra 2016 – dneva predsedniških volitev.

»Vzorčenje je proces izbire podmnožice enot za analizo iz večje populacije« (Neuendorf 2002, 83). Kimberly A. Neuendorf (2002, 83) nadaljuje, da mora biti vzorec izbran naključno, da lahko na podlagi njegove analize izpeljemo neke splošne sklepe. Naključen izbor pa pomeni,

da mora imeti vsaka enota populacije enako možnost, da je vključena v vzorec (Neuendorf 2002, 83).

Obdobje, ki ga bomo analizirali, zajema dobrih 23 tednov oziroma 167 dni. Vsak dan bomo izbrali po en prispevek – izmenjujoče se – en dan objavljenega na Fox Newsu, drugi dan na The New York Timesu ... V iskalniku bomo iskali pod geslom presidential (slo. predsedniški). Naključen vzorec bomo dosegli tako, da bom analizirali prvi prispevek, ki ima v naslovu ime ali priimek enega ali drugega kandidata ali ki se neposredno tiče predvolilnega dogajanja ... Analizo bomo zaradi togosti iskalnika na Fox Newsu opravljali v obratnem kronološkem redu – torej od 8. novembra nazaj.

Spremenljivka je koncept, ki se ga da definirati in izmeriti (Neuendorf 2002, 95). Kimberly A. Neuendorf (2002, 95) piše, da je načinov, kako določiti spremenljivke, več, a »znanstveno delo običajno črpa iz teorije«. Pri pripravi analize vsebine je ključno, da so vse odločitve o spremenljivkah, merjenju in pravilih kodiranja sprejete vnaprej (Neuendorf 2002, 11).

Kot je bilo že utemeljeno v teoretičnem delu, nas bo pri vsebinski analizi tekstov pri prvem raziskovalnem vprašanju, torej o morebitnem spolno pristranskem medijskem poročanju o Hillary Clinton, zanimalo:

- Pri koliko novinarskih prispevkih je v ospredju Hillary Clinton in pri koliko Donald Trump.
- Spremljali bomo, kako so kandidata naslavljali, ko sta v prispevku omenjena prvič, pa tudi, kako v nadaljevanju.
- Število neposrednih citatov enega in drugega.
- V koliko prispevkih kakorkoli omenjajo zunanji izgled Hillary Clinton ali Donalda Trumpa.
- Koliko novinarskih prispevkov več kot zgolj bežno (bolj natančno kot zgolj omemba, kdo je partner in kdo drugi člani družine) omenja partnerje in otroke enega in drugega kandidata.
- Poudarjanje novosti, zgodovinskosti kandidature Hillary Clinton.
- V koliko novinarskih prispevkih so v ospredje postavljena politična stališča enega in drugega kandidata. Nadalje smo teme razdelili na:
 - gospodarstvo,
 - zunanjo politiko,
 - obrambo in varnost,

- socialo,
- pravico do splava,
- izobraževanje ter
- okoljevarstvo.

V istem naboru člankov bom iskala tudi morebitno spolno pristransko obravnavo republikanskega kandidata Donalda Trumpa, ko so se mediji ukvarjali z njegovim izgledom, odnosom do žensk in mu pripisovali že omenjene lastnosti, ki se jih povezuje s hipermaskuliniteto oziroma tiste, ki so na negativni strani maskulinih značilnosti, hkrati pa tudi tiste, ki spodkopavajo njegovo podobo moštosti. Pri drugem raziskovalnem vprašanju nas bo torej zanimalo:

- Označevanje z mačom, alfasamcem.
- Očitane seksistične, nespoštljivega odnosa do žensk.
- Pripisovanje osebnostnih lastnosti, kot so: arogantnost, samohvala, egoizem, pohlep, diktatorstvo, cinizem, sovražnost, nenačelnost, tekmovalnost, agresivnost.
- Ukvarjanje z njegovim osebnim odnosom do soproge Melanie Trump.
- Namigovanje na njegovo spolno aktivnost, varanje, promiskuiteto.
- Ukvarjanje z njegovim fizičnim.

4 ANALIZA NOVINARSKIH PRISPEVKOV

4.1 Tradicionalni obrazi seksizma v medijih

Kot že omenjeno, nas je v povezavi s prvim raziskovalnim vprašanjem zanimalo, ali je pri poročanju o ameriških predsedniških volitvah leta 2016 še vedno najti klasične elemente spolno pristranskega poročanja o kandidatki Hillary Clinton. Glavna bitka za ameriški predsedniški položaj se je tokrat bila med demokratsko kandidatko Hillary Clinton in republikanskim kandidatom Donaldom Trumpom.

Analizirali smo poročanje dveh spletnih medijev, ki pripadata nasprotnemu političnemu polu – The New York Times in Fox News. Obdobje, ki smo ga zajeli, traja od 26. maja 2016, ko je Trump kot prvi od obeh kandidatov osvojil dovolj elektorskih glasov za nominacijo svoje stranke, pa do 8. novembra, torej do dneva, ko so Američani izvolili novega predsednika. Izbranih je bilo 167 novinarskih prispevkov.

4.1.1 Medijska pozornost (količina)

Ko gre za neenakopravno medijsko obravnavo med moškimi in ženskami, je najpogostejše dejstvo, da se »ženske v medijih pojavljajo redkeje kot moški« (Hrženjak in Šribar 2004). Erika Falk (2010, 183–184) v svoji knjigi – v njej je analizirala tudi prvo predsedniško kandidaturo Hillary Clinton leta 2008 – ugotavlja, da so tiskani mediji med letoma 1872 in 2004 napisali dvakrat več novinarskih prispevkov o kandidatih kot kandidatkah, ki so bili po možnostih za zmago na podobni ravni. Prispevki so bili v povprečju prav tako sedem odstotkov daljši. »Čeprav se je Clintonova odrezala bolje kot njene predhodnice, je bilo poročanje o njeni tekmi daleč od enakopravnega. Obama je dobil 20 odstotkov več medijske pozornosti kot pa Clintonova« (Falk 2010, 183–184).

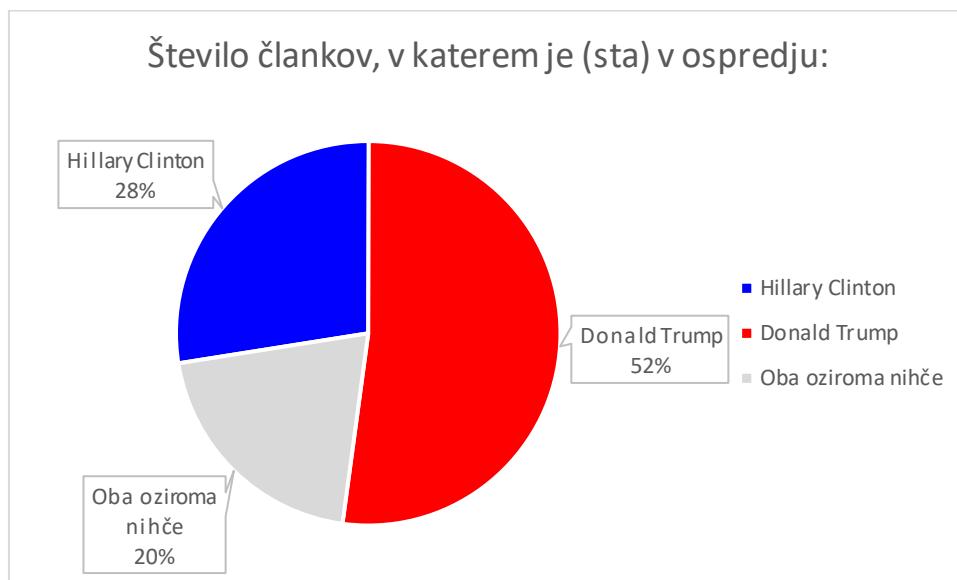
Falkova (2010, 183–184) poudarja, da razlike v medijski pozornosti, namenjeni enemu in drugemu kandidatu, ne gre podcenjevati. »Dobro je znano, da je [medijsko poročanje] *sine qua non*² volitev. [Volilna] tekma na zvezni ravni se ne more in se ne bo zgodila, če mediji niso pripravljeni pisati zgodb o kandidatih« (Falk 2010, 183–184).

Pri pregledovanju novinarskih prispevkov, objavljenih v New York Timesu in Fox Newsu, smo beležili, v koliko primerih je bila v ospredje postavljena Hillary Clinton in kolikokrat Donald

² Nujen pogoj

Trump oziroma koliko člankov je pisalo o enem in koliko o drugem kandidatu. Pri tem poudarjamo, da sta skoraj v vseh analiziranih prispevkih poimensko omenjena oba kandidata. Ko pogledamo, o komu je tekla zgodba oziroma na koga je bil osredotočen novinarski prispevek, pa je razlika očitna (glej graf 4.1).

Graf 4.1 Količina poročanja



Od 167 analiziranih novinarskih prispevkov, jih je 87, torej več kot polovica, prvotno obravnavalo republikanskega kandidata Donalda Trumpa. Hillary Clinton je bila osrednja zgodba v 46 prispevkih. Preostalih 34 prispevkov je enakovredno obravnavalo oba kandidata ali pa sta bila le posredno omenjena, na primer: prispevek New York Timesa (Hess 2016, 4. november) o uporabnikih interneta, ki so stopili stran od vloge pasivnega opazovalca in se aktivno vključili v navijanje za enega ali drugega kandidata.

Erika Falk (2010, 153) je v analizi medijskega poročanja iz leta 2008 iskala razloge, zakaj bi mediji znova več pozornosti namenili kandidatu Baracku Obami kot pa njegovi tekmici Hillary Clinton, ki ji je na začetku kazalo celo bolje za zmago. Kot piše, so novinarji, s katerimi se je pogovarjala, ta vzorec pripisali dejstvu, da je bil Barack Obama novi obraz, o katerem je javnost vedela le malo. »A so vseeno priznali, da je razlika vseeno nekoliko nepričakovana, če upoštevamo dejstvo, da je imela Clintonova ob najavi kandidature pomembno prednost v javnomnenjskih raziskavah« (Falk 2010, 153).

Podobnega razloga, ko gre za predsedniško tekmo med Donaldom Trumpom in Hillary Clinton, ne moremo navesti. Kot že omenjeno, sta bila oba še pred najavo kandidature zelo dobro poznana v ameriški javnosti, je pa znova Hillary Clinton skozi vso kampanjo kazalo veliko

bolje kot njenemu tekmecu. Da so mediji toliko več pozornosti namenjali Trumpu, bi morda lahko pripisali dejstvu, da so bili njegovi uspehi veliko večje presenečenje. Novinar CNN Stephen Collinson (2016, 5. maj) je denimo potem, ko je bilo jasno, da bo Trump zbral dovolj podpore za republikansko nominacijo, v prispevku *How Donald Trump defied all odds* zapisal: »Donald Trump je ta teden izvedel enega najmanj pričakovanih volilnih prevratov v modernem času, porazil je politike in medije ter postal najverjetnejši republikanski predsedniški kandidat.« Novinar nadaljuje s citatom, da je bil tudi Trump sam presenečen, kako hitro mu je uspelo: »'Še sam sem presenečen,' je povedal Trump. 'Mislil sem, da bom potreboval več časa in da ga bo ona [Hillary Clinton] potrebovala manj.'«

Razlogov, zakaj so mediji znova namenili več pozornosti kandidatu kot pa kandidatki, je morda več, a je tudi Falkova v analizi tekme leta 2008 zaključila, da končno dejstvo ostaja enako: »Če te podatke postavimo v zgodovinski kontekst, so informacije dosledne z vzorci iz preteklosti. V osem od devetih predsedniških tekmah, analiziranih v tej knjigi, je bilo kandidatom namenjene več medijske pozornosti kot pa kandidatkam« (Falk 2010, 153). Podoben vzorec je bilo zaslediti tudi v analizi 167 novinarskih prispevkov, objavljenih v The New York Timesu in na Fox Newsu.

4.1.2 Formalnost naslavljanja

Tako Erika Falk (2010) kot tudi avtorja raziskave *What's in a Name? Coverage of Senator Hillary Clinton during the 2008 Democratic Primary* Joseph E. Uscinski and Lilly J. Goren (2011) so ugotovili, da so leta 2008 med prvo predsedniško kandidaturo ameriški mediji Hillary Clinton naslavljali manj formalno kot njene moške tekmece. Uscinski in Gorenova (2011) sta poleg tega ugotovila, da je bilo manj formalno naslavljanje tedaj še samo kandidatke za demokratsko nominacijo bolj pogosto, ko so o njej poročali novinarji kot pa novinarke.

Neka splošna pravila ameriškega novinarstva predvidevajo, da se osebo, ko se jo v novinarskem prispevku omeni prvič, naslovi s celotnim nazivom ter imenom in priimkom. To navodilo je med drugim najti v Associated Press Stylebook, ki ga kot vodilo pri pisanju uporabljajo novinarji v veliki večini ameriških časopisov in revij, pa tudi tiskovni predstavniki. AP stylebook predvideva, da potem, ko novinar bralcu s celotnim nazivom predstavi osebo, v nadaljevanju uporablja priimek (Cubreporters: Journalism Education 2017, 25. april).

Uscinski in Gorenova pišeta, da pri poročanju o predsedniških kandidatih, če je poročanje medijev resnično nepristransko, ne gre pričakovati, da bi katerega od kandidatov večkrat

naslavljali zgolj z imenom ali brez naziva kot pa drugega kandidata. »Če je razlika v imenovanju v skladu s spolom kandidata, to kaže na seksistično poročanje« (2011, 886).

Avtorja navajata raziskavo iz leta 2001 (Takiff, Sanchez in Stewart v Uscinski in Goren 2011), ki je pokazala, da naslavljanje ženske le s prvim imenom občinstvu sporoča manjvrednost. »Ocenjevanje, koliko gre profesorici zaupati in koliko je sposobna je bilo v veliki meri odvisno od imena, s katerim so jo naslavljali. Na moške profesorje, ki so jih naslavljali na enak način, to ni imelo podobnega učinka« (Uscinski in Goren 2011, 886). Avtorja sklepata, da čeprav je raziskava proučevala dožemanje ženske, ki opravlja poklic profesorice, bi težko pričakovali, da bi bilo kaj drugače, če bi bil predmet raziskave političarka.

Erika Falk (2010) je med proučevanjem poročanja medijev o prvi kandidaturi Hillary Clinton leta 2008 ugotovila, da je – tedaj še senatorka – v medijih pogostejše kot njen tekmelec Barack Obama ostala brez naziva senatorka. Namesto tega so jo v 29 odstotkih v prvem mesecu kandidature in 25 odstotkih v celotnem obdobju kampanje v medijih naslavljali z Mrs. Clinton (slo: ga. Clinton). Baracku Obami so okrajšavo za gospoda (angl: Mr.) pripeli v 14 odstotkih primerov v prvem mesecu in 18 odstotkih v celotnem obdobju kampanje. Falkova (2010, 160) ob tem poudarja, da je prvi ameriški temnopolti predsednik veliko bolj pogosto kot njegovi belopolti predhodniki ostal brez naziva. »V prejšnjih osmih tekmah so naziv ženske opustili v povprečju v 32 odstotkih primerov, medtem ko so naziv moškega le v 11 odstotkih« (Falk 2010, 160).

Ob zgoraj nanizanih dejstvih je treba poudariti, da je bil položaj Hillary Clinton v drugi predsedniški tekmi (2016) drugačen kot v prvi – Clintonova namreč med tokratno kandidaturo ni imela več uradne funkcije. V pregledovanju novinarskih prispevkov The New York Timesa smo zato spremljali, kolikokrat so jo že na začetku navedli kako drugače kot Hillary Clinton (in kako pogosto so to naredili pri njenem tekmecu Donaldu Trumpu) ter tudi kako so jo naslavljali v nadaljevanju. Tako Hillary Clinton kot Donald Trump med kandidaturo nista imela uradnega političnega ali drugačnega profesionalnega naziva.

Tabela 4.1 Formalnost naslavljanja

Naslavljanje, ko sta kandidata prvič omenjena	Hillary Clinton	Donald Trump
Ime in priimek	119	143
Samo ime	1	0
Samo priimek	0	6

Krajšava za gospo, gospoda	0	0
----------------------------	---	---

Vzorca, ki sta ga zasledila Uscinski in Gorenova, v novinarskih prispevkih The New York Timesa in Fox Newsa, zajetih v naš vzorec, ni zaznati. Razen v enem primeru, so Hillary Clinton vsakokrat poimenovali z imenom in priimkom. Pri njenem protikandidatu je bilo sicer nekoliko drugače, v šestih primerih so ga že na začetku navedli zgolj s priimkom.

4.1.2.1 Naslavljanje v nadaljevanju novinarskih prispevkov

Pri poročanju spletnega portala Fox News, ki je ob Donaldu Trumpu poročal veliko bolj pozitivno kot The New York Times, je opaziti vzorec – še preden je Trump postal uradni kandidat republikanske stranke so ga v več novinarskih prispevkih navajali kot milijarderja in nepremičninskega mogotca. Podobnega ni bilo zaslediti pri poročanju o Hillary Clinton, kjer njene bogate politične preteklosti skorajda ni bilo zaznati. Kljub dolgi politični karieri, so dejstvo, da je pod Barackom Obamo štiri leta delovala kot ameriška državna sekretarka, omenjali le v povezavi z afero o uporabi neuradne elektronske pošte, ki jo je uporabljala še v funkciji ameriške zunanje ministrice. Prav tako so le malokrat omenili, da je bila osem let senatorka v ameriškem kongresu.

Zaznati je bilo še en vzorec – uporabo samo imen kandidatov, torej Hillary in Donald, je najti zgolj v mnenjskih prispevkih na enem in drugem spletnem portalu. Primerov, ko so avtorji mnenjskih prispevkov uporabili zgolj ime kandidata, je bilo pet. V štirih so imena uporabili v delih, ko so bili najbolj ostri ali pokroviteljski do kandidata. Denimo, Frank Bruni (2016, 2. avgust), kolumnist The New York Timesa, ki je pisal, da tokratne volitve niso normalne in da Donald Trump ni običajen kandidat. Primerja ga z razvajenim otrokom. »Doživlja izpad [tantrum] in s tem, da mu grozimo s kaznijo, ki nikoli ne pride, ga le spodbujamo. Prihranimo palico, razvajajmo Donalda³.«

Pri Hillary Clinton je treba omeniti, da je kot zaščitni znak kampanje uporabila črko H, prav tako je bil uradni slogan njene kampanje »Hillary za Ameriko«⁴ (Hillary Clinton). Uporaba zgolj imena bi tako lahko bila veliko bolj upravičena kot pri kandidatu Donaldu Trumpu. Opazili smo vzorec, da so novinarji/avtorji zgolj ime Hillary uporabili le v mnenjskih člankih, ki so bili do nje izjemno kritični. Wayne Allyn Root je za Fox News (2016, 30. september) tako

³ Angleški rek: *Spare the rod, spoil the Donald*.

⁴ Angl: *Hillary for America*

zapisal: »Preprosto je. Ljudje, ki Hillary nakazujejo te rekordne višine denarja za kampanjo, so ljudje, ki nas vlečejo za nos. To so karierni politiki in elitni politični razred, ki so se obogatili s tem, da so si podredili sistem in ga uperili proti nam.«

Iz tega, da je bilo zgolj ime uporabljeno v kritičnih mnenjskih tekstih, bi lahko sklepali, da to dejstvo ne izhaja iz kampanje Hillary Clinton, ampak da gre za zavestno uporabljanje manj formalnega in s tem tudi manj spoštljivega naslavljanja kandidatke.

Kot že omenjeno, so v analiziranih novinarskih prispevkih kandidata ob prvi omembi večinoma naslovili z imenom in priimkom, v veliki večini primerov pa so ju nato naslavljali z Mr. Trump (slo. g. Trump) oziroma Mrs. Clinton (slo. ga. Clinton). Bistvene razlike pri poročanju ni bilo zaznati.

4.1.3 Dobesedno citiranje

David Niven in Daniel Sandu (2015, 253–264) pišeta o pomembnosti dobesednega citiranja v medijih za kandidate, ki se potegujejo za politični položaj. Z dobesednim navajanjem besed politikov namreč ti sami dobijo priložnost za oblikovanje medijskega okvira, zgrajenega po njihovi meri. »Bolj celovito kot kandidat govori v medijih, bolj »avtentično« je medijsko pokrivanje volilne kampanje« (Patterson v Donsbach in Jandura 2003, 49–65). Wolfgang Donsbach in Olaf Jandura (2003, 49–65) še pišeta, da se je v zadnjih tridesetih letih dolžina citatov v časopisih v poprečju zmanjšala za polovico, zato so kandidati in politiki javnost težje nagovarjali s povsem svojimi besedami in daljšimi govori.

Da so dobesedni citati eden od načinov, kako mediji volivcem dostavijo neposredne informacije o kandidatih, piše tudi Erika Falk (2010, 124). »Čeprav citate izberejo in v kontekst postavijo novinarji, so kandidati željni neposrednega dostopa do državljanov in dobesedni navedki so eden od načinov, kako to doseči« (Falk 2010, 124).

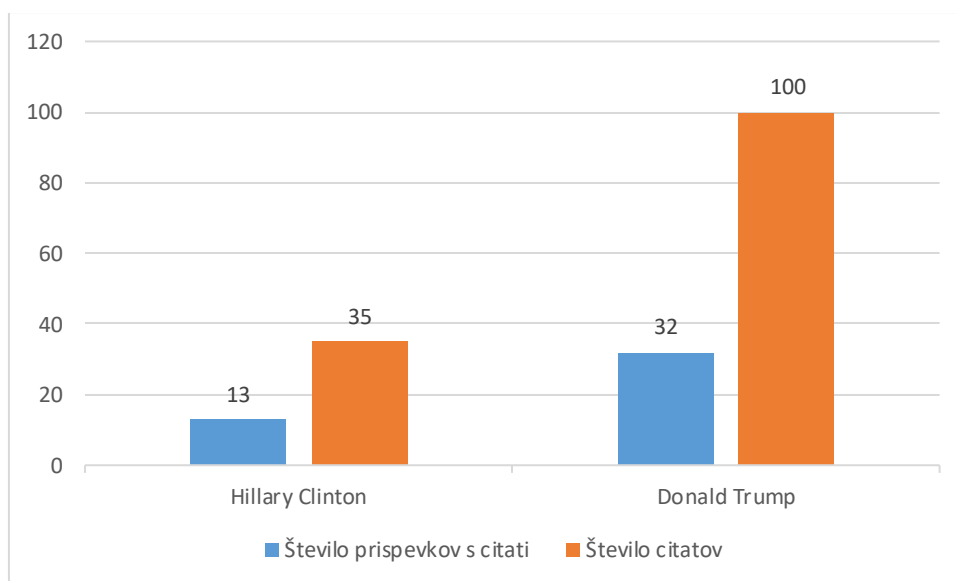
Avtorica ugotavlja, da so imele kandidatke v preteklosti približno enako oziroma celo nekoliko večje število dobesednih citatov kot njihovi kolegi. »Ženske so bile citirane v 48 odstotkih člankov, medtem ko so bili moški v 44 odstotkih« (Falk 2010, 124). Ob tem dodaja, da so bili citati žensk v povprečju nekoliko daljši od citatov kandidatov. To pripisuje dejstvu, da bolj kot je kandidat javnosti neznan in bolj kot je njegov življenjepis neobičalen, več prostora mediji namenijo njegovim/njenim besedam. »Ženske v začetkih volilnih tekem so bile verjetno manj znane, tudi njihova osebnost in izkušnje so bile razmeroma nove, saj so se ukvarjale z nenavadnimi poklici, ki običajno niso bili odprti za ženske« (Falk 2010, 156).

Tudi ona ugotavlja, da se je dolžina citatov v zadnjem stoletju močno skrajšala.

V analizi medijskega poročanja o tekmi med Barackom Obamo in Hillary Clinton leta 2008 je ugotovila, da so bile to prelomne volitve, kar se tiče dobesednega citiranja žensk in moških kandidatov. Barack Obama je bil v medijih citiran večkrat kot njegova tekmica, prav tako so bili njegovi citati daljši. Avtorica ugiba, da je morda ta obrat pripisati dejstvu, da je bil v tokratni tekmi Obama manj znan kandidat. »Za razliko, Clintonova je bila verjetno najbolj poznana ženska, ki se je potegovala za položaj« (Falk 2010, 157). Ob tem je še postavila hipotezo, da je bil Obama poznan kot zelo zgovoren kandidat. A ko je število in dolžino Obamovih citatov primerjala s številom citatov drugih kandidatov v preteklih predsedniških tekmah, je ugotovila, da je bil citiran približno podobno. Obama torej ni bil citiran bolj, ampak je bila Hillary Clinton manj.

Pri naši analizi 167 novinarskih prispevkov The New York Timesa in Fox Newsa nismo spremljali dolžine citatov, ampak samo njihovo število in v koliko člankih so bili nanizani. Za en citat smo šteli po en citiran odstavek, tudi če je bil ta sestavljen iz dveh ločenih izjav na enako temo. Na primer: »Pokvarjena H je za zaprtimi vrati odvratna do podpornikov Sandersa,« je tvitnil Trump. »Je v lasti Wall St. in polikov, HRC ni z vami.« (Fox News 2016a). Prav tako med citate nismo šteli primerov, ko so novinarji dobesedno citirali le eno, najbolj udarno besedo kandidata. Na primer: »Ko je napovedal svoje predloge na shodu v Koloradu, je Trump pozval še k petim drugim "velikim" spremembam« (Fox News 2016b).

Graf 4.2 Število citatov



Trend, ki ga je opazila že Erika Falk, je najti tudi v poročanju o predsedniški tekmi leta 2016 (glej graf 4. 2). Tudi tokrat je bila Hillary Clinton citirana veliko manj kot njen tekmelec Donald Trump. Njene dobesedne citate je najti v 13 od 167 novinarskih prispevkov oziroma v nekaj več kot osmih odstotkih vseh analiziranih besedil. Veliko manjše kot pri njenem tekmeču je tudi število dobesednih citatov. V The New York Timesu so jo v šestih novinarskih prispevkih citirali 22-krat, na Fox Newsu v sedmih prispevkih 13-krat.

Na drugi strani pa je Donald Trump, ki so ga citirali dvakrat bolj kot njegovo tekmino. Njegove dobesedne citate je najti v skupno 32 člankih oziroma v nekaj več kot 19 odstotkih vseh analiziranih člankov. V The New York Timesu smo v 17 novinarskih prispevkih našli 61 njegovih citatov, na Fox Newsu v 15 novinarskih prispevkih 39 dobesednih citatov.

Tudi v tokratni tekmi med Clintonovo in Trumpom je torej očitno, da je bilo besedam Hillary Clinton namenjenega veliko manj prostora kot besedam Donalda Trumpa. Kot že omenjeno, tokrat verjetno razloga ne gre iskati v tem, da bi bil kateri od dveh kandidatov javnosti manj znan in bi bile zato njegove besede za medije in javnost bolj zanimive. Razlago je morda lahko najdemo v različnih razlogih za uporabo dobesednih citatov, enega od njih opisuje Matthew S. McGlone (2005, 511): »Ko ima vir informacij še posebej kontroveržno mnenje, je uporaba neposrednih citatov morda edini preudaren način, kako nanj prenesti osebno odgovornost za mnenje, ne da bi s tem sami odgovarjali.« Nekatere izjave in ideje Donalda Trumpa so med kampanjo dvignile kar nekaj prah, z uporabo citatov bi se torej mediji lažje distancirali od njegovega mnenja. A tako kot pri količini poročanja o enem in drugem kandidatu dejstvo, da je bila Hillary Clinton citirana veliko manj, s čimer je imela tudi manj neposrednega dostopa do svojih volivcev, ostaja.

4.1.4 Poročanje o političnih stališčih

»Pri vseh informacijah, ki jih volivci dobijo iz množičnih medijev med predsedniško kampanjo, so informacije o tem, kakšna so stališča kandidata, najbolj ključne« (Patterson in MacClure v Benoif, Stein in Hansen 2005, 357). Avtorji pišejo, da so pretekle raziskave dokazale, da poročanje o volilni tekmi zgolj kot o konjskih dirkah vpliva na stališče volivca do kandidata. Raziskave so prav tako pokazale, da si volivci na podlagi medijskega poročanja sestavijo razmeroma dobro sliko o tem, kdo bo zmagal, medtem ko je njihovo znanje o tem, kakšna politiko zagovarja kateri od kandidatov, veliko slabše (Benoif, Stein in Hansen 2005, 357).

Erika Falk (2010, 116) piše, da so, ko je šlo za kandidatke, mediji v preteklosti veliko bolj poročali v okvirih »konjske dirke« kot pa o političnih stališčih, ki jih zagovarjajo. Prav tako so jih opisovali kot manj verjetne zmagovalke. Poleg tega so jih večkrat prikazovali kot kandidatke, ki bodo zagovarjale bolj ozke interese žensk, kot pa kandidatke, primerne za vse volivce (Falk 2010, 133). Med »ženska vprašanja«, kot že omenjeno v teoretičnem delu, »tradicionalno« spadajo vprašanja o pravici do splava, skrbi za otroke, izobraževanju, okoljevarstvu, medtem kot med »moške politične teme« spada gospodarstvo, nacionalna varnost in vojska (Carroll and Fox; Devitt; Heldman; Jamieson v Wasburn in Wasburn 2011, 1028).

Poleg poročanja o volitvah predvsem kot o konjskih dirkah, v katerih je pomembno le kdo prvi priteče čez cilj, so politični kandidati deležni tudi vse bolj negativne medijske obravnave. »Ko se je v političnem poročanju uveljavil »sovražni napadalni« slog (»attack journalism«), je bilo resno razpravljanje o delovanju političnih institucij potisnjeno v ozadje. V ospredje so stopile razprave o napakah in nemoralnosti vedenja politikov,« pišeta Bogomil Ferfila in Marta Kos (2002, 164). Za negativno poročanje so krivi tudi ameriški kandidati sami, ki so se v političnem boju zatekli tudi k negativnim in žaljivim oglaševalskim kampanjam proti njihovim tekmecem. Ob tem omenjata še, da so negativnega poročanja še posebej deležni tisti politiki, ki so se znašli v središču kakšnega škandala ali afere (Ferfila in Kos 2002, 161).

Odmevni škandali in afere so močno zaznamovali tudi tokratno tekmo za Belo hišo. Hillary Clinton so vso kampanjo spremljali grehi iz obdobja, ko je bila na položaju ameriške državne sekretarke. Najbolj glasno, tudi s preiskavo FBI, so ji očitali uporabo domačega strežnika pri pošiljanju elektronske pošte, s čimer naj bi ogrozila državno varnost. Znova so se pojavljali tudi očitki o njeni vlogi pri napadu v libijskem Bengaziju, v katerem sta bila leta 2012 ubita dva ameriška uslužbenca. Očitali pa so ji tudi donacije z vsega sveta, ki jih je prejemale njena Fundacija Clinton.

Kandidat Donald Trump se je medtem otepal zahtev po razkritju višine davkov, ki jih je plačal od svojega premoženja. Pozneje je odmeval posnetek, na katerem se je voditelju zabavne oddaje hvalil, da kot zvezdnik brez težav otipava ženske in jih poskuša spraviti v posteljo. Mediji so pozneje poročali o kar nekaj ženskah, ki so Trumpa obtoževale spolne agresije.

Poročanje o škandalih, medsebojnem obtoževanju med Hillary Clinton in Donaldom Trumpom in napovedi ter predvidevanja, koliko ima kateri kandidat možnosti za zmago, so daleč prevladovale tudi v tokratni volilni kampanji. Le peščica novinarskih prispevkov, zajetih v

analizo, se je ukvarjala z vprašanji o gospodarstvu, zunanji politiki, obrambi in varnosti, socialni, izobraževanju ali okoljevarstvu.

Kar nekaj pozornosti sta The New York Times in Fox News namenila tudi Trumpovim napovedim o gradnji zidu na meji z Mehiko in pa o izgonu muslimanov iz države.

Novinarskih prispevkov o morebitnem izidu volitev, možnostih katerega od kandidatov za zmago, škandalih in aferah ter Trumpovih napovedih o gradnji zidu, izgonu muslimanov, njegovem odnosu do muslimanov, očitkih zoper njega zaradi spornih izjav in napovedane kontroverzne protipriseljenske politike, nismo zajeli v analizo oziroma je nismo šteli kot obrambno-varnostno temo. Tako se je od 167 novinarskih prispevkov le 19 ukvarjalo s predvidenimi tematikami (glej tabelo 4.3).

Tabela 4.2 Politična vprašanja

Politične teme:	Hillary Clinton	Donald Trump
gospodarstvo	2	3
zunanja politika	1	2
obramba, varnost	3	4
socialna vprašanja	1	1
pravica do splava	0	0
izobraževanje	0	0
okoljevarstvo	1	1

Tako Hillary Clinton kot Donald Trump (vsaj v novinarskih prispevkih, zajetih v analizo) nista dobila pretirane pozornosti na področju predvidenih tem. Ekonomska, zunanje-politična, obrambno-varnostna in socialna politika Hillary Clinton je bila v ospredje postavljena v sedmih novinarskih prispevkih. V zajetem vzorcu ni bilo prispevkov, ki bi se ukvarjali s »tipično« ženskimi temami – s pravico do splava in z izobraževanjem. Ti vprašanji sta v zajetem vzorcu ostali brez odgovorov, tudi ko je šlo za Donalda Trumpa. Z njegovimi idejami o ekonomiji, zunanji politiki, obrambi in varnosti ter o socialnih vprašanjih se je ukvarjalo deset novinarskih prispevkov.

Prispevek, ki je v ospredje postavil okoljevarstvo oziroma, natančneje, boj proti podnebnim spremembam, je bil objavljen v The New York Timesu. V njem niso prevladovala stališča obeh kandidatov do okoljevarstvenih vprašanj, ampak očitek, da sta oba zanemarila to področje.

V zajetem vzorcu je tako le malo novinarskih prispevkov, v katerih so bila v ospredju pomembna politična vprašanja. Razlike med enim in drugim kandidatom skorajda ni opaziti, a je kljub temu tudi tokrat Trump nekoliko v vodstvu. Tem, ki veljajo za tipične ženske, v zajetem vzorcu novinarskih prispevkov ni najti. Iz analiziranih novinarskih prispevkov bi lahko torej sklepali, da Hillary Clinton – političarke z dolgoletno kariero, v kateri je bila kot senatorka med drugim v odboru za oborožene sile, opravljala pa je tudi delo ameriške zunanje politične predstavnice ZDA – mediji in politiki neposredno več ne povezujejo zgolj s temami, ki veljajo za tipično ženske.

4.1.5 »Zgodovinski trenutek«

Kot že omenjeno, Hillary Clinton še zdaleč ni edina ženska, ki se je v ZDA potegovala za najvišji politični položaj. Kandidatke, ki so svojo kandidaturo zaključile na različnih ravneh, je bilo po navedbah AP kar okoli 200. Erika Falk (2010, 35) je v medijskem poročanju o kandidatkah odkrila vzorec, ki po njenem mnenju na subtilen način spodbuja mišljenje, da so ženske v politiki »nenaraven« pojav. Kot je zapisala (Falk 2010, 35), gre za okvir »novitete«, ko se pri vsaki kandidatkini vedno znova poudarja zgodovinskost njene kandidature, njene izjemnosti, ob tem pa pozabljajo na njene predhodnice.

Skozi desetletja in kandidature različnih žensk se jih tako sili v nek okvir novitete – če ni prva ženska, ki je kandidirala za predsedniški položaj, je prva resna kandidatka za položaj, prva, ki bi lahko osvojila nominacijo katere od dveh strank, prva temnopolta ženska, ki se poteguje za položaj ... (Falk 2010, 35–26).

Hillary Clinton je bila dejansko prva ženska, ki je zastopala katero od barv dveh največjih ameriških političnih strank. V novinarskih prispevkih, zajetih v analizo, nismo zasledili poudarjanja, da gre za prvo resno kandidatko za položaj. Večkrat je bilo omenjeno, da je prva ženska, ki zastopa kateri od dveh strank, a razen v enem primeru – prispevku, v katerem se je avtorica ukvarjala prav s temo žensk na najvišjih političnih položajih – »okvirja novitete« ni bilo zaznati.

4.1.6 Poročanje o izgledu

Kim Fiedler Kahn (2006, 203) piše, da se mediji pri poročanju o političarkah osredotočajo predvsem na: »Pričesko, dolžino krila in soproge«⁵. Feministične teorije že dolgo opozarjajo,

⁵ Osredotočajo se na tri H-je, v angleščini: *Hair, Hemlines and Husbands*.

da je tradicionalna filozofija ločila um in telo – prvega pripisujejo moškim, ki posedujejo misel in racionalnost, drugega ženskam, ki naj bi bile povezane s telesnim in neracionalnim (Falk 2010, 84). Zaradi tega dejstva feministke predvidevajo, da so mediji pri poročanju o kandidatkah bolj pozorni na njihovo zunanost in oblačila kot pa denimo pri moških. »Če ženske pričakujejo, da bo njihov fizični in lepota predmet medijske obravnave in kritičnega poročanja, so se manj pripravljene izpostaviti kot politične kandidatke« (Falk 2010 84).

V okviru projekta *Name It. Change It* je bila leta 2010 izpeljana raziskava o tem, kako poročanje o izgledu in fizični podobi kandidatke vpliva na volivce. Ugotovili so, da ne glede na to, ali mediji o izgledu kandidatke poročajo nevtrarno, pozitivno ali negativno, ta za to plača ceno. Volivci, ki so brali prispevke, v katerih je bil opisan izgled kandidatke ali njenih oblačil, so jo po branju – ne glede na to, kot že omenjeno, ali je novinar o njenem izgledu poročal nevtrarno, negativno ali pozitivno – med drugim ocenili kot manj samozavestno, učinkovito in usposobljeno za položaj. Ko so volivcem dali v branje novinarske prispevke, v katerih so poročali o oblačilu in izgledu moških kandidatov, vpliv na mnenje oziroma posledice za kandidata niso bile enake (Lake, Snell in drugi 2010).

Erika Falk (2010, 157–158) piše, da je bilo med kampanjo leta 2007 v medijih najti nekaj »nezaslišanih« primerov, ko so mediji poročali o izgledu, oblačilih in ličenju kandidatke Hillary Clinton, a da natančnejša analiza kaže pozitiven trend. Ugotavlja namreč, da so se v prvem mesecu kampanje mediji še vedno bolj ukvarjali z njenim izgledom kot pa izgledom njenih tekmecev, a veliko manj kot z izgledom njenih predhodnic. Povprečno so se mediji s fizičnim izgledom kandidatke ukvarjali v 41 odstotkih novinarskih prispevkov, v katerih so bile omenjene, pri Clintonovi je bil ta odstotek 29. Povprečje za moške v osmih predhodnih predsedniških tekmah je bilo 14 odstotkov (Falk 2010, 157–158).

Podoben trend, ki ga je zaznala Erika Falk, je zaslediti tudi v vzorcu naših analiziranih spletnih novinarskih prispevkov oziroma ti kažejo, da so se med tokratnimi volitvami mediji bolj kot z izgledom Hillary Clinton ukvarjali z izgledom Donalda Trumpa.

Tabela 4.3 Zunanji izgled

Poročanje o zunanjem izgledu, fizisu	Hillary Clinton	Donald Trump
Število novinarskih prispevkov	0	7

Na novinarske prispevke, v katerih bi novinarji kakorkoli omenjali fizične lastnosti Hillary Clinton, v zajetem vzorcu nismo našli (glej tabelo 4.3).

To sicer ne pomeni, da omenjena medija nista poročala o, denimo, oblačilih Hillary Clinton. V spletnih iskalnikih brez težav najdemo novinarske prispevke o njenih oblačilih. Njeni hlačni kostimi so nekaj tednov pred kampanjo postali zaščitni znak gibanja žensk, ki so podpirale predsedniško kandidatko. The New York Times je tako, denimo, dan pred volitvami poročal, da je Hillary Clinton hlačni kostim »posvojila kot njeno uniformo moči«, z belim kostimom, ki ga je nosila na tisti dan pa da se je »poklonila tako feministični zgodovini kot aktualni kampanji« (Friedman, 7. november 2016). Tudi Fox News je 7. junija v novinarskem prispevku z naslovom *Clinton's high fashion makeover sends mixed messages* (Fox News 2016c) denimo poročal o njenem modnem preporodu: »Njena nekdaj zastarela garderoba je dobila veliko modno preobrazbo«.

A kot že omenjeno, se citirana prispevka enega in drugega spletnega portala nista znašla v zajetem vzorcu novinarskih prispevkov. Na podlagi 167 novinarskih prispevkov bi lahko tako sklepali, da je bil bolj kot Hillary Clinton seksistične obravnave deležen njen protikandidat Donald Trump (več na strani 39). Tudi tokrat bi lahko sklepali, da se je ponovilo, kar je že zaznala Erika Falk, da so se mediji manj ukvarjali z izgledom Hillary Clinton kot izgledom njenih predhodnic. Vprašanje je, kako bi obravnavali kakšno drugo kandidatko, denimo mlajšo.

4.1.7 Osebnostne lastnosti

Kathleen A. Dolan (2004, 115) piše, da le malo raziskovalcev dvomi, da imajo pri odločitvi volivcev za kandidata, ki ga bodo volili, glavno vlogo trije dejavniki – kandidatovo stališče do političnih vprašanj, pripadnost stranki in pa osebne karakteristike. Kot že večkrat omenjeno, na slednje še vedno lahko vplivajo tudi stereotipna pričakovanja do različnih spolov. »Volivci lahko stereotipe uporabijo kot način za posplošeno oceno sposobnosti kandidata, in če volivci dosledno ocenjujejo stereotipno negativno, potem lahko ta ocena pripomore k negativnemu glasu« (Dolan 2004, 119).

Na seznamu lastnosti, zaželenih pri dobrih voditeljih, so predvsem – vodstvene sposobnosti, agresivnost, ambicioznost, analitično mišljenje, sposobnost hitrega sprejemanja odločitev, odločnost, dominantnost in vztrajnost (Bem v Falk 2010, 53). Torej lastnosti, ki se jih tradicionalno pripisuje moškim. »Seznama lastnosti, ki so bolj zaželene pri ženskah, se običajno ne povezuje z dobrim voditeljem: sočutje, otroškost, ustrežljivost, blagost, naivnost in

sramežljivost« (Falk 2010, 53). Ko gre za ameriško predsedniško tekmo, mediji in javnost še vedno odklanjajo značilnosti, ki stereotipno pritičejo feminilnosti. »Še več, ko gre za predsedstvo, se javnost in mediji še vedno v veliki meri oklepajo lastnosti, povezanih z maskulnostjo« (Conroy 2015, 49).

Erika Falk (2010, 54) nadaljuje, da tako kandidati kot kandidatke za vplivne ameriške politične položaje zato v svojih kampanjah in oglasih poudarjajo predvsem stereotipno maskuline lastnosti, ki jih ameriška javnost povezuje z dobrim voditeljem. »Kljub temu mediji pri ženskah v poročanju omilijo njihove maskuline lastnosti, medtem ko jih pri moških poudarjajo« (Falk 2010, 54).

Meredith Conroy (2015, 45–48) piše, da je kandidatura Hillary Clinton in Sarah Palin leta 2008 dokazala, kako zahtevno je za žensko najti pravo ravnotežje med dvema pojmom, ki se zdita povsem nezdružljiva – feminilnostjo in vodstvenimi sposobnostmi. Clintonovi so, kot piše, leta 2008 očitali, da je premalo feminilna, medtem ko se je Palinova znašla v nemilosti zaradi preveč izraženih ženskih lastnosti.

V vzorcu analiziranih novinarskih prispevkov spletnih portalov The New York Times in Fox News nismo našli prispevkov, v katerih bi Hillary Clinton opisovali v skladu z lastnostmi, ki stereotipno pripadajo ženskam. Nobeden od prispevkov se pravzaprav ni ukvarjal z njenimi osebnimi značilnostmi, odmeval pa je pridevnik, ki ga je Hillary Clinton nadel Donald Trump. Hillary Clinton je bila v njegovih govorih in na twitterju opisana kot Pokvarjena Hillary (angl: *Crooked Hillary*). Retoriko, da gre za pokvarjeno kandidatko, ki laže in prekriva, je v nekaj prispevkih prevzel tudi Fox News. Eric Bolling je v prispevku z naslovom *Wake Up America: Hillary Clinton Owes Us This* (2016, 19. avgust) denimo zapisal: »Vemo, da Clintonova laže za preživetje, od [afere] Whitewater do Lewinsky, od Bengazija do zaupne elektronske pošte. Zakaj bi morali Hillaryjinim besedam verjeti zdaj?« Cal Thomas za Fox News v prispevku z naslovom *The single best word that defines Hillary Clinton* (2016, 1. november) kandidatko Hillary Clinton opiše z definicijo iz slovarja: »Kriv/a nepoštenih praks, kot je sprejemanje podkupnin, pomanjkanje integritete, pokvarjena.«

Napad na integriteto Hillary Clinton bi lahko bil močno orožje, saj so, kot piše Meredith Conroy (201, 23) volivci pri fiktivnem idealnem predsedniku med najbolj želene lastnosti na prvo mesto postavili poštenost, sledijo znanje, odprtost in pogum.

4.1.8 Soprogi in obveznosti do otrok

Meredith Conroy (2015, 60) piše, da je medijsko poročanje o družini in starševskih obveznostih lahko veliko bolj škodljivo za žensko kandidatko, kot njenega moškega kolega. »Pričakovanje v ameriški družbi je še vedno tako, da sta odgovornost in vzgoja otrok še vedno predvsem v domeni žensk in ne moških« (Conroy 2015, 60). Pri tem je treba upoštevati starost otrok. Udeleženci v raziskavi, ki jo je izvedel Stalsburg (v Conroy 2015, 60), so nakazali, da je po njihovem mnenju moški, ki ima majhne otroke, politično bolj primeren kot ženske, ki imajo majhne otroke. »Zato se moški med kampanjo večkrat pokažejo z družino kot pa ženske kandidatke« (Bystrom v Conroy 2015, 60).

Erika Falk (2010, 6) piše, da medijsko osredotočanje na kandidatke v njihovih tradicionalnih vlogah mame in žene druge ženske opominja, da je njihova primarna dolžnost skrb za domače stvari in ne politika in jih ne opozarja na politične dosežke kandidatke. »Da je to res, potrjuje dejstvo, da se večina žensk za vstop v volilno tekmo odloči, ko je njihova odgovornost za družino zmanjšana« (Falk 2010, 6).

Hillary Clinton se je prvič za položaj predsednice potegovala pri približno 60 letih, nato znova skoraj pri 70. Njena hči, Chelsea Clinton, je odrasla. Njena skrb za družino je vsekakor zmanjšana. Conroyeva (2015, 47) je že v povezavi s prvo kandidaturo leta 2008 zapisala, da Clintonova predstavlja žensko, ki ima za seboj desetletja izkušenj v politiki, zato velja za vplivno žensko, ki jo veliko manj definirata vloga žene in matere (Conroy 2015, 47).

V vzorcu analiziranih novinarskih prispevkov so novinarji The New York Timesa in Fox Newsa večkrat omenili predvsem soproga Hillary Clinton Billa Clintona, a v povezavi z njegovo podporo kandidaturi in njegovimi preteklimi političnimi grehi in aferami. Medijske pozornosti do domačih dolžnosti, tradicionalno povezanih z ženskami, nismo zasledili. Družini Hillary Clinton so nekaj več pozornosti posvetili le v štirih prispevkih, a v že omenjenih okvirjih.

4.2 Seksistični jezik in moška kandidatura

Jackson Katz (2006, XIV) v uvodu svoje knjige zapiše, da je po napadih skrajne sunitske skupine Islamska država (ISIS) v Parizu in terorističnem napadu v San Bernardinu racionalno pričakovati, da bo katerikoli kandidat, ki bo zastopal katero od dveh velikih političnih strank »predmet nenehnega spraševanja o njegovi/njeni žilavosti in s tem sposobnosti, da se dobro odreže kot vrhovni poveljnik« (Katz 2016, XIV). Kot pravi, je bil tudi v predvolilni kampanji 2016 v ospredju spol, a ne kot bi pričakovali v povezavi s prvo predsedniško kandidatko katere

od večjih strank, ampak je bilo to vprašanje tokrat povezano z moškostjo. Poniževanje moških kandidatov z oznakami, ki namigujejo, da ne dosegajo ozko določenega pojma maskulinosti, je označil za seksistični jezik (Katz 2016, XIII).

Katz ugotavlja, da je volivce pri Trumpu pritegnilo pretirano poudarjeno vedenje v skladu z videnjem belopolte maskulinosti, ki je bila v zadnjih desetletjih v zatonu. »Razumel je [Donald Trump], da je tiha želja po močnem in možatem moškem v Beli hiši globoko zapisana v ameriško DNK« (Katz 2016, IX).

V drugem raziskovalnem vprašanju nas je zanimalo, ali je značilnosti spolno pristranskega medijskega poročanja zaznati tudi v poročanju o republikanskem kandidatu Donaldu Trumpu. Torej, ali so ga mediji obravnavali le kot kandidata ali tudi kot moškega.

4.2.1 *Alfasamec*

Jackson Katz (2016, 28) piše, da ameriški predsednik s svojim vedenjem in načinom, kako uteleša svojo moškost, odslikava in hkrati spodbuja norme v družbi. »V nekem smislu je analogen državnemu alfa samcu – vodja krde, po katerem svoj status merijo drugi moški« (Katz 2016, 28).

A kot smo že pisali v teoretičnem delu, preveč izražene maskuline značilnosti lahko zbudijo nasproten učinek – če je preveč izražena, poudarjena, lahko izpade komično (Reeser 2010, 89). Površno brskanje po različnih ameriških medijih, ki so se ukvarjali z lastnostmi Trumpa, namiguje, da je njegova hipermaskulina drža bolj kot občudovanje izzvala posmehljivost in zaničevanje.

»Odslikava podobo hipermaskulinosti; poniževanje kritikov, krhkost, ko je soočen s kritika mi, in zagovarjanje stališča vplivnežev: 'Zaupajte mi, pa čeprav ne bom preveč natančen, le zaupajte mi in poskrbel bom za vaše probleme',« je o Donaldu Trumpu v eni najbolj poslušanih radijskih pogovornih oddaj v ZDA The Diane Rehm Show avgusta 2016 povedal psiholog William Doherty iz univerze v Minnesoti (Rehm 2016, 17. avgust). Podobno je oktobra 2016 pisala Claire Cain Miller v The New York Timesu. »Donald J. Trump je med kampanjo pokazal dotičen tip hipermaskulinosti – moški, ki je ponosen, da se ne opraviči in da ni nikoli zamenjal otroške plenice; za katerega je »poraženec« največja žalitev in ki se z drugimi moškimi povezuje tako, da objektivizira ženske« (Mille 2016, 18. oktober).

Da so nekateri mediji vedenje in izjave Donalda Trumpa dojemali kot negativno pretirano maskulnost, kaže tudi prispevek v ameriški moški reviji *Esquire*, ki je njegovo vedenje označil kot toksično maskulnost (Marche 2016, 9. marec).

Tako kot se pri obravnavi ženskih kandidat od medijev pričakuje spolno nepristransko poročanje, je takšno pričakovati tudi, ko gre za poročanje o moških kandidatih. Nekaj medijskih zgledov namiguje, da so Donalda Trumpa obravnavali ne le kot moškega, ampak mu očitali negativno vedenje »alfa samca« in »mača«, ki ne pritiče več sodobnemu moškemu.

V 167 analiziranih prispevkih *The New York Timesa* in *Fox Newsa* namigov, da je njegovo vedenje vedenje »alfa samca« in »mača« nismo našli.

4.2.2 *Trumpov značaj*

Kot že omenjeno, lahko pretirano poudarjanje lastnosti, tesno povezanih z možatostjo, izpade zaigrano, komično.

Pri analizi 167 novinarskih prispevkov *The New York Timesa* in *Fox Newsa* nas je zanimalo, kolikokrat so Donaldu Trumpu mediji ali pa, denimo, politiki in drugi akterji, ki so jih mediji navajali, pripisali maskuline značilnosti, ki v družbi veljajo za nezaželene. Meredith Conroy (2015, 29) si je, kot že omenjeno, pri definiranju nezaželenih maskulinih lastnosti pomagala s psihološkim testom za merjenje spolne identitete (EPAQ).

Zanimalo nas je, kolikokrat so mu pripisovali negativne lastnosti iz testa EPAQ (glej tabelo 4.2.1):

Tabela 4.4 Negativne maskuline lastnosti

Pripisovanje osebnostnih lastnosti:	Število omemb v skupa 18 novinarskih prispevkih
arogantnost	5
samohvala	3
egoizem	5
pohlep	0
diktatorstvo	5
ciničnost	1
sovražnost	3
nenačelnost	3

tekmovalnost	0
agresivnost	3

Namigovanje in pripisovanje zgornjih osebnostnih značilnosti smo zasledili v 18 novinarskih prispevkih, vsi prispevki so bili objavljeni v The New York Timesu, ki je o Trumpu poročal veliko bolj kritično kot pa Fox News. Iz tega bi lahko sklepali, da so tudi novinarji zgoraj omenjene lastnosti dojemali kot negativne.

V The New York Timesu so mu največkrat očitali arogantnost in pa diktatorsko držo. Razlog za slednjo je predvsem njegova tedaj napovedana politika do muslimanov, priseljencev in pa gradnja zidu na meji z Mehiko. Donaldu Trumpu so poleg seksizma očitali predvsem rasizem in s tem povezan fašizem.

Mnenjski tekst, v katerem je bilo najti kar največ elementov tabele 4.4, je objavilo uredništvo The New York Timesa. V mnenjskem tekstu z naslovom *Why Donald Trump Should Not Be President* (The New York Times 2016a) so tako med drugim zapisali: »Od trenutka vžiga je postalo jasno, da so stališča g. Trumpa stvar nevarnega nenačrtovanega vzgiba in ciničnega zadovoljevanja pričakovanj [volivcev] kot pa premišljene politike. Kljub temu je pritegnil množice Američanov, ki mu pripisujejo višje poslanstvo, kot pa ga je izkazal v tej ohlapni kampanji, zaznamovani z izbruhi lažnih in nezaslišanih obtožb, osebnih žalitev, ksenofobičnega nacionalizma, brezsravnega seksizma in s stališči, ki se spreminjajo v skladu s pričakovanji njegovega občinstva in njegovimi muhami.«

Na njegovo nenačelnost je namigovala tudi Emma Roller v mnenjskem prispevku *Back to the Stone Age* (2016, 13. september), prav tako objavljenem v The New York Timesu. »Ne vem, ali je Donald Trump rasist ali ne,« je povedal g. Badger. »Vem pa, da igra na televiziji vlogo rasista, kar je mnogo mnogo huje.« Nadaljuje še z enim primerom: »G. Monty je povedal, da je zanj zaskrbljujoče, da Trump v zasebnem življenju ravna na en način in drugače pred množico ljudi.«

Njegova diktatorska stališča v ospredje postavlja Alexander Burns v novinarskem prispevku z naslovom *Clinton's Portrayal of Trump as Dictator Aims at the Left and Right* (2016, 29. julij). Oznako z diktatorjem je najti že v naslovu, v nadaljevanju pa novinar The New York Timesa poroča: »... [Demokratsko zborovanje] so izkoristili, da so g. Trumpa naslikali kot nevarnega nestabilnega akterja in prijatelja tujih despotov, kot je predsednik Vladimir V. Putin v Rusiji. Nekateri demokrati so celo namignili, da ima tudi sam g. Trump avtoritarne vzgibe ...«

Zgoraj opisane osebnostne lastnosti, ki veljajo za negativne maskuline lastnosti, je torej zasledili pri več kot 20 odstotkih novinarskih prispevkov The New York Timesa, ki so bili zajeti v vzorec. Kot že omenjeno, je iz kritičnega konteksta tekstov razbrati, da te značilnosti resnično veljajo za negativne. Hillary Clinton ni bila deležna podobnih očitkov, največkrat ji je bilo pripisano, kot že omenjeno, da je pokvarjena in nepoštena. Na negativni strani femininih lastnosti je najti, da so ženske, ki imajo take lastnosti, servilne, brez hrbtenice, javkajoče, se nenehno pritožujejo, sitne, nadležne, naivne, podrejene (Conroy 2015, 30). Nič od tega ni bilo najti pri poročanju o Hillary Clinton.

4.2.3 Trumpov izgled

Kot že omenjeno na strani 33. so se mediji bolj kot z oblačili Hillary Clinton ali Donalda Trumpa ukvarjali s fizisom republikanskega kandidata. Med kampanjo so ga spremljale opazke o njegovi pričeski, barvi polti, majhnih rokah, ki da namigujejo na majhen spolni ud ...

Spravljanje na njegovo zunanjo podobo in namigovanje, da ni toliko moški, kot si sam predstavlja, lahko dojamemo kot način zasmehovanja, poniževanje, s katerim so hoteli (ne le) mediji načeti podobo kandidata, ki je, kot že omenjeno, igral na karto belopolte moškosti. Zasmehovanje oziroma poniževanje na način, ki namiguje, da ne dosega ozkega pojma maskuliniteti, velja za seksistični jezik.

V vzorcu se je znašlo sedem novinarskih prispevkov, ki so omenjali fizis Donalda Trumpa. Dva sta bila objavljena na spletnem portalu Fox News, drugi na The New York Times. Edini prispevek, v katerem so branili Trumpa pred poudarjanjem njegovega fizisa, je bil objavljen na Fox Newsu. Ta je v psihološki analizi obeh kandidatov z naslovom *Dr. Keith Ablow: Hillary Clinton – Inside the mind of a shameless liar* (2016, 8. september) pisal, da je Trump v mirnem odzivu na besede senatorja Marca Rubia – da njegove majhne roke kažejo na majhen spolni ud – dokazal svojo psihološko trdnost.

Drugače je bilo v drugih novinarskih prispevkih. Novinar Thomas Kaplan je v The New York Timesu v prispevku z naslovom *Tim Kaine Presses Donald Trump on Health, Mocking a Doctor's Letter* (2016, 30. avgust) povzel navedbe Tima Kainea, podpredsedniškega kandidata Hillary Clinton. Kaine je v prispevku branil Clintonovo pred Trumpovimi očitki o njenem zdravju in se obregnil v poročilo o Trumpovem zdravju. Novinar ob koncu zaključil: »In g. Kaine se ni mogel zadržati, da se ne bi obregnil ob trditev dr. Bornsteina, da bi bil g. Trump najbolj zdrav predsednik, še posebej v primerjavi z zdajšnjim 55-letnim stanovalcem

Bele hiše. 'Hotel bi ga videti, kako bi se pomeril s predsednikom Obama,' je povedal.« Jackson Katz (2016, 32) v svoji knjigi piše, da je v ameriški kulturi moštost tesno povezana z izgledom kandidata. »Višji moški, običajnega videza, z bolj atletske postavami so bližje predstavami maskulinega ideala kot drugi tipi moških« (Katz 2016, 32).

Frank Bruni je v že omenjeni kolumni med drugim zapisal, da bi se le neodrasel otrok o golf tekmi pohvalil, da je žogico odbil nekoliko dlje: »Da, Donald, vse na tebi je daljše. Nismo pozabili tiste predsedniške debate G.O.P.« (2016, 2. avgust).

Trumpove fizične značilnosti so omenjene tudi v intervjuju The New York Timesa z avtorjem knjige, v kateri so zbrani časopisni stripi o Donaldu Trumpu. Intervjuvanec za prispevek z naslovom *Trump and 'Doonesbury': The Comic Gift That Keeps On Giving* (Gustines 2016, 27. julij) pove, da je z leti razvil razumevanje, katere so najbolj prepoznavne Trumpove značilnosti, a da ima ponekod še vedno zagate: »Oranžno kožo in rakunje oči je preprosto razložiti, nikoli pa mi ni uspelo raztolmačiti njegove frizure na način, ki bi imel kakršenkoli smisel.«

Še en primer je novinarski prispevek Fox Newsa z naslovom *Legal Sea Foods in hot water over latest ad featuring "Cold Fish" Hillary Clinton* (Fox News 2016č), ki poroča o spornem oglaševanju ene od ameriških morskih restavracij. Osrednja tema prispevka je, ali je bil oglas do Hillary Clinton seksističen. S fotografijo kandidatke so namreč objavili napis: »Mi imamo ime za hladno ribo«, sledi velika fotografija Clintonove in spodaj napis: »Suši«. Novinarski prispevek se ukvarja z vprašanjem in očitki, predvsem na družbenih omrežjih, ali je oglas seksističen do kandidatke. Da bi bil lahko sporen tudi oglas, v katerem ima osrednjo vlogo Donald Trump, se ne sprašujejo. Oglasno sporočilo iste restavracije je bilo: »Lahko vam zagotovimo – ni pomembna velikost vaših rok, ampak velikost vašega škampa.«

V vzorcu zajetih novinarskih prispevkov smo torej našli veliko več prispevkov, ki so se ukvarjali z zunanjo podobo Donalda Trumpa kot pa zunanji izgledom Hillary Clinton. Če bi bila vloga obrnjena, bi bil verjetno seksistični podton tovrstnega pisanja nekoliko bolj očiten.

4.2.4 »Playboy«

James Alan Neff (2001, 174) piše, da mačizem, ki ga povezuje s hipermaskuliniteto, med drugim v odnosu do ženske, definira prepričanje o moški prevladi, posesivnost, sumničavost o nezvestobi, dojemanje ženske kot lastnine, zavestno sprejemanje dvojnih standardov, ko gre za spolno vedenje, rigidno dojemanje spolnih vlog, maščevalnost in zahteva po spoštovanju. Pri

merjenju stopnje izražene hipermaskulnosti pri moških se tako med drugim pojavljata tudi trditvi: »Narava je moške biološko programirala tako, da ga lomijo naokoli« in pa »Nič ni narobe, če ima poročeni moški ljubici, dokler je diskreten« (Neff 2001, 174).

V zajetem vzorcu novinarskih prispevkov *The New York Timesa* in *Fox Newsa* smo bili pozorni na primere, ko bi novinarji napeljevali na Trumpovo spolno aktivnost, varanje soproge ali promiskuiteto. Našli smo štiri primere, kjer so mediji namignili na kaj od omenjenega. Tri smo našli na spletnem portalu *The New York Times*, enega na *Fox Newsu*. Pri slednjem so zgolj povzemali poročanje do Trumpa še enega kritičnega medija CNN.

John Fund je za *Fox News* v mnenjskem tekstu z naslovom *After Trump tape, Clinton WikiLeaks dump here's what's next, America* (2016, 8. oktober) poročal o nedavnem razkritju CNN, ki je iz arhivov radijske oddaje Howarda Sterna izbrskal posnetek pogovora z Donaldom Trumpom. V njem se je, kot je poročal CNN, nato pa ga je povzel *Fox News*, zrcalil njegov neprimeren odnos do žensk. CNN je takratnemu republikanskemu kandidatu očital, da je Sternu dejal, da je v redu, če je njegovo hči označil za »dobro mačko«. Nato pa v prispevku nadaljuje: »Prav tako je izkazal začudenje, ko mu je Stern povedal, da je zvest svoji ženi: 'Vlečeš me za nos. Kaj res. Zakaj pa je to dobro?'«.

Ross Douthat je v prispevku za *The New York Times* z naslovom *A Trumpism of the Left* nekaj dni prej (2016, 5. oktober) pisal o Trumpovem žaljenju nekdanje Miss Universe Alicie Machado. Ta primer je njegova protikandidatka Hillary Clinton izpostavila kot primer Trumpovega neprimerne, celo sovražnega odnosa do žensk. Novinar je v tekstu pisal, da sta si oba, tako Alicia Machado kot Donald Trump, precej podobna, oba sta konstrukt zabavne industrije, ki proizvaja zvezdnike. Zato se sprašuje: »Zakaj torej v svetu, v katerem je lahko velik playboy, kot je Trump, kandidat velike stranke za predsedstvo, ne bi smela proti njemu kot karakterni priča nastopiti playgirl, kakršna je Machadova?« V prispevku je torej ameriškega predsedniškega kandidata označil za playboya – po definiciji slovarja Oxford izraz definira bogatega moškega, ki večino svojega časa namenja užitkom, se vede neodgovorno in ima številne spolne partnerje.

S spolnostjo Donalda Trumpa se ukvarja tudi novinar *The New York Timesa* Andrew C. Revkin v svojem prispevku *An Analyst of Gothic Monsters Explores Trump's Appeal* (2016, 4. avgust). V njem navaja drugega avtorja Greenawayja, ki pojasnjuje, da avtoritarne strukture temeljijo na spolni zavrtosti in spolni tesnobi: »Trump in njegovi podporniki v celoti utelešajo ta

dualizem.« Greenaway nadaljuje, da Trumpov vzpon spodbujata povezana spolna in politična nevroza.

Ob njegove spolne navade se obregne tudi McKay Copping v mnenjskem tekstu z naslovom *Donald Trump's Mormon Problem* (2016, 13. junij), objavljenem na spletnem portalu The New York Times. Novinar v prispevku piše o ogorčenju mormonske skupnosti nad republikanskim kandidatom Donaldom Trumpom in njegovim vedenjem ter izjavami. Mormonska skupnost sicer velja za trdno republikansko volilno bazo. Copping v svojem tekstu tako med drugim zapiše: »Mormonstvo je vera, ki ceni krepost kot vrline in obsoja pornografijo kot velik greh. G. Trump je na drugi strani brezsraven prešušnik, ki je poziral za naslovnice Playboya.«

Tovrstnega načina poročanja o Hillary Clinton v zajetem vzorcu novinarskih prispevkov ni bilo najti. Čeprav je poročanja o njegovih spolnih praksah razmeroma malo, je iz njih razbrati, da so mediji Trumpa obravnavali ne zgolj kot predsedniškega kandidata, ampak tudi skozi spolni vidik – očitali so mu promiskuiteto. Lahko bi sklepali, da so s tem obsojali tudi njegovo podobo belopolte moškosti, na katero je po besedah Katza (2016, IX) igral med kampanjo.

4.2.5 Odnos do partnerke

Donald Trump je kot 45. ameriški predsednik v skladu s tradicijo prisegel 20. januarja. Inavguracijsko slovesnost so spremljale številne polemike, morda je bila najbolj razvpita o primerjavi množice, ki je spremljala Trumpovo inavguracijo, in tiste, ki je spremljala slovesnost njegovega predhodnika Baracka Obame. Po Trumpovi inavguracijski slovesnosti so po spletu zaokrožile primerjave Trumpovega odnosa do njegove soproge Melanie Trump in Obamovega odnosa do njegove soproge Michelle Obama.

Tabloid USmagazine je denimo 24. januarja 2017 v prispevku z naslovom *Barack Obama, Donald Trump Did One Thing Very Differently Arriving at White House on Inauguration Days* poročal, da imata novi in nekdanji predsednik precej drugačen odnos do svojih sopro, kar je bilo razvidno tudi na inavguracijski slovesnosti. Baracka Obamo slikajo kot gentlemana, ki je leta 2009 svoji ženi odprl vrata avtomobila, nato pa sta skupaj pozdravila takratni predsedniški par Georgea W. Busha in njegovo soprogo Lauro Bush. Prvi obisk Trumpovega para v Beli hiši je bil drugačen – Donald Trump je pohitel po stopnicah in pozdravil predsedniški par Obama, medtem ko je Melania Trump prišla za njim.

Jackson Katz (2016, 140) piše, da je podoba ameriške prve dame pomembna, pa ne le zaradi predstave o feminilnosti in vlogi ženske, ki jo morda sporoča drugim ženskam. »So [ameriške

prve dame] tudi po definiciji del razprave o predsednikovi moškosti, saj ženska, s katero je, veliko pove tudi o njem. Volivci sprejemajo sodbe o njegovi moškosti delno tudi na podlagi tipa ženske, ki ga privlači – in ki jo on privlači« (Katz 2016, 140). Katz navede raziskavo USA Today iz leta 2004, ki kaže, da je za kar 54 odstotkov udeležencev soproga oziroma soprogo kandidata pomemben dejavnik, na podlagi katerega sprejmejo svojo odločitev.

Odnos Donalda Trumpa do soproge Melanie Trump tako veliko pove tudi o njem samem. Med kampanjo so ga spremljali številni očitki o seksističnem odnosu do žensk, celo spolnem nadlegovanju ... Primarni zgled, kakšen odnos ima Trump do žensk, je za javnost zrcalil njegov odnos do soproge. Elizabeth Aura McClintock (2014, 575–604) analizira odnose med lepoticami in bogatimi starejšimi moškimi. V raziskavo vključi citat: »Izbira partnerja je tesno povezana s spolno neenakopravnostjo. Norme predpisujejo, da moški, ki je starejši in bolj uspešen v karieri, v zakonu uveljavlja neenakopravnost« (Presser v McClintock 2014, 576). Pokrovitelji odnos do soproge bi tako lahko bil še eden od pokazateljev pretirane maskulinosti oziroma podlaga za očitek medijev Trumpu. Moški, ki imajo izražene hipermaskuline značilnosti, imajo namreč tudi slabše medosebne odnose (Burk in drugi 2004, 4). Eden od elementov hipermaskulinosti je tudi dojemanje žensk kot spolnih objektov ali pa kot izziva, ki ga je treba osvojiti (Burk in drugi 2004, 5).

V analizi novinarskih prispevkov The New York Timesa in Fox Newsa ni bilo zaslediti veliko primerov, v katerih bi se medija ukvarjala s slabim odnosom Donalda Trumpa do Melanie ali bi v njih celo namigovali, da je tako imenovana »trophy wife«.

Ob njegov odnos do Melanie Trump sta se na kratko obregnila le dva pisca The New York Timesa. Maggie Haberman je 9. oktobra 2016 v prispevku z naslovom *Inside Trump Tower, an Increasingly Upset and Alone Donald Trump* zapisala: »Pozvali so ga, naj bo ponižen in sam je tudi mislil, da je bil – v videu z opravičilom, ki ga je njegova kampanja izdala zgodaj v soboto. A je naletel na kritike, ker je opravičilo zaključil tako, da se je lotil Clintonovih, namesto da bi se opravičil svoji soprogi Melanii za svoje besede.« Odstavek se nanaša na razkriti videoposnetek, v katerem se Trump hvali, da lahko kot znana osebnost brez težav otipava ženske in jih sili v spolne odnose.

Patrick Healy pa je 12. avgusta 2016 v prispevku z naslovom *Donald Trump's Missteps Risk Putting a Ceiling Over His Support in Swing States* povzel besede volivke: »Kdo je Trump, da bi smel tako soditi? Trump nenehno govori ob boku s svojo ženo, ki tam tiho stoji.«

V analiziranem vzorcu novinarskih prispevkov pretirane pozornosti odnosu med Donaldom Trumpom in pa Melanio Trump ni bilo zaznati. Oba primera pa kljub temu namigujeta, da je Melania Trump v odnosu s svojim soprogom v podrejenem položaju. Pri Hillary Clinton podobnih namigov ni bilo najti.

4.2.6 *Ženskomrznež*

Samuel Slipp (v Gilmore 2001, 158) piše, da zato, ker očetje za svoje mlade sinove velikokrat niso na voljo (če že fizično, pa ne čustveno), številni fantje razvijejo hipermaskuline lastnosti, ki izhajajo iz togega obsojanja vseh femininih lastnosti – gre za mačizem, ki ponižuje ženske, kar imenujemo mizoginija.

Republikanskega predsedniškega kandidata in zdajšnjega predsednika Donalda Trumpa so skozi vso kampanjo spremljali očitki o nespoštljivem, seksističnem odnosu do žensk. Politični nasprotniki, pa tudi politiki iz republikanskih vrst so mu očitali mizoginijo, po objavi že omenjenega videoposnetka, v katerem se hvali, kako kot slavna oseba brez težav otipava ženske in jih spravi v posteljo, so se začele javljati ženske, ki so opisovale svoje neprijetne izkušnje z Donaldom Trumpom, nekatere so ga obtožile tudi spolnega napada.

Največji očitki, h katerim so se zatekli politični nasprotniki, redno pa so jih ponavljali tudi mediji, so, da gre za rasista, fašista in pa moškega šovinista.

Njegov seksističen odnos do drugih žensk in tudi očitke o spolnih napadih je najti v 17 od 167 analiziranih novinarskih prispevkih oziroma v skoraj vsakem desetem. Ob natančnejši analizi smo ugotovili, da je bila velika večina teh prispevkov objavljena v The New York Timesu, torej mediju, ki je o Donaldu Trumpu poročal veliko bolj kritično kot Fox News. Na Trumpov seksističen odnos do žensk oziroma na njegovo neenakopravno obravnavo žensk so v The New York Timesu namigovali ali poročali v 15 prispevkih, medtem ko je Fox News le v dveh. Skoraj 20 odstotkov novinarskih prispevkov The New York Timesa, zajetih v vzorec analize, je torej omenjalo Trumpov neprimeren odnos do žensk. Njegov odnos do žensk so omenjali novinarji sami ali pa so skozi citate nanj opozarjali Trumpovi politični nasprotniki.

Od dveh novinarskih prispevkov na Fox Newsu je eden branil Donalda Trumpa, medtem ko je novinar v drugem poročal o očitkih, ki sta si jih izmenjala Trump in Mitt Romney. V tistem, v katerem je novinar branil Trumpa (Fund 2016, 8. oktober), je ta zapisal: »Če bodo o predsedniški tekmi odločila oktobrska presenečenja, potem skoraj brez dvoma seks zasenči denar. Poglejte, kako je Trumpov seks posnetek zasenčil razkritje dela govora Hillary Clinton.

'Človeški možgani so narejeni tako, da razumejo žgečkljive zgodbe veliko bolje kot zgodbe, ki vključujejo denar,' pravi losangeleški strokovnjak za odnose z javnostjo Michael Levine.'«

Drugače je poročal The New York Times.

Michael M. Grynbaum in Rachel Abrams sta tako v The New York Timesu v prispevku z naslovom *'Apprentice' Producer Denounces Trump but Won't Release Possibly Damning Tapes* (13. oktober 2016) poročala o medijskih pritiskih na ustvarjalca oddaje Pripravniki Marka Burnetta, naj objavi posnetke iz zakulisja oddaje, v katerih se Trump vede na »vulgaren in žaljiv način«. »Ogorčenje je pripeljalo tako daleč, da se je g. Burnett, ki redkokdaj komentira politične razmere, čutil dolžnega, da v sredo zvečer odločno obsodi predsedniško kampanjo g. Trumpa z besedami, da zavrača 'sovraštvo, delitve in mizoginijo, ki so postali obžalovanja vreden del njegove kampanje.'« Novinarja nadaljujeta, da je Burnett izjavo za javnost izdal na isto noč, ko je pred javnost stopilo več žensk, ki trdijo, da se jih je Trump neprimerno dotikal ali jih spolno napadel.

Maggie Haberman in Ashley Parker sta za The New York Times v prispevku z naslovom *Roger Ailes Is Advising Donald Trump Ahead of Presidential Debates* (2016, 16. avgust) denimo poročali o novem svetovalcu Donalda Trumpa, ki je bil tudi sam iz Fox Newsa odstavljen zaradi obtožb o spolnem napadu. V prispevku sta spomnili na Trumpove obtožbe Megyn Kelly, voditeljice Fox News, da je bila na televizijskem soočenju razburjena zato, ker je imela tedaj menstruacijo. Spomnili sta tudi na Trumpove neprimerne seksistične izjave, nato pa nadaljevali: »Nekateri najhujši Trumpovi trenutki v primarnih debatah so vključevali go. Kelly in Carly Fiorina, edino žensko, ki se poteguje za republikansko nominacijo. G. Trump, ki se med kampanjo vedno znova otepa obtožb o seksizmu, bo najverjetneje potreboval lekcije, kako se soočiti s potencialno prvo žensko predsednico v debati.«

Na njegov odnos do žensk je opozorila tudi Nicolle Wallace v prispevku z naslovom *The G.O.P. Waits, and Waits, for Donald Trump to Grow Up* (2016, 29. junij). V njem zapiše: »Verjetno so zaskrbljeni, da bo ključne volivce, na katere računajo, da jih bodo vrnili v predstavniški dom ali senat, odvrnil kandidat, ki podcenjuje ženske, se norčuje iz hendikepiranih in se posmehuje iz vojnih ujetnikov, da so se sploh pustili ujeti.«

Iz vzorca analiziranih novinarskih prispevkov bi lahko sklepali, da je bil Trumpov odnos do žensk ena od bolj vidnih polemik, ki jih je načenjal oziroma o njih poročal The New York Times. K temu je s svojimi izjavami prispeval tudi kandidat sam, a so tako mediji kot njegovi politični nasprotniki njegove izjave ne le obsodili, ampak jih poskušali prikazati kot njegov

hendikep v kandidaturi oziroma z njim pokazati na še eno negativno lastnost, značilno za hipermaskulinost.

5 RAZPRAVA

Prva ženska, ki je vstopila v tekmo za ameriški predsedniški položaj, je bila Victoria Woodhull (Falk 2010, 3). Svojo kandidaturo je napovedala leta 1872, torej skoraj pol stoletja pred tem, da so ženske v ZDA dobile volilno pravico. Odtlej je okoli 15 žensk osvojilo nominacijo svoje politične stranke (šlo je za manjše ameriške stranke, ki v volilnem času ostanejo bolj ali manj spregledane). Za nominacijo republikanske ali demokratske stranke in s tem resnejši vstop v predsedniško tekmo se je potegovalo okoli petdeset žensk (Falk 2010, 3), zadnji od njih je tudi uspelo – Hillary Clinton je leta 2016 postala prva kandidatka katere od dveh velikih ameriških strank. Kljub drugačnim napovedim javnomnenjskih raziskav in medijev je novembra 2016 ostala pred pragom Bele hiše.

Ruth Rosen (2009, 4) piše, da je razkorak med spoloma globoko zasidran v ameriško kulturo in tradicijo. Od moških se je skozi vso zgodovino pričakovalo, da so močni in zaščitniški, od žensk pa, da so dobre negovalke, ki skrbijo za svoje soproge, domove in otroke. Kot piše, se ZDA močno razlikujejo od stare celine – razredna razslojenost je v ameriški družbi veliko manj poudarjena kot v Evropi. »Zgodovinarka Kathryn Sklar piše, da je v ameriški politiki vloga, ki jo imajo druge družbeni razredi, prevzel spol. Namesto da se ukvarjamo z vprašanjem revščine na splošno, se ameriški socialni sistem osredotoča skoraj izključno na revne ženske« (Rosen 2009, 4). Ob tem navaja še en primer: ženske na drugi strani družbene lestvice, torej ženske, ki izhajajo iz privilegiranega zgornjega družbenega razreda ali tradicionalnih političnih družin, od tega dejstva nimajo veliko političnih koristi (Rosen 2009, 4).

Ruth Rosen piše, da je torej treba odgovor na vprašanje, zakaj nobena ženska še vedno ni dobila dovolj podpore za prevzem ameriškega predsedniškega položaja, iskati v družbi sami in v ameriški kulturi. Vsa odgovornost ne more pasti na poročanje medijev. »Mediji odlikavajo kulturo prav tako kot jo oblikujejo« (Rosen 2009, 4). A kljub temu vloge medijskega poročanja o ženskih kandidatkah ne gre spregledati.

Eden od najbolj trdovratnih mitov v ameriški javnosti je prepričanje, da imajo ženske manj možnosti za volilno zmago kot njihovi kolegi (Ford 2006, 114). Kot že večkrat omenjeno, raziskave, vsaj ko gre za kongresne ali lokalne volitve, tega prepričanja ne potrjujejo. Dejstvo pa je, da je zato, ker manj žensk kandidira, tudi manj žensk izvoljenih. Razlog, da se jih manj odloči za kandidaturo, je morda iskati tudi v prepričanju, da imajo manj možnosti za zmago (Ford 2006, 114).

Erika Falk (2010, 6–7) piše, da to prepričanje, kljub temu da je napačno, še naprej spodbujajo mediji, ki ženske slikajo kot manj usposobljene kakor moške, o kandidatkah poročajo manj, o njihovem političnem udejstvovanju še vedno poročajo kot o nečem neobičajnem, izjemnem.

Falkova je v analizi devetih predsedniških kampanj žensk v ZDA ugotovila, da se tudi v razponu več kot stoletja v medijih vedno znova pojavljajo podobni vzorci spolno pristranskega poročanja (2010). Čeprav je pri kandidaturi Hillary Clinton, političarke z bogato in dolgo kariero, opazila velik korak naprej, je bilo še vedno najti nekaj elementov neenakopravne obravnave.

Hillary Clinton se je za položaj predsednice znova potegovala leta 2016. V prvem raziskovalnem vprašanju nas je torej zanimalo: *Ali je v ameriškem medijskem poročanju o prvi demokratiški predsedniški kandidatkini Hillary Clinton zaznati spolno pristranskost?*

Kriterijev, po katerih so med preteklimi kampanjami merili medijsko spolno objektivnost poročanja, je kar nekaj. V naši analizi 167 novinarskih prispevkov, objavljenih na spletnih portalih The New York Times in Fox News, smo našli nekaj vzorcev, ki namigujejo na spolno pristransko poročanje tudi v tokratni predsedniški tekmi.

Eden ključnih očitkov medijem je, ne le ko gre za pokrivanje volilnih tekem, ampak tudi ko gre za vsakodnevno poročanje, da se ženske v njih pojavljajo manj pogosto kot moški (Hrženjak in Šribar 2004). Iz analiziranega vzorca novinarskih prispevkov bi lahko sklepali, da je bilo tako tudi med poročanjem o ameriški predsedniški tekmi 2016. Hillary Clinton je bila v ospredje – ne glede na to, ali so o njej poročali negativno ali pozitivno – postavljena v 28 odstotkih analiziranih prispevkov. Njenemu tekmecu Donaldu Trumpu je bilo posvečenih več kot polovica (52 odstotkov) novinarskih prispevkov, objavljenih tako na Fox Newsu kot v The New York Timesu.

Razlogov za to razliko bi lahko verjetno našli kar nekaj – med drugimi tudi tega, da je Donald Trump s svojimi izjavami in kontroverznimi političnimi idejami skozi kampanjo nenehno šokiral –, a dejstvo je, da je bila razlika v količini poročanja o enem in drugem velika. Vzorec pa sovпада z dosedanjimi ugotovitvami raziskovalcev, da se o ženskih kandidatkah poroča manj.

Hillary Clinton je znova izgubila tudi v »tekmi«, v kateri so imele njene predhodnice nekaj prednosti – njene neposredne besede (citati) so se v 167 analiziranih novinarskih prispevkih znašle veliko manj pogosto kot besede njenega tekmeca Donalda Trumpa. Hillary Clinton so

dobesedno navajali le v 13 od 167 analiziranih novinarskih prispevkih, v katerih je bilo najti 22 citatov, njenega tekmeca pa v 32 novinarskih prispevkih, v katerih je bilo najti okroglih 100 citatov. Morda bi lahko razlog znova iskali v njegovi kontroverznosti, a dejstvo je, da so citati eden od načinov, da politični akterji neposredno nagovorijo svoje volivce. Manj citatov zanjo vsekakor ni bila prednost.

Eden od pokazateljev subtilnejše oblike seksizma je tudi formalnost/spoštljivost naslavljanja kandidatov. »Z neformalnim naslavljanjem kandidatke novinarji infantilizirajo kandidate, s čimer zmanjšajo njihov 'vpliv in legitimnost'« (Han, Heldman, Cowan, Kasen, Slobin, Miller, Porter v Uscinski in Goren 2011, 886). Da tudi novinarji uporabo samo imena dojemajo kot manj spoštljiv način naslavljanja kandidatov, je bilo očitno iz štirih prispevkov, v katerih so se avtorji odločili, da bosta glavna akterja le Donald in Hillary. Vsi štirje prispevki so bili izjemno kritični, posmehljivi do kandidatov, a bistvenih razlik v naslavljanju enega in drugega kandidata ni bilo opaziti.

Podobno je bilo tudi pri poročanju o političnih stališčih enega in drugega kandidata. Erika Falk (2010, 133) piše, da so v preteklosti kandidatke v medijih težje predstavile svoja politična stališča kot moški. Mediji so se bolj kot na politiko, ki so jo zagovarjale, osredotočali na poročanje v stilu »konjske dirke«, ko je bistveno, koliko ima kateri kandidat možnosti za zmago. Ženske so tako izpadle manj prepričljive, manj legitimne kandidatke. Falkova (2010, 155) je v analizi prve kampanje Hillary Clinton ugotovila, da je imela kandidatka za demokratsko nominacijo tedaj v začetku celo prednost pred tekmecem Barackom Obamo, ko je šlo za poročanje o njenih političnih stališčih, nato pa sta bila skoraj izenačena. A sta oba prejela manj medijske pozornosti kot pa denimo njuni predhodniki – belopoliti moški. O podobnem trendu bi lahko sklepali tudi iz analize našega vzorca novinarskih prispevkov The New York Timesa in Fox Newsa – z vprašanji, povezanimi z gospodarstvom, zunanjo politiko, obrambo oziroma varnostjo, se je vsega skupaj ukvarjalo nekaj več kot deset odstotkov analiziranih novinarskih prispevkov. Na omenjenih področjih so nekaj več pozornosti namenili stališčem Donalda Trumpa. Tem, ki so jih mediji v preteklosti tradicionalno pripisovali ženskam – pravica do splava, izobraževanje, okoljevarstvo (Carroll and Fox; Devitt; Heldman; Jamieson v Wasburn in Wasburn 2011, 1028) – v zajetem vzorcu ni bilo najti. Mediji jih niso povezovali ne s Hillary Clinton in ne Donaldom Trumpom.

Če sklepamo iz analiziranega vzorca novinarskih prispevkov, bi lahko zatrdili, da se je Hillary Clinton izognila tudi drugim tradicionalnim elementom spolno pristranskega poročanja ameriških medijev o kandidatkah. V zajetem vzorcu nismo našli primerov, v katerih bi pretirano

poudarjali, da gre za zgodovinsko kandidaturo, kar po besedah Falkove (2010) subtilno napeljuje, da je ženska v politiki še vedno izjema in ne pravilo.

Prav tako ni bilo najti primerov, v katerih bi ji kateri od dveh spletnih portalov pripisoval lastnosti, tipično povezane z ženskami – sočutnost, otročjost, ranljivost, naivnost, sramežljivost (Falk 2010, 53).

V zajetem vzorcu nismo našli niti primerov, v katerih bi se medija pretirano ukvarjala z njeno družino. Medijsko poročanje o domačih obveznostih in obveznostih, ki jih ima kandidatka v družini, so, če nič drugega, druge ženske opominjali, da je njihova primarna dolžnost skrbeti za njihove družine in ne za politiko (Falk 2010, 6). Soprog Hillary Clinton je bil omenjen le kot pomemben člen njene politične kampanje ali v povezavi s svojim obdobjem v Beli hiši in takratnimi grehi.

Hillary Clinton je v ameriški politiki prisotna že vrsto let. Z desetletji izkušenj in dokazovanja v javnosti se ji je med drugim, tako Meredith Conroy (2015, 47), uspelo uspešno distancirati od vloge (zgolj) žene in matere ter se uveljaviti kot pomembna politična akterka.

Na prvo raziskovalno vprašanje bi lahko torej delno odgovorili pritrdilo. Čeprav očitnejših razlik v poročanju o enem ali drugem kandidatu ni bilo, je v zajetem vzorcu novinarskih prispevkom The New York Timesa in Fox Newsa še vedno zaznati nekaj elementov, tradicionalno povezanih s spolno pristransko medijsko obravnavo – predvsem količino poročanja o Hillary Clinton v primerjavi z Donaldom Trumpom in število citatov. A je treba poudariti, da ima Clintonova za seboj bogato, javnosti znano politično kariero, med katero je gradila svojo javno podobo.

Meredith Conroy (2015, 45) je v svoji knjigi zapisala, da se Hillary Clinton vse od 90. let prejšnjega stoletja otepa kritik, da je premalo ženstvena. Ko je leta 2008 prvič kandidirala za položaj predsednice, se kljub kritikam na račun njene (preveč) moške drže, temu ni postavila po robu: »Namesto tega je v začetku njene kandidature [še naprej] prevladovala tema žilavosti⁶ ...« (Conroy 2015, 46). Jackson Katz (2016, 209) je zapisal: »Da, kot ženska, Clintonova hodi po tanki liniji, tudi zato, ker njena agresivnost odraža njen odklon od tradicionalne feminilnosti.«

Kathryn Kish Sklar (2008, 320–321) dodaja, da je Hillary Clinton s prvo kandidaturo leta 2008 ženskam odprla pot do pomembnih političnih položajev, tudi Bele hiše. S svojo kandidaturo je

⁶ Angl: *toughness*

idejo o enakovredni kandidaturi ženske za predsedniški položaj naredila običajno, naravno. A tu se njena hvala Hillary Clinton konča. Glavni očitek je, da se Clintonova ni postavila po robu predstavam popolnega predsednika z izrazitimi lastnostmi, tradicionalno povezanimi z maskuliniteto. Namesto, da bi rušila stereotipe, se je vključila v igro, ki jo narekujejo pričakovanja do spola. »V resnici se je odrezala zelo dobro, a kot ženska, ki se pretvarja, da je moški« (Sklar 2008, 320–321). Po prepričanju Sklarjeve je v svoji politični karieri, nato pa tudi v prvi kampanji le še spodbujala tradicionalna pričakovanja do predsedniškega kandidata – da igra igro, namesto da bi se ji postavila po robu. To je dokazala, ko je takratnega tekmeca Baracka Obama poskušala diskreditirati z očitki, da je preveč feminiziran za predsednika. »V kampanji je nastopala kot ženska, a si je ves čas prizadevala prestati test zadostne maskuliniteti« (Sklar 2008, 320–321).

Čeprav je v kampanji Hillary Clinton leta 2008 zaznati korak naprej, ko gre za medijsko poročanje o kandidatih in kandidatkah, naši izsledki pa napeljujejo, da se je podoben trend nadaljeval tudi med drugo kandidaturo leta 2016, glavno vprašanje ostaja, kaj če se za položaj ne bi potegovala Hillary Clinton. Če bi na njeno mesto stopila druga ženska, sicer prav tako bogato politično kariero, a morda javnosti manj znana in z morda bolj izrazitimi femininimi lastnostmi. Prav tako se poraja vprašanje, kakšno bi bilo poročanje medijev, če na drugi strani ne bi bil kandidat, kakršen je bil Donald Trump – znani milijarder, zvezdnik in voditelj resničnostnega šova.

Kot smo že omenili, je večina javnomnenjskih raziskav in medijev vse do konca napovedovala, da se bo v Belo hišo vrnila družina Clinton. Trumpovo kampanjo so spremljale kontroverzne izjave in napovedi o ostrem ovinku v desno, če bi ga Američani izbrali za predsednika. Njegova izvolitev je bila za marsikoga presenečenje.

Jackson Katz (2016, IX) je v uvodu v svojo knjigo *Man enough?* zapisal, da je bilo že dolgo pričakovano, da bo volilno leto 2016 leto, ko se bo veliko govorilo o spolu in položaju žensk v ameriški družbi. To je bilo namreč leto, ko se je na pot proti Beli hiši podala Hillary Clinton, najverjetnejša prva ženska, ki bi lahko osvojila položaj ameriške predsednice. »Nato pa se je začela kandidatura za republikansko nominacijo Donalda Trumpa in pričakovanja so se nepričakovano obrnila« (Katz 2016, IX). Spol je, kot piše Katz, ostal v središču pozornosti, a je imel v nasprotju s širokim razumevanja »spola« kot sinonima za »ženske« ta več opraviiti z moškimi kot pa z ženskami. Donald Trump je med svojo kampanjo igral na podobo belopolte maskuliniteti, kot piše Katz, se je dobro zavedal potrebe Američanov po odločnem, možatem moškem v Beli hiši. Čeprav mediji vloge spola niso najpogosteje omenjali ali pa jo analizirali,

je bila ta, tako Katz (Katz 2016, IX), »nenehno tik pod površjem«. Kot zgled navede izjave Trumpovih podpornikov, ki so v en glas ponavljali: »On pove tako, kot je. Je sam svoj moški. Ni politično korekten. On ima jajca (Katz 2016, IX).«

Tudi v naši analizi novinarskih prispevkov, objavljenih v The New York Timesu in Fox Newsu, nas je zanimalo, koliko so mediji Trumpa obravnavali ne samo kot predsedniškega kandidata, ampak so pod drobnogled postavili tudi njegovo možatost/moškost. V drugem raziskovalnem vprašanju smo se spraševali: *Ali je značilnosti spolno pristranskega medijskega poročanja zaznati tudi v poročanju o republikanskem kandidatu Donaldu Trumpu?*

Kot je omenil Katz, je Trump sam igral na karto belopoltega možatega moškega. V analizi vzorca 167 analiziranih novinarskih prispevkov smo iskali primere, v katerih so mu očitali, da ne dosega ozko začrtanega maskulinega ideala, ki ga konservativni volivci pričakujejo od predsednika (ukvarjanje z njegovo fizično podobo, promiskuiteta in prešuštvo), ali pa na drugi strani, da je s pretirano možatostjo (hipermaskulinitet) prestopil meje sprejemljivega (seksističen odnos do žensk, njegove osebne lastnosti, odnos do soproge ...).

Veliko več pozornosti kot izgledu Hillary Clinton so mediji namenili fizisu Donalda Trumpa – ali so se posmehovali njegovi izjavi, v kateri se je branil, da majhne roke ne pomenijo tudi majhnega spolnega uda, ali pa so se obregnili ob njegovo frizuro, barvo polti ... Kot že omenjeno, zasmehovanje oziroma poniževanje na način, ki namiguje, da moški ne dosegajo ozkega pojma maskulinitete – ta narekuje tudi zunanji izgled – spada pod seksistični jezik. Katz (2016, 32) piše, da je fizični ideal predsednika – višji moški, običajnega videza, bolj atletske postave. Norčevanje iz Trumpove zunanosti bi torej lahko označili tudi kot seksizem.

Konservativni volivci, na katere računa republikanska stranka, nanje pa je računal tudi Donald Trump, so običajno verni, od predsedniškega kandidata pa med drugim pričakujejo tudi spoštovanje do tradicionalne avtoritete in tradicionalne družine. Namigovanje, da kandidat ne dosega teh standardov, bi lahko prav tako tolmačili kot seksistični jezik.

V zajetem vzorcu novinarskih prispevkov smo našli nekaj primerov, ko mediji – predvsem The New York Times – opominjajo, da ima Trump za seboj znano preteklost z ženskami, da mu varanje ni tuje, velja pa tudi za playboya in prešuštnika.

Kot že omenjeno, lahko pretirano poudarjanje možatosti izpade komično. Prav tako vse maskuline značilnosti v družbi niso pozitivno sprejete. Če se novinarji v analiziranih prispevkih Fox Newsa in The New York Timesa skorajda niso ukvarjali z osebnostnimi lastnostmi Hillary

Clinton, pa je bil toliko bolj zanimiv Donald Trump. Največkrat so mu mediji ali pa politični nasprotniki, ki so jih novinarji citirali, pripisali arogantnost, diktatorsko držo in egoizem. Očitali so mu tudi nenačelnost in sovražnost. Gre za maskuline lastnosti, ki so v družbi slabše sprejete. Da so jih kot negativne dojemali tudi novinarji, bi lahko sklepali na podlagi dejstva, da so tovrstne lastnosti Donaldu Trumpu pripisovali le v *The New York Timesu*, ki je o republikanskem kandidatu poročal veliko bolj negativno kot o njegovi protikandidatki.

Moški z izraženimi hipermaskulinimi lastnostmi imajo tudi slabše odnose z ženskami – jih objektivizirajo ali pa jih jemljejo kot izziv, ki ga je potrebno osvojiti. V analiziranem vzorcu novinarskih prispevkov nismo našli veliko primerov, v katerih bi se novinarji ukvarjali z njegovim odnosom do Melanie Trump. Je pa v obeh primerih (oba prispevka sta bila objavljena v *The New York Timesu*) jasno, da namigujeta na neenakopraven odnos v zakonu, na podrejen položaj Melanie Trump.

Tako mediji kot politični nasprotniki so mu očitali tudi seksistični odnos do drugih žensk, še eno od lastnosti, ki pritečejo hipermaskulini. Večino tovrstnih očitkov je bilo najti v vzorcu novinarskih prispevkov, objavljenih v *The New York Timesu* – na njegov seksistični odnos do žensk je opozarjalo približno 20 odstotkov analiziranih novinarskih prispevkov. Ob tem seveda ne gre zanemariti dejstva, da je za očitke odgovoren tudi kandidat sam, ki si je tudi med kampanjo »privoščil« kar nekaj napadov na ženske – na že omenjeno novinarko Megyn Kelly, pri kateri je namigoval, da ima menstruacijo, njegovih opazk je bila deležna tudi nekdanja Miss Universe Alicia Machado in pa tekmica za republikansko kandidaturo Carly Fiorina. Drugi očitki o njegovem seksističnem odnosu so izhajali iz preteklosti (torej so bili načrtno izbrskani iz arhivov in uporabljeni proti njemu), med njimi tudi sporni posnetek, ki je nastal leta 2005.

Če bi bila predmet podobnega poročanja, kakršnega je bil deležen Donald Trump, ženska, bi bil verjetno seksistični podton veliko bolj očiten. Na drugo raziskovalno vprašanje bi torej lahko prav tako delno odgovorili pritrdilo – v poročanju o Donaldu Trumpu je bilo zaznati seksistično poročanje, še posebej, ko so se mediji ukvarjali z njegovim fizisom in mu pripisovali maskuline osebnostne lastnosti, ki veljajo za v družbi manj zaželeni.

Jackson Katz (2016, 1) v svoji knjigi piše, da ima spol v ameriški predsedniški politiki še naprej ogromno vlogo, a se ta še zdaleč ne tiče le ovir, ki jih morajo pri svoji kandidaturi premagovati ženske. V predsedniški tekmi se zrcali dolgoletni kulturni boj o tem, kakšna je prava ameriška moškost, in o tem »kakšen moški bi lahko bil in bi moral biti glavni« (Katz 2016, 1).

»Razlog, da je država še vedno tako politično razklana, je, da se še vedno ukvarja z velikimi kulturnimi spremembami, ki so jih sprožili feminizem, boj za pravice gejev in druga preobrazbena družbena gibanja v 60. in 70. letih in reakcijo nanje je videti še desetletja« (Katz 2016, 33).

V volilni tekmi leta 2016 sta se soočila dva pola – ne le levica in desnica, ampak tudi stara in nova podoba spolnih vlog. Donald Trump je, čeprav ni bil povsem tipičen predstavnik republikanske stranke, predstavljal stabilnost in vrnitev k staremu patriarhalnemu idealu (Katz 2016, 33), Hillary Clinton pa k novi moškosti, prvič ločeni od biološkega spola (kot so ji očitali, je sama igrala na karto od predsednika pričakovanih tradicionalnih maskulinih značilnosti).

Ta boj se je odlikaval tudi v dveh analiziranih medijih – tradicionalno levem The New York Timesu in tradicionalno desnem Fox Newsu. Napadi na moškost Donalda Trumpa in tistega, kar predstavlja, so bili veliko bolj očitni v The New York Timesu kot na Fox Newsu, medtem ko Hillary Clinton na Fox Newsu, vsaj v analiziranem vzorcu novinarskih prispevkov, ni bila tarča očitnejših seksističnih napadov. A je poročanju tako o enem kot o drugem kandidatu opaziti, da spol oziroma ideja o spolu še vedno igrata pomembno vlogo v ameriški predsedniški tekmi.

Če se ob koncu znova vrnemo na začetek in na besede Ruth Rosen (2009, 4) o tem, da mediji sami ne nosijo izključne krivde, da v Belo hišo v dolgi zgodovini ZDA še vedno ni bila izvoljena ženska. »Mediji zgolj odlikavajo našo politično kulturo in tradicijo. In tam moramo iskati odgovore na vprašanje [zakaj]« (Rosen 2009, 4).

6 ZAKLJUČEK

V sodobnih družbah mediji ostajajo primarni vir simboličnega materiala, na podlagi katerega občinstvo ocenjuje in oblikuje svoje razumevanje političnih akterjev in pričakovanja do njih (Wasburn in Wasburn 2011, 1028). Tudi po ameriških predsedniških volitvah 2016 stekleni strop⁷ navkljub drugačnim pričakovanjem ostaja neprebit. »Ženske še naprej opravijo večji del vzgoje otrok in zaslužijo manj denarja za primerljivo delo kot moški. Ta dejstva nas opominjajo, da imajo družbene sile iz leta 1870 [desetletje, ko je za ameriško predsednico kandidirala prva ženska], tudi danes še vedno nekaj vpliva. Mediji moških in ženskih predsedniških kandidatov ne obravnavajo enako, saj so tudi v družbi moški in ženske obravnavani neenako« (Falk 2010, 183–184).

Erika Falk (2010) je v analizi medijskega poročanja o prvi predsedniški kandidaturi Hillary Clinton leta 2008 našla elemente, ki pričajo o neenakopravni obravnavi. Tudi v naši analizi 167 novinarskih prispevkov spletnih portalov Fox News in The New York Times je še vedno najti nekaj elementov, ki napeljujejo na neenakopravno obravnavo kandidatke. A je tudi ob analizi poročanja njenega tekmeca, ki so ga mnogi označili za netradicionalnega predsedniškega kandidata, najti seksistične elemente poročanja. Ob tem moramo poudariti, da je na podlagi izsledkov analize našega vzorca novinarskih prispevkov težko posploševati na celotno ameriško medijsko poročanje o Hillary Clinton in Donaldu Trumpu. Zajeti vzorec je namreč izredno omejen – na sam dan volitev je, denimo, samo The New York Times objavil več kot 50 novinarskih prispevkov na to temo –, v analizo vključena spletna portala, čeprav sta dva od najbolj obiskanih in vplivnih portalov v ZDA, pa sta le del celotnega medijskega mozaika poročanja o predsedniških volitvah.

Leta 1995 je namreč kar 66 odstotkov Američanov novice dobivalo po televiziji (Entman 1995, 18), Pew Research Center (Mitchell in Holcomb 2016) pa je za leto 2015 poročal o velikem generacijskem razkoraku – mlajši od 30 letih so namreč kot glavni vir političnih informacij večinoma navajali družabna omrežja. Kljub omenjenemu dejstvu pa Pew poudarja, da tradicionalni mediji ostajajo glavni ustvarjalci originalnih vsebin in poročanja, brez tradicionalnih medijev torej družabna omrežja ne bi imela vsebine.

⁷ Nevidne, nepriznane ovire pri profesionalnem napredovanju, ki zadevajo predvsem ženske in pripadnike manjšin (Oxford Dictionaries).

Kljub temu je treba ob volitvah 2016 poudariti, da je bil Donald Trump eden prvih kandidatov, ki je po družabnem omrežju twitter brez posredovanja tradicionalnih medijev s svojim sporočili redno dostopal do svojih volivcev. Zdajšnji ameriški predsednik ima na tem družabnem omrežju danes (maj 2017) več kot 28 milijonov sledilcev.

Pri morebitnem nadaljnjem raziskovanju teme bi bilo tako morda preudarno zajeti večji vzorec novinarskih prispevkov, vključiti še druge medije, denimo televizijo, in proučiti vpliv neposrednega poročanja kandidatov po družabnih omrežjih.

Za boljše razumevanje spolno neenakopravne obravnave glavnih kandidatov ameriške predsedniške tekme 2016 bi bilo v nadaljnjih morebitnih raziskavah dobro narediti:

- podrobnejšo analizo novinarskih prispevkov na podlagi bolj prikritih elementov seksističnega poročanja (prikriti in subtilni seksizem) o kandidatki Hillary Clinton;
- podrobnejšo analizo njene kandidature z vidika femininih in maskulinih lastnosti – koliko se je sama zavestno podredila maskulinim pričakovanjem o predsedniškem položaju, koliko je sama med kampanjo poudarjala, da je prva ženska, ki bi lahko zasedla položaj, in kako se je, če sploh (v luči ravnotežja med maskulinim in femininim), spreminjala njena politična drža;
- poročanje o kandidatu in zdajšnjemu predsedniku Donaldu Trumpu primerjati s poročanjem o drugih predsedniških kandidatih preteklih ameriških predsedniških volitev, s čimer bi lahko odgovorili na vprašanje, ali je bilo zdajšnje poročanje o njem z vidika seksistične obravnave drugačno kot poročanje o njegovih predhodnikih.

7 LITERATURA

Ablow, Keith. 2016. Dr. Keith Ablow: Hillary Clinton -- Inside the mind of a shameless liar. *Fox News*, 8. september. Dostopno prek: <http://www.foxnews.com/opinion/2016/09/08/dr-keith-ablow-hillary-clinton-inside-mind-shameless-liar.html> (27. aprila 2017).

Cubreporters.org: Journalism Education. 2017. *Associated Press Style*. Dostopno prek: http://cubreporters.org/AP_Style (25. april 2017).

Alexa. 2017. *How popular is alexa.com?* Dostopno prek: <http://www.alexa.com/siteinfo/alexa.com> (1. januar 2017).

Alter, Charlotte. 2016. Hillary Clinton, The winner of popular wote leaves a complicated legacy. *The Times*, 6. december. Dostopno prek: <http://time.com/time-person-of-the-year-2016-hillary-clinton-runner-up/> (21. december 2016).

USmagazine. 2017. Barack Obama, Donald Trump Did One Thing Very Differently Arriving at White House on Inauguration Days, 24. januar. Dostopno prek: <http://www.usmagazine.com/celebrity-news/news/barack-obama-helps-michelle-out-of-car-while-donald-trump-forgets-melania-w462754> (1. maj 2017).

Barrow, Bill. 2016. AP Explains: Long history of women running for president. *Associated Press*, 28. julij. Dostopno prek: www.usnews.com/news/politics/articles/2016-07-28/ap-explains-long-history-of-women-running-for-president (4. maj 2017).

Bartolucci, D. Anne in Amos Zeichner. 2003. Sex, Hypermasculinity, and Hyperfemininity in Perception of Social Cues in Neutral Interactions. *Psychological Reports* 92 (1): 75–83.

Beauvoir, De Simone. 1999. *Drugi spol*. Ljubljana: Delta.

Becker, C. Julia in Janet K. Swim. 2011. Seeing the Unseen Attention to Daily Encounters With Sexism as Way to Reduce Sexist Beliefs. *Psychology of Women Quarterly* 35(2): 227–242.

Benoit, William L. Benoit, Kevin A. Stein in Glenn J. Hansen. 2005. New York Times Coverage of Presidential Campaigns. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 82: 356–376.

Bolling, Eric. 2016. Wake Up America: Hillary Clinton Owes Us This. *Fox News*, 19. avgust. Dostopno prek: <http://www.foxnews.com/opinion/2016/08/19/wake-up-america-hillary-clinton-owes-us-this.html> (1. maj 2017).

Bruni, Frank. 2016. Stop Indulging Trump, *The New York Times*, 2. avgust. Dostopno prek: <https://www.nytimes.com/2016/08/03/opinion/stop-indulging-trump.html> (26. april 2017).

Burns, Alexander. 2016. Clinton's Portrayal of Trump as Dictator Aims at the Left and Right. *The New York Times*, 29. julij 2016. Dostopno prek: <https://www.nytimes.com/2016/07/30/us/politics/democrats-donald-trump.html> (1. maj 2017).

Burk, R. Linnea, Barry R. Burkhart in Jason F. Sikorski. 2004. Construction and Preliminary Validation of the Auburn Differential Masculinity Inventory. *Psychology of Men & Masculinity* 5 (1): 4–17.

Butler, Judith. 2001. *Težave s spolom: feminizem in subverzija identitete*. Ljubljana: ŠKUC.

CNN. 2013. Donald Trump Fast Fact, 4. julij. Dostopno prek: <http://www.cnn.com/2013/07/04/us/donald-trump-fast-facts/> (22. decembra 2016).

Collinson, Stephen. 2016. How Donald Trump defied all odds. *CNN*, 5. maj. Dostopno prek: <http://edition.cnn.com/2016/05/04/politics/donald-trump-republican-nomination/> (2. maj 2017).

Conroy, Meredith. 2015. *Masculinity, media, and the American Presidency*. New York: Palgrave Macmillan.

Coppins, McKay. 2016. Donald Trump's Mormon Problem, 13. junij. Dostopno prek: <https://www.nytimes.com/2016/06/13/opinion/campaign-stops/donald-trumps-mormon-problem.html> (2. maj 2017).

Delamont, Sara. 2003. *Feminist Sociology*. London: Sage Publication Ltd.

Duda, Sibylle in Luise F. Pusch. 1995. *Nore ženske*. Ljubljana: Krtina d.o.o.

Devitt, James. 2002. Framing Gender on the Campaign Trail: Female Gubernatorial Candidates and the Press. *Journalism and Mass Communication Quarterly* 79 (2): 445–463.

Dolan, A. Kathleen. 2004. *Voting for Women: How the Public Evaluates Women Candidates*. Boulder, University of Wisconsin-Milwaukee.

---- 2013. Gender Stereotypes, Candidate Evaluations, and Voting for Women Candidates: What Really Matters? *Political Research Quarterly* 67 (1): 96–107.

Donsbach, Wolfgang in Olaf Jandura. 2003. Chances and Effects of Authenticity Candidates of the German Federal Election in TV News. *Harvard International Journal of Press/Politics* 8: 49–65.

Douthat, Ross. 2016. A Trumpism of the Left nekaj dni prej. *The New York Times*, 5. oktober 2016. Dostopno prek: <https://www.nytimes.com/2016/10/05/opinion/a-trumpism-of-the-left.html> (2. maj 2017)

Entman, M. Robert. 1995. Mediji in ameriške volitve. V *Mediji in volitve*, ur. Yasha Lange in Andrew Palmer, 17–36. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Falk, Erika. 2010. *Women for President: Media Bias in Eight Campaigns, second edition*. Urbana, University of Illinois Press.

Ferfila, Bogomil in Marta Kos. 2002. *Politično komuniciranje*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Flere, Sergej. 2000. *Sociološka metodologija*. Maribor: Pedagoška fakulteta.

Ford, E. Lynne. 2006. *Women and Politics: The Pursuit of Equality*. New York: Houghton Mifflin Company.

Fox, L. Richard in Smith, Eric R. A. N. 1998. The Role of Candidate Sex in Voter Decision-Making. *Political Psychology* 19: 405–419.

Fox News. 2016a. Will weekend of 'bombshell' stories on Clinton, Trump be prelude to bruising close to White House race?, 2. oktober. Dostopno prek: <http://www.foxnews.com/politics/2016/10/02/will-weekend-bombshell-stories-on-clinton-trump-be-prelude-to-bruising-close-to-white-house-race.html> (26. april 2017).

--- 2016b. Trump calls for congressional term limits, lobbyist crackdown, 18. oktober. Dostopno prek: <http://www.foxnews.com/politics/2016/10/18/trump-calls-for-congressional-term-limits-lobbyist-crackdown.html> (26. april 2017).

--- 2016c. Clinton's high fashion makeover sends mixed messages, 7. junij 2016. Dostopno prek: <http://www.foxnews.com/politics/2016/06/07/clintons-high-fashion-makeover-sends-mixed-messages.html> (27. aprila 2017).

--- 2016č. Legal Sea Foods in hot water over latest ad featuring "Cold Fish" Hillary Clinton, 26. junij. Dostopno prek: <http://www.foxnews.com/food-drink/2016/07/26/legal-sea-foods-in-hot-water-over-latest-ad-featuring-cold-fish-hillary-clinton.html> (26. april 2017).

Friedman, Vanessa. 2016. On Election Day, the Hillary Clinton White Suit Effect. *The New York Times*, 7. november. Dostopno prek: <https://www.nytimes.com/2016/11/07/fashion/hillary-clinton-suffragists-white-clothing.html> (27. april 2017).

Fund, John. 2016. After Trump tape, Clinton WikiLeaks dump here's what's next, America. *Fox News*, 8. oktober. Dostopno prek: <http://www.foxnews.com/opinion/2016/10/08/after-trump-tape-clinton-wikileaks-dump-here-s-what-s-next-america.html> (2. maj 2017).

General Elections: Trump vs. Clinton. 2016. *Real Clear Politics*. Dostopno prek: http://www.realclearpolitics.com/epolls/2016/president/us/general_election_trump_vs_clinton-5491.html (15. januar 2017).

Gilmore, D. David. 2001. ***Misogyny: The Male Malady***. Philadelphia: University of Pennsylvania Press. Dostopno prek: Google books.

Grynbaum, M. Michael in Rachel Abrams. 2016. 'Apprentice' Producer Denounces Trump but Won't Release Possibly Damning Tapes. *The New York Times*, 13. oktober. Dostopno prek: <https://www.nytimes.com/2016/10/14/business/media/mark-burnett-apprentice-donald-trump.html> (2. maj 2017).

Gustines, George Gene. 2016. Trump and 'Doonesbury': The Comic Gift That Keeps On Giving. *The New York Times*, 27. julij. Dostopno prek: <https://www.nytimes.com/2016/07/28/fashion/donald-trump-doonesbury-garry-trudeau.html> (2. maj 2017).

Haberman, Maggie. 2016. Inside Trump Tower, an Increasingly Upset and Alone Donald Trump. *The New York Times*, 9. oktober. Dostopno prek: <https://www.nytimes.com/2016/10/10/us/politics/trump-tower.html> (2. maj 2017).

Haberman, Maggie in Ashley Parker. 2016. Roger Ailes Is Advising Donald Trump Ahead of Presidential Debates. *The New York Times*, 16. avgust. Dostopno prek: <https://www.nytimes.com/2016/08/17/us/politics/donald-trump-roger-ailes.html> (2. maj 2017).

Hays-Gilpin, Kelley in David S. Whitley. 2000. *Arheologija spolov*. Ljubljana: ŠKUC.

Hess, Amanda. 2016. Memes, Myself and I: The Internet Lets Us All Run the Campaign. *The New York Times*, 4. november. Dostopno prek: <https://www.nytimes.com/2016/11/06/arts/memes-myself-and-i-the-internet-lets-us-all-run-the-campaign.html> (4. maj 2017).

Hillary Clinton. 2016. Everything you need to know about Hillary and Tim. Dostopno prek: <https://www.hillaryclinton.com/page/bio/> (15. januar 2017).

Hrženjak, Majda in Renata Šribar. 2004. *Priročnik za medije o upoštevanju načela enakih možnosti spolov*. Ljubljana: Mirovni inštitut.

Huddy, Leonie in Nayda Terkildsen. 2006. Gender Stereotypes and the Perception of Male and Female Candidates. *Gendering American politics: perspectives from the literature*, ur. Karen O'Connor, Sarah E. Brewer, Michael Philip Fisher, 195–202. New Jersey: Library of Congress Cataloging in Publication Data.

Jaager, Gill. 2008. *Judtih Butler, sexual politics, social change and the power of the performative*. Abigdon: Routledge.

Jogan, Maca. 2001. *Seksizem v vsakdanjem življenju*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

--- 2014. *Sociologija in seksizem*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Kahn, Kim Fridkin. 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.

Kahn, Kim Fridkin. 2006. The Distorted Mirror: Press Coverage of Women Candidates for Statewide Office. V *Gendering American politics: perspectives from the literature*, ur. Karen O'Connor, Sarah E. Brewer, Michael Philip Fisher, 203–212. Library of Congress Cataloging in Publication Data.

Kaplan, Thomas. 2016. Tim Kaine Presses Donald Trump on Health, Mocking a Doctor's Letter. *The New York Times*, 30. avgust. Dostopno prek: <https://www.nytimes.com/2016/08/31/us/politics/donald-trump-tim-kaine.html> (30. april 2017).

Katz, Jackson. 2016. *Man Enough? Donald Trump, Hillary Clinton, and the politics of presidential masculinity*. Northampton: Interling Publishing Group, Inc.

Lagon P., Marko in Rebecca P. Hughes. 2016. Women and Global Freedom. *World Affairs* 179: 37-46.

- Lake, Celinda Alysia Snell, Cate Gormley in Flora Lethbridge-Cejku. 2010. *An Examinaton of the Impact of Media Coverage of Women Candidates' Appearance*. Dostopno prek: <http://www.nameitchangeit.org/page/-/Name-It-Change-It-Appearance-Research.pdf> (26. april 2017).
- Marche, Stephen. 2016. How Toxic Masculinity Poisoned the 2016 Election, *Esquire*, 9. marec2016. Dostopno prek: <http://www.esquire.com/news-politics/news/a42802/toxic-masculine-discourse/> (5. februar 2017).
- McCain Nelson, Colleen in Janet Adamy. 2016. Hillary Clinton's Historic Moment Divides Generations of Women. *The Wall Street Journal*, 27. junij. Dostopno prek: <http://www.wsj.com/articles/hillary-clintons-historic-moment-divides-generations-of-women-1469567465> (4. maj 2017).
- McClintock, Elizabeth Aura. 2014. Beauty and Status: The Illusion of Exchange in Partner Selection? *American Sociological Review* 79: 575–604.
- McGlone, S. Matthew. 2005. Contextomy: the art of quoting out of context. *Culture & Society* 27: 511–522.
- Messner, A. Michael. 2007. The Masculinity of the Governor: Muscle and Compassion in American Politics. *Gender and Society* 21: 461-480.
- Miller, Claire Cain. 2016. What Our Sons Are Learning From Donald Trump. *The New York Times*, 18. oktober. Dostopno prek: https://www.nytimes.com/2016/10/18/upshot/what-our-sons-are-learning-from-donald-trump.html?_r=0 (4. maj 2017).
- Mitchell, Amy in Jesse Holcomb. 2016. *State of the News Media 2016*. Dostopno prek: <http://www.journalism.org/2016/06/15/state-of-the-news-media-2016/> (23. december 2016).
- Neuendorf A., Kimberly. 2002. *The Content Analysis Guidebook*. Cleveland: Sage Publications, Inc.
- Neff, James Alan. 2001. A Confirmatory Factor Analysis of a Measure of "Machismo" among Anglo, African American, and Mexican American Male Drinkers. *Hispanic Journal of Behavioral Sciences* 23: 171–188.
- Niven, David in Daniel Sandu. 2015. Candidates with Easy Access Get More Favorable Coverage. *Newspaper Research Journal* 36(2): 253–264.

Oakley, Ann. 2005. *The Ann Oakley Reader: Gender, women and social science*. Bristol: The Policy Press.

Oxford Dictionaries. Dostopno prek: <https://en.oxforddictionaries.com> (21. december 2016).

Paul, David in Jessi L. Smith. 2008. Subtle Sexism? Examining Vote Preferences When Women Run Against Men for the Presidency. *Journal of Women, Politics & Policy* 29: 451–476.

CNN. 2016. »Poll results: Is the U.S. ready for a female president?,« 4. marec. Dostopno prek: <http://www.cnn.com/2016/03/04/politics/female-president-poll-results-cnn/index.html> (4. maj 2017).

Portraying Politics: Media, Politics and Gender. 2006. Dostopno prek: http://www.portrayingpolitics.org/downloads/PP_EN.pdf (17. april 2017).

Reeser, W. Todd. 2010. *Masculinities in Theory: An Introduction*. Chichester: Wiley-Blackwell.

Rehm, Diane. 2016. Debate Over Armchair Psychological Assessments Of Donald Trump, transcript. *The Diane Rehm Show*, 17. avgust. Dostopno prek: <http://thedianerehmshow.org/shows/2016-08-17/debate-over-armchair-psychological-assessments-of-donald-trump> (4. maj 2017).

Roller, Emma. 2016. Back to the Stone Age. *The New York Times*, 13. september. Dostopno prek: <https://www.nytimes.com/2016/06/12/us/politics/meg-whitman-likens-donald-trump-to-fascists-at-republican-retreat.html> (1. maj 2017).

Root, Wayne Allyn. 2016. What Trump has in common with the Brexit vote,« *Fox News*, 30. september. Dostopno prek: <http://www.foxnews.com/opinion/2016/09/30/what-trump-has-in-common-with-brexit-vote.html> (26. maj 2017).

Rosen, Ruth. 2009. Where Are the Women? *The Women's Review of Books* 26: 3–4.

Revkin, C. Andrew. 2016. An Analyst of Gothic Monsters Explores Trump's Appeal. *The New York Times*, 4. avgust. Dostopno prek: <https://dotearth.blogs.nytimes.com/2016/08/04/with-an-assist-from-freud-an-analyst-of-gothic-monsters-explores-trumps-appeal/> (2. maj 2017).

Sklar, Kathryn Kish. 2008. A Women's History Report Card on Hillary Rodham Clinton's Presidential Primary Campaign, 2008. *Feminist Studies* 34: 315–322.

Wasburn, Philo C. in Mara H. Wasburn. 2011. Media coverage of women in politics: The curious case of Sarah Palin. *Media, Culture & Society* 33 (7): 1027–1041.

Finch, Naomi. 2008. Introduction to gender stereotypes. V *Elimination od gender stereotypes: Mission (im)possible?*: 17–26. Ljubljana: Government of the Republic of Slovenia, Office for Equal Opportunities.

Squires, Judith. 2009. *Spol v politični teoriji*. Ljubljana: Narodna in univerzitetna knjižnica.

The New York Times. 2016a. Why Donald Trump Should Not Be President, 25. september. Dostopno prek: <https://www.nytimes.com/2016/09/26/opinion/why-donald-trump-should-not-be-president.html> (1. maj 2017).

Thomas, Cal. 2016. The single best word that defines Hillary Clinton. *Fox News*, 1. november. Dostopno prek: <http://www.foxnews.com/opinion/2016/11/01/cal-thomas-single-best-word-that-defines-hillary-clinton.html> (1. maj 2017).

Udry, J. Richard in Kim Chantala. 2004. Masculinity-Femininity Guides Sexual Union Formation in Adolescents. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30: 44–55.

Uscinski, E. Joseph in Goren J., Lilly. 2011. What's in a Name? Coverage of Senator Hillary Clinton during the 2008 Democratic Primary. *Political Research Quarterly* 64: 885–896.

Verša, Dorotea, 1996. *Medijska podoba spolov*. Ljubljana: Vlada Republike Slovenije, Urad za žensko politiko.

Wallace, Nicolle. 2016. The G.O.P. Waits, and Waits, for Donald Trump to Grow Up. *The New York Times*, 29. junij. Dostopno prek: <https://www.nytimes.com/2016/06/29/opinion/campaign-stops/the-gop-waits-and-waits-for-donald-trump-to-grow-up.html> (2. maj 2017).

Yen, Hope, Stephen Ohlemacher, Lisa Lerer in Catherine Lucey. 2016. AP count: Clinton has delegates to win Democratic nomination. *AP*, 6. junij 2016. Dostopno prek: <http://bigstory.ap.org/article/4c9c850385c84b12ad5b85fda49743f9/after-weekend-wins-clinton-cusp-democratic-nomination> (20. maj 2017).