

MEDIJSKE OBJAVE O PARLAMENTARNI VOLILNI KAMPANJI 2018

Delež glasov žensk: manj kot 10%

Na zadnjih parlamentarnih volitvah 2018 je delež žensk – kandidatke za poslanke Državnega zbora znašal 44% žensk, med izvoljenimi je delež poslank le še 24,4%. Kako pa je bilo sodelovanje žensk v volilni kampanji vidno v medijih? Kakšen delež glasov so imele ženske v medijskih objavah, ki smo jih zabeležili na ključno besedo "volitve" v obdobju dveh mesecev pred volitvami? Kako je uspeh na volitvah povezan z pojavljanjem v medijih? In še – če ne bi bilo Alenke Bratušek, bi preko medijev sploh opazili, da za Državni zbor kandidirajo tudi ženske?

Zakaj meriti delež glasov žensk v volilni kampanji?

Kliping v sodelovanju s spletno postajo metinalista.si že od leta 2014 spremlja, kolikšen delež glasov imajo ženske v medijih, saj verjamemo, da je to pomemben izkaz vpliva žensk na spremembe v družbi. **Ker je politika tako pomembna družbena sfera, smo se lotili globljega vpogleda v delež glasov žensk v medijih ob parlamentarni volilni kampanji 2018.**

V analizo deleža glasov žensk v volilni kampanji smo zajeli vse medijske objave, ki so vsebovale ključno besedo "volitve" v nacionalnih tiskanih, spletnih in elektronskih medijih z najvišjimi dosegi v obdobju od 1.4.2018 do 3.6.2018. Predpostavili smo, da bo delež glasov žensk v povezavi z volitvami primerljiv s siceršnjim povprečnim deležem glasov žensk in da bo medijska pojavnost sorazmerno povezana z volilnim izidom.

Tisk: Delo, Dnevnik, Finance, Večer, Primorske novice; splet: 24ur.com, rtvslo.si, siol.net; radio: Radio Slovenija 1 in 2; TV: TV Slovenija 1, POP TV, kanal A, Planet TV.

V analizi nismo upoštevali medijskih objav, kjer se je kandidatka, ki hkrati opravlja drugo javno funkcijo (npr. ministrica) ali pa ima status znane osebnosti (estradnece, igralke) pojavila prvenstveno v svoji ne-kandidatni vlogi (npr. je kot estradnica komentirala kakšen javni dogodek ali pa je kot ministrica komentirala teme, povezane z delovanjem istega ministrstva).

klipping

Ženske so bile citirane samo v 5% medijskih objav s ključno besedo "volitve"

Vseh objav, ki smo jih zajeli v analizo, je bilo 1994, ženske so se pojavile le v 344 objavah (17% delež glasov), v večini objav so se pojavile zgolj z imenom in priimkom, torej kot kandidatke za Državni zbor. Delež objav, v katerih so bile ženske citirane (torej tistih, v katerih so imele možnost povedati kaj bolj vsebinskega in s tem torej bolje vplivati na mnenja volilk in volilcev), je bil samo 5%. Podobno velja za TV soočenja, kjer so bile ženske tako po spolu kot po dolžini pojavljanja, zastopane le 8%.

Delež izvoljenih kandidatkin v DZ na parlamentarnih volitvah 2018



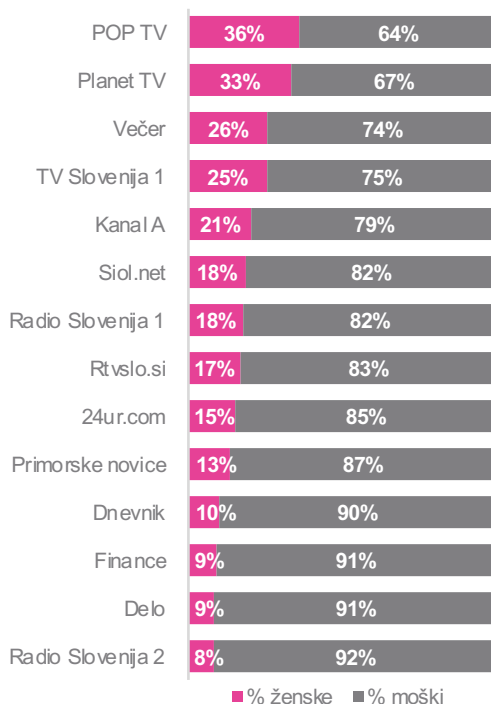
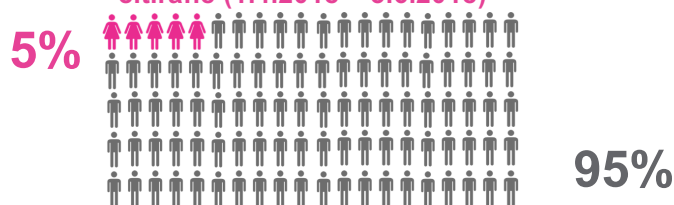
Povprečni delež glasov žensk v medijih (vključene vse teme) v obdobju apr 2014 – dec 2017



Povprečni delež glasov v medijih na temo „volitve“ (1.4.2018 – 3.6.2018)



Delež objav na temo "volitve", v katerih so bile ženske tudi citirane (1.4.2018 – 3.6.2018)



Deleži glasov žensk v medijskih objavah s ključno besedo „volitve“ po medijih (1.4.2018 – 3.6.2018).

Ženske se v volilni kampanji niso lotevale tradicionalno moških tem

Tiste ženske, ki so se kot kandidatke pojavljale v medijih z vsebino, ki presega zgolj navedbo svojega imena in priimka, so praviloma govorile na teme zdravstva, pokojnin, sociale, lokalne politike. Niso se pa lotevale tem delovnih mest, gospodarstva, zakonodaje, politične ureditve. V analizi nismo upoštevali medijskih objav, kjer se je kandidatka, ki hkrati opravlja drugo javno funkcijo (npr. ministrice) ali pa ima status znane osebnosti (estradnice, igralka) pojavila prvenstveno v svoji ne-kandidatni vlogi (npr. je kot estradnica komentirala kakšen javni dogodek ali pa je kot ministrica komentirala teme, povezane z delovanjem istega ministrstva).



Kandidatke z največ vsebinskimi objavami in kako medijska pojavnost vpliva na volilni izid?

Pričakovano je bila daleč največkrat citirana v medijih Alenka Bratušek (50 objav ali 40% vseh objav, kjer so bile citirane kandidatke za Državni zbor), sledita Ljudmila Novak s 14 objavami ter Dominika Švarc Pipan z 11 objavami. V TV soočenjih se je praviloma pojavljala le Alenka Bratušek, od kandidat, ki niso bile hkrati tudi predsednice stranke, so se v soočenjih pojavile le Ljudmila Novak, Dominika Švarc Pipan in Julijana Bizjak Mlakar. Med seznamom kandidat, ki so se najpogosteje pojavile v medijih, in seznamom izvoljenih poslank, sicer nismo opazili korelacije. Med 15 kandidatkami, ki so se največkrat pojavljale v medijih, sta bili izvoljeni le dve (Ljudmila Novak in Violeta Tomič). Za boljše razumevanje, kaj prispeva k pozitivnemu volilnemu izidu, bi bilo potrebno poznati tudi druge volilne aktivnosti kandidatov, predvsem neposredno komuniciranje z volilci in aktivnosti na družbenih medijih.

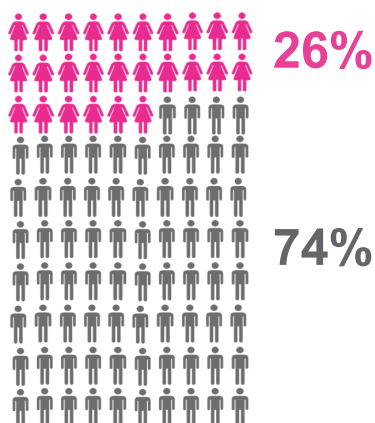
Opazanja

Kvota so lahko učinkovit vzvod za spodbujanje enakomerne udeležbe obeh spolov v političnem odločanju. A dokler ženske ne bodo zavzele aktivnejše vloge v strankah, se angažirale za večjo vidnost (ne samo v tradicionalnih medijih) in si prilastile tudi tem, o katerih večinoma razpravljajo moški, bodo ostale zgolj formalni mehanizem brez pravega učinka na spremembo trenutnega stanja.

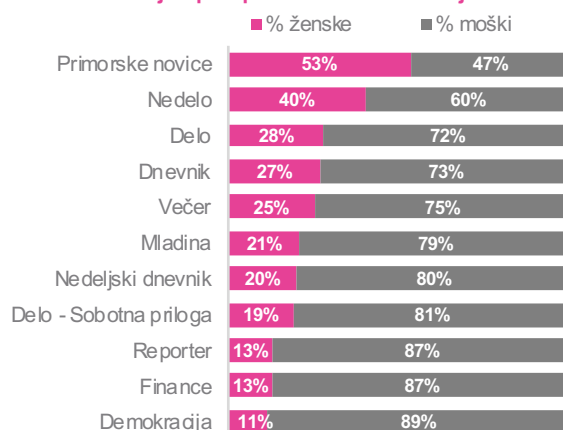
Kontekst: Kakšen pa je delež glasu žensk v medijih sicer?

Kliping v sodelovanju s spletno postajo metinalista.si že od leta 2014 spremlja, kolikšen delež glasu imajo ženske v medijih. Povprečje pojavljanja žensk kot sogovornic v pogovornih formatih TV oddaj in v intervjujih, kolumnah in komentarjih v tisku znaša 28,5%. Na televizijah se ženske pojavljajo pogosteje kot v tiskanih formatih, zanimivo da je povprečni delež pojavljanja žensk celo nekoliko višji na komercialnih kot na javni televiziji (med oddajami, ki v studiju gostijo ženske, je na prvem mestu Svet na kanalu A, kjer imajo ženske povprečno 50% delež). Med tiskanimi mediji Primorske novice največkrat dajo ženskam besedo (povprečni delež glasu žensk znaša 53%). Ženske se v medijih največkrat pojavljajo v zvezi z zdravstvom, okoljem, družbo in kulturo, najmanjkrat pa v povezavi z gospodarstvom in politiko.

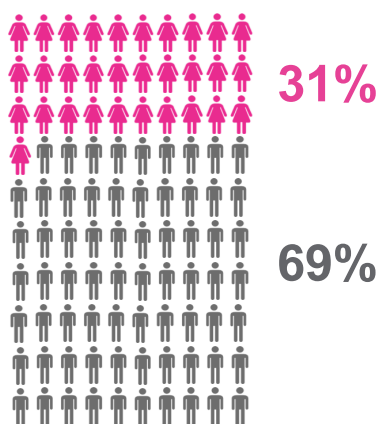
Delež glasu žensk v tiskanih medijih



Delež objav po spolu v tiskanih medijih



Delež glasu moških in žensk (vse TV oddaje skupaj)



Delež objav po spolu in oddaji

