

Annerledespolitikere i kjønnede rammer?

*En analyse av kjønnsstereotyper i
medievalgkampen 2009*

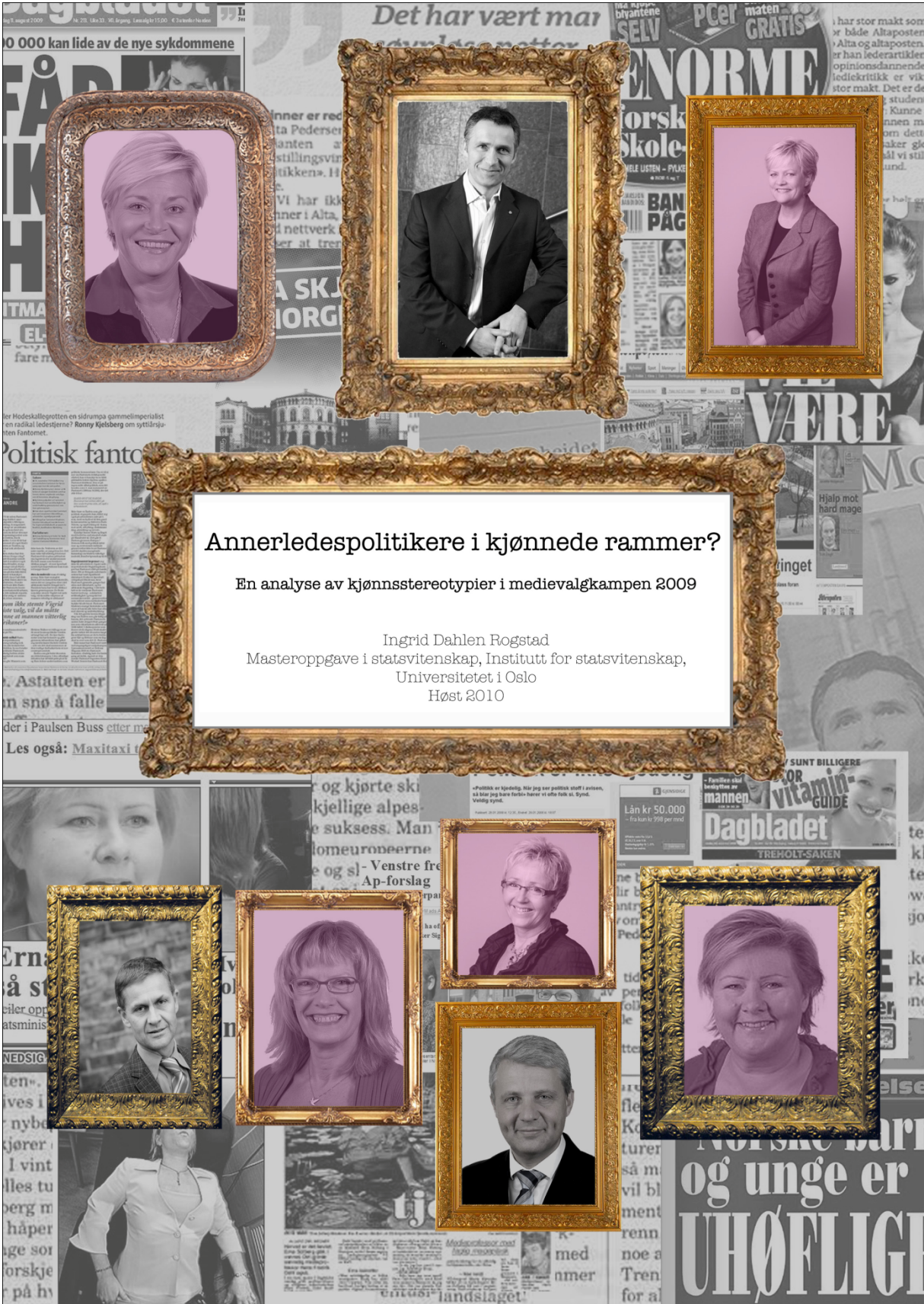
Ingrid Dahlen Rogstad



Masteroppgave i statsvitenskap
Institutt for statsvitenskap

UNIVERSITETET I OSLO

Høst 2010



© Ingrid Dahlen Rogstad

2010

Annerledespolitikere i kjønnete rammer? En analyse av kjønnsstereotyper i medievalgkampen 2009.

Ingrid Dahlen Rogstad

<http://www.duo.uio.no/>

Forsidedesign: Inger Lundhaug

Forsidefoto: Guri Dahl/SMK (Jens Stoltenberg), Scanpix/SMK (Liv Signe Navarsete og Kristin Halvorsen), Bjørn H. Stuedal (Erik Solheim) og Stortinget.

Trykk: Oslokopisten

VI

Sammendrag

Det kan synes som om norske medier er langt mer opptatt av personlige aspekter ved kvinnelige politikere enn mannlige. Avislesere blir for eksempel informert om at Erna Solberg har gått ned i vekt, at Inger Lise Hansen poserer i undertøy og at Kristin Halvorsen forsømmer klesvasken hjemme på Grünerløkka. I denne oppgaven analyserer jeg politikeromtale fra den siste uken før Stortingsvalget i 2009 i et forsøk på å kartlegge om dette virkelig er tilfelle. Ved hjelp av medieteori om blant annet fokusering og tolkningsrammer, søker jeg i et "å gjøre kjønn"-perspektiv å kartlegge de bildene mediene skapte av politikere i valgkampinnspurten. Spørsmålet mitt er hvordan disse bildene kan knyttes til tradisjonelle stereotyper knyttet til "kvinnelighet" og "mannlighet", og i hvilken utstrekning kvinner og menn ble behandlet forskjellig. Ved å gjøre en kvantitativ innholdsanalyse på medieomtale fra valgkampen finner jeg bare en liten overvekt av fokus på personlige aspekter ved kvinner, og faktisk et større fokus på mannlige politikeres utseende enn kvinners. Når jeg i tillegg studerer medieomtalen kvalitativt, finner jeg imidlertid at kvinnene oftere omtales negativt og i mer fargerike og ladede vendinger enn menn. Hovedfunnet er at kvinnene fremstilles mye mer polarisert enn menn. De kvinnelige politikerne fremstår gjennomgående som enten feminine "kvinnekvinner" eller maskuline "mannekvinner", mens mennene i all hovedsak fremstår som maskuline og blir omtalt deskriptivt og nøytralt. Jeg forklarer denne tendensen med det faktum at de første politikerne var menn, og at det dermed er menn som har skapt de målestokkene vi vurderer politikere etter. På grunn av dette er "politikerhet" per definisjon ansett som maskulint, og kvinnelige politikere havner i skvisen mellom tradisjonell, feminin kvinnelighet og maskulin "politikerhet".

Forord

Først og fremst vil jeg takke veilederen min, Hanne Marthe Narud, som med interesse og klarsyn har ledet meg gjennom prosessen og bidratt med konstruktiv og grundig veiledning.

Biveileder Rune Karlsen kom først med i arbeidet for å bistå med SPSS-analysene, men har vist engasjement og interesse lang over det som kan forventes av en biveileder. Tusen takk!

Ellers er det flere personer som har bidratt underveis som må takkes. Ottar Hellevik ledet designseminaret for komparativ politikk med stort engasjement, og Helene Roshauw hjalp til med innledende operasjoner i datamatriksen.

Jeg vil også takke Marit Dorothea Bjørnstad som har lest korrektur, og ellers inspirert undertegnede med både faglige og ikke så faglige samtaler, og Inger Lundhaug som står bak den flotte forsiden.

Ellers vil jeg rette en takk til familie og venner som har fulgt arbeidet med oppgaven med interesse og oppmuntring. Håkon, Arnhild og Ola, uten fast lunsj, middager og quiz med dere ville innspurten vært langt tristere!

Sist, men ikke minst vil jeg takke Terje. Du er alltid tålmodig, oppmuntrende, snill og forståelsesfull, enten jeg befinner meg nede i bølgedalene eller oppe på toppene.

Ingrid Dahlen Rogstad
Oslo, 25. november 2010

Innholdsfortegnelse

Innholdsfortegnelse.....	XI
Oversikt over figurer og tabeller.....	XIII
1 Innledning.....	1
1.1 ” – Får nok ikke husmorprisen”	1
1.2 Hvorfor studere omtale av kjønn i valgkamp?	2
1.3 Oppgavens oppbygning.....	5
2 Teori og hypoteser	6
2.1 Teori og sentrale begreper	6
2.1.1 Medienes politiske rolle	6
2.1.2 Medieeffekter og kjønn	11
2.2 Tidligere forskning på politikk, kjønn og medier.....	18
2.3 Hva kan denne oppgaven bidra med?	24
2.4 Hypoteser og forventninger	25
2.4.1 Tre hovedhypoteser om kjønn	25
2.4.2 Forventninger til andre relevante faktorer.....	27
3 Data og metode.....	30
3.1 Valg av case og enheter	30
3.2 Operasjonalisering og koding.....	33
3.3 Tekstanalyse som metode.....	36
3.3.1 Kvantitativ innholdsanalyse	37
3.3.2 Kvalitativ språkanalyse.....	38
3.4 Reliabilitet og validitet	40
4 Kvinner og menn i valgkampdekningen. Et overblikk	44
4.1 Er omtalen av kvinner mer personifisert?	44
4.2 Evalueres kvinner mer negativt enn menn?	49
4.3 Bakgrunnsfaktorer ved omtalene	51
4.3.1 Medieformater.....	51
4.3.2 Journalistens kjønn og kilder	53
4.4 Bakgrunnsfaktorer ved politikerne	59
4.4.1 Hierarkisk plassering i politikken.....	59

4.4.2	"Annerledespolitikere"	62
4.5	Oppsummering av hovedfunn så langt.....	62
5	Fremstillinger av kvinner og menn i valgkampen. Et dypdykk.....	66
5.1	Nærstudier av omtale knyttet til personlige aspekter.....	67
5.1.1	Politikernes egenskaper	67
5.1.2	Politikernes utseende.....	71
5.1.3	Politikernes kjønn	74
5.1.4	Politikernes privatliv	76
5.2	Evalueres kvinner mer negativt enn menn?	79
5.3	Er fremstillingen av kvinner mer stereotypisk?.....	81
5.4	Kort om andre relevante faktorer	83
5.5	Oppsummering	85
6	Konklusjon.....	88
6.1	Hva slags politikerbilder ble tegnet i valgkampen?	88
6.2	Annerledespolitikere i kjønnete rammer?.....	90
6.3	Veien videre.....	92
	Litteraturliste	94
	Vedlegg.....	101
	Vedlegg 1: Kodeskjema	101
	Vedlegg 2: Oversikt over analysematerialet	102

Oversikt over figurer og tabeller

Figur 2.1. Egenskaper som ansees som feminine og maskuline	15
Figur 2.2. To stereotypiske kvinnepolitikermodeller	16
Figur 4.1. Omtale av personlige aspekter ved kvinnelige og mannlige politikere.....	44
Figur 4.2. Omtale av personlige aspekter ved kvinnelige og mannlige politikere fordelt på tema.....	45
Figur 4.3. Saksramme i sakene hvor kvinnelige og mannlige politikere er omtalt.....	46
Figur 4.4. Titulering av kvinnelige og mannlige politikere.....	48
Figur 4.5. Evaluering i omtalene av kvinnelige og mannlige politikere.....	49
Figur 4.6. Evaluering av kvinnelige og mannlige politikere i omtalene som vedrører personlige aspekter	50
Figur 4.7. Omtale av personlige aspekter ved kvinnelige og mannlige politikere i de tre avisene.....	51
Figur 4.8. Omtale av personlige aspekter ved politikere i de tre avisene	52
Figur 4.9. Omtale av personlige aspekter forfattet av henholdsvis kvinnelige og mannlige journalister	54
Figur 4.10. Oversikt over hvem som var kilde til omtale av personlige aspekter ved kvinnelige og mannlige politikere	56
Figur 4.11. Oversikt over hvem som var kilde til omtale av personlige aspekter i de tre avisene.....	58
Figur 4.12. Omtale av personlige aspekter for ulike hierarkiske grupper.....	60
Figur 4.13. Omtale med fokus på personlige aspekter for partiledere.....	61
Tabell 5.1. Positive karakteristikk som kan knyttes til feminitet og maskulinitet, for henholdsvis kvinner og menn	68
Tabell 5.2. Negative karakteristikk som kan knyttes til feminitet og maskulinitet, for henholdsvis kvinner og menn	70

1 Innledning

1.1 ”- Får nok ikke husmorprisen”

Kvinnelige politikeres antrekk, kroppsfasong, fremtoning og privatliv er stadig tilbakevendende temaer i mediens dekning av norsk politikk: Karita Bekkemellems kjoler, Kristin Halvorsens og Siv Jensens hårfrisyrer, Gerd Liv Vallas sko, Inger Lise Hanssens underkjole, Erna Solbergs vekt. Under overskriften ”-Får nok ikke husmorprisen” forteller Dagbladet at Kristin Halvorsen forsømmer klesvasken hjemme på Grünerløkka (Dagbladet 2008), og VG kan meddele at Erna Solberg overlater det meste av husarbeidet til mannen (VG 2004a; VG 2004b). I tillegg er Siv Jensens sivilstand stadig gjenstand for spekulasjoner: Titler som ”Vil ha barn – men først må jeg finne en mann” (VG 2007); ”Jeg er ikke lesbisk” (VG 2006); og ”Venter på den rette” (Dagbladet 2004) dukker raskt opp etter et enkelt søk på ”Siv Jensen” og ”kjæreste” i mediearkivet Retriever.

Heller ikke i valgkampen 2009 var kvinnelige politikeres personlige attributter noe som unngikk mediens søkelys. I de siste ukene før valget var både Erna Solbergs kropp (Dagbladet Magasinet 2009) og Siv Jensens og andre kvinnelige politikeres skjørtelengde (VG 2009b) temaer som ble viet mye medieoppmerksomhet. Det er ikke like lett å komme på saker der det ble fokusert på mannlige politikeres figur og utseende i valgkampen. Et hederlig unntak er imidlertid VGs hovedoppslag med en nyslanket Lars Sponheim i bar overkropp (VG 2009a). Likevel er det en grunnleggende forskjell i sakene Solberg, Jensen og Sponheim figurerer: Mens Solberg ble fremstilt som offer, og Jensen fremstod som sutrete og sint, kom Sponheim positivt ut av det. Han fremstod som en driftig, barsk og maskulin mann som hadde tatt grep om egen helse etter å ha fått diabetes.

Er det slik at utseende, kropp, privatliv og personlige egenskaper er aspekter som blir omtalt hyppigere når kvinnelige politikere blir omtalt enn mannlige? Fremstilles kvinnelige politikere oftere i et negativt lys enn sine mannlige kollegaer, og er dette særlig tilfelle når personlige attributter trekkes frem? Er det slik at mediene med sine ord, formuleringer og tolkningsrammer fremmer tradisjonelle og dikotomiske kjønnsstereotyper? Evalueres kvinnelige politikere opp mot feminine og tradisjonelt

”kvinnelige” egenskaper, og menn mot maskuline egenskaper? Ble valgkampen 2009 dekket i et maskulint narrativ, der kvinnelige politikere ble definert som avvikere fra ”normalen”? Deltok mannlige og kvinnelige politikere i valgkampen på like premisser?

I denne masteroppgaven søker jeg å få svar på de spørsmålene som er stilt ovenfor, og jeg ønsker spesielt å finne ut om den overflatiske observasjon jeg har gjort meg vedrørende omtale av mannlige og kvinnelige politikere, faktisk gjør seg gjeldende i mediens valgkampdekning. Jeg oppsummerer de foregående spørsmålene i følgende overordnede problemstilling:

Hva slags bilder av kjønn ble tegnet av mediene i valgkampdekningen 2009, og i hvilken utstrekning ble kvinnelige og mannlige politikere behandlet forskjellig?

1.2 Hvorfor studere omtale av kjønn i valgkamp?

I dagens ”medialiserte” samfunn er politikk for de fleste ensbetydende med den politikk som formidles i mediene. Det er mediene som setter dagsorden, regisserer og redigerer spillet, og ”kroner” eller ”detroniserer” de aktørene som befinner seg i mediens søkelys (Aardal, Krogstad, Narud og Waldahl 2004:17). I tillegg er det i stor grad mediene som definerer og fremstiller kjønn, og fremstiller interaksjonen mellom kjønn og politikk:

As core intermediaries in contemporary democracies, the media are deeply implicated in the process of defining and framing gender. They represent and reconstruct the contrast between femininity and politics, both in the popular culture and serious political reporting (Aalberg og Jenssen 2007:21).

Medienes språk og fremstilling av våre folkevalgte er med andre ord ikke likegyldig: Det er sågar opinionens hovedkilde (ja, kanskje eneste kilde) til å skaffe seg et bilde av de folkevalgte, mannlige så vel som kvinnelige.

Ifølge Sreberny-Mohammadi og Ross (1996:109) kan mediens diskurs vedrørende menn og kvinner, og mannlighet og kvinnelighet, ha konsekvenser utover det språklige. De hevder at kvinner behandles forskjellig fra menn, med utgangspunkt i andre og diskriminerende kategorier og stereotyper, og hevder at dette kan fremme diskriminering også i praksis: *“(...) it seems very likely that discrimination in discourse helps maintain intellectual habits that promote discrimination in practice”*. Krogstad (1999:47) peker også på at mediediskurs kan føre til maktskjevhet mellom mannlige og

kvinnelige politikere. Hun hevder at det faktum at de første politikerne var menn, har ført til at politikerrollen er forankret i mannlige rollemodeller, og at mannlige politikere dermed oppfattes som "normalen". Kvinnene blir således vurdert *i forhold* til mannen. På bakgrunn av dette kan kvinnelige politikere oppleve å bli stemplet som dårlige kvinner, eller dårlige politikere, hvis de opptrer utenfor den forventede "malen".

Dette bringer oss over på et velkjent dilemma for kvinnelige politikere: Jo bedre hun blir i å "gjøre" politikk, jo mer står hun i fare for ikke å bli sett på som "en ordentlig kvinne". Og omvendt: Jo mer "kvinnelig" hun er, jo mindre blir hun sett på som "en ordentlig politiker" (Gomard og Krogstad 2001:29). Med dette dilemmaet i tankene, forstår man at det er problematisk dersom kvinnelige politikere opplever et større fokus på sin personlighet, sitt utseende og sitt privatliv – og i tillegg kanskje en større negativ oppmerksomhet rundt disse aspektene, enn sine mannlige kollegaer. Dersom det er slik at mediene forskjellsbehandler menn og kvinner i mengden av fokus på personlige aspekter, kan det faktisk nøre opp under grunnlaget for dette dilemmaet, fordi det er med på å konsolidere kjønnes stereotypiske plassering innenfor en feminin/maskulin-dikotomi.

Dersom mediene opererer med gjensidig utelukkende dikotomier i sitt syn på kjønn, ved å knytte feminine aspekter som følelser, subjektivitet, familie, samarbeidsvilje og mykhet til kvinner, mens maskuline motsetninger som rasjonalitet, objektivitet, ambisjoner og konkurransevillje knyttes til menn, gir det svært snevret spillerom for både mannlige og kvinnelige politikere i deres muligheter til å forme sine roller som politikere. Det faktum at egenskapene blir sett på som gjensidig utelukkende har imidlertid større konsekvenser for kvinnelige politikere enn mannlige (Krogstad 1999; Gomard og Krogstad 2001; Dahlerup 1985; Kahn 1993): Siden politikerrollen er skapt av menn, korrelerer nemlig gode egenskaper ved en mann, og gode egenskaper ved en politiker i stor grad. For kvinner derimot, er en del av de krav som stilles til en politiker, uforenelige med forventninger til tradisjonell "kvinnelighet". Hvis det ikke går an å fremstå som familiekjær og karrierehungrig på samme tid, hvordan skal for eksempel da en ung, kvinnelig politiker kunne fremstå som både en god politiker og en god kvinne, i tradisjonell forstand?

Ifølge van Zoonen (2006:297-299) vurderes kvinner i henhold til tradisjonelle kjønnsstereotyper som mindre kunnskapsrike enn menn. På bakgrunn av dette blir det viktigere for kvinnene å fokusere på sak, mens de mannlige politikerne, som i stor grad

allerede har opinionens tillit når det gjelder kunnskap, kan være mer fleksible. Hvis det er ekstra viktig for de kvinnelige politikere å assosieres med seriøsitet, profesjonalitet og kunnskap, blir det et ekstra stort problem for dem dersom mediene fremhever apolitiske aspekter ved dem. Mens menn fremstår som mer hele og sammensatte mennesker når mediene fokuserer på deres privatliv eller utseende, blir i motsatt fall kvinnens "kvinnelighet" og dermed, mangel på "politikerhet" fremhevet når hun utsettes for slikt fokus. Et overdrevet fokus på kvinnelige politikeres personlige aspekter befester på mange måter kvinnens posisjon som avviker fra "normalen", og bidrar til å understreke hennes stilling som "det annet kjønn" (Beauvoir 2000).

Med snevre og dikotome kjønnstypiskheter som utgangspunkt, vil både mannlige og kvinnelige politikere lett oppleve negativ oppmerksomhet dersom de bryter med de forventninger som tradisjonelt stilles til deres kjønn. Da stereotypene står sterkere og er tydeligere for kvinner, vil imidlertid kvinner lettere bli utsatt for slike negative evalueringer. Det finnes flere eksempler på kvinnelige politikere som har fått dårlige stilkarakterer når de har opptrådt på måter som tradisjonelt ikke er forenelig med de forventningene som knyttes til "kvinnelighet". Norges tidligere statsminister Gro Harlem Brundtland er en av dem. Da hun ved en anledning fikk den lite flatterende beskrivelsen "kjeftesmella fra Bygdøy" av Dagbladet, betegnet hun det imidlertid som kjønnsdiskriminering, og ga svar på tiltale: "*Kan man bruke et ord som kjeftesmelle om en mannlig politiker? Nei, menn omtales vel i stedet som pågående og direkte*" (Hansson og Teigene sitert i Krogstad 1999:68).

Jeg velger å gjøre mine undersøkelser vedrørende mediespråk og kjønn i tilknytning til mediedekningen av et stortingsvalg. Det er ikke tilfeldig. Medienes språk og fokus knyttet til kjønn kan nemlig sies å være ekstra sentralt i forbindelse med valg og valgkamp fordi valg representerer selve kjernen i et demokrati. Dermed vil diskriminering på akkurat dette området ha større og mer alvorlige konsekvenser enn på andre områder innen politikken. Det faktum at stadig flere velgere bestemmer seg for hvem de skal stemme på sent i valgkampen (Aardal, Høstmark, Lagerstrøm og Stavn 2007),¹ i tillegg til høy velgervolatilitet (Aardal, Reymert og Otterbekk 2010)² og mer

¹ Ved Stortingsvalget i 2005 bestemte 56 prosent av velgerne seg for hvilket parti de skulle stemme på under valgkampen, rett før valget eller på selve valgdagen.

personifisert mediedekning, gjør heller ikke valgkampen mindre relevant. Disse tendensene har etter all sannsynlighet gjort velgerne lettere påvirkelige for korttidsfaktorer, som populære politikere. Av disse årsaker blir det svært viktig for politikere at de får kommunisert sitt eget kandidatur på best mulig måte (Aalberg og Jenssen 2007:21). Ifølge Kahn (1993:482) kan kjønnsforskjeller i mediedekning føre til alvorlige konsekvenser ved valg, siden det er svært sentralt hvordan en politiker blir fremstilt i mediene.

1.3 Oppgavens oppbygning

Jeg har i innledningen gjort rede for oppgavens tema og problemstillinger, og en del forventninger knyttet til problemstillingene. I kapittelet som følger vil jeg gjøre rede for det teoretiske utgangspunktet for oppgaven, i form av medie- og kjønnteori og tidligere forskning på området, og jeg vil også si litt om hva jeg mener min oppgave kan bidra med i denne sammenhengen. Til sist i kapittel 2 formulerer jeg tre hypoteser i et forsøk på å konkretisere problemstillingen og lage et veikart for analysen.

I det tredje kapittelet foretar jeg en operasjonalisering av problemstillingen og hypotesene, og gjør rede for valg som er gjort knyttet til valg av case, enheter og variabler. Jeg presenterer også det forskningsdesignet jeg vil benytte, som er statistisk analyse kombinert med en kvalitativ språkanalyse. Til sist i kapittel 3 gjør jeg rede for metodologiske spørsmål og utfordringer knyttet til forskningsdesignet.

I oppgavens fjerde og femte kapittel presenterer og diskuterer jeg funnene fra analysene. Jeg presenterer først funn fra den kvantitative analysen, og lar deretter den kvalitative analysen bygge videre på denne. Den kvalitative analysen er hovedsakelig ment å utdype og nyansere funnene i den kvantitative. Presentasjonen av funn vil hele tiden være supplert med eksempler fra tekstmaterialet som er gjenstand for analyse. I kapittel 6 runder jeg av med noen konkluderende betraktninger og implikasjoner basert på analysene, og forsøker å samle trådene fra de foregående kapitlene.

² Regner man med de velgere som beveget seg inn og ut av "hjemmesitter"-gruppen, endret hele 47 prosent av velgerne standpunkt mellom Stortingsvalgene i 2001 og 2005. Ved valget i 2009 så man en synkende trend knyttet til velgervolatilitet: Mellom 2005 og 2009 endret 39 prosent av velgerne standpunkt.

2 Teori og hypoteser

2.1 Teori og sentrale begreper

Hvordan ble kvinnelige og mannlige politikere eksponert i mediene i valgkampen 2009? Fra hvilke vinkler ble politikerne betraktet, og hva slags bilder, portretter og snapshots var det som kom til syne i mediens rammer? Journalister er portvakter, regissører og fortellere på politikernes vei til publikum, og det medieinnholdet som presenteres vil nesten alltid være kraftig redigert, og journalistene vil kun fokusere på det de selv mener er nyhetsverdig. På den måten blir det journalister og redaktører som skaper det *utsnittet* av politikerne som blir presentert, og politikerne er nærmest prisgitt mediens fremstilling av dem (Thorbjørnsrud 2008:2; Gidengil og Everitt 2000:108). I denne oppgaven er jeg interessert i å studere de avspeilingene mediene fremstilte av politikere i en valgkamp, og med en slik innfallsvinkel er det naturlig at medieteorier utgjør det teoretiske rammeverket. Begreper som *medialisering*, *personifisering*, *fokusering* og *tolkningsrammer* vil være sentrale.

Kjønn er et helt avgjørende aspekt i denne studien, og begrepet krever åpenbart en kontekstspesifikk definisjon. Som jeg allerede har vært inne på, er jeg opptatt av tilstedeværelsen av kjønnsstereotyper i mediens fremstilling av mannlige og kvinnelige politikere. Med et slikt utgangspunkt vil en sosialkonstruktivistisk definisjon av kjønn, som fokuserer på performative og sosiale snarere enn biologiske aspekter ved kjønn, være mest hensiktsmessig, da denne typen definisjon ser på kjønn som noe man "gjør". Med en slik definisjon av kjønn blir det forhåpentlig lettere å frigjøre seg fra tradisjonelle stereotyper og dikotomier knyttet til kjønn, når jeg skal analysere mediens fremstilling av politikkens kvinner og menn.

2.1.1 Mediens politiske rolle

Et av de mest sentrale kjennetegnene ved moderne valgkamp er at den blir stadig mer medialisert. Der publikum og velgere tidligere fikk sine virkelighetsbilder først og fremst fra sosiale, kulturelle og geografiske forankringer, er det nå mediene som iscenesetter den politiske offentligheten gjennom sine virkelighetsbilder og tolkningsrammer (Jensen og Aalberg 2007:7). Den måten journalistene formidler og fortolker politiske

stridsspørsmål på, blir i stadig større grad publikums guide til politikens innhold og aktører, og på den måten former mediene i stor grad den offentlige mening vedrørende både politikk, næringsliv, kultur og vitenskap (Aardal, Krogstad, Narud og Waldahl 2004:17). Mange års studier vedrørende mediepåvirkning har vist at medienes makt har økt gradvis til et nivå der vi kan si at det ikke bare er *i mediene* at politikeres, partiers og regjeringers skjebner avgjøres, men at de også i stor grad avgjøres *av mediene* (Jenssen og Aalberg 2007:7). Den norske makt- og demokratiutredningen karakteriserer sågar den politiske offentligheten som en *redigert offentlighet* (Østerud sitert i Aardal m.fl. 2004:17).

Den medialiseringen som har funnet sted i politikken har ifølge Hernes (1978) gjort at den påvirkes av en rekke "medievidningsteknikker": politikken *tilspisses* og *forenkles*, den *polariseres* og *intensiveres* og den *konkretiseres*. Detaljer erstattes med spissformuleringer; kompleksiteten i budskapet reduseres; meningsmotstandere stilles opp mot hverandre i dueller; det fokuseres på heftige utbrudd fremfor ordinær administrasjon og dagligdags saksbehandling; og enkelthistorier presenteres på bekostning av større, sammensatte problemer. Hernes forklarer denne utviklingen med at samfunnet vårt har gått fra å være informasjonsfattig til informasjonsrikt. Dermed har det blitt et underskudd på oppmerksomhet, og mediene må således legge vekt på å *fange* publikums oppmerksomhet (Hernes 1978:187-188).

Ifølge Hernes (1978:188) vokser medievidningsteknikkene ut fra i og for seg prisverdige målsettinger. For det første kapasitetsproblemer: Man kan ikke slippe til alle, eller rapportere om alle saksforhold, og et utvalg blir dermed nødvendig. For det andre kan man la være å rapportere om forhold som man antar at de fleste sitter inne med kunnskap om fra før. Alle vet at Bergensbanen går hvis man ikke hører noe annet. Dermed kan man si at medienes virksomhet bygger på en forutsetning om "normalkunnskap": Kunnskap om at alt fungerer som normalt hvis ikke noe annet meldes. På bakgrunn av dette vil mediene dermed automatisk fokusere på det som er uventet, og avviker fra det man anser som "normalt".

Det finnes også en sjette medievidningsteknikk, nemlig *personifisering*, og denne er svært sentral for problemstillingen i denne oppgaven. Personifiseringen skjer i form av at mediene fokuserer på enkeltpersoner fremfor anonyme kollektiver, og enkeltskjebner fremfor vedtak. Den økte personifiseringen av politikken skyldes imidlertid ikke bare medienes opptreden, men også at de politiske aktørene tilpasser

seg mediernes krav og teknikker. I dag fremstår for eksempel partilederne i stadig større grad som tillitvekkende "mediepersonligheter" som uttaler seg i form av medievennlig patos-retorikk, for eksempel ved å uttrykke harme over urett som blir begått mot enkeltmennesker (Moen 2007:105). Forskning har vist at partiene selv i stor grad tar i bruk sentrale politikere når det politiske budskapet skal formidles (Karlsen og Narud 2004). Personifiseringen av politikken kommer også til uttrykk gjennom et stadig større fokus på politikere som "kjendiser", noe som gir et stadig større krav til at politikerne må opptre også "off stage". I tillegg til å prestere og å gjøre et godt inntrykk når det gjelder politiske prosesser og offentlig kontakt med velgerne, må politikerne i dag også tenke på hvordan de fremstår overfor velgerne gjennom livsstil, fritidsinteresser, kulturell smak, familieliv, vennskap og nettverk (van Zoonen 2005:74).

Den personifiserte kjendispolitikken er mer utbredt innenfor noen medieformater enn andre, for eksempel tabloidjournalistikk, eller populærjournalistikk, som defineres ved sitt fokus på det sensasjonelle, det personlige og det emosjonelle, sin konsentrerte og lettfattelige form, med store bilder og sensasjonsoverskrifter, samt sitt kommersielle potensial (Thorbjørnsrud 2007:144; Smith-Meyer 2009). Denne formen for journalistikk er naturlig nok ofte høyere representert i løssalgssaviser, som har et større fokus på å underholde leserne enn andre typer aviser, og også i enda større grad enn andre medier må legge vekt på å fange publikums oppmerksomhet (van Zoonen 2005). En ytterligere konsekvens av mediernes tendens til å personifisere, er intimisering av politikken. Spesielt innenfor noen sjangre, som feature og reportasje, nytter det ikke å ikle seg "profesjonell politiker"-rollen. Det kreves at politikerne er "seg selv" og viser sanne følelser. Dersom politikeren i en slik setting prøver å ikle seg partirollen, vil det komme feil ut, og vedkommende vil fremstå som både lite åpen, lite menneskelig, og med manglende "sosiale antenner" (Jamtøy og Hagen 2007:167).

To aspekter som er svært sentrale ved mediernes fremstilling av politikk er deres *fokusering* og *tolkningsrammer*, i litteraturen gjerne kalt priming og framing. Disse begrepene beskriver mediernes måte å fremheve enkelte sider ved aktørene, og overse andre, i tillegg til de konsekvenser det konkrete medieinnholdet har for måten publikum oppfatter den aktuelle aktøren. Jeg vil i det følgende gjøre ytterligere rede for hva de to begrepene innebærer. Da jeg i denne oppgaven er opptatt av mediernes fremstilling av *politikere*, og ikke andre objekter i politikken, som saker eller partier, vil jeg konsentrere meg om de deler av begrepene som kan knyttes til *personaspekter*.

Fokusering

Medienes *fokusering* handler om hvordan bestemte egenskaper hos de aktører som deltar i politikken blir vektlagt. Ved å fokusere på visse egenskaper hos en politiker fremfor andre, bidrar mediene til å etablere de målestokker eller standarder som politikerne vurderes etter. Medienes fokusering bidrar dermed til å skape bestemte assosiasjoner hos mottakerne. På denne måten aktualiserer mediene bestemte vurderinger som vil ligge langt fremme i velgernes bevissthet, og spille en fremtredende rolle for deres vurderinger av politikerne (Aardal m.fl 2004:22).

By calling attention to some matters while ignoring others, television news influences the standards by which governments, presidents, policies, and candidates for public office are judged (Iyengar og Kinder 1986:65).

Slik definerer Shanto Iyengar og Donald R. Kinder begrepet priming i sin banebrytende bok "News That Matters" fra 1986. De la, som vi ser av deres definisjon, spesielt vekt på primingeffekter innen tv-mediet, men teorien er minst like anvendelig på skriftlig medieinnhold, da prioritering og fokusering er minst like sentralt der. Ifølge Iyengar og Kinder påvirker medienes fokusering de kriteriene velgerne bygger på når de vurderer innsatsen til en politiker: For eksempel vil en politiker som er kjent for sin intellektuelle kapasitet stå sterkere dersom mediene understreker at den politiske situasjonen krever en leder med store kunnskaper, mens politikere som er mer kjent for sine forhandlingsevner og brede kontakter i ulike politiske miljøer, snarere enn for sine intellektuelle ferdigheter, vil stå svakere (Aardal m.fl. 2004:22).

I sitt studium fra 1986, som omhandlet primingeffekter knyttet til medienes fremstilling av den amerikanske presidenten, fant Iyengar og Kinder (1986) at slike effekter påvirket publikummets oppfatning av presidentens kompetanse og evne til å gjøre en god jobb, så vel som hans eller hennes personlige karakter.

Candidates must project intelligence, honesty, compassion and more, or suffer the consequences. More generally, how much support a president can muster during his term and how many votes he receives on Election Day depend heavily on how he is judged in personal terms. Because character is important to the public, it becomes important to our analysis of priming (Iyengar og Kinder 1986:73).

Ifølge Krogstad (1999:67) har mediernes fokusering stor innvirkning på hva slags image en politiker får, siden det er mediene som langt på vei bestemmer hvilke sider ved en politiker som skal løftes frem, og hvilke som skal overses. Således forsyner mediene velgerne med det råmateriale som deres politikeroppfatninger formes av.

Tolkningsrammer

Begrepet *tolkningsrammer* går hånd i hånd med begrepet fokusering, og de to begrepene overlapper hverandre til en viss grad. Der fokusering legger vekt på den betydningen grad av fokus og type fokus mediene har på fremstillingen av en politiker, tar tolkningsrammer imidlertid utgangspunkt i det *eksplisitte medieinnholdet* og legger vekt på hvordan innslaget *tolkes*. Vi kan vi si at mediernes *fokusering* er med på å bestemme *hva* som befinner seg på dagsorden, mens mediernes *tolkningsrammer* legger premissene for *hvordan* det fremstilles (Jenssen og Aalberg 2004:330-331). Det er knyttet en del forvirring til hva begrepet tolkningsrammer faktisk innebærer, men det hersker enighet om at det beskriver virkningen det får på publikum at mediene presenterer saker innen en viss ramme, eller det journalister gjerne kaller *vinkling* (Aalberg og Brekken 2007:178).

Et viktig tema i forskningen vedrørende tolkningsrammer har vært forskjellen mellom episodiske og tematiske tolkningsrammer. Med en episodisk tolkningsramme fremheves det unike aspektet ved en hendelse, mens man med en tematisk tolkningsramme setter en enkelthendelse inn i en større sammenheng, gjerne som et eksempel på en mer generell tendens eller et allment fenomen (Jenssen og Aalberg 2004:331). Hvilke tolkningsrammer som benyttes i fremstillingen av en sak er på ingen måte likegyldig da dette vil kunne påvirke spørsmål om årsak og ansvar. I en sak vedrørende kriminalitet i samfunnet, vil for eksempel en episodisk ramme gjerne påpeke spesielle personlige egenskaper hos dem som begår kriminelle handlinger som opphav til problemene, mens en tematisk ramme vil påpeke at det er måten samfunnet er organisert på som skaper kriminaliteten (Aalberg og Brekken 2007:179).

I løpet av de siste årene har man sett en økende bruk av episodiske tolkningsrammer. En slik utvikling kan være problematisk fordi det kan være med på å svekke helhetlige og mer prinsipielle perspektiver. Ifølge Aalberg og Brekken (2007:179) kan episodiske tolkningsrammer virke avpolitiserende, fordi de

Samfunnsmessige mønstrene som er politisk interessante blir oversett på bekostning av spesifikke episoder og situasjoner. Iyengar har forklart amerikanske fjernsynsmediers økende bruk av episodiske tolkningsrammer med at hendelser som i liten grad lar seg konkretisere, personifisere og billedliggjøre, passer dårlig inn i dagens nyhetsformat. Det må altså ofte en spesifikk episode til før mediene tar opp en sak (Aalberg og Brekken 2007:180).

I studier av valgkampdekning har forskere også pekt på at mediene ofte fokuserer på det politiske spillet snarere enn de politiske sakene (Narud og Waldahl 2004). Aalberg og Brekken (2007:180) hevder at man i det som kan kalles politiske metarammer, kan trekke et skille mellom saker som har en spillramme, inklusive historier om strategi og politikernes image, og en saksramme, som vektlegger partienes posisjon i ulike saker og generell bakgrunnsinformasjon. Man kan imidlertid også dele nyhetsdekningen opp i enda mer spesifikke rammegrupperinger, som for eksempel konfliktrammer, personrammer, kampanjerammer, strategirammer og ansvarsrammer. Patterson hevder at en økende bruk av både episodiske og spillfokuserete rammer er en konsekvens av kommersialisering av mediene: Publikum synes det er mer spennende å høre om politisk spill og kamp om makt enn debatt om bakgrunnsinformasjon om konkrete politiske saker (Aalberg og Brekken 2007:180).

2.1.2 Medieeffekter og kjønn

Journalister og redaktører har stor innflytelse på hvordan politikere fremstår ved at de i stor grad avgjør hvor synlig en politiker er i mediebildet, samtidig som de bestemmer hvilke sider ved politikeren som skal fremheves eller overses. I tillegg konstruerer mediene langt på vei de rammene politikeren presenteres innenfor, og de bestemmer hvordan politikeren, eller dennes budskap, skal vinkles. Dagens politikk er både medialisert og medievridd, og den makten journalistene sitter inne med, kan ha store konsekvenser for hvordan en politiker fremstår i offentligheten.

Konsekvensene av denne mediemakten trenger imidlertid ikke å være de samme for alle politikere. For eksempel kan kvinnelige og mannlige politikere komme forskjellig ut av det, på bakgrunn av forventninger og stereotypiske oppfatninger knyttet til kjønn både hos journalistene og hos publikum. Dersom mediene fokuserer på en kvinnelig politikers feminine egenskaper, kan det for eksempel føre til at hun oppfattes som en

mindre skikket politiker fordi det tradisjonelle bildet vi har av en politiker er en mann. Medienes hang til å fokusere på det som er uventet kan også ha ulike implikasjoner for kvinnelige og mannlige politikere, fordi det er knyttet ulike forventninger til måten en kvinne og en mann skal oppføre seg på. I det følgende vil jeg gjøre rede for den tilnærmingen til kjønn og kjønnsstereotyper som ligger til grunn for analysene i denne oppgaven.

Å gjøre kjønn

I en studie av medienes fremstilling av kvinnelige og mannlige politikere, må kjønn forstås knyttet til sosiale og kulturelle normer, og dermed som noe mer enn en statistisk variabel. En sosialkonstruktivistisk definisjon av kjønn vil derfor være mest anvendelig, siden denne fokuserer på ideen om at kjønn er historisk og kulturelt formet, og således foranderlig. Essensialistisk teori i sin mest ekstreme form, hevder stikk i strid med sosialkonstruktivistisk teori, at naturen (eller Gud) har skapt menn og kvinner med spesielle iboende egenskaper og karakteristikk som ikke kan forandres. Et slikt syn er ikke tilstrekkelig som bakgrunn for å forklare kjønnsforskjeller og kjønnseffekter i samfunnet, fordi det ikke tar høyde for likheter mellom kvinner og menn, og forskjeller fra kvinne til kvinne, eller mann til mann. Det engelske språket gjør det mulig å skille mellom *sex*, som er kjønn knyttet til kropp, og *gender*, som er kjønn knyttet til det samfunnet og kulturen tillegger disse kroppene. Sosialkonstruktivistisk teori ser på maskulinitet og femininitet som iboende i alle individer, og fristiller seg dermed bedre fra stereotypiske forventninger og oppfatninger knyttet til kjønn (Gomard og Krogstad 2001: 27-29).

Innenfor sosialkonstruktivistisk kjønnsteori finnes flere retninger som skiller seg fra hverandre i hvor foranderlige de anser konstruksjonene å være. Strukturorientert kjønnsteori, som ser på kjønn nærmest som klasser i samfunnet, befinner seg i den ene enden av skalaen, mens kjønnsteori om refleksiv modernitet, som ser kjønn nært knyttet til identitet, havner på det andre ytterpunktet (Solbrække og Aarseth 2006). Jeg vil i denne oppgaven ha en performativ tilnærming til kjønn, og benytter et "å gjøre kjønn"-perspektiv, som plasserer seg midt mellom de to andre tilnærmingene. Denne teorien ser ikke på kjønn som individers utøvelse av iboende, verken naturlige eller tillærte egenskaper, men som noe man gjør i daglig interaksjon i samfunnet. Kjønn blir dermed

hele tiden *forhandlet*, ved at det blir skapt og endret i interaksjon mellom mennesker, i tråd med, eller i opposisjon til, sosiale og kulturelle konvensjoner vedrørende "mannlighet" og "kvinnelighet" (Gomard og Krogstad 2001:28). Gomard og Krogstad (2001:28) har argumentert for at "å gjøre kjønn"-teori, er den som i dag best kan forstå kjønn utover stereotypier, ved at den kan ta høyde for forskjeller og likheter *innenfor* hvert kjønn, i tillegg til varierende kontekst og historiske endringer.

We argue that gender is not a set of traits, nor a variable, nor a role, but the product of social doings of some sort (...) We claim that gender itself is constituted through interaction (West and Zimmerman 1987:129).

Slik argumenterer Candace West og Don H. Zimmermann i artikkelen "Doing Gender" fra 1987, som for alvor forankret "å gjøre kjønn"-perspektivet. West og Zimmerman mener at omgivelsene påtvinger mennesker å opptre entydig maskulint eller feminint, og tar til orde for å begrepsbestemme kjønn ut fra dette. Kjønn blir dermed sett på som noe som alle mennesker som ønsker sosial aksept, er bundet til å etterleve i sin egen hverdagslige praksis – derav betegnelsen "doing gender". Ifølge West og Zimmermann er det nettopp mellommenneskelige relasjoner som bidrar til å legitimere og opprettholde hierarkiske kjønnsrelasjoner i samfunnet (Solbrække og Aarseth 2006:70).

I artikkelen påpeker West og Zimmerman (1987:140) den skvisen kvinner kan havne i når de skal fylle formelle roller, for eksempel i yrkeslivet eller politikken: En kvinnes kjønn kan svekke tilliten til hvordan hun skjøtter sitt arbeid, samtidig som det at hun deltar i det aktuelle arbeidet kan svekke hennes "kvinnelighet", og ansvarsområder som for eksempel kone eller mor. Opptreden på tvers av de kulturelle forventninger som stilles til en mann eller kvinne, fører til at personen som bryter med normene ansees som å ikke være "en ekte mann" eller "en ekte kvinne". Ifølge Krogstad (1999:225) kan både kvinner og menn ha en androgyn kjønnsidentitet, og dermed opptre relativt fleksibelt som ledere, men den kvinnelige politikeren vil i motsetning til den mannlige, opptre mer kjønnsatypisk bare ved å være leder.

Femininitet, maskulinitet og kjønnsstereotypier

Stereotyper er tradisjonelle og overforenklede forestillinger basert på fordommer, og de har ofte den funksjon at de tillegger eller fratår personer eller aktører visse egenskaper.

Vi har alle hørt klisjeer som "alle nordmenn går på ski", "blondiner er dumme" og "kvinner er dårlige ledere". I politikk fungerer stereotypier gjerne slik at de "fyller inn de blanke feltene" hvis velgeren mangler informasjon om en aktør, enten fordi den nødvendige informasjonen ikke er tilgjengelig, eller fordi tilgjengelig informasjon blir ignorert. Når det gjelder kvinnelige politikere, kan velgere benytte politikerens kjønn som en "informasjonssnarvei" for å anslå egenskaper eller trekk ved vedkommende (Aalberg og Jenssen 2007:19). Ifølge Gomard og Krogstad (2001:27) fører stereotypier knyttet til kjønn gjerne til at kvinner og menn som gjør det samme, likevel blir oppfattet og vurdert ulikt.

I samfunn hvor kjønnsstereotypier står sterkt, noe de gjerne gjør i samfunn der arbeidsmarkedet er kjønnsdelt, vil vurderinger av politikeres opptredener være basert på et sett av forventninger til både kvinner og menn, og politikere som forsøker å krysse grensen mellom den mannlige og den kvinnelige sfæren kan risikere å fremstå som malplasserte, og bli gjort til latter (Aalberg og Todal Jenssen 2007:20). Egenskaper som kvinner gjerne blir tillagt er at de er medfølende og ærlige, mens "maskuline" egenskaper kan være styrke eller gode lederevner (Kahn 1993:484). Tom Carlson (2001:136) oppsummerer den kvinnelige stereotypien kvinnelige politikere gjerne plasseres i:

As to personal traits, people tend to expect that female politicians are more compassionate, sensitive, understanding and honest than male politicians. On the other hand, female politicians are also perceived as possessing less competence, toughness, knowledge and leadership abilities than male politicians.

I figur 2.1. viser jeg en oppsummering av egenskaper som jeg definerer som feminine og maskuline i analysene som inngår i denne oppgaven. Oppdelingen i feminine og maskuline egenskaper er den samme som er benyttet ved tidligere forskning vedrørende dette (van Zoonen 2005:73; Carlson 2001:142; Kahn 1993:490), og representerer således aksepterte måter å operasjonalisere maskulinitet og femininitet på. Det er viktig å understreke at de to kategoriene er *idealtyper* av feminin og maskulin måte å utøve politikk på (jf. "å gjøre kjønn"- og "å gjøre politikk"-perspektivet), og at femininitet og maskulinitet ikke trenger å korrelere med biologisk kjønn.

Figur 2.1. Egenskaper som ansees som feminine og maskuline

SOSIALT KJØNN	
Feminin	Maskulin
<ul style="list-style-type: none"> • Ærlig/redelig ("til å stole på", oppriktig) • Varm/medfølelse (forståelsesfull, følsom, omsorgsfull, kjærlig) 	<ul style="list-style-type: none"> • Tøff/sterk (en fighter, besluttsom, pågående) • Kompetent/dyktig (erfaren, ekspert, kunnskapsrik)

Hvis man plukker ut en helt tilfeldig politiker fra hvilket som helst parlament i den vestlige verden, er sjansen svært stor for at vedkommende vil være en hvit, middelaldrende mann. Politiske kandidater evalueres opp mot de som allerede innehar politiske verv, og det blir dermed langt på vei denne typen menn som skaper de målestokkene vi vurderer nye kandidater etter (van Zoonen 2005:73; Kahn 1993:484). Ifølge Kahn (1993:491) fører dette til at både mannlige og kvinnelige kandidater til politiske verv ofte vil vektlegge "maskuline" egenskaper for å i størst mulig grad utstråle "politikerhet". Kvinner kan også vektlegge slike egenskaper ekstra tydelig i håp om å komme stereotypiske forestillinger om kjønn til livs, og å undergrave fordommer om den "typiske" kvinnepolitikeren.

Ifølge Kahn (1993:483) fører stereotypiske forventninger gjerne til at kvinnelige politikere må velge mellom to strategier: De kan enten føye seg etter de stereotypiske forventningene, eller de kan forsøke å drive dem bort ved å distansere seg fra stereotypien. Den danske politikeren Ritt Bjerregaard forteller til Dahlerup (1985:211) at hun har valgt den siste strategien. Bjerregaard mener mediene presser kvinnelige politikere inn i to unyanserte sjabloner, og i valget mellom to onder, har hun helt bevisst valgt å havne i kategorien "kald og hard politikerkvinne". Slik beskriver Bjerregaard de to modellene:

Den ene model er den effektive og dyktige kvinde, der så til gengæld er uten særlige følelser, kold og ubarmhjertig. Den anden skabelon er den ikke særlig effektive, ikke særlig dygtige kvinde, der til gengæld er fylt med varme følelser og gode egenskaber (Dahlerup 1985:211).

Bjerregaard legger her premisset for to kvinnepolitikermodeller: "mannekvinne"-politikeren er hard, kald og effektiv, og går således på tvers av de tradisjonelle forventninger som stilles til en kvinne, men tilfredsstiller kravene til en "god politiker"; "kvinnekvinn"-politikeren er varm, god og ikke særlig effektiv, og tilfredsstiller kravene til tradisjonell "kvinnelighet", men oppfyller ikke kravene til en "god politiker" i tradisjonell, "mandig" forstand. En oppsummering av modellene vises i figur 2.2, og vi ser at egenskapene til de to kvinnetypene så å si er ekvivalente med de maskuline og feminine egenskapene som jeg redegjorde for i figur 2.1. Vi kan altså si at de to kvinnemodellene deler kvinnepolitikere inn i to sosiale kjønn.

Figur 2.2. To stereotypiske kvinnepolitikermodeller ³

"KVINNEKVINNE"-POLITIKEREN	"MANNEKVINNE"-POLITIKEREN
Varm, myk, full av følelser, ikke så effektiv, ikke så dyktig, moderlig, feminin, "kvinnfolk i skjørt"	Kald, hard, følelsesløs, effektiv, dyktig, karrierekvinn, maskulin/kjønnsløs, "kvinnfolk i bukser"

Ifølge Bjerregaard er det kravet som i bunn og grunn stilles til kvinnelige politikere at de skal ta med seg det beste fra *både* kvinnekulturen og mannekulturen, og dermed oppfylle de gode egenskapene til "kvinnekvinnen" og "mannekvinnen" på samme tid: Man skal være en god mor med en stor barneflokk, i tillegg til å være effektiv og dyktig i arbeidet sitt, samtidig som man skal ha tid til alt og aldri begå feil (Dahlerup 1985:212). Siden egenskapene som tilhører den ene sjablonen automatisk utelukker kvaliteter ved den andre, er det imidlertid umulig kunne kombinere "mannekvinne"- og "kvinnekvinn"-politikeren, og dermed på samme tid være en "god kvinne" og en "god politiker". Tom Carlson (2001:150) uttrykker det slik:

³ Jeg har konstruert modellene inspirert av Dahlerups (1985) intervju med Ritt Bjerregaard, i tillegg til Anne Krogstads kvinnepolitikermodeller i boken "Image i politikken" (2004).

By adopting fully a male style, [women] are labeled as "she-males", and by keeping a pure "female" style, they are considered unsuitable for the "hard" world of politics (Carlson 2001:150).

Hvis vi også inkluderer menn i figur 2.2., og tenker oss at vi føyer på en y-akse hvor biologisk kjønn (sex) inngår, vil to mannemodeller oppstå: "kvinnemann"-politikeren og "mannemann"-politikeren. Disse to modellene gir imidlertid liten substansiell mening. Det er vanskelig å se for seg at en mannlig politiker som utstråler feminine egenskaper som omsorg og ærlighet vil bli stemplet som "kvinnemann"-politiker. Fokus på slike egenskaper hos en mann vil snarere vise ham som et mer sammensatt menneske, og ikke føre til at han mister muligheten til å fremstå som sterk og kompetent på samme tid. Bare ved å være mann, tilfredsstiller han nemlig de fleste forventninger til en tradisjonell politiker. For kvinner er det derimot problematisk å kombinere egenskaper fra de to modellene på grunn av de stereotypiske forventningene som stilles til både kvinner og politikere. Dermed blir den "perfekte" kvinnelige politikeren en utopi.

Videre når det gjelder stereotyper knyttet til feminine og maskuline egenskaper, påpeker Gidengil og Everitt (2000:110) at medienes hang til å fokusere på det som er *uventet*, gjør det vanskeligere for kvinner å få nøytral omtale. Dersom kvinnelige politikere bryter med tradisjonelle "feminine" egenskaper som de ventes å ha, vil nemlig mediene gjøre dette til et poeng. Hvis en kvinne opptrer aggressivt bryter hun for eksempel med dypt forankrede forventninger til kvinnelig oppførsel, mens en mann som opptrer på samme måte, ikke gjør det. På den måten kan en mannlig politiker ende opp med å bli karakterisert som "bestemt", mens en kvinnelig politiker som oppfører seg på samme måte får betegnelsen "aggressiv". Moderne journalistikk er, som jeg var inne på i medieteoridelen ovenfor, kjennetegnet ved at det sensasjonelle, emosjonelle eller personlige, er av stor interesse. Dette gir større konsekvenser for kvinnelige politikere enn mannlige, fordi kvinnelige politikere bryter med tradisjonelle forventninger til "kvinnelighet" bare ved å være politikere. Dermed blir terskelen for hva som kan beskrives som "sensasjonelt" lavere for kvinner.

Kvinnelige politikere kan også komme dårligere ut av det enn menn dersom mediene overfokuserer på deres "feminine" egenskaper, eller tillegger dem "feminine" egenskaper som de i realiteten ikke har. Når mediene velger å fokusere på kvinners privatliv og familie, kan det for eksempel føre til at de i mindre grad fremstilles som

typiske politikere, i tradisjonell forstand. Dermed kan kvinnene fremstå som mindre skikkede politikere enn de mannlige, som kanskje får mer tid til å snakke om sak, og mindre press til å snakke om seg selv (Aalberg og Jenssen 2007:19-21).

2.2 Tidligere forskning på politikk, kjønn og medier

Både norsk og internasjonal forskning har vist at kvinnelige og mannlige politikere møter mediene på ulikt vis, ved at kvinnene både behandles og opplever mediene på andre måter enn det menn gjør. For det første har det blitt avdekket at kvinner er underrepresentert som kilder, både generelt og når det gjelder politikk, og at kvinner tenderer til å fremstå som "pynt" eller ofre, snarere enn ekspertkilder når de faktisk kommer på trykk (Eide 2001). Når det gjelder forskning knyttet eksplisitt til kvinnelige politikere, har denne vist at de ofte opplever å bli vurdert ut fra stereotypiske forestillinger om kvinnelighet, og at de gjerne får mer negative vurderinger enn menn (Kahn og Goldenberg 1991; Kahn 1993; Gidengil og Everitt 2000; Gomard og Krogstad 2001; Krogstad 2004a, 2004b; Semetko og Bomgarden 2007; Aalberg og Jenssen 2007). Det har også blitt påvist at kvinnelige politikere opplever et større fokus på utseende og privatliv enn deres mannlige politikerkolleger (Sreberny-Mohammadi og Ross 1996; van Zoonen 2005, 2006). Forskningen har imidlertid også funnet at mannlige og kvinnelige politikere tenderer mot å utøve politikk på ulike vis, særlig knyttet til stil (Benze og Declercq 1985; Thelander 1986; Vatanen 1988⁴; Håkansson 1995; Bauhr og Esaiasson 2001; Carlson 2001; Aalberg 2009). Jeg vil nå redegjøre for denne forskningen.

Et tema som gjerne kommer opp når kvinnelige politikeres privatliv omtales, er omsorgsforpliktelser, og kvinnelige politikeres familier blir da gjerne fremstilt som ofre for hennes ambisjoner: Mangelen på et "normalt" familieliv blir brakt på bane (van Zoonen 2005:91). Ifølge van Zoonen (2005; 2006) har den moderne "kjendispolitikken" ført til et økt fokus på personlige aspekter både når det gjelder menn og kvinner, men hun påpeker at dette fenomenet er mindre heldig for kvinner. Når mediene setter søkelyset på politikeres familiære forhold, understreker det nemlig den polariseringen som eksisterer mellom femininitet og politikk. De mannlige politikerne fremstår på sin

⁴ Gjengitt i Karvonen, Djupsund og Carlson (1995). Originalartikkelen er skrevet på finsk, og dermed utilgjengelig for forfatteren.

side som hele mennesker ved at deres privatliv vies oppmerksomhet; for menn er det nemlig tradisjonelt ikke noen konflikt mellom det å ha karriere og familie.

Man har også sett at kjønn oftere er et tema når kvinnelige politikere omtales enn mannlige. I et casestudium fra tysk valgkamp fant for eksempel Semetko og Boomgarden (2007) at kjønn aldri var et nyhetspoeng i saker som omhandlet Gerhard Schröder alene, mens en stor andel av sakene som vedrørte Angela Merkel fokuserte på henne som kvinne. Den samme studien viste også at Schröder gjennomgående ble beskrevet mer positivt enn det Merkel ble. Også i Norge har man sett at kvinnelige politikere blir vurdert mer negativt enn menn. Anne Krogstad (2004b:214) fant for eksempel i et studium av norske avisers bruk av terningkast i valgkampdekningen 2001 at de kvinnelige politikerne kom dårligere ut enn mennene: Kvinnenes gjennomsnittskarakter var terningkast 3, mens mennenes gjennomsnitt var 3,3.⁵

Forskning har også vist at kvinnelige politikere opplever at deres ytre fremtoning er gjenstand for mye større oppmerksomhet enn det mannlige politikeres utseende er. I et studium hvor 28 kvinnelige parlamentsmedlemmer i Storbritannia ble intervjuet, fant Sreberny-Mohammadi og Ross (1996) at svært mange av de kvinnelige politikerne hadde et anstrengt forhold til pressen. De opplevde blant annet at mediene fokuserte unødvendig mye på deres alder, utseende, sans for mote og familiære forhold. En av informantene uttrykte det slik:

Women are never the right age. We're too young, we're too old. We're too thin, too fat. We wear too much make-up, we don't wear enough. We're too flashy in our dress, we don't take enough care. There isn't a thing we can do that's right (Sreberny-Mohammadi og Ross 1996:108).

Sreberny-Mohammadi og Ross kartla også i studien at mediene bruker ulikt språk når mannlige og kvinnelige politikere omtales. Flere av de kvinnelige politikerne som ble intervjuet reagerte for eksempel på at de gjerne ble omtalt som mer emosjonelle, og med mindre flatterende termer, enn det deres mannlige politikerkolleger ble. En av informantene hadde for eksempel opplevd at hennes innlegg i en debatt ble referert til som "outbursts", mens hennes mannlige motdebattant kom med "statements".

⁵ Krogstad argumenterer imidlertid for at denne tendensen ikke trenger å skyldes diskriminering fordi det var under valgkampen 2001 flere menn enn kvinner som hadde høye stillinger i partiene. Blant partilederne var hele syv av ni menn, og i tillegg var samtlige tre statsministerkandidater menn. Disse gjorde det gjennomsnittlig bedre enn de øvrige politikerne, og trakk opp gjennomsnittet for mennene.

Forskerne påpekte også i studien hvordan mediene tenderer til å titulere mannlige og kvinnelige politikere på ulike måter. For eksempel omtales gjerne kvinnelige politikere kun med fornavn, eller kvinnene omtales med kun etternavn, mens mennene tituleres med "Sir" eller "MP" (member of parliament) i tillegg.

Annen internasjonal forskning har også vist at kvinnelige politikere omtales annerledes enn deres mannlige kolleger, og at den dekningen de kvinnelige politikere får ofte er mer kritisk og negativ. Gidengil og Everitt (2000) fant i et studium av TV-dekningen i den canadiske valgkampen i 1993 at de kvinnelige politikere ble fremstilt og vurdert som mer aggressive og mer avbrytende enn de mannlige politikere, til tross for at de i virkeligheten ikke hadde en tøffere stil enn det mennene hadde. Gidengil og Everitt mener at årsaken til den skjeve fremstillingen av kjønnene er at mediene fremstilte de kvinnelige politikere gjennom et "kjønnet filter". Ifølge forskerne forventer man ut fra stereotypiske forestillinger at kvinnelige politikere skal ha en mykere politikerstil enn menn. Når kvinnene så utøver politikk på måter som tradisjonelt blir ansett som "mandige", for eksempel ved å avbryte eller gå til frontalangrep på motstandere, så overfokuserer mediene på dette fordi det representerer noe uventet.

Forskning fra USA har også vist at kvinnelige politikere kan oppleve å bli fremstilt annerledes i mediene enn slik de fremstår i virkeligheten. Ved å sammenlikne måten kandidatene fremstilte seg selv, og måten mediene omtalte dem, fant for eksempel Kahn (1993) i en omfattende studie av valget til det amerikanske Senatet, tydelige bevis på asymmetri i måten kjønnene ble fremstilt på. De mannlige kandidatene ble i stor grad fremstilt likt i mediene som i sine egne kampanjer, mens kvinnene opplevde at deres fokus på "myke" saksområder, som utdanning, miljø, helse osv. ble ignorert, og at mediene valgte å fokusere på deres "feminine" egenskaper, til tross for at de vektla både "feminine" og "maskuline" egenskaper ved seg selv i sine egne kampanjer. Kahn (1993:499) mener at denne filtrerte fremstillingen av de kvinnelige kandidatene kan ha bidratt til at kampanjene deres ble mindre vellykkede. Kahn og Goldenberg (1991) fikk også svært like resultater i et liknende forskningsprosjekt utført to år tidligere. Deres studium avdekket at kvinner ut fra stereotypiske forestillinger ble vurdert som mindre konkurranseorienterte enn menn, og at dette slo dårlig ut for deres del, siden mediene i stor utstrekning fokuserer på "horserace"-aspekter ved valgkampen.

Tom Carlson (2001) har sammenliknet mannlige og kvinnelige politikeres valgkampanjer i USA og Finland, for å se om tendenser som er tilstede i USA (et land hvor det er forsket mye på kjønn og medier) gjør seg gjeldende også i land med andre typer politiske institusjoner. Han fant små forskjeller i måten politikerne fremstilte seg selv på, både på tvers av land og kjønn. Samtlige fokuserte mer på tradisjonelt "mandige" saksområder (som industri, økonomi, skatt, landbruk etc.) enn "kvinnelige" saksområder, og de fremhevet tradisjonelt "mandige" egenskaper (som tøffhet, styrke, kompetanse, erfaring etc.) ved seg selv, fremfor mer "kvinnelige" egenskaper. Når det gjelder de nonverbale aspektene ved kampanjene, tenderte imidlertid kvinnene til å smile noe mer enn mennene, og de amerikanske kvinnene skilte seg ut ved at de jevnt over kledde seg mer formelt enn mennene og de finske kvinnene.

Det er gjort undersøkelser knyttet til stereotypisering av kjønn også i Norge, men da knyttet til publikums opplevelse av mannlige og kvinnelige politikere. I en eksperimentell studie fra valgkampen 2001, fant Aalberg og Jenssen (2007) at en gruppe førstegangsvelgere vurderte en mannlig politiker som mer kunnskapsrik, tillitvekkende og overbevisende enn en kvinnelig politiker, til tross for at politikerne (som i virkeligheten var skuespillere) presenterte den nøyaktig samme politiske talen. Det var de mannlige førstegangsvelgerne som bidro mest til den skjeve vurderingen, da de kvinnelige stort sett vurderte politikerne likt.

Aalberg (2009) har også forsket på norske stortingspolitikeres forhold til mediene, og fant at de mannlige politikerne i langt større grad hadde tilpasset seg medienes logikk. De mannlige politikerne viste seg å ha hyppigere kontakt med journalister, og de benyttet seg også i langt større grad av denne kontakten i sitt daglige virke enn det kvinnene gjorde. Studiet avdekket sågar at 35 prosent av de mannlige politikerne sa seg enige i påstanden "Det er viktigere for en politiker å få mediedekning, enn å arbeide hardt", mens bare 8 prosent av de kvinnelige politikerne sa seg enige i dette. Aalberg lanserer det faktum at kvinner oftere opplever å få dårligere og mer negativ behandling av mediene enn det deres mannlige kolleger gjør, som en mulig forklaring på den mer utbredte medieskepsisen blant de kvinnelige politikerne. Et studium gjennomført av Anne Krogstad (2004a) i forbindelse med tv-debattene under valgkampen 2001, underbygger denne observasjonen. Krogstad avdekket at de kvinnelige politikerne hadde langt dårligere arbeidsforhold i tv-studioene enn de mannlige politikerne. Kvinnene ble avbrutt hyppigere, og fikk mindre respons.

Det er i løpet av de siste tiårene også blitt forsket en god del på mannlige og kvinnelige politikeres stil, og det har blitt avdekket forskjeller mellom kjønnene når det gjelder dette. Monika Bauhr og Peter Esaiasson (2001) har for eksempel, i et studium av politikeres bruk av ethos-argumenter,⁶ funnet en viss forskjell i måten kvinnelige og mannlige politikere markerte distansen mellom seg selv om sine tilhørere på: Kvinnene markerte oftere tilhørighet til sitt publikum, mens mennene benyttet en mer autoritær stil. Dette funnet støttes indirekte av en studie gjennomført av Kerstin Thelander (1986) vedrørende språkbruken i det svenske parlamentet. Thelander fant at bruken av pronomenet "vi" korrelerte med kjønn: Kvinnelige medlemmer av Riksdagen sa oftere "vi", mens deres mannlige kollegaer oftere sa "jeg".

I det samme forskningsprosjektet studerte Thelander (1986) også hva slags forventninger vanlige folk hadde til kvinnelige og mannlige politikere, og avdekket at folk forventet at det skulle være en stilmessig forskjell mellom kjønnene. Folk forventet at kvinnene ville bruke et mindre komplekst, mer konkret og mer personlig språk enn mennene – forventninger som henger sammen med tradisjonelle stereotyper knyttet til kjønn. Thelander fant at folks forventninger stemte med både lokalpolitikeres og parlamentspolitikeres språk både på 50- og slutten av 70-tallet, med unntak av de kvinnene som satt i Riksdagen i den siste perioden. De hadde tilpasset seg kravet om et profesjonelt politikerspråk i enda større grad enn mennene, ved at de brukte et mer komplekst språk i offentlige settinger. I mer uformelle sammenhenger derimot, var kvinnene igjen nærmere stereotypen. Når det gjelder retorikk, har Nicklas Håkansson (1995) kommet til resultater som er mer i tråd med tradisjonelle forventninger til kjønn enn det Thelander gjorde ti år tidligere. Han fant i sine studier av debatter i TV og radio i forbindelse med svenske riksdagsvalg at kvinnelige partiledere benyttet flere metaforer i språket sitt enn det mennene gjorde.⁷

Forskning fra USA har også vist at mannlige og kvinnelige politikere uttrykker seg ulikt, og derved kommuniserer ulike typer image. Benze og Declercq (1985)

⁶ Ethos-argumenter må sees i sammenheng med den klassiske tredelingen av argumenter innenfor retorikk i henholdsvis logos-, pathos- og ethos-argumenter: Publikum kan enten forføres gjennom rasjonell argumentasjon (logos); argumentasjon som spiller på følelser (pathos); eller argumenter som forankres i talerens egen personlighet eller egenskaper (ethos) (Bauhr og Esaiasson 2001:131).

⁷ Det var riktignok for få kvinner med i studien, som tok for seg partilederdebatte helt fra 1930-tallet og frem til 1991, til å kunne trekke bastante slutninger. Ved valget i 1991 utmerket imidlertid to kvinner seg markant i toppen når det gjaldt bruk av metaforer (Håkansson 1995:192).

sammenliknet innholdet i mannlige og kvinnelige politikeres valgkampanjer på TV mellom 1980 og 1983. De fant at kvinnene fremstod som både mer medfølende og ærlige enn de mannlige politikerne. Forskerne forklarte denne tendensen med at kvinnene var mer utsatt for stereotypisering enn menn, ved at de ble sett på som mindre tøffe, mindre erfarne eller mindre kompetente enn sine mannlige konkurrenter. Ut fra dette forstod de at kvinnene valgte å føye seg etter stereotypien, og fulgte den typiske "kvinnelige" måten å drive politikk på, i stedet for å adoptere en mer "mandig" politikerstil og således risikere å bli sett på som "too rough, and hence strident and bichy" (Karvonen, Djupsrud og Carlson 1995:348).

Lea Vatanen fikk i 1988 i et studium av politisk reklame i finsk lokalradio, svært like resultater som det Benze og Declercq gjorde blant amerikanske politikere noen år tidligere. Ved å studere kjønnet ut fra en hard/myk-dimensjon, fant hun at de mannlige politikerne var opptatt av å fremheve sin egen hardførhet, mens kvinnene fokuserte mer på egenskaper som medfølelse og varme. Med unntak av dette var imidlertid de kvinnelige og mannlige politikerne svært like: Begge kjønn kommuniserte sin uavhengighet, styrke og kompetanse på liknende måter (Karvonen m.fl. 1995:349).⁸

Til sist under tidligere forskning er det verdt å nevne at denne masteroppgaven bygger på en tidligere undersøkelse vedrørende fremstilling av kjønn i valgkamp, gjennomført av undertegnede (Rogstad 2009). Denne undersøkelsen var alt for liten til å kunne generere signifikante funn (antall omtaler i analysen var 136), med resultatene kan likevel være relevante med tanke på utformingen av denne oppgaven. I denne undersøkelsen studerte jeg omtale av tre utvalgte kvinnelige politikere og tre utvalgte mannlige politikere i de siste ukene av valgkampen 2005, i et hard/myk-perspektiv. De funnene jeg gjorde som er relevante for undersøkelsene i denne oppgaven, var at kvinnene ble omtalt negativt i 20,4 prosent av omtalene som vedrørte dem, mot bare 9,8 prosent for mennene. Når det gjaldt omtale av personlige aspekter og kjønn, fant jeg at kvinnene opplevde slikt fokus i 13,6 prosent av omtalene vedrørende dem, mens mennene bare fikk slikt fokus rettet mot seg i 2,9 prosent av omtalene. Et interessant

⁸ Det er også forsket mye på mannlige og kvinnelige politikeres tilknytning til ulike sektorer i politikken, men jeg ser liten grunn til å redegjøre for dette da mediedekningen i valgkamp, og da særlig innspurten av en valgkamp, domineres av fokus på selve valget, mulige samarbeidskonstellasjoner og det generelle politiske spillet, på bekostning av konkrete politiske saker (Narud og Waldahl 2004). Av denne grunn vil analysen min kunne bidra lite til forskningen knyttet til kjønn og sektor.

spørsmål er om liknende tendenser gjør seg gjeldende i denne oppgaven, der materialet er langt mer omfangsrikt enn i den nevnte "miniundersøkelsen".

2.3 Hva kan denne oppgaven bidra med?

Jeg håper først og fremst at denne oppgaven kan bidra til å si noe nytt om fremstillingen av mannlige og kvinnelige politikere i *norsk* valgkamp. Litteraturgjennomgangen ovenfor viser at det er gjennomført mye svært interessant forskning knyttet til dette, men mesteparten av forskningen er gjennomført utenfor Norge, i land som vi ikke uten videre kan sammenlikne oss med. Land som USA, Canada og Storbritannia, som svært mye av forskningen stammer fra, er for eksempel svært forskjellige fra Norge hva gjelder både institusjoner og kvinnerepresentasjon. Det samme kan til dels sies om Finland.

Både Krogstad (2004a; 2004b) og Aalberg og Jenssen (2007; 2009) har, som vi har sett, bidratt med svært relevant forskning om kjønn og medier i en norsk kontekst. Disse prosjektene, med unntak av Anne Krogstads forskning på terningkast, dreier seg imidlertid om publikums forventninger til mannlige og kvinnelige politikere; politikernes egen oppfatning og bruk av mediene; og fremstillingen av politikere i debatter på tv. Da min oppgave først og fremst vil omhandle *mediers skriftlige fremstilling* av mannlige og kvinnelige politikere, håper jeg å kunne bidra med forskning på et område som ikke har vært gjenstand for omfattende undersøkelse tidligere. Medienes *skriftlige* språk knyttet til kjønn er ikke et aspekt som er studert i så stor utstrekning, i alle fall ikke i valgkamp. Av samtlige studier som er redegjort for ovenfor, er det kun Kahn (1993) som eksplisitt har studert skriftlig medieomtale i forbindelse med valg. Nordmenn er et svært avislesende folk, og skriftlige medier er en viktig kilde til informasjon for norske velgere i valgkamp (Aardal, Høstmark, Lagerstrøm og Stavn 2007:38).⁹ Et studium som tar for seg mediespråket i norske aviser i valgkampinnspurten er dermed svært relevant. Jeg er særlig interessert i medienes *retorikk* knyttet til mannlige og kvinnelige politikere, og ønsker spesielt å si noe om tilstedeværelsen av kjønnsstereotyper og utbredelsen av forskjellsbehandling av

⁹ Ifølge Valgundersøkelsen 2005 oppgir over halvparten av norske velgere (51 prosent) at riksdekkende aviser er en viktig eller svært viktig informasjonskilde for dem i valgkamp, mens 43 prosent oppgir at regional- og lokalaviser er viktig eller svært viktige kilder.

mannlige og kvinnelige politikere i norsk valgkamp. Som jeg var inne på i innledningen av oppgaven er norske velgere lite partitro, i tillegg til at et stadig større antall velgere bestemmer seg for hvilket parti de skal stemme på sent i valgkampen. Med dette in mente kan man i alle fall ikke si at mediernes fremstilling av politikere har fått mindre å si i løpet av de siste årene.

Som vi har sett ovenfor, har forskere som van Zoonen (2005; 2006); Semetko og Boomgarden (2007); og Sreberny-Mohammadi og Ross (1996) interessert seg for det fokuset på personlige aspekter som politikere gjerne utsettes for, og da særlig kvinnelige politikere. Jeg ønsker i denne oppgaven å studere tilstedeværelsen av slikt personifisert fokus også i en norsk kontekst. Jeg er blant annet interessert i å kartlegge hvorvidt kvinnelige politikere opplever et større fokus på sitt privatliv, sitt utseende, sitt kjønn og sine personlige attributter enn det deres mannlige kolleger gjør. De kvinnelige politikerne i Sreberny-Mohammadi og Ross (1996) sin studie fra Storbritannia påpekte at de opplevde å bli titulert mer uformelt enn sine mannlige politikerkolleger. Jeg ønsker i min undersøkelse å se om en slik tendens også gjør seg gjeldende i norske avisers omtale av politikere i norsk valgkamp. Denne typen studier er det, så vidt meg bekjent, ikke gjort i tilknytning til valgkamp i Norge tidligere.

Kun et fåtall av de forskningsprosjektene som ble presentert i litteraturgjennomgangen ovenfor er av nyere dato, og blant de nyeste er det kun Semetko og Boomgarden (2007) og Krogstads terningkaststudie (2004b) som har sett på konkret medieinnhold. En stor del av den tidligere forskningen vedrørende kjønn, politikk og medier er utført på 1980 og 1990-tallet og begynner å bli relativt gammel. Et nytt studium vedrørende mediedekning knyttet til kjønn i norsk valgkamp vil kunne gi nyttig informasjon om den nyere utviklingen på dette området.

2.4 Hypoteser og forventninger

2.4.1 Tre hovedhypoteser om kjønn

Vi har i gjennomgangen av teori og tidligere forskning ovenfor sett at flere forskere har argumentert for at mediernes politiske dekning er forankret i et maskulint narrativ, og at de kvinnelige politikerne på grunn av dette blir fremstilt i vinklede og kjønnete rammer.

Med bakgrunn i dette formulerer jeg en hypotese knyttet til *tematikken og rammene* i omtalen av kvinnelige politikere i valgkampen 2009:

Hypotese 1: Dekningen av kvinnelige politikere er mer personifisert enn dekingen av mannlige politikere.

Tidligere forskning har også vist at kvinner tenderer til å få mer negativ evaluering enn det menn får, og det har blitt pekt på at dette kan ha tilknytning til det faktum at menn har formet den tradisjonelle politikerrollen. Som en følge av at de første politikerne var menn evalueres kvinnene som dårligere politikere hvis de ikke driver politikk på en tradisjonell og dermed "mandig" måte. Det faktum at de kvinnelige politikerne er kvinner, gjør imidlertid også at de kan bli vurdert negativt dersom de driver politikk på en for maskulin måte, og ikke er "kvinnelige" nok. Vi har også sett at kvinnelige politikeres mangel på feminitet eller "politikerhet" blir ekstra tydelig når personlige aspekter vektlegges, fordi polariseringen mellom tradisjonell kvinnelighet og "politikerhet" dermed kommer til syne. Ut fra dette formuleres en hypotese nummer to, knyttet til den *evalueringen* kvinnelige politikere får i mediene.

Hypotese 2: Kvinnelige politikere er gjenstand for mer negativ omtale enn mannlige, og dette er særlig tilfelle når personlige aspekter er tema.

Tradisjonelle og stereotypiske forventninger til kjønn har ifølge både den teorien og den tidligere forskning jeg har presentert, stor innvirkning på måten kvinnelige politikere fremstilles på i mediene. En deking av kvinner forankret i kjønnsstereotyper, kan komme til syne på to måter: Enten ved at mediene i større grad fokuserer på "kvinnelige" egenskaper ved kvinner, eller ved at de gjør det til et poeng dersom kvinnene bryter med de stereotypiske forventningene som stilles til dem. Jeg forventer med andre ord at kvinnene fremstilles relativt entydig, enten som "kvinnekvinne"-politikere eller som "mannekvinne"-politikere (jf. Figur 2.1), mens de mannlige politikerne fremstår som mer sammensatte. På bakgrunn av dette formulerer jeg følgende hypotese, knyttet til tilstedeværelsen av *stereotyper* i mediedekningen:

Hypotese 3: Fremstillingen av kvinnelige politikere er i større grad preget av stereotypiske modeller enn fremstillingen av mannlige politikere.

Den første hypotesen vil hovedsakelig testes i den statistiske analysen av datamaterialet, den andre behandles i både den kvantitative og kvalitative delen av oppgaven, mens den tredje først og fremst behandles i den kvalitative, språklige analysen. Hypotesene henger imidlertid sammen og overlapper hverandre noe, og det vil ikke være vanntette skott mellom verken hypotesene eller analysene.

Jeg søker å få svar på hypotese 1 ved å studere tre aspekter ved dekningen av kvinnelige politikere. For det første vil jeg kartlegge hvorvidt personlige attributter som utseende, privatliv, egenskaper og kjønn er temaer som berøres hyppigere når kvinner omtales enn når menn omtales. I tillegg ønsker jeg å studere saksrammene i omtalene av politikerne i valgkampen, og se om sakene der kvinnelige politikere er omtalt oftere har en personorientert ramme, mens mannlige politikere er hyppigere representert i saker med en saksorientert eller spillorientert ramme. Til sist ønsker jeg å belyse denne første hypotesen ved å studere hvorvidt mediene er mer uformelle med kvinnelige politikere enn menn, i form av å oftere titulere dem bare med fornavn.

Jeg tester hypotese 2 i den statistiske analysen ved å se på utbredelsen av negative, nøytrale og positive omtaler for både kvinner og menn, og å studere dette i relasjon til temaet i artikkelen. I den kvalitative delen av analysen vil jeg kunne studere omtalenes konkrete innhold og kontekst nærmere, dermed vil jeg kunne se på det konkrete språket som er benyttet, og hvordan dette er med på å skape bilder av politikerne, og derved fremstiller politikerer positivt eller negativt. Jeg vil også kunne si noe om hvordan det språket som er benyttet, og den kontekst som omgir omtalene, bidrar til å fremstille kvinnene og mennene på positive eller negative måter.

Når det gjelder hypotese 3, vil jeg i den kvalitative analysen se på tilstedeværelsen av de to idealtypene av kvinnelige politikere i tekstmaterialet ("mannekvinne"-politikeren og "kvinnekvinne"-politikeren i figur 2.1), og vurdere dette opp mot den måten de mannlige politikerne fremstilles på. I tillegg vil det være relevant å studere utbredelsen og fremstillingen av tradisjonelle kvinnelige og mannlige egenskaper, fordelt på kvinner og menn.

2.4.2 Forventninger til andre relevante faktorer

I en analyse av mediefremstillingen av kvinner og menn i en valgkamp, vil faktorer i tillegg til kjønn også være relevante, for eksempel medieformater, det være seg type avis

en omtale er trykket i og artikkelsjanger. Faktorer knyttet til journalistens kjønn og kilder vil også være av interesse. Det vil være relevant for problemstillingen å se hvordan disse faktorene virker sammen med kjønn. Jeg vil imidlertid også studere om andre faktorer ved politikerne enn deres kjønn har innvirkning på måten de fremstilles på. Slike faktorer er hierarkisk plassering i politikken, plassering i partilandskapet, alder, seksuell legning, etnisk bakgrunn etc. Jeg formulerer ikke egne hypoteser knyttet til disse tilleggsfaktorene, men vil undersøke og diskutere også dette i analysene.

I teoridelen redegjorde jeg for tabloid- og kjendisjournalistikk, og nevnte at slik journalistikk er mer utbredt i løssalgsaviser fordi disse i større grad enn andre aviser er avhengig av å fange publikums oppmerksomhet. Med dette i tankene vil det være nærliggende å tro at graden av personfokus kan være høyere i den avisen i utvalget mitt som er en løssalgsavis, nemlig VG.¹⁰ I teoridelen var jeg også inne på at ulike journalistiske sjangere stiller ulike krav til politikerne, og at det gjerne er et større krav til å være personlig og by på seg selv i "myke" sjangere som reportasje og feature. Ut fra dette kan man kanskje forvente mer personfokus i de myke artiklene. Det vil også være relevant å se om kvinnelige og mannlige politikere er ulikt representert innenfor ulike sjangere, og om dette kan forklare måten de blir fremstilt på helhetlig.

Tidligere forskning har vist at kvinnelige og mannlige politikere ofte har ulik stil og ulike måter å presentere seg selv på. Hvis det er slik for politikere, kan det være grunn til å tro at det også er slik for kvinnelige og mannlige journalister. Jeg vil derfor også sammenlikne politikeromtale forfattet av kvinnelig og mannlige journalister. Det kan for eksempel være nærliggende å anta at kvinnelige journalister i større grad enn mannlige journalister fokuserer på personlige aspekter ved politikerne. I tillegg vil det være relevant å se på hvem som er den opprinnelige kilden til personifisert eller stereotypisk omtale av kvinnelige og mannlige politikere. Hele samfunnet vårt er tuftet på tradisjonelle forestillinger om hva som er kvinnelig og hva som er mannlig. Ut fra det kan man for eksempel forvente at "vanlige folk" som er intervjuet i avisene er kilde til en del av de stereotypiske omtalene av politikerne.

Når det gjelder egenskaper ved politikerne, vil hierarkisk plassering i politikken være en sentral variabel å studere. Jeg nevnte i teoridelen at kjendisjournalistikk blir stadig mer utbredt også i mediedekningen av politikk. Med dette i tankene bør man

¹⁰ Jeg vil gjøre nærmere rede for utvalget i metodekapittelet i oppgaven.

kunne anta at de mest kjente politikerne, for eksempel partilederne, vil være utsatt for et større fokus på sitt privatliv og sine personlige egenskaper enn andre, mer anonyme stortingspolitikere eller lokalpolitikere.

Kvinner representerer noe annerledes en den hvite, middelaldrende mannen som har formet den tradisjonelle politikerrollen. Dette har blitt brukt som forklaring på at kvinnelige politikere har blitt fremstilt i mer vinklede og personifiserte rammer enn sine mannlige kollegaer. Ut fra et slikt resonnement vil det være interessant å studere om også politikere som representerer noe annerledes på andre måter enn kjønn, kan oppleve å bli fremstilt som "annerledes" eller mindre nøytralt. Studier fra USA har for eksempel vist at potensielle presidentkandidater med en "annerledes" bakgrunn, opplever et større mediefokus på personlige aspekter. I 1984 ble det fokusert fem ganger så mye på personlige egenskaper ved den afroamerikanske kandidaten Jesse Jackson sammenliknet med de andre demokratiske kandidatene (Iyengar, Ansolabehere og Behr 1991:120). Jeg vil i analysene mine studere hvordan politikere med "særegen" bakgrunn fremstilles sammenliknet med andre, slike former for "annerledeshet" er lav eller høy alder, flerkulturell bakgrunn og ikke-heterofil seksuell legning.

3 Data og metode

I dette kapitlet vil jeg gjøre rede for hvordan oppgavens problemstillinger er operasjonalisert, og hvordan jeg har avgrenset prosjektet gjennom valg av case og analyseenheter. Jeg vil også gjøre rede for de metoder som er benyttet ved innsamling, koding og analyse av data. Til sist vil forskningsprosjektets reliabilitet og validitet bli drøftet. Jeg vil beskrive de to analysemetodene jeg benytter lenger ute i kapitlet, og samtidig si noe om hva de to metodene *sammen* kan bidra med. Jeg finner det imidlertid naturlig å først redegjøre for den dataen som utgjør utgangspunktet for analysene mine.

3.1 Valg av case og enheter

Målet i denne oppgaven er å studere mediernes fremstilling og språklige bilder av kvinnelige og mannlige politikere i valgkamp. Det falt seg naturlig å ta utgangspunkt i den siste valgkampen som ble gjennomført i Norge, og caset mitt blir dermed valgkampen 2009, som ledet opp til storingsvalget samme år. Begrepet case betegner ifølge Gerring (2007:19) et romlig avgrenset fenomen observert på ett tidspunkt, og han definerer et casestudie slik:

A case study may be understood as the intensive study of a single case where the purpose of that study is – at least in part – to shed light on a larger class of cases (a population) (Gerring 2007:20).

Ved å studere ett case, kan man altså trekke slutninger som kan være gyldige for også andre, liknende fenomener. Casestudiet mitt av mediernes fremstilling av mannlige og kvinnelige politikere i valgkampen 2009, kan altså ha generaliseringspotensial til andre, liknende valgkamper i tid eller rom. Ifølge Gerring (2007:19) kan et case innebære én observasjon eller mange observasjoner (*within-case*). Caset mitt er valgkampen 2009, men jeg vil studere medieomtale av politikere fra denne valgkampen, og jeg har dermed mange observasjonseenheter.

Analyseenhetene mine, eller observasjonene, er omtaler av politikere som ble gitt i et utvalg aviser i innspurten av valgkampen 2009. En omtale av en politiker er helt konkret definert som en tekstbolk der politikerens navn er nevnt, eller vedkommende

blir referert til på annen måte, for eksempel som "partilederen", "statsråden", "han" eller "hun".¹¹ Et eksempel på en omtale av en politiker fra valgkampen 2009, er denne fra VG: *"Akershus Venstres andrekandidat, Abid Raja, hadde blitt stortingsrepresentant dersom årets skolevalg hadde blitt valgresultatet"*.

Jeg mener det er hensiktsmessig å studere omtale fordi det kan gi informasjon om måten kvinnelige og mannlige politikere ble fremstilt på i valgkampen, både gjennom hva som er det overordnede temaet i omtalen, og det språket som er benyttet. TV blir ofte trukket frem som tidens mest kraftfulle medium, med stor påvirkningskraft og evne til å påvirke andre nyhetsmedier (Thorbjørnsrud 2001:34). Da språk vil være et sentralt moment i analysene mine, mener jeg likevel at analyse av skriftlig avisomtale er mest hensiktsmessig i dette forskningsprosjektet. I tillegg viser Valgundersøkelsen 2005 som tidligere nevnt, at norske velgere i stor grad benytter aviser som kilder oppunder valg (Aardal, Høstmark, Lagerstrøm og Stavn 2007:38).

Analysen av omtalene vil, som jeg allerede har vært inne på, forgå gjennom å analysere innholdet i tekst. Første skritt i en innholdsanalyse er å bestemme hva som skal definere tekstenheten (Weber 1985:23). I dette tilfelle er tekstenhetene de omtalene som finner sted i avisartikler som omhandler valget, trykket i de tre avisene VG, Dagens Næringsliv og Aftenposten den siste uken før valget. Det er vanlig å skille mellom to typer enheter: *kodingsenheter* og *kontekstenheter*. Den første typen defineres som det minste tekstelementet som tilordnes verdier på variabler. Den andre er definert som den største tekstenheten som brukes til å karakterisere de kodingsenhetene som er en del av den (Hellevik 2002:174-175). I mitt tilfelle er omtalene kodingsenheter, mens avisartiklene og avisene, er kontekstenheter.¹²

Ressursbegrensninger gjorde at jeg måtte begrense både tidsrom og antall aviser jeg kunne hente omtaler fra. Planen var først å analysere samtlige omtaler som var trykket i avisartikler vedrørende valget i alle de avisene mediearkivet Retriever definerer som riksaviser, de to siste ukene før valget. Det viste seg imidlertid at dette

¹¹ Steder hvor en politikers navn er nevnt i tilknytning til et sitat politikerens selv kommer med, inkluderes ikke, fordi dette ikke er en omtale, men snarere informasjon om hvem som har sagt noe. Dersom en politiker omtaler seg selv eller en annen politiker i sitatet, inkluderes det imidlertid, fordi det da kan karakteriseres som omtale.

¹² I den kvalitative analysen vil jeg se på betydningen av enkelte ord og uttrykk som befinner seg inne i omtalene, og dermed vil disse enkeltordene og uttrykkene være kodingsenheter. I kvalitative analyser koder man imidlertid ikke enheter på variabler systematisk, slik man gjør i statistiske analyser. Det blir dermed mindre meningsfylt å snakke om kodings- og kontekstenheter der.

genererte et alt for stort antall enheter. Jeg kuttet dermed tidsperioden ned til den siste uken før valget, og inkluderte omtaler fra bare tre aviser. Jeg ble da sittende igjen med 1119 politikeromtaler. En uke er ikke så lang tid, men jeg mener at den siste uken i valgkampen likevel er godt egnet og tilstrekkelig for en meningsfull analyse. Valgkampen blir mer og mer intens etter hvert som valget nærmer seg, og måten politikerne fremstilles på, blir så visst ikke mindre viktig. Ifølge Valgundersøkelsen 2005 (Aardal, Høstmark, Lagerstrøm og Stavn 2007:55) bestemte 56 prosent av velgerne seg for hvilket parti de skulle stemme på under valgkampen, rett før valget eller på selve valgdagen ved stortingsvalget i 2005.

I utvalget av aviser har jeg valgt å inkludere aviser som er blant Norges største og dermed har et stort nedslagsfelt, i tillegg til at de representerer ulike *typer* aviser: VG er en løssalgsavis som knyttes til tabloidsjangeren, med hele Norge som nedslagsfelt og et daglig lesertall på 1.355.700; Aftenposten er en storbyavis som har Østlandet/Norge som nedslagsfelt og 764.000 daglige lesere; og Dagens Næringsliv er en nisjeavis innen finans og næringsliv, men som i stadig større grad legger vekt på å være en heldekkende avis med vekt også på kultur-, politikk- og featurestoff. Avisen har Østlandet/Norge som nedslagsfelt og et lesertall på 295.000 daglig (Retriever 2010).¹³ For noen tiår siden var aviser gjerne knyttet opp mot spesielle politiske partier. Med dette in mente kan kanskje tanken på en viss konservativ slagside i utvalget være nærliggende. Jeg vil imidlertid hevde at samtlige av disse avisene i dag er uavhengige i sin dekning av politikk. Dagens Næringsliv er opptatt av næringsliv og bedrifters kår, og holder seg dermed kanskje noe mer mot høyre, men avisen har likevel en bred og uavhengig dekning av politikk, og karakteriserer seg selv som "en fri dagsavis".

Jeg velger å inkludere alt av redaksjonelt stoff i utvalget, både nyhetsartikler, kommentarer, ledere, featurestoff og mer useriøst stoff, da alt dette til sammen danner bildet av hvordan politikerne blir omtalt i mediene. Jeg utelater imidlertid omtaler fra kronikker eller leserbrev, da dette er stoff som ikke er produsert av avisenes egne medarbeidere, og dermed ikke er produsert som følge av redaksjonelle vurderinger. Siden jeg har valgt å ha omtaler som analyseenhet, betyr det at absolutt all politikeromtale som er gitt i de tre utvalgte avisene i det aktuelle tidsrommet blir inkludert i analysen, og omtaler av alt fra statsminister Jens Stoltenberg til Ap-ordfører i

¹³ Jeg henter artiklene som skal være gjenstand for analyse fra mediearkivet Retriever.no.

Norde Land kommune, Liv Solveig Alfstad, vil bli analysert. På den måten får jeg innsikt i hvordan kvinnelige og mannlige politikere i alle sjikt av politikken ble omtalt, og jeg kan også studere kjønnsforskjeller i tilknytning til hierarkisk plassering. I tillegg får jeg oversikt over *hvor mye* omtale ulike politikere og politikergrupper har fått. Ved å inkludere hele universet av omtale, unngår jeg også utvalgsskjevhet basert på valg gjort av meg.

Jeg inkluderer all politikeromtale som er gitt i analyseperioden, uavhengig av hvem som er den opprinnelige kilden til utsagnet. Hvis naboen til Kristin Halvorsen på Grünerløkka er intervjuet, og han kommer med en karakteristikk av SV-lederen, blir for eksempel denne omtalen tatt med i utvalget selv om det ikke er en journalist som i bunn og grunn står bak karakteristikken. Jeg mener at omtale som stammer fra menn og kvinner "i gata", kjendiser, ekspertkilder og politikere selv, er en naturlig del av "medienes omtale av politikere", da journalistiske vurderinger ligger bak all den omtale som ender opp på trykk i en avis. I eksempelet med naboen til Kristin Halvorsen er det for eksempel redaksjonen som har valgt å oppsøke nabolaget til Halvorsen for å intervju naboen, og det er journalisten som bestemmer hvorvidt og hvor mye av naboen omtale som ender opp i artikkelen. Det er også journalisten sammen med desken, som avgjør hvordan omtalen til syvende og sist blir seende ut på trykk, og i hvilken kontekst den fremstilles.

3.2 Operasjonalisering og koding

Etter å ha definert hva som er analyseenhetene i en forskningsundersøkelse, må man bestemme hvilke egenskaper ved disse man er interessert i å studere, altså variabler ved enhetene, og man må finne ut hvilke ulike verdier variablene skal ha. Dette gjøres ofte ved å sette opp et kodeskjema, eller klassifikasjonsskjema, hvor man avgjør hvilken verdi en enhet skal tilordnes på en variabel. Et slikt kodeskjema forteller i detalj hvilke noteringer som skal gjøres når man gjennomgår analysematerialet (Hellevik 2002:48-49; Berström og Boréus 2005:49). Et klassifikasjonsskjema skal være uttømmende (alle enheter må kunne plasseres i en kategori, det vil si tilordnes verdi på variabelen) og gjensidig utelukkende (ingen kan plasseres i mer enn en kategori) (Hellevik 2002:49). Det kodeskjemaet jeg benyttet ved kodingen av enhetene ligger vedlagt oppgaven som Vedlegg 1.

I dette forskningsprosjektet ønsker jeg å kartlegge hvordan kvinnelige og mannlige politikere ble omtalt og fremstilt i valgkampen 2009, og i hvor stor utstrekning kvinner og menn ble behandlet forskjellig. På bakgrunn av teori og tidligere forskning har jeg kommet frem til at følgende avhengige variabler, eller egenskaper ved den politikeromtalen som er gjenstand for analyse, kan bidra til å besvare problemstillingene og hypotesene mine:

- hvorvidt omtalen innebærer fokus på et personlig aspekt ved den omtalte politikeren (utseende, privatliv, egenskap, kjønn);
- hvorvidt politikeren blir evaluert i omtalen og i så fall hvordan;
- hva slags saksramme omtalen presenteres innenfor; og
- hvordan den omtalte politikeren er titulert.

I det følgende vil jeg redegjøre for hvordan jeg operasjonelt har definert de avhengige variablene og de verdiene jeg opererer med på hver variabel.

Jeg definerer en omtale som å inneholde fokus på et personlig aspekt dersom den fokuserer på ett av fire aspekter ved den omtalte politikeren: politikeren utseende, politikeren privatliv, politikeren egenskaper eller politikeren kjønn, og disse fire kategoriene blir dermed verdiene på denne variabelen. I kategorien "utseende" inngår omtaler som omhandler utseende eller fremtoning, for eksempel antrekk, fysikk, hårfrisyre eller måte å føre kroppen. I "privatliv"-kategorien inngår opplysninger som bosted, sivilstatus, antall barn og fritidssysler. I kategorien "egenskap" inngår omtale som tar sikte på å beskrive politikeren personlige væremåte eller egenskaper, som oftest knyttet til kompetanse eller karakter. Her inngår hovedsakelig adjektiver, men også språklige bilder og utsagn som beskriver politikerne. I den siste kategorien, "kjønn", havner omtaler der politikeren (biologiske) kjønn nevnes eller politikeren omtales i termer hvor kjønn direkte eller indirekte inngår, som for eksempel "dronning".¹⁴ Alle omtaler som ikke kan plasseres i enten utseende-, privatliv-,

¹⁴ Når det gjelder kjønnskategorien, har jeg i teorikapittelet allerede vært inne på at kjønn i denne oppgaven defineres som mer enn en statistisk variabel. I den statistiske delen av oppgaven betyr kjønn "biologisk kjønn" og politikerne blir kategorisert som menn og kvinner, mens kjønn i oppgavens språklige del, også kan bety "sosialt kjønn", knyttet til stereotyper vedrørende femininitet og maskulinitet. Hvordan dette er operasjonalisert, har jeg gjort rede for blant annet i figurene 2.1. og 2.2.

egenskap-, eller kjønn-kategorien, blir kategorisert som "personlig aspekt nevnes ikke i omtalen".

Når jeg skal registrere evaluering av politikere, kategoriserer jeg omtale som henholdsvis nøytralt, negativt eller positivt ladet. Omtaler som ikke er positiv eller negativ, blir kodet som nøytral. Et eksempel på en nøytral omtale er denne av Venstreleder Lars Sponheim fra Aftenposten: *"Hvis en borgerlig trepartiregjering først er etablert, regner Sponheim med at den skal greie å skaffe landet et statsbudsjett"*. Når det gjelder saksramme blir samtlige artikler delt opp i følgende tre kategorier: "saksorientert ramme", "spillorientert ramme" og "personorientert ramme". Hvilken kategori omtalen skal plasseres i, blir avgjort etter hva som er hovedtema i saken omtalen er en del av: en politisk sak; valget i seg selv; eller en politiker, det være seg den omtalte politikeren eller en annen politiker. På den siste avhengige variabelen, "titulering", skiller jeg mellom omtaler der politikere er nevnt med fullt navn eller bare etternavn, og omtaler der de er titulert med kun fornavn. Omtaler hvor politikeren ble referert til uten navn, for eksempel som "han", "hun" eller "statsråden", havner i en tredje kategori.

Den uavhengige variabelen som er av størst interesse i dette forskningsprosjektet er naturlig nok kjønn – kjønn til den politikeren som er omtalt. Jeg registrerer imidlertid også andre egenskaper ved omtalene, som kan være relevante for oppgavens problemstilling, for eksempel hvilken avis omtalen var trykket i, og den omtalte politikeren etniske opprinnelse og alder.¹⁵ De uavhengige variablene er mer intuitive enn de avhengige variablene, og trenger derfor ikke en like inngående forklaring. Det er for eksempel ikke knyttet store utfordringer til å bedømme hvorvidt en politiker er mann eller kvinne, hvilken alder politikeren har, eller hvilken avis en omtale stammer fra.

¹⁵ Følgende egenskaper ved politikere ble registrert: kjønn; alder; politisk plassering, politisk parti; hierarkisk plassering; tilhørighet til parti med regjeringsmakt eller ikke; seksuell legning; og etnisitet. Selve omtalene ble kodet i henhold til følgende egenskaper: avisen omtalen er trykket i; journalistens kjønn; artikkelsjanger; hvem som var den opprinnelige kilden til omtalen; og den konkrete politikeren som er nevnt. En oversikt over de ulike kategoriene på hver variabel finnes i kodeskjemaet som ligger vedlagt oppgaven som Vedlegg 1.

3.3 Tekstanalyse som metode

I det "informasjonssamfunnet" som omgir oss, produseres en uendelig mengde tekst hver eneste dag. Disse leses og refereres, og gir konsekvenser for hva mennesker tenker og gjør, og er enormt viktige i moderne samfunn. Ved å studere tekst kan man si noe om relasjoner mellom mennesker, og relasjoner mellom grupper i samfunnet. I samfunnsvitenskapelige studier kan tekstanalyse være svært anvendelig hvis man ønsker å studere samfunnsfenomener som makt, politikk, tradisjoner, kulturmønstre, konflikt, enighet, likestilling, diskriminering osv. Mange forskere betrakter språket som den ytterste grensesetter for tanke og handling, og mener derfor at man må studere språket for å kunne si noe om tankesettet vårt, og bakgrunnen for våre måter å handle på (Bergström og Boréus 2005:12-13). Tekstanalyse kan også bidra til å identifisere skjult maktutøvelse. Slik skjult makt kan for eksempel forekomme dersom massemediene beskriver visse samfunnsfenomen på et spesielt vinklet vis, og dermed trenger alternative vinklinger bort. Det blir da en viktig oppgave å analysere hva mediene faktisk inneholder (Berström og Boréus 2005:14).

Det finnes et vidt spekter av ulike tekstanalysemetoder. Noen har forankring i en kvantitativ tilnærming, andre i en kvalitativ, og noen kombinerer kvantitative og kvalitative trekk. En strengt lagt opp innholdsanalyse som søker å finne objektive fakta på bakgrunn av empirisk analyse ved å studere svært mange enheter, for eksempel ved bruk av statistikk, er et eksempel på tekstanalyse som er svært kvantitativt fundert. En språkanalyse som i større grad baserer seg på subjektiv fortolkning, representerer på sin side en tekstanalyse av en svært kvalitativ karakter. Disse to eksemplene på tekstanalyse representerer ytterpunkter innenfor tekstanalyse, og mellom disse finnes et utall ulike varianter av tekstanalyse som delvis overlapper hverandre og kombinerer kvantitative og kvalitative trekk (Berström og Boréus 2005).

Ifølge Bergström og Boréus (2005:45) kan man med fordel kombinere ulike former for tekstanalyse på det samme materialet. Det som må avgjøre hvilke analysemetoder man skal benytte i et forskningsprosjekt, er forskningsspørsmålet og målet med analysen. I dette forskningsprosjektet ønsker jeg å si noe om måten kvinnelige og mannlige politikere ble fremstilt i valgkampen 2009, og med et slikt mål vil jeg si at det er meget relevant å se på *forekomster* av ulik type omtale for kjønn empirisk i et relativt stort tekstmateriale. Slike størrelser vil kunne gi et godt

utgangspunkt for å sammenlikne kjønnene. De tallene jeg får ved en slik kvantitativ analyse sier imidlertid ikke så mye om det eksplisitte innholdet i teksten, og det vil dermed være svært hensiktsmessig å også gjøre en kvalitativ innholdsanalyse på deler av tekstmaterialet. I en slik analyse vil jeg få mulighet til å studere språket nærmere, og å se omtalene i lys av den konteksten som omgir dem, og således kunne nyansere de funnene jeg gjør i den statistiske analysen. Det å besvare et forskningsspørsmål med flere ulike metoder, kalles metodetriangulering. Dette sees av mange som et ideal innen forskning, da en hypotese støttet av flere analysemetoder står sterkere enn en hypotese med støtte fra kun en analyse (Neuendorf 2004:34).

3.3.1 Kvantitativ innholdsanalyse

Termen "innholdsanalyse" benyttes først og fremst på analyser der fremgangsmåten består i å kvantifisere tekstinnehold, altså telle forekomst på en eller annen måte (Berström og Boréus 2005:43). Analyseformen innebærer at man klassifiserer tekstmateriale, og dermed reduserer den til mer relevante og håndterlige deler med data (Weber 1990:5). For å klassifisere teksten i dette analysematerialet benyttet jeg, som jeg allerede har vært inne på, et kodeskjema hvor jeg har kartlagt variabler og verdier ved analyseenheter. Etter å ha kodet tekstmaterialet endte jeg opp med en datamatrix med tall. Jeg kartla forekomster i materialet og sammenhenger mellom variabler, ved hjelp av analyser i statistikkprogrammet SPSS.

Man kan benytte innholdsanalyse for å finne mønstre i alle typer tekster. Analysemetoden kan benyttes for å grovsortere teksten i brede kategorier, for eksempel knyttet til hva som er tema i teksten, eller man kan benytte mer kompliserte klassifiseringer, ved for eksempel å identifisere metaforer av en viss type (Berström og Boréus 2005:45). Mine kategorier er, som vi har sett i kapittdelene om operasjonalisering og koding, relativt kompliserte. Det krever for eksempel et visst innslag av tolkning for å avgjøre om en omtale fokuserer på personlige aspekter eller ikke. Moderne datahjelpemidler gjør det mulig å gjennomføre innholdsanalyse automatisk, men i mitt tilfelle var det derfor helt nødvendig å gjøre analysen manuelt.

Hensiktene med å kvantifisere tekstinnehold kan være mange. Man kan for eksempel kartlegge hvor mye oppmerksomhet et emne eller en aktør får i teksten, eller hvordan noe fremstilles. Man kan også søke å kartlegge hvorvidt og hvordan noe

vrurderes, ved å for eksempel undersøke om noe vurderes negativt eller positivt. Metoden kan også benyttes til å vurdere om ulike aktører begunstiges eller misbegunstiges i teksten. Man kan for eksempel notere hvor ofte og i hvilken utstrekning ulike parter får ytre seg, om de blir stående uimotsagt eller ikke, eller hvordan de benevnes; et klassisk eksempel er om geriljamedlemmer omtales som "frihetskjemper" eller "terrorister" (Bergström og Boréus 2005:46-47).

I min innholdsanalyse er målet først og fremst å kartlegge *hvordan* noe fremstilles, altså kvinnelige og mannlige politikere. Mitt anliggende er egentlig ikke å studere *hvor mye* oppmerksomhet kvinner og menn får, men *hva slags* oppmerksomhet de får. Dette får jeg ved å studere blant annet forekomst av negative og positive vurderinger knyttet til kjønn, samt andel fokus på personlige aspekter ved politikerne. I tillegg studerer jeg temaer som tas opp når kvinner og menn omtales og måten kvinner og menn benevnes. I aller siste instans ønsker jeg at den kvantitative analysen sammen med de nyansene som fremkommer i den kvalitative analysen, skal kunne gi informasjon om hvorvidt politikere misbegunstiges eller omtales på spesielle måter i mediene, på bakgrunn av sitt kjønn.

3.3.2 Kvalitativ språkanalyse

Den kvalitative språkanalysen min er en kvalitativt basert innholdsanalyse, som trekker veksler på diskursanalyse, men først og fremst på det Bergström og Boréus (2005:149-181) kaller idé- og ideologianalyse. Tekstanalysemetoder kan som sagt flyte over i hverandre, og for meg er det ikke et poeng at denne analysen kan plasseres bestemt innenfor en navngitt metode. Det viktigste er at metoden er den som best tjener forskningsspørsmålet. Jeg mener at en idé- og ideologianalyse med diskursanalytiske trekk tjener forskningsspørsmålet mitt bra, fordi den gir meg muligheten til å kartlegge tilstedeværelsen av stereotypiske syn på kjønn og kjønnsmodeller i analysematerialet, samtidig som den gir meg muligheten til å fritt vurdere språk, formuleringer og kontekst.¹⁶

¹⁶ Opprinnelig inngikk også en lingvistisk analyse i den kvalitative delen av oppgaven, hvor språklige bilder i omtaler av politikerne ble analysert. Målet var blant annet å se om de bildene og metaforene som ble benyttet bidro til å fremstille politikerne positivt eller negativt. I tillegg ønsket jeg å se på hva slags temaer bildene var knyttet opp mot, for eksempel sport, spill, krig eller kjærlighet. Målet var å si noe om de bildene som ble benyttet kunne si noe om hvorvidt valgkampen ble dekket med et maskulint narrativ med utbredt metaforbruk knyttet til maskuline temaer, og hva dette eventuelt hadde å si for kvinnelige og mannlige politikere. Jeg fant

I en idé- og ideologianalyse søker man å kartlegge ideer og ideologiske forankringer i tekster, gjerne ved hjelp av analyseverktøy som idealtyper. Man sorterer da formuleringer i den aktuelle teksten, ut fra de forhåndskonstruerte typene (Bergström og Boréus 2005:150-159). Jeg ønsker med min kvalitative analyse å studere i hvor stor grad stereotypiske forestillinger om maskulinitet og feminitet, og stereotypiske kvinnemodeller, gjør seg gjeldende i analys materialet. Berström og Boréus (2005:149) definerer en idé som en tankekonstruksjon som er preget av en viss kontinuitet, og med litt velvilje kan man si at tradisjonelle syn på kjønn kan defineres som ideer. Analysen min trekker hovedsakelig på idé- og ideologianalyse fordi jeg benytter idealtyper til å si noe om innholdet i teksten. Bruken av slike fastsatte idealtyper gir meg mulighet til å vurdere fremstillingen av kjønn i analys materialet systematisk, og mer objektivt enn dersom jeg hadde gått løs på teksten helt fritt.

I en diskursanalyse tar man gjennom systematiske og inngående studier av innholdet i en bestemt tekst, sikte på å avdekke hvordan denne teksten som helhet er strukturert av større tankemønstre (Grønmo 2004:128). Det finnes et stort antall ulike definisjoner av begrepet diskurs; fra snevre definisjoner som at diskurs er "spoken and written language" (Fairclough sitert i Bergström og Boréus 2005:307), eller videre definisjoner hvor man skiller mellom diskurs som tekst, diskurs som diskursiv praksis og diskurs som sosial praksis. Diskursiv praksis er hvordan tekster produseres og distribueres, samt hvordan konsumpsjonen av tekst ser ut (i form av størrelse, layout, bilder etc.). Diskurs som sosial praksis er en betydelig utvidelse av diskursbegrepet, og betyr at relasjonene mellom tekst og diskursiv praksis relateres til noe ytre og bredere, for eksempel andre diskursive praksiser, eller ikke-diskursive områder som økonomiske betingelser (Fairclough sitert i Berström og Boréus 2005:308).

I den kvalitative studien min, søker jeg å si noe om det språket som mediene benytter når de omtaler kvinnelige og mannlige politikere, og hvordan dette språket og måten politikerne fremstilles på former samfunnets oppfatning av kvinner og menn i politikken. Med et slikt mål kan man på mange måter si at jeg ønsker å kartlegge

imidlertid ut at en slik lingvistisk analyse ble litt på siden i en statsvitenskapelig oppgave. Da jeg studerte de metaforene som ble benyttet i teksten stilte jeg meg også ofte tvilende til om disse virkelig kunne si noe om eventuelt skjulte maktstrukturer i mediedekningen. Mange metaforer er for eksempel så innebygd i språket at man nesten ikke tenker på at de i virkeligheten er språklige bilder. Bilder som "duell" og "angrep" er for eksempel så innarbeidet i politikk, at man ikke nødvendigvis tenker på at de opprinnelig er knyttet opp mot krig og kamp.

diskurser knyttet til kjønn i valgkamp. Det faktum at jeg delvis støtter meg på idealtyper for å si noe om det språket som benyttes, gjør imidlertid at analysen fjerner seg fra diskursanalytisk jangeren. I en tekstanalyse med en diskursanalytisk ansats, arbeider man nemlig vanligvis ikke med forhåndskonstruerte kategorier, men lar innholdet selv bestemme kategoriinndelingen (Bergström og Boréus 2005:273). I enkelte deler av den kvalitative analysen benytter jeg meg imidlertid ikke aktivt av idealtypene, men deler omtalene opp i grove underkategorier etter hva som er tema. Her fjerner analysen seg fra idé og ideologianalyseretningen og beveger seg mer over i diskursanalyse igjen. Ønsker man å si noe om diskursiv praksis i tekster, mener Fairclough som nevnt, at tekstens konsumpsjon må studeres, dvs. plass, overskrifter, bilder, layout etc. Jeg innlemmer ikke dette i den kvalitative analysen min blant annet på grunn av ressurs hensyn og et stort antall enheter.

Det er bare de omtalene som er kodet som å vedrøre et personlig aspekt som er gjenstand for kvalitativ analyse. Ved å studere disse omtalene kvalitativt, mener jeg at jeg vil få relevant informasjon om fremstillingen av maskulinitet og feminitet i valgkampen, nettopp fordi temaer som politikerens utseende, privatliv og egenskaper er temaer som gjerne er nært knyttet til utøvelse av kjønn. I tillegg er det med hensyn til ressurser, umulig for meg å skulle studere 1119 politikeromtaler kvalitativt, og det er dermed helt nødvendig å gjøre et utvalg. Ved å ta for meg kun de 230 omtalene som vedrører personlige aspekter, får jeg effektivt kuttet ned antall enheter og studert omtaler som er relevante for problemstillingen. Samtidig er det ikke er noen fare for utvalgsskjevhet, fordi jeg fremdeles inkluderer hele universet: Samtlige omtaler som vedrører personlige aspekter ved politikerne innlemmes.

3.4 Reliabilitet og validitet

Reliabilitet viser til analyseresultatenes pålitelighet og etterprøvnbarhet, altså hvorvidt vi kan stole på resultatene og om vi ville fått tilnærmet samme resultat dersom vi, eller noen andre, gjennomførte analysen en gang til (Grønmo 2004:222). I kvantitative undersøkelser hvor man måler og regner på kvantitative størrelser, bestemmes reliabiliteten av hvordan målingene som leder frem til tallene i datamatriksen er utført, og betegnelsen sikter til nøyaktigheten i de ulike operasjonene i denne prosessen (Hellevik 2002:183). Det er imidlertid relevant å snakke om reliabilitet for

undersøkelser også av mer kvalitativ art. Da handler begrepet mer allment om å være nøyaktig i alle ledd av undersøkelsen. I de fleste tekstanalyser kan aspekter knyttet til tolkning være kilde til reliabilitetsspørsmål (Berström og Boréus 2005:35).

Jeg har benyttet et kodeskjema som måleinstrument i den kvantitative analysen. I utarbeidelsen av dette har jeg lagt vekt på å lage operasjonelle definisjoner som angir klart og presist hvordan målingen skal utføres. Den noe ulne kategorien "omtale av personlig aspekt", er for eksempel presist definert operasjonelt, til å gjelde omtale som knytter seg til utseende, privatliv, egenskaper eller kjønn. Når det gjelder kodeskjemaer, er det imidlertid også viktig at disse ikke er så presist konstruert at de styrer oppmerksomheten til forskeren slik at man ikke klarer å være åpen for materialet. Man kan da risikere at teksten ikke får "snakke selv", og at forskeren finner det hun har bestemt seg for å finne på forhånd (Bergström og Boréus 2005:78). Man kan minske dette problemet ved å gjøre seg kjent med tekstsjangeren og analysematerialet på forhånd. Denne oppgaven bygger som tidligere nevnt på en liknende studie som jeg har utført tidligere (Rogstad 2009). Vi kan karakterisere denne som en slags pilotstudie. Denne "ministudien" var naturlig nok av et mye mindre omfang, og ble utført på et annet tekstmateriale, men måleinstrumentet liknet noe. Slik kunne jeg trekke på viktige erfaringer knyttet til måling når jeg skulle utforme kodeskjemaet til denne studien. Det faktum at jeg utførte kodingene av teksten manuelt gjorde også at jeg fikk tatt bedre hensyn til omtalenes kontekst under kodingen.

Hvorvidt det kodeskjemaet jeg har benyttet i dette forskningsprosjektet er nøyaktig nok konstruert til å sikre reliabilitet, kan undersøkes ved å gjøre en reliabilitetstest hvor man tester måleinstrumentets stabilitet. Dette gjøres ved at samme forsker gjennomfører målingen på to ulike tidspunkter. Dersom det er høy stabilitet mellom de to målingene, betyr det at undersøkelsen har en tilfredsstillende intrasubjektivitet.¹⁷ Hensikten med å måle dette er å sikre at forskeren er konsekvent når materialet kodes, og dette er ekstra viktig dersom analysematerialet skal benyttes i en eller annen form for sammenlikning. Når man gjennomfører en slik test, er det viktig at det har gått såpass lang tid mellom første og andre måling at man ikke husker hvordan man kodet den første gangen (Hellevik 2002:184; Berström og Boréus 2005:36).

¹⁷ Intrasubjektivitet: Grad av sammenfall når samme fenomen undersøkes av samme forsker flere ganger (Hellevik 2002:467).

Jeg kodet 105 av 1119 enheter på nytt (9,4 prosent av tekstmaterialet) og fant at kodingene mine samsvarte i 97,73 prosent av tilfellene. Dette er imidlertid et kunstig høyt samsvar, siden de aller fleste av variablene mine ikke trenger noen form for tolkning, for eksempel hvorvidt den omtalte politikeren tilhører opposisjonen eller hvilken avis omtalen er trykket i osv. Ved å kun ta hensyn til de fem variablene hvor det faktisk er et visst innslag av tolkning for hvordan man skal kode en enhet, fikk jeg et samsvar på 94,6 prosent.¹⁸ Hva som er en akseptabel grad av avvik varierer ettersom hva man er interessert i å kartlegge i analysen, og i hvor stor grad feilkoding kan påvirke resultatet av analysen (Bergström og Boréus 2005:51-52). I mitt tilfelle ønsker jeg å sammenlikne to grupper, dvs. kvinner og menn, og dermed er det ekstra viktig at jeg er konsekvent når jeg koder materialet. Et samsvar på 94,6 prosent er likevel et meget tilfredsstillende resultat.¹⁹

Et annet prinsipp som er viktig for å skape pålitelig og etterprøvbart forskning er gjennomsiktighet og velbegrunnet argumentasjon. Leseren skal i prinsippet kunne rekonstruere de operasjoner som forskeren har gjort i analysen av et materiale for å komme til en viss konklusjon (Berström og Boréus 2005:36). Jeg forsøker å etterleve dette kravet ved å gjøre nøye rede for de vurderinger og valg som ligger bak operasjonaliseringene av de ulike begrepene. I tillegg underbygges de tolkninger jeg har gjort med referanser til den teksten som er analysert, i form av sitater.

Det finnes flere definisjoner og mange ulike former for validitet, men i bunn og grunn referer begrepet til datamaterialets gyldighet for de problemstillingene som skal belyses, altså hvorvidt den undersøkelsen man gjennomfører for å få svar på et bestemt spørsmål, i virkeligheten kan gi svar på dette spørsmålet (Grønmo 2004:231; Bergström og Boréus 2005:34). For å sikre at dataene er relevante for problemstillingen i undersøkelsen, er det viktig at man ved utformingen av den operasjonelle definisjonen anstrenger seg for å fange opp innholdet i den teoretiske definisjonen (Hellevik 2002:183). Sammenhengen mellom den teoretiske problemstillingen og

¹⁸ Disse variablene er: valør på omtalen; personlig omtale; saksramme; sjanger og kilde til omtalen. En oversikt over verdiene på de ulike variablene finnes i kodeskjemaet som er vedlagt oppgaven.

¹⁹ En annen måte å måle reliabilitet på, er å gjennomføre en ekvivalenstest hvor to forskere gjennomfører målingen samtidig. Oppnår man en høy ekvivalens mellom de to målingene, betyr det at intersubjektiviteten er god, dvs. at man oppnår en tilfredsstillende grad av sammenfall når samme fenomen undersøkes av ulike forskere (Hellevik 2002:184). Ressursbegrensninger gjorde det dessverre ikke mulig for meg å få gjennomført en ekvivalenstest.

operasjonaliseringen av denne i dette forskningsprosjektet, har blitt beskrevet ved at hele forskningsprosessen og valg som gjelder utvalg og metode er blitt begrunnet i dette kapittelet.

Når det gjelder validitet hevdes det gjerne at innholdsanalyse er en analyseform som setter reliabilitet fremfor validitet, fordi man etterstrever enkle bedømmelsesprosesser for å kunne kode materialet (Bergström og Boréus 2005:78-79). Jeg mener at validiteten i innholdsanalysen i dette forskningsprosjektet ikke lider på grunn av dette. For det første fordi kodingen er gjennomført manuelt slik at enhetene ikke ble rykket ut av sin sammenheng. For det andre fordi jeg i tillegg gjennomfører en kvalitativ analyse uten strenge kategorier på de enhetene som innebærer fokus på personlige attributter. På den måten får jeg studert akkurat disse enhetene, som er svært relevante for oppgavens problemstilling, mer inngående og minsker faren for å dra ukvalifiserte slutninger.

En vanlig kritikk mot kvalitative innholdsanalyser er at de er så fritt konstruert at man automatisk vil finne det man tror man skal finne. Benytter man seg av svært spesifikke idealtyper, og presser teksten til å passe inn i disse, kan man stå overfor samme problem, og risikere redusert validitet (Berström og Boréus 2005:172). Jeg mener at jeg unngår slike validitetsproblemer i dette forskningsprosjektet ved at den kvalitative analysen er relativt objektiv, siden jeg benytter forhåndskonstruerte kategorier som et veikart. Det faktum at kategoriene er relativt åpne, i tillegg til at jeg, inspirert av diskursanalyse studerer omtalenes konkrete språk og kontekst, bidrar ytterligere til å øke mulighetene for god validitet.

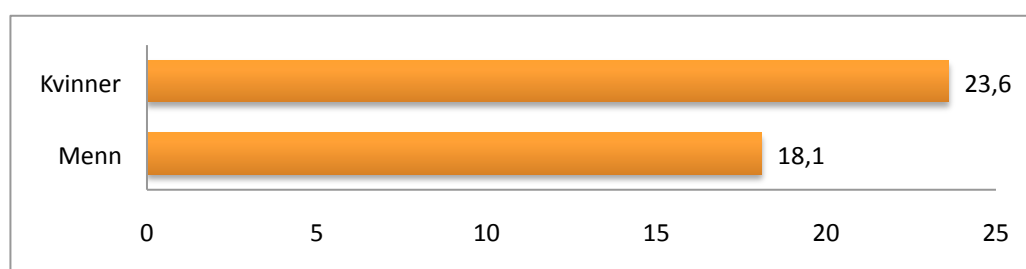
4 Kvinner og menn i valgkampdekningen. Et overblikk.

I dette kapittelet viser jeg hvordan kvinnelige og mannlige politikere ble fremstilt i store linjer den siste uken i valgkampen 2009. Funnene som presenteres er basert på statistisk analyse av all omtale som er gjort av politikere i de tre utvalgte avisene. Jeg vil først presentere funn knyttet til hvor personifisert omtalen av politikerne er, og se om dette er noe som er mer utbredt når kvinnelige politikere omtales. Deretter vil jeg se på utbredelsen av nøytral, negativ og positiv omtale, og se om kvinner er evaluert i større grad enn menn. Innledningsvis i oppgaven diskuterte jeg hvorvidt faktorer ved omtalene eller artiklene de inngår i, og faktorer ved politikeren som er omtalt annet enn kjønn, kan ha innvirkning på hvordan en omtale blir seende ut, og jeg vil presentere funn også knyttet til dette. Avslutningsvis i kapittelet vil jeg diskutere og sammenfatte hovedfunnene i den statistiske analysen, og samtidig skissere hvilke ytterligere opplysninger og nyanser den kvalitative analysen som følger i kapittel 5 kan gi.

4.1 Er omtalen av kvinner mer personifisert?

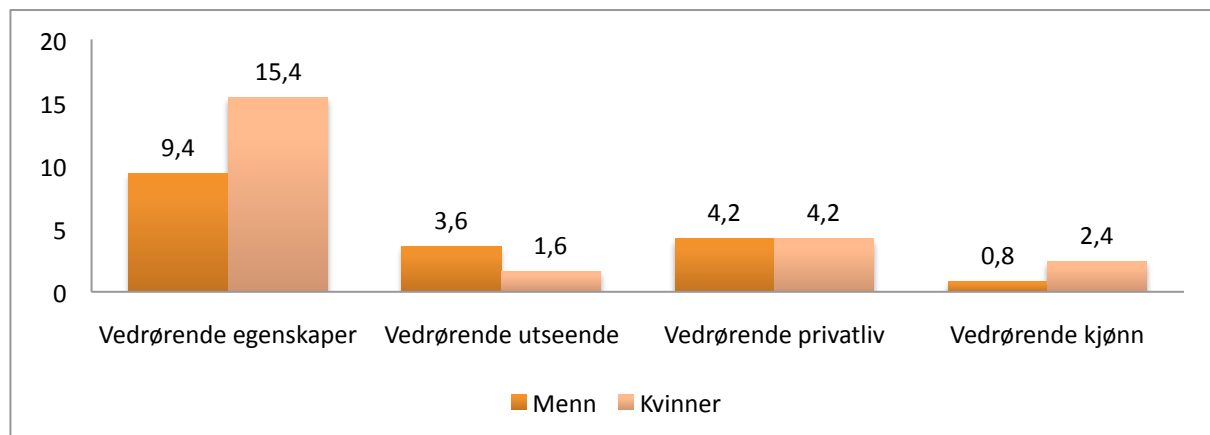
Det spørsmålet som utgjør utgangspunktet for hele denne oppgaven, er spørsmålet om omtalen av kvinnelige politikere var mer personifisert enn omtalen av mannlige politikere i valgkampinnsurten 2009. Første ledd i å få svar på det, blir å studere utbredelsen av omtale knyttet til personlige aspekter ved politikerne (jf. metodekapittelet s. 34).

Figur 4.1. Omtale av personlige aspekter ved kvinnelige og mannlige politikere i valgkampinnsurten 2009, i prosent (N = kvinner 505, menn 614)



Figur 4.1 viser at nesten én av fire omtaler av kvinnelige politikere er knyttet til en form for personlig aspekt ved henne (utseende, privatliv, egenskaper, kjønn), mens det tilsvarende tallet for menn er i underkant av hver femte omtale. Dette utgjør en differanse på mer enn 5 prosentpoeng, og bygger opp under tidligere forskning som har vist at kvinnelige politikere opplever et større fokus på personlige attributter enn menn, selv om 5 prosentpoeng ikke er så mye. Som neste ledd i analysen er det relevant å studere hva omtalene av personlige aspekter dreier seg om mer konkret. En oversikt over hvordan omtalene fordeler seg på henholdsvis utseende, privatliv, egenskaper og kjønn presenteres i figur 4.2.

Figur 4.2. Omtale av personlige aspekter ved kvinnelige og mannlige politikere i valgkampinnsurten 2009 fordelt på tema, i prosent (N = kvinner 119, menn 111)



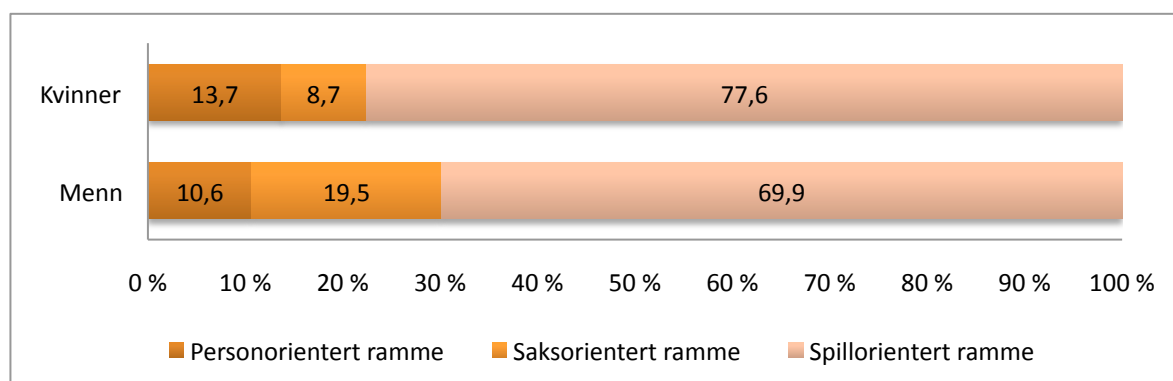
Vi ser her at det først og fremst er hyppig omtale av egenskaper som bidrar til å gjøre andelen omtale av personlige aspekter ved kvinnelige politikere høyere enn den for menn. De kvinnelige politikerne som ble omtalt i valgkampinnsurten 2009 opplevde at det ble fokusert på deres egenskaper nesten 40 prosent oftere enn mannlige politikere. Et eksempel på omtale som vektlegger *egenskaper* ved en kvinnelig politiker, er denne av Erna Solberg fra en kommentar i VG: *"Helt siden nederlaget i 2005 hadde Solberg slitt med å kommunisere Høyres politikk. Hun var omstendelig, treg og trøtt. Virket alltid litt andpusten"*.

Når det gjelder omtale av *utseende*, står vi overfor et nokså overraskende resultat. Det er relativt lite fokus på dette i innsurten av valgkampen, men de mannlige politikerne opplever at aspekter vedrørende dette omtales mer enn dobbelt så ofte som kvinnene. Et eksempel på omtale som går på politikeres utseende i form av antrekk og

fremtoning, i dette tilfellet antrekk, er denne beskrivelsen av Carl I. Hagen hentet fra Aftenposten: "Vi har sett (...) Carl I. Hagen i helhvitt, dansende med Eli". Andelen omtale av *privatliv* er nøyaktig lik for kvinner og menn med 4,2 prosent. Et eksempel på slik omtale er informasjon om at Erik Solheims sivilstatus er "Gift, fire barn" i et intervju om hans treningsvaner i Dagens Næringsliv. Det er ikke så ofte at mediene omtaler politikere i tilknytning til deres *kjønn*, men når det gjøres, dreier det seg stort sett om en kvinnelig politiker. Et eksempel på slik omtale er VGs karakteristikk av Erna Solberg som "Twitter-dronningen" i en kåring av beste partileder på nettsamfunnet. Det er vanskelig å si noe om de funnene jeg har gjort knyttet til konkret omtale av utseende, egenskaper, privatliv og kjønn i relasjon til teori og tidligere forskning basert kun på disse kvantitative funnene. Jeg vil diskutere disse resultatene mer inngående etter å ha studert omtalene også kvalitativt i neste kapittel.

For å si noe om hvorvidt kvinnelige politikere fremstilles mer personifisert enn menn, er det også naturlig å studere de sakene politikerne figurerer i. Hva er det som er hovedtema i disse sakene? Har saken en saksorientert ramme der en politisk sak eller et politisk område er tema, har saken en spillfokuset ramme der regjeringsspørsmålet eller selve valget er hovedtema, eller har saken er personfokuset ramme der en politiker i seg selv er utgangspunktet for saken? I figur 4.3 ser vi hvordan omtalene av de mannlige og kvinnelige politikerne fordeler seg på hva som er ramme i sakene hvor omtalene finner sted.

Figur 4.3. Saksramme i sakene hvor kvinnelige og mannlige politikere er omtalt i valgkampinnspurten 2009 (N = kvinner 505, menn 614)

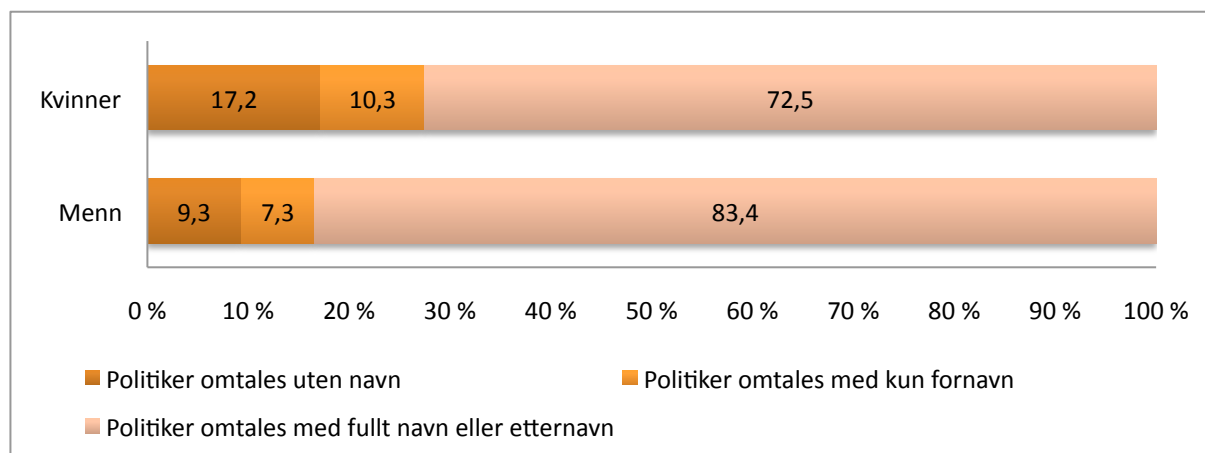


Ikke uventet stammer en svært stor andel av omtalene fra saker som har konkurranse og spill som ramme. Det er helt naturlig i innspurten av en valgkamp, hvor spørsmål om hvem som gjør det best og hvilke regjeringsalternativ som blir det mest sannsynlige, blir et stadig viktigere tema. Kvinner er ganske mye høyere representert i denne kategorien enn menn. Dette kan nok henge sammen med at de to kvinnelige partilederne Siv Jensen og Erna Solberg begge var aktuelle statsministerkandidater. En ytterligere forklaring på tendensen kan imidlertid være at kvinner som kjemper om politiske verv i dueller, for eksempel ved å angripe andre politikere, representerer noe uventet knyttet til tradisjonell kvinnelighet – og dermed representerer noe ”sensasjonelt” som blir ekstra interessant for mediene.

I figuren ser vi også at mannlige politikere dobbelt så ofte som kvinnene er omtalt i saker med en saksorientert ramme. Dette funnet er i tråd med forventningene basert på tidligere forskning som har vist at menn oftere enn kvinner får uttale seg om konkrete saker, mens kvinnene ofte opplever at saken blir vinklet på dem (Gidengil og Everitt 2000; Aalberg og Jenssen 2007). Et eksempel på en sak hvor en mannlig politiker er omtalt i en saksorientert ramme er artikkelen ”KrF vil ha familieminister” i VG dagen før valget, hvor KrF-leder Dagfinn Høybåten snakker om mangelen på et eget familiedepartement. Det samme er saken ”Rekordbudsjett for kultur neste år” fra Aftenposten den 12. september, hvor Trond Giske er omtalt. Når det gjelder omtaler som finner sted i saker med en personorientert ramme, er kvinnene noe sterkere representert enn mennene, med 13,7 prosent mot mennenes 10,6. Et eksempel på en sak med slik ramme er artikkelen ”Varmet opp med Brustad” fra Dagens Næringsliv den 11. september om næringsminister Sylvia Brustads første møte med påtroppende NHO-sjef John G. Bernander, i tillegg til artikkelen ”SV redd mandatet ryker” fra Aftenposten 12. september der flere personer er intervjuet om SV-politiker Karin Andersens innsats som politiker, og det at hun risikerer å falle ut av Stortinget dersom partiet mister sin representant fra Hedmark.

Til sist når det gjelder å studere hvorvidt omtale av kvinner er mer personifisert enn omtale av menn, velger jeg å se på mediens måte å titulere politikere på. Blir politikeren titulert med fullt navn, bare med fornavn, eller uten navn. Svaret på dette presenteres i figur 4.4.

Figur 4.4. Titulering av kvinnelige og mannlige politikere i valgkampinnspurten 2009 (N = kvinner 505, menn 614)



Mediene titulerte i aller størst grad politikerne med etternavn eller fullt navn i den siste uken av valgkampen, men de kvinnelige politikerne opplevde oftere å bli titulert med bare fornavn eller uten navn. Forskjellen er størst når det gjelder kategorien "uten navn". Her dreier det seg først om fremst om tilfeller der politikerne er omtalt som "hun" eller "han". Det er vanskelig å si noe om hvorfor kvinnene har et såpass mye større utslag her enn mennene, men faktum er at partilederne Siv Jensen og Erna Solberg trekker andelen for kvinner markant opp, med henholdsvis 27 og 24 tilfeller av i alt 144.²⁰ Når det gjelder den typen titulering som er aller mest personifisert, med bare fornavn, finner vi også en viss forskjell mellom kvinner og menn: Kvinnene opplever å bli titulert med fornavn nesten 30 prosent oftere enn det deres mannlige kollegaer blir. Slik fornavnbruk kommer for eksempel til uttrykk i denne kommentaren fra VG på selve valgdagen 14. September, der Erna Solberg og Jens Stoltenberg (og for så vidt også Kjell Magne Bondevik) er omtalt:

... Erna kan gripe sjansen og håpe at hun som Bondevik 2001-2005, får regjere i noen år. Krangelen med Frp kan også føre til at Erna gir opp; oppdraget går da ventelig tilbake til Jens Stoltenberg.

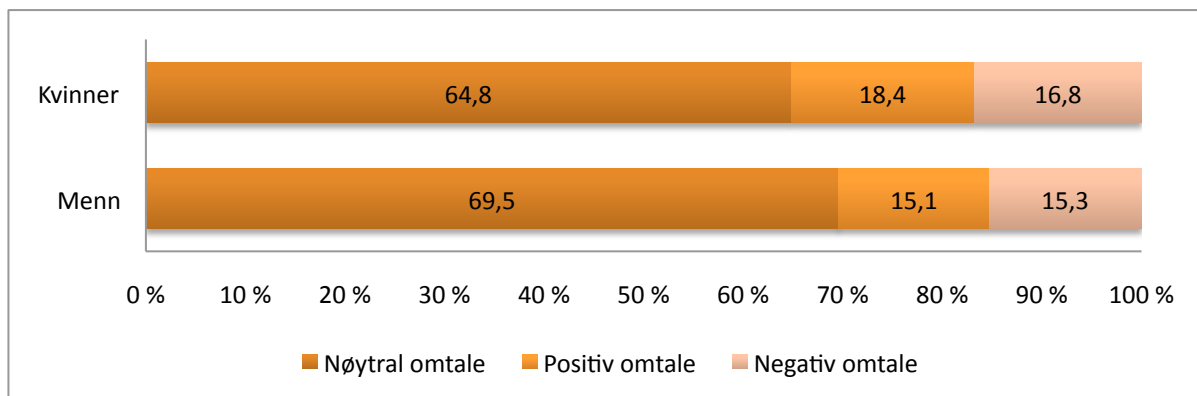
²⁰ En mulig forklaring på det høye antallet benevnelse av kvinner uten navn kan være at det generelt er færre kvinner i utvalget enn menn, og at de kvinnene som er nevnt dermed er nevnt mange ganger. Dersom en kvinne er nevnt mange ganger i en og samme artikkel, kan det for eksempel føre til flere benevnelse av typen "hun".

Dette funnet er i tråd med den tidligere forskningen vi har sett (Sreberny-Mohammadi og Ross 1996), som viste at kvinnelige politikere opplever å bli titulert mer uformelt enn det mannlige politikere blir.

4.2 Evalueres kvinner mer negativt enn menn?

Ved å studere fordelingen av positiv, negativ og nøytral omtale i tekstmaterialet får vi en oversikt over måten kvinner og menn blir evaluert på i valgkampen:

Figur 4.5. Evaluering i omtalene av kvinnelige og mannlige politikere i valgkampinnspurten 2009 (N = kvinner 505, menn 614)

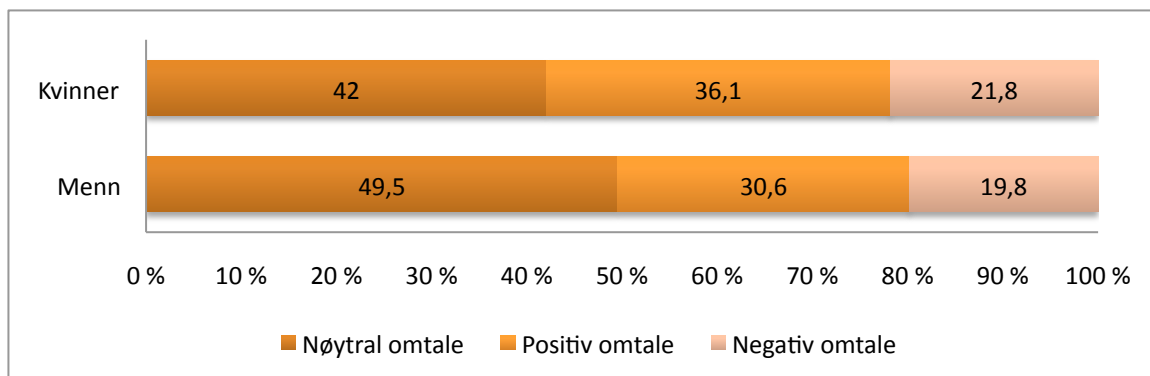


I figur 4.5 ser vi at nøytral omtale er helt klart mest utbredt, men at politikerne også i stor grad har fått positive og negative evalueringer når de er nevnt. Forskjellene mellom kvinner og menn er ikke så store, men vi ser at kvinnene i større grad får farget omtale; de er evaluert i 34,2 prosent av omtalene som omhandler dem, mens omtalen av mennene har negativ eller positiv valør i 30,4 prosent av tilfellene. Dette gir støtte til tidligere forskning som har påpekt at kvinner i større grad enn menn fremstilles i vinklede rammer enn menn (Gidengil og Everitt 2000; Kahn og Goldenberg 1991; Kahn 1993). Et eksempel fra tekstmaterialet hvor en politiker får negativ evaluering, er denne fra en kommentar i Aftenposten trykket den 11. september: *"Høyres Afshan Rafiq (...) var profiløs som stortingsrepresentant"*. Et eksempel på en positiv omtale er denne av Erna Solberg, hentet fra en kommentar som stod på trykk i VG dagen før valget:

Nå har [Erna Solberg] hatt suksess. Selv om oppslutningen kanskje ikke blir mer enn tre prosentpoeng bedre enn det elendige valget i 2005, har hun lyktes. Hun snudde trenden, og hun snudde den selv.

I hypotese 2 antydte jeg en forventning om at kvinnene ville få mer negativ evaluering enn mennene, og vi ser at dette er tilfelle, men forskjellen på andelen for menn og kvinner er marginal. I tillegg bidrar det faktum at kvinnene får såpass mye mer positiv omtale enn mennene til å svekke denne tendensen ytterligere. Jeg forventet at kvinnene ville få negativ evaluering spesielt når personlige aspekter ble trukket frem. Hvorvidt dette er tilfelle, får vi oversikt over i figur 4.6, hvor jeg presenterer andelen nøytral, positiv og negativ omtale kun innenfor de omtalene som omhandler personlige aspekter ved politikerne.

Figur 4.6. Evaluering av kvinnelige og mannlige politikere i omtalene vedrørende personlige aspekter i valgkampinnspurten 2009 (N = kvinner 119, menn 111)



Den omtalen som dreier seg om personlige aspekter ved politikerne er i større grad preget av evaluering enn det all den samlede omtalen er, og vi ser også at den omtalen som dreier seg om kvinner i større grad er ladet. Når det gjelder den positive omtalen er også differansen mellom kjønnene betydelig større, nå som vi kun ser på de omtalene som knytter seg til personlige aspekter. Differansen mellom kjønnene når det gjelder den negative omtalen er også større her, men den er fremdeles svært liten. Forventningen min i hypotese 2 om at kvinnene ville få spesielt mye negativ omtale når personlige egenskaper ved dem ble trukket frem, får altså bare marginal støtte. I den kvalitative analysen som følger i kapittel 5, vil jeg kunne studere omtalene som vedrører personlige aspekter ved politikerne mer inngående ved å studere det eksplisitte språket

som blir benyttet, samt omtalenes kontekst. Jeg vil da kunne få et mer nyansert inntrykk av hvorvidt kvinner evalueres mer negativt når personlige aspekter ved dem trekkes frem.

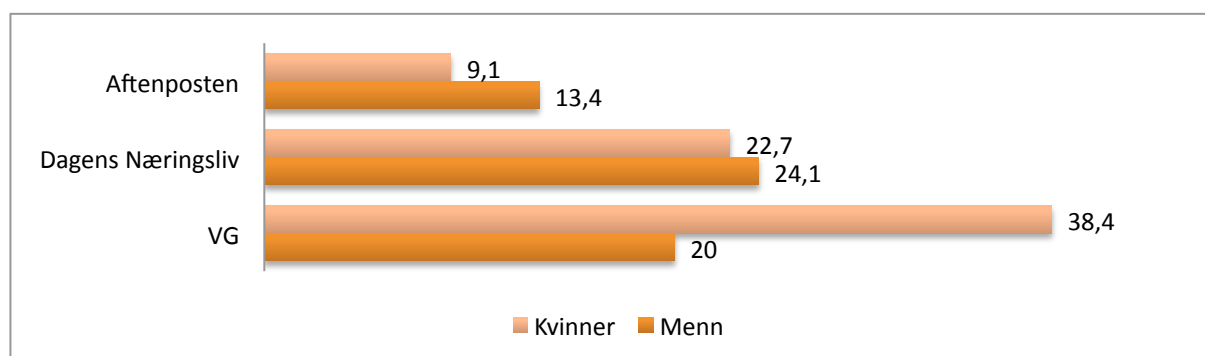
4.3 Bakgrunnsfaktorer ved omtalene

4.3.1 Medieformater

Jeg finner som forventet (jf. tabloidjournalistikk) at tabloidavisen VG utmerker seg knyttet til personifiseringseffekter. VG er den avisen som har desidert størst andel omtale av kvinner fra saker med en personorientert ramme med 70,5 prosent, mot 11,8 i Aftenposten, og ingen i Dagens Næringsliv. Når det gjelder omtaler fra saker med saksorientert ramme, har imidlertid alle avisene en overrepresentasjon av menn. Samtlige aviser har også mest nøytral omtale av mannlige politikere, men her er VG kanskje noe overraskende nærmest likebehandling av kjønnene. VG titulerer politikere med kun fornavn definitivt oftest, med 78 av 97 tilfeller, men er også her den av de tre avisene som har mest likevekt for kvinner og menn, med en fordeling på 57,7 for kvinner, mot 42,3 for menn. Aftenposten titulerer også kvinner med bare fornavn oftere enn menn, med en fordeling på 60 og 40 prosent, mens DN titulerer menn med bare fornavn oftest, med en fordeling på 28,6 prosent for kvinner mot 71,4 prosent for menn.

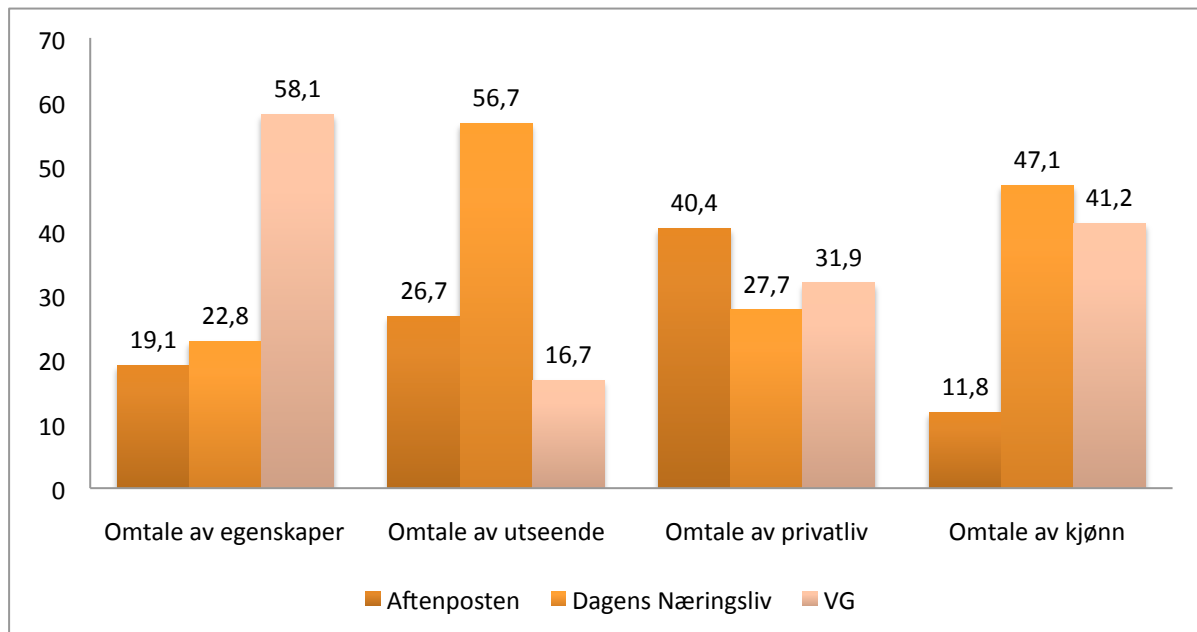
Det er imidlertid når det gjelder omtale av personlige aspekter ved politikerne at jeg finner den største "VG-effekten". I figur 4.7 ser vi utbredelsen av slik omtale i de tre avisene fordelt på kjønn, og det er tydelig at VGs kvinneomtale skiller seg ut.

Figur 4.7. Omtale av personlige aspekter ved kvinnelige og mannlige politikere i de tre avisene i valgkampinnsurten 2009, i prosent (N = 1119: Aftenposten 470, DN 294, VG 355)



Det er tydelig at VG omtaler personlige aspekter ved kvinner definitivt oftest av de tre avisene i utvalget. I figur 4.8 får vi imidlertid et mer nyansert bilde av hva slags personlige aspekter det fokuseres på, i de tre avisene.

Figur 4.8. Omtale av personlige aspekter ved politikere i de tre avisene i valgkampinnspurten 2009, fordelt på tema, i prosent (N = egenskaper 136, utseende 30, privatliv 47, kjønn 17)



Her ser vi overraskende nok, at tabloidavisen VG faktisk er den avisen som har bidratt minst til den samlede omtalen av utseende, mens Dagens Næringsliv utmerker seg betydelig: Avisen står for over halvparten av all den politikeromtalen som dreier seg om utseende. Så mye som 5,8 prosent av all politikeromtalen i Dagens Næringsliv som stod på trykk den siste uken i valgkampen inneholdt faktisk fokus på politikeres utseende. På verdien "egenskap" ser vi imidlertid at VG utmerker seg tydelig ved at avisen står bak hele 58,1 prosent av omtalene med fokus på dette. Det er imidlertid viktig å merke seg at antall omtaler på noen av kategoriene er svært lavt, noe som gjør resultatene usikre og like gjerne kan skyldes tilfeldigheter.

Når det gjelder artikkelsjangers innvirkning på hvordan politikere blir omtalt, finner jeg ikke overraskende at en større andel omtaler med fokus på personlige aspekter stammer fra featureartikler med 41,2 prosent, mot 17,9 fra nyhetsartikler og 18,8 fra kommentar- og lederartikler. Dersom kvinnelige politikere oftere enn menn hadde vært omtalt i "myke" featureartikler, kunne dette vært med på å forklare et større

antall omtaler med fokus på personlige aspekter ved kvinner enn menn. Jeg finner imidlertid ingen slik tendens: Av alle omtaler som er gitt av mannlige politikere i valgkampinnspurten, stammer 11,1 prosent fra featureartikler, mot 9,1 prosent for kvinner. Den artikkelkategorien jeg finner størst differanse mellom kjønnene i, er i kommentar- og lederartikler: Av samtlige omtaler av kvinner i utvalget, kommer 35,4 prosent i en kommentar- eller lederartikkel, mot 30,6 for mennene. I denne typen artikler, hvor politikerne ofte blir evaluert, er det ikke unaturlig at personlige aspekter som egenskaper blir trukket frem. Når jeg ser på utbredelsen av nøytral, negativ og positiv omtale i de ulike artikkelkategoriene, finner jeg ikke uventet at politikerne får minst nøytral omtale i kommentar- og lederartiklene, med 59,9 prosent, mot 70,4 i nyhetsartiklene og 74,6 i featureartiklene.

Jeg studerer fordelingen av sjanger i de ulike avisene for å se om dette kan gi noen forklaring på det høye personfokuset i VG, men VG utmerker seg verken på feature- eller kommentarsjangeren. Dagens Næringsliv har definitivt flest omtaler fra kommentarer med nesten 50 prosent, mot henholdsvis 27,2 prosent og 28,2 prosent i Aftenposten og VG, og er også høyt representert i featurekategorien med 20,4 prosent, mot bare henholdsvis 10,2 og 1,7 prosent i de andre avisene. VG er høyest representert i nyhetsartikkelkategorien med 70,1 prosent, mot 62,6 prosent i Aftenposten og 32,3 prosent i DN. Når jeg ser på omtalene med fokus på personlige aspekters fordeling på sjanger, finner jeg imidlertid at 50 prosent stammer fra nyhetsartikler, 30 prosent fra kommentar- og lederartikler og 20 prosent fra featureartikler. Her er det uten tvil VG som trekker opp andelen omtale av personlige aspekter innenfor nyhetskategorien. Grunnen til at vi ikke ser en større effekt av slik omtale fra myke featureartikler, som gjerne legger stor vekt på personlige aspekter, skyldes nok at fokuset mitt er valgkamp, et tema som først og fremst dekkes gjennom nyheter og kommentarartikler. Dette forklarer nok også det lave antallet omtaler fra featureartikler i utvalget generelt.

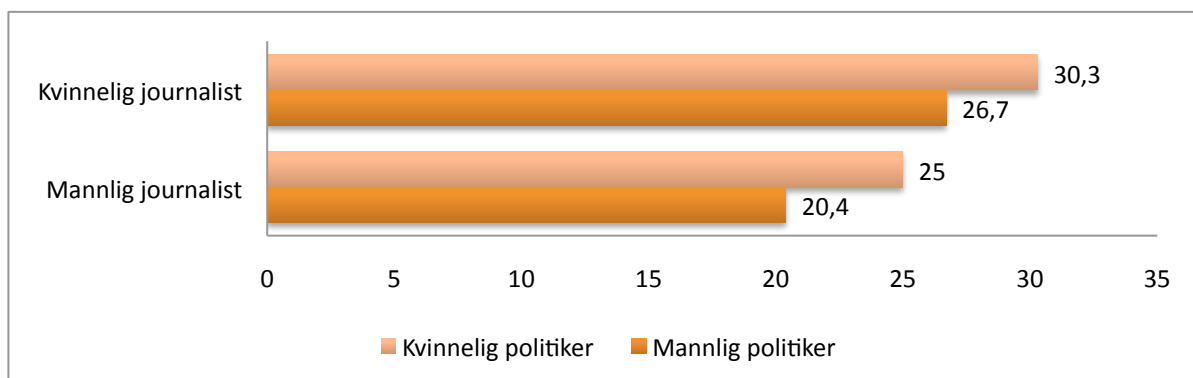
4.3.2 Journalistens kjønn og kilder

Tidligere forskning har vist at kvinnelige og mannlige politikere gjerne har ulik stil og ulike måter å presentere seg selv på. Hvis det er slik for politikere, kan det være grunn til å tro at det også er slik for kvinnelige og mannlige journalister. Hvis det er slik at kvinnelige journalister skriver mer om kvinnelige politikere enn det mannlige gjør, kan

kanskje dette være med på å forklare en noe mer personifisert dekning av kvinnelige politikere. Jeg finner at kvinnelige journalister skriver om kvinnelige og mannlige politikere akkurat like ofte, med en fordeling på nøyaktig 50 prosent på hver, mens mannlige journalister omtaler mannlige politikere noe hyppigere, med en fordeling på 45,5 prosent omtaler av kvinner og 54,5 prosent av menn.

Når det gjelder andel fokus på personlige aspekter ved politikerne, finner jeg som forventet at kvinnelige journalister fokuserer på personlige aspekter ved politikerne de skriver om i noe større grad enn de mannlige journalistene: 27,5 prosent av omtalene som har kvinnelig forfatter inneholder fokus på personlige aspekter, mens 23,3 prosent av artiklene skrevet av menn gjør det samme. Når vi ser på omtale av personlige aspekter knyttet til politikerens kjønn, er tendensen at både mannlige og kvinnelige journalister fokuserer mer på dette ved kvinnelige politikere enn ved mannlige:

Figur 4.9. Omtale av personlige aspekter forfattet av henholdsvis kvinnelige og mannlige journalister i valgkampinnsurten 2009, i prosent (N = kvinne 240, mann 576) ²¹



Når det gjelder evaluering av politikerne, er tendensen at både kvinnelige og mannlige journalister ser ut til å omtale sitt eget kjønn mer nøytralt enn det motsatte kjønn. Tendensen er kraftigst hos mannlige journalister som omtaler mannlige politikere nøytralt nesten 10 prosentpoeng oftere enn kvinnelige politikere med 72,9 prosent nøytrale omtaler av menn, mot 63,7 prosent nøytral omtale av kvinner. Et annet interessant funn er at de kvinnelige journalistene omtaler kvinnelige politikere positivt svært ofte, hele 24,2 prosent av kvinnelige journalisters omtale av kvinnelige politikere

²¹ Omtaler fra artikler med ukjent forfatter (131) og artikler med både kvinnelig og mannlig forfatter (172) er utelatt.

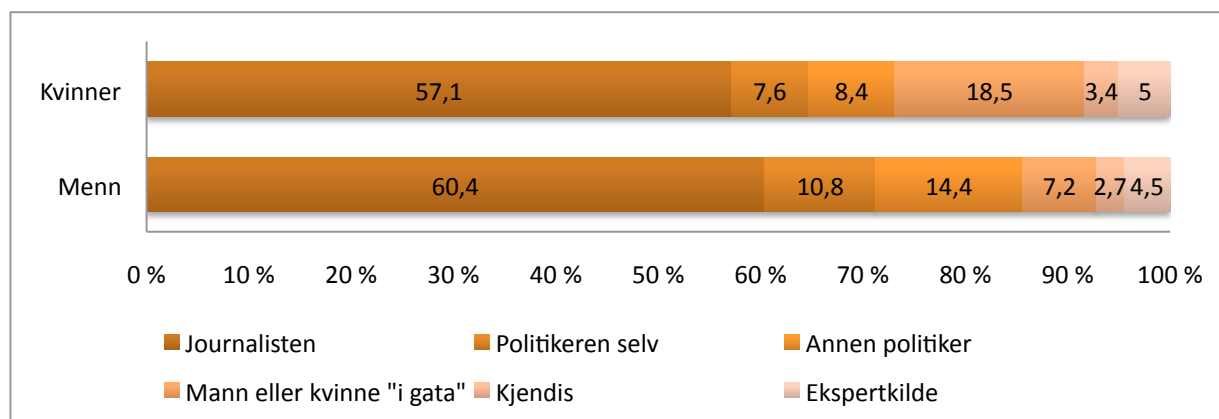
er positiv, mot bare 10 prosent negativ omtale. Ellers er fordelingen av negativ og positiv omtale til mannlige og kvinnelige politikere svært jevnt fordelt.

Det er liten forskjell på kvinnelige og mannlige journalister knyttet til fornavnbruk, men de kvinnelige journalistene titulerer politikere bare med fornavn noe oftere. Når det gjelder hva slags type saker kvinnelige og mannlige journalister skriver, er kvinnene høyere representert innenfor nyhetssjangeren enn mennene, mens de mannlige journalistene er noe høyere representert enn kvinnene innenfor feature- og kommentarartikler. Når det gjelder saksramme, finner jeg at kvinnelige journalister står bak en nesten dobbelt så stor andel omtaler fra saker med en personorientert ramme, som menn, med en fordeling på henholdsvis 20,8 prosent mot 10,9 prosent. Kvinnene er imidlertid også høyere representert i oppslagene med en saksorientert ramme, med 19,2 prosent mot 12,7. Omtaler fra saker med spillorientert ramme er mannlige journalister oftest opphav til, med 76,4 prosent, mot 60 prosent for de kvinnelige journalistene.

Jeg studerer andelen kvinnelige og mannlige journalister i de tre avisene, for å se om dette kan ha noen innvirkning på andelen omtale av personlige aspekter. Jeg finner at Aftenposten er den avisen som har definitivt flest omtaler skrevet av mannlige journalister med 62,8 prosent menn og bare 17,9 prosent skrevet av kvinnelige journalister. DN har en jevnere andel omtaler skrevet av kvinner og menn, med henholdsvis 31,6 og 55,1 prosent. VG er nærmest ballanse i omtaler forfattet av kvinner og menn med henholdsvis 17,7 og 33,5 prosent. I tillegg har avisen svært mange omtaler som stammer fra artikler med både kvinnelig og mannlig forfatter, hele 40,3 prosent av omtalene fra VG har forfattere av begge kjønn, mot bare 3,8 prosent i Aftenposten og 3,7 prosent i Dagens Næringsliv. Siden vi har sett at kvinner tenderer til å trekke frem personlige aspekter ved politikere, og særlig kvinnelige politikere, i større grad enn menn, kan den relativt høye andelen kvinnelige journalister i VG kanskje bidra, i alle fall noe, til den høye andelen omtale av kvinnelige politikere med fokus personlige aspekter i avisen. Det er imidlertid ingen automatikk i at en høyere andel kvinnelige journalister i DN eller Aftenposten, eller hvilken som helst avis, vil føre til en mer personifisert dekning av politikk. De kvinnelige journalistene i VG kan være sosialisert inn i en tabloid og personifisert måte å dekke politikk på, i tråd med tabloidsjangeren, eller så tiltales kanskje kvinner av en mer personifisert måte å dekke politikk på?

Den siste bakgrunnsvariabelen jeg har undersøkt vedrørende omtalene, er hvem som er kilde til omtale av personlige aspekter eller vinklet omtale. Jeg tar først for meg alle de omtalene som innebærer fokus på personlige aspekter og finner følgende fordeling av opphav til disse omtalene.

Figur 4.10. Oversikt over hvem som var kilde til omtale av personlige aspekter ved kvinnelige og mannlige politikere i valgkampinnspurten 2009, i prosent (N = kvinne 119, mann 111)



Her ser vi at det først og fremst at det er folket "på gata" som trekker opp antall omtaler med fokus på personlige aspekter ved kvinner, og at journalister faktisk trekker frem personlige aspekter oftere ved menn enn kvinner. Et eksempel på en "vanlig person" som trekker frem et personlig aspekt ved en kvinnelig politiker, i dette tilfellet politikerens utseende/fremtoning, er denne omtalen fra VG hvor en ung kvinnelig velger uttaler at: *"-Jeg synes Erna ser mer troverdig ut nå"*. Det faktum at det ikke er journalistene som i størst grad trekker frem personlige aspekter ved kvinnene, gir ikke umiddelbar støtte til den tidligere forskningen vi har sett som har pekt på at mediene i større grad fokuserer på personlige aspekter ved kvinner, men det er viktig å huske at all omtale som står på trykk i en avis har gått gjennom en journalist, uansett hvem som er den opprinnelige kilden til omtalen. Det er journalistene og redaktørene som bestemmer hvorvidt de ønsker å ha med omtalen, og også hvordan den skal presenteres. Dermed kan vi, slik jeg ser det, fremdeles si at *mediene* oftere fokuserer på personlige aspekter ved kvinner enn menn.

Når det gjelder bruk av kun fornavn ved titulering finner jeg også at folket "på gata" i stor grad er kilde til forskjellsbehandling av kvinner og menn: Av alle tilfeller der en kvinnelig politiker er omtalt med kun fornavn, er det en "vanlig" mann eller kvinne

som omtaler henne 19,2 prosent av gangene, mens andelen for menn til sammenlikning bare er på 8,9 prosent.

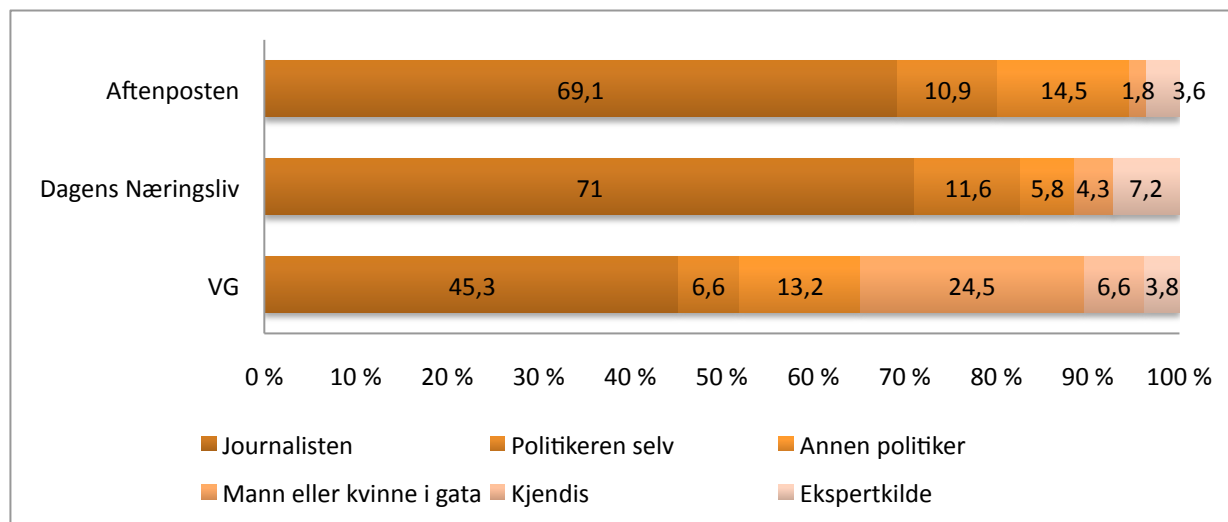
En annen tendens som gjør seg gjeldende i figuren ovenfor, er at de mannlige politikerne i større grad enn kvinnene, trekker frem personlige aspekter ved seg selv (3 prosentpoeng oftere enn kvinnene). Et eksempel på det, er denne omtalen fra VG der Høyres Thorbjørn Røe Isaksen omtaler seg selv i en sak om økonomi og partivalg: *”-Jeg er preget av middelklasseoppvekst i rekkehus med lærerforeldre”*. Med tanke på at tidligere forskning har pekt på at kvinner gjerne utøver politikk med en mykere stil enn menn, ved at de for eksempel i større grad markerer tilhørighet til sitt publikum (Bauhr og Esaiasson 2001), og benytter et mer personlig språk, i alle fall i uformelle settinger (Thelander 1986), er det litt overraskende at mennene ”byr mer på seg selv” i form av mer omtale av egen person. Bauhr og Esaiassons (2001) studium viste imidlertid at mens kvinnene ofte sa ”vi”, så sa mennene ”jeg”, og det gir støtte til at mennene i større grad refererer til egen person også i valgkampinnspurten 2009. Et forskningsprosjekt gjennomført av Aalberg (2009) har, som tidligere nevnt, også vist at mannlige politikere har et mer aktivt og avslappet forhold til journalister enn det kvinnelige politikere har, noe som kan forklare det faktum at de mannlige politikerne ”byr mer på seg selv”. Kvinner kan også la være å trekke frem personlige aspekter ved seg selv i frykt for å fremstå mindre som politikere og mer som ”myke” kvinner, som tradisjonelt blir ansett som mindre skikket som politikere (Dahlerup 1985; Kahn 1993; Carlson 2001; Aalberg og Jenssen 2007; Gomard og Krogstad 2001). Det har også blitt påpekt at det er viktigere for kvinnelige politikere å fokusere på sak, profesjonalitet og seriøsitet, siden de ut fra fordommer basert på stereotyper blir ansett som mindre kunnskapsrike enn menn. Menn på sin side står friere til å by også på personlige sider av seg selv, fordi de allerede blir ansett som kunnskapsrike og seriøse (van Zoonen 2006:297-299).

I figur 4.10 ser vi også at andre politikere er kilde til omtale av personlige aspekter ved mannlige politikere hele 6 prosentpoeng oftere enn hva som er tilfelle med kvinnelige politikere. Hva dette kan skyldes, er ikke lett å si. Jeg kan kanskje få belyst dette når jeg studerer de personlige omtalene mer inngående i den kvalitative analysen i neste kapittel.

Til sist når det gjelder kildene til omtalene, velger jeg å studere hvordan dette fordeler seg på de ulike avisene. Dette kan kanskje si oss noe om hva som fører til et større eller mindre antall omtaler med fokus på personlige aspekter i de tre avisene. I

figur 4.10 får vi en oversikt over hvem som er kilde til omtale av personlige aspekter ved politikere i de tre avisene.

Figur 4.11. Oversikt over hvem som var kilde til omtale av personlige aspekter i de tre avisene i valgkampinnspurten 2009 (N = Aftenposten 55, Dagens Næringsliv 69, VG 106)



Her ser vi at det utkrystalliserer seg en markant forskjell mellom på den ene siden Aftenposten og Dagens Næringsliv, som har en relativt lik fordeling av kilder, og VG på den andre siden. Det vi først og fremst merker oss, er at journalistene i Aftenposten og Dagens Næringsliv står bak en langt større andel av sine respektive avisers omtale av personlige aspekter ved politikere enn det VGs journalister gjør, mens en langt større andel av VGs omtaler av personlige aspekter stammer fra "vanlige" folk. Vi registrerer også at politikeres egne omtaler av seg selv, utgjør en større andel av de personlige omtalene i Aftenposten og Dagens Næringsliv enn i VG, og at hele 6,6 prosent av de personlige omtalene i VG stammer fra en kjendis, mens ingen kjendiser har omtalt politikere i de andre avisene. Et eksempel på en kjendis som kommer til orde med omtale som vedrører et personlig aspekt ved en politiker i VG, i dette tilfellet en personlig egenskap, er TV2-profilen Jan Fredrik Karlsen, som roser SV-leder Kristin Halvorsen: *"– Du har vært dritflink i regjering. (...) X-faktoren i regjeringen er SV"*.

Når vi studerer tallene i figur 4.10, er det imidlertid viktig å registrere antallet personlige omtaler i de tre avisene. Selv om VG har prosentvis færre personlige omtaler fra journalistene, betyr nemlig ikke det at VGs journalister trekker frem personlige aspekter ved politikerne i noe særlig mindre grad enn journalistene i de andre avisene.

Siden VG har betydelig flere omtaler av personlige aspekter enn de andre avisene, betyr det at avisen trekker frem personlige aspekter nesten like mye som de andre, og i tillegg henter inn karakteristikk fra "vanlige" folk og kjendiser mye oftere. Igjen ser vi at personifisering og kjendisjournalistikk er tydeligere til stede i tabloidavisen VG enn i de to andre avisene.

4.4 Bakgrunnsfaktorer ved politikerne

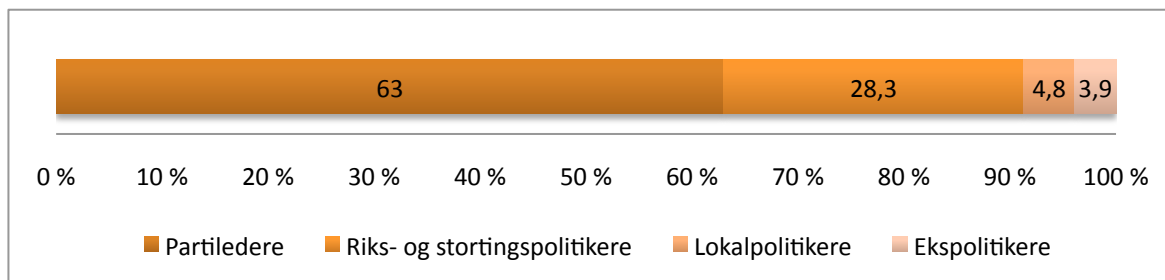
4.4.1 Hierarkisk plassering i politikken

Den første bakgrunnsvariabelen ved politikerne jeg velger å studere, er hierarki. Denne variabelen har verdiene partiledere, stortings- og rikspolitikere, lokalpolitikere og ekspolitikere.²² Andelen omtale av personlige aspekter for de ulike gruppene er relativt lik med rundt 22 prosent for samtlige, med unntak av ekspolitikere, som skiller seg ut med en lav andel omtaler med fokus på personlige aspekter med kun 9,3 prosent. Denne tendensen ved ekspolitikere skyldes nok at de ofte omtales i saksorienterte sammenhenger, der de hentes inn som eksperter, og personlige aspekter gjerne er lite relevant. Et eksempel på en saksorientert sak der ekspolitikere uttaler seg, og omtales som en ekspert, er saken "Jagland: Skattene må økes" fra Aftenposten 9. september, hvor ekspolitiker Thorbjørn Jagland uttaler seg om en omlegging av skattesystemet i forbindelse med den kommende "eldrebølgen".

Når vi ser all omtalen med fokus på personlige aspekter under ett, fordelt på de hierarkiske gruppene, er det likevel liten tvil om hvilken gruppe som opplever mest fokus på personlige aspekter: Partiledere, den gruppen som befinner seg øverst i hierarkiet, skiller seg markant ut. Andelen omtale vedrørende personlige aspekter fordelt på de fire politikergruppene presenteres i figur 4.11.

²² Kategorien "ekspolitikere" passer egentlig ikke helt inn i den hierarkiske oppdelingen, og er tatt med hovedsakelig for å få plassert en del politikere som ikke lenger er aktive politikere, men som likevel deltok i valgkampen. Det faktum at disse politikerne i dag ikke er aktive politikere, kan imidlertid til en viss grad forsvare at de er plassert nederst i hierarkiet, siden de dermed ikke har noen offisiell innflytelse.

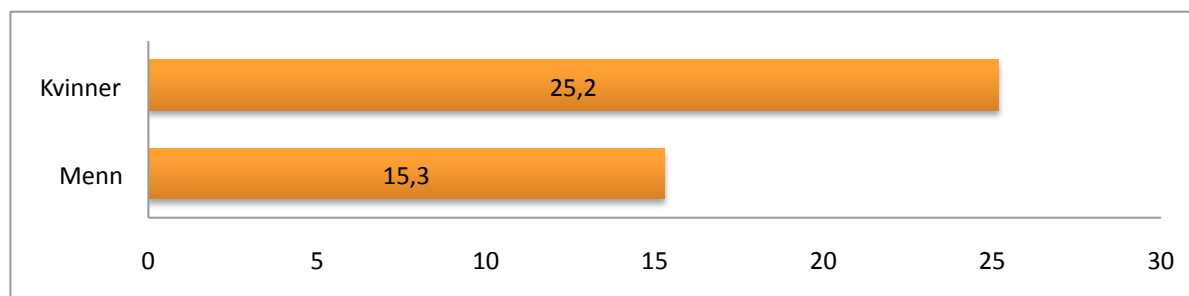
Figur 4.12. Omtale av personlige aspekter for ulike hierarkiske grupper i valgkampinnspurten 2009 (N = 230)



Vi ser her at majoriteten av den omtalen som omhandler personlige aspekter vedrører en partileder, og at andelen av lik omtale synker i takt med den hierarkiske plasseringen til politikeren. Også på de andre avhengige variablene utmerker partilederne seg: De er den gruppen som er gjenstand for mest evaluering og er gjenstand for hele 75 prosent av den negative omtalen; hele 75 prosent av alle omtaler som står på trykk i saker med personorientert ramme omhandler dem; og hele 95 prosent av de gangene en politiker er omtalt med bare fornavn, er det snakk om en partileder. Tendensen er klar: Sjansene for å få personifisert omtale og å bli evaluert, er større jo høyere opp i det politiske hierarkiet du befinner deg. Synlighet og kjendisstatus har altså en stor betydning for hvordan du blir behandlet av mediene, i tråd med forventninger basert på moderne kjendisjournalistikk. Jeg ser på andelen omtaler av de fire politikergruppene i de tre avisene i utvalget, og ser tydelig at "kjendisjournalistikken" er mest utbredt i tabloidavisen VG. Hele 80,6 prosent av alle omtaler fra VG vedrører partiledere, mot 58,5 prosent i DN og 48,3 prosent i Aftenposten.

Ved å kontrollere for hierarkisk plassering og se på andelen omtale med fokus på personlige aspekter og andel vinklet omtale gruppevis, kan man få et bilde av *kjønns* betydning for hvordan politikerne omtales uavhengig av status. Jeg velger å studere kun de omtalene i utvalget som omhandler partilederne, og finner nesten utelukkende mer vinklet og personifisert omtale for kvinner enn for menn.

Figur 4.13. Omtale med fokus på personlige aspekter for partiledere i valgkampinnspurten 2009, i prosent (N = kvinner 404, menn 281)



I tabell 4.12 ser vi at de kvinnelige partilederne opplever at det blir fokusert på personlige aspekter ved dem i mer enn 25 prosent av de omtalene som omhandler dem, mens det tilsvarende tallet for de mannlige partilederne bare er 15,3 prosent. Også når det gjelder vinklet omtale og saker med en personfokusert ramme, har de kvinnelige partilederne større utslag enn mennene: 67,3 prosent av omtalene som omhandler menn er nøytrale, mens 62,9 prosent av omtalen av de kvinnelige partilederne er det. Kvinnene er også omtalt oftere i saker med personorientert ramme med 16,8 prosent, mot 11,4 prosent for mennene. Den eneste variabelen hvor de mannlige partilederne har et større utslag enn kvinnene, er på fornavnbruk: De mannlige politikerne er omtalt med fornavn 14,9 prosent av gangene mot 12,4 for kvinnene. Dette kan nok henge sammen med at statsminister Jens Stoltenberg ble omtalt mye med kun fornavn i løpet av valgkampen. Frp hadde for eksempel slagordet "Morna, Jens", og betegnelsen "Jens mot Jensen" ble flittig benyttet i spaltene i forbindelse med kampen om statsministervervet.²³ På tross av dette siste unntaket der mennene har et større utslag enn kvinnene, ser vi likevel en tydelig tendens til at de kvinnelige partilederne blir omtalt mer vinklet og med hyppigere fokus på personlige aspekter. Vi ser at hierarkisk plassering har en stor betydning for hvorvidt man som politiker fremstilles på personifisert og vinklet vis, men at sjansene for å fremstilles slik, øker dersom du er kvinne.²⁴

²³ Av 97 tilfeller der en politiker er omtalt med kun fornavn, står Jens Stoltenberg for hele 39 av dem (40,2 prosent). Lars Sponheim er den mannlige politiker som er omtalt med fornavn nest flest ganger, med 3 tilfeller. Blant kvinnelige politikere er Siv Jensen, Erna Solberg, Kristin Halvorsen og Liv Signe Navarsete omtalt med kun fornavn mer enn en gang, med henholdsvis 19, 23, 6 og 2 tilfeller.

²⁴ Jeg studerer andelen personlig omtale fordelt på kjønn også i de andre hierarki-kategoriene, og finner samme tendens som for partilederne blant lokalpolitikere; her er en nesten dobbelt så stor andel omtale

4.4.2 "Annerledespolitikere"

Jeg fant ingen relevante utslag knyttet til andre former for "annerledeshet" enn kjønn gjennom de statistiske analysene. Både når det gjelder etnisk bakgrunn og alder, viste det seg at de kategoriene som assosieres til "tradisjonelle politikere", etnisk norske mennesker mellom 40 og 60 år, hyppigst ble omtalt i relasjon til personlige aspekter og oftest ble fremstilt i personorienterte rammer. Dette har nok en del å gjøre med at både partilederne og mange andre svært sentrale politikere har etnisk norsk bakgrunn og befinner seg i denne aldersgruppen. Det kan imidlertid hende at jeg ville fått et annet resultat knyttet til etnisitet dersom jeg hadde operasjonalisert variabelen annerledes. Jeg valgte å inkludere samtlige politikere med en form for flerkulturell bakgrunn på denne variabelen. Det betyr at for eksempel Arbeiderpartiets Helga Pedersen som har samisk bakgrunn og Rød Ungdoms leder Mimir Kristjansson som har islandsk far, fikk verdien "flerkulturell bakgrunn" på etnisitet-variabelen. Hadde jeg heller operasjonalisert etnisitet med vestlig- og ikke-vestlig bakgrunn, kunne vi kanskje sett et utslag på personlighets variabelen for den ikke-vestlige gruppen. En stor andel av omtalene vedrørende politikere med ikke-vestlig bakgrunn, som Abid Raja, Hadia Tajik og Afshan Rafiq, omhandler nemlig personlige opplysninger om oppvekst, religiøs tilknytning, kjønn osv. Når det gjelder seksuell legning var det bare fire politikere i utvalget som er åpent homofile, og disse var omtalt til sammen bare 18 ganger, dermed blir det lite meningsfylt å analysere omtalen av dem for å kunne si noe om politikere som representerer noe "annerledes" knyttet til seksuell legning.²⁵

4.5 Oppsummering av hovedfunn så langt

Jeg vil nå oppsummere de hovedfunnene jeg har gjort så langt i oppgaven knyttet til hypotese 1 og 2 som har blitt undersøkt i den statistiske analysen. Jeg vil også skissere

knyttet til personlige aspekter for kvinnene enn mennene. For stortings-/rikspolitikere og ekspolitikere får jeg imidlertid ikke samme resultat; her er mennene utsatt for mer fokus på personlige aspekter enn kvinnene. I samtlige av disse kategoriene er det imidlertid et mye høyere antall omtaler som vedrører menn enn kvinner, noe som kan forklare spredningen av personaspektfokusert omtale på kjønnene: Når kvinner nesten ikke er omtalt, er sjansene for at det forekommer personfokusert omtale av kvinner lavere.

²⁵ Jeg undersøkte også omtale i tilknytning til hvorvidt politikeren tilhørte et regjeringsparti eller opposisjonen, og hvilken side av partilandskapet politikeren tilhører, men fant ingen betydelige variasjoner her som kan bidra til å belyse hovedproblemstillingen.

hvordan disse funnene kan nyanseres ytterligere i den kvalitative analysen som følger i neste kapittel.

I teorikapittelet utledet jeg hypotese 1 med en forventning om at kvinnelige politikere skulle fremstilles mer personifisert enn menn i valgkampinnspurten 2009. Denne hypotesen har fått støtte. For det første har vi sett at personlige aspekter knyttet til utseende, privatliv, egenskaper og kjønn var tema 5 prosentpoeng oftere når en kvinnelig politiker ble omtalt enn en mannlig. Dette skyldtes først og fremst et stort fokus på kvinnelige politikeres egenskaper, i tillegg til deres kjønn. I den kvalitative analysen som følger i kapittel 5, vil jeg ha mulighet til å studere omtalene med fokus på personlige aspekter nærmere. Det vil da være interessant å studere hva slags egenskaper som blir trukket frem for både kvinner og menn. Jeg vil studere om det er en forskjell på de egenskapene som blir nevnt, og hvordan disse egenskapene eventuelt kan knyttes til maskulinitet og femininitet. En forskjell på 5 prosentpoeng i andel omtale av personlige aspekter for kvinner og menn er ikke så mye, men hypotesen om at kvinner blir omtalt mer personifisert enn menn får støtte også av andre funn: Vi har sett at kvinnene oftere ble omtalt i saker med en personorientert ramme, i tillegg til at de ble omtalt med kun fornavn hele 30 prosent oftere enn menn.

Når det gjelder fokus på utseende var utslaget, ganske overraskende, høyere for de mannlige politikerne enn de kvinnelige. Det vil være svært interessant å studere disse omtalene nærmere i den kvalitative analysen, for å få et mer nyansert bilde av dem, og kunne sammenlikne de som omhandler kvinner og de som omhandler menn. Selv om det er en høyere andel omtaler som fokuserer på mennenes utseende, kan disse i stor grad være positivt ladet, mens de som handler om kvinnene i større grad setter dem i et negativt lys (jf. de sakene jeg nevnte om Lars Sponheim, Erna Solberg og Siv Jensen innledningsvis i oppgaven). Dette vil jeg kunne få oversikt over når jeg kan studere det konkrete språket og konteksten til omtalene i neste kapittel.

Den andre hypotesen jeg søker å få undersøkt i oppgaven omhandler mediens evaluering av kvinnelige og mannlige politikere. Jeg forventet å finne at kvinnelige politikere var gjenstand for mer negativ omtale enn mannlige politikere, og at dette særlig var tilfelle når personlige aspekter ved dem er tema. Denne hypotesen har ikke fått utbredt støtte i den statistiske analysen. Vi har riktignok sett at de kvinnelige politikerne var gjenstand for noe mer negativ omtale enn sine mannlige kolleger, men forskjellene er meget små og kvinnene får til gjengjeld også mer positiv omtale enn

mennene. Vi kan imidlertid slå fast at de kvinnelige politikerne er gjenstand for mer *vinklet* omtale enn mennene, ved at mennene i større grad omtales nøytralt.

Forventningen om at kvinnene ville få spesielt mye negativ omtale når personlige aspekter var tema, får heller ikke betydelig støtte. Men når det gjelder de omtalene som vedrører personlige aspekter, er tendensen til at kvinner blir omtalt mindre nøytralt enn menn enda større enn hva som er tilfelle i alle omtalene: I disse omtalene blir mennene omtalt nøytralt hele 7,5 prosentpoeng oftere enn kvinnene. I den kvalitative analysen vil jeg kunne få et mer nyansert syn på omtalene ved å studere for det første det konkrete språket som blir benyttet når kvinner og menns personlige aspekter omtales, og for det andre omtalenes kontekst. Omtale som umiddelbart fremstår nøytral, negativ eller positiv i en innholdsanalyse, kan fremstå annerledes når man tar hensyn til kontekst i en mer kvalitativ analyse.

Ved å studere andre variabler ved omtalene enn bare kjønnen til den omtalte politiker, har vi fått ytterligere opplysninger om de bildene som ble fremstilt av kvinnelige og mannlige politikere i valgkampinnspurten 2009. Vi har for eksempel sett at sjansene for å bli omtalt i relasjon til personlige aspekter er høyere jo høyere i det politiske hierarkiet du befinner deg, men at denne "kjendiseffekten" er større for kvinner enn menn. Vi har også sett at omtaler av politikere trykket i en tabloidavis har mye større sjanse for å omhandle personlige aspekter, spesielt hvis det er en kvinne som er omtalt. Det ser også ut som om det er nettopp denne "kjendiseffekten" som skaper det høye antallet personifiserte omtaler i tabloidavisen VG, da avisen omtaler partiledere i mer enn 80 prosent av tilfellene der en politiker er nevnt. Et noe overraskende funn er imidlertid at tabloidavisen VG er den av de tre avisene som i minst grad omtaler politikeres utseende.

Når jeg kontrollerer for antall kvinner og menn i utvalget, får jeg ytterligere bekreftet at en plassering høyt i det politiske hierarkiet er viktig for at en kvinnelig politiker skal få medieomtale. Til tross for at det i løpet av de siste årene har vært om lag 40 prosent kvinnelige stortingsrepresentanter (Stortinget 2010), og regjeringen Stoltenberg 2 har hatt en kjønnsfordeling på ca. 50/50 helt siden den først trådte sammen i 2005 (Regjeringen 2010), er andelen kvinner i utvalget mitt bare på 25

prosent.²⁶ Likevel omhandler 45 prosent av alle omtalene kvinner, og 55 prosent av alle omtalene menn. Det betyr at det gjennomsnittlige antallet omtaler er relativt mye høyere per kvinne enn per mann, noe som tilsier at kjendisstatus er viktigere for at en kvinne skal få omtale enn en mann. Jeg ser på fordelingen omtale for kvinner og menn fordelt på hierarki, og finner at hele 80 prosent av alle omtalene som vedrører kvinner i utvalget omhandler kvinnelige partiledere, mens bare 14,4 prosent, 2,6 prosent og 3 prosent vedrører henholdsvis kvinnelige stortings-/rikspolitikere, lokalpolitikere og ekspolitikere. Omtalene som vedrører menn er til sammenlikning mye jevnere fordelt på hierarki: Her omhandler 45,8 prosent av omtalene mannlige partiledere og 34,5 prosent, 6,4 prosent og 13,4 prosent henholdsvis mannlige stortings-/rikspolitikere, lokalpolitikere og ekspolitikere.

Den statistiske analysen viste også at omtale av personlige aspekter skjer relativt hyppig i "myke" featureartikler. Andelen featureartikler i utvalget er imidlertid lav, og dette har dermed ikke så stor innvirkning på andelen omtale av personlige aspekter. Bare 20 prosent av omtalene i utvalget stammer fra featureartikler, mens halvparten stammer fra nyhetsartikler, og 30 prosent stammer fra kommentar- og lederartikler.

Den statistiske analysen har også vist at *hvem* som omtaler de kvinnelige og mannlige politikerne, kan påvirke måten de fremstilles på. For det første så vi at kvinnelige journalister tenderer til å fokusere mer på personlige aspekter enn mannlige journalister, og enda mer når de omtaler kvinnelige politikere enn mannlige. Vi så også at kvinnelige journalister i stor grad omtalte kvinnelige politikere positivt. I den statistiske analysen kom det også frem at folk "på gata" er en stor kilde til omtale av personlige aspekter ved kvinnelige politikere, mens mannlige politikere trekker frem personlige aspekter ved seg selv hyppigere enn kvinner. Analysen viste også at andre politikere ofte var kilde til omtale av personlige aspekter ved mannlige politikere. I den kvalitative analysen vil det være interessant å se om jeg kan få et inntrykk av disse omtalene av mennene. Er det for eksempel kvinnelige eller mannlige politikere som står bak, og er det overvekt av negative eller positive omtaler?

²⁶ Av i alt 117 politikere som er nevnt i de tre utvalgte avisene i løpet av den siste uken av valgkampen 2009 er 29 kvinner og 88 menn.

5 Fremstillinger av kvinner og menn i valgkampen. Et dypdykk.

I kapittel 4 fikk vi et bredt og frekvensbasert inntrykk av hvordan kvinnelige og mannlige politikere ble fremstilt i valgkampinnspurten 2009. I dette kapitlet presenterer jeg funn fra et mer dyptgående studium av omtalene der personlige aspekter ved politikerne er beskrevet. Målet med den kvalitative analysen er å ytterligere belyse og nyansere funn som ble gjort i den statistiske analysen, ved å kartlegge hvorvidt det utkrystalliserer seg ulike tendenser i omtalene av kvinnene og mennene som kan være vanskeligere å få øye på i en statistisk analyse. Dette kan en kvalitativ analyse ofte gi bedre informasjon om, fordi man da kan studere enkeltord og formuleringer, i tillegg til omtalenes kontekst.

Jeg søker spesielt å få belyst hypotese 2 og 3 i den kvalitative analysen. Jeg vil altså konsentrere meg om hvordan og hvorvidt politikerne blir evaluert, og hvorvidt kvinner blir evaluert mer negativt enn menn, i tillegg til tilstedeværelsen av stereotypiske modeller i fremstillingen av først og fremst de kvinnelige politikerne, men også de mannlige (jf. operasjonaliseringen av feminitet og maskulinitet i kapittel 2, og de to kvinnemodellene). Jeg mener at jeg vil få et godt grunnlag for å belyse begge hypotesene ved å studere all den omtalen som knytter seg til personlige aspekter ved politikerne, altså omtale av egenskaper, utseende, kjønn og privatliv, enkeltvis. Jeg vil derfor begynne med dette, før jeg fortsetter analysen med å vurdere hvorvidt politikerne blir evaluert og dekket i lys av stereotypier. Som jeg var inne på avslutningsvis i kapittel 4, ønsker jeg spesielt å studere de omtalene som omhandler politikernes egenskaper og utseende, blant annet for å se hvordan disse kan knyttes til maskulinitet og feminitet, men det vil også være relevant å studere de omtalene som vedrører kjønn og privatliv nærmere, for å se om det utmerker seg forskjeller på de som dreier seg om kvinner og de som dreier seg om menn.

Avslutningsvis i dette kapitlet vil jeg presentere og diskutere relevante funn knyttet andre relevante faktorer, som tilleggsvariabler ved omtalene, før jeg oppsummerer de funn som er gjort.

5.1 Nærstudier av omtale knyttet til personlige aspekter

5.1.1 Politikernes egenskaper

I kapittel 4 så vi at kvinner opplevde å bli karakterisert i form av beskrivelser av deres egenskaper hele 40 prosent oftere enn hva som var tilfelle for menn. Ved å gjøre en kvalitativ analyse av disse personkarakteristikkene, vil jeg ha mulighet til å kartlegge mønstre i egenskapene som blir trukket frem ved kvinner og menn. Jeg er spesielt interessert i å se hvordan feminine og maskuline egenskaper vektlegges for begge kjønn, og i hvilken grad kvinnene og mennene blir beskrevet i negative eller positive ordelag i relasjon til dette. Det er et stort antall omtaler som vedrører egenskaper ved politikerne i analysematerialet – hele 136. Av denne grunn finner jeg det nyttig å kategorisere de ulike karakteristikkene i firefeltstabeller i henhold til feminine og maskuline egenskaper, for å få oversikt.

I tabell 5.1 og 5.2 er positive og negative karakteristikkene fra analysematerialet kategorisert etter kjønn og feminine og maskuline egenskaper. Femininitet og maskulinitet er operasjonalisert som i teorikapittelet (figur 2.1), hvor egenskaper knyttet til ærlighet, redelighet, oppriktighet, varme, medfølelse, omsorg og følelser ansees som feminine, og egenskaper knyttet til tøffhet, styrke, besluttsomhet, pågåenhet, kompetanse, dyktighet, erfaring og ekspertise ansees som maskuline. I kategoriseringen av de negative egenskapene har jeg identifisert negativ omtale som peker på politikerens mangel på de feminine og maskuline kvalitetene, dvs. uærlig, uredelig, kald, uten medfølelse og aggressiv som mangel på feminine egenskaper, og feig, svak, inkompetent og ineffektiv som mangel på maskuline egenskaper. Der det står et tall i parentes, er dette for å angi hvor mange ganger egenskapen er nevnt i tekstmaterialet. En del karakteristikk var vanskelige å plassere i henhold til maskulinitet og femininitet og måtte dermed utgå, for eksempel "stolt og frimodig", "ordrik", "småkritisk", "behersker ikke kunsten å holde munn" etc. En del av de karakteristikkene som er plassert var også tvilstilfeller. Leseren vil kanskje være uenig i enkelte plasseringer, men kan i så fall ta høyde for dette.

Tabell 5.1. Positive karakteristikk som kan knyttes til femininitet og maskulinitet, for henholdsvis kvinner og menn:

	KVINNER	MENN
FEMININE EGENSKAPER		
Ærlighet/redelighet	Til å stole på	Troverdig (3), redelig, har rettferdighetsans
Varme/medfølelse	Ikke sint, sur, hissig (3), har jobbet for å bli mer avslappet og smile litt mer, snill og omsorgsfull, et medmenneske i særklasse, bona godt plantet på jorden, humørfyllt, fri i formen	Åpen stil og inkluderende vesen, fri i formen
MASKULINE EGENSKAPER		
Tøffhet/styrke	Knallhard (2), dirty (2), energisk (2), engasjert (2), bestemt, slugger, tøff, tåler en trøkk, jern-Erna, kompromissløs kritiker, myndig, ubeskjeden, pågående	En som må gjøre tøffe valg og ikke gir opp, slugger, setter seg store mål og får det til, rett på sak, sterk vilje til å styre, jobber hardt, vilje til å stå på
Kompetanse/dyktighet	Flink (3), dyktig, best, gjorde en strålende innsats, god, kunnskapsrik, ansvarlig, fornuftig, har gjort en god jobb, talentfull, intelligent, klartenkt	Ryddig og klar (2), kunnskapsrik (2), saklig og flink, kompromissløs, seriøs, den fremste, respektert, dyktig, god, greier seg godt

I tabell 5.1 ser vi først og fremst en overvekt av maskuline egenskaper knyttet til tøffhet, styrke og kompetanse for begge kjønn. At det fokuseres mye på egenskaper knyttet til kompetanse og dyktighet, er ikke så rart i en valgkamp. Politikerne kjemper tross alt for å bli valgt som tillitsvalgte for folket, og egenskaper knyttet til kompetanse og dyktighet er viktige for å gjøre en god jobb som politiker. Egenskaper knyttet til kompetanse er også noe som legges vekt på av de politiske partiene når de foretar nominasjonene av kandidatene på sine lister (Narud og Valen 2007).

I teorikapittelet så vi også at det faktisk er i stor grad er hvite, middelaldrende menn har formet politikerrollen, gjør at denne politikertypen skaper de målestokkene vi vurderer nye kandidater etter. Dette kan føre til at både kvinner og menn vil vektlegge maskuline egenskaper for å i størst mulig grad utstråle "politikerhet". Det har også blitt pekt på at kvinnelige politikere kan vektlegge maskuline egenskaper i

et forsøk på å undergrave oppfatninger om hva som er en typisk "kvinnepolitiker" eller å unngå å fremstå som en "kvinnepolitiker".

I tabell 5.1. ser vi også at det fokuseres mye på at kvinnene innehar feminine egenskaper som varme og medfølelse. Denne tendensen er i tråd med mye av den tidligere forskningen vi har sett, men forskerne har ikke vært enige om hva denne tendensen skyldes: Kahns (1993) studier fra amerikansk valgkamp viste for eksempel at mediene overfokuserte på kvinnes feminine egenskaper (kanskje fordi disse egenskapene representerer noe "uventet" ved en typisk politiker), mens Vatanens studier har vist at kvinnelige politikere faktisk fokuserer mer på medfølelse og varme enn menn (Karvonen, Djupsund og Carlson 1995). Benze og Declercq (1985) forklarte imidlertid det faktum at kvinnene vektla feminine egenskaper og fremstod som mer medfølende enn mannlige politikere, med at kvinnene var utsatt for mer stereotypisering enn mennene, og dermed valgte å føye seg etter den typiske "kvinnelige" måten å drive politikk på, istedenfor å adoptere en maskulin politikerstil og således risikere å bli sett på som "too rough, and hence strident and bitchy". Benze og Declercqs forklaring får støtte her, da vi ser at en del av de karakteristikkene som havner i den feminine varme/medfølelse-kategorien er karakteristikk der det legges vekt på at kvinnene *ikke* er noe som bryter med disse kvinnelige egenskapene: "ikke sint", "ikke sur", "ikke hissig", "har jobbet for å bli mer avslappet og smile litt mer". Her legges det nettopp vekt på å understreke at kvinnene *er* feminine i form av å være varme og medfølende, mye mulig for å understreke at de ikke er for røffe, høyrøstede, skingrende eller spydige.

Når det gjelder egenskaper som kan knyttes de maskuline egenskapene tøffhet og styrke, ser vi en tydelig forskjell på kvinner og menn ved at det benyttes kraftigere uttrykk i beskrivelsene av kvinnene. Uttrykk som benyttes er for eksempel "knallhard", "dirty", "tøff", "tåler en trøkk" og "jern-Erna", mens mennene beskrives mer nøytralt med beskrivelser som "rett på sak" og "vilje til å stå på". Den røffe beskrivelsen av kvinnene, går hånd i hånd med teori om at mediene fokuserer på det som er uventet. Gidengil og Everitt (2000) har for eksempel funnet at kvinnelige politikere ble fremstilt som mer aggressive enn mannlige politikere, til tross for at de i virkeligheten ikke hadde en tøffere stil enn mennene: Man forventer ut fra stereotypiske forestillinger at kvinnene skal ha en mykere politikerstil enn mennene, men når kvinnene så utøver politikk på måter som tradisjonelt blir ansett som "mandige", for eksempel ved å avbryte eller gå til

frontalangrep på motstandere, så overfokuseres det på dette fordi det representerer noe uventet. Det faktum at kvinnene fremstår som såpass tøffe kan imidlertid også forklares med at kvinnene selv iscenesetter seg slik, i et forsøk på å utstråle "politikerhet", og å fjerne seg fra fordommer om kvinnelige politikere (Kahn 1993).

Når det gjelder feminine egenskaper som ærlighet og redelighet, ser vi at dette ikke er noe som blir vektlagt mye mer ved kvinnelige politikere enn mannlige. Det kan henge sammen med det at man automatisk, på grunn av fordommer, går ut fra at kvinner har slike egenskaper, mens det blir viktigere å påpeke at menn har disse egenskapene.

Tabell 5.2. Negative karakteristikk som kan knyttes til femininitet og maskulinitet, for henholdsvis kvinner og menn:

	KVINNER	MENN
MANGEL PÅ FEMININE EGENSKAPER		
Uærlighet/uredelighet		Lite troverdig
Kald/aggressiv	Arrogant og nedlatende (2), harmdirrende, hissig, demonstrativ, irritert	Uspiselig, selvgod, forferdelig stort selvbilde, arrogant, bajas, hissig, "snill"
MANGEL PÅ MASKULINE EGENSKAPER		
Feig/svak	Lav tillit, profilløs	Har holdt lav profil, blek, små og få fotavtrykk
Inkompetent/ineffektiv	Ikke greie på ledelse (2), lite inspirerende, omstendelig, treg og trøtt, uklok, verken ansvarlig eller løsningsorientert, ikke objektiv nok	

Vi så i kapittel 4 at kvinnelige politikere ble omtalt negativt i noe større grad enn menn når personlige attributter var tema, men forskjellen var ikke stor. Når vi her kun ser på omtaler knyttet til personlighet og personlige egenskaper, er det imidlertid ganske tydelig at kvinnene er gjenstand for flere negative karakteristikk. Dette er i overensstemmelse med tidligere forskning (Krogstad 2004b; Semetko og Bomgarden 2007) som har vist at kvinner har fått mer negativ mediedekning og dårligere

evalueringer enn menn. Kvinnene i dette materialet får i ganske stor grad kritikk for å mangle maskuline egenskaper, som kompetanse og dyktighet, mens mennene på sin side ikke er gjenstand for noen slike karakteristikk. Dette funnet gir støtte til teorien om kjønnsstereotyper som sier at menn, bare ved å være menn, automatisk blir tillagt maskuline egenskaper som kompetanse og gode lederevner, mens kvinnene, fordi de er kvinner, sees på som mykere og svakere, og således ikke innehavere av slike egenskaper.

Begge kjønn får en del kritikk for å mangle feminine egenskaper ved å være kalde, uten medfølelse og aggressive. Kritikken som rettes mot kvinnene og mennene er imidlertid ganske ulik den kritikken mennene får: Kvinnene kritiseres først og fremst for å være aggressive ved at de beskrives som hissige, harmdirrende og liknende, mens mennene i større grad beskyldes for å være selvgode og arrogante. Det at kvinnene fremstilles som aggressive, gir ytterligere støtte til Gidengil og Everitts (2000) teori om at kvinner blir vurdert som mer aggressive enn menn, fordi mediene overfokuserer på det kvinnene gjør som bryter med typisk "kvinnelighet". Det faktum at mennene omtales som arrogante og selvgode, kan imidlertid også forklares med stereotyper, og forventninger til typisk "mannlighet": En mann som ikke ønsker å samarbeide, kan for eksempel få betegnelsen selvgod og arrogant, fordi man ut fra kjønnsstereotypiske forventninger vil tro at han mangler feminine egenskaper som varme og medfølelse.

5.1.2 Politikernes utseende

I kapittel 4 så vi at mannlige politikere opplevde at det ble fokusert på aspekter knyttet til deres utseende mer enn dobbelt så ofte som de kvinnelige politikerne. Dette var relativt overraskende, særlig siden tidligere forskning har pekt på at kvinner gjerne opplever slikt fokus oftere enn menn (van Zoonen 2006; Sreberny-Mohammadi og Ross 1996). Når jeg studerer omtalene knyttet til utseende kvalitativt, ser jeg imidlertid at det utkrystalliserer seg ulike tendenser i disse omtalene for kvinner og menn: Kvinnene blir evaluert mer, mens mennene hovedsakelig omtales nøytralt eller positivt.

Omtalene som dreier seg om utseende kan grovt deles i to hovedkategorier: Den første kategorien består av omtaler der politikeres *antrekk* blir beskrevet, mens den andre kategorien består av beskrivelser av politikerenes *kropp og fremtoning*. Jeg vil nå

vise til noen eksempler fra begge kategorier og diskutere disse, før jeg til slutt oppsummerer hvilke tendenser vi ser knyttet til kjønn.

Blant omtalene som vedrører politikernes antrekk, finner vi først og fremst nøytrale og deskriptive beskrivelser av nettopp deres antrekk. Et eksempel er denne omtalen fra en reportasje om valgkampstunt i Aftenposten: *"Vi har sett Jan Petersen i MC-dress og Carl I. Hagen i helhvitt, dansende med Eli"*. Et annet eksempel er denne beskrivelsen av Siv Jensen og Jens Stoltenberg i en rapport fra en statsministerdebatt, i Dagens Næringsliv: *"Mann mot kvinne. Dress mot kjole. (...) – Trygge økonomien, sikre arbeidsplasser, sa brun sko. – Større valgfrihet, sa sølvsko"*. Aftenposten omtaler også næringsminister Sylvia Brustads antrekk i en kommentar vedrørende børsens bevegelser etter store politiske hendelser, som valg eller næringsministerens første besøk på børsen:

Svartkledd, med et smil om munnen, steg hun inn i kapitalismens hule. Sylvia Brustad gikk på børs. For første gang. Hun hadde ikke hellet med seg, indeksen ramlet 4,49 prosent den dagen.

De fleste artiklene som vedrører antrekk stammer fra artikler som omhandler valgkampstunt. Ved slike anledninger har politikerne høyst sannsynlig en gjennomtenkt idé bak det de har på seg, og ønsker gjennom antrekket å fremstå på en viss måte, og dermed kan det absolutt være relevant for journalisten å fokusere på dette. Omtalen av Sylvia Brustad representerer imidlertid et unntak i denne sammenhengen. Børsbesøket ble ikke gjort i forbindelse med valgkamp, men i egenskap av Brustads gjerning som næringsminister. På den måten kan man si at hun er den eneste som opplever at i bunn og grunn irrelevante opplysninger om hennes antrekk trekkes frem. Omtalen stammer riktignok fra en børskommentar der rammen er børsbevegelser etter samfunnsbegivenheter, og ikke børsbesøket i seg selv, men journalisten velger å starte hele artikkelen med denne beskrivelsen, og understreker i tillegg at hovedindeksen falt betydelig etter besøket, selv om det antakelig hadde lite med Brustad å gjøre.

Omtalene om kropp og fremtoning er i større grad preget av vurderinger og mer ladet språk enn de relativt deskriptive omtalene vedrørende politikernes antrekk. I denne kategorien er Høyre-leder Erna Solberg meget høyt representert. Et gjennomgangstema i disse omtalene er Solbergs såkalte "transformasjon" i løpet av valgkampen, eksempelvis: *"(...) det er en helt ny Erna vi har sett i denne valgkampen"* fra

en kommentar i VG, og *"Frp hadde ikke forutsett hennes "new look" og den sterkt økte medieoppmerksomheten om Høyre helt på tampen"* fra en nyhetsartikkel i DN. En annen omtale av Erna Solberg nevner at *"(...) en kommunikasjonsrådgiver hevder Ernas utseende står i veien for hennes politiske budskap"*. Beskrivelsene av Solbergs "transformasjon" er på papiret positive, men når det slås fast at hun har gjennomgått en endring til noe bra, påpekes det samtidig at hun har vært "dårlig". Dermed kan ikke disse omtalene kategoriseres som udelt positive. Omtalen som refererer til en kommunikasjonsrådgivers mening om Solbergs utseende, refererer til noe som har skjedd tidligere, men den tar likevel opp kritikk som har blitt rettet mot henne, og kaster et visst negativt lys over Høyre-lederen. SV-leder Kristin Halvorsen opplever også å bli beskrevet på en måte som ikke kan beskrives som udelt positiv. *"TURBO-KRISTIN: SV-leder Kristin Halvorsen prøvde å åle seg elegant ut av Bellona-sjef Frederic Hauges amerikanske Tesla elbil til 800.000 kroner på Sognsvann i går"*, skriver VG i en bildetekst. Hvorvidt en kvinne klarer å tre ut av en bil på en elegant måte uten å sprike med bena eller at skjørtet glir opp, blir gjerne sett på den definitive testen på om hun klarer å te seg som en "lady". Ved å understreke at Halvorsen "prøvde" å åle seg elegant ut av bilen, får vi et inntrykk av at hun ikke klarte det helt.

Det er imidlertid ikke bare kvinnelige politikeres fremtoning og kropp som beskrives i avisspaltene. VG beskriver og siterer ordfører i Bykle kommune, Kay Jeiskelid, slik i en reportasje der de jakter på den ene personen som skal ha stemt på Kystpartiet i den lille fjellkommunen:

På ordførerkontoret troner Høyres Kay Jeiskelid (63). En kjempe av en mann som har vært bygdas fremste representant i 22 år. Han har tenkt på saken, men kan ikke med sin beste vilje og kjennskap til innbyggerne begripe hvem som har stemt Kystpartiet i bygda. –Eg heve i grunnen ikkje peiling på det, nei, brummer Jeiskelid med sin kraftige Setesdal-dialekt.

Jeiskelid omtales her i svært maskuline ordelag: Han er "en kjempe av en mann" som "brummer". Disse maskuline egenskapene manifesteres imidlertid samtidig som positive når det slås fast at Jeiskelid har vært "bygdas fremste representant i 22 år". Ved at Bykle-ordførers lederegenskaper og lange erfaring blir vektlagt understrekes det at han innehar maskuline egenskaper som kompetanse og dyktighet. En omtale vedrørende Erik Solheim fra en artikkel om treningsvaner fra DN, får også plass i kropp/fremtoning-

kategori. Denne omhandler Solheims arm som er skadet og må bli bra før han kan trene igjen, og er på papiret nøytral. Det faktum at omtalen forekommer i en kontekst hvor Solheims treningsvaner og måter å holde seg i form på blir fremstilt på en svært positiv måte, gjør imidlertid at den også kan kategoriseres som positiv. En svært lite flatterende omtale av Jens Stoltenbergs fremtoning havner også i denne kategorien. En lokalpolitiker beskriver sitt møte med statsministeren slik overfor Aftenposten: ”– *Makan til håndtrykk! Som å hilse på en pakke fiskepudding!*”. Et sterkt og tydelig håndtrykk kan sees som et symbol på at man er trygg, stabil og kompetent – maskuline egenskaper. Gjennom denne beskrivelsen fremstår Stoltenberg som det motsatte.

Når det gjelder omtale som vedrører utseende, kan vi oppsummere at mannlige politikere opplever at aspekter vedrørende dette vektlegges oftere enn det kvinner gjør, men at det samtidig som oftest gjøres i en positiv eller nøytral kontekst. Den eneste omtalen av en mannlig politiker som er direkte negativ, er den om Stoltenbergs ”fiskepuddings”-håndtrykk. Når det gjelder kvinnene derimot, kan nesten samtlige av omtalene knyttes til negativitet på en eller annen måte: Erna Solberg får ros for endring, men samtidig pepper for fortiden; Kristin Halvorsens utilstrekkelighet som feminin kvinne understrekes; og Sylvia Brustads antrekk beskrives, selv om det ikke har noen egentlig relevans for saken. Mennene på sin side får uttelling for sine maskuline egenskaper; Kay Jeiskelids fremtoning brukes for eksempel som et virkemiddel for å understreke hans ansvarlighet og lederegenskaper. Samtidig ser vi at både menn og kvinner, i form av Jens Stoltenberg og Kristin Halvorsen, får negative evalueringer når de bryter med tradisjonelle forventninger til deres kjønn – altså forventinger til et tydelig, maskulint håndtrykk, og en elegant, ”kvinnelig” utstigning fra en bil.

5.1.3 Politikernes kjønn

I kapittel 4 så vi at kvinner relativt ofte opplevde at deres kjønn ble nevnt, mens menn så godt som aldri opplevde dette. Når jeg studerer de kjønnsrelaterte omtalene kvalitativt, finner jeg imidlertid i tillegg sentrale forskjeller på de omtalene som vedrører kvinnelige politikeres kjønn og de som omhandler mannlige politikeres kjønn: Kvinnenes kjønn gjøres oftere til et poeng, og mediene er mye ivrigere på å benytte kreative kjønnsrelaterte metaforer knyttet til kvinner enn menn. De kjønnsrelaterte omtalene utmerker seg i to hovedkategorier: En hvor politikeren er referert til med en metafor

eller sammenlikning som kan knyttes til deres kjønn; og en annen hvor politikerens kjønn i seg selv nevnes. Jeg vil nå vise til noen eksempler fra begge kategorier og diskutere disse relatert til kjønn.

I den første kategorien havner svært mange omtaler der politikerne refereres til som konger eller dronninger. I VG kan vi for eksempel lese at *"Erna er twitter-dronningen"*, at Siv Jensen er *"Dronning vil-ikke"*, og at reportasjeteamet *"(...) tusler opp i Valdresgate, hvor SV-dronningen Kristin Halvorsen bor"*. Dronning-referansene benyttes hovedsakelig for å beskrive at den kvinnelige politikerer befinner seg på toppen (SV-dronning), eller er best på noe (Twitter-dronning), og i tillegg når journalisten benytter seg at metaforer fra eventyrenes verden. Ett sted i analyse materialet, i en liten humoristisk sak i DN, omtales noen mannlige politikere som konger, da er det imidlertid snakk om en valgkamp-kortstokk hvor politikerne faktisk er konger:

Oslo Ap velger å gå "all in" med partiets valgkampkortstokk, der Jens er konge over hjertene og kong Jonas for spar. (...) Pokerfjeset Jan Bøhler (...) spiller rollen som kløverkonge.

De kvinnelige politikerne blir også omtalt i andre kjønnsrelaterte metaforer i analyse materialet, som mor, storesøster, lillesøster, frøken og frue. I VG finner vi denne omtalen av Oppegård-ordfører Sylvi Graham:

–Hun er "Mor Oppegård", utbryter Trygve Solstad, nestleder i Oppegård Senior Høyre. Det er Høyre-ordfører Sylvi Graham han snakker om. Hun leder an når 50 innbyggere skal få være med på busstur i kommunen.

Graham får en kompliment når hun omtales som "mor", og vi ser med en gang for oss en politiker som er både varm, omsorgsfull og inkluderende – en politiker som på mange måter går rett inn i "kvinnekvinn"-politikerkategorien. En kommentator i DN benytter også kjønnsrelaterte metaforer når hun beskriver Kristin Halvorsen og Siv Jensens evne til å samarbeide på tvers av partigrenser slik:

Politisk lillesøster Halvorsen visste at hun måtte jenke seg for å komme til makten. Politisk storesøster Jensen klarer ikke balansegangen mellom å være mektig og samarbeidsvillig.

Blant omtalene som havner i den andre kategorien, altså der politikerens kjønn i seg selv gjøres til et poeng, finner vi flere omtaler av mannlige politikere. Her blir deres kjønn imidlertid nevnt fordi de omtales som personer. VG melder for eksempel at Høyres Torbjørn Røe Isaksen ikke er *"(...) spesielt bekymret for at klisjeen "høyremann" ikke passer ham"*. Når kjønn til kvinnelige politikere nevnes er det på sin side fordi kjønn deres gjøres til et poeng, og etter sigende påvirker deres måte å være politikere på, eller måten de burde være politikere på. En kommentator i Aftenposten understreker for eksempel at Ap-politiker Hadia Tajik må være seg sin posisjon som ung, kvinnelig, minoritetspolitiker bevisst: *"[Hadia Tajik bør] gjøre det mulig for de mange minoritetsjentene som rettmessig anser henne som forbilde å identifisere seg med henne"*, og DN siterer også påtroppende NHO-sjef John G. Bernander slik når han besøker næringsminister Sylvia Brustad: *"-Jaså, så det er her feminineringen av departementet ligger, sa han, og moret seg storlig over bunken av glossy dameblader på statsrådets venteværelse"*.

Generelt for de kjønnsrelaterte omtalene kan vi si at det gjøres til et større poeng at kvinnene er kvinner enn at mennene er menn. Dette viser at mannlige politikere er "normalen". Kvinnenes kjønn nevnes som oftest fordi de representerer noe annet enn den tradisjonelle politikeren, de er "annerledespolitikere". Kristin Halvorsen omtales for eksempel som "SV-dronning" i egenskap av å være leder for SV. Jeg tror det vil være svært lite usannsynlig at en journalist noensinne vil titulere for eksempel Dagfinn Høybråten som KrF-konge i en seriøs nyhetssak. Hvis kvinnelige politikere ved å være "annerledes", bringer nye perspektiver og egenskaper inn i politikken, kan det være vel verdt å fokusere på dette. Hvis kvinnen "annerledeshet" gjør at de blir omtalt på måter som umyndiggjør dem derimot, eller plasserer dem i en bås som "kvinnepolitiker", kan det være problematisk. Ved at det unødvendig fokuseres på feminine egenskaper ved kvinnelige politikere, eller ved at deres feminine egenskaper å overdrives, kan de nemlig ende med å fremstå som mindre skikkede politikere, siden tradisjonell "politikerhet" gjerne assosieres med maskuline egenskaper.

5.1.4 Politikernes privatliv

De privatliv-relaterte omtalene kan grovt deles opp i tre kategorier: I den første kategorien havner omtale som vedrører demografiske opplysninger; den andre

kategoriene består av omtaler relatert til familie og familieforhold, fra oppvekst til dagens familiesituasjon; og den tredje hovedretningen favner omtale som dreier seg om politikernes hverdag og fritid. I den første kategorien der omtale av politikernes alder, inntekt, bosted og religion havner, finner jeg ingen relevante forskjeller på kvinner og menn, men det gjør jeg i de to andre. Jeg vil nå vise til noen eksempler fra kategoriene og diskutere disse.

Det er relativt mange omtaler som vedrører politikeres oppvekst og familieforhold i utvalget. De som omhandler menn handler hovedsakelig om oppvekstvilkårene deres, og mål de hadde som små. Høyres Thorbjørn Røe Isaksen sier for eksempel til VG i en sak om partivalg som ikke nødvendigvis matcher lommeboken, at han *"(...) er preget av middelklasseoppvekst i rekkehus med lærerforeldre"*, og en kommentator i Aftenposten beskriver oppveksten til det han kaller "løvetannsbarnet" Abid Raja: *"(...) oppvekst på østkanten, utfordrende ungdomsår, akademisk suksess og verv i Pakistansk Studentersamfunn"*. De omtalene som vedrører kvinnelige politikeres oppvekst handler til sammenlikning mer om relasjoner til andre familiemedlemmer. Erna Solbergs mor forteller blant annet til VG at datteren likner sin far, og at *"-(...) Erna begynte tidlig å blande seg i diskusjonene til de voksne. Hun snakket mye med sin far om alt mulig, og hun er minst like kunnskapsrik som han var"*. Moren til Siv Jensen beskriver også Jensens forhold til sin miljøvernøster overfor VG: *"-De er verdens beste venner og veldig glade i hverandre selv om de er uenige"*.²⁷

Et annet interessant funn knyttet til omtalen av politikeres familieforhold og oppvekst, er at mannlige politikere selv er kilde til mye av denne omtalen, mens ingen kvinnelige politikere selv har omtalt sin oppvekst eller familieforhold. Dette gir støtte til den tidligere forskningen som jeg har vært inne på mange ganger, som har vist at kvinner er mer tilbakeholdne med personlige opplysninger om seg selv, i frykt for at det skal svekke deres posisjon som profesjonelle og dyktige politikere. For mennene derimot, er ikke slikt fokus et problem, men snarere noe som får dem til å fremstå som mer sammensatte og mangefasetterte mennesker.

En del av omtalene som har med familieforhold å gjøre, handler også om politikernes familiesituasjon i dag. Vi får for eksempel vite at Erik Solheim og Jens

²⁷ VG har intervjuet mødrene til alle de tre statsministerkandidatene. Intervjuet med Jens Stoltenbergs mor kom ikke med i analyse materialet. Jeg har imidlertid tatt en kikk på dette intervjuet likevel, og kan konstatere at dette intervjuet er mye kortere enn de av Solberg og Jensens mødre, og at Jens Stoltenbergs relasjoner til andre familiemedlemmer ikke er et tema.

Stoltenberg er gift, i tillegg til at DN bruker statsministerkandidatens sivilstatus som et ledd i å illustrere forskjeller mellom Siv Jensen og Jens Stoltenberg i en artikkel fra en debatt: *–Hun er en veldig energisk og pågående politiker, sa gift. –Jens Stoltenberg er en sjarmerende mann, sa singel*". De stedene hvor det nevnes at mannlige politikere er gift, er dette relativt relevant for sakens innhold: Stoltenberg har stemt sammen med kona, og en personlig sak om Erik Solheims treningsvaner i DN akkompagneres av en "profil" hvor det opplyses at hans sivilstatus er *"Gift, fire barn"*. Benevnelsen av Jens Stoltenberg og Siv Jensens sivilstatuser gjøres som et kreativt virkemiddel. Jeg vil imidlertid påpeke at en kvinnes sivilstatus sier mer om hennes "kvinnelighet", enn en manns sivilstatus sier om hans "mandighet". Det å være i et forhold gir konnotasjoner til følelser og omsorg, tradisjonelt feminine egenskaper. Ved å understreke at Siv Jensen er singel, påpekes hennes mangel på "kvinnelighet".²⁸

Det er få omtaler som dreier seg om politikernes fritid og hverdagsliv, men i de få som forekommer, ser vi en tydelig forskjell knyttet til kjønn. DN melder at Erik Solheim tar ukentlige joggeturer, og at han og tidligere statsminister Kjell Magne Bondevik jevnlig spiller fotball i gymsalen på Kristelig Gymnasium i Oslo: *–I prinsippet spiller jeg fotball med Bondevik og den gjengen hver fredag*". En butikkinnehaver i Kristin Halvorsens nabolag opplyser på sin side overfor VG at: *"Kristin Halvorsen var innom her nesten hver dag før hun ble minister, men sjelden etter det. Det skyldes nok at hun nå blir kjørt"*. Omtalene som vedrører Erik Solheim viser han som en aktiv og sosial politiker, som på toppen av en travel statsråd- og familiehverdag (med fire barn!) rekker å få med seg både joggetur og en ukentlig fotballtrening med venner. Omtalen av Kristin Halvorsen derimot, påpeker at hun ikke har tid til å stikke innom lokalbutikken så mye som hun gjorde før, siden hun nå blir "kjørt" som minister. Lederstillingen til Halvorsen går altså ut over hennes hverdagsliv, mens Solheims tilsynelatende ikke lider like mye under hans travle hverdag. Dette funnet er i overensstemmelse med den teori og tidligere forskning som har pekt på at interessekonflikt mellom en kvinnes privat- og familieliv og hennes politiske ambisjoner, ofte er et tema i mediene. Samtidig opplever ikke mannlige politikertalenter at det legges vekt på denne interessekonflikten i like stor

²⁸ Generelt bør det nevnes at det kun ett sted i hele analyse materialet nevnes at en politiker er singel, og det er da snakk om en kvinne. Selv om det er snakk om bare ett tilfelle, og dette på ingen måte er et generaliserbart funn, er dette med på å forsterke inntrykket av at kvinner opplever et større fokus på personlige aspekter ved seg selv enn mennene.

grad, fordi tradisjonell mannlighet og politikk er mer forenelig enn tradisjonell kvinnelighet og politikk (van Zoonen 2005).

5.2 Evalueres kvinner mer negativt enn menn?

Vi har i gjennomgangen av omtalene knyttet til egenskaper, utseende, kjønn og privatliv ovenfor sett at det utkrystalliserer seg større forskjeller knyttet til evaluering av kvinnelige og mannlige politikere når omtalene studeres kvalitativt. Det viser seg for eksempel at omtale som umiddelbart fremstår som positiv eller nøytral i en statistisk analyse, kan fremstå annerledes når man tar høyde for kontekst og konkret ordbruk. Når omtalene studeres kvalitativt, er det imidlertid også lettere å få et bilde av om hvorvidt politikerne får ris og ros relatert til om de oppfører seg på måter som er forenelige med tradisjonelle forventninger til deres kjønn. Jeg vil nå vise til noen eksempler fra analyse materialet og diskutere dette.

Jeg finner mange eksempler på at kvinner og menn får positive evalueringer når de oppfører seg henholdsvis feminint og maskulint. Noen eksempler er Bykle-ordfører Kay Jeiskelid, den "brummende" kjempen av en mann som har vært bygdas fremste representant i 22 år; og den "moderlige" Oppegård-ordføreren Sylvi Graham som fremstår som både inkluderende, varm og omsorgsfull. SV-politiker Karin Andersen får også ros for feminine egenskaper som varme og medfølelse når hun beskrives av Georg Rønning som er leder i Foreningen Fattignorge: *"Hun er et medmenneske i særklasse"*. I oversikten over positive personlige karakteristikk i tabell 5.1, ser vi også at kvinner får en del positive karakteristikk knyttet til feminine egenskaper som varme og medfølelse. Vi ser også at mennene får en del positiv omtale fordi de innehar maskuline egenskaper som tøffhet, styrke, kompetanse og dyktighet, men kvinnene får faktisk enda mer ros for å besitte slike maskuline egenskaper.

Jeg finner også flere eksempler på at politikere får ris når de bryter med tradisjonelle forventninger til deres kjønn, noen eksempler er de nevnte beskrivelsene av Jens Stoltenbergs "fiskepuddings"-håndtrykk og Kristin Halvorsens ikke helt vellykkede utstigning fra en bil. Andre eksempler er en omtale der Jens Stoltenberg kritiseres av investor Christen Sveaas for å mangle maskuline egenskaper som tøffhet og styrke: *"Jens har vært en meget blek statsminister. Han har gått på hvilepuls og fotavtrykkene har vært små og få"*, og denne beskrivelsen av Siv Jensen fra en

nyhetsartikkel i Aftenposten: "(...) hun holdt en harmdirrende pekefinger ned i en avis". I dette siste eksemplet evalueres ikke Jensen nødvendigvis negativt, men uttrykket "harmdirrende" gir i alle fall ikke positive konnotasjoner. I tabell 5.2 så vi også at kvinnelige politikere får en del negativ oppmerksomhet fordi de utstråler aggressivitet og sinne, og således viser mangel på feminine egenskaper som varme og medfølelse. Mannlige politikere får på sin side nesten ikke kritikk for å mangle maskuline egenskaper. Dette kan kanskje forklares med at tradisjonell mandighet og "politikerhet" korrelerer, og at menn dermed automatisk tillegges maskuline egenskaper, ganske enkelt fordi de er menn. Kvinnene derimot, havner av samme grunn i skvisen mellom "kvinnelighet" og "politikerhet".

En annen tendens som gjør seg gjeldende i analyse materialet hva gjelder evaluering, er at kvinnene får en del negativ omtale fordi de mangler maskuline egenskaper som er knyttet til det å være en god politiker. De kritiseres blant annet for egenskaper knyttet til dyktighet og kompetanse, mens de mannlige politikerne på sin side ikke får noe kritikk av denne typen. Dette kan nok, som jeg allerede har vært inne på, henge sammen med at menn tilegnes disse maskuline egenskapene automatisk fordi de er menn, mens det på samme vis antas at kvinnene ikke har dem, fordi de er kvinner. Høyre-leder Erna Solberg kritiseres for eksempel av en VG-kommentator for å ha vist mangel på maskuline egenskaper som styrke og lederevner: ²⁹

Helt siden nederlaget i 2005 hadde Solberg slitt med å kommunisere Høyres politikk.

Hun var omstendelig, treg og trøtt. Virket alltid litt andpusten (...) En som kjente forholdene sa til meg at det å være en flink politiker, ikke nødvendigvis betyr at man har greie på å lede en partiorganisasjon. Og beskrev Ernas personalpolitikk som slette greier.

Frp-leder Siv Jensen får også kritikk for å mangle maskuline egenskaper som kompetanse og dyktighet i denne omtalen fra VG: "*Siv Jensens forsøk på å være ansvarlig og løsningsorientert i valgkampen har ikke vært noen suksess*". En kommentator i Aftenposten kommer også med en svært lite flatterende beskrivelse av tidligere kulturminister Valgerd Svarstad Haugland når han beskriver hennes mangel på maskuline egenskaper som styrke og dyktighet: "*Med Valgerd Svarstad Haugland som*

²⁹ Denne omtalen stammer fra en kommentar som roser Erna Solberg for de endringer hun har gjennomgått, og måten hun har slått indre fiender i Høyre på, og har dermed en svært positiv kontekst. Til tross for dette kaster denne negative karakteristikkene likevel et negativt lys over Høyre-lederen.

statsråd var kultur mer av "kakepynt" og sjefsbyråkratene i departementet hadde uforholdsmessig stor makt".

5.3 Er fremstillingen av kvinner mer stereotypisk?

Vi ser tydelig at de to kvinnepolitikermodellene som jeg presenterte i kapittel 2 er tilstede i oversikten over positive og negative egenskaper ved politikerne i tabell 5.1 og 5.2. Generelt kan vi se at karakteristikene av kvinnene er mer polariserte enn omtalene av mennene: Kvinnene er høyt representert i både de feminine og maskuline kategoriene, mens karakteristikene av mennene definitivt har en overvekt i de maskuline kategoriene. Et unntak er den feminine kategorien ærlighet/redelighet, hvor kvinnene nesten ikke er tilstede, mens mennene er relativt høyt representert. Dette kan tyde på at kvinnene bare ved å være kvinner tillegges disse feminine egenskapene, mens det er et større behov for å vektlegge at mennene er ærlige og redelige.³⁰

I kategorien varme/medfølelse i tabell 5.1 finner vi karakteristikk av kvinner som "snill og omsorgsfull", "et medmenneske i særklasse", "har bena godt plantet på jorden" og "humørfylt". Dette er karakteristikk som kan plasseres rett inn i modellen av "kvinnekvinn"-politikeren, som er varm, myk, full av følelser og moderlig. En del av karakteristikene i denne kategorien handler, som jeg allerede har vært inn på, om at kvinnene *ikke* innehar visse egenskaper, som at de ikke er sinte, sure eller hissig. Dette bidrar ytterligere til å vise tilstedeværelsen av "kvinnekvinn"-modellen, fordi karakteristikene nettopp understreker at kvinnene er i besittelse av "kvinnekvinn"-politikerenes egenskaper, og ikke er kalde og harde, som "mannekvinn"-politikeren. I kategorien inkompetent/inneffektiv i tabell 5.2, har kvinnene også et stort utslag. Her finner vi karakteristikk som "ikke greie på ledelse", "lite inspirerende" og "omstendelig". Også disse er fullt forenelige med "kvinnekvinn"-politikeren som verken er effektiv eller særlig dyktig.

I den maskuline kategorien tøffhet/styrke i tabell 5.1 finner vi flere røffe karakteristikk av kvinner; de omtales med beskrivelser som "knallhard", "dirty", "bestemt", "slugger", "tøff", "tåler en trøkk" og "jern-Erna". Dette er beskrivelser som passer perfekt inn i modellen av "mannekvinn"-politikeren, som er en hard, effektiv,

³⁰ Det er imidlertid jevnt over få karakteristikk som handler om ærlighet og redelighet i analysedataet, noe som kan tyde på at egenskaper knyttet til dette ikke er noe så fremtredende i norsk valgkamp, i alle fall ikke i disse avisene.

maskulin og dyktig "karrierекvinne". Det samme gjør en del av karakteristikkene fra kategorien kald/aggressiv, hvor de kvinnelige politikerne blant annet omtales med uttrykk som "arrogant og nedlatende" og "demonstrativ", som er ekvivalente med "mannekvinne"-politikerenes egenskaper som kald, hard og følelsesløs.

Omtalene av mennene er, som jeg allerede har vært inne på, mer ensidige enn omtalene av kvinnene, og de plasserer seg i hovedsak i de maskuline kategoriene. Mennene får heller nesten ingen kritikk for å mangle maskuline egenskaper; de er kun i noen få tilfeller beskrevet i ordelag som påpeker deres mangel på tøffhet og styrke, og opplever aldri at det stilles spørsmål ved deres dyktighet eller kompetanse. Omtalene av mennene er også mer deskriptive, edruelege og mindre kreative, enn omtalene av kvinnene. Når kvinnene omtales som snille og omsorgsfulle mennesker i særklasse i varme/medfølelse-kategorien, beskrives for eksempel mennene mer diskret som inkluderende, åpne og frie i formen. Når kvinnene beskrives i røffe ordelag som både knallharde og tøffe, beskrives også mennene med langt mindre dramatiske vendinger med karakteristikk som "jobber hardt", "vilje til å stå på" og "rett på sak". Bare ett sted beskrives en mannlig politiker med et virkelig røft uttrykk: Jens Stoltenberg beskrives av en VG-journalist som en "slugger" – en rå bokser. I samme setning får imidlertid Frp-leder Siv Jensen den nøyaktig samme karakteristikken.

Blant omtalene som vedrører utseende og kjønn, finner jeg få eksempler på omtaler som kan plasseres i de feminine og maskuline kategoriene eller de to kvinnemodellene. Noen unntak er en maskulin omtale av Jens Stoltenberg i statsministerdressen, samt beskrivelsen av Bykle-ordfører Kay Jeiskelid, som kan sies å plasseres i en tenkt "mannemann"-kategori i form av at de fokuserer på maskuline egenskaper som styrke og kompetanse. Omtalene av Sylvia Brustads etter sigende "feminiserte" næringsdepartement og "mor Oppegård" Sylvi Graham, kan på sin side plasseres i "kvinnekvinne"-kategorien. Omtalen av Jens Stoltenbergs fiskepuddingshåndtrykk kan også plasseres i den tenkte "kvinnemann"-kategorien, fordi beskrivelsen viser Stoltenberg som svak i motsetning til en trygg og effektiv "mannemann". Til sist kan en omtale av Sp-leder Liv Signe Navarsete som arrogant og nedlatende "Oslo 3-frøken", sies å kunne plasseres i "mannekvinne"-kategorien. Til tross for at jeg finner noen eksempler som passer til modellene, kan det generelt sies at maskulinitet/femininitet-kategoriene og modellene ikke er så anvendelige på omtalene vedrørende utseende fordi de forhåndskonstruerte idealtypene ikke egentlig handler

om fysiske egenskaper. "Mannekvinnen" er for eksempel først og fremst maskulin på grunn av mangel på feminine egenskaper, og ikke mangel på fysisk femininitet.

Når det gjelder omtalene som vedrører privatliv er de forhåndskonstruerte modellen mer egnede. De mange omtalene vedrørende Siv Jensen og Erna Solbergs relasjoner med familiemedlemmer kan sies å kunne knyttes til "kvinnekvinn"-politikertypen, fordi de fokuserer på følelser og myke sider ved politikerne, og ikke minst fordi de fleste av disse omtalene stammer fra et svært nært familiemedlem av Jensen og Solberg, deres egne mødre. Også omtalen av Kristin Halvorsen som ikke har tid til å stikke innom lokalbutikken like mye som før, kan plasseres inn under "kvinnekvinn"-kategorien, fordi den karakteriserer henne som lite effektiv.

Det finnes en del omtaler av mannlige politikeres tilknytning til familie i analyse materialet, men ingen av disse kan sies å kunne plasseres i en den tenkte "kvinnemann"-kategorien. Jens Stoltenberg omtales for eksempel som gift, og det opplyses at Erik Solheim er gift og har fire barn. Sivlstatusene deres problematiseres imidlertid på ingen måte. Solheim figurerer sågar i en sak om sine treningsvaner hvor han fremstår som en aktiv og sosial mann som verken forsømmer familie eller arbeid på tross av en aktiv fritid. Når det i den ene omtalen påpekes at Siv Jensen er singel derimot, er dette med på å fremstille henne som en "mannekvinn"-politiker: En karrierekvinn som har valgt bort familie og barn til fordel for politikken.

5.4 Kort om andre relevante faktorer

Jeg vil nå til slutt i kapittel fem, presentere funn fra den kvalitative analysen som kan belyse funn knyttet til tilleggsvariabler ytterligere. Jeg gjør ingen relevante funn knyttet til verken hierarki, journalistens kjønn eller artikkelsjanger, og vil derfor i det følgende konsentrere meg om faktorene avis og medienes kilder.

I den statistiske analysen så vi en tydelig VG-effekt ved at tabloidavisen sto bak en stor del av den personlige vinklingen av politikerne, og da spesielt de kvinnelige politikerne. Naturlig nok ser vi disse tendensene også i den kvalitative analysen. Særlig de to allerede nevnte svært personlige intervjuene med partilederne Siv Jensen og Erna Solbergs mødre, bidrar til å trekke opp andelen personfokusert omtale i avisen. Her får vi nemlig mange svært personlige beskrivelser vedrørende både Jensen og Solbergs personlige egenskaper, oppvekst og familieforhold. VG står også bak de fleste

kjønnsrelaterte metaforene, og er opphav til samtlige dronning-metaforer, samt mange omtaler som knytter kvinnelige politikere til de to kvinnemodellene, spesielt "mannekvinne"-kategorien i form av karakteristikk som "Dirty Erna", "jern-Erna", "tøffe-Erna", og flere karakteristikk av Siv Jensen som knallhard.

De andre avisene er imidlertid ikke frie for kjønntypiske omtaler. Aftenposten står for eksempel bak den eneste "unødvendige" omtalen av en politikers antrekk – beskrivelsen av en svartkledd Sylvia Brustad på børsen, og gjør også et poeng ut av at Hadia Tajik er kvinne og må ta ansvar som forbilde for unge minoritetsjenter. Avisen har også flere omtaler som plasserer kvinnelige politikere i de to kvinnemodellene: SVs Karin Andersen omtales som "et medmenneske i særklasse" og Siv Jensen som demonstrativ og harmdirrende. I tillegg beskrives Valgerd Svarstad Hauglands dårlige lederegenskaper tydelig når en Aftenposten-kommentator påpeker at hun hadde en "kakepynt"-holdning til kultur og overlot alt for mye makt til byråkratene i kulturdepartementet i sin tid som kulturminister.

Dagens Næringsliv har svært mye kreativt språk og mange kreative grep i sine artikler, som ofte befinner seg i skillet mellom kommentar, reportasje og nyhetsartikkel. Denne kreative formen gjør at flere beskrivelser som sannsynligvis ikke ville fått plass i en tradisjonell nyhetsartikkel, som fargerike beskrivelser av politikeres antrekk eller personlige attributter, får plass i spaltene. Noen eksempler er oppramsingen av en rekke personlige attributter ved Siv Jensen og Jens Stoltenberg i et referat fra en statsministerduell: "mann mot kvinne", "dress mot kjole", "50 mot 40", "brun sko", "sølvsko", "gift" og "singel". Et annet eksempel på en fargerik skildring i DN er "feminiseringen" av næringsdepartementet på bakgrunn av Sylvis Brustads glossy dameblader på venterommet. En DN-kommentator benytter også kjønnsrelaterte metaforer når hun beskriver Kristin Halvorsens og Siv Jensens vei til regjeringsmakt som henholdsvis politisk "lillesøster" og "storesøster". I tillegg stammer mange personlige omtaler fra DNs meget personlige intervju med Erik Solheim om hans treningsvaner. Vi finner ingen så personlige intervjuer med en politiker i noen av de andre avisene. Det bør imidlertid nevnes at "treningsintervjuet" er en fast spalte i avisen hvor aktuelle profiler forteller om sine treningsvaner.

Den kvalitative analysen kan også nyansere opplysninger vedrørende medienes kilder og kildebruk ytterligere. I den statistiske analysen så vi at "vanlige" folk sto bak en stor andel av de omtalene som kunne knyttes til personlige aspekter ved kvinner. Når

jeg studerer disse omtalene kvalitativt, blir det raskt klart at en stor andel av disse omtalene stammer fra intervjuene med mødrene til Siv Jensen og Erna Solberg i VG. Her siteres de på en rekke superlativer vedrørende sine døtre, og også noen positive og negative vurderinger av andre politikere. Moren til Solberg er for eksempel ikke så begeistret for Siv Jensen: *"–Hun er ikke objektiv nok, og sier unødvendige ting"*, mens Jensens mor kan styre sin begeistring for Lars Sponheim: *"–Dersom han ryker ut av Stortinget etter valget, skal jeg gå ut og kjøpe den dyreste champagnen. Det nytter jo ikke å få til noe med den brumlebassen der"*. Blant omtalene fra "vanlige" folk finner vi imidlertid også en del beskrivelser av politikere fra mennesker som avisene har møtt ute på gaten; en kvinne VG møter på Grünerløkka uttaler for eksempel at Kristin Halvorsen er "lite inspirerende". DN siterer også en Frp-velger på Hamar som hyller Frp-leder Siv Jensen på sin egen måte: *"–Denne låta går spesielt til a Siv, sa mannen bak keyboardet i dansebandet "Lady og Landstryker'n". Låta var "Simply the best"*. Med unntak av de mange positive omtalene fra Jensens og Solbergs mødre, fordeler omtalene fra "vanlige" folk seg relativt jevnt utover med hensyn til positivitet og negativitet og kjønn.

I den statistiske analysen så vi også at andre politikere var kilde til omtale av personlige aspekter ved menn i større grad enn hva som var tilfelle for kvinner, med en differanse mellom kjønnene på 6 prosentpoeng. Disse omtalene utmerker seg tydelig i to kategorier: I den første kategorien havner flere omtaler der Frp-leder Siv Jensen kommer med negative karakteristikk av Venstre-leder Lars Sponheim, for eksempel: *"Lars Sponheim har et selvbilde som det er litt krevende å utfordre, for å si det forsiktig"*. Den andre kategorien består av omtale der mannlige politikere får ros for å inneha maskuline egenskaper. Superlativer som nevnes er blant andre "sterk vilje til å styre", "visjonær", "saklig og flink". Mange av disse positive karakteristikkene kommer fra andre mannlige politikere, og vi ser altså at mannlige politikere er ganske flinke til å rose hverandre. Omtalene av kvinnelige politikere som stammer fra andre politikere er mindre entydige. Kvinnene får både negativ og positiv omtale fra både kvinner og menn.

5.5 Oppsummering

I dette femte kapittelet i oppgaven, har jeg forsøkt å generere ytterligere nyanser til funnene som ble gjort i den statistiske analysen i oppgaven ved å studere den omtalen som vedrører politikeres personlige aspekter mer inngående. Hovedmålet med den

kvalitative analysen har vært å få belyst hypotese 2 og 3 i oppgaven, som vedrører evaluering av politikere og tilstedeværelse av kjønnsstereotyper i analyse materialet. Jeg vil nå presentere de hovedfunn som er gjort i analysene i tilknytning til dette.

Hypotese 2 dreide seg om evaluering av politikerne, og forventningen min var at kvinnelige politikere skulle være gjenstand for mer negativ evaluering enn mannlige politikere, og at dette særlig ville være tilfelle når personlige attributter var tema. Vi kan ikke konkludere uforbeholdent med at denne forventningen har blitt bekreftet. Vi ser riktignok en tydelig tendens til at kvinnene blir evaluert mer enn mennene både i hele analyse materialet, og spesielt i de omtalene som dreier seg om personlige aspekter, men mennenes personlige attributter omtales ikke veldig mye sjeldnere enn kvinners. Likevel ser vi en tydelig kjønnsmessig forskjell i form av at mennene i stor grad omtales nøytralt og deskriptivt, mens kvinnene omtales i mer ladede termer og evalueres hyppigere. Når omtalene vedrørende personlige aspekter studeres kvalitativt, ser vi også en tydeligere negativ trend i omtalene av kvinnene: Umiddelbart positiv omtale får for eksempel ofte en annen og mer kompleks mening når man studerer omtalens kontekst nøyere. Forskjellen er aller størst når det gjelder omtaler som har med politikernes personlige egenskaper å gjøre, hvor kvinnene får mye mer omtale, og også mer negativ omtale enn mennene. Her ser vi tydelig at politikerne evalueres i tråd med stereotypiske forventninger knyttet til kjønn. Kvinnene får mye kritikk for å mangle feminine egenskaper, mens mennene nesten ikke får noe kritikk for å mangle maskuline egenskaper. Dette henger nok sammen med at tradisjonell mannlighet og "politikerhet" er mer forenelig enn tradisjonell kvinnelighet og "politikerhet". Det samme resonnetet kan forklare det faktum at kvinnene i stor grad blir beskyldt for å mangle maskuline egenskaper som dyktighet og kompetanse, mens mennene ikke får noen kritikk for mangel på slike egenskaper.

Hypotese 3 omhandler tilstedeværelse av kjønnsstereotyper i omtalen av kvinnelige og mannlige politikere. Jeg mener at vi på bakgrunn av de funn som er gjort i den kvalitative analysen kan konkludere med at denne hypotesen har fått støtte. Spesielt i de omtalene som vedrører egenskaper og privatliv ser vi tydelige spor av de to kvinnepolitikermodellene. Kvinnene får kritikk for å mangle både feminine og maskuline egenskaper, noe som nok kan forklares med den polariseringen som eksisterer mellom femininitet og "politikerhet"; det er så å si umulig å oppfylle krav til

tradisjonell kvinnelighet og tradisjonell "politikerhet" samtidig, fordi menn har skapt de målestokkene vi vurderer politikere etter.

Særlig VG, men også de andre avisene er ivrige på å bruke kjønnsrelaterte metaforer når kvinnelige politikere omtales, i tillegg til at kvinnelige politikeres kjønn gjøres til et poeng i langt større grad enn menns. Vi ser også at den tradisjonelle interessekonflikten mellom privatlivet til en kvinnelig politiker og hennes politiske virke påpekes, mens forholdet mellom en mannlig politikers virke og hverdag/fritid aldri problematiseres. Dette bidrar til å styrke inntrykket av at kvinnelige politikere vinkles *i relasjon* til mannlige politikere – som "annerledespolitikere". Vi ser også politikermodellens tilstedeværelse i det språket som benyttes for å beskrive politikere. Kvinnenes femininitet og maskulinitet beskrives gjerne i fargerike vendinger koblet opp mot de to kvinnepolitikertypene, mens mediene benytter langt mer forsiktige formuleringer de gangene en mannlig politikers femininitet eller maskulinitet (hovedsakelig maskulinitet), beskrives. Vi kan si at kvinnene enten fremstilles som omsorgsfulle og feminine "kvinnfolk i skjørt", eller som knallharde og effektive "kvinnfolk i bukser", mens mennene stort sett fremstår som stødige og maskuline "mannfolk i bukser".

6 Konklusjon

6.1 Hva slags politikerbilder ble tegnet i valgkampen?

Målet med denne oppgaven har vært å kartlegge de bildene, portrettene og snapshotene av kvinnelige og mannlige politikere som ble eksponert i mediernes rammer i innspurten av valgkampen 2009. Jeg har studert hvor personifisert omtalen av kvinner og menn er, i tillegg til hvorvidt og hvordan politikerne blir evaluert, samt tilstedeværelsen av tradisjonelle kjønnsstereotyper, og hovedmålet har vært å kunne vurdere hvorvidt kvinnelige og mannlige politikere ble utsatt for forskjellsbehandling. For å få et ytterligere nyansert inntrykk av mediernes bilder har jeg også inkludert en del andre faktorer i analysen, som medieformater og egenskaper ved de omtalte politikerne. Det har blant annet vært interessant å se hvordan disse tilleggsfaktorene virker sammen med kjønn. Forventningene mine i forkant av analysen, basert på teori og tidligere forskning, var at valgkampen ville være dekket i et maskulint narrativ der kvinnene ble omtalt og fremstilt *i forhold* til menn, som "annerledespolitikere". Ut fra dette forventet jeg å finne at kvinnene var utsatt for mer personfokusert og stereotypisk omtale, i tillegg til mer negativ evaluering, særlig hvis de brøt med forventninger til tradisjonell kvinnelighet.

Hovedfunnene i oppgaven svarer i stor grad til forventningene. I tråd med forventningene i hypotese 1, har jeg funnet at omtalen av kvinner er mer personifisert enn omtalen av menn, særlig i form av mer vekt på personlige aspekter, mer omtale fra saker med personorientert ramme og hyppigere titulering med kun fornavn. Forventningen i hypotese 3 om at kvinnene i større grad ville være fremstilt i relasjon til stereotypiske forventninger til deres kjønn, har også fått støtte. Vi har i analysene sett en tydelig tendens til at kvinnene enten fremstilles som knallharde "mannekvinner", eller myke og moderlige "kvinnekvinner". Hypotese 2, som var knyttet til evaluering av kvinner og menn, har imidlertid bare delvis fått støtte. I analysene har vi sett at kvinner og menn opplever å bli evaluert negativt omtrent like ofte, og at kvinnene faktisk oftere enn menn blir evaluert positivt. Vi ser imidlertid en tydelig tendens til at kvinner er gjenstand for mer farget omtale, og at menn i større grad fremstilles nøytralt. Kvinnene vurderes ganske enkelt mye oftere. I den kvalitative analysen fant jeg også at en del av

omtalene vedrørende kvinnelige politikere fremstod mer negativ når jeg vurderte konkrete formuleringer og tok hensyn til kontekst. Også knyttet til konkret språkbruk fant jeg i den kvalitative analysen at menn ble omtalt mer nøytralt enn kvinner. Kvinnene ble i langt større grad fremstilt i fargerike og dramatiske vendinger, mens mennene ble omtalt mer nøytralt og diskret. I den kvalitative analysen så vi i tillegg at kvinnene fikk mye kritikk når de brøt med forventninger til tradisjonell kvinnelighet.

Jeg har også gjort funn i tråd med forventninger knyttet til kjendisjournalistikk og tabloidjournalistikk. Politikere høyt oppe i det politiske hierarkiet var utsatt for mye mer personifisert omtale og stereotypisk vinkling enn andre politikere. Denne effekten var imidlertid sterkere for kvinner enn menn, og effekten var ekstra kraftig i tabloidavisen i utvalget, VG. VGs store andel med omtale av personlige aspekter skyldes imidlertid hovedsakelig kjendisfokus. Hele 80 prosent av omtalene fra VG vedrører partiledere, og da mange av de sentrale partilederne under valgkampen 2009 var kvinner, trekker nok det opp det personifiserte fokuset på kvinner i avisen. I tråd med forventninger om en "kvinnelige" journalistisk stil, fant jeg også at kvinnelige journalister trekker frem personlige aspekter ved politikere oftere enn mannlige journalister, og at kvinnelige journalister står bak dobbelt så mange omtaler fra personorienterte saker som mannlige journalister. Det er imidlertid betydelig flere kvinnelige journalister i VG, avisen som står bak svært mange av de personfokuserte omtalene, noe som kan tyde på at avistype er en vel så viktig forklaringsvariabel her som journalistens kjønn. Det er for eksempel slett ikke sikkert at et økt antall kvinnelige journalister i Aftenposten og Dagens Næringsliv ville endret deres måte å omtale kvinner og menn på. Et siste funn som er i tråd med forventningene, er at "vanlige" folk står bak mye av den personaspektfokuserte omtalen av kvinner, noe som kan forklares med at samfunnet vårt er preget av stereotypiske syn og forventninger til kjønn. Det er imidlertid viktig å huske at det er redaksjonene som gjør prioriteringer og vurderinger knyttet til hva som kommer på trykk.

Det ble også gjort noen overraskende funn i analysene. Det ble for eksempel avdekket at menns utseende ble omtalt oftere enn kvinners, og at dette særlig var tilfelle i nisjeavisen Dagens Næringsliv. De innledende betraktningene i begynnelsen av oppgaven om en overdreven interesse for kvinnelige politikeres eksteriør og antrekk blir altså ikke bekreftet her. Vi ser imidlertid at mennene som oftest blir omtalt nøytralt eller positivt når deres utseende ble trukket frem, mens kvinnene mer gjennomgående

omtales negativt. Dermed blir eksemplene med den sutrete Siv Jensen i "miniskjørt" og den barske Lars Sponheim i bar overkropp i oppgavens innledning likevel ikke helt irrelevante. I tillegg bør det nevnes at andelen omtale i utvalget som fokuserte på politikernes utseende var få, og at det dermed er noe usikkerhet knyttet til funnene.

Det ble i analysene også avdekket at mennene i større grad enn kvinnene trekker frem personfokuserende aspekter ved seg selv, noe som også bryter med forventninger om en "kvinnelige", subjektiv politikerstil hos kvinner. Funnet blir imidlertid delvis støttet av noe av den tidligere forskningen vi har sett. Aalberg (2009) har for eksempel gjennom intervjuer med stortingspolitikere avdekket at mannlige politikere har hyppigere kontakt og et mer avslappet forhold til journalister enn det kvinnelige politikere har; og Thelander (1986) har i sin forskning på politiske taler også kommet frem til at mannlige politikere er relativt selvfokuserte og benytter ordet "jeg" mye, mens kvinnelige politikere oftere sier "vi".

6.2 Annerledespolitikere i kjønnete rammer?

Funnene i denne oppgaven komplimenterer mye av den tidligere forskning som er gjort vedrørende mediefremstilling av kvinnelige politikere. Vi har for eksempel sett at mediefremstillingen av politikere i valgkampen 2009 på flere måter var preget av moderne "kjendispolitikk" (jf. van Zoonen 2005; 2006); at kjønn ble gjort til et større poeng når kvinnelige politikere ble omtalt (jf. Semetko og Boomgarden 2007); at kvinner ble titulert mer uformelt enn menn (Sreberny-Mohammadi og Ross 1996); og at "vanlige" folk i stor grad omtalte politikere i tråd med stereotypiske forventninger (jf. Aalberg og Jenssen 2007). Resultatene er også i tråd med teorien om at mediene tenderer til å fremstille kvinnelige politikere i et "kjønnet filter" ved å gjøre det til et poeng dersom de bryter med de forventninger som stilles til tradisjonell kvinnelighet og således oppfører seg på måter som kan ansees som unormale, eller at det overdrives når kvinnene opptrer i tråd med forventninger om feminitet (jf. Hernes 1978; Benze og Declercq 1985; Kahn og Goldenberg 1991; Kahn 1993; og Gidengil og Everitt 2000). En del av resultatene stemmer imidlertid ikke så godt overens med den tidligere forskningen som har blitt presentert, og jeg vil nå diskutere mulige årsaker til dette.

Forventningen om at kvinner ville bli vurdert negativt når personlige aspekter ble tatt opp, fikk bare delvis støtte. Dette kan selvfølgelig bety at kvinner ikke

nødvendigvis blir evaluert mer negativt enn menn når slike aspekter tas opp. Funnet kan imidlertid også være preget av at svært mye av den personaspektfokuserede omtalen vedrørte to kvinnelige og en mannlig statsministerkandidat. Tidligere forskning (Krogstad 2004b) har vist at statsministerkandidater evalueres mer positivt enn andre politikere i valgkamp.

Et annet uventet funn er at mediene omtalte mannlige politikeres utseende hyppigere enn kvinners. Dette funnet kan henge sammen med utvalget av medier. Hadde jeg også konsentrert meg om andre medieformater, som for eksempel nettaviser eller kulørtpresse, ville kanskje utseendefokuset på kvinner, og i alle fall evalueringene av dette, vært større. Ukeblader som *Se & Hør* har for eksempel jevnlig evalueringer av kvinnelige politikeres antrekk og også hyppige oppslag om slanking, hårfrisyrer osv., og det samme kan sies om en del oppslag på nettet. Det kan imidlertid også hende at den forskningen som jeg baserte forventningene om at kvinner ville få et større fokus på sine personlige attributter enn menn på (Sreberny-Mohammadi og Ross; van Zoonen), ikke så godt kan applikeres på en norsk kontekst. Sreberny-Mohammadi og Ross' forskning stammer for eksempel fra Storbritannia, et land med en annen medievirkelighet enn Norge, og hvor også likestillingen mellom kvinner og menn på en del områder har kommet kortere. I Storbritannia er også kvinner i langt større grad "fremmede fugler" i politikken, blant annet på grunn av valgordningen.

Det faktum at relativt mange omtaler med fokus på personlige aspekter og ikke minst fokus på utseende i ikke-tabloidavisene i utvalget mitt, kan kanskje også forklares med mediemekanismer som er spesielle for Norge. Det er et mye kraftigere skille mellom tabloidaviser og mer seriøse aviser i mange andre land enn hva som er tilfelle i Norge. Det faktum at tabloidavisene i Norge også er seriøse nyhetsformidlere, og at de mer seriøse avisene ofte benytter seg av mer kommersielle virkemidler, er ganske unikt. Dette henger nok mye sammen med at Norge er et lite land, og at et relativt lite antall riksaviser, og til dels regionaviser, dermed fyller flere roller. I tillegg kan det faktum at jeg finner tydelige personifiseringseffekter også i de ikke-tabloide avisene i utvalget, også forklares med at journalistikken blir stadig mer kommersialisert, som følge av avskaffelse av partitilhørighet og dermed pengestøtte fra politiske partier, i tillegg til et stadig mer utfordrende annonsemarked blant annet som følge av finanskrisen. På den måten blir det viktigere for samtlige aviser å fenge leserne for å i større grad tjene penger på salg. En økende kommersialisering og tabloidisering av norske medier kan

også forklares med at mediefloraen blir stadig større og mer kompleks, noe som fører til et ytterligere underskudd på oppmerksomhet, og dertil et økt krav til å fenge leserne (jf. Hernes 1978).

På tross av at en del av funnene i oppgaven ikke svarte til forventningene, mener jeg at vi alt i alt kan konkludere med at mediene eksponerte kvinnelige politikere i mer personifiserte, vinklede og stereotypiske bilder enn mannlige politikere i valgkampinnsurten 2009. Vi har sett at medienes fokus på kvinner var personifisert i form av at det ble lagt vekt på personlige aspekter, og at kvinnene hyppigere enn menn ble omtalt i saker med personorienterte rammer og sjeldnere i saker med saksorienterte rammer. Denne vinklingen av kvinnene fører til mer kjønnete tolkningsrammer og dertil fare for at kvinnene fremtrer som mindre skikkede politikere enn sine mannlige kollegaer. Det oppstår en polarisering mellom det å være kvinne og det å være politiker, og dermed blir poengtert når kvinner føyer seg etter den "kvinnelige" stereotypien og når de bryter med den, mens mennene, som representerer "normalen" ikke i like stor grad risikerer å opptre på tvers av forventninger og derav fremstilles mer nøytralt. Dette gjør at vi kan svare ja på det spørsmålet som stilles i oppgavens tittel: De kvinnelige politikere som deltok i valgkampinnsurten 2009 ble på mange måter fremstilt som "annerledespolitikere" i kjønnete rammer.

Fordi menn har skapt de målestokkene vi vurderer politikere etter, blir kvinnene omtalt og fremstilt som *kvinnelige* politikere. Dette betyr at kvinnelige og mannlige politikere som gjør det samme, på grunn av stereotypiske forventninger som er knyttet til dem, likevel ikke blir vurdert og oppfattet likt. Når det fokuseres på politikeres personlige attributter som utseende eller privatliv fremstår mennene gjerne som mer sammensatte og hele mennesker, mens kvinnene risikerer å havne i bås som "kvinnepolitikere" og miste troverdighet som politikere. Kvinnene fremstilles enten som knallharde og røffe "mannekvinner" eller myke og moderlige "kvinnekvinner", og fremstår dermed som ustabile sammenliknet med de trygge og sindige mennene som stort sett eksponeres som maskuline "mannemenn".

6.3 Veien videre

Det har på ingen måte vært et mål å demonisere journalistrollen eller å henge ut verken tabloidaviser eller tabloidjournalistikk i denne oppgaven. Jeg synes personlig at

fengende overskrifter, gode historier og politikere som byr på seg selv, er noe som kan bidra til interessant og relevant journalistikk. Forskningsresultatene i denne oppgaven kan imidlertid gi noen viktige implikasjoner for journalister i tabloidaviser, så vel som ikke-tabloidaviser, i tillegg til andre som har innvirkning på mediebransjens rammevilkår.

Både journalister og redaktører bør være seg stereotypene som er knyttet til "kvinnelighet" og "mannlighet" bevisst. Med tanke på de tradisjonelle forventninger til kjønnsroller som preger samfunnet vårt, er det slik jeg ser det, et sunnhetstegn at mediene faktisk i større grad fokuserer på mannlige politikeres utseende enn kvinners. Vi ser imidlertid at det bare er når det gjelder mengde at funnet mitt om fokus på utseende avviker fra forventningene. Når det gjelder medienes tolkningsrammer og vinklinger knyttet til utseende, ser vi fremdeles at kvinnelige politikere i langt større grad blir evaluert negativt, mens menns utseende omtales deskriptivt og nøytralt, eller de får ros for å utstråle maskulinitet. Vi ser i analysene av medienes kilder at mye av den personaspektfokuserende omtalen av kvinner stammer fra "vanlige" kvinner og menn, og jeg mener at det er riktig av journalister å vise hva slags oppfatninger om kjønn som finnes ute blant folk. Det ville selvsagt være helt feil å sensurere "politisk ukorrekte" uttalelser om kvinner. Samtidig er det viktig at mediene ikke i større grad slipper til stereotypiske eller personfokuserende omtaler av kvinnelige politikere fordi det er mer "sexy" enn tilsvarende omtale av mannlige politikere.

Mediebransjen er i stadig og hurtig endring, og i løpet av de siste årene har vi sett tendenser til økt tabloidisering og kommersialisering av journalistikken. Spesielt nettjournalistikk handler mer enn noen gang om å fenge lesere – gjerne i form av fengende og sexy overskrifter og oppslag. Nettjournalister bør av denne grunn være enda mer bevisst på kjønnsstereotypers mulige konsekvenser for fremstillingen av kvinnelige og mannlige politikere. Det faktum at mediene blir stadig mer kommersialiserte er, slik jeg ser det, også et godt argument for å øke den offentlige pressestøtten til mediene. På den måten kan mediene konsentrere seg mer om de sakene som er nyhetsverdige, enn de sakene som generer flest mulig klikk eller gir grunnlaget for de mest sensasjonelle avisforsidene. Pressestøtten er det ironisk nok politikere selv som har makt over.

Litteraturliste

Bauhr, Monica og Peter Esaiasson (2001), "Trust me! – On the nature of ethos argumentation", i Kirsten Gomard og Anne Krogstad (red.). *Instead of the ideal debate. Doing politics and doing gender in Nordic political campaign discourse*. Århus: Aarhus University Press.

Beauvoir, Simone de (2000). *Det annet kjønn*. Oslo: Pax Forlag [1949].

Benze, James G. og Eugene R. Declercq (1985), "Content of television political spot ads for female candidates", *Journalism Quarterly* 62: 278-283.

Bergström, Göran og Kristina Boréus (2005). *Textens mening och makt. Metodbok i samhällsvetenskaplig text- og diskursanalys*. Lund: Studentlitteratur.

Carlson, Tom (2001), "Gender and political advertising across cultures – A comparison of male and female advertising in Finland and the US", *European Journal of Communication* 16: 131-154.

Dagbladet (2004). "Venter på den rette", artikkel av Tore Gjerstad 28. februar.

Dagbladet (2008). "–Får nok ikke husmorprisen", artikkel av Veslemøy Lode 28. desember.

Dagbladet Magasinet (2009). "Mellom linjene", artikkel av Tore Gjerstad 29. august.

Dahlerup, Drude (1985). *Blomster og spark. Samtaler med kvindelige politikere i Norden*. Stockholm: Nordisk Ministerråd.

Eide, Elisabeth (2001), "Mannsbastioner med iboende treghet. Medier kjønn og makt", i Martin Eide (red.). *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*. Oslo: Gyldendal Akademisk.

Gerring, John (2007). *Case Study Research. Principles and practices*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Gidengil, Elisabeth og Joanna Everitt (2000), "Filtering the Female. Television News Coverage of the 1993 Canadian Leaders' Debates", *Women & Politics* 21: 105-131
- Gomard, Kirsten og Anne Krogstad (2001), "Instead of the ideal debate", i Kirsten Gomard og Anne Krogstad (red.). *Instead of the ideal debate. Doing politics and doing gender in Nordic political campaign discourse*. Århus: Aarhus University Press.
- Grønmo, Sigmund (2004). *Samfunnsvitenskapelige metoder*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Hellevik, Ottar (2002). *Forskningsmetode i sosiologi og statsvitenskap*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Hernes, Gudmund (1978), "Det mediavridde samfunn", i Gudmund Hernes (red.). *Forhandlingsøkonomi og blandingsadministrasjon*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Håkansson, Nicklas (1995), "Bildligt talat – Metaforer och bildspråk i svenska partiledardebatter 1932-1991", *Statsvetenskaplig Tidskrift* 98: 185-199.
- Iyengar, Shanto, Stephen Ansolabehere og Roy Behr (1991), "Mass Media and Elections. An Overview", *American Political Quarterly* 19: 109-139.
- Iyengar, Shanto og Donald Kinder (1986). *News that matters. Television and American opinion*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Jamtøy, Ann Iren og Ingunn Hagen (2007), "Iscenesatt politikk – strategier for å lage underholdende TV", i Anders Todal Jenssen og Toril Aalberg (red.). *Den medialiserte politikken*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Jenssen, Anders Todal og Toril Aalberg (2004), "På valgkampens slagmark. En eksperimentell studie av medieeffekter", i Bernt Aardal, Anne Krogstad og Hanne Marthe Narud (red.). *I valgkampens hete*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Kahn, Kim Fridkin (1993), "Gender Differences in Campaign Messages: The political Advertisement of men and Women Candidates for U.S. Senate", *Political Research Quarterly* 46: 481-502.

Kahn, Kim Fridkin og Edie N. Goldenberg (1991), "Women Candidates in the News: An Examination of Gender Differences in U.S. Senate Campaign Coverage", *Public Opinion Quarterly* 55: 180-199.

Karlsen, Rune og Hanne Marthe Narud (2004). "Organisering av valgkampen – "tradisjonell" eller "moderne"?" i Bernt Aardal, Anne Krogstad og Hanne Marthe Narud (red.). *I valgkampens hete*. Oslo: Universitetsforlaget.

Karvonen, Lauri, Göran Djupsund og Tom Carlson (1995), "Political Language", i Lauri Karvonen og Per Selle (red.). *Women in Nordic Politics: Closing the Gap*. Aldershot: Dartmouth.

Krogstad, Anne (1999). *Image i politikken. Visuelle og retoriske virkemidler*. Oslo: Pax Forlag.

Krogstad, Anne (2004a), "Fjernsynsvalgkamp. Noen retoriske øvelser i fordeling av skyld og ære", i Bernt Aardal, Anne Krogstad og Hanne Marthe Narud (red.). *I valgkampens hete*. Oslo: Universitetsforlaget.

Krogstad, Anne (2004b), ""En joggedress og en gråpapirpose over hodet, takk". Valgkamp og terningkast", i Bernt Aardal, Anne Krogstad og Hanne Marthe Narud (red.). *I valgkampens hete*. Oslo: Universitetsforlaget.

Moen, Astrid (2007), "Medialiseringsspiralen – en historie fra virkeligheten", i Anders Todal Jensen og Toril Aalberg (red.). *Den medialiserte politikken*. Oslo: Universitetsforlaget.

Narud, Hanne Marthe og Henry Valen (2007). *Demokrati og ansvar. Politisk representasjon i et flerpartisystem*. Oslo: Damm.

Narud, Hanne Marthe og Ragnar Waldahl (2004), "Den "lange" valgkampen. Mediestoffet i månedene før valget", i Bernt Aardal, Anne Krogstad og Hanne Marthe Narud (red.). *I valgkampens hete*. Oslo: Universitetsforlaget.

Neuendorf, Kimberley A. (2004): "Content Analysis: A Contrast and Complement to Discourse Analysis", *Qualitative Methods. Newsletter of the American Science Association*

Organized Section on Qualitative Methods 2: 33-35.

Regjeringen (2010). *Jens Stoltenbergs andre regjering*

http://www.regjeringen.no/nb/om_regjeringen/stoltenberg-ii.html?id=85843

[Lesedato 03.11.2010].

Retriever (2010) Vis kilder: Aftenposten, Dagens Næringsliv, VG (info). Oslo: Retriever Norge AS. <https://web.retriever-info.com> [Lesedato 01.11.2010].

Rogstad, Ingrid Dahlen (2009) "Ville du gått på byen med Siv Jensen?" En analyse av kjønnsperspektiver i valgkampdekningen 2005. Semesteroppgave i emnet STV4308B Medier og valgkamp, Universitetet i Oslo, januar 2009.

Semetko, Holli A. og Hajo G. Boomgarden (2007), "Reporting Germany's 2005 Bundestag election campaign: Was gender an issue?", *Harvard International Journal of Press-Politics* 12: 154-171.

Smith-Meyer (2009), *tabloid*, Oslo: Store norske leksikon 2009,

<http://www.snl.no/tabloid> [Lesedato 16.10.2010].

Solbrække, Kari Nyheim og Helene Aarseth (2006), "Samfunnsvitenskapens forståelser av kjønn", i Jørgen Lorentzen og Wencke Mühleisen (red.). *Kjønnforskning. En grunnbok*. Oslo: Universitetsforlaget.

Sreberny-Mohammadi, Annabelle og Karen Ross (1996), "Women MPs and the Media: Representing the Body Politic", *Parliamentary Affairs* 49: 103-115.

Stortinget (2010). *Kvinner på Stortinget* <http://www.stortinget.no/no/Stortinget-og-demokratiet/Historikk/Kvinner-paa-Stortinget/> [Lesedato 03.11.2010].

Thelander, Kerstin (1986). *Politikerspråk i könspektiv*. Malmö: Liber Forlag.

Thorbjørnsrud, Kjersti (2008), *Journalistenes valg. Produksjon – interaksjon – iscenesettelse. Møtet mellom journalistikk og politikk i en valgkamp med fokus på NRK Fjernsynets valgformater*. Doktoravhandling. Oslo: Institutt for Medier og Kommunikasjon. Universitetet i Oslo.

VG (2004a). "Vi må slutte å tro at vi kan styre alt hjemme", artikkel av Elisabeth Skarsbø Moen og Katrine Lia 5. februar.

VG (2004b). "Blåser i bagatellene", artikkel av Inger Lise Kleppe 7. februar.

VG (2006). "Jeg er ikke lesbisk", artikkel av Haugar Nicolaysen 29. september.

VG (2007). "Vil ha barn - ... men først må jeg finne en mann", artikkel av Line Torvik og Pål K. Ertzaas 13. mai.

VG (2009a). "La om livsstilen. Sponheim gikk ned 10 kilo. Kjempet seg ut av sukkersyke. Medisinfri med streng diett", artikkel av Gunn Kari Hegvik 15. august.

VG (2009b). "Angriper NRK og TV2 for kjønnsdiskriminering. Lei av dype stoler og kameraer som filmer nedenfra", artikkel av Marianne Johansen, Gunn Kari Hegvik, Karoline Flåm og Bjørn Haugan 1. september.

Weber, Robert Philip (1990). *Basic content analysis*. Newbury Park (CA): Sage Publications Inc.

West, Candace og Don H. Zimmermann (1987), "Doing Gender", *Gender & Society* 1: 125-151.

Zoonen, Liesbet van (2005). *Entertaining the Citizen. When Politics and Popular Culture Converge*. Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.

Zoonen, Liesbet van (2006), "The personal the political and the popular. A Woman's guide to celebrity politics", *European Journal of Cultural Studies* 9: 287-301.

Aalberg, Toril og Tove Brekken (2007), "Når spill og enkeltepisoder blir viktigst", i Anders Todal Jensen og Toril Aalberg (red.). *Den medialiserte valgkampen*. Oslo: Universitetsforlaget.

Aalberg, Toril og Anders Todal Jensen (2007), "Gender Stereotyping of Political Candidates. An Experimental Study of Political Communication", *Nordicom Review* 28: 17-32.

Aalberg, Toril (2009), "Kritiske kvinner og medievriddede menn? En empirisk studie av Stortingsmedlemmers forhold til norske medier", *Norsk medietidsskrift* 16: 100-119.

Aardal, Bernt, Anne Krogstad, Hanne Marthe Narud og Ragnar Waldahl (2004), "Strategisk kommunikasjon og politisk usikkerhet", i Bernt Aardal, Anne Krogstad og Hanne Marthe Narud (red.). *I valgkampens hete*. Oslo: Universitetsforlaget.

Aardal, Bernt, Maria Høstmark, Bengt Oscar Lagerstrøm og Guro Stavn (2007), *Valgundersøkelsen 2005 Dokumentasjon- og tabellrapport*. Oslo-Kongsvinger: Statistisk Sentralbyrå.

Aardal, Bernt, Ingvild Stakkevold Reymert og Stine Renate Otterbekk (2010), "Trenden er brutt – færre skifter parti", *Samfunnsspeilet* 2: 24-32.

Vedlegg

Vedlegg 1: Kodeskjema

Avhengige variabler, og verdier på disse:

Omtale av personlige aspekter, dikotom (v19)	Personlig aspekt nevnes ikke i omtalen (0)
	Personlig aspekt nevnes i omtalen (1)
Omtale av personlige aspekter fordelt på tema (v2)	Personlig aspekt nevnes ikke i omtalen (0)
	Aspekt vedrørende politikerens utseende/kropp/fremtoning nevnes (1)
	Aspekt vedrørende politikerens privatliv/personopplysninger nevnes (2)
	En egenskap ved politikeren nevnes (3)
Evaluering i omtalen (v1)	Politikerens (biologiske) kjønn nevnes (direkte eller indirekte) (4)
	Nøytral (0)
	Positiv (1)
	Negativ (2)
Saksramme (v6b)	Saksorientert ramme (0)
	Spillorientert ramme (valgkampen/regjeringsspørsmålet) (1)
	Personorientert ramme (den omtalte politikeren, eller annen politiker er hovedtema) (2)
Titulering (v4)	Politiker refereres til uten navn (0)
	Politiker refereres til med fornavn (1)
	Politiker refereres til med fullt navn eller etternavn (2)

Uavhengige variabler (ved selve omtalene), og verdier på disse:

Avis omtalen finner sted i (v5)	VG (0)
	Dagens Næringsliv (1)
	Aftenposten (2)
Journalistens kjønn (v7)	Kvinne (0)
	Mann (1)
	Begge deler (2)
	Ukjent (3)
Artikkelsjanger (v8)	Nyhetsartikkel (0)
	Featureartikkel (reportasje/magasin-stoff) (1)
	Meningsartikkel (kommentar/blogg/leder) (2)
Hvem er kilde til omtalen? (v9)	Journalisten selv (0)

	Politikeren selv (1)
	Annen politiker (2)
	Mann eller kvinne "i gata" (3)
	Kjendis (4)
	Ekspertkilde (5)

Uavhengige variabler (ved politikerne som er omtalt), og verdier på disse:

Kjønn (v11p)	Kvinne (0)
	Mann (1)
Alder (v12p)	Yngre enn 40 år (0)
	Mellom 40 og 60 år (1)
	Eldre enn 60 år (2)
Politisk plassering (v13p)	Venstresiden (Rødt, SV, Ap) (0)
	Sentrum (Sp, Venstre, KrF) (1)
	Høyresiden (Høyre, Frp) (2)
Hierarkisk plassering (v15p)	Partileder (0)
	Stortings-/rikspolitiker/statsråd (1)
	Lokalpolitiker (2)
	Ekspolitiker (3)
Regjeringsmakt?(v16p)	Posisjon (0)
	Opposisjon (1)
Seksuell legning (v17p)	Heterofil (0)
	Ikke heterofil (1)
Etnisitet (v18p)	Etnisk norsk (0)
	Flerkulturell bakgrunn (1)

Vedlegg 2: Oversikt over analyse materialet

Artikler fra Aftenposten:

"La ned nettsuksess for ungdom" trykket 14. september 2009.

"Et mobiliseringsvalg" trykket 14. september 2009.

"Trang fødsel for ny borgerlig regjering" trykket 14. september 2009.

"- Penger på bok gir "snill" valgkamp" trykket 14. september 2009.

"Brustad og Børsen" trykket 14. september 2009.

"STOLTENBERG STEMTE I GÅR" trykket 14. september 2009.

"Valg 09 på 5 min." trykket 14. september 2009.

"Ap tjener på høy valgdeltakelse" trykket 14. september 2009.

""Jeg er ikke enig med noe parti"" trykket 14. september 2009.

"Forsømt i valgkampen" trykket 14. september 2009.

"Valglos med operadrømmer" trykket 13. september 2009.

"Slik velger Norges neste statsminister" trykket 13. september 2009.

"Puster Frp i nakken" trykket 13. september 2009.

"Kampen mot sofaen" trykket 13. september 2009.

"Den siste innsjutt" trykket 13. september 2009.

"Mye diskutert i går" trykket 13. september 2009.

"Kamouflert gift kan skjule seg i utslipp" trykket 12. september 2009.

"Kulturkløften" trykket 12. september 2009.

"Klimakampene" trykket 12. september 2009.

"Den politiske landhandel" trykket 12. september 2009.

"Rekordbudsjett for kultur neste år" trykket 12. september 2009.

"Risør – med fasit for valget?" trykket 12. september 2009.

"SV redd mandatet ryker" trykket 12. september 2009.

"142 observatører følger valget" trykket 12. september 2009.

"- Siv må slutte å si ting hun vet er feil" trykket 12. september 2009.

"Valg 09 på 5 min." trykket 12. september 2009.

"Borgerlige partier finner ikke kjemien" trykket 12. september 2009.

"Sitater" trykket 11. september 2009.

"Valgkamp på harde livet" trykket 11. september 2009.

"Stemme til salgs!" trykket 11. september 2009.

"Minoritetspolitikere med ben i nesa" trykket 11. september 2009.

"Valg 09 på 5 min." trykket 11. september 2009.

"Vi kan bli større enn Frp" trykket 11. september 2009.

"Tynnslitte nerver" trykket 11. september 2009.

"Helse til salgs" trykket 11. september 2009.

"Tankevekker for Høyre" trykket 10. september 2009.

"Slutt på valgflest" trykket 10. september 2009.

"Heroin avkriminalisert" trykket 10. september 2009.

"Mister stemmer i Frp-land" trykket 10. september 2009.

"Ryddig og klar" trykket 10. september 2009.

"Nekter å snakke om høyere skatt" trykket 10. september 2009.

"Navarsete gir gavepakke til Rygge" trykket 10. september 2009.

"Integrering av fiender" trykket 10. september 2009.

"Betimelig nøkternhet" trykket 10. september 2009.

"Valg 09 på 5 min." trykket 10. september 2009.

"Slik kan de klare seg uten Frp" trykket 10. september 2009.

"Jagland: Skattene må økes" trykket 9. september 2009.

"Ap og Frp størst i skolevalget" trykket 9. september 2009.

"Fire år med oljekamp" trykket 9. september 2009.

"Valg 09 på 5 min." trykket 9. september 2009.

"Godt nytt for Høyre – blått lys for SV" trykket 9. september 2009.

"- Jeg finnes ikke sint" trykket 9. september 2009.

"Bruker mest penger – får mindre igjen" trykket 9. september 2009.

"Partier vil fjerne NRK-lisensen" trykket 9. september 2009.

"Kulturkampen som forsvant" trykket 9. september 2009.

"Journalist-studenter velger rødt" trykket 9. september 2009.
"Lover nytt anlegg" trykket 9. september 2009.
"Oslo-folk vil ha vaktbikkja" trykket 9. september 2009.
"Klarer disse å løse Oslos problemer?" trykket 8. september 2009.
"Lokket elever med valgflesk" trykket 8. september 2009.
"Løslatt dagen etter" trykket 8. september 2009.
"Ord og gjerning" trykket 8. september 2009.
"Rød bastion velger Høyre" trykket 8. september 2009.
"Fotoseansen gikk ikke som planlagt" trykket 8. september 2009.
"6-timersdagen nede for telling" trykket 8. september 2009.
"Valg 09 på 5 min." trykket 8. september 2009.

Artikler fra Dagens Næringsliv:

"Innsjutt kan gi valgseier" trykket 14. september 2009.
"Har mobilisert hjemmesitterne" trykket 14. september 2009.
"Dårlige odds for Stoltenberg?" trykket 14. september 2009.
"Fremskrittspartiets fall" trykket 14. september 2009.
"Runde 13 med skyggeboksing" trykket 14. september 2009.
"Toppet laget i siste runde" trykket 14. september 2009.
"Styrer unna småpartiene" trykket 14. september 2009.
"Altfor mye Jens, Erna og Siv" trykket 12. september 2009.
"LEST SIDEN SIST" trykket 12. september 2009.
"Gi landet en ny regjering!" trykket 12. september 2009.
"Hu n etter velgere" trykket 12. september 2009.
"Avhengig av flertall" trykket 11. september 2009.
"Fans for Jens" trykket 11. september 2009.

"Lei spillet" trykket 11. september 2009.

"Mye til felles" trykket 11. september 2009.

"Utfordres til drastisk kutt i energibruken" trykket 11. september 2009.

"Varmet opp med Brustad" trykket 11. september 2009.

"Vriene forhandlinger" trykket 10. september 2009.

"Satt i saksa" trykket 10. september 2009.

"Bilde på tillit" trykket 10. september 2009.

"Regjeringsfarge spiller ingen rolle" trykket 9. september 2009.

"Halvt dusin på vippen" trykket 9. september 2009.

"Kranglefantene" trykket 9. september 2009.

"90 prosent i statsstøtte" trykket 9. september 2009.

"Det snakkes for lite" trykket 9. september 2009.

"Ligger tynt an" trykket 9. september 2009.

"Sivfluensaepidemi på Hamar" trykket 9. september 2009.

"Borten for president" trykket 8. september 2009.

"Alt for TVNorge" trykket 8. september 2009.

"Det nye "vi"" trykket 8. september 2009.

"Går til sak mot staten" trykket 8. september 2009.

"Straight flush" trykket 8. september 2009.

Artikler fra VG:

"Jens kan ha nøkkelen" trykket 14. september 2009.

"Hvem er den ene Kystparti-velgeren i fjellbygda Bykle" trykket 14. september 2009.

"Favoritt-motstanderne" trykket 14. september 2009.

"Nær målstreken" trykket 13. september 2009.

"Krf vil ha familieminister" trykket 13. september 2009.

"Har hemmelig Lofoten-plan for BORE-NEI" trykket 13. september 2009.

"Dirty Erna" trykket 13. september 2009.

"KRISTINS NEDTUR kan gi rødgrønt tap. SV-Ballo ber Ap-folk stemme SV" trykket 13. september 2009.

"Arbeiderpartiet NETTBEST... Frp dårligst i den digitale valgkampen" trykket 12. september 2009.

""Hun vill ha blitt en flott statsminister". Mamma Inger Wenche (83): Slik er min Erna" trykket 12. september 2009.

"Sponheim med beinhardt OLJEKRAV" trykket 12. september 2009.

"Verdens mest solide demokrati" trykket 12. september 2009.

""Hun er ikke sur og hissig". Mamma Monica (69): Slik er min Siv" trykket 12. september 2009.

"Sveaas: - Stoltenberg LYVER. Investor-kjendisen med røff kritikk av de rødgrønne" trykket 12. september 2009.

"- Arrogant og respektløst" trykket 12. september 2009.

"Plan B" trykket 12. september 2009.

"Ap-topper tror Jens vil STYRE ALENE. Ap-Karita angriper SV-Kristin" trykket 12. september 2009.

"Jens & Co. klare til å måtte STYRE ALENE. Diskusjoner om nytt Ap-lag ved valgtap" trykket 11. september 2009.

"- Bråket styrker de rødgrønne" trykket 11. september 2009.

"Kommunikasjon: Erna er twitter-dronning". Mens Jens og Liv-Signe twitrer til terningkast 2" trykket 11. september 2009.

"Pengetopp: Ap-toppene tjener mest" trykket 11. september 2009.

"Velgerne: Hjemmesitternes seier" trykket 11. september 2009.

""Han der Solhjell har lite troverdighet. Jeg er ikke imponert over Kristin Halvorsen heller. SV, nei takk. Grünerløkka-velgerne svikter SV" trykket 11. september 2009.

"Velgerne: Party-politisk samling" trykket 11. september 2009.

""Erna må velge mellom meg og Lars. Jensen kaller Sponheim "proppen"" trykket 11. september 2009.

"Bloggen: Valgurne på danskebåten" trykket 11. september 2009.

"DETTE SIER DE I KVELD" trykket 11. september 2009.

"Dronning vil-ikke" trykket 10. september 2009.

"Dobbelt tap for Jens" trykket 10. september 2009.

"Frp planlegger å la JENS STYRE. Gir Venstre og KrF skylden" trykket 10. september 2009.

"- Høyre har snudd" trykket 9. september 2009.

"- SIV HJELPER JENS hvis hun står fast på garantien. Frp stuper på VGs måling" trykket 9. september 2009.

"Trøblete girskifte" trykket 9. september 2009.

"Akershus Venstres..." trykket 9. september 2009.

"Forstår ikke at hun får kjeft" trykket 8. september 2009.

"Lovlig sent" trykket 8. september 2009.

"Carl I. Hagen: Erna har LURT OSS" trykket 8. september 2009.

"- De rødgrønne svikter SLITERNE. Flere jobber ufrivillig deltid med Jens. Snakker fortsatt om "varme hender"" trykket 8. september 2009.

"Elevrådet" trykket 8. september 2009.

"Grønn avtale gir mer kraft" trykket 8. september 2009.