Javnost: The Public
Letnik 28, Suplement, S103-S121; https://doi.org/10.1080/13183222.2021.2012943

MEDIJSKI POPULIZEM IN AFEKTIVNO NOVINARSTVO: ČASOPISNI KOMENTAR O »BEGUNSKI KRIZI«

Mojca Pajnik in Marko Ribać

Članek preučuje pojavnost in reprodukcijo populizma v medijskem poročanju in interpretaciji migracij v obdobju sprememb migracijske in begunske zakonodaje v Sloveniji (2015–2019). Avtorica in avtor se v analizi osredinjata na prisotnost treh osrednjih populističnih antagonizmov, ki okvirjajo migracijsko tematiko: osrediščenost na ljudstvo, protielitizem in drugost. Zaradi specifičnega načina diseminacije populističnih antagonizmov v medijih medijski populizem obravnavata na dveh ravneh: populizem s strani medijev označuje novinarje kot generatorje populizma oziroma kot akterje, ki aktivno poustvarjajo populistično komuniciranje, medtem ko populizem skozi medije zaznamuje prisotnost populističnih antagonizmov, ki jih izrekajo zunanji glasovi (npr. politiki), na katere se novinarji opirajo. Ugotovitve ilustrira komparativna študija populističnega in afektivnega komuniciranja v interpretativnem žanru časopisnega komentarja dveh izbranih dnevnih časopisov, Dela in Slovenskih novic. V tabloidu prevladuje antimigracijski okvir upovedovanja, ki se povezuje z afektom strahu, medtem ko v časopisu Delo tematiko migracij okvirjajo kot kritiko vlade, v afektivni komunikaciji pa prevlada empatija do migrantov. Analiza podobnosti in razlik v distribuciji populističnih antagonizmov kaže na disproporcionalno pojavnost populizma v tabloidu, ki je v veliki meri formuliran predvsem kot grožnja pred (migrantskim) Drugim.

KLJUČNE BESEDE populizem, medijski populizem, afekt, okvirjanje, migracije

Media Populism and Affective Journalism: Newspaper Commentary on the Refugee Crisis

The article examines the production and reproduction of populism in the media reporting and interpretation of migration in the period of transformative changes of the migration and refugee legislation in Slovenia (2015–2019). The authors focus on the presence of three central populist antagonisms that frame the topic of migration in general – people-centrism, anti-elitism, and othering. The specific nature of the dissemination of populist antagonisms in the media requires the authors to consider media populism on two levels; populism by the media presents journalists as generators of populism or as actors who actively engage in the reproduction of populist communication, while populism through the media signifies the presence of populist antagonisms expressed by external voices (e.g. politicians) in the journalistic reporting. These arguments are elaborated in a comparative empirical study of populist and affective communication present in the interpretative genre of newspaper commentary in two selected daily newspapers, Delo and Slovenske novice. The tabloid displays the prevalence of an anti-migration frame coupled with fear, whereas the broadsheet daily Delo frames the topic of migration as criticism of the government in its mostly empathetic communication towards migrants. Examination of similarities and differences in the distribution of populist antagonisms shows the tabloid's disproportionate expression of populism formulated mostly as a threat of the (migrant) Other.

KEYWORDS populism, media populism, affect, framing, migration

© 2021 EURICOM

Medijski populizem

Populizem političnih strank in njihovih voditeljev je tesno prepleten z vlogo medijev. Mazzoleni (2003) je pred leti novodobni »neopopulizem« politične desnice pojasnjeval s specifičnostmi strankarskega komuniciranja in z bolj ali manj kritičnim poročanjem medijev, zlasti tiska in televizije o populističnih politikih in njihovih idejah. Dokazoval je tezo o t. i. medijski sokrivdi kot posledici ekstenzivne medijske pozornosti, tudi legitimizacije populističnih voditeljev, ki medije pritegnejo z ustvarjanjem spektakla, s simplificirano retoriko in z vzpostavljanjem sebe kot navadnega človeka, enega od »nas« (Mazzoleni 2008, 54, 55). Mediji populističnim politikom posvetijo nesorazmerno veliko pozornosti, je ugotavljal avtor, ko po inerciji sledijo imperativu, da je vse, kar se dogaja v političnem polju, »vredno novice«, mediatizirani boji med političnimi strankami pa so povezani s pričakovanji kompetitivnega medijskega trga, da bo konfliktnost populističnih akterjev povečala gledanost ali branost.

Več raziskav (Mazzoleni 2003; 2008; Krämer 2014; Kriesi 2014) izpostavlja, da so mediji ključnega pomena za razumevanje uspeha novodobnih populističnih strank in njihovih akterjev. V tem članku se lotevamo analize »medijskega populizma« (Krämer 2014; Pajnik et al. 2017) na primeru komentarja v časopisih *Delo* in *Slovenske novice* o »begunski krizi« v obdobju 2015–2019. V članku izpostavljamo analizo populizma, ki ta politični fenomen razume na sečišču sloga in ideologije (Kriesi 2014) ali kot »homologijo med ideologijo in slogom« (Krämer 2014).[1]

Populizem v njegovi ideološki dimenziji razumemo kot logiko konstruiranja (retoričnega oblikovanja) in kontinuirane reprodukcije družbene skupine, »ljudi«, »ljudstva« (angl. The people). »Zamišljanje« ali artikulacija ljudstva se nujno dogaja relacijsko, v vertikalnem retoričnem registru je ljudstvo vzpostavljeno v družbenem antagonizmu z elitami, medtem ko se v horizontalnem vzpostavlja v antagonistični relaciji z zunanjo družbeno skupino, ki ljudstvo ogroža (migranti, begunci, islam ipd.) (Krämer 2014, 43; Brubaker 2020, 50). Tovrstna artikulacija je »tanka ideologija« (Mudde 2004), ki se manifestira v diskurzu, v specifičnih formacijah političnega govora in tudi v praksah novinarskega poročanja in lahko vključuje političnoideološke elemente drugih »gostih« in »tankih« ideologij, kot so socializem, komunizem, liberalizem, ekologizem (ibid., 544), etnonacionalizem ali avtoritarizem (Canovan 2002).

Slog na drugi strani Krämer (2014, 45–47) opredeljuje kot formo populizma, saj analize populizma kažejo, da retorično invokacijo in konstrukcijo »ljudstva« vzajemno dopolnjujejo številne simbolne pomenske manifestacije, ki gredo onkraj retoričnih izrekov. Bližina (tudi identifikacija) govorca z ljudstvom se v populistični govorici namreč vzpostavlja s številnimi utelešenimi in mediatiziranimi performativnimi praksami: z mobilizacijo, ki vzpostavlja karizmatičnost populističnih voditeljev[2] (Mudde 2007, 262), z antitehnokratskim in s protiekspertnim govorom, ki nagovarja moralne sentimente in »zdrav razum« plebiscitarne »tihe večine« (z uporabo diskurzivnih sredstev in načinov, kot so emocionalizacija, personalizacija ali ljudska govorica), ter z dramatizacijo političnega konteksta (retoriko nujnosti, grožnje, krize ali katastrofe), ki radikalno simplificira zmožnost politične deliberacije in kompleksne implementacije političnih rešitev (Krämer 2014; Taggart 2004; Moffitt 2016, 3. pogl.).

Medtem ko ideološko »barvitost« populizma v političnem polju ugotavljamo s strankarsko opredeljenostjo, pa lahko ideološkost in slogovnost medijskega populizma razumemo v povezavi s strukturnimi značilnostmi medijskega in novinarskega polja, s specifikami rutiniziranih praks in norm, ki se odražajo skozi odnos medijev in novinarstva do populiz-

ma. V primerjavi s prejšnjimi obdobji moderne in pozne moderne mediji danes prevzemajo slog poročanja, značilen za televizijo, ki množičnim občinstvom poenostavi sporočila: gradi na vizualnih podobah, preferira preprost jezik, lahkotno in ne preveč zapleteno poročanje (Ekström 2002, 265). Vse več je poudarka na temah, za katere obvelja marketinška presoja, da bodo všečne občinstvu (Hallin in Mancini 2004, 277–279). »Afektivno novinarstvo« (Papacharissi 2015) se utemeljuje na personalizaciji, populistični potrebi po »priti blizu ljudem«.[3] Premiki k personalizaciji in emocionalizaciji v novinarskem poročanju, kar spreminja tradicionalne standarde novinarskega profesionalizma, so sorodni premikom v političnem polju, ko se politiki z emocionalnimi odzivi neposredno obračajo k ljudstvu (Alvares in Dahlgren 2016, 53).

V članku primerjalno analiziramo žanr časopisnega komentarja dnevnikov *Delo* in *Slovenske novice*, s poudarkom na analizi populističnih antagonizmov (protielitizma, osrediščenosti na ljudstvo, drugosti) na eni in analizi emotivnosti jezika ter afektivnega okvirjanja migracij, azila ter begunstva na drugi strani. Preveriti želimo, ali komentatorji in komentatorke tabloida v svojem izražanju formulirajo več populističnih antagonizmov, ali okvirjajo teme migracij v manihejskem slogu, predvsem kot nevarnost in ali (re)producirajo antibegunsko retoriko. Ob tem nas na drugi strani zanima, ali komentiranje v dnevniku *Delo* teži k nevtralnosti in neemotivnemu okvirjanju tovrstnih tematik. Ob naslavljanju teh vprašanj v analizo podobnosti in razlik med časopisoma vpeljujemo dodatno analitično sečišče v formulaciji populističnih antagonizmov: naslovimo dvojnost reprodukcije populizma v medijih in analiziramo, ali se antagonizmi v interpretativnem žanru kažejo kot izražanje novinarjev in medijev samih ali pa mediji delujejo kot generatorji populističnega diskurza, kjer se populizem formulira šele in zgolj z uporabo zunanjih glasov.

Populistični antagonizmi in afektivno komuniciranje

Slogovne (diskurzivne) in ideološke značilnosti populizma študije empirično ugotavljajo na podlagi treh vzajemno povezanih značilnosti populizma: 1) osrediščenosti na ljudstvo (angl. people-centrism), 2) protielitizma in 3) drugosti (angl. othering) (Canovan 2002; Mudde 2004; Taggart 2004). Osrediščenost na ljudstvo se manifestira kot sklicevanje na hvalevredno večino, tako da se poudarjajo dobre lastnosti navadnih ljudi, njihova vloga »pravega suverena« (Aslanidis 2018, 1255). Pogosto je sklicevanje na ljudstvo z uporabo terminov kot »mi, ljudje«, državljani, volivci, davčni zavezanci, potrošniki (Jagers in Walgrave 2007). Ljudje so »naši«, naša domovina, narod, država; lahko so »*Delo*vni ljudje« ali pa »povprečna družina« – v ospredju so etnocentrična pojmovanja ljudstva, ki izpostavljajo vrline in dosežke ljudstva; »naše« ljudstvo je moralno spodobno, krepostno, *Delo*vno, kulturno idr. (Farris 2017; Brubaker 2017).

Protielitizem kot druga značilnost populizma se vzpostavlja skozi antagonizem z »ljudstvom«, manifestira pa se z referenco na nosilce moči, ki da zlorabljajo ljudsko suverenost (Aslanidis 2018, 1255). Lahko gre za politične elite (stranke, vlade, posamezne politike, ministre), državo (državno upravo), medije (medijske elite, tajkune, novinarje elitnih medijev), predstavnike EU, gospodarske elite, intelektualce idr. (Jagers in Walgrave 2007). Elita je predstavljena kot krivec za težave, s katerimi se soočajo ljudje. Znotraj antagonistične strukture »elita vs. ljudstvo« je elita ločena od navadnih ljudi, pri čemer so elite portretirane tudi kot škodljive, odmaknjene od resničnih težav ljudi, kot skupine, ki skrbijo za svoje interese, namesto da bi skrbele za ljudi.[4]

Tretja značilnost populizma, tj. drugost (poustvarjanje drugosti) pa vzpostavlja horizontalni antagonizem med ljudstvom in zunanjim drugim, ki se kaže kot princip ločevanja, razmejevanja ljudi na nas in njih, na večino in manjšino (etnično, versko, spolno), pri čemer so »oni« antagonistično predstavljeni kot grožnja večinskemu ljudstvu (Reinemann et al. 2016, 20; Jagers in Walgrave 2007, 324). Manjšine so portretirane kot ločene in različne od prevladujočega naroda, simbolizirajo versko, ekonomsko, kulturno in zgodovinsko razliko in ogrožajo interese ljudi, države, naroda (Farris 2017). Migracije na primer ogrožajo ljudstvo, kulturo, varnost, meje, obenem ta značilnost populizma vrednote in vedenje manjšinskih skupin predstavlja, kot da so v nasprotju s splošnimi interesi ljudi[5] (Callens in Meuleman 2017).

Populistične antagonizme analiziramo skupaj z afekti, ki jih spremljajo: preverjamo tezo, da je medijski populizem afektiven. Analiziramo afektivno populistično komuniciranje, pri čemer akterjev ne določamo vnaprej za populistične, ampak rekonstruiramo njihov populizem na podlagi komuniciranja. Tako kot politično je tudi medijsko polje afektivno; afekti in emocije (kot so jeza, strast, nezaupanje, strah, empatija, sram itd.) so sestavni del politike, kot je opominjal Weber (1992, 2004), in so v razmahu informacijsko-tehnoloških inovacij vse bolj tudi sestavni del medijskega *Delo*vanja (Wahl-Jorgensen 2019). Afekti, intencionalno ali neintencionalno vpeti v besedila časopisnih komentarjev, na verbalni, sintaktični ali prozodični ravni ustvarjajo atmosfero recepcije sporočil, pisca komentarja pa približajo občinstvu tako da ga z občinstvom, ki se prepozna v specifični emocionalizaciji, povezujejo v afektivno skupnost (Kleres 2010).

Populistično afektivno komuniciranje se ne vzpostavlja zgolj kot retorična prvina, ampak gre za strukturno značilnost (Salmela in von Scheve 2017) medijskega *Delo*vanja, ki zmanjšuje racionalnost argumentacije. Raymond Williams (1977) je govoril o »strukturi občutenja«; afektirano komuniciranje v medijskem polju ni zgolj individualna čustvena reakcija novinarja ali politika, ampak je odraz praks, ki so vkodirane v medijsko okolje, je odraz strukture moči (ibid.; Papacharissi 2015). V analizi afektivnega komuniciranja si torej ne prizadevamo, da bi zaobjeli specifično »emocionologijo« akterjev, ampak bomo ugotavljali značilnosti medijskega polja skozi afekte in njihovo mobilizacijo; kako mediji uporabljajo afekte, da bi, denimo, transformirali negotovost ali strah v jezo proti manjšinam ali, nasprotno, v skrb za manjšine. Afektivne novice so kolektivno generirani vzorci oziroma pričakovanja, kaj konstituira novico, kako naj bo novica sporočana; so strukturni odraz novičarske kulture (ibid., 34). Izbrani fokus analize se zdi ključen za razumevanje sprememb, ker redefinira klasične imaginacije novinarske objektivnosti in nevtralnosti novic. V digitalizirani družbi nastaja nova konceptualizacija novic, ko novinarji in novinarke občinstva naslavljajo vse bolj neposredno, vse bolj premišljajo o uporabi emocij za ustvarjanje neposrednega vključevanja občinstva v novice (Beckett in Deuze 2016).

Raziskovalna izhodišča, raziskovalna vprašanja in teze

Empirično analizo smo zasnovali na dveh ravneh, na podlagi preučevanja opravljenih primerjalnih raziskav, ki ugotavljajo razlike med tabloidnim novinarstvom in t. i. kakovostnim časopisnim novinarstvom – slednje se v svoji organizacijski logiki in vsebini odmika od komercialnega pola novinarskega polja. Na drugi ravni v analizo podobnosti in razlik med časopisoma vpeljujemo dodatno dimenzijo v formulaciji populističnih antagonizmov: zanima nas, ali se populistični antagonizmi v interpretativnem žanru kažejo kot izražanje novinarjev in medijev samih ali pa mediji delujejo kot generatorji populističnega diskurza,

kjer se populizem formulira šele in zgolj z uporabo zunanjih glasov in kjer novinarji presojajo o legitimnosti populizmov, ki jih citirajo.

Primerjalni vidik – tabloidi in kakovostni tisk

Nedavne raziskave (Krämer 2014) so pokazale, da pritisk po komercializaciji pomembno vpliva na populistično usmerjenost medijev, da pa je medijski populizem lahko tudi posledica politične pristranosti medija. Domneva, da so tabloidni mediji bolj populistični od kakovostnih, običajno temelji na ugotovitvah, da se mediji razlikujejo glede na odnos do političnih strank in glede na tržno usmerjenost (Akkerman 2011). Populistično komuniciranje se s političnega polja v večji meri preliva v komercialne, tabloidne in digitalne medije kot v kakovostni tisk in javno radiotelevizijo (Mazzoleni 2003, 8; Suiter et al. 2018, 400), ker tabloidni mediji intenzivneje kot javni iščejo množično občinstvo (Mazzoleni 2003, 8). Poročanje kakovostnega tiska v primerjavi s komercialnim in tabloidnim tudi v večji meri zasleduje ideal nevtralnosti in tak tisk je bolj usklajen s političnim statusom quo, medtem ko imajo tabloidi s političnim mainstreamom manj tesne povezave, zato je v njihovem pisanju mogoče zaslediti več prelomov z vzpostavljenim redom (Hallin in Mancini 2004, 279). Nekatere raziskave (Wettstein et al. 2018, 491) so tudi potrdile, da so novinarji tabloidnih medijev pogosteje v vlogi iniciatorjev populizma v primerjavi s kakovostnimi mediji.

Nekatere novejše študije, denimo, opozarjajo, da tudi tabloidni mediji niso vedno naklonjeni populističnim strankam in njihovim voditeljem (Akkerman 2011; Bos et al. 2010; Rooduijn 2013; Wettstein et al. 2018). Glede na raziskavo, ki analizira medijsko poročanje o desničarskih populističnih voditeljih (Bos et al. 2010, 158), tabloidi ne preferirajo vedno skrajnih pozicij in se raje osredinijo na zabavo oziroma »lahke« teme. Iz bojazni, da bi izgubili široko občinstvo, se lahko oddaljijo od konfliktnih tem, kot so npr. migracije (ibid.). Obenem pa temo, če ta ohranja aktualnost, težko prezrejo oziroma jo ohranjajo na agendi. Migracije aktualnost vsekakor vzdržujejo, intenzivno vsaj od začetka t. i. begunske krize leta 2015, in glede na priljubljenost teme lahko pričakujemo, da različni mediji v določeni meri delujejo kot spodbujevalci populizma (ibid.).

V članku nas torej zanimajo razlike in podobnosti v populističnem in afektivnem komuniciranju v žanru komentarja med *Slovenskimi novicami* in *Delom*. Postavljamo tezo, da se tabloidne *Slovenske novice* v večji meri kot časopis *Delo* nagibajo k uporabi antagonizmov, zlasti osrediščenosti na ljudstvo in drugost, pa tudi antielitizma, kot tudi, da je komuniciranje v tabloidnem dnevniku bolj afektivno. Doba digitalizacije in povečane komercializacije ter tabloidizacije je v zadnjih dveh desetletjih sicer močno zaznamovala tudi kakovostni tisk in javne medije, zato velja poleg pričakovanih razlik v reprodukciji populizma analizirati tudi podobnosti med komentarji v *Delu* in *Slovenskih novicah*.

Populizem s strani medijev in skozi medije

Pri snovanju metodološkega pristopa smo kombinirali analizo okvirjanja z analizo afektov, kar smo poimenovali »afektivna analiza okvirjanja«. Konzultirali smo tudi nekaj novejših študij (Suiter et al. 2018, 398, 399; Esser et al. 2017), ki odnos med mediji in populizmom zaobjamejo z razliko med populizmom s strani medijev (angl. by the media) in populizmom skozi medije (angl. through the media). Populizem s strani medijev označuje medije kot generatorje populizma, mediji nastopajo kot akterji, ki ustvarjajo populistično komuniciranje; poročanje je afektivno, personalizirano in se osredinja okrog treh omen-

jenih populističnih antagonizmov. Pri populizmu skozi medije pa gre za ponujanje medijskega prostora populističnim akterjem, s čimer mediji reproducirajo in krepijo populistične glasove. Populizem medijev oziroma populizem s strani medijev se nanaša na miselne in interpretativne sheme, ki jih novinarji uporabljajo za kontekstualizacijo dogodkov s preferiranjem določenih dogodkov in z zapostavljanjem drugih, medtem ko populizem skozi medije zaobjame *Delo*vanje političnih elit, ki lastno politično populistično dojemanje in okvirjanje določene teme oziroma družbenega problema uveljavljajo skozi medije (Suiter et al. 2018, 399).

Mediji so lahko do populizma zunanjih glasov bolj ali manj dojemljivi, lahko ga sprejemajo, ponudijo (nereflektiran) prostor za populistično izjavljanje (de Jonge 2019, 194). Lahko pa, nasprotno, to je ključno predvsem pri »drugotenju«, zavzamejo kritično držo in ksenofobnemu populizmu oponirajo oziroma konfrontirajo šovinistične zunanje glasove oziroma populistične politike (de Jonge 2019; Wettstein et al. 2018). Presoja, ali novinarji v vlogi vratarjev sprejmejo ali zavrnejo populistično komuniciranje, je največkrat povezana s profesionalno imaginacijo, katera novica je vredna/nevredna objave. Novinarji komentatorji so lahko v vlogi, ko konfrontirajo populistična stališča ali pa jim s pozitivno evalvacijo zvišujejo legitimiteto. Vloga, ki jo zavzamejo novinarji v tem odnosu, kot ugotavljajo raziskave (Wettstein et al. 2018; de Jonge 2019), je prav tako povezana z ideali novinarske profesionalizacije, ko se novinarji, novinarke, denimo, trudijo vzpostaviti distanco, konfrontirajo sogovornike, da bi, denimo, preprečili širjenje ekstremističnih etnocentričnih idej, lahko pa, nasprotno, populizem podprejo. Slednje je lahko odraz osebnega simpatiziranja novinarke oziroma je odraz politične pristranosti medija (de Jonge 2019). Populizem skozi medije tako preučujemo z analizo reakcije komentatorjev do populističnega komuniciranja zunanjih glasov.

Populizem s strani medijev preučujemo na podlagi prisotnosti/odsotnosti antagonizmov osredіščenost na ljudstvo, protielitizem in (ali) drugost in njihove povezanosti z afekti, kot jih proizvedejo novinarji sami, neodvisno od politikov oziroma drugih akterjev. Populizem s strani medijev torej analiziramo z ugotavljanjem prisotnosti treh populističnih antagonizmov, v njihovi soodvisnosti z afekti; postavljamo raziskovalno vprašanje, v kolikšni meri novinarji oziroma komentatorke migracij in begunstva poročajo na način, da uporabljajo populistične antagonizme in afekte. Pri preučevanju populizma s strani medijev so novinarji komentatorji tako v vlogi iniciatorjev oziroma producentov populizma (Wettstein et al. 2018, 479), kar kaže na specifične ideološke značilnosti in obenem na strukturne značilnosti novinarskega dela. Populizem skozi medije pa po drugi strani ugotavljamo 1) s prisotnostjo/z odsotnostjo populističnih antagonizmov, ki jih izrekajo zunanji glasovi (npr. politiki, strokovnjaki), na katere se novinarji in novinarke v komentarjih opirajo, in 2) z analizo reakcije novinarjev na populistične antagonizme zunanjih glasov. Zanima nas torej, koliko prostora imajo politiki, strokovnjaki in drugi populistični akterji v medijih, ali komentatorji presojajo o populističnih antagonizmih glasov, ki jih citirajo. V tem segmentu preučujemo, ali komentatorji in komentatorke obeh analiziranih časopisov presojajo o populizmu tako, da se z njim strinjajo, ali odnosa do populizma, ki ga citirajo, ne moremo opredeliti ali pa ga neposredno zavrnejo.[6]

Metoda in vzorec

Primerjalna študija, ki sledi v nadaljevanju, je sinteza in interpretacija podatkov empirične analize časopisnih komentarjev dveh slovenskih časopisov. Časopisni komentar je

žanr, ki ima posebno mesto v »epistemologiji novinarstva« (Ekström 2002): kot interpretativni žanr predstavlja prostor, v katerem so elaborirana kritična stališča pisca ali medija; vsebinsko in slogovno se zato odmika od novinarske norme objektivnosti oziroma nevtralnosti. Gre za *žanr, ki je odmerjen piscem in piskam z visoko količino novinarskega in simbolnega kapitala*. Empirična analiza mnenjskega žanra v tiskanih medijih zajema časopisne komentarje, objavljene v dveh dnevnoinformativnih časopisih z največjo naklado in dosegom v Sloveniji (glejte Ribać 2020, 7), v osrednjeslovenskem časopisu *Delo* in v tabloidu *Slovenske novice*. Tematsko smo se pri izboru vzorca omejili na časopisne komentarje, ki obravnavajo teme migracij, begunstva, azila in integracije.

Izbor vzorca smo zamejili na obdobje, ko so potekale razprave in sprejem zakonov v Državnem zboru Republike Slovenije (DZ), ki neposredno zadevajo ali vplivajo na pravice, položaj in (ali) obravnavo migrantov in beguncev v državi. Vsi zakoni so bili predlagani v obdobju, ko se je povečalo število migracij z Bližnjega vzhoda in drugih vojnih območij na t. i. balkanski poti, tj. od leta 2015 dalje. V analiziranem obdobju, med marcem 2015 in majem 2019, je bilo v DZ sprejetih sedem zakonov.[7] Pri izboru vzorca smo se najprej omejili le na tiste tematsko ustrezne časopisne komentarje, ki so bili objavljeni en teden pred in dva tedna po končni parlamentarni razpravi, ki vključuje tudi glasovanje o zakonu (n = 83)[8] (gl. Pajnik et al. 2021).

Izbrane časopisne komentarje smo analizirali s kvalitativno-kvantitativno metodo afektivnega okvirjanja, primerno za študij besedil (uradnih dokumentov, novinarskih člankov ipd.), ki omogoča zaznavo skonstruiranih pomenov v besedilih, ilustracijo norm, vrednot, prepričanj, stališč, pa tudi detekcijo čustev, afektov in afektivne atmosfere (ibid.). Za metodo okvirjanja je ključna določitev okvirjev, tj. načel organiziranja, ki v posameznem besedilu preoblikujejo fragmentarne ali naključne informacije v strukturiran in pomensko relevanten par (Tomanić Trivundža 2015, 2. pogl.). Vsako besedilo, kot predpostavi analiza okvirjanja, je strukturirano dualistično, tako da vsebuje definicijo določenega problema, znotraj katerega je implicitno ali eksplicitno vključena oziroma ponujena tudi rešitev (Entman 1993; Verloo 2005, 20; Tomanić Trivundža 2015, 34). Afektivna analiza okvirjanja znotraj aktivne in kognitivne konstrukcije pomena (tj. okvirjanja) predpostavlja in v analiziranih besedilih omogoča zaznavanje tudi nezavedne, nelingvistične ali nekognitivne lastnosti okvirjenih problemov in rešitev. Tako smo v besedilih določili tudi *afekte*, ki se naključno ali namensko vpenjajo ter prepletajo s pomeni, z vrednotami in s stališči v besedilih (Bacchi 2005; Sauer 2019, 321–323), tako okvirje kot afekte pa smo v besedilih povezovali s populističnimi antagonizmi (protielitizmom, z osrediščenostjo na ljudstvo, drugostjo).

Ob upoštevanju metodoloških načel metode okvirjanja smo končni vzorec analize zamejili le na časopisne komentarje, ki v argumentaciji vsebujejo strukturiran in pomensko relevanten par: eksplicitno definicijo problema in eksplicitno predlagano rešitev definiranega problema. Vsebinsko in tematsko ustrezni časopisni komentarji, ki so bili objavljeni v obdobju razprav sprejemanja sedmih zakonov (n = 83), so tako šli skozi dodatno selektivno sito, ko so koderji določili temeljne enote analize: par problem (diagnoza) – rešitev (prognoza). Končni vzorec analiziranih novinarskih prispevkov tako obsega (n = 45) časopisnih komentarjev in 70 enot analize (diskurzivnih parov problem-rešitev).[9] Raziskovalna ekipa je za potrebe empirične raziskave zasnovala tudi priročnik z navodili za koderje in kodirno tabelo. Na podlagi kodirne tabele so trije koderji v izbranih enotah analize (tj. parih): definirali okvirje formuliranih problemov in predlaganih rešitev, vsakemu problemu in rešitvi so določili število in vrsto prisotnih populističnih antagonizmov, vsakemu elementu para pa so določili tudi afekt, ki ga problem ali rešitev vsebuje (gl. Pajnik et al. 2021).[10]

Analiza komentarjev – primerjava med časopisoma *Delo* in *Slovenske novice*

Primerjavo med obema časopisoma najprej začnemo z analizo okvirjanja migracij, nato ilustriramo, kako se v časopisnih komentarjih izražajo populistični antagonizmi. V tretjem delu analiziramo rabo afektov in afektivno populistično komuniciranje.

Okvirjanje begunske krize: med kritiko vlade in nasprotovanjem migracijam

V analiziranih besedilih smo na ravni vsake analizirane enote določili dva okvirja, ti so namreč določeni v vsakem paru, tj. tako na ravni definicije problema kot tudi na ravni formulacije rešitve. V analizi smo vsakemu problemu in rešitvi najprej določili podokvir, ki smo jih po opravljenem kodiranju združili v okvirje, tj. vsebinsko večje enote; na ravni problema in tudi rešitve smo tako definirali štiri okvirje, ki združujejo, kot prikazuje tabela 1, večje število določenih podokvirjev. Analiza pokaže, da se časopisa izrazito ločita tako v okvirjanju identificiranih problemov kot tudi predlaganih rešitev.

Tabela 1: Število okvirjev v *Delu* in *Slovenskih novicah*

Časopis / Okvirji/definicija	*Delo*		*Slovenske novice*	
	problem	rešitev	problem	rešitev
Kritika elit oz. vlade/*Del*ovanje elit	28	22	4	2
Humanitarizem/zaščita temeljnih pravic	18	17	1	1
Antimigracijski okvir	3	11	5	9
Administrativne prilagoditve/rešitve	5	5	2	1
Nedoločljivi okvirji (Drugi)	3	2	1	0
Podokvirji (skupaj n)	114		26	

V *Delu* pri definiciji problemov prevladuje okvir *Kritika elit/vlade*[11] (28 podokvirjev), sledi mu okvir *Humanitarnost/temeljne pravice* (18 podokvirjev), *Migracije kot administrativni problem* (5 podokvirjev) in *Antimigracijski* okvir (3 podokvirji). Okvirjanje problemov kot *Kritika vlade* in kot *Zaščita temeljnih pravic* v *Delu* nazorno ilustrira besedilo Videmška (2015, 5): »Slovenska oblast je izumila novo definicijo empatije. /.../ Slovenija se bolj kot z usodami tisočih prezeblih in globoko travmatiziranih ljudi ukvarja sama s seboj. Ustvarja se ozračje izrednih razmer; država se pospešeno krči, marsikje je popolnoma odsotna. Samorefleksije ni, sprožajo se nizkotni refleksi. Ves čas se išče dežurni krivec in prelaga odgovornost.«

V *Slovenskih novicah* je 13 definiranih problemov okvirjenih povsem drugače kot v *Delu*: Prevladujoč je *Antimigracijski* okvir (5 podokvirjev), ki mu sledijo manj številni *Kritika elit/vlade* (4 podokvirji), *Migracije kot administrativni problem* (2) in *Humanitarne/temeljne pravice* (1). Okvir *Antimigracij* ponazarja pisanje Lahovnika (2015č, 4), ki migracije povezuje s teroristično grožnjo in potrebo po zapiranju mej, na primer: »teroristi Islamske države [se lahko] infiltrirajo tudi med migrante« in (Lahovnik 2015a, 4) »nikakor ni dovolj le vladna retorika, da je Slovenija na to kakor pripravljena, ampak je treba našo mejo pravočasno zavarovati pred nekontrolirano poplavo migrantov«.

Na ravni rešitev v *Delu* največja večina (tj. 22 okvirjev) zahteva *Delovanje elit*, npr.: »Cerarjev pravi pogum bi bilo reči ne bodeči žici, v katero se lovijo živali in le imaginarni begun-

ci« (Zore 2015, 5), 17 pa jih, kot ilustrira citat Videmška (2015, 5), zahteva zaščito temeljnih pravic: »V nasprotju z nami, ki si želimo le obilico svojega egoističnega miru, so se begunci na dolgi marš proti Evropi odpravili v iskanju resničnega miru. Kot ljudje smo jim to dolžni omogočiti.« Enajst predlaganih rešitev je formuliranih kot *Ukrepi proti migracijam/Obvarovanju pred migracijami*, pet pa jih apelira na *Administrativne rešitve*.

V *Slovenskih novicah* je slika, kadar gre za formulacijo rešitev, popolnoma drugačna kot v *Delu*: največjo večino, devet okvirjev od 13, predstavlja antibegunski in antimigracijski okvir *Ukrepi proti migracijam/obvarovanje pred migracijami*. Primerjavo med časopisoma lahko ponazorimo s člankoma, ki obravnavata isti fenomen, odpoved nogometne tekme zaradi »begunske krize«, ki je kadrovsko, fizično in emocionalno preobremenila slovensko policijo. Medtem ko Videmšek v *Delo*vem članku, ki smo ga navedli, piše, da smo »begun-cem dolžni omogočiti mir« (ibid.), Lahovnik (2015b, 4) v *Slovenskih novicah* zapiše, da je »temeljna funkcija države varovanje meje, in če je v ta namen treba na mejo poslati vojsko ali postaviti ograjo, bi pričakovali, da bi vlada to hitro in učinkovito izpeljala. Ograja pač, pomislekom navkljub, zanesljivo deluje.«

Populizem s strani medijev: za zaščito ljudstva pred migranti

Manifestacije medijskega populizma smo ugotavljali na podlagi analize (retorične diseminacije) populističnih antagonizmov. 27 komentarjev *Dela* in *Slovenskih novic* je vsebovalo vsaj en populistični antagonizem, skupaj jih je 55. Vseh devet člankov *Slovenskih novic* je vsebovalo vsaj en populistični antagonizem, kar polovica od 36 analiziranih člankov Dela pa ni vsebovala nobenega, kar nakazuje določene razlike med *Delo*m in tabloidnim časopisom.

Kot je razvidno iz tabele 1, smo v Delu identificirali 31 antagonizmov, v *Slovenskih novicah* pa 23. V Delu smo tako zaznali 0,9 antagonizma na članek, v Slovenskih novicah pa več, tj. 2,6 antagonizma. V obeh časopisih je najpogosteje izražen populistični antagonizem drugosti (*Delo* 18, *Slovenske novice* 14), sledita protielitizem (*Delo* 9, *Slovenske novice* 5) in osredi-ščenost na ljudstvo (*Delo* 5, *Slovenske novice* 4). Glede na število analiziranih komentarjev je prisotnost vseh treh populističnih antagonizmov v Slovenskih novicah večja kot v Delu.

V člankih, kjer smo zaznali antagonizme, jih je bilo 41 takšnih, ki so jih izrazili mediji oziroma novinarji komentatorji, t. i. populistični antagonizmi *s strani medijev* (*Delo* 21, *Slovenske novice* 20), in 14, ki so jih izrazili zunanji, citirani viri, tj. populistični antagonizmi *skozi medije* (*Delo* 10, *Slovenske novice* 3). Med antagonizmi *s strani medijev* opazimo, da je drugost najpogosteje izražen antagonizem (n = 21), sledita mu protielitizem (n = 13) in osredi-ščenost na ljudstvo (n = 7). Populistične antagonizme *skozi medije* smo v analizi zaznali redko (n = 13), od teh je najpogostejši antagonizem drugosti (n = 10) (glejte tabelo 1).

Tabela 2: Število populističnih antagonizmov v Delu in Slovenskih novicah

	Delo		*Slovenske novice*	
Populistični antagonizmi	s strani medijev	skozi medije	s strani medijev	skozi medije
Protielitizem	9	0	4	1
Osredi-ščenost na ljudstvo	3	2	4	0
Drugost	9	8	12	2
Skupaj	21	10	20	3
Populistični antagonizmi (n)	31		23	

Populistični antagonizem drugosti, ki se pojavlja v obeh medijih, se manifestira kot ločevanje »njih« od »nas«, pri čemer so migranti predstavljeni kot grožnja večinskemu ljudstvu (Reinemann et al. 2016 Jagers in Walgrave 2007). To ponazarja citat B. Kramžar (2016, 5) v *Delu:* »Velike množice iz drugih verstev, kultur in navad prinašajo velika družbena trenja in tudi velika varnostna tveganja, že zdaj pa je mogoče napovedovati, da samo postavljanje zidov ne bo zadostovalo /.../.«

Lahovnik (2017, 4), komentator *Slovenskih novic,* v enem od svojih zapisov migracije označi kot varnostno tveganje, s čimer razmeji večinsko prebivalstvo od beguncev in ljudi, ki potujejo skozi državo, begunce pa predstavi kot homogenizirano grožnjo večinskemu prebivalstvu: »Do decembra lani je 908 ljudi pri nas zaprosilo za mednarodno zaščito, skoraj polovica pa jih je azilni dom pozneje samovoljno zapustila. Seveda to ne pomeni, da je z njimi izginilo tudi varnostno tveganje. /.../ Pravica do varnosti je ena izmed temeljnih človekovih pravic in tudi laikom je zdaj že jasno, da so bila opozorila o varnostnih tveganjih, povezanih z valom migrantov, še kako upravičena.«

Poleg drugosti v definicijah problemov komentatorji uporabljajo tudi protielitizem, kot npr. Vatovec (2016, 4) v *Slovenskih novicah,* ko se sklicuje na homogeno slovensko javnost: »Drži, če bi bila Slovenija kolikor toliko kredibilna članica EU, bi naša vlada že našla in tudi znala zagovarjati vsaj nekaj za slovenske javnosti sprejemljivih lokacij za azilne domove ali zbirne centre za migrante! Kakšna članica EU pa sploh smo, če imamo vlado, ki tega ne zmore?«

Lahovnik (2015c, 4), ki v svojih lingvističnih dispozicijah premore širok nabor kombinacij antimigrantskih okvirjev in populističnih antagonizmov, pa se na antagonizem antielitizma osredinja na primeru konstrukcije evropskega ljudstva: »Institucionalna kriza EU in demokratični deficit, ki ga najlepše odraža prepad med navadnimi ljudmi na eni strani in izvoljeno evropsko politično elito na drugi, je vse bolj očiten. Premnogi evropski politiki živijo v svojem malem političnem Disneylandu in ne zaznavajo, kako malo manjka, da bo ideja o enotni Evropi brez meja pokopana.«

Ko opazujemo žanr časopisnega komentarja kot prostor reprodukcije populističnega diskurza in krepitve populističnih glasov, ki v medijsko polje vdirajo od zunaj, populizem *skozi medije*, velja izpostaviti predvsem naslednji ugotovitvi: 1) V splošnem smo zaznali nizko (n = 14) število populističnih antagonizmov, ki so jih v obeh časopisih izrazili zunanji glasovi (11 v časopisu *Delo* in zgolj trije v *Slovenskih novicah*).[12] 2) Opazna je odsotnost navedbe zunanjih glasov, ki bi izražali populizme v *Slovenskih novicah*, posebej če delež antagonizmov zunanjih glasov primerjamo z deležem antagonizmov, ki jih izražajo komentatorji tabloida: medtem ko je delež populističnih antagonizmov, ki jih izrazijo komentatorji tabloida, izjemno visok (predstavlja 49 % antagonizmov, zaznanih v analizi), je delež populizmov zunanjih glasov, če jih primerjamo s časopisom *Delo*, nizek (21,4 %). Ob tem ugotavljamo, da komentatorji in komentatorke *Slovenskih novic* te glasove uporabljajo kot avtoritarni zunanji glas, z njihovo populistično dikcijo pa se vselej strinjajo. V *Delu* je situacija nasprotna, v večini primerov *Delovi* avtorji in avtorice nasprotujejo izraženim populističnim antagonizmom.[13]

Uporabo avtoritativnega zunanjega glasu ponazarja naslednji zapis Lahovnika (2015č, 4), ki se v enem od svojih zapisov tako sklicuje na abstraktni vir neimenovanih varnostnih služb, ko migracije beguncev predstavlja kot grožnjo:

> Opozorila varnostnih služb, da se lahko teroristi Islamske države infiltrirajo tudi med migrante, je treba vzeti skrajno resno. /.../ Na vstop v EU po balkanski poti se pripravlja na stotisoče novih migrantov. Ko bodo Nemčija, Francija in druge velike države zaprle meje, bodo obtičali nekje na balkanski poti. Dolžnost slovenske vlade je, da še pravočasno učinkovito

> zaščiti mejo in naše nacionalne interese. Slovenija je premajhna, da bi si lahko privoščila, da bi nekaj deset tisoč nezadovoljnih migrantov obtičalo med Sotlo in Karavankami.

V *Delu*, če ponazorimo s primerom nasprotne prakse, so predstavljanje migracij kot nevarnosti in zunanji populistični glas Mira Cerarja kot branilca schengenske meje, kritično preizprašali (Petrovič 2016, 5):

> Naslov udarne novice »Migrantska kriza: Slovenija zapira balkansko pot« razblinja dvome o tem, ali je naš premier Miro Cerar res na čelu najodločnejših branilcev schengenske meje. /.../ Slovenski premier Miro Cerar je v torek povedal, da je balkanska pot zaprta. Za vse neregularne migrante. /.../ Nižjim in višjim od sebe je povedal: za vsako ceno bomo stoodstotno branili schengensko mejo. /.../ Kdo je torej ogrožen zaradi nekaj deset- ali nekaj sto tisoč prišlekov? Tudi nekaj milijonov ljudi bi pol milijarde velika Evropa prenesla.

Ob dejstvu, da predstavlja korpus komentarjev iz časopisa *Slovenske novice* manjši del naše baze (28,8 % vseh analiziranih člankov in 18,5 % vseh določenih parov prognoza-diagnoza), predstavlja delež populističnih antagonizmov kar polovico vseh antagonizmov (49 %). Če primerjamo razporeditev populističnih antagonizmov *s strani medijev* in *skozi medije* (Suiter et al. 2018), lahko potrdimo, da je tabloid *Slovenske novice*, kadar govorimo o analizi mnenjskega žanra o »begunski krizi« v izbranem časovnem obdobju, populističen, da generira populizem medijev in populizem skozi medije in da je bolj populističen, kot to velja za dnevnik *Delo*.

Afektivno populistično komuniciranje: med kulturo strahu in humanističnim pristopom

V analizi smo izhajali iz teze, da populistično komuniciranje mobilizira afekte, ki jih ne gre razumeti zgolj kot individualne reakcije novinarjev, pač pa kot strukturne značilnosti novinarskega polja (Papacharissi 2015). Med 45 analiziranimi članki jih je le pet takšnih, pri katerih v nobeni od kategorij (problem-rešitev) nismo zaznali določenega afekta (med 70 pari problem-rešitev pa je takšnih 14).

Analiza pokaže na določene pomembne razlike med časopisoma v rabi afektov: na eni strani ekstenzivno rabo v *Slovenskih novicah* (84,6 % definicij problema je afektivno obarvanih, takih je tudi 76,9 % predstavljenih rešitev) in na drugi strani bolj »ekonomično« rabo afektov, tj. največkrat zgolj v enem od segmentov para v časopisu *Delo* (32,7 % definicij problemov nima določljivega afekta, medtem ko je brez afekta skoraj polovica (46,5 %) primerov v predstavljeni rešitvi) (glejte tabelo 2).

Prevladujoča afekta v afektivnem komuniciranju komentatorjev in komentatork *Slovenskih novic* sta *strah* in *nezaupanje*, ki predstavljata več kot polovico pripisanih afektov. *Strah* je rabljen v 30,6 odstotka, *nezaupanje* pa v 26,7 odstotka vseh primerov. Wodak (2015) je v analizi populističnega komuniciranja ugotavljala, da sta ravno strah in nezaupanje najpogostejši in tudi najučinkovitejši čustvi za krepitev »politike strahu«.

Zanimiva v analizi afektov je pogostost pojavljanja v strukturi para – od formulacije problema do elaboracije rešitve –, kjer opazimo, da *strah* predstavlja skoraj polovico (46,1 %) pripisanih afektov v definiciji problema, medtem ko je *nezaupanje* afekt, ki je manj prisoten v definiciji problemov, v večji meri pa uporabljen v rešitvah (38,4 %).

Analiza povezav afektov s populističnimi antagonizmi pokaže, da je bilo tri četrtine (74,6 %) izraženih populističnih antagonizmov mogoče eksplicitno povezati z enim afek-

tom (n = 37) ali večjim številom afektov (n = 4), preostalo četrtino populizmov (25,4 %) pa smo našli v besedilih, ki jim ni bilo mogoče pripisati jasno določenega afekta. Najpogostejši afekt, ki je v naši analizi povezan s populističnimi antagonizmi, je *strah* (n = 16), ki predstavlja 27,1 odstotka pripisanih afektov, sledijo mu *nezaupanje* (n = 9 ali 15,2 % afektov), *jeza* (n = 7 ali 11,9 % afektov), *zaupanje* (n = 6 ali 10,1 % afektov) in *empatija*, afekt, ki je prisoten v 6,8 % vseh primerov.

Tabela 3: Afekti v komentarjih *Dela* in *Slovenskih novic*

Časopis	*Delo*		*Slovenske novice*	
Afekt	problem (n)	rešitev (n)	problem (n)	rešitev (n)
Brez afekta	19	27	2	3
Strah	6	3	6	2
Jeza	6	2	2	1
Nezaupanje	12	2	2	5
Empatija	4	17	1	1
Sram	7	0	0	0
Drugo	4	7	0	1

V primerih, ko komentatorji in komentatorke *Dela* izražajo jasne afektivne dimenzije, se v definiciji problemov (67,3 % primerov) ali v formulirani rešitvi (tj. 53,5 %) afekti porazdelijo na naslednji način: v formuliranih problemih v največji meri prevladuje nezaupanje (20,7 %), medtem ko so sram (12,06 %), jeza (15,8 %) in strah (13,1 %) v problemih skoraj enakomerno porazdeljeni.

Tovrstno retoriko povzema članek v *Delu* s pomenljivim in neposrednim naslovom Ne begunci, problem je EU, kjer Damijan Slabe (2015, 7) zapiše: »Niso torej ključni problem Evrope begunci, čeprav so seveda zapleteno in težko rešljivo vprašanje. Veliko hujši evropski problem je Unija sama, ki celo na najvišji ravni šefov držav ali vlad ne zmore niti ene same jasno prepoznavne usmeritve, kako se skupaj lotiti težav, da bo vso to mizerijo z begunci, ki postaja že prava evropska sramota, mogoče vsaj dolgoročno rešiti.«

Na drugi strani je afekt, ki prevladuje v *Slovenskih novicah*, strah (n = 6), že v sami definiciji problema v večini primerov usmerjen k migrantom (n = 5), le enkrat se izrazi v smeri elite. Strah je tudi afekt, ki predstavlja natanko polovico vseh pripisanih afektov populističnim antagonizmom v tem časopisu, trije afekti – nezaupanje (22,2 %), jeza (11,1 %) in zaupanje (11,1 %) – predstavljajo drugo polovico pripisanih afektov. Lahovnik (2015č, 4) v enem samem odstavku poveže populistični antagonizem drugosti z afektom strahu ter zahtevo po sekuritizaciji meje: »Na vstop v EU po balkanski poti se pripravlja na stotisoče novih migrantov. Ko bodo Nemčija, Francija in druge velike države zaprle meje, bodo obtičali nekje na balkanski poti. Dolžnost slovenske vlade je, da še pravočasno učinkovito zaščiti mejo in naše nacionalne interese. Slovenija je premajhna, da bi si lahko privoščila, da bi nekaj deset tisoč nezadovoljnih migrantov obtičalo med Sotlo in Karavankami.«

Naslednji pa je primer afektivnega populizma, ki prikazuje preplet strahu s populističnim antagonizmom drugosti na eni in okvirjem sekuritizacije južne slovenske meje z Republiko Hrvaško na drugi strani.

> Tako je postala povsem realna tudi nevarnost, da bomo v Sloveniji ujeti med reko ‚beguncev z vzhoda', ki šele prihajajo, in ‚begunci' z zahoda, ki jih bodo vračali. /.../ ampak je

> treba našo mejo pravočasno zavarovati pred nekontrolirano poplavo migrantov. Na poplavo se namreč ne pripravljaš takrat, ko je voda že do grla, ampak veliko prej. Slovenija bi zato že v tem trenutku morala uskladiti svojo politiko do ‚beguncev' z Avstrijo in Nemčijo tudi tako, da bi ti dve državi zaprosila za pomoč pri varovanju naše južne in vzhodne meje (Lahovnik 2015a, 4).

Uporabo afekta strahu sicer zasledimo tudi v komentarjih *Dela*, na primer v članku B. Kramžar (2016, 5), ki populistični antagonizem osrediščenosti na ljudstvo poveže s strahom pred migranti in begunci: »Evropejci bi morali biti pravzaprav ponosni, da toliko ljudi občuduje naš gospodarski in politični sistem, saj so milijoni za prihod k nam pripravljeni tvegati vse, celo svoja življenja. /.../ in Evropa je zdaj pred morda najhujšim varnostnim in političnim izzivom po drugi svetovni vojni. Velike množice iz drugih verstev, kultur in navad prinašajo velika družbena trenja in tudi velika varnostna tveganja /.../.«

Pogosto izraženi afekt *nezaupanja* pa ponazarja navedba Lahovnika (2017) ob sprejemanju kontroverznega Zakona o tujcih na začetku leta 2017, ki z *nezaupanjem* upa presoditi, kdo in zakaj namerava v Sloveniji zaprositi za azil:

> Zagotovo ne moremo šteti ilegalnega prečkanja meje med dvema varnima državama med temeljne človekove pravice. Še večji absurd je, da za politični azil zaprosijo migranti, ki jih policisti naključno odkrijejo sredi Slovenije pri pregledu kakšnega tihotapskega vozila. Že samo skrivanje pri prečkanju države namreč kaže, da niso imeli resnega namena zaprositi za politični azil pri nas in da prošnja služi zgolj temu, da si zagotovijo pravico do začasnega bivanja in neomejenega gibanja.

Ton *jeze* in *strahu* v *Delu* največkrat sicer nista usmerjena k migrantom ali beguncem, temveč k političnim elitam, le da je pri afektih *jeze* in *strahu* identifikacija političnih elit za odtenek bolj nedoločna in nedoločljiva kot pri afektih nezaupanja in sramu. Poleg jeze in strahu pred evropskimi politiki se, kot to ilustrira zapis Damijana Slabeta (2016, 4), pojavlja tu še jeza do držav EU, bruseljske birokracije ipd.): »Uradna bruseljska politika /.../ ni kos problemu, ker ne premore več nobene aktivne in samozavestne politike, ki bi bila zmožna verjeti v svojo moč in lastne rešitve. Namesto tega gledamo, kako politiki od vrha do vrha samo še bolj tiščijo glave vsak v svoj pesek, zapirajo meje, izganjajo begunce in se gredo klavstrofobijo, nevredno žepne državice, ki se panično boji ‚hord islamskih prišlekov'.«

Kadar gre pri *Delu* zaznati afekt v formulirani rešitvi (tj. 52,7 % analiziranih primerov), pa v veliki večini prevladuje *empatija* (56,6 % primerov, ki vsebujejo afekt). Medtem ko se v *Slovenskih novicah* pojavljata *strah* in *nezaupanje* do beguncev in migrantov (*nezaupanje* (n = 5)), ki se izrazi v formuliranih rešitvah, je usmerjeno večinoma k migrantom (n = 3) in k elitam (n = 2), v rešitvah se pojavi tudi *strah* pred migranti), pa v formuliranju rešitev v *Delu* prevladuje *empatija*: do beguncev in migrantov, predvsem pa begunskih otrok in aktivistov, ki jim pomagajo v Sloveniji, na slovenski mejah, v Grčiji ipd. Ko Lahovnik (2017, 4) v *Slovenskih novicah* izraža nezaupanje do beguncev, novelo Zakona o tujcih omenja kot novelo, ki »omejuje zlorabe pri političnem azilu«. Na drugi strani Videmšek (2017b, 6) v *Delu* govori o »čudoviti mešanici lokalnih in globalnih solidarnostnih ter humanitarnih gibanj in organizacij, ki upravljajo begunsko taborišče Suda« v Grčiji, in (Videmšek 2017a, 6) o aktivistih, ki vztrajajo na »ključni frontni črti našega časa: frontni črti boja za človečnost«, S. Bandur (2017, 5) pa o samoumevnosti načinov krepitve empatije in solidarnosti z begunci in migranti.

Skladno s ksenofobnim odnosom strahu do migrantov in beguncev, ki smo ga omenili prej v obravnavi afektov, analiza komentarjev pokaže, da se populistični antagonizem, ki

prevladuje v *Slovenskih novicah*, tj. antagonizem drugosti, ki begunce in migrante predstavlja kot grožnjo homogeni nacionalni skupini, izrazito povezuje s strahom (predstavlja kar polovico vseh afektov, pripisanih antagonizmu drugosti). Na podlagi porazdelitve afektov v časopisu *Delo* lahko potrdimo tezo, da komentiranje novinarjev in novinark časopisa v večji meri zasleduje ideal nevtralnosti, v komentarjih o migracijah in beguncih pa se kaže neizrazita afektivnost in zadržana uporaba afektov. Kar 40 odstotkov problemov in rešitev v časopisu *Delo* je brez jasno določljivega afekta, medtem ko je delež parov brez afektivne note v *Slovenskih novicah* zgolj 19 odstotkov. Obenem se pomembne razlike med obema časopisoma pokažejo tudi, ko primerjamo porazdelitev afektov, kadar so ti prisotni v komentiranju migracij. V *Delu* tako namesto strahu, ki je prevladujoč v *Slovenskih novicah*, uporabijo *empatijo*, podobno kot v tabloidu je na drugem mestu *nezaupanje*, *strah* je manj prisoten, prav tako *jeza*.

Sklep

V medijskem in novinarskem polju je prisotno rahljanje tradicionalnih standardov poročanja, ko novinarji in novinarke uporabljajo populistične antagonizme in afekte za pridobivanje pozornosti občinstva kot tudi za usmerjanje občinstva v določena občutenja v povezavi s temo poročanja (Beckett in Deuze 2016; Wahl-Jorgensen 2019). V članku smo na primeru časopisnega komentarja o »begunski krizi« ugotavljali, kako komentatorke in komentatorji formulirajo populistične antagonizme, kako okvirjajo migracije in ali oziroma kakšne afekte uporabljajo ter kako se novinarsko upovedovanje razlikuje med *Delo*m in *Slovenskimi novicami*. V analizi nas je obenem zanimalo, v kolikšni meri se populistični antagonizmi v komentarjih pojavljajo kot izraz novinarjev in novinark samih oziroma koliko ti populizem legitimizirajo z uporabo zunanjih glasov.

V *Delu* so bile migracije in »begunska kriza« prevladujoče okvirjene kot kritika delovanja elit ali vlade, v *Slovenskih novicah* pa je v skladu s protibegunsko retoriko prevladoval antimigracijski okvir, ki je migrante in begunce prikazoval kot kulturno in varnostno grožnjo avtohtonemu lokalnemu prebivalstvu. V obeh časopisih je bil med tremi analiziranimi populističnimi antagonizmi najbolj prisoten antagonizem drugosti, ki razmejuje večinsko nacionalno prebivalstvo od etničnega (zunanjega) drugega in ki se običajno diskurzivno pokaže s potrjevanjem domnevne drugačnosti in nekompatibilnosti »tuje kulture«. Proporcionalno je bilo v *Slovenskih novicah* tovrstnega govora več kot v Delu, analiza pa je potrdila vidno prisotnost tovrstnega diskurza tudi pri komentatorjih Dela (glejte tudi Pajnik 2017, 179–181), kar potrjuje ne samo razlike, ampak tudi podobnosti med časopisoma.

Afekti v Slovenskih novicah so kompatibilni z antimigracijskim okvirjanjem tematike in rabo populizma drugosti. Upovedovanje (migrantske) grožnje je bilo v tabloidu bolj afektivno kot v *Delu*, bolj je bilo povezano z afektom strahu, medtem ko je *Delo* v večji meri uporabilo empatijo v komuniciranju o migracijah. Pomembne razlike se pokažejo tudi v usmerjenosti afektov, ko sta jeza in strah v Delu prevladujoče usmerjena k elitam, v *Slovenskih novicah* pa k migrantom. Proporcionalno so komentatorji *Slovenskih novic* v večji meri kot komentatorji *Dela* generirali populizem s strani medijev. Sicer so se pokazale razlike tudi v izrazih populizma skozi medije, ko v *Slovenskih novicah* zunanji glas uporabljajo kot avtoritarni glas protimigracijskega okvirja, ki ga novinarji reproducirajo, komentatorji v *Delu* pa nasprotujejo populizmu zunanjih glasov (predstavnikov oblasti).

Na podlagi rezultatov analize smo potrdili domnevo, da so *Slovenske novice* tako retorično kot slogovno medij, za katerega je značilna pogostost raznolikih elementov medijs-

kega populizma (Krämer 2014; Kriesi 2014). Analiza časopisnih komentarjev je, tako kot številne opravljene študije informativnih žanrov slovenskega tabloida (Kuhar 2001; Foška Šaina in Turnšek 2017, 155, 156; Vezovnik 2017, 124–127), pokazala, da je vsebinska usmeritev *Slovenskih novic* precej poenotena v etnocentričnem in ksenofobnem poustvarjanju drugosti beguncev in migrantov. Tovrstno okvirjanje fenomena migracij, ki dramatizira politični kontekst (retoriko nujnosti, grožnje, krize ali katastrofe) in ki radikalno simplificira zmožnost politične deliberacije in kompleksne implementacije političnih rešitev, je homologno z okvirjanjem v televizijskem (Luthar 2017) in na skrajno desnem polu političnega polja (Pajnik et al. 2020). Hegemonija ksenofobnega populizma na desnem in komercialnem polu družbenega polja lahko poskuša kolonizirati diskurz njegovega avtonomnega pola ali pa afektivni ksenofobni diskurz kontinuirano naturalizira »atmosfero mnenj« (Krämer 2014, 47) razraščajoče ksenofobije v nacionalnem polju družbenih razredov, v katerem se ksenofobija reproducira z avro plebiscitarne »tihe večine«.

IZJAVA O KONFLIKTU INTERESOV

Avtorja ne poročata o konfliktu interesov.

OPOMBE

1. Na povezanost sloga z ideologijo je opozoril že Hofstadter (1964/2008) v odmevni analizi paranoidnega sloga populističnega vodenja ameriške politike, ki ga je opredelil za demagoškega, tistega, ki ponuja preproste rešitve in se utemeljuje na skrbi za malega človeka.
2. Mancini (2015) v analizi poststrankarske politike, ki jo zaznamuje »konec velikih naracij«, populizem definira kot komunikacijsko strategijo, ki je izrazito personificirana, osredinjena na izbranega politika, ki postane simbol javne identifikacije. Mudde (2007) opozarja, da se karizmatičnost političnih vodij vzpostavlja znotraj nacionalnih oziroma lokalnih sociopolitičnih in medijskih kulturnih polj.
3. Personalizacija v medijih je lahko (vsaj) trojna: a) kot novinarska strategija, kjer figura voditelja televizijskih novic ali časopisnega komentatorja (medijske zvezde) personificira sam medij, njegova ali njena persona pa postaja pomembnejša od vsebine, ki jo posreduje, b) kot slog ali način poročanja, kjer se strukturne tendence in procesi personalizirajo, upovedujejo z osebnimi zgodbami, emocionalnimi anekdotami ipd. (Macdonald 1998); ter c) kot novinarstvo, utemeljeno na rabi afektov, ki kombinira oba navedena načina tako, da v ospredje postavlja identifikacijo novinarskih figur z občinstvi (Papacharissi 2015).
4. Ravno intrinzična povezanost antagonističnega zoperstavljanja elit in ljudstva ali ljudstva in nevarnih drugih v populistični artikulaciji pomeni, da v nadaljevanju članka posamezne populistične elemente (osrediščenost na ljudstvo, protielitizem, drugost) opredeljujemo kot populistične antagonizme.
5. Ksenofobni populistični diskurz, ki je značilen za diskurz nacionalistične desnice, navadno krivdo za status privilegiranega Drugega, ki ogroža ljudstvo, kot nacionalno in etnokulturno skupnost, pripiše tudi elitam. Te instrumentalizirajo, varujejo, pripuščajo, vozijo ali skrbijo za migrante in priseljence, ki zamišljenemu ljudstvu odvzemajo njegovo suverenost, varnost, moč ipd. (Jagers in Walgrave 2007, 322; Reinemann et al. 2016).
6. Kot bomo pokazali v analizi populizmov, ki se reproducirajo skozi medije, empirični proces zahteva, da ločimo kategoriji komentatorjev, ki ne prihajajo iz medijskega polja, in kategorijo citiranih zunanjih glasov. Mateja Lahovnika v analizi obravnavamo kot komentatorja; besedila, ki jih je objavil v *Slovenskih novicah*, smo zajeli v vzorec analiziranih besedil, saj je s prostorom, ki mu je dodeljen v tabloidu, del medijskega in novinarskega polja, kljub

temu da deluje na številnih poljih: v univerzitetnem (kot profesor), v političnem (kot poslanec, minister in kot svetovalec) in v gospodarskem (kot član nadzornih svetov velikih podjetij). Zunanji glas, ki ga citira, ko nastopa v vlogi komentatorja *Slovenskih novic*, ki begunce in migrante predstavlja kot grožnjo (populizem drugost), so eksperti ali politiki (varnostne službe, predsednik vlade ipd.).

7. Gre za sedem zakonov na področju migracij in azila, ki so bili sprejeti med letoma 2015 in 2017: Zakon o spremembah in dopolnitvah Zakona o tujcih (Uradni list RS, št. 19/15); Zakon o dopolnitvi Zakona o obrambi (Uradni list RS, št. 95/15); Zakon o spremembi in dopolnitvi Zakona o organiziranosti in delu v policiji (Uradni list RS, št. 86/15); Zakon o mednarodni zaščiti (Uradni list RS, št. 22/16); Zakon o spremembah in dopolnitvah Zakona o nadzoru državne meje (Uradni list RS, št. 5/17); Zakon o spremembi in dopolnitvah Zakona o tujcih (Uradni list RS, št. 5/17); Zakon o spremembah in dopolnitvah Zakona o tujcih (Uradni list RS, št. 59/17). Trije zakoni so bili sprejeti po nujnem postopku, trije po rednem in en zakon po skrajšanem postopku.
8. Izbrani časovni okvir se povezuje in je v kronološki zamejitvi navezan na analizo parlamentarnih govorov ter analizo objavljenih javnih dokumentov civilne družbe ob sprejemanju sedmih zakonov v obdobju med letoma 2015 in 2019, ki raziskovalni skupini v okviru projekta *Politični in medijski populizem: »begunska kriza« v Sloveniji in Avstriji* omogočajo primerjalno analizo populističnih in afektivnih diskurzov v različnih družbenih poljih oziroma v diskurzivnih registrih. Zakone smo določili za »mejnike«, okrog katerih so se zgoščale javne razprave o migracijah.
9. V časopisu *Delo* smo v 36 člankih detektirali 57 parov, v *Slovenskih novicah* pa smo pare diagnoza-prognoza zaznali v devetih člankih, takšnih parov je bilo v tabloidu 13.
10. Kodirni priročnik je določal, da koderji vsakemu problemu in rešitvi pripišejo le en (tj. prevladujoči) podokvir in le en (tj. prevladujoči) afekt. Število vseh določenih podokvirjev (n = 140) je zato identično številu vseh določenih problemov in rešitev, tj. 114 v časopisu *Delo* in 26 v *Slovenskih novicah*. Pri afektih je podobno: 70 parom (problem-rešitev) so koderji pripisali 142 afektov, 71 afektov v definicijah problemov in prav toliko v formulaciji rešitev. V *Delu* so določili 116 afektov (58 v diagnozi in 58 v prognozi), v *Slovenskih novicah* pa 26 (13 v prognozi in prav tako 13 v diagnozi). Zanesljivost merjenja, predvsem medsebojno usklajenost koderjev, so pred začetkom kodiranja preverili s testnim kodiranjem majhnega števila izbranih časopisnih komentarjev in z razpravami o rezultatih vmesnega kodiranja.
11. Okvirja Kritika elit ne gre enačiti s populističnim antagonizmom protielitizma. Protielitizem ni katerakoli kritika elit (ali vlade), kot v primeru okvirja, temveč gre, kot bo vidno pozneje, za specifično formulacijo kritike elit, ki so v vzajemnem antagonističnem nasprotju z »ljudstvom«, v katerem se elitam očita, da »ljudstvu« odvzemajo suverenost, mu lažejo, z njim manipulirajo ipd.
12. Razlogov za majhno število populističnih antagonizmov, ki se s pomočjo zunanjih glasov reproducirajo skozi medije, nismo preučevali, a dopuščamo možnost, da je na nizko pojavnost tovrstnih antagonizmov v veliki meri vplivala že izbira vzorca. Za žanr komentarja je namreč ključna in določujoča značilnost prav subjektivni pogled pisca, ki zunanje glasove navadno pušča ob strani.
13. Deset komentarjev *Dela* je vsebovalo populizme, ki so jih izrekli zunanji glasovi: petkrat pisci in piske komentarja populizmu, ki ga citirajo, nasprotujejo, s tremi izrečenimi populizmi se strinjajo, v dveh primerih pa ni bilo mogoče določiti jasnega odnosa do citiranega populizma.

LITERATURA

Akkerman, Tjitske. 2011. "Friend or Foe? Right-Wing Populism and the Popular Press in Britain and the Netherlands." *Journalism* 12 (8): 931–945.

Alvares, Claudia, in Peter Dahlgren. 2016. "Populism, Extremism and Media: Mapping an Uncertain Terrain." *European Journal of Communication.* https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0267323115614485.

Aslanidis, Paris. 2018. "Measuring Populist Discourse with Semantic Text Analysis: an Application on Grassroots Populist Mobilization." *Quality & Quantity* 52 (3): 1241–1263.

Bacchi, Carol. 2005. "Discourse, Discourse Everywhere: Subject 'Agency' in Feminist Discourse Methodology." *NORA – Nordic Journal of Feminist and Gender Research* 13 (3): 198–209.

Beckett, Charlie in Mark Deuze. 2016. "On the Role of Emotion in the Future of Journalism." *Social Media + Society* 2 (3): 1–6.

Bos, Linda, Wouter van der Brug in Claes de Vreese. 2010. "Media Coverage of Right-Wing Populist Leaders." *Communications* 35 (2): 141–163.

Brubaker, Rogers. 2017. "Between Nationalism and Civilizationism: the European Populist Moment in Comparative Perspective." *Ethnic and Racial Studies* 40 (8): 1191–1226.

Brubaker, Rogers. 2020. "Populism and Nationalism." *Nations and Nationalism* 26 (1): 44–66.

Callens, Marie-Sophie in Bart Meuleman. 2017. "Do Integration Policies Relate to Economic and Cultural Threat Perceptions? A Comparative Study in Europe." *International Journal of Comparative Sociology* 58 (5): 367–391.

de Jonge, Leonie. 2019. "The Populist Radical Right and the Media in the Benelux: Friend or Foe?" *The International Journal of Press/Politics* 24 (2): 189–209.

Ekström, Mats. 2002. "Epistemologies of TV Journalism. A Theoretical Framework." *Journalism* 3 (3): 259–282.

Entman, Robert M. 1993. "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm." *Journal of Communication* 43 (4): 51–58.

Esser, Frank, Agnieszka Stępińska in David Nicolas Hopmann. 2017. "Populism and the Media: Cross-National Findings and Perspectives." V *Populist Political Communication in Europe*, ur. T. Aalberg et al. New York in London: Routledge.

Farris, Sara A. 2017. *In the Name of Women's Rights*. Durham: Duke University Press.

Foška Šaina, Veronika in Tjaša Turnšek. 2017. "Begunci so voda in pošiljka, evropski dom je treba zaščititi: analiza metafor v *Večernjem listu* in *Slovenskih novicah*." *Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo* XLV (268): 143–162.

Hermida, Alfred. 2010. "Twittering the News: The Emergence of Ambient Journalism." *Journalism Practice* 4 (3): 297–308.

Hofstadter, Richard in Sean Wilentz. 2008. *The Paranoid Style in American Politics*. New York: Vintage.

Jagers, Jan, in Stefaan Walgrave. 2007. "Populism as Political Communication Style: An Empirical Study of Political Parties' Discourse in Belgium." *European Journal of Political Research* 46 (3): 319–345.

Kleres, Jochen. 2010. "Emotions and Narrative Analysis: A Methodological Approach." *Journal for the Theory of Social Behavior* 41 (2): 182–202.

Krämer, Benjamin. 2014. "Media Populism: A Conceptual Clarification and Some Theses on its Effects." *Communication Theory* 24 (1): 42–60.

Kriesi, Hanspeter. 2014. "The Populist Challenge." *West European Politics* 37 (2): 361–378.

Kuhar, Roman. 2001. "Zgrabiti in izgnati." V *Poročilo skupine za spremljanje nestrpnosti*, ur. B. Petković, 44–54. Ljubljana: Mirovni inštitut.

Luthar, Breda. 2017. "Begunci in 'Odmevi': epistemologija konvencij." *Dve domovini: razprave o izseljenstvu. Two Homelands: Migration Studies* 45: 153–168.

Macdonald, Myra. 1998. "Personalisation in Current Affairs Journalism." *Javnost – The Public* 5 (3): 109–126.

Mancini, Paolo. 2015. *Il post partito. La fine delle grandi narrazioni*. Bologna: Il Mulino.

Mazzoleni, Gianpietro, Julianne Stewart in Bruce Horsfield (ur.). 2003. *The Media and Neo-Populism: a Contemporary Comparative Analysis*. Westport, Conn: Praeger.

Mazzoleni, Gianpietro. 2008. "Populism and the Media." V *Twenty-First Century Populism: The Spectre of Western European Democracy*, ur. D. Albertazzi in D. McDonnell, 49–64. Basingstoke in New York: Palgrave Macmillan.

Moffitt, Benjamin. 2016. *The Global Rise of Populism: Performance, Political Style and Representation*. Stanford: Stanford University Press.

Mudde, Cas. 2004. "The Populist Zeitgeist." *Government and Opposition* 39 (4): 541–563.

Mudde, Cas. 2007. *Populist Radical Right Parties in Europe*. Cambridge in New York: Cambridge University Press.

Pajnik, Mojca. 2017. "Medijsko-politični paralelizem: legitimizacija migracijske politike na primeru komentarja v časopisu '*Delo*'." *Dve domovini: razprave o izseljenstvu. Two Homelands: Migration Studies* 45: 169–184.

Pajnik, Mojca in Birgit Sauer. 2017. *Populism and the Web: Communicative Practices of Parties and Movements in Europe*. New York: Routledge.

Pajnik, Mojca, Birgit Sauer, Iztok Šori in Daniel Thiele. 2020. "Right-Wing Populist Affective Governmentality: a Comparative Analysis of Parliamentary Debates on Migration in Austria and Slovenia." V *Družbene neenakosti in politika*, ur. M. Ignjatović et al., 79–83. Ljubljana: Slovensko sociološko društvo.

Pajnik, Mojca, Birgit Sauer in Daniel Thiele. 2021. "Migracije v novinarskem poročanju, 2020." Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Arhiv družboslovnih podatkov. ADP_MIGNOV20_V1. https://doi.org/10.17898/.

Papacharissi, Zizi. 2015. *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*. New York: Oxford University Press.

Reinemann, Carsten, Toril Aalberg in Frank Esser. 2016. "Populist Political Communication. Toward a Model of Its Causes, Forms and Effects." V *Populist Political Communication in Europe*, ur. T. Aalberg, F. Esser, C. Reinemann, J. Stromback, C. De Vreese, 12–25. New York: Routledge.

Ribać, Marko. 2020. *Review of Slovenian Media System. Raziskovalno poročilo*. Ljubljana: Mirovni inštitut. https://www.mirovni-institut.si/wp-content/uploads/2019/01/Review-of-Slovenian-media-system.pdf.

Salmela, Mikko, in Christian von Scheve. 2017. "Emotional Roots of Right-Wing Political Populism." *Social Science Information* 56 (4): 567–595.

Sauer, Birgit. 2019. "Mobilizing Shame and Disgust: Abolitionist Affective Frames in Austrian and German Anti-Sex-Work Movements.« *Journal of Political Power* 12 (3): 318–338.

Suiter, Jane et al. 2018. "Hybrid Media and Populist Currents in Ireland's 2016 General Election." *European Journal of Communication* 33 (4): 396–412.

Taggart, Paul. 2004. "Populism and Representative Politics in Contemporary Europe." *Journal of Political Ideologies* 9 (3): 269–288.

Tomanić Trivundža, Ilija. 2015. *Press Photography and Visual Framing of News*. Ljubljana: Založba FDV.

Verloo, Mieke. 2005. "Mainstreaming Gender Equality in Europe. A Critical Frame Analysis Approach." *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών* 117 (Β'): 11–34.

Vezovnik, Andreja. 2017. "Otherness and Victimhood in the Tabloid Press: the Case of the 'Refugee Crisis' in '*Slovenske novice*'." *Dve domovini: razprave o izseljenstvu. Two Homelands: Migration Studies* 45: 121–135.
Wahl-Jorgensen, Karen. 2019. *Emotions, Media and Politics*. New Jersey: Wiley.
Weber, Max. 1992. "Politika kot poklic." V *Politika kot poklic*, ur. F. Adam, 21–66. Ljubljana: Založba Krtina.
Weber, Max. 2004. "Temeljni sociološki pojmi." V *Kompendij sociooloških teorij*, ur. F. Adam in M. Tomšič, 57–73. Ljubljana: Beletrina.
Wettstein, Martin et al. 2018. "News Media as Gatekeepers, Critics, and Initiators of Populist Communication: How Journalists in Ten Countries Deal with the Populist Challenge." *The International Journal of Press/Politics* 23 (4): 476–495.
Wodak, Ruth. 2015. *The Politics of Fear. What Right-Wing Populist Discourses Mean*. Los Angeles: Sage.

VIRI

Bandur, Simona. 2017. "Beg ni pobeg." *Delo*, 27. oktober.
Kramžar, Barbara. 2016. "Evropa na razpotju". *Delo*, 9. marec.
Lahovnik, Matej. 2015a. "Poplava migrantov." *Slovenske novice*, 19. oktober.
Lahovnik, Matej. 2015b. "Oj, vlada, joj." *Slovenske novice*, 26. oktober.
Lahovnik Matej. 2015c. "Invalidna Evropa." *Slovenske novice*, 2. november.
Lahovnik, Matej. 2015č. "Pariz." *Slovenske novice*, 16. november.
Lahovnik, Matej. 2017. "Politični azil in zdrava pamet." *Slovenske novice*, 30. januar.
Petrovič, Danica. 2016. "Nova Avstro-Ogrska." *Delo*, 10. marec.
Potič, Zoran. 2016. "Že videno." *Delo*, 5. marec.
Slabe, Damijan. 2015. "Ne begunci, problem je EU." *Delo*, 22. oktober.
Slabe, Damijan. 2016. "Pol leta za poraz." *Delo*, 5. marec.
Vatovec, Jadran. 2016. "Zdaj pa v občine z levimi župani?" *Slovenske novice*, 2. marec.
Videmšek, Boštjan. 2015. "Omogočimo mir!« *Delo*, 24. oktober.
Videmšek, Boštjan. 2017a. "Frontna črta človečnosti." *Delo*, 19. januar.
Videmšek, Boštjan. 2017b. "Reševanje človeške časti." *Delo*, 2. februar.
Zore, Janoš. 2015. "Sočutni pogum." *Delo*, 17. november.

Mojca Pajnik (dopisna avtorica) je izredna profesorica na Katedri za medijske in komunikacijske študije na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani in znanstvena svetnica na Mirovnem inštitutu v Ljubljani. E-pošta: mojca.pajnik@fdv.uni-lj.si.

Marko Ribać je raziskovalec in asistent, ki je zaposlen na Mirovnem inštitutu v Ljubljani. E-pošta: marko.ribac@mirovni-institut.si.