



## **Redaktion:**

Asbjørn Sonne Nørgaard (SDU) og Robert Klemmensen (SDU) (ansvh.)  
Mette Kjær, Viola Burau, Anne Binderkrantz, Thomas Pallesen, Thomas Olesen  
(anmeldelser), Lotte Bøgh Andersen, Derek Beach, Søren Serritzlew, Søren Flinch  
Midtgaard, Niels Ejersbo (SDU), Rune Slothuus

## *Redaktionskomité:*

Søren Winther, Socialforskningsinstituttet  
Helene Kyed, DIIS  
Bo Smith, Beskæftigelsesministeriet  
Lotte Jensen, CBS  
Morten Ougaard, Institut IKL, Handelshøjskolen  
Eva Sørensen, Institut for Samfundsvidenskab og Erhvervsøkonomi, RUC  
Peter Dahler-Larsen, Institut for Statskundskab, SDU  
Per Henriksen, Fagkonsulent i gymnasieskolen  
Christian Albrect Larsen, Aalborg Universitet, Inst. 2  
Helle Ørsted Nielsen, DMU  
Peter Viggo Jakobsen, Institut for Statskundskab, KU

## **© politica**

Tidsskriftet *Politica* udgives med støtte fra  
Forskningsrådet for Samfund og Erhverv under Det Frie Forskningsråd  
Omslagsdesign: Kasper Lægård, Avial Design  
Grafisk tilrettelæggelse og tryk: Grafisk Produktion Odense  
ISSN 0105-0710  
ISBN 978-87-7335-153-6

Redaktionen sluttet 25. juni 2010

Bestilling af tidsskriftet:

Syddansk Universitetsforlag

E-mail: [press@forlag.sdu.dk](mailto:press@forlag.sdu.dk); telefon: 6615 7999

Girokonto: 5 04 51 93 (se i bagerst i dette nummer)

*Politica* publicerer alene artikler bedømt ved peer-review enten i form af enkeltstående artikler bedømt ved to anonyme reviewers eller som del af et temanummer bedømt ved en anonym reviewer. Der accepteres manuskripter på dansk, norsk og svensk. På [www.politica.dk](http://www.politica.dk) kan der findes kontaktoplysninger og skrivevejledning.

*Politica* er indekseret i *International Political Science Abstracts*, som udgives af IPSA.

Tidsskriftet *Politica*

c/o Institut for Statskundskab

Bartholins Allé

8000 Århus C

# Indhold

- 279 *Erik Albæk og Claes H. de Vreese*  
Forskning i politisk kommunikation:  
Et overblik
- 294 *Arjen van Dalen og Morten Skovsgaard*  
Korrespondent bag 'Borgens' beskyttende mure:  
Den danske politiske journalist og kommercialisering
- 310 *David Nicolas Hopmann og Christian Elmelund-Præstekær*  
Hvem er medierne i lommen på?  
Tv-nyhedernes dækning af politikere og emner i folketingsvalgkampe
- 326 *Christoffer Green-Pedersen og Rune Stubager*  
Medierne og den politiske dagsorden:  
En tango med fører?
- 345 *Rune Slothuus*  
Framing og politiske partier:  
Kan den rette indpakning gøre politiske forslag mere spiselige?

## Anmeldelser

- 361 Jingjing Huo, *Third Way Reforms. Social Democracy after the Golden Age*, Cambridge: Cambridge University Press, 2009.
- 364 Jørn Loftager og Lars-Bo Kaspersen (red.), *Klassisk og moderne politisk teori*. København: Hans Reitzels Forlag, 2009.
- 367 Jørgen Grønnegård Christensen, Poul Erik Mouritzen og Asbjørn Sonne Nørgaard (red.), *De store kommissioner. Vise mænd, smagsdommere eller nyttige idioter*. Syddansk Universitetsforlag, 2009.
- 370 Abstracts
- 373 Om forfatterne



Erik Albæk og Claes H. de Vreese

## Forskning i politisk kommunikation: Et overblik

Politisk kommunikation har været genstand for refleksion lige så længe, der har eksisteret politik. Systematisk forskning i politisk kommunikation er imidlertid af nyere dato. Artiklen fastlægger, hvad der skal forstås ved politisk kommunikation, gennemgår forskningen i politisk kommunikation og dennes institutionalisering – internationalt og i dansk sammenhæng – og diskuterer de centrale spørgsmål, der gøres til genstand for analyse i politisk kommunikationsvidenskab.

### Indledning

Selv om medierne i dag udgør en politisk institution, uden hvilken et moderne demokratis øvrige politiske aktører ikke ville kunne fungere, og selv om der i den offentlige diskussion er stor opmærksomhed på mediernes eventuelle påvirkning af politik, så er medierne generelt blevet behandlet stedmoderligt i den videnskabelige disciplin, der retter fokus på politik, nemlig statskundskab. Det gælder internationalt. Det gælder i Danmark.

Det er ved at ændre sig. Også i Danmark. Der er i dag flere forskningsmiljøer, som empirisk undersøger relationen mellem medier og politik. Tema-nummeret vil præsentere resultater fra fire empiriske undersøgelser af danske forhold. De fire artikler giver samlet eksempler på de forhold, det er værd at undersøge, når man ser på relationen mellem politik og medier: Mediernes omgivelser og produktionsbetingelser (in casu: de politiske journalisters rolleopfattelser), over medieindhold (tv-dækning af valgkampe) til medieeffekter (i forhold til den politiske dagsorden og i forhold til vælgerne).

### Medier og politik: lidt historie og begrebsafklaring

Det at undersøge politisk kommunikation er ikke et nyt fænomen. Det har vi mennesker i og for sig gjort lige så længe, som vi har kendt til politik.<sup>1</sup> Da vi begyndte at handle politisk, begyndte vi også at reflektere over, hvad det vil sige at kommunikere politisk. Aristoteles' to skrifter *Retorikken* og *Politikken* (ca. 350 BC) vidner om, at politisk kommunikation har været genstand for undersøgelse og debat i mindst 2.500 år. Studiet af politisk kommunikation i

den form, vi kender i dag, står imidlertid i højere grad i gæld til tre store L'er fra det 20. århundrede: Lippmann, Lasswell og Lazarsfeld.

I 1922 leverede amerikaneren Walter Lippmanns bog *Public Opinion* den første pendant til det, der senere skulle blive kendt som studiet af medieeffekter (Lippmann 1922; jf. Rogers 2004, 4). I kapitlet "The world outside and the pictures in our heads" sammenlignede Lippmann det, der i dag kendes som 'real world indicators', det vil sige forskellige mål for 'kendsgerninger', med offentlige opfattelser af en række forskellige emner, og han diskuterede pressens rolle som et mellemlid mellem de to størrelser: 'kendsgerninger' og opfattelser.

I 1927 udgav amerikaneren Harold Lasswell sin ph.d.-afhandling, som han forsvarede ved the University of Chicago (Lasswell 1927). Trods bogens umådelig enkle og lineære udgangspunkt er vor måde at tænke om kommunikationsprocesser i almindelighed og politisk kommunikation i særdeleshed fortsat dybt påvirket af Lasswells "Who says What to Whom via Which channel with What effects". I 1940 gennemførte den østrigskfødte Paul F. Lazarsfeld sin Erie County studie. Hver måned hen over en seks måneders periode blev der gennemført flere end 600 interviews med borgere i Erie County i delstaten Ohio. Forskergruppen undersøgte mediernes betydning for stemmeafgivningen i det amerikanske præsidentvalg. Forskerne forventede at finde kolossale medieeffekter i kølvandet på skuespilleren og filminstruktøren Orson Welles' oplæsning af dramaet *Invasion from Mars*, som blev radiotransmitteret i 1937, og som skabte vild panik blandt lytterne - mange var overbeviste om, at jorden var i færd med at blive invaderet af overjordiske væsener. I løbet af det halve år, undersøgelsen pågik, besluttede imidlertid kun 54 af samtlige respondenter i panelet at skifte fra den ene præsidentkandidat til den anden, og kun en meget lille andel af disse skift kunne forbindes med medierne. Lazarsfeld og hans kolleger konkluderede derfor, at medierne kun øver minimal indflydelse på, hvor borgerne vælger at sætte deres kryds. Med denne studie blev to indflydelsesrige 'institutioner' inden for den politiske kommunikationsforskning født: de amerikanske nationale valgstudier og myten om de minimale medieeffekter (sidstnævnte forbindes ikke mindst med Joseph Klapper og dennes "minimal effects theory", jf. Klapper 1960).

Under 2. Verdenskrig arbejdede Lazarsfeld, Lasswell og psykologerne Carl Hovland, Kurt Lewin og Wilbur Schramm for forskellige myndigheder i den amerikanske forbundshovedstad Washington D.C., og deres veje krydsede hinanden. Krigen blev derfor ikke alene en afgørende periode i det 20. århundredes historie generelt. Det var også under den, at fundamentet for forskning i kommunikation og politisk kommunikation blev lagt. På grund af den udbredte myte om de minimale medieeffekter og den begrænsede

måde, hvorpå effekter på daværende tidspunkt blev begrebsliggjort, blev der gjort mindre fremskridt i 1950'erne og 1960'erne, end man måske skulle have forventet.

Det blev derfor 1970'erne, der blev afgørende for det forskningsfelt, som i dag kendes under betegnelsen politisk kommunikation. Det skyldtes flere forhold, blandt andet et lykkeligt sammenfald mellem følgende tre: 1) institutionelle udviklinger, der gav plads til politisk kommunikation i universiteternes pensum; 2) en række begivenheder i virkelighedens verden, som bevirkede, at mange fandt interesse for forbindelsen mellem medier og politik (her tænkes ikke mindst på Washington Post-journalisterne Bob Woodward og Carl Bernsteins afsløringer af indbruddet i Watergatekomplekset i Washington D.C.); og 3) en signifikant forbedring af forskningsmetoderne (som udtrykt af en af kommunikationsforskningens intellektuelle fyrtårne, professor Doris Graber: "Vi vendte tilbage til en række gamle spørgsmål med en meget bedre værktøjskasse" (personlig korrespondance april 2006)).

I Europa blomstrede forskningen i politisk kommunikation i Tyskland, hvilket eksempelvis markeredes ved tildelingen af et professorat i 'Publizistik' i 1965 til grundlæggeren af tysk opinionsmåling Elisabeth Noelle-Neumanns. Men det var måske Joseph Trenaman og Denis McQuail, som med deres epokegørende studie af det britiske parlamentsvalg i 1959 banede vejen for forskning i politisk kommunikation. Deres bog *Television and the Political Image* fra 1961 er den dag i dag en indsigtfuld bog. Det var også i den studie, at der blev gjort opmærksom på mediernes dagsorden-sættende funktion – et begreb, som dog først fik vind i sejlene mere end et årti senere ved offentliggørelsen i 1972 af amerikanerne Max McCombs og Donald Shaws studie af dagsordenen hos de vælgere i delstaten North Carolina, der ikke før valgkampen havde besluttet sig for, hvor de ville sætte deres kryds (jf. Schönbach 2000).

Men hvad er da politisk kommunikation? Politisk kommunikation fokuserer på interaktionen mellem politiske aktører, medierne og borgerne. At politik, medier og borgere påvirker hinanden, er en selvindlysende sandhed. Spørgsmålet er: hvordan? Umiddelbart ser situationen i dag ud som følger: Politiske partier har praktisk talt ingen medlemmer, og kommunikationseksperter, spindoktorer og pressemedarbejdere iscenesætter politik vis-a-vis en gruppe af stadig mere kyniske, selv-refererende og politisk kapløbsfikserede journalister, som arbejder i store, kommercielt drevne medieforetagender, ejet af et lille antal moguler, som stiller et til stadighed mindre vindue med politisk information til rådighed for borgere, som enten undgår politik eller er blevet konsumenter af nyheder og politik, som ikke har politisk loyalitet, som har opgivet religion og ideologi, som er uengagerede og frakoblede samfundet, og

som skifter parti fra den ene dag til den anden. Dette er en vidt udbredt – pessimistisk – forfaldshistorie om, hvordan tiderne er skiftet.<sup>2</sup>

Men er den rigtig? Det ved vi faktisk ikke. Men det er det, forskningen i politisk kommunikation kan hjælpe med til at afgøre. Nogle gange er det faktisk sådan, at forskningen kan påvise, at myter er – netop – myter. Andre gange kan den påvise, at myter har hold i virkeligheden. Forskning i politisk kommunikation beskæftiger sig med at fastslå, hvad der er forudsætningerne for såvel som udbredelsen og konsekvenserne af sådanne ændringer ved at undersøge, hvordan henholdsvis politiske aktører, medier og borgere konstruerer deres budskaber, og hvornår og under hvilke omstændigheder hvilke former for indflydelse finder sted i forhold til hvilke borgere og de politiske aktører selv.

En af de vel nok mest enkle definitioner på politisk kommunikation er samtidig en af de bedste og mest inkluderende: Politisk kommunikation handler om ”kommunikationens rolle i den politiske proces”. Skal definitionen være et brugbart forskningsredskab, kræves imidlertid yderligere specifikation af, hvori kommunikation og hvori politik består. Når man beskæftiger sig med det politiske i politisk kommunikation, tænker vi i første omgang på politiske eliter, partier og kandidater. Traditionelt har forskningens fokus været rettet på politisk ‘outcome’, såsom valgdeltagelse og det at sætte kryds ved bestemte partier eller kandidater. De tidlige undersøgelser af politisk kommunikation forsøgte at forklare, hvem der sandsynligvis ville afgive deres stemme (og hvem der ikke ville), og hvorfor den enkelte vælger stemte, som vedkommende gjorde (f.eks. Lazarsfeld et al. 1944). I et sundt repræsentativt demokrati har disse to variabler fortsat en særlig interesse: Et demokratis legitimitet afhænger af, at borgerne i en vis grad deltager i politik, og at trufne beslutninger har en vis grad af støtte både blandt de almindelige borgere og i eliten (Dahl 1989). I dag er der imidlertid behov for en ny og udvidet begrebsliggørelse af det ‘politiske’. Borgerdeltagelse i bred forstand siger måske lige så meget om et levedygtigt demokrati, som valg gør. Politik inkluderer derfor også frivilligt arbejde (som er udbredt i USA, hvor valgdeltagelsen til gengæld ikke er imponerende), medlemskab af interesseorganisationer og enkeltsagsorganisationer, deltagelse i forældregrupper, ældreråd, velgørenhedsarbejde, læserbrevsskrivning, deltagelse i virtuelle diskussionsfora og afgivelse af underskrift på (online) meningstilkendegivelser. Nogle af disse eksempler på borgeraktiviteter og politisk adfærd har erstattet andre former for partipolitiske aktiviteter, som eksempelvis det at bære politiske emblemer, men de fleste har suppleret allerede eksisterende former for adfærd. Og faktisk forholder det sig sådan, at vi – fuld korrekt – ikke længere kun ser på valgdeltagelse og stemmeafgivning, når vi analyserer politisk kommunikation,



men også bredere på borgernes samfundsengagement, ligesom politiske kognitioner, holdninger og følelser gøres til genstand for vore undersøgelser.

Vores mål er at undersøge og forstå mediernes og kommunikationens rolle i forhold til denne udvidede forståelse af det politiske. Men også når det drejer sig om vores syn på kommunikation i politisk kommunikation, har vort fokus udviklet sig over tid. Teknologiske fremskridt fra tryk, radio og fjernsyn til internettet, digitalisering og konvergens mellem kommunikationsformer og en kropskydning af medier og medieprodukter er væsentlige karakteristika ved medieudviklingen i de sidste par årtier. Og kommunikation om politik indskrænker sig ikke længere til at foregå i særlige nyhedsprogrammer. Oprah Winfreys show, Hollywoodfilm, Præsidentens mænd, The Tonight Show, Go' morgen Danmark og Aftenshowet informerer betydelige dele af befolkningen om politik (Brants 1998). Forskning i politisk kommunikation handler om at dissekere ændringerne i relationerne mellem politik, medier og borgere og i særdeleshed den rolle, som kommunikation og information spiller. Derfor handler politisk kommunikation essentielt om demokratiets kvalitet og funktionsduelighed.

## Medier og politik: forskellige forestillinger

Nyhedsmediernes spiller en så central rolle for moderne politiske systemers funktionsmåde, at de reelt må siges at udgøre en politik institution – på linje med de tre grundliggende politiske institutioner, som normativt er reguleret i alle demokratiske forfatninger: den lovgivende (Folketinget), den udøvende (regering og forvaltning) og den dømmende (domstole) magt. Selv om medierne ikke er nævnt i grundloven og derfor ikke i konstitutionel forstand udgør en institution, så er de i konkret forstand en ”fjerde” statsmagt, uden hvilken det ikke ville være muligt for de øvrige politiske institutioner at fungere. Det er gennem medierne, at befolkningen informeres om politikernes opfattelser og adfærd. Det er gennem dem, politikerne holder sig orienteret om befolkningens holdninger og synspunkter. Og det er i vid udstrækning gennem medierne, at de politiske aktører – politikere og embedsmænd på forskellige niveauer, interesseorganisationer, eksperter og domstole – informeres om hinandens gøren og laden. Vi vil i dag ganske enkelt ikke kunne forstille os et moderne demokrati uden medier.

Demokrati fordrer, at information spredes dels til borgerne, så de kan træffe frie, informerede valg, dels til beslutningstagerne, så de kan træffe beslutninger i overensstemmelse med offentlighedens ønsker; at der eksisterer en offentlighed, dvs. et forum for offentlig meningsudveksling; og at der holdes øje med magtmisbrug inden for det offentlige og andre steder i samfundet. Det er

funktioner, som varetages af medierne. Og det er funktioner, uden hvilke et moderne demokrati ikke ville kunne fungere.

Omvendt kan journalistik kun varetage disse funktioner i et demokrati, fordi demokrati er den eneste styreform, der respekterer ytringsfrihed og mediernes uafhængighed af staten. I den forstand er demokrati og journalistik gensidigt afhængige af hinanden. "Uden journalistik er der intet demokrati, men uden demokrati er der heller ingen journalistik" (Carey 1999, 51).

Trods mediernes helt afgørende rolle for det moderne repræsentative demokratis funktionsmåde har de historisk og aktuelt været forbavsende fraværende i demokratidiskussioner. Det gælder den politisk filosofiske faglitteratur. Og det gælder den læge demokratidiskussion.

Blandt de væsentligste funktioner, som massemedierne tildeles i moderne demokratier, er (se f.eks. Strömbäck 2005; Strohmeier 2004):

- Informationssortering og -præsentation
- Kommunikationsforum
- Kontrol
- Socialisation
- Dannelse og opdragelse
- Menings- og viljedannelse

### *Informationsortering og -præsentation*

Mennesket har begrænset kognitiv kapacitet til at søge og absorbere information. Samtidig er tid for det moderne menneske en knap ressource. Derfor har vi brug for, at informationskompleksiteten reduceres. Vi har brug for, at nogen sorterer for os i den uendelige strøm af information, der cirkulerer i det moderne samfund (nyhedsselektion), og videregiver den til os i lettere fordøjelig og interessant form (nyhedspræsentation). Det er det, nyhedsjournalistikken gør: Den afsøger informationsstrømmen for politisk væsentlig og nyhedsværdig information og bearbejder og videregiver denne for læsere, lyttere og seere. Når journalisten sorterer i informationsstrømmen, fungerer han som ledvogter (gate-keeper): Han bestemmer, hvilken information der formidles videre, og hvilken der ikke gør. Når han præsenterer informationen, fungerer han som formidler: Han kondenserer informationen og levendegør problemstillingen, så den bliver både fængende og let forståelig. Til at afgøre, hvad der er væsentlig og nyhedsværdig information, og hvordan man kan præsentere denne for modtagere, så det både fanger hans interesse og øger hans forståelse, er der udviklet en række journalistiske nyhedskriterier.

I repræsentative demokratier får alle politiske aktører information fra massemedierne. Der findes ingen, der ikke i et eller andet omfang får sin poli-

tiske information via massemedierne. Det gælder den brede befolkning, og det gælder den politiske elite. Derfor er den journalistiske formidlings formål løbende at oplyse borgerne om deres repræsentanternes holdninger og handlinger og repræsentanterne om den offentlige opinion. Det gør nyhedsmedierne ved at sprede nyheder, opspore baggrundsinformation, fremstille sammenhæng og tilbyde fortolkninger.

### *Kommunikationsforum*

I demokratiske massesamfund er massemedierne blevet en stadig vigtigere kanal for politisk kommunikation, som har fortrængt eller i det mindste forholdsmæssigt formindsket andre kanalers betydning. Massemedierne har for længst afløst partiavisen som kommunikationskanal mellem partiledelse og –medlemmer, vælgermøder som kommunikationskanal mellem politikere og vælgere, og parlamentet som kommunikationskanal mellem regering og opposition.

Demokrati forudsætter en offentlighed, et kommunikationsforum, hvor borgere og politikere kan udveksle holdninger og synspunkter. I det klassiske Grækenland tjente markedspladsen som forum for meningsudveksling. I dag har massemedierne denne funktion. Derfor er det vigtigt, at massemedierne giver politikerne mulighed for at præsentere deres synspunkter, retfærdiggøre deres beslutninger og søge om tilslutning til deres politik. Kun derved kan borgerne orientere sig om de politiske standpunkter og danne sig deres egen mening.

Hvis borgerne skal have mulighed for at træffe informerede valg, er det nødvendigt, at de har muligheder for at blive oplyst om relevante politikalternativer og deres konsekvenser (Dahl 1998, 86). Som kommunikationsforum må det derfor af medierne kræves, at de er kendetegnet ved pluralisme, det vil sige, at de lader alle divergerende synspunkter komme til orde (Norris 2000). Idealet er også inkluderet i statens regulering af DR og TV2, idet public service-loven indskærper, at programudbuddet skal udvise kvalitet, alsidighed og mangfoldighed, afspejle bredden og reflektere mangfoldigheden (Lovbekendtgørelse nr. 506).

### *Kontrol*

Demokratiske forfatninger bygger alle på en tillid til, at valgte repræsentanter kan regere et samfunds fælles anliggender. Men samtidig udtrykker de mistillid til magthavere. Ved i forfatninger og bindende konventioner at indskrive ytrings-, forsamlings- og trykkefrihed, valgbarhed, ejendomsret, retssikkerhed, magtdeling, menneskerettigheder, og i dansk sammenhæng en ombudsmand,

siges indirekte, at magthaverne ikke ville respektere disse fænomener, hvis de ikke var lovmæssigt bundne til at gøre det. I stedet ville de pleje deres egeninteresser.

Der er i britisk og amerikansk journalistik en lang tradition for at tildele pressen en kontrollerende funktion, som er parallel med de tre konstitutionelt fastlagte magters horisontale, kontrollerende funktion i magtadskillelses- og magtdelingslæren. Af den grund har man om pressen benyttet metaforen ”den fjerde statsmagt”. En væsentlig funktion for nyhedsjournalistikken i et demokrati er således kritisk at granske samfundets magthavere. Det kan dreje sig om de konstitutionelt fastlagte aktørers ytringer og handlinger. Men det kan også dreje sig om adfærden hos aktører, der ikke er nævnt i grundloven, men som alligevel øver indflydelse på politik, for eksempel interesseorganisationer, virksomheder eller eksperter. Det kan dreje sig om embedsmænd eller andre offentligt ansatte: Får borgerne den hjælp, de er berettiget til, og lever eksempelvis plejepersonale op til de professionelle normer, der eksisterer for pleje af ældre eller udviklingshæmmede? Det kan også dreje sig om, hvorvidt virksomheder følger lovgivningen eller sælger varer under falsk deklaration. Eller virksomheders adfærd, der bringer fællesskabet i fare, så politisk handlen bliver nødvendig, som det eksempelvis skete, da en flerårig problematisk udlånspolitik i 2009 viste sig at være ved at bringe den danske finanssektor til kollaps.

Magthaverne har aldrig været glade for at blive set efter i kortene. Derfor har lovgivningen skridt for skridt sikret større offentlighed i forvaltningen. Og borgere og journalister er flere gange blevet hjulpet af ombudsmanden og domstolene, når politikere og embedsmænd uretmæssigt har lagt hindringer i vejen for offentlighedens adgang til information.

### *Politisk socialisation*

Demokrati udviser på den ene side stærk mistillid til magthaverne: Hvis de ikke kontrolleres, vil de forfølge illegitime interesser. På den anden side er tillid nødvendig for demokratiets overlevelse, for uden tillid kan og vil borgerne ikke lade sig repræsentere. Der er altså paradoksalt nok både behov for skepsis og tillid i demokratiet.

Massemedierne får derfor medansvar for at sikre, at borgerne får tillid til demokratiet som styreform og til dets beslutningsprocedurer. Det sker blandt andet ved, at medierne medvirker til at socialisere borgerne til demokratiet. Kompetencen til at orientere sig i og handle i et demokrati er ikke medfødt. Det er noget, man må lære. Det sker gennem socialisation i en række af samfundets institutioner, eksempelvis skolen. Men det sker også, når medierne formidler demokratiets værdier og regler og rapporterer om demokratisk pro-

blemløsning. Borgerne skal eksempelvis socialiseres til at tolerere andre politiske synspunkter end deres egne som en del af det demokratiske værdigrundlag.

Socialisationen sker blandt andet ved, at massemedierne formidler de pluralistisk-demokratiske værdier og regler direkte, når de beskriver, analyserer og debatterer disse, som det eksempelvis skete i forbindelse med de sidste års danske diskussion om ytringsfrihed. Og de gør det indirekte, når de eksempelvis praktiserer den fri meningsudveksling ved at lade aktører med meget forskellige politiske standpunkter debattere med og mod hinanden. Massemedierne forventes med andre ord at medvirke til, at borgerne forstår de demokratiske værdier og gør dem til deres egne.

### *Politisk dannelse og opdragelse*

Den politiske dannelses- og opdragelsesfunktion består i at give borgerne de færdigheder, der skal til for kompetent at tage del i den demokratisk-politiske proces. Medierne bidrager til at opøve borgernes demokratiske kompetence på to måder. For det første ved at informere dem om samtlige politikken dimensioner: politiske strukturer (polity), politiske processer (politics) og politisk indhold (policy). For det andet ved at vise, hvordan borgerne kan være med til at påvirke politikken, og ved at tilskynde til, at de aktivt gør deres indflydelse gældende, i det mindste ved at deltage i valg.

### *Politisk menings- og viljesdannelse*

Direkte oversat betyder demokrati folkestyre. Det må betyde, at folket ikke er et rent akklamationsorgan, men at det faktisk er folket, der styrer, også hvis det kun sker i indirekte form. Derfor er det også massemediernes funktion at sikre, at borgerne kan danne deres egen mening om politiske forhold og kollektivt gennemsætte deres vilje - i det mindste i forbindelse med valg handlingen. At medierne har en menings- og viljesdannelsesfunktion betyder ikke, at medierne skal give borgerne en mening eller vilje, men at de skal muliggøre borgernes egen dannelse heraf. Og det forudsætter netop, at medierne formidler information og viden, og at de fungerer som kommunikationsplatform.

Hvad vi hidtil har beskæftiget os med, er det, vi har kaldt det repræsentative demokratis grundmodel. Den udgøres af de grundlæggende principper for demokratiet og for journalistikkens demokratiske funktioner, om hvilke der hersker bred enighed blandt demokratiteoretikere. I tillæg hertil stiller demokratiteoretikere ofte en række yderligere krav, hvis der efter deres opfattelse skal være tale om et *godt* demokrati. Det kan dreje sig om, hvorvidt man mener, at politikken primært styres af konkurrerende eliter, som udbyder pakker

af politik på et stemmemarked, som borgerne så vælger imellem (konkurrencedemokrati); hvorvidt man mener, at demokrati indebærer en offentlig debat, der sikrer en substantielt bedre løsning på kollektive problemer (deliberativt demokrati); eller hvorvidt man forventer, at borgerne aktivt deltager i de politiske processer (deltagelsesdemokrati). Alt efter hvad det præcist er, der bliver lagt vægt på i demokratiteorien, vil der også blive lagt forskellig vægt på journalistikkens funktioner i forhold til at få demokratiet til at fungere. (For en forbilledlig gennemgang, se Strömbäck 2005)

Diskussionen om journalistikkens demokratiske funktioner er vigtig af tre grunde. For det første vil det være de standarder, der benyttes for at vurdere, om journalistikken, som vi ser den bedrevet i det danske samfund, er god eller dårlig. Mange gange hører man folk i debatten gå skævt af hinanden, fordi de ikke klargør, hvilket demokratiideal de opererer med. Og om journalistikken er god eller dårlig afhænger altså af, hvilket ideal der opereres med. Så vi kan hjælpe debatten ved at være med til at klargøre, hvilke idealer der er tale om.

For det andet kan disse idealer være styrende for det journalistiske virke. Både for den enkelte journalist, den enkelte redaktion og for den journalistiske profession. Der har historisk været foretaget en del analyser heraf internationalt, og de er nu også begyndt at blive foretaget i dansk sammenhæng. Vi bringer i dette temanummer et eksempel på en sådan analyse.

For det tredje vil idealerne være styrende for de spørgsmål, der stilles i forskningen. Vi er jo typisk interesseret i at finde ud af, i hvilken udstrækning vort demokrati lever op til vores idealer om det gode demokrati. Det var jo sådan set det, hele Magtudredningen gik ud på. Udredningen – og dens søsterudredninger i de øvrige skandinaviske lande – udsprang af en bekymring for demokratiets tilstand. Der var i befolkningen generelt såvel som i Folketinget en bekymring for, at det danske demokrati var i forfald eller krise, og man ønskede mere systematisk, videnskabelig viden om, hvorvidt det var tilfældet, hvad det kunne skyldes, og hvad der kunne gøres. Magtudredningen måtte derfor dels klargøre de idealer, som det danske demokrati hviler på, dels undersøge, om det danske demokrati lever op til idealerne og hvorfor/hvorfor ikke. Det samme gælder for forskningen i politisk kommunikation: I hvilken grad er de forskellige idealer for den politiske kommunikation i konflikt med hinanden, og i hvilken grad er der diskrepans mellem idealerne og den virkelighed, journalisterne virker i? Det er noget af det, vi vil se på i det følgende.

## Medier og politik: den danske forskning

Dansk medieforskning har historisk set primært været gennemført ved humanistiske universitetsinstitutter. Det er der kommet meget udmærket forskning

ud af. Men det har samtidig betydet, at en række væsentlige forskningstemaer har fået begrænset opmærksomhed, for eksempel medie-jura og medieøkonomi. Det har også betydet, dels at forskningen i medier og politik har været begrænset, dels at synet på relationen mellem medier og politik har været snævert.

Det betyder ikke, at forskning i medier og politik har været helt fraværende i dansk sammenhæng. Fra slutningen af 1960'erne og mange år frem var Karen Siune en produktiv medieforsker ved Institut for Statskundskab, Aarhus Universitet, og nærmest en enmandshær i politisk kommunikation i Danmark. Hendes doktordisputats handlede om valgkampe i radio og tv (Siune 1982), og nogle af hendes internationale publikationer fra dengang citeres stadig i den internationale litteratur. Anker Brink Lund, som blev kandidat fra samme institut, skrev ligeledes disputats om danske medier (1997) og blev den første samfundsvidenskabelige professor i journalistik i Danmark. Og også ved andre samfundsvidenskabelige institutter er der blevet forsket i politisk kommunikation (eksempelvis Pedersen et al. 2000).

Selv om medie- og kommunikationsforskningsmiljøerne i Danmark organisatorisk har været placeret under de humanistiske fakulteter på danske universiteter, er der også herfra kommet forskningsmæssige bidrag vedrørende den politiske kommunikations kontekst. Det gælder eksempelvis Henrik Søndergaard (Københavns Universitet) og Frands Mortensen (Aarhus Universitet), der har forsket i public service-begrebet (Søndergaard 1999; Mortensen, 2008) og Stig Hjarvard (ligeledes Københavns Universitet), der har foretaget studier af danske tv-nyheder (Hjarvard, 1999).

At medie- og kommunikationsforskningen har haft humanistisk slagside, sætter sig institutionelt spor den dag i dag. I forbindelse med ændringen af forskningsrådssystemet i 2004 blev de statslige forskningsråd reorganiseret og givet nye navne. Det daværende Statens Samfundsvidenskabelige Forskningsråd (i dag Forskningsrådet for Samfund og Erhverv) gjorde indsigelse mod forslaget om at omdøbe Statens Humanistiske Forskningsråd til Forskningsrådet for Kultur og Kommunikation, idet navnet – fejlagtigt – ville signalere, at kommunikation primært er en humanistisk videnskabsdisciplin. Det sker desværre stadig, at det danske forskningspolitiske system overser den samfundsvidenskabelige kommunikationsforskning, herunder politisk kommunikation.

Tingene er imidlertid ved at ændre sig positivt. Den danske magtudredning, som udarbejdedes i årene 1997-2004, satte fokus på medierne i et omfang, der ikke tidligere var set i dansk statskundskab, og var med til markant at øge interessen for forskningsfeltet. Magtudredningen udgav syv bøger, i hvilke et hovedfokus var rettet mod medier og politik: mediernes behandling af indvandrere (Madsen 2000; Togeby 2004) og vold (Laursen 2001), mediernes brug

af eksperter (Albæk, Christiansen & Togeby 2002; Albæk 2004), mediernes påvirkning af den politiske dagsorden (Lund 2004) og mediernes iscenesættelse af politik (Philips & Schrøder 2004). Medierne indgik også i betydeligt omfang i en række af Magtudredningens øvrige publikationer, herunder hovedrapporten, hvis kapitel 7 bar titlen ”På mediernes betingelser” (Togeby et al. 2003).

I kølvandet på magtudredningen har en ny generation af forskere ved danske universiteters statskundskabsinstitutter efter udenlandsk forbillede sat fokus på forskning i politisk kommunikation. Ligeledes er der kommet gang i forskningen i politisk kommunikation hos de to journalistikforskningsmiljøer, der opstod, da man lagde en journalistikkuddannelse på henholdsvis RUC og Syddansk Universitet i 1998, ligesom forskningen er blevet styrket ved Danmarks Medie- og Journalisthøjskole. Der arbejdes i dag med teorier, metode og data, som ikke tidligere var almindelige i dansk forskning i politisk kommunikation, eksempelvis eksperimentelt forskningsdesign, longitudinale data (dvs. data, der strækker sig over lang tid) og komparative data (herunder data fra forskellige lande), og der publiceres i nogle af verdens førende tidsskrifter i statskundskab, politisk kommunikation og journalistik. Udviklingen afspejler sig også institutionelt. Der etableredes i 2006 et dansk tidsskrift i journalistikforskning, *Journalistica*. Årsmødet i Dansk Selskab for Statskundskab var i 2006 helliget temaet ’Medier, eksperter og politologien’, og da man i 2009 gik over til at organisere årsmødet i workshopformat, handlede et par af mødets workshops om politisk kommunikation. Den deltagermæssigt største workshop ved konferencen i Nordisk Statskundskabsforbund i 2008 handlede om politisk kommunikation. Og det gør også dette temanummer om medier og politik i det politologiske tidsskrift *Politica*.

## Medier og politik: Temanummeret

Dette temanummer præsenterer resultater fra fire empiriske undersøgelser af danske forhold, som samlet giver eksempler på de overordnede relationer, der undersøges i forskningen i politisk kommunikation: Mediernes omgivelser og produktionsbetingelser (in casu: de politiske journalisters rolleopfattelser), over medieindhold (tv-dækning af valgkampe) til medieeffekter (i forhold til den politiske dagsorden og i forhold til vælgerne).

Den første artikel om ”Korrespondent bag ’Borgens’ beskyttende mure: Den danske politiske journalist og kommercialiseringen” af Arjen van Dalen og Morten Skovsgaard (begge SDU) tager udgangspunkt i mediernes rolle i et demokrati. Selv om en avis eller en nyhedsudsendelse bliver sat sammen med bidrag fra mange forskellige slags journalister, som komplementerer hinanden,



spiller gruppen af politiske journalister en nøglerolle for mediernes medierende rolle i demokratiet. Undersøgelsen viser, at de politiske journalister har en særlig placering i det journalistiske hierarki, som giver dem mere redaktionel frihed og mere beskyttelse fra det kommercielle pres end andre journalister. På baggrund af deres særlige, medierende rolle i demokratiet har de også brug for mere troværdighed. De politiske journalister synes at være opmærksomme på, at de har brug for at legitimere sig selv ved hverken at udøve direkte indflydelse på den politiske sfære, at sætte den politiske dagsorden eller at være hyperkritiske.

Den anden artikel, "Hvem er medierne i lommen på? Tv-nyhedernes dækning af politikere og emner i folketingsvalgkampe" af David Nicolas Hopmann og Christian Elmelund-Præstekær (begge SDU), præsenterer den hidtil mest omfattende empiriske analyse af tv-nyhedernes dækning af folketingsvalgkampe i perioden 1994-2007. På baggrund af en kort diskussion af de krav, der kan stilles til mediernes dækning, analyseres, hvilke partier der dominerer i nyhedsdækning, hvilke emner der diskuteres, hvordan indslag vinkles - og hvordan DR og TV2 adskiller sig fra hinanden i deres dækning. Konklusionen er, at journalister synes at handle på baggrund af professionelle kriterier for, hvad der er nyhedsværdigt, uden tegn på en intenderet favorisering af bestemte partier.

Den tredje artikel, "Medierne og den politiske dagsorden: En tango med fører?" af Christoffer Green-Pedersen & Rune Stubager (begge AU), sætter fokus på samspillet mellem henholdsvis mediernes og politikernes dagsorden ved at kode radioaviser gennem 20 år og sammenholde disse med parallelle kodninger af de politiske partiers dagsorden (målt gennem folketingsdebatter, spørgsmål til ministrene mv.). Resultaterne peger i tråd med den internationale forskning på to faktorer, der betinger samspillet mellem mediernes dagsorden og den politiske dagsorden. Den ene er, hvilke emner det drejer sig om. Den anden er, hvilke emner særligt oppositionens politikere ønsker at tale om. Hvis medierne tager sådanne emner op, så vil politikerne følge op med opmærksomhed.

Den fjerde og sidste artikel, "Framing og politiske partier: Kan den rette indpakning gøre politiske forslag mere spiselige?" af Rune Slothuus (AU), undersøger, hvad det betyder, at kilderne i en nyhedshistorie typisk er repræsentanter for politiske partier – som læsere og seere i sig selv kan have positive eller negative holdninger over for. Baseret på en eksperimentel undersøgelse med et repræsentativt udsnit af den danske befolkning undersøger artiklen effekten af alternative mediebudskaber, fremført af et politisk parti. Designet er nyskabende ved at undersøge effekten af et partis budskaber over tid og i samspil med andre nyhedshistorier. Undersøgelsen kan dermed foretage en usædvanlig stærk test af betydningen af en histories vinkel ved at undersøge, om et parti

– ved at lægge den rette vinkel på en sag – også kan overbevise andre partiers vælgere. Samtidig belyses det, hvordan effekten af en nyhedshistorie fremmes eller begrænses af den øvrige nyhedsstrøm.

Samlet giver de fire artikler et godt billede af den samfundsvidenskabelige forskning i politisk kommunikation i Danmark. Denne forskning dækker både produktionsforhold, journalistiske processer, medieindhold og mediernes betydning for den offentlige opinion, og dermed er der kridtet op til en ny generation af samfundsvidenskabelig forskning i politisk kommunikation, hvor statskundskaben, journalistforskningen og kommunikationsforskningen kan mødes.

## Noter

1. Dele af de historiske betragtninger stammer fra De Vreese (2006).
2. Som adskillige debatter i litteraturen vidner om, for eksempel mellem Kees Brants og Jay Blumler om infotainment og mellem Markus Prior og Matt Baum om 'soft news', så er relationen mindre enkel end den, vi har gengivet her (jf. Baum (2003); Blumler (1999); Brants (1998); Prior (2003)).

## Litteratur

- Albæk, E. (2004). *Eksperter kan være gode nok, men...: Om fagkundskabens politiske vilkår i dansk demokrati*. Magtudredningen. Århus: Aarhus Universitetsforlag.
- Albæk, E., P.M. Christiansen & L. Togeby (2002). *Eksperter i medierne: Dagspressens brug af forskere 1961-2001*. Magtudredningen. Århus: Aarhus Universitetsforlag.
- Baum, M.A. (2003). *Soft News Goes to War: Public Opinion and American Foreign Policy in the New Media Age*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Blumler, J. (1999). "Political Communication Systems All Change: A Response to Kees Brants." *European Journal of Communication*, 14(2): 241-249.
- Brants, K.L.K. (1998). "Who's Afraid of Infotainment?" *European Journal of Communication*, 13: 315-335
- Dahl, R.A. (1989). *Democracy and its critics*. New Haven, Yale University Press.
- Hjarvard, S. (1999). *TV nyheder i konkurrence*. København: Samfundslitteratur.
- Klapper, J. (1960). *The Effects of Mass Communications*. New York: Free Press.
- Lazarfeld, P.F., B. Berelson, & H. Gaudet, (1944). *The People's Choice*. New York: Columbia University Press.
- Lasswell, H. (1927). *Propaganda Technique in the World War*. New York: Alfred Knoff.
- Laursen, S. (2001). *Vold på dagsordenen*. Magtudredningen. Århus: Aarhus Universitetsforlag.

- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. New York: Harcourt Place.
- Lund, A.B. (2004). *Den redigerende magt: Nyhedsinstitutionens politiske indflydelse*. Magtudredningen. Århus: Aarhus Universitetsforlag.
- Madsen, J.G. (2000). *Mediernes konstruktion af flygtninge- og indvandrerspørgsmålet*. Magtudredningen. Århus: Aarhus Universitetsforlag.
- Mortensen, F. (2008). *Public service i netværkssamfundet*. København: Samfundslitteratur.
- Norris, P. (2000). *A Virtuous Circle. Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Philips, L. & K. Schrøder (2004). *Sådan taler medier og borgere om politik: En diskursanalytisk undersøgelse af politik i det medialiserede samfund*. Magtudredningen. Århus: Aarhus Universitetsforlag.
- Patterson, T.E. (1993). *Out of order*. New York: Alfred A. Knopf.
- Pedersen, O.K., P. Kjær, A. Esmark, M. Holst & E.M. Karlsen (2000). *Politisk journalistik*. Århus: Forlaget Ajour.
- Prior, M. (2003). "Any Good News in Soft News? The Impact of Soft News Preference on Political Knowledge." *Political Communication*, 20 (2): 149-171.
- Siune, K (1982). *Valgkampe i tv og radio*. Århus: Politica.
- Strohmeier, G (2004). *Politik und Massenmedien*. Baden-Baden: Nomos.
- Strömbäck, J. (2005). "In Search of a Standard: four models of democracy and their normative implications for journalism." *Journalism Studies*, 6: 331-345.
- Søndergaard, H. (1999). "Some reflections on public service broadcasting". *Nordicom Review*, 20.
- Togeby, L., J.G. Andersen, P.M. Christiansen, T.B. Jørgensen & S. Vallgård (2003). *Magt og demokrati i Danmark: Hovedresultater fra Magtudredningen*. Magtudredningen. Århus: Aarhus Universitetsforlag.
- Togeby, L. (2004). *Man har et standpunkt: Om stabilitet og forandring i befolkningens holdninger*. Magtudredningen. Århus: Aarhus Universitetsforlag.
- Trenaman, J. & D. McQuail, (1961). *Television and the political image*. Methuen & Co
- de Vreese, C.H. (2006). *Ten observations*. Inaugural lecture: Amsterdam University.

Arjen van Dalen og Morten Skovsgaard

## Korrespondent bag 'Borgens' beskyttende mure: Den danske politiske journalist og kommercialiseringen

Det stigende kommercielle pres på mediemarkedet i både Danmark og udlandet har ført til bekymringer om journalistikkens demokratiske rolle. I diskussionerne om, hvordan nedskæringer i budgettet og stigende konkurrence påvirker journalisternes arbejde, bliver forskellen mellem politiske journalister og andre journalister generelt ignoreret. Mens politiske journalister, som arbejder på Christiansborg, udfylder en top-down funktion ved at rapportere fra de politiske institutioner til borgerne, udfylder andre journalister en bottom-up funktion, som sikrer, at borgernes bekymringer og holdninger høres i den offentlige debat og kommer ind i den politiske sfære. Denne artikel argumenterer for, at Christiansborg-journalisterne er mindre påvirkede af det kommercielle pres end andre journalister, da deres arbejde har lave omkostninger og samtidig er en måde for medierne at 'brande' sig på. Repræsentative spørgeskemaundersøgelser blandt Christiansborg-journalister og andre danske journalister, der beskæftiger sig med samfundsmæssige anliggender, viser, at Christiansborg-journalisterne er mindre påvirkede af profit-pres end de øvrige journalister. En styrkelse af redaktionerne ved parlamentet har negative normative konsekvenser for journalistikken set fra et deltagelsesdemokratiske perspektiv.

Mediernes demokratiske funktioner står centralt i diskussionerne om journalisters rolle i samfundet (eks. Strömbäck 2005; McNair 2009). Disse demokratiske funktioner er nedfældet i juridiske tekster (Graber 2003), etiske kodeks (Sonnenberg 1997) og i hensigtserklæringer fra aviser og public service-130 medier. Journalistik er den primære mediator mellem offentligheden og det politiske system i et demokratisk samfund, hvor borgerne har brug for en lind strøm af information, for at de reelt er frie og selvstyrende (Kovach & Rosenstiel 2001, 12; Mazzoleni & Schultz 1999). Journalister refererer samtidig til deres demokratiske rolle for at retfærdiggøre deres handlinger og krav om frihed og autonomi i deres arbejde. Med Careys (1997, 332) ord giver det mening at forstå "journalistik som et andet ord for demokrati".

I de senere år har mange udtrykt bekymring for, hvordan den journalistiske profession bliver påvirket af det øgede kommercielle pres på medierne (f.eks. McManus 2009; Rolland 2009). Kritikerne frygter, at journalisternes frihed til og mulighed for at udføre deres arbejde vil blive begrænset af, at de har færre ressourcer til rådighed. På den baggrund sætter de spørgsmålstegn ved pressens evne til at udfylde dens demokratiske rolle.

Men i diskussionen omkring kommercialiseringens indflydelse på journalistikken glemmer mange forskellen mellem Christiansborg-journalister og andre journalister, som også dækker samfundet, men ikke dækker politik fra et institutionelt perspektiv. Som de primære formidlere af den institutionelle politik er Christiansborg-journalisterne den mest synlige og umiddelbare forbindelse mellem politikere og borgere. Baseret på deres specialviden og deres tætte kontakt til politikerne er de i en særlig position til at formidle information om regeringens beslutninger, politikernes holdninger og handlinger samt om nationale valgkampe. De arbejder i det, der i engelske termer kaldes det politiske 'beat', som er blevet betegnet som den mest hellige del af journalistikken på grund af dens åbenlyse og tætte forbindelse med demokratiet. Den position giver de politiske journalister prestige internt i professionen, men placerer dem også lige i skudlinjen, når kritikerne finder deres våben frem og tager sigte.

I denne artikel argumenterer vi for, at de politiske journalister, der intenst dækker Christiansborg, på baggrund af deres særlige position er skærmet mere fra det kommercielle pres end de øvrige journalister.<sup>1</sup> Det har implikationer for den rolle, medierne og journalistikken spiller i demokratiet. Det kommercielle pres styrker en top-down kommunikation fra politikere til borgere på bekostning af en bottom-up kommunikation fra borgere til politikere. Spørgeskemaundersøgelser blandt Christiansborg-journalisterne og andre journalister bekræfter, at kommercielt pres og konkurrence påvirker de politiske journalister forskelligt i sammenligning med andre journalister.

## Journalisters top-down and bottom-up funktioner i demokratiet

Christiansborg-journalister er prototypen på journalister, der arbejder på et såkaldt 'beat', hvor de er placeret ved den institution, de dækker, og hvor de dækker "a specific and bounded turf" (Gans 1979, 131). I Storbritannien bliver de generelt kaldt politiske reportere, mens de i USA bliver benævnt politiske korrespondenter. Det fremhæver, at deres hovedfunktion er at formidle information om, hvad der foregår i de demokratiske institutioner. Derudover kan de holde politikerne ansvarlige ved at skrive om magtmisbrug eller stille kritiske spørgsmål under interview eller pressekonferencer (Clayman et al. 2007).

Nyhedsmediernes organisering med journalister ansat ved faste 'beats' i forbindelse med offentlige institutioner bliver kritiseret for, at nyhedsmediernes på den måde mister modtagernes perspektiv og ikke udfylder deres rolle som mediatorer for den offentlige mening (Graber 2003) eller deres rolle som kritiske vagthunde (Gaber 2009).

I Danmark har de politiske journalister kontorer side om side med politikerne ved parlamentet på Christiansborg, de møder hinanden på gangene og spiser indimellem i den samme kantine. Schudson (2003, 145) har betegnet forholdet som en "common social world". I Danmark har den tidligere Christiansborg-journalist og kommunikationsrådgiver for Det Konservative Folkeparti, Niels Krause-Kjær (2003), betegnet det intime arbejdsmiljø som en "politisk landsby". De tætte relationer har fået kritikere til at udtrykke en bekymring over, at journalisterne arbejder så tæt sammen med politikerne, at de kommer til at identificere sig med dem (Gans 1979). Og som udtrykt af Ferenczi (i Schudson 2003, 145): "There is a real danger for democracy here: namely, that journalists and politicians, because they are so closely linked, have their own narrow idea of what the media should cover... and ignore the interests of the people."

Journalisternes tætte kontakter med politikerne fremstår endnu mere problematiske, når man tager i betragtning, at feedback fra deres modtagere er sjælden (Hess 1981, 12). Kritikere peger på, at journalisterne bliver insiders i den politiske proces, at de kopierer politikernes måde at tale på, og at de anvender de samme fortolkende frames. I Storbritannien blev de politiske reportere fra lobbyen ved Westminster kritiseret for ikke at være dem, der afslørede historien om politikernes overforbrug af offentlige penge til personlige formål. Det var undersøgende journalister uden for lobbyen, der måtte grave den historie frem. Det har ledt til konklusionen, at skandalen "has provided a timely reminder of what this cloying closeness can lead to and how out-of-touch both MPs, and the journalists who report on them, have become" (Gaber 2009, 496; Hencke 2009).

Dette brud på kommunikationslinjen fra borgere til politiske journalister gør det ekstra tydeligt, at journalisterne på det politiske 'beat' primært tjener en top-down funktion. De formidler politikernes handlinger og holdninger - og hvis kritikken er korrekt: politikernes perspektiv - til borgerne og ikke den anden vej rundt i en bottom-up tilgang. Derfor tjener de øvrige journalister en væsentlig demokratisk funktion, selvom de politiske reportere er den mest åbenlyse forbindelse mellem politikerne og offentligheden. De sørger for, at borgernes bekymringer og meninger bliver inkluderet og repræsenteret i den offentlige sfære, hvilket vil sige, at de anvender en bottom-up tilgang (Graber

2003). På den måde fungerer de også som politikernes øjne og ører, der dækker væsentlige offentlige anliggender, som lokalpolitik, kriminalstof og erhverv. Ved at rapportere om utilfredshed blandt borgere eller problemer på plejehjem, skoler eller lignende bringer medierne nye problemer på den politiske dagsorden. Senere kan journalisterne følge op med reportager og baggrundsartikler om, hvordan politiske forslag blev implementeret, og hvilken effekt de har haft.

Journalister, der arbejder på det politiske 'beat', giver medieorganisationerne vigtige økonomiske fordele. Det er en temmelig billig måde at organisere sin nyhedsdækning, fordi der er sikkerhed for en forholdsvis stabil strøm af information, som kan skabe nyheder. Og netop de økonomiske overvejelser er blevet mere vigtige siden begyndelsen af det 21. århundrede. Den potentielle risiko er altså, at en top-down tilgang, hvor kommunikationen medieres fra politikere til borgere, vil blive styrket på bekostning af en bottom-up tilgang, hvor borgernes bekymringer bliver bragt ind i den politiske sfære. Netop derfor bliver det ekstra vigtigt at undersøge, hvordan det kommercielle pres påvirker de to grupper af journalister, da begge grupper tjener vigtige demokratiske funktioner.

## Kommercialiseringens polariserende effekt

Selvom de klassiske medier altid har haft både økonomiske mål og politiske eller samfundsmæssige mål, er kravet om profit steget stejlt gennem de sidste årtier af det 20. århundrede (Hallin & Mancini 2004, 290). Udviklingen skyldes en række faktorer som blandt andet åbningen af tv-markederne for kommercielle stationer, hvilket brød public service monopollet i mange lande (Kelly, Mazzoleni & McQuail 2004).

I Danmark blev Danmarks Radios monopol brudt i 1988 ved introduktionen af den reklamefinansierede TV2, som dog er statsejet og underlagt public service-forpligtelser. De danske tv-stationer fik en række konkurrenter i tv-stationer med internationale nyheder på programmet, som blev introduceret via satellit. Derudover er en række gratisaviser skudt op inden for det seneste årti, om end nogle igen er lukket. Aviserne er for norges vedkommende blevet inkluderet i større konglomerater med et mere udtalt ønske om profitfokus, samtidig med at oplagstallene for de fleste aviser har været støt faldende over det seneste årti. Disse udviklinger er langt fra unikke for Danmark (f.eks. McManus 1994; Rolland 2009 for Norge). Danmark hører også til blandt de lande, der har den største udbredelse af internettet i befolkningen, hvilket også øger konkurrencen, fordi de fleste danskere ad den vej har hurtig og nem adgang til information. Tilsammen har disse tendenser ført til, at medievirksomheder i højere grad ledes baseret på målet om profit.<sup>2</sup>

På trods af den mulige positive effekt af kommercialisering<sup>3</sup> er de fleste forskere enige om, at når omkostningerne beskæres og presset for profit stiger, så leder det til færre ressourcer til journalisterne. Aviser er nødt til at skære i omkostningerne ved at reducere redaktionen og i stedet forlade sig på eksterne kilder såsom nyhedsbureauer og freelancere (Neveu 2002, 35). Journalisterne må skrive flere artikler per person (Lund et al. 2009), og et stigende antal journalister arbejder på kortfristede kontrakter eller på freelancebasis. Selvom dommedagsprofetier oftest høres i det liberale mediesystem som Storbritannien og USA (McManus 2009; Baker 2002), så har der også i de nordiske lande været rejst bekymringer omkring kommercialisering (se Rolland 2009 for Norge; Wadbring 2007 for Sverige).

Vi argumenterer for, at presset for at skære i omkostningerne har en polariserende effekt på journalister, der arbejder på det politiske 'beat', og journalister, der arbejder andre steder. Mens de øvrige journalister bliver påvirket negativt i forhold til friheden til at udføre deres arbejde, er de politiske journalister i kraft af deres særlige position skærmet fra disse pres og kommer måske endda styrket ud af situationen. På baggrund af de forskellige omkostninger forbundet med at samle og rapportere nyhederne forventer vi, at kommercialiseringen af medierne påvirker andre journalister mere end de politiske reportere ved parlamentet. Allern (2002, 144) sammenfatter de forskellige omkostninger ved journalistik således:

“Cheapest are items based on rewrites of press releases, reports from press conferences and other situations where news sources serve information on a silver platter. Somewhat more demanding of time and effort – and therefore more costly – are follow-ups of stories that have already broken, e.g., contacting alternative sources for comment on some political initiative or statement to the press by a news source. If the news desk relies heavily on news of its own making – following up tips, developing its own reportage ideas and putting research into a solid background article – its costs will be high. Even more costly are investigative reporting and series”.

I sammenligning med den journalistik, som skal skabes gennem egne ideer og en længere researchproces, er den politiske rapportering fra Christiansborg relativt billig. Som svar på det stigende pres for profit kan det på grund af de relativt lave omkostninger betale sig at styrke det politiske 'beat' på bekostning af andre journalister. De politiske journalister kan levere en stadig strøm af nyheder, som generelt bliver betragtet som nyhedsværdige. Samtidig bliver de politiske nyheder om de folkevalgte betragtet som et vigtigt område, fordi



det er en måde for medierne at 'brande' sig selv på, som det er beskrevet i Storbritannien (McNair 2000, 201-2). Også i Danmark er national politik et af de største journalistiske fokuspunkter, og selv når et emne ikke er opstået i en politisk kontekst, bliver politikere ofte trukket ind i historierne for at kommentere (Blach-Ørsten & Bro 2009). Nogle argumenterer for, at den udbredte dækning af det politiske felt som et strategisk spil om magten gør det muligt for journalisterne ved det politiske 'beat' at skrive artikler om forskellige emner uden at bruge for meget energi på tidskrævende research (f.eks. Fallows 1997). Ligesom i Storbritannien har de danske nyhedsmedier styrket den politiske dækning i de senere år. Eksempelvis skiftede TV2 News fokus mod mere politik og økonomi efter at have været i luften i et år.

*Hypotese 1: Christiansborg-journalister føler mindre indflydelse fra kommercielt pres i deres daglige arbejde, end andre journalister gør.*

Den største indflydelse, som Christianborg-journalister føler på baggrund af det ændrede medielandskab, kommer måske slet ikke fra det kommercielle pres, men nærmere fra en stigende konkurrence. Selvom det kan virke som to sider af samme sag, kan konkurrencen også ses som et udtryk for, at journalisterne vil skaffe den bedst historie bedre og gøre det bedre bedre end konkurrenterne. Derved bliver konkurrencen en del af journalisternes professionelle identitet (Cook 1998).

Konkurrencen er særlig eksplicit for journalister, som arbejder på et 'beat', som i dette tilfælde det politiske. De er i tæt kontakt med hinanden og deres kilder, og de følger mere eller mindre de samme emner. Timothy Crouses (1973) berømte fortælling om den amerikanske præsidentkampagne i bogen *Boys on the Bus*, afslørede de sociale processer, som finder sted, når en gruppe journalister følger en politiker. Et begreb, der er blevet kendt under navnet 'pack journalism', noget som på dansk bedst kan oversættes med lemminge-effekten, hvor, i ekstreme tilfælde, alle løber hovedløst efter det samme mål (og måske løber ud over skrænten?). Ifølge Schudson taler man om 'pack journalism', når en enkelt vigtig kilde kan samle pressen og få deres konstante opmærksomhed. Når journalister optræder i flok (Frank 2003, 444) har de tendens til at rapportere fra samme vinkel og udtrykke de samme holdninger (Schudson 2003, 139). Tunstall (1970) beskriver 'beat'-reporternes relation med deres ligestillede som et forhold mellem 'konkurrent-kolleger'.

Selv når de konkurrerer om et journalistisk scoop, vil de gerne sikre sig, at den historie, som de afslører, også fanger de andre journalisters opmærksomhed og interesse. De er fanget mellem ønsket om en solohistorie og en relation

til deres konkurrenter, som kan lede til konsensus i nyhedsdækningen. Som Tunstall skriver: "Competition comes to mean getting the same story as the competitors, but getting it earlier and in more detail" (Tunstall 1970, 96). Det attraktive ved at få en solohistorie kan blive overskygget af frygten for at få en forkert historie (Sparrow 1999). Journalister overvåger til stadighed deres konkurrenter for at sikre sig, at de ikke går glip af vigtige historier og også for at sikre sig, at den historie, de selv arbejder på, vil blive samlet op af andre medier. Politiske reportere i Washington har erkendt, hvor hårdt og risikofyldt det er for en politisk journalist at bringe en helt ny solohistorie op: "We enjoy being ahead of our rivals, but not too far ahead" (ABC News's Ted Koppel i Sparrow 1999, 64). Vi forventer på samme måde, at de danske Christiansborg-journalister, fordi de er i daglig kontakt med de samme konkurrent-kolleger, føler mere konkurrence-pres i deres hverdag end andre journalister, og det leder os til følgende hypotese:

*Hypotese 2: Christiansborg-journalister føler mere konkurrencepres end andre journalister gør.*

## Metode

Vi har argumenteret for, at Christiansborg-journalister har en speciel position i den journalistiske profession og derfor oplever mindre kommercielt pres end andre journalister. Vi har også argumenteret for, at de samtidig føler en højere grad af konkurrence i deres daglige arbejde, fordi de møder deres kolleger fra konkurrerende medier på nabokontorerne, på gangene eller i kantinen.

Vi undersøger dette med udgangspunkt i to spørgeskemaundersøgelser: en blandt den generelle population af danske journalister og en blandt medlemmerne af presselogen på Christiansborg. Presselogen stillede navne og kontaktoplysninger på sine medlemmer til rådighed. Populationen inkluderer journalister, som arbejder for radio- og tv-stationer, aviser, nyhedsbureauer og onlinemedier. Vi ringede til redaktionerne for at opdatere listerne og endte med en population på 96 Christiansborg-journalister. De modtog spørgeskemaet både via posten og e-mail i begyndelsen af december 2007. 74 procent af de politiske journalister, som blev kontaktet, udfyldte spørgeskemaet. Svarprocenten er relativt høj i forhold til lignende spørgeskemaundersøgelser blandt politiske journalister (Patterson & Donsbach 1996). Der er overensstemmelse mellem sammensætningen af den gruppe journalister, der har svaret, og hele populationen af politiske journalister, når det gælder, hvilket medie de arbejder for.

Christiansborg-journalisterne bliver sammenlignet med andre journalister, der arbejder med samfund og politik, men ikke med udgangspunkt i Christi-

ansborg. Disse journalister er udvalgt fra en spørgeskemaundersøgelse blandt populationen af danske journalister. Den generelle population af journalister er defineret som dem, der producerer redaktionelt journalistisk indhold. Journalister, der arbejder som kommunikationsrådgivere eller i public relations, er således ikke inkluderet i populationen. Populationen er operationaliseret med hjælp fra Dansk Journalistforbund, som efter eget udsagn organiserer omkring 90-95 procent af de relevante journalister. Med udgangspunkt i kategoriseringen af deres medlemmer kunne vi via e-mail sende spørgeskemaet ud til 5519 journalister i begyndelsen af juni 2009.

På grund af forkerte eller ikke-fungerende e-mail-adresser kom 664 spørgeskemaer retur uden at nå modtageren, mens andre 327 modtagere viste sig ikke at tilhøre populationen. 2008 svarede på spørgeskemaerne. Det resulterer i en svarprocent på 44,3<sup>4</sup>, hvilket er tilfredsstillende i sammenligning med tilsvarende store undersøgelser i andre lande (Weaver 1998). Ved hjælp af oplysninger fra journalistforbundet var det muligt at sammenligne den gruppe journalister, der svarede på spørgeskemaet, med den gruppe, der ikke svarede. Analysen viser, at de to grupper generelt er ens på variable som type af medie, de arbejder for, geografisk placering og alder. Der er en lille overvægt af kvinder i vores sample, men forskellene mellem de to grupper er generelt så små, at det ikke giver problemer for fortolkningen af resultaterne.

Da populationen af danske journalister også indeholder politiske journalister, har vi for at undgå 'gængangere' sorteret respondenter fra ved hjælp af et spørgsmål, der måler, i hvor høj grad den enkelte journalist har national politik som sit stofområde. Vi har sorteret de 29 journalister fra, som har svaret, at de udelukkende beskæftiger sig med national politik. For at sikre os yderligere mod overlap matchede vi e-mail-adresserne på respondenterne i de to spørgeskemaundersøgelser og fandt fem gængangere, som blev slettet fra datasættet med de generelle journalister. Vi har taget de journalister med, som på en skala fra nul til seks, hvor tre er midterpunktet, har angivet med mindst et tretal, at de dækker et af de følgende stofområder: lokalpolitik, national politik, kriminalstof eller erhverv. På den måde sorterer vi de journalister fra, som primært arbejder med sport, underholdning, livsstil eller kultur. Derved bliver sammenligningen mere relevant i sammenhæng med journalisternes demokratiske funktion. Det resulterede i et endeligt sample på 1548 journalister.

Begge grupper af journalister svarede på spørgsmål om deres demografiske baggrund, rolleopfattelser og deres følelse af kommercielt pres og konkurrencepres.

## Resultater

### *Roller*

Før vi tester vores hypoteser, sammenligner vi rolleopfattelserne for de to grupper af journalister. I forhold til journalistikkens funktion som et medierende led mellem borgere og politikere har vi argumenteret for, at Christiansborg-journalister i forhold til andre journalister tjener en top-down funktion, det vil sige information fra politikere til borgere, mens andre journalister i højere grad tjener en bottom-up funktion, hvor der går information fra borgerne til politikerne. Derfor har vi undersøgt, hvordan journalisterne ser deres egen funktion i samfundet ved at spørge til de tre roller, man normalt forbinder med journalistikken i demokratiet, nemlig den informerende funktion, den kritiske vagthund-funktion og den offentlige forum funktion (tabel 1).

Resultaterne viser en markant forskel mellem de politiske reportere og de øvrige journalister på de to spørgsmål, der omhandler det offentlige forum-funktionen. Mens 84 procent af de generelle journalister finder det "vigtigt" eller "meget vigtigt" at give almindelige mennesker en chance for at udtrykke deres holdninger til offentlige anliggender, gælder det kun for 34 procent af de politiske journalister. Og mens næsten hver fjerde af de generelle journalister finder det "vigtigt" eller "meget vigtigt" at være talerør for bestemte grupper i samfundet, er det samme tilfældet for blot 9 procent af de politiske journalister.

Derudover ser det ud til, at de politiske reportere er mere passive i deres rolleopfattelse end deres kolleger uden for Christiansborg. I sammenligning med de generelle journalister er det en mindre andel af de politiske journalister, der finder det vigtigt at analysere og fortolke komplekse emner, og de lægger noget mindre vægt på at sætte den politiske dagsorden, end det er tilfældet for de generelle journalister.

Disse resultater er på linje med Gaber (2009), som kritiserer, at journalister på det politiske 'beat' er mindre kritiske over for politikere, end det er tilfældet for andre journalister. En mere positiv fortolkning af resultaterne kan være, at de politiske journalister er opmærksomme på den potentielle indflydelse, de har på den politiske proces i kraft af deres position som de primære formidlere af politiske begivenheder. En anden fortolkning kan være, at medlemmerne af presseløgen er vant til konstante interessekonflikter og forskellige ideologiske bud på, hvordan virkeligheden ser ud. Den daglige konfrontation med forskellige udlægninger af virkeligheden kan gøre dem mindre tilbøjelige til selv aktivt at tage stilling og påvirke den politiske dagsorden, hvilket vil resultere i, at de sammenlignet med de øvrige journalister er mere passive i deres rolleopfattelse.

Table 1: Journalisters rolleopfattelser (pct. ”vigtigt” eller ”meget vigtigt”)

	Christiansborg-journalister	Øvrige journalister
Informativ formidler		
Få informationer hurtigt videre til offentligheden	93	90
Analysere og fortolke komplekse problemer	86	98
Vagthund		
Undersøge påstande og udsagn, der kommer fra regeringen	94	96
Sætte den politiske dagsorden	34	64
Forum for debat		
Give almindelige mennesker en chance for at udtrykke deres holdninger til offentlige anliggender	34	84
Være talerør for bestemte grupper i samfundet	9	24
Laveste N	70	1456

Table 2: Journalistisk frihed til at vælge historier og vinklingen af historierne (pct. journalister, der svarer i hver kategori)

	... vælge historier		... vinkle historier	
	Christiansborg-journalister	Øvrige journalister	Christiansborg-journalister	Øvrige journalister
Ingen frihed	0	1	0	1
Nogen frihed	11	15	3	12
Ret stor frihed/ En høj grad af frihed	50	42	35	42
Næsten fuldstændig frihed	39	42	62	45
	100%	100%	100%	100%
N	70	1163	71	1163

## Indflydelse fra kommerialisering

Sammenligningen af rolleopfattelserne viste, at Christiansborg-journalisterne har en mere passiv rolleopfattelse end andre journalister og sætter top-down rollerne over bottom-up rollerne. Vi ser nu på vores hypoteser om, i hvilken grad det kommercielle pres og konkurrencepresset har indflydelse på Christiansborg-journalisterne og de øvrige journalisters daglige arbejde.

Vi spurgte journalisterne, hvor stor frihed de har til at vælge de historier, de arbejder med, og hvor stor frihed de har til at vælge vinkel (tabel 2).<sup>5</sup> Som forventet føler medlemmerne af Christiansborgs presseløge sig mere frie til at vælge vinklingen af deres historier end andre journalister. Opfattelsen af frihed til at vælge historier er mere lige mellem de to grupper, hvilket måske kan forklares med de mange begivenhedsdrevne historier, som de politiske journalister uden diskussion skal dække.

Den skærpede konkurrencesituation på mediemarkedet har resulteret i et kommercielt pres, som potentielt begrænser journalisters frihed. I den første hypotese forventede vi, at Christiansborg-journalisterne føler mindre kommercielt pres end deres kolleger andre steder (tabel 3). Resultaterne viser, at de politiske journalister føler, at læser-, seer- og lyttertal har mindre indflydelse på deres daglige arbejde, end det er tilfældet for de øvrige journalister.<sup>6</sup> På en skala fra 0= "ingen indflydelse" til 10= "meget stor indflydelse" scorer de politiske journalister i gennemsnit 3,3, mens de øvrige journalister scorer 4,8. En independent samples t-test viser, at forskellen er signifikant på 0,001 niveauet.

Det samme gør sig gældende for indflydelse fra aktionærer og ejere og fra annoncører. Medlemmerne af Christiansborgs presseløge scorer i gennemsnit 0,7, og de øvrige journalister scorer 3,1 på indflydelse fra aktionærer/ejere, mens de scorer henholdsvis 0,2 og 2,4 på indflydelse fra annoncører. Der er også umiddelbart den forventede forskel i indflydelse fra (risikoen for) budgetstramninger, men forskellen er ikke statistisk signifikant. Dermed bliver den første hypotese bekræftet med det lille 'aber dabi', at resultatet for budgetstramninger er markant i den forventede retning, men ikke statistisk signifikant.

Omvendt føler de politiske journalister en større indflydelse fra konkurrence med andre medier, end det er tilfældet for de øvrige journalister. Denne forskel er statistisk signifikant på 0,05 niveauet, og således bliver vores anden hypotese også bekræftet. De politiske journalister føler sig altså mere afskærmet fra det kommercielle pres end andre journalister, men føler samtidig et større konkurrencepres fra andre medier. De danske politiske journalister arbejder tæt på hinanden i et 'konkurrent-kollega'-forhold og konkurrerer hele tiden om at lave de bedste og mest interessante historier fra det samme snævre miljø. Dette konkurrencemæssige pres mellem journalisterne på forskellige medier har tilsyneladen-

de langt større indflydelse på deres arbejde end det økonomiske pres. Konkurrence kan ses som en del af den journalistiske professionalisme, da produkterne i høj grad er sammenlignelige og meget offentlige. Derfor skal indflydelsen fra konkurrence måske i mindre grad ses som en begrænsning af journalisters frihed i deres arbejde og mere som en naturlig og værdsat arbejdsbetingelse.

*Tabel 3:* Indflydelse på journalisternes daglige arbejde. Middelværdier på en skala fra 0 = ingen til 10 = stor indflydelse. Standardafvigelser i parentes

	Christiansborg-journalister	Øvrige journalister
Oplags-/læser-/lytter-/seertal	3,3 (2,85)	4,8 (3,00) <sup>b</sup>
Aktionærer/ejere	0,7 (2,04)	3,1 (2,98) <sup>b</sup>
Annoncører	0,2 (0,83)	2,4 (2,87) <sup>b</sup>
(Risiko for) budgetstramninger	1,7 (2,59)	4,7 (3,12)
Konkurrence med andre medier	6,6 (2,93)	5,0 (2,86) <sup>a</sup>
Laveste N	71	1190

<sup>a</sup> Forskellen mellem politiske journalister og øvrige journalister er signifikant ved  $p < ,05$  (independent samples t-test)

<sup>b</sup> Forskellen mellem politiske journalister og øvrige journalister er signifikant ved  $p < ,001$  (independent samples t-test)

## Diskussion

Denne artikel har argumenteret for, at journalister, som arbejder på Christiansborg, føler mindre kommercielt pres end andre journalister, da deres arbejde både har begrænsede omkostninger og er en måde, hvorpå medierne kan 'brande' sig. Repræsentative spørgeskemaundersøgelser blandt Christiansborg-journalister og de øvrige danske journalister viser, at politiske journalister føler sig mindre under indflydelse fra kommercielt pres end andre journalister. Dette resultat har vigtige implikationer for mediernes rolle i den politiske proces set fra et demokratisk perspektiv.

Nogle har påstået, at den letbenede underholdning er ved at fortrænge den seriøse politiske journalistik fra det almindelige mediebillede, men i Danmark rydder den politiske dækning stadig forsider og åbner nyhedsudsendelser på tv og i radio. Der er flere artikler om politik i morgenaviserne nu end for 15 år siden (Skovsgaard & van Dalen 2008), og med skabelsen af DR2 og senere

TV2 News, som har lagt en stor del af deres strategi an på at give god plads til en dybere politisk dækning, ser der ud til at være et marked for den seriøse politiske journalistik. Danskerne er generelt temmelig interesserede og engagerede i politik (Andersen 2004). Derfor er der ingen grund til at forvente, at politiske nyheder vil forsvinde fra menuen, fordi det rent kommercielt ikke er interessant at levere den slags nyheder.

Men selvom de politiske journalister tilsyneladende i høj grad føler, at de bliver skærmet fra de kommercielle pres, kan kommercialisering alligevel vise sig at blive et problem for journalistikken og i sidste ende demokratiet. Hvis medierne kommer under yderligere pres for at øge deres profit, kan det betyde, at redaktionerne bliver reorganiseret, så flere kommer til at dække politik fra Christiansborg. Det vil styrke den nyhedsdækning, som tager et institutionelt udgangspunkt baseret på daglige hændelser fra Christiansborg. Det kan føre til flere personhistorier og små hændelser, der bliver til store nyhedshistorier, som for eksempel statsministerens ferieplaner, oppositionslederens skolevalg til sin datter, eller opdateringer på facebook fra nogle af de ansatte hos partierne. Det er blot nogle af eksemplerne på større mediehistorier i 2010, som er drevet af små hændelser uden den store indflydelse på den almindelige borgers hverdag. På grund af det konkurrencemæssige pres, som Christiansborg-journalisterne i højere grad føler end de øvrige journalister, vil sådanne emner måske skabe en lemningeffekt og øge antallet af mediestorme omkring Christiansborg.

De øvrige journalister, som er hårdere ramt af det kommercielle pres, spiller også en vigtig rolle i demokratiet. Ifølge vores resultater er de i højere grad end de politiske journalister fokuseret på at agere offentligt forum og inddrage borgerne i den demokratiske debat. Christiansborg-journalisterne vægter det højere at formidle information fra politikerne til borgerne end at formidle information fra borgerne til politikerne, hvis man ser bort fra de flittigt benyttede meningsmålinger.

Da den journalistiske profession ikke vinder sin legitimitet via certificeringssystemer baseret på bestemte anerkendte uddannelser, som det er tilfældet for medicin og jura, er den derfor mere afhængig af stærke normer, som er styrende for produktionen af journalistik. Hvis et stigende antal ikke-politiske journalister må overgive sig til markedskræfterne på bekostning af deres professionelle normer, risikerer professionen at brække over (Freidson 2001), så den overkommercialiserede del mister sin legitimitet. Hvis professionen knækker over, fordi disse journalister er hårdere ramt af det økonomiske pres end de politiske journalister, risikerer det at svække deltagesperspektivet i det demokratiske ideal og i sidste ende fjerne folket fra folkestyret, fordi det mister sin nok vigtigste kommunikationskanal til politikerne.



## Noter

1. Vi ønsker at takke de to anonyme reviewere, som er kommet med konstruktiv kritik af en tidligere version af denne artikel.
2. Definition på kommercialisering fra: Commercialization. (2010). In *Merriam-Webster Online Dictionary*. Hentet 11. juni 2010, fra <http://www.merriam-webster.com/dictionary/commercialization>.
3. I 1970'erne kan man se væksten i massemedierne som en positiv udvikling i et demokratisk perspektiv, da journalister blev mindre afhængige af politikere (Hadenius & Weibull 1999). På samme måde kan mere konkurrence føre til, at journalister tager mere hensyn til modtagerne og sørger for mere tilgængelig information.
4. Svarprocenten er regnet ud ifølge standarddefinitionerne fra The American Association for Public Opinion Research (se The American Association for Public Opinion Research. 2009. *Standard Definitions: Final Dispositions of Case Codes and Outcome Rates for Surveys*. 6<sup>th</sup> edition. AAPOR).
5. For populationen af journalister uden for Christiansborg er N på visse spørgsmål væsentlig lavere end de 1548 angivet i metodeafsnittet. Det skyldes, at enkelte spørgsmål går specifikt på forholdet til den organisation, journalisten er ansat i. En del freelancere har udfyldt spørgeskemaet, men er ikke blevet stillet disse spørgsmål.
6. Vi kørte en regressionsanalyse, hvor vi inkluderede baggrundsvariable som køn, journalistisk erfaring og journalistisk uddannelse. De viste sig ikke at have signifikant effekt, hvorfor vi her kun rapporterer en sammenligning af de to grupper ved at sammenligne deres gennemsnitsscore på de forskellige spørgsmål.

## Litteratur

- Allern, S. (2002). "Journalistic and commercial news values: News organizations as patrons of an institution and market actor". *Nordicom Review*, 23 (1/2): 137-152.
- Andersen, J. G. (2004). *Et ganske levende demokrati*. Århus: Aarhus Universitetsforlag.
- Baker, C. E. (2002). *Media, markets, and democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Blach-Ørsten, M. & P. Bro (2009). "Inde på Christiansborg: den synkroniserede journalistik", pp. 19-28 i A.B. Lund, I. Willig & M. Blach-Ørsten (red.). *Hvor kommer nyhederne fra? Den journalistiske fødekæde i Danmark før og nu*. Århus: Forlaget Ajour.
- Carey, J. (1997). "Afterword: The culture in question", pp. 308-339 i E.S. Munson & C.A. Warren (red.), *James Carey: a critical reader*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

- Carlsen, E.M. & P. Kjær (1999). "Diagnoser af den politiske journalistik – indtryk fra en interviewrunde", pp. 44-59 in E.M. Carlsen, P. Kjær & O.K. Pedersen (red.), *Magt og fortælling: Hvad er politisk journalistik?* Århus: Forlaget Ajour.
- Clayman, S.-E., J. Heritage, M.N. Elliot, & L.L. McDonald (2002). "When does the watchdog bark? Conditions of aggressive questioning in presidential news conferences". *American Sociological Review*, 72: 23-41.
- Cook, T.E. (1998). *Governing with the news. The news media as a political institution*. Second Edition. Chicago: The University of Chicago press.
- Crouse, T. (1973). *The Boys on the Bus*. New York: Ballantine Books.
- Fallows, J. (1997). *Breaking the News: How the Media Undermine American Democracy*. New York: Vintage Books.
- Frank, R. (2003). "These crowded circumstances: When pack journalists bash pack journalism". *Journalism*, 4(4): 441-458.
- Freidson, E. (2001). *Professionalism: The Third Logic*. Cambridge: Polity Press.
- Folketinget (2008). *Folketingets medlemmer i tal ved valget 2007*. [WWW-dokument]. Downloaded fra: [www.folketinget.dk](http://www.folketinget.dk), 15. oktober, 2009.
- Gaber, I. (2009). "The slow death of the Westminster lobby: Collateral damage from the MPs' expenses scandal". *British Politics*, 4(4): 478-497.
- Gans, H. J. (1979). *Deciding What's News: A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York: Northwestern University Press.
- Graber, D. (2003). "The media and democracy: Beyond myths and stereotypes". *Annual Review of Political Science*, 6: 139-160.
- Hadenius, S. & L. Weibull (1999). "The Swedish newspaper system in the late 1990s: Tradition and transition". *Nordicom Review*, 20: 129-52.
- Hallin, D. and P. Mancini (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. New York: Cambridge University Press.
- Hencke, D. (2009) "Why a commons club fouled up". *British Journalism Review*, 20(3): 51-55.
- Hess, S. (1981). *The Washington Reporters*. Washington: The Brookings Institution.
- Kelly, M., G. Mazzoleni, & D. McQuail (2004). *The Media in Europe: The Euromedia Handbook*. Third Edition. London: Sage.
- Kovach, B. & T. Rosenstiel (2001). *The Elements of Journalism*. New York: Crown Publishing.
- Krause-Kjær, N. (2003). *Den politiske landsby: Om Christiansborg, journalisterne og politikerne*. Århus: Ajour.
- Lund, A.B., I. Willig & M. Blach-Ørsten (red.) (2009) *Hvor kommer nybederne fra? Den journalistiske fødekæde i Danmark før og nu*. Århus: Ajour.
- Mazzoleni, G. & W. Schultz (1999). "'Mediatization' of Politics: A Challenge for Democracy". *Political Communication*, 16(3): 247-261.

- McManus, J. (1994). *Market-driven Journalism: Let the Citizen Beware*. London: Sage.
- McManus, J. (2009). "The commercialization of news", pp. 218-233 in K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (red.), *The Handbook of Journalism Studies*. New York: Routledge.
- McNair, B. (2000). "Journalism and democracy: a millennium audit". *Journalism studies*, 1(2): 197-211.
- McNair, B. (2009). "Journalism and democracy", pp. 237-249 in K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (red.). *The Handbook of Journalism Studies*. London: Routledge.
- Neveu, E. (2002). "Four generations of political journalism", pp. 22-44 in R. Kuhn & E. Neveu (red.), *Political Journalism: New Challenges, New Practices*. London: Routledge.
- Patterson, T.E. & W. Donsbach (1996). "News decisions: Journalists as partisan actors". *Political Communication*, 13: 455-468.
- Rolland, A. (2009). "A clash of media systems? British Mecom's takeover of Norwegian Orkla media". *International Communication Gazette*, 71: 263-81.
- Schudson, M. (2003). *The Sociology of News*. New York: Norton.
- Skovsgaard, M. & A. van Dalen (2008). "De nye politiske journalister: Fra respektfulde børn til skeptiske voksne", pp. 71-89 in T. Mylenberg & P. Bro (red.), *Et løft(e) til journalistikken*. Odense: Syddansk Universitetsforlag.
- Sonnenberg, U. (1997). "Regulation and self-regulation of the media", pp. 17-22 in U. Sonnenberg (red.), *Organising media accountability: Experiences in Europe*. Maastricht: European Journalism Centre.
- Sparrow, B. H. (1999). *Uncertain guardians. The news media as a political institution*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Strömbäck, J. (2005). "In search of a standard: four models of democracy and their normative implications for journalism". *Journalism Studies*, 6(3): 331-45.
- Tunstall, J. (1996). *Newspaper Power: The National Press in Britain*. Oxford: Oxford University Press.
- Wadbring, I. (2007). "Journalistkåren och kommersialiseringen", pp. 127-137 in K. Asp (red.), *Den svenska journalistkåren*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation.
- Weaver, D.H. (red.) (1998). *The Global Journalist: News People Around the World*. Cresskill, NJ: Hampton Press.

David Nicolas Hopmann og Christian Elmelund-Præstekær

## Hvem er medierne i lommen på? Tv-nyhedernes dækning af politikere og emner i folketingsvalgkampe

Danske medier, især fjernsynsmediet, har i årtier været genstand for debatter om politisk skævvridning. De offentlige debatter har dog to mangler: For det første mangler de et teoretisk fundament, som kan forklare, hvorfor og hvordan medierne kan favorisere bestemte politiske partier eller fløje; for det andet mangler debatterne et empirisk fundament, der gør det muligt at teste de fremsatte påstande om mediernes indhold. Baseret på en diskussion om, hvordan medieindhold produceres, præsenterer denne artikel en omfattende empirisk analyse af tv-nyhedernes dækning af folketingsvalgkampe i perioden 1994-2007. To centrale aspekter af valgkampsdækningen analyseres, nemlig partiernes generelle synlighed og deres synlighed på specifikke emner. Resultaterne afviser eksistensen af en systematisk skævvridning til gunst eller ugunst for et eller flere bestemte partier. Resultaterne peger derimod på, at mediernes dækning er styret af professionelle kriterier for, hvad der er nyhedsværdigt.

Under overskriften "Hvem er medierne i lommen på?" bragte Politiken den 16. januar 2010 fire debattørers kommentarer til spørgsmålet om, hvorvidt de danske medier favoriserer den politiske venstre- eller højrefløj. Denne diskussion er langt fra ny. Begrebet "røde lejesvende" blev introduceret i et læserbrev og en efterfølgende retssag allerede i 1968 (Albæk et al. 2010). Diskussionen blev derefter videreført af Erhard Jakobsen, som i 1972 stiftede foreningen "Aktiv Lytterkomité", senere omdøbt til "Aktive Lyttere og Seere", der regelmæssigt anklagede Danmarks Radio for ensidig dækning til fordel for venstrefløjen.

Hidtil har den danske debat dog – i modsætning til lignende debatter i andre lande (Strömbäck & Kaid 2008) – kun i ganske begrænset omfang været baseret på konkret viden. Mindre case-studier peger dog i samme retning: Westerståhl (1992) finder således en synlighedsbonus for nogle regeringspartier i tv-nyhedernes dækning af finanslovsforhandlingerne i 1965/66 og 1990/91, men ingen særlig favorisering i bedømmelsen af partierne. Heller ikke en større analyse af mediernes dækning af invasionen i Irak i 2003 kan spore politisk skævvridning (Hjarvard et al. 2004).

For at kunne drage mere generelle konklusioner er det imidlertid nødvendigt at gennemføre mere omfattende langtidsstudier af mediernes indhold. Sådanne analyser vil desuden bidrage til statskundskabens bestræbelser på at forklare og forstå befolkningens politiske holdninger og vælgeradfærd: Medierne, især fjernsynet, er centrale kilder til information om politiske forhold, og forskning har vist, at mediernes indhold kan have indflydelse på borgernes politiske holdninger (f.eks. Hopmann et al. 2010d). Hvis kritikerne har ret i deres påstande om, at medierne har en bestemt politisk slagside, kan denne derfor potentielt påvirke befolkningens holdningsdannelse og politiske stillingtagen i samme retning.

En analyse af mediernes eventuelle politiske skævvridning må som udgangspunkt diskutere, hvorfor medierne overhovedet skulle favorisere den ene eller anden politiske fløj. To borgerlige debattører i den omtalte Politiken-artikel tager udgangspunkt i det individuelle niveau og retter fokus mod journalisterne personlige politiske holdninger: Da journalister angiveligt oftere stemmer på venstrefløjspartier end befolkningen i dens helhed, må de - set ud fra befolkningens ståsted - begunstige venstrefløjen i deres journalistiske produkter. De venstreorienterede debattører tager derimod fat på det strukturelle niveau: Da medieejere og kommentatorer ofte er af borgerlig observans, vil selv venstreorienterede journalister blive tvunget til at gøre medieindholdet højreskævt.

I journalistikforskningen er der bred enighed om, at både individuelle og strukturelle faktorer spiller ind, når man skal forklare journalisters arbejde og det journalistiske slutprodukt, man kan læse i aviser, se på fjernsyn og høre i radioen (Shoemaker & Reese 1996). Det første mål med denne artikel er således at diskutere forskellige forventninger til mediernes måde at producere indhold på for derved at kunne undersøge og diskutere, hvordan og hvorfor medieindholdet ser ud, som det gør. Det andet mål er at gennemføre en ny type analyse, der ikke alene fokuserer på de forskellige partiers synlighed i medierne, men også på mediernes emnevalg. Derved kan nærværende analyse ses som et direkte svar på den kritik, tidligere afrapporteringer af beslægtede resultater (Albæk et al. 2010) har affødt (f.eks. i DR2's Deadline, den 6. maj 2010).

## Produktion af medieindhold

Shoemaker og Reese (1996) lancerer en model, som grundlæggende skelner mellem tre overordnede faktorer, der påvirker det endelige medieindhold: den individuelle journalist, medierutiner og medieorganisationer. Faktorenes betydning er stigende fra først- til sidstnævnte, hvorfor der også kan tales om forskellige niveauer i modellen.<sup>1</sup> Niveauerne kan selvfølgelig ikke altid entydigt

adskilles, men de kan være hjælpsomme i bestræbelserne på at opstille forventninger til medieindholdet.

De enkelte journalister har forskellige baggrunde (f.eks. køn og kultur), forskellige holdninger og forskellige opfattelser af, hvad det indebærer at være journalist af profession. Når det gælder det politiske i mediernes dækning, er det nærliggende at se på journalisternes politiske holdninger. Hvis journalister generelt - eller specifikt på bestemte medier - hælder til en bestemt politisk side, kunne det tænkes at have indflydelse på medieindholdet (sådan som de borgerlige debattører hævder).

Disse private overbevisninger bliver imidlertid indkapslet i det næste niveau. Her findes de såkaldte medierutiner, og de sætter begrænsninger for den enkelte journalists udfoldelsesmuligheder (Shoemaker et al. 2001). Begrebet "medierutiner" er en blandet buket af arbejdsmønstre, der sigter på at lette den enkelte journalists arbejdsdag. Det bliver således gjort til en fast rutine, at man dækker bestemte begivenheder (f.eks. statsministerens regelmæssige pressekonferencer), og at man i øvrigt følger faste adfærdsmønstre (f.eks. holdes der nøje øje med konkurrenternes dækning, og der opstilles nyhedskriterier for, hvad der bør dækkes). Disse rutiner eller nyhedskriterier (Galtung & Ruge 1965) kan medføre, at bestemte politiske aktører har lettere ved at få medieomtale, end andre har. Forskningen taler her om "strukturelle skævvridninger": Således er bestemte aktører eller emner mere nyhedsværdige, ligesom forskellige medier har forskellige behov, fjernsyn har for eksempel mere brug for billeder end aviser (Hofstetter 1976; Strömbäck & Shehata 2007). Tidligere forskning har vist, at ministre generelt og statsministeren i særdeleshed er gode "rutinekilder": Alt andet lige er de mere magtfulde end almindelige folketingspolitikere fra oppositionen og samtidig øverste chefer for store forvaltningsenheder (f.eks. Tresch 2009). Derfor kan man forvente, at den til enhver tid siddende regering får mere medieopmærksomhed end oppositionen – uanset hvad den enkelte journalist i øvrigt selv måtte mene om denne regering. En lignende forventning gælder mediernes dækning af partierne i forhold til politiske emner: Tidligere forskningsresultater indikerer, at centrale partier har mest held med at influere mediernes dækning af bestemte emner (Brandenburg 2002; Hopmann et al. 2010c).

På samme måde som den enkelte journalists personlige holdninger er indkapslet i mere overordnede medierutiner, er disse rutiner indkapslet i de medieorganisationer, de eksisterer inden for: "routines are carried out within the boundaries of specific organizations, which hire, fire, and promote workers and pay their salaries" (Shoemaker & Reese 1996, 153). Selvfølgelig er rutinerne ens et stykke hen ad vejen hos eksempelvis DR og TV2, hvilket understreges af

det faktum, at de to organisationer lærer af hinanden (Hjarvard 1999). En række studier fra forskellige lande har dog vist, at en medieorganisations ledelse kan have betydelig indflydelse på medieindholdet: Både fordi den kan diktere en særlig dækning, og fordi den kan signalere (eksempelvis gennem avisledere eller interne notater), hvad der anses for at være en passende eller acceptabel måde at dække politik på (f.eks. Breed 1955; Kahn & Kenney 2002). Hvis et specifikt medies ledelse står for et bestemt politisk-ideologisk standpunkt, kan det derfor forventes, at mediets journalister – givetvis deres egne holdninger og generelle medierutiner til trods – bruger dette standpunkt som pejlemærke i deres dækning af det politiske (sådan som de venstreorienterede debattører hævder).

## Hypoteser om politisk skævvridning

I en videnskabelig analyse af de danske mediers potentielle politiske skævvridning skal den ovenfor skitserede model for faktorer bag medieindhold naturligvis appliceres på den specifikke kontekst, hvori de danske medier findes. Når det gælder de enkelte journalister, ved vi fra tidligere forskning, at de i Danmark ikke afspejler den brede befolknings partipolitiske præferencer. Dog er danske journalister ikke overvældende venstreorienterede – de stemmer forholdsvis ofte på Det Radikale Venstre og foretrækker en centrum-venstre regering (Albæk et al. 2008). I forhold til den generelle models første niveau forventer vi derfor, at partierne til venstre for midten og i særdeleshed Det Radikale Venstre bliver behandlet mere fordelagtigt i medierne end partierne på højrefløjen (H1).

Når det gælder det andet niveau i den generelle model, medierutinerne, forventer vi, at der eksisterer en synlighedsbonus for regeringen. Selv i valgkampe – som er genstand for vores analyse – er regeringen og dens partier i en mere magtfuld position end oppositionen og derfor en central kilde at henvende sig til for medierne. Dog forventer vi, at en sådan bonus er mindre herhjemme end i eksempelvis Tyskland: Givet det danske valgsystem, udvalgsstyret og traditionen for mindretalsregeringer er magtkoncentrationen omkring de danske regeringer mindre, end den er omkring flertalsregeringer (Hopmann et al. 2010b). På den baggrund forventer vi, at den siddende regering (uanset partifarve) vil have en fordel i forhold til oppositionen, når det gælder synlighed generelt (H2A). På baggrund af tidligere forskning præsenteret i forrige afsnit forventer vi endvidere, at større partier generelt har mere held med at blive dækket på emner, de selv foretrækker at blive dækket på (H2B).

Ser vi på den generelle models tredje niveau, medieorganisationer, må vi indledningsvis afgrænse, hvilke medieorganisationer vi interesserer os for. Ef-

tersom den offentlige debat om mediernes skævvridning særligt kredser om tv-mediet, dvs. DR1 og senere TV2, har vi valgt at koncentrere nærværende artikels empiriske analyse om disse to medier. At netop tv-nyhederne har fået stor opmærksomhed i debatten, skyldes formentlig deres kvasi-offentlige karakter, som er knæsat gennem de såkaldte ”public service”-forpligtelser (Albæk et al. 2010). Officielt efterstræber både DR1 og TV2 at producere upartisk journalistisk, hvorfor hypotesen som udgangspunkt må være, at deres dækning i al væsentlighed ikke afviger fra hinanden. Omvendt er det blevet påpeget i debatten, at DR’s tv-monopol blev brudt af en borgerlig regering. Samtidig var det fra starten et eksplicit mål, at TV2 skulle være forskellig fra Danmarks Radio, og at denne nye tv-station i højere grad skulle operere på markedsvilkår (Albæk et al. 2010). Visse studier af tv-medier i andre lande dokumenterer da også en forskel på den dækning, kommercielle og statslige tv-kanaler producerer: Forskellen kan skyldes, at nogle kanaler har været tæt knyttede til deres statslige ”ejere” og således favoriserer den siddende regering, eller at kanalernes ejere har finansielle eller politiske interesser, som de fordrer promovning af (se f.eks. Papathanassopoulos 1999). Hvis der er systematisk forskel på dækningen på henholdsvis (mere regeringsnære) DR og (mere markedsorienterede) TV2, forventer vi, at DR sammenlignet med TV2 tilgodeser regeringen (H3A), mens TV2 sammenlignet med DR favoriserer højrefløjen (H3B).

## Data og analyse

Politisk skævvridning har været operationaliseret på utallige måder i litteraturen (Albæk et al. 2010; Gunter 1997; Strömbäck & Kaid 2008). Eftersom det danske politiske system er kendetegnet ved partistyre, hvor det politiske liv først og fremmest udspiller sig i og igennem partier, er det oplagt for det første at koncentrere sig om partier. Dernæst er det et minimumskrav, at der skal være tale om systematiske skævheder i forhold til partierne på tværs af tid, rum eller forskellige måder at måle skævhed på. Mediedækningen har således ikke nødvendigvis *politisk* slagside, blot fordi man kan finde eksempler på nyhedsindslag, der begunstiger eller forfordeler bestemte politiske aktører. Mediedækningen er altid et produkt af de givne omstændigheder og hændelser, og de behøver ikke at være balancerede (Hofstetter 1976). Som Asp (2006b, 265) konkluderer i forhold til de svenske medier: ”I varje valrörelse [sedan 1979] gynnas eller missgynnas alltid ett eller flera partier, men det finns i huvudsak ingen systematik i den partiskhet som existerar.” For det tredje må vi se på de empiriske mål, som der kan anvendes i analysen. Her fokuserer vi på to centrale mål, som tidligere har været benyttet i lignede analyser (Gunter 1997), og som på forskellig vis kan kaste lys over vores centrale undersøgelsesspørgsmål:



### *Generel synlighed*

Tidligere forskning peger på, at partiernes synlighed kan have en indflydelse på valgresultatet (f.eks. Hopmann et al. 2010d). Vores første mål for politisk skævhed baserer sig derfor på, hvor ofte politikere fra de forskellige partier var på tv i de analyserede nyhedsudsendelser. Men hvor synlige skal de enkelte partier så være, før man kan tale om en skævvreden dækning? Heller ikke her findes et autoritativt svar, idet diskussionen knytter sig nært til en bredere diskussion om forskellige demokratimodeller (Strömbäck 2005). Har man eksempelvis et deliberativt udgangspunkt, vil man formentlig være tilbøjelig til at mene, at alle holdninger skal frem og have nogenlunde ens medieeksponering. Altså bør alle opstillede partier have nogenlunde samme mængde taletid. Omvendt kan et repræsentativt udgangspunkt føre til et ønske om, at partierne skal have den mediemæssige synlighed, deres folkelige opbakning tilsiger. I nærværende analyse tager vi udgangspunkt i den sidstnævnte model, eftersom det danske politiske system i høj grad bygger på en proportional repræsentationstankegang. Altså skal forholdet mellem et partis relative synlighed i medierne afvige systematisk fra dets relative folkelige opbakning (målt via meningsmålinger), førend der er tale om en politisk skævvridning.

### *Synlighed på emner*

Hvor generel synlighed er et centralt aspekt, er synlighed på specifikke emner et andet. At specifikke emner er særdeles relevante for partierne og deres bestræbelser på at vinde vælgeropbakning, understreges af nyere politologisk litteratur, som beskæftiger sig med begreberne *issue voting* (Borre 2001) og *issue ownership* (Petrocik 1996). Her har flere studier konkluderet, at konkurrencen mellem partier i udpræget grad udspiller sig på *issues* frem for bredere, ideologiske diskussioner (Green-Pedersen 2007), og at partier kan vinde vælgere, hvis de formår at opnå ejerskab på centrale sager på den politiske dagsorden (Green & Hobolt 2008). Et sådant ejerskab kan partierne søge at opbygge blandt andet ved i medierne at tale om bestemte emner (Walgrave et al. 2009). I en analyse af politisk skævvridning er det derfor vigtigt at undersøge, om medierne begunstiger nogle partier ved primært at lade dem tale om de emner, de selv foretrækker, mens andre partier bliver presset til at tale om emner, de ønsker at undgå (Asp 2003; 2006a; Hopmann et al. 2009). Hvis der kan identificeres systematiske forskelle mellem partierne på dette punkt, kan der således være tale om en politisk skævvridning.

### *Datamateriale*

På baggrund af denne operationalisering af skævhedsbegrebet kan vi indkredse, hvilket empirisk materiale analysen forudsætter. Først og fremmest skal

der gennemføres en kvantitativ indholdsanalyse af DR1's og TV2's nyhedsudsendelser.<sup>2</sup> Dernæst følger vi udenlandske studier og fokuserer på valgkampe (Shoemaker & Reese 1996). Ved at inkludere valg fra og med 1994 frem til og med 2007 sikrer vi variation på de variabler, som vi forventer præger mediedækningen – centralt står i denne forbindelse ønsket om at variere regeringsfarven. Samtidig er det nødvendigt at studere flere end ét valg, hvis man ønsker at kunne udtale sig om eventuelle konsistente eller systematiske træk i mediedækningen. For hver valgkamp inkluderer analysen de sidste fire ugers valgdækning inden valgdagen.

Vores analyseenhed er de enkelte nyhedsindslag, som en nyhedsudsendelse er bygget op af. I alt indgår 4.604 indslag, hvoraf analysen bygger på de 2.022, hvori der optræder politikere eller henvises til valgkampen. For hvert af disse indslag registrerer vi, hvilke aktører der omtales, og det centrale emne (15 kategorier plus en diverse-kategori).<sup>3</sup> Efter den afsluttede kodning af tv-materialet viste test for interkoderreliabilitet følgende resultater: 0,96 for alle aktørers tilhørsforhold og 0,81 for indslaget emne (Krippendorffs alpha).

For at kunne opstille et pejlemærke for partiernes folkelige opbakning har vi dernæst behov for information fra meningsmålinger foretaget omkring valgudskrivelsen. I den forbindelse anvendes data venligt stillet til rådighed af Søren Risbjerg Thomsen, Aarhus Universitet. Partiernes stilling i meningsmålingerne varierer selvfølgelig over tid, og derfor skal vores resultater tolkes forsigtigt og som overordnet pejlemærke.

Endelig er det nødvendigt at gennemføre en indholdsanalyse af partiernes politiske dagsorden for at kunne afgøre, i hvilket omfang medierne lader dem komme til orde på de emner, de ønsker at tale om. Der findes desværre ingen kanoniseret måde at måle partiernes foretrukne dagsorden på (Elmelund-Præstekær 2009), men en ofte anvendt kilde er de valgmanifeste, partierne formulerer og publicerer forud for valg (se eksempelvis Asp 2003; 2006a; Green-Pedersen 2007). Vi har derfor indsamlet alle partiers valgmanifeste for de fem valg i perioden 1994-2007 og derpå analyseret, hvilke emner de omtaler.

Valgmanifeste skrives imidlertid enten forud for eller i en valgkampens første dage, hvorfor en analyse alene byggende på denne kilde ikke kan tage højde for, at partierne kan skifte emnefokus i løbet af en valgkamp. Vi inkluderer derfor også partiernes præsentationsvideoer, som sendes på DR i forbindelse med de traditionelle præsentationsprogrammer i valgkampens sidste halvdel. Her dækker vores data kun 1994-2005, idet vi ikke har haft mulighed for at analysere tv-materialet fra 2007-valget. Analyseenheden i både valgmanifeste og præsentationsvideoer er individuelle budskaber. Det vil sige, at datakilderne fortæller os, hvor mange budskaber et parti har på et givent emneområde (her

anvender vi de samme kategorier som i analysen af nyhedsindslag). Vi har valgt at analysere på budskabsniveau, da et budskab er den mindst mulige meningsgivende enhed. Kampagnebudskaber kan således være formuleret i én sætning, som når for eksempel Venstre siger, at: "Vi vil sænke skatterne med ti mia. kroner". Et budskab kan dog også strække sig over flere sætninger. Det sker blandt andet, når et parti anvender eksempler, uddyber et argument eller på anden vis knytter sætninger sammen i én meningssammenhæng. Også i denne indholdsanalyse har vi gennemført en test af interkoderreliabiliteten på emne-variablen med et tilfredsstillende resultat (Krippendorffs alpha 0,85).

## Resultater<sup>4</sup>

I et første skridt af analysen sammenholder vi partiernes synlighed i tv-nyhederne med deres folkelige opbakning ved valgets udskrivelse. I den forbindelse har vi opregnet, hvor mange gange politikere fra de enkelte partier optrådte i indslag i enten DR's TV-Avis eller TV2-Nyhederne. Resultatet ses i tabel 1. Tallene er opgjort således, at værdien "1" betyder, at mediedækningen svarer til den folkelige opbakning, værdien "0,5" betyder halvt så meget dækning, værdien "2" indikerer, at et parti får dobbelt så meget dækning, som dets størrelse tilskriver. For det første ses det tydeligt, at TV-aviserne og TV2-Nyhederne ligner hinanden meget; både i de enkelte valgkampe og over tid (måske med Enhedslisten som undtagelse): Hvis et parti er blevet mere interessant fra den ene valgkamp til den næste, er det tilfældet i begge kanaler.

For det andet ses et mønster i forhold til de enkelte partier. De største partier (Socialdemokraterne, Venstre og tidligere Det Konservative Folkeparti) har generelt lidt mindre dækning, end man kunne forvente ud fra deres opbakning i meningsmålingerne. Dernæst får gruppen af midterpartier (Det Radikale Venstre, Centrum-Demokraterne, Kristendemokraterne og Ny Alliance) to-tre gange mere medieopmærksomhed end forventet på baggrund af deres folkelige opbakning. Endelig er der en gruppe yderpartier (Socialistisk Folkeparti, Fremskridtspartiet og Enhedslisten), der med udsving over årene får omtrent den opmærksomhed, der svarer til deres relative størrelse.

Tallene skal dog ikke overfortolkes: Eksempelvis er resultatet for Det Radikale Venstre på DR1 i 1994 2,4, hvilket umiddelbart kan lyde som en stor diskrepans mellem den relative opbakning og den relative dækning. Men et blik på de underliggende tal viser, at ca. ti procent af alle optrædende politikere var radikale, mens partiet stod til omtrent fire procent i meningsmålingerne. Forholdsvis små forskelle i partiernes andele af mediesynlighed og vælgeropbakning kan altså resultere i forholdsvis markante indekstal. Samtidig skal man huske, at partiet var regeringsmedlem i 1994-valgkampen, hvorfor det

mediemæssigt var særligt relevant at dække. I de senere år uden for regering har Det Radikale Venstre ikke oplevet en markant bonus.

Ser man på de to regeringsalternativer, dvs. Socialdemokraterne og Det Radikale Venstre på den ene side og Venstre og Det Konservative Folkeparti på den anden, er der dernæst tendens til, at den magthavende koalition er den mest synlige. Tilsvarende finder vi, at hele regeringsblokken, inklusive støttepartier, har en begrænset synlighedsbonus over for de andre partier.

Sammenfattende konkluderer vi derfor, at nyhedsdækningen på den ene side ganske retvisende afspejler, at nogle partier er større og/eller mere centrale i det politiske landskab end andre, men samtidig udligner journalisterne til en vis grad forskellene mellem partierne. Dermed når vi frem til den samme konklusion som tilsvarende analyser af svenske mediers dækning af rigsdagsvalg (Asp 2006a, 36-37). En systematisk skævvridning til gunst for venstre- eller højrefløjen eller enkelte partier dokumenterer tallene altså ikke.

*Table 1:* Partiernes synlighed i tv-nyhederne sammenholdt med deres opbakning i meningsmålinger umiddelbart før valget blev udskrevet (per kanal og valgkamp).

	1994		1998		2001		2005		2007	
	DR1	TV2	DR1	TV2	DR1	TV2	DR1	TV2	DR1	TV2
Socialdem.	0,9	0,9	0,9	0,9	1,3	1,2	0,9	0,9	0,8	0,8
Radikale V.	2,4	3,2	3,3	2,8	1,3	1,1	1,3	1,1	1,0	1,0
Konservative	0,9	0,9	0,9	1,5	1,1	1,3	1,4	1,5	1,6	1,3
CD	2,7	1,8	2,6	1,8	2,1	3,1	2,5	1,4	-	-
SF	1,2	0,9	0,8	0,9	0,8	0,8	0,9	1,3	0,7	0,5
Kristendem.	2,8	2,2	2,3	0,2	1,0	1,3	1,6	1,2	1,2	0,3
Dansk Fp.	-	-	0,6	0,5	0,6	0,4	0,6	0,7	0,7	0,9
Venstre	0,7	0,7	0,6	0,7	0,8	0,9	1,0	1,0	0,9	1,0
Ny Alliance	-	-	-	-	-	-	-	-	2,8	3,7
Fremskridtsp.	0,8	1,0	1,7	1,4	0,7	0,6	-	-	-	-
Enhedslisten	1,4	0,9	1,2	0,9	1,2	0,4	1,2	1,2	1,5	0,9

Værdierne er beregnet ved at dividere det relative omfang af optrædener med den relative opbakning i meningsmålinger.

Table 2: Partiernes synlighed på emner i tv-nyhederne ift. deres foretrukne emner i hhv. præsentationsvideoer og valgmanifeste.

	I forhold til foretrukne emner i præsentationsvideoer									
	1994		1998		2001		2005		2007	
	DR1	TV2	DR1	TV2	DR1	TV2	DR1	TV2	DR1	TV2
Socialdem.	0,2	-0,3	-0,2	0,0	0,5**	0,4	0,1	0,2	-	-
Radikale V.	0,1	0,1	0,4	0,2	0,5**	0,4	0,4	0,3	-	-
Konservative	0,1	0,0	0,2	0,4	0,4	0,3	0,3	0,1	-	-
CD	0,2	0,7**	0,3	0,1	0,4	0,2	-	-	-	-
SF	0,0	0,5*	-0,2	-0,1	0,2	0,4	0,6**	0,3	-	-
Kristendem.	0,5**	0,2	0,6**	0,3	0,5*	0,1	0,1	0,1	-	-
Dansk Fp.	-	-	-0,2	0,2	-	-	-0,1	0,0	-	-
Venstre	0,3	-0,1	-0,2	0,1	0,4	0,5**	0,1	-0,1	-	-
Fremskridtsp.	0,2	0,6**	0,0	0,1	-0,4	0,0	-	-	-	-
Enhedslisten	0,5*	0,5*	-0,1	-0,2	0,1	0,4	-0,1	-0,3	-	-

	I forhold til foretrukne emner i valgmanifeste									
	DR1	TV2	DR1	TV2	DR1	TV2	DR1	TV2	DR1	TV2
Socialdem.	-0,2	-0,3	-0,1	0,0	-0,2	-0,3	0,4	0,2	0,6**	0,7**
Radikale V.	-0,2	-0,1	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	-0,4*	0,5*	0,4
Konservative	0,1	0,4*	0,2	0,1	0,5**	0,5*	0,3	-0,1	0,4*	0,0
CD	0,4*	0,5**	0,1	0,2	-0,4*	-0,3	-0,2	-0,2	-	-
SF	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,2	-0,1	-0,1	0,1
Kristendem.	0,3	-0,1	0,2	-0,3	0,2	-0,2	0,4	0,1	0,0	-0,1
Dansk Fp.	-	-	0,1	0,3	-	-	0,1	-0,2	-	-
Venstre	0,3	0,3	0,0	0,3	0,2	0,4	0,1	0,0	-0,1	0,0
Fremskridtsp.	-0,1	0,0	-0,2	-0,2	-	-	-	-	-	-
Enhedslisten	-	-	0,0	0,0	0,4	0,1	0,3	0,0	0,1	-0,1

Spearman rho-korrelationer. Værdierne kan gå fra -1 til +1, hvor 0 indikerer ingen korrelation. Resultaterne skal fortolkes varsomt, idet det samlede antal indslag, partierne medvirker i, per valgkamp, kanal og emne er begrænset (det gælder især de mindre partier). \*\* p < 0,10; \* p < 0,05.

I et næste analyseskridt ser vi på emnedagsordenen. Vi sammenligner rangordningen af emner i tv-nyhederne med rangordningen af emner i de enkelte partiers egen kommunikation (både i deres valgmanifeste og i præsentationsvideoerne) for derved at analysere, om mediernes dagsorden favoriserer bestemte partiers dagsorden – sådan som det har været fremhævet i den offentlige debat. Resultaterne vises i tabel 2. Det forholder sig ikke sådan, at medierne lader partierne komme til orde på de emner, de selv foretrækker at kommunikere om (der er kun få positive og signifikante korrelationskoefficienter). Dog er korrelationerne oftere positive end negative, hvilket trods alt indikerer, at der er sammenhæng mellem partiernes eget emnefokus og det emnemæssige billede, deres optrædener i tv-nyhederne tegner af dem. Selv om en korrelationsanalyse som den, der præsenteres her, selvsagt ikke kan afgøre kausalitet, peger resultaterne i en retning, som man både teoretisk (Walgrave & van Aelst 2006) og empirisk (Brandenburg 2002) skulle forvente, nemlig at også danske partier har en, omend begrænset, mulighed for at påvirke mediernes fremstilling af dem (se også Hopmann et al. 2010c). Det er imidlertid væsentligt at understrege, at den aggregerede analyse præsenteret i tabel 2 ikke støtter forestillingen om, at bestemte partier systematisk har mere held med at blive dækket på deres foretrukne emner, end andre partier har.

Dernæst observerer vi, at DR1 og TV2 ligner hinanden meget, når det gælder deres dækning af de forskellige partier gennem årene, eftersom korrelationskoefficienterne for de samme partier i de fleste tilfælde peger i samme retning i begge kanaler. Der er altså hverken store forskelle mellem DR1 og TV2 eller nogen systematik at spore i resultaterne. Selvfølgelig er der, som eksisterende analyser af den svenske mediedækning også finder (se eksempelvis Asp 2003, 16-17), eksempler på partier, der har haft en mere gunstig dækning i enkelte valgkampe end deres konkurrenter. Således kan der være noget om Pittelkows (2007) kritik af dækningen af 2007-valgkampen. I hvert fald finder vi signifikante, positive korrelationer for Socialdemokraterne og Det Radikale Venstre. Til gengæld havde de borgerlige partier mere vind i sejlene i 2001-valgkampen. Den samlede konklusion på denne del af analysen er derfor, at ingen partier systematisk favoriseres af hverken DR1 eller TV2, men at der af og til kan forekomme strukturelle ubalancer. Denne konklusion implicerer også, at de partier, der jf. tabel 1 generelt er mere synlige, end de "bør" være, ikke samtidigt har den fordel at kunne tale mere om de emner, de selv foretrækker.

## Diskussion

Vi formulerede indledningsvis tre sæt af hypoteser: Da journalister stemmer mere til venstre for midten end den gennemsnitlige dansker, vil deres journa-

listiske produkter have en tendens til at favorisere venstrefløjspartier og Det Radikale Venstre (H1). Ud fra overvejelser om, hvordan medierutiner påvirker medieindholdet og kan føre til strukturelle ubalancer, argumenterede vi dernæst for, at regeringspartier vil være mere synlige end oppositionspartierne (H2A). I forlængelse heraf opstillede vi forventninger om, at større partier har mere succes med at blive dækket på foretrukne emner (H2B). Endeligt opstillede vi hypoteser om, at DR1 favoriserer regeringen (H3A), mens TV2 favoriserer højrefløjen (H3B).

Disse tre sæt af hypoteser kan logisk set ikke finde støtte samtidigt, da de er gensidigt udelukkende, og vi kan empirisk afvise både H1 og H3A/B: Hverken venstrefløjspartier eller Det Radikale Venstre bliver systematisk favoriseret i forhold til henholdsvis højrefløjen eller andre midterpartier. Dernæst finder vi ingen systematiske forskelle mellem DR1's og TV2's nyhedsindslag, hverken når det gælder de enkelte partiers synlighed eller emnevalget i relation til partiernes foretrukne emner. Derimod finder vi støtte til H2A: Der findes en begrænset synlighedsbonus for regeringspartierne sammenlignet med regeringsalternativet. Der er dog to vigtige kvalifikationer af dette fund: Denne bonus implicerer ikke, at regeringspartierne (deres størrelse uagtet) får lov til at tale om de emner, de helst vil tale om. Det gælder heller ikke større partier som sådan (H2B støttes ikke).

Alt i alt viser resultaterne altså, at hverken individuelle eller organisatoriske faktorer betinger en politisk skævvridning til hverken den ene eller den anden side, sådan som debattørerne i den offentlige debat ellers hævder. Mediedækningen synes snarere at være et resultat af specifikke rutiner, normer og konventioner, som er fælles for alle journalisterne på tværs af forskellige medier og forskellige personlige holdninger.

Det er væsentligt at holde fast i, at datagrundlaget i nærværende analyse er valgkampe, og at tidligere studier har påpeget, at mediedækningen kan være anderledes i rutinetider (Walgrave & van Aelst 2006). Således er der formentlig, bevidst eller ubevidst, et øget fokus på balance i nyhederne op til et valg end i hverdagen. Vi kan derfor ikke udelukke muligheden, at regeringer kan have en væsentlig større synlighedsbonus uden for valgkampe – men vi ser ingen grund til at antage, at der skulle findes en systematisk favorisering af bestemte politiske partier i rutinetider af den grund.

Dernæst erkender vi, at vi kun har haft mulighed for at måle partiernes dagsorden på en forholdsvis statisk facon. Vi har i anden sammenhæng haft mulighed for at analysere samspillet mellem mediernes og partiernes dagsorden dag for dag i en enkelt valgkamp (i 2007), og her fundet en systematik i partiernes muligheder for at påvirke emnefokusset i mediedækningen (Hop-

mann et al. 2010c). Mere detaljerede analyser, der giver mulighed for at analysere valgkampe som processer, vil derfor kunne nuancere nærværende artikels konklusion.

Når alt gøres op, hvem er medierne så i lommen på? På baggrund af det foreliggende materiale finder vi intet tegn på en systematisk favorisering af bestemte politiske kræfter i tv-nyhedernes dækning af politik i de sidste fire uger inden valgdagene i perioden 1994-2007. Journalisterne synes snarere at arbejde på baggrund af professionelle kriterier for, hvad og hvem der skal dækkes hvornår. Derved ikke sagt, at en sådan tilgang ikke kan lede til skævheder i den dækning, som partierne erfarer, men sådanne skævheder synes ikke politisk motiverede. Svaret på Politikens spørgsmål må derfor være, at medierne ikke er i lommen på bestemte politiske interesser, men først og fremmest er i lommen på deres egne rutiner.

## Noter

- 1 Rettelig taler Shoemaker og Reese (1996) om fem niveauer. Vi ser bort fra det fjerde niveau, som fokuserer på "eksterne påvirkninger", herunder relevant lovgivning. Nok er DR og TV2 lovmæssigt forpligtet til at dække politik upartisk, men dette krav implicerer ingen specifikke regler for den politiske dækning (Albæk et al., 2010). Givet den forholdsvis ukonkrete danske lovgivning finder vi ikke grund til at antage, at sådanne eksterne lovregler i praksis betyder noget på nyhedsredaktionerne (Schultz, 2007). Vi ser desuden bort fra det femte niveau, da det relaterer sig til ideologiske eller kulturelle forskelle mellem lande.
- 2 For alle valgkampe har vi inkluderet TV-Avisen kl. 21 og TV2 Nyhederne kl. 19. For valgkampene 2001, 2005 og 2007 har vi derudover inkluderet TV-Avisen kl. 18.30 og TV2 Nyhederne kl. 22.
- 3 Indvandring, skat, økonomi og erhverv, beskæftigelse, uddannelse, ældre, socialpolitik, børn og familie, sundhed, miljø-, energi- og trafikpolitik, EU, forsvars- og udenrigspolitik, retspolitik og generel værdipolitik. Dertil kommer en særlig kategori for indslag, der primært handler om valgkampen, meningsmålinger, spekulationer om fremtidige ministre, regeringskonstellationer m.v.
- 4 Analysen af partiernes generelle synlighed følger tidligere publikationer (Albæk et al., 2010; Hopmann et al., 2010a). Analysen af mediernes dækning af partierne i forhold til emner har ikke tidligere være publiceret.



## Litteratur

- Albæk, Erik, Arjen van Dalen & Claes H. de Vreese (2008). Den repræsentative politiske journalist?, pp. 107-19 i Troels Mylenberg & Peter Bro (red.), *Et løft(e) til journalistikken*, Odense: Syddansk Universitetsforlag.
- Albæk, Erik, David Nicolas Hopmann & Claes H. de Vreese (2010). *Kunsten at holde balancen. Dækningen af folketingsvalgkampe i tv-nyhederne på DR1 og TV2 1994-2007*, Odense: Syddansk Universitetsforlag.
- Asp, Kent (2003). *Medieval 2002 - Partiskheten och valutgången*, Göteborg: JMG Arbetsrapport nr. 13, Göteborgs Universitet.
- Asp, Kent (2006a). *Rättvisa nyhetsmedier – Partiskheten under 2006 års medievalrörelse*, Göteborg: JMG Arbetsrapport nr. 42, Göteborgs Universitet.
- Asp, Kent (2006b). Mediernas oppgifter i valdemokratien, i Hanna Back & Mikael Gilljam (red.), *Valets mekanismer*, Malmö: Liber.
- Borre, Ole (2001). *Issue Voting: An Introduction*, Århus: Aarhus University Press.
- Brandenburg, Heinz (2002). Who Follows Whom?: The Impact of Parties on Media Agenda Formation in the 1997 British General Election Campaign, *Harvard International Journal of Press/Politics*, 7. årgang, pp. 34-54.
- Breed, Warren (1955). Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis, *Social Forces*, 32. årgang, pp. 326-335.
- Elmelund-Præstekær, Christian (2009). Wild Goose Chases: The Problem of Measuring the Issue Agenda(s) of Political Parties, Annual Meeting of the Danish Political Science Association, Vejle.
- Galtung, John & Marie Holmboe Ruge (1965). The Structure of Foreign News, *Journal of Peace Research*, 2. årgang, pp. 64-91.
- Green, Jane & Sara Binzer Hobolt (2008). Owing the Issue Agenda: Party Strategies and Vote Choice in British Elections, *Electoral Studies*, 27. årgang, pp. 460-476.
- Green-Pedersen, Christoffer (2007). The Growing Importance of Issue Competition: The Changing Nature of Party Competition in Western Europe, *Political Studies*, 53. årgang, pp. 607-28.
- Gunter, Barrie (1997). *Measuring Bias on Television*, Luton: University of Luton Press.
- Hjarvard, Stig (1999). *TV-nyheder i konkurrence*, Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Hjarvard, Stig, Nete Nørgaard Kristensen & Mark Ørsten (2004). *Mediernes dækning af invasionen af Irak 2003*, Copenhagen: Center for Media and Democracy in the Network Society.
- Hofstetter, C. Richard (1976). *Bias in the News - Network Television Coverage of the 1972 Election Campaign*, Columbus: Ohio State University Press.
- Hopmann, David Nicolas, Erik Albæk & Claes H. de Vreese (2010a). Tv-nyhedernes valgkampsdækning 1994-2007: Flere gode end dårlige nyheder, i Jørgen Goul Andersen & Kasper Møller Hansen (red.), *Valgbogen 2007*.

- Hopmann, David Nicolas, Erik Albæk & Claes H. de Vreese (2010b). Incumbency Bonus in Election News Coverage Explained: The Logics of the Political System and the Media Market, *Journal of Communication*.
- Hopmann, David Nicolas, Christian Elmelund-Præstekær, Erik Albæk & Claes H. de Vreese (2009). The Public or Parties in the Media? A Study of Public, Party and Media Issue Agendas in Five Danish Election Campaigns, *Javnost-The Public*, 16. årgang, pp. 71-84.
- Hopmann, David Nicolas, Christian Elmelund-Præstekær, Rens Vliegthart, Claes H. de Vreese & Erik Albæk (2010c). Party Media Agenda-Setting: How Parties Influence Election News Coverage, *Party Politics*.
- Hopmann, David Nicolas, Rens Vliegthart, Claes H. de Vreese & Erik Albæk (2010d). Effects of Election News Coverage: How Visibility and Tone Influence Party Choice, *Political Communication*.
- Kahn, Kim Fridkin & Patrick J. Kenney (2002). The Slant of the News: How Editorial Endorsements Influence Campaign Coverage and Citizens' View of Candidates, *American Political Science Review*, 96. årgang, pp. 381-394.
- Papathanassopoulos, Stylianos (1999). The Effects of Media commercialization on Journalism and Politics in Greece, *The Communication Review*, 3. årgang, pp. 379-402.
- Petrocik, John R. (1996). Issue Ownership in Presidential Elections, with a 1980 Case Study, *American Journal of Political Science*, 40. årgang, pp. 825-850.
- Pittelkow, Ralf (2007). DR og TV 2 tog del i valgkampen, *Morgenavisen Jyllands-Posten*, December 2, p. 6.
- Schultz, Ida (2007). The Journalistic Gut Feeling. Journalist Doxa, News Habitus and Orthodox New Values, *Journalism Practice*, 1. årgang, pp. 190-207.
- Shoemaker, Pamela J., Martin Eichholz, Eunyi Kim & Brenda Wrigley (2001). Individual and Routine Forces in Gatekeeping, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 78. årgang, pp. 233-246.
- Shoemaker, Pamela J. & Stephen D. Reese (1996). *Mediating the Message: Theories of Influence on Mass Media Content*, White Plains: Longman.
- Strömbäck, Jesper (2005). In Search of a Standard: Four Models of Democracy and their Normative Implications for Journalism, *Journalism Studies*, 6. årgang, pp. 331-345.
- Strömbäck, Jesper & Lynda Lee Kaid, red. (2008). *Handbook of Election News Coverage Around the World*, New York: Routledge.
- Strömbäck, Jesper & Adam Shehata (2007). Structural Biases in British and Swedish Election News Coverage, *Journalism Studies*, 8. årgang, pp. 798-812.
- Tresch, Anke (2009). Politicians in the Media: Determinants of Legislators' Presence and Prominence in Swiss Newspapers, *International Journal of Press/Politics*, 14. årgang, pp. 67-90.

- Walgrave, Stefaan & Peter van Aelst (2006). The Contingency of the Mass Media's Political Agenda Setting Power: Toward a Preliminary Theory, *Journal of Communication*, 56. årgang, pp. 88-109.
- Walgrave, Stefaan, Jonas Lefevere & Michiel Nuytemans (2009). Issue Ownership Stability and Change: How Political Parties Claim and Maintain Issues Through Media Appearances, *Political Communication*, 26. årgang, pp. 153-172.
- Westerståhl, Jörgen (1992). Mediernas roll - Tv-avisen, pp. 98-125 i Jørgen Goul Andersen, Hans Jørgen Nielsen, Niels Thomsen, & Jörgen Westerståhl (red.), *Vi og vore politikere*, København: Rockwool Foundation.

Christoffer Green-Pedersen og Rune Stubager

## Medierne og den politiske dagsorden: En tango med fører?<sup>1</sup>

Politik foregår i medierne, men foregår det også på mediernes præmisser? Det er ofte den konklusion, der drages. I denne artikel undersøges samspillet mellem mediernes dagsorden, dvs. hvilke emner medierne fokuserer på, og så den politiske dagsorden, altså de emner partierne fokuserer på. Artiklens hovedkonklusion er, at der er tale om et samspil mellem de to dagsordener, hvor de gensidigt påvirker hinanden, men mediernes påvirkning af partiernes dagsorden er politisk betinget. Medieopmærksomhed om et emne fører således kun til opmærksomhed fra partierne, hvis de har en vælgermæssig interesse i at tage emnet op. Det er således partierne, der fører tangoen mere end medierne, og man kan ikke slutte fra, at politik foregår i medierne, til, at det foregår på mediernes præmisser.

Medialisering af politik er langt hen ad vejen et faktum (Strömbäck 2008). Der er ingen tvivl om, at medieopmærksomhed er den primære, hvis ikke nærmest den eneste måde for politikere at nå ud til deres vælgere på. Derfor foregår politik i meget høj grad i medierne. Spørgsmålet er imidlertid, om det også betyder, at politik foregår på mediernes præmisser. Eller er medierne i højere grad netop kun 'medier' for politikernes kommunikation med vælgerne, dvs. en kanal, hvorigennem politikerne kan formidle deres budskab til vælgerne? Diskussioner af medialisering i en dansk sammenhæng (f.eks. Hjarvad 2008, 121) tager ofte udgangspunkt i, at svaret på dette spørgsmål er det første. Det vil sige, at medialisering implicerer, at politik foregår på mediernes præmisser, eller at politikerne tilpasser, hvad de gør, til den måde medierne fungerer på. Spørgsmålet er imidlertid, om dette svar nu også er rigtigt.

Af flere grunde er dette spørgsmål ikke lige til at afklare. For det første har samspillet mellem medier og politik mange aspekter. Indholdet af mediernes nyhedsdækning af politik er helt oplagt at undersøge for at forstå de politiske konsekvenser af medialisering, men medialisering handler også om den form, hvorunder man fører politik. Medialisering viser sig for eksempel også ved, at man kan møde politikere og deres familier i underholdningsprogrammer. For det andet findes der overraskende lidt forskning især i en dansk sammenhæng,

der faktisk undersøger samspillet mellem politik og medier. Som fremhævet af Newton (2006) er påstande om mediernes dominans af politik ofte mere påstande end forskningsresultater. Det er først i de senere år, at man er begyndt at opbygge en vis forskningsmæssig viden om samspillet mellem politik og medier, også i en dansk sammenhæng.

Denne artikel koncentrerer sig om det indholdsmæssige aspekt af medialisering, nemlig samspillet mellem mediernes nyhedsdagsorden og den politiske dagsorden. Med sit fokus på dagsordensindhold fokuserer artiklen således kun på et aspekt af medialisering, men omvendt må indholdsaspektet siges at være måske det allermest centrale i diskussionen om medialiseringens konsekvenser. Hvis ikke medialisering implicerer, at medierne får afgørende indflydelse på indholdet af politik, fremstår mediernes betydning i politik væsentlig mindre central, uanset mediernes betydning for de former, hvorunder politik foregår i dag.

Formålet med artiklen er at præsentere hovedkonklusionerne fra et forskningsprojekt om samspillet mellem mediernes nyhedsdagsorden og den politiske dagsorden.<sup>2</sup> Er samspillet mellem mediernes nyhedsdagsorden og den politiske dagsorden – i forlængelse af diskussionen om medialisering – kendetegnet ved 'mediedominans'? Kort sagt er det svar, artiklen giver, toledet. For det første er der tale om et samspil, hvor begge dagsordener påvirker hinanden. For at bruge Gans' (2004, 116) beskrivelse af forholdet mellem journalister og deres kilder er samspillet mellem dagsordenerne en tango, som kræver begge parters aktive deltagelse. For det andet at samspillet er politisk betinget. Det er således hovedkonklusionen på forskningsprojektet, at politiske betingelser i form af partikonkurrencedynamikker spiller en nøglerolle i samspillet mellem medier og politik. For eksempel er oppositionspartiets reaktion på mediehistorier betinget af, om de emner, medierne fokuserer på, er emner, som oppositionspartierne finder attraktive ud fra ønsket om at tiltrække vælgere. Er de ikke det, ignorerer oppositionspartier mediedækning af et emne. Mediernes mulighed for gennem deres nyhedsdagsorden at påvirke den politiske dagsorden er således betinget af, at medierne fokuserer på emner, som partierne – ud fra en partikonkurrencelogik – i forvejen har en interesse i at fokusere på.

Artiklen tager udgangspunkt i beskrivelsen af, hvad der nærmere må forstås ved henholdsvis mediernes dagsorden og den politiske dagsorden. For at forstå deres samspil er man nødt til at forstå de dynamikker, der styrer disse to dagsordener. I forlængelse heraf vil artiklen kort præsentere den forskning, der trods alt findes omkring samspillet mellem mediernes nyhedsdagsorden og den politiske dagsorden (jf. Walgrave & van Aelst 2006). Dette danner baggrund for præsentationen af hovedkonklusionerne fra det danske forskningsprojekt.

Som illustration på artiklens hovedide om 'politisk betingethed' analyserer artiklen endvidere dansk retspolitik i perioden 1993-2001.

## Hvad er mediernes dagsorden, og hvad styrer den?

Kernen i dagsordensbegrebet er behovet for prioritering af opmærksomhed i et moderne og komplekst samfund. Ingen aktører, hverken politikere eller medier, kan give alle emner stor opmærksomhed samtidig. De må prioritere nogle emner højere end andre, og det er denne prioritering, der er kernen i henholdsvis mediernes og den politiske dagsorden. En dagsorden er således henholdsvis politikernes og mediernes relative fordeling af opmærksomhed på forskellige emner.

Som sagt må udgangspunktet for at forstå samspillet mellem mediernes dagsorden og den politiske dagsorden være en forståelse af de dynamikker, der ligger bag de to dagsordener. I forhold til mediernes dagsorden har ideen om medierne som en 'institution' efterhånden vundet stor udbredelse inden for international medieforskning, særligt når det gælder mediernes nyhedsproduktion. I teorien om medierne som en institution ligger en opfattelse af, at medierne fungerer gennem en række normer og praksisser, som styrer den enkelte journalists adfærd i forhold til nyhedsproduktion. Centrale normer er for eksempel normen om objektivitet i nyhedsdækning og en norm om medierne som 'demokratiets vagthund'. Disse normer udtrykkes mere konkret i de såkaldte nyhedskriterier, altså kriterier for hvad der overhovedet gør historier til nyheder, og som kan danne udgangspunkt for prioritering af nyhedsværdi (Cook 1998, 61-119; Sparrow 2006; Ryfe 2006; Schudson 2002). Præcis hvor mange og hvilke nyhedskriterier der findes, og hvordan de styrer nyhedsproduktionen, har været genstand for en del forskning og debat (Harcup & O'Neill 2001; Shoemaker 2006). I en dansk sammenhæng opererer man typisk med fem nyhedskriterier, nemlig væsentlighed, sensation, identifikation, konflikt og aktualitet (Lund & Willig 2009).

De normer og praksisser, som nyhedskriterier udtrykker, virker dels igennem den måde, medier internt er organiseret på, for eksempel gennem hierarkier, hvor redaktionssekretærer vurderer journalisters historier ud fra nyhedskriterier (Sparrow 2006). Dels virker de gennem mediernes indbyrdes relationer, hvor medierne har fælles kanaler for nyhedsproduktion, for eksempel telegrambureauer, men hvor medierne også har forskellige roller i den løbende nyhedsproduktion (Lund, Willig & Blach-Ørsten 2009). De store morgenaviser spiller for eksempel en helt central rolle som leverandører af nyheder til det, Lund beskriver som "den journalistiske fødekæde" (2002; Lund & Willig 2009).

I kraft af nyhedskriterierne er der en betydelig 'synkronisering' af politisk journalistik (Blach-Ørsten & Bro 2009), dvs. ensartethed i mediernes emnevalg. Dermed kan man tale om eksistensen af én samlet mediedagsorden. De enkelte medier, det være sig aviser eller tv-stationer, er på den ene side konkurrenter, som ønsker at levere de nyheder, som sætter den fælles mediedagsorden – derfor er solohistorier vigtige (Schultz 2006). På den anden side er de også nødt til at dække de væsentligste af de historier på mediernes dagsorden, som stammer fra konkurrenterne. I den forstand har mediernes dagsorden en 'systemisk' karakter. Intet enkelt medie, endsige enkelt journalist, bestemmer dagsordenen, men de enkelte medier søger hele tiden at påvirke den, så det er deres historier, som bliver de mest fremtrædende på den fælles dagsorden.

### Hvad er den politiske dagsorden, og hvad styrer den?

På samme måde som med mediernes dagsorden er det nødvendigt med en nærmere forståelse af den politiske dagsorden og dens dynamik. I et politisk system som det danske kan den politiske dagsorden bedst forstås ud fra ideen om en 'partipolitisk dagsorden'. På samme måde som man kan tale om en mediedagsorden som et systemisk fænomen, kan man tale om en partipolitisk dagsorden som et systemisk fænomen (Green-Pedersen & Mortensen 2010). På et givet tidspunkt vil der således være emner, som har etableret sig på den partipolitiske dagsorden, så alle partier må give dem opmærksomhed, uanset om de finder dem attraktive eller ej. Omvendt forsøger partierne hele tiden at påvirke den partipolitiske dagsorden i håb om, at de emner, som de finder attraktive, vil få en fremtrædende plads på den partipolitiske dagsorden.

Hvilket emne et parti finder attraktivt, kan ansues som et spørgsmål om 'emneejerskab' (Petrocik 1996). Som blandt andet dokumenteret af de danske valgundersøgelser (Andersen 2008) har vælgerne relativt faste opfattelser af, hvilke partier der er bedst til at håndtere bestemte politiske emner som sundhed, miljø og flygtninge/indvandrere. I den forstand ejer de politiske partier forskellige emner, som de derfor ønsker at fremme på den partipolitiske dagsorden. De enkelte partier har således deres egen dagsorden, som dels afspejler, hvilke emner de i forlængelse af deres emneejerskab ønsker at fremme, dels afspejler emner, som de bliver nødt til at forholde sig til, fordi de er på den partipolitiske dagsorden. Det afgørende at hæfte sig ved omkring den partipolitiske dagsorden er således - ud over dens 'systemiske' karakter, som den deler med mediernes dagsorden - den partikonkurrencelogik, der styrer den. Partierne vil i forlængelse af ideen om emneejerskab hellere tale om nogle emner end andre, og derfor forsøger de at påvirke den partipolitiske dagsorden, så deres politiske modstandere bliver nødt til at forholde sig til deres foretrukne emner og ikke omvendt.

Ikke alle partier er imidlertid lige indflydelsesrige på den partipolitiske dagsorden. Green-Pedersen og Mortensen (2010) viser således, hvordan oppositionspartiernes dagsorden spiller en afgørende rolle for udviklingen i den partipolitiske dagsorden. I modsætning til regeringspartierne har oppositionspartierne den fordel, at de kan koncentrere deres opmærksomhed om de emner, de foretrækker skal dominere den partipolitiske dagsorden. Regeringer står til ansvar for så godt som alle tænkelige samfundsproblemer, så når problemer i forhold til et bestemt emne bringes op, må regeringspartier nødvendigvis give emnet opmærksomhed. De har ikke oppositionspartiernes mulighed for at koncentrere sig om fordelagtige emner, og derfor har oppositionspartierne typisk størst indflydelse på den partipolitiske dagsorden.

### Hvordan påvirker de to dagsordener hinanden?

Som nævnt findes der en vis forskning, der har undersøgt samspillet mellem mediernes dagsorden og den politiske – i dette tilfælde den partipolitiske – dagsorden (jf. Walgrave & van Aelst (2006), som giver et overblik over den internationale forskning). Denne forskning har fokuseret på, hvad van Noije et al. (2008) kalder 'magtbalancespørgsmålet', altså på hvilken af de to dagsordener har magt over den anden, således at opmærksomhed på én dagsorden fører til opmærksomhed på den anden dagsorden.

Der er som udgangspunkt gode teoretiske argumenter for, at kausalitetsforholdet mellem mediernes og den partipolitiske dagsorden må gå begge veje. På den ene side må man forvente, at partierne og dermed den partipolitiske dagsorden responderer på mediernes dagsorden. Hvis et parti skal tiltrække opmærksomhed til et emne, det ønsker at fremme på den partipolitiske dagsorden, så kræver det konkrete anledninger, hvad man kan kalde for *politiseringsanledninger*. Sådanne anledninger er typisk mediehistorier om uløste samfundsproblemer som ventelister til sygehusene eller forurenede vandløb. Derfor må man forvente, at opmærksomhed om et emne på mediernes dagsorden kan føre til opmærksomhed om emnet på den partipolitiske dagsorden.

Omvendt er der også gode argumenter for, at kausaliteten går den anden vej. Nyhedskriterier som vigtighed og konflikt spiller som sagt en vigtig rolle for mediernes funktionsmåde, og centrale politiske aktører som ministre eller partiledere opfylder som regel sådanne nyhedskriterier. Mange centrale samfundsmæssige beslutninger træffes nu engang af politikere, og politik er ofte præget af konflikt og modsatrettede synspunkter. Det ligger næsten pr. definition i for eksempel forskellen mellem regering og opposition. Medierne vil dermed ofte automatisk dække for eksempel statsministerens pressemøder, politiske udspil fra partierne, politiske forhandlinger etc. I forlængelse af Bennett (1990; Ben-



nett et al. 2007, 48-71) taler man således om, at medierne 'indekserer' den partipolitiske dagsorden, dvs. i et betydeligt omfang refererer den partipolitiske dagsorden.

I forlængelse af de teoretiske argumenter for, at kausaliteten mellem mediernes og den politiske dagsorden går begge veje, og empiriske studier, der bekræfter dette, har forskningen i stigende omfang interesseret sig for, hvad der betinger kausaliteten, altså hvilke faktorer der afgør den relative styrke af påvirkningen af mediernes dagsorden på den partipolitiske dagsorden henholdsvis den partipolitiske dagsordens påvirkning af mediernes dagsorden. Walgrave og van Aelst (2006) peger således på, at samspillet mellem medier og politik afhænger af en række spørgsmål, såsom hvilke medier taler vi om, hvilke emner taler vi om, og hvilke politiske aktører taler vi om. Medierne har for eksempel vist sig i højere grad at indeksere den partipolitiske dagsorden i valgkampssituationer, mens medierne har større indflydelse på oppositionens end på regeringspartierne dagsorden (Walgrave & van Aelst 2006).

Den form for betingethed, som forskningen har fokuseret mest på, er emnekaraktistika, dvs. at samspillet mellem mediernes og den politiske dagsorden er betinget af, hvilken slags emne man har med at gøre. Dagsordensstudier, som fokuserer på denne form for betingethed, er yderligere også kendetegnet ved ofte at inddrage en tredje dagsorden, nemlig befolkningens. Den dagsorden er naturlig at inddrage i diskussionen, fordi befolkningens dagsorden må være relevant for både medier og politikere. For medier, fordi befolkningen er medieforbrugere, og for politikere, fordi befolkningen er vælgere, hvis stemmer politikerne ønsker.

Spørgsmålet om emnekaraktistika som betingende for samspillet mellem mediernes, den politiske og befolkningens dagsorden diskuteres typisk med udgangspunkt i typologier over emner. Her har Sorokas (2002) typologi vundet stor udbredelse. Typologien tager i høj grad udgangspunkt i spørgsmålet om, hvor vælgerne får informationer om politik fra. Soroka (2002) skelner mellem sensationelle, regerings- og prominente emner. Sensationelle emner er emner, som borgerne primært hører om gennem medierne, og som er præget af begivenheder med en 'sensationel' karakter. Miljø og kriminalitet er oplagte eksempler. Prominente emner opfatter folk som af personlig væsentlighed, og samtidig har de i modsætning til sensationelle emner konkrete erfaringer med dem i deres dagligdag. Arbejdsløshed og inflation er eksempler. Endelig er der regeringsemner som for eksempel den offentlige sektors institutionelle indretning og EU, som befolkningen ikke har noget personligt erfaringsgrundlag med, og som mangler de sensationelle begivenheder, som gør dem attraktive for mediedækning. Soroka (2002) viser således, hvordan samspillet mellem for-

skellige dagsordener i Canada afhænger af, hvilke typer emner der er tale om. Mediedagsordenen styrer de andre dagsordner for sensationelle emner, befolkningens dagsorden er bestemmende for prominente emner, og endelig styrer den politiske dagsorden de andre dagsordener for regeringsemner.

Set i forhold til diskussionen om mediernes indflydelse på den partipolitiske dagsorden er der således grund til at forvente, at den vil være særlig stærk på nogle områder. Mediernes nyhedskriterier som for eksempel identifikation og i forlængelse heraf personificering spiller her sammen med emnekaraktistika. Emner, hvor de tilhørende forhold kan personificeres, for eksempel vold eller ventelister, har alt andet lige bedre muligheder for, at medierne leverer de politiseringsanledninger, som partierne har brug for for at fremme deres foretrukne emner på den partipolitiske dagsorden. Sådanne emner svarer langt hen ad vejen til det, Soroka (2002) kalder 'sensationelle' emner.

Hvordan samspillet mellem emnekaraktistika og nyhedskriterier kan øge emners sandsynlighed for, at mediernes dagsorden kan påvirke den partipolitiske dagsorden, kan eksemplificeres med sundhedsområdet. Sundhedspolitiske spørgsmål er kendetegnet ved bred samfundsmæssig relevans; de vedrører potentielt alle borgere på en meget væsentligt måde, og de er nemme at personificere gennem folk, der lider af bestemte sygdomme (jf. også Mik-Meyer 2009). Den medicinsk-teknologiske udvikling spiller her en central rolle i den forstand, at hvis folks lidelser ikke lader sig diagnosticere, eller behandlinger ikke eksisterer, fungerer de heller ikke som politiseringsanledninger. Den medicinsk-teknologiske udvikling har imidlertid netop øget mængden af politiseringsanledninger på sundhedsområdet betragteligt, og dette, kombineret med emnekaraktistika som mulighed for personificering og relevans for alle borgere, giver en meget stærk dynamik i retning af stort politisk fokus. Emnet er således meget attraktivt for oppositionspartier. Et eksempel er forløbet omkring kræftbehandlingsplanen i 2006. Medierne beskrev i efteråret 2006, hvorledes løfterne til patienterne om behandlingstid, adgang til behandling i udlandet etc. i tidligere kræftplaner ikke var blevet indfriet. Dette førte til stor politisk opmærksomhed, kritik af sundhedsministeren og en række politiske tiltag, ikke mindst i form af flere midler (jf. Politiken 25/11 2006, Indland, p. 6, og 18/2 2007, PS p. 1).

## Et projekt om politisk betingethed

Mens emnekaraktistika har været den mest udforskede betingethed for samspillet mellem mediernes nyhedsdagsorden og den politiske dagsorden, har omdrejningspunktet i det danske forskningsprojekt, som denne artikel bygger på, været ideen om politisk betingethed. Som fremhævet af Walgrave og van

Aelst (2006, 98-101) har den internationale litteratur været kendetegnet ved relativt beskeden interesse for den partipolitiske dynamik i samspillet mellem mediernes og den politiske dagsorden. Projektet har taget udgangspunkt i den partikonkurrencelogik, der som beskrevet ovenfor er styrende for den partipolitiske dagsorden, og har fokuseret på, hvorledes den er betingende for både den partipolitiske dagsordens påvirkning af mediernes dagsorden og især omvendt.

Inden projektets nærmere undersøgelser præsenteres, er det værd at beskrive projektets datagrundlag. I forhold til studier af samspillet mellem mediernes nyhedsdagsorden og den politiske dagsorden udgør den tovejskausalitet, som blev diskuteret ovenfor, en betydelig metodisk udfordring. De statistiske modeller, der kan håndtere en sådan tovejskausalitet, kræver et meget stort antal observationer. Man skal altså have et meget højt antal for eksempel avishistorier som måling af mediernes dagsorden eller debatter i Folketinget som måling af den politiske dagsorden.

Dette afspejles også i det gennemførte danske projekt, hvor radioavisindslag er brugt som måling af mediernes dagsorden. Valget af Radioavisen som indikator på mediedagsordenen bunder i Lunds (2002, 20-24) beskrivelse af radioavisens funktion i den journalistiske fødekæde som forbindelse mellem dagbladene, som er den store producent af nyheder, og så særligt de elektroniske mediers nyhedsdækning senere på dagen. På baggrund af skriftlige oversigter over de bragte indslag i henholdsvis 12- og 18.30-radioavisen i perioden 1984-2003 er der opbygget en database med emnekodning af ca. 190.000 radioavisindslag, som har dannet udgangspunkt for måling af mediedagsordenen.<sup>3</sup> Emnekodningen baserede sig på et system med 60 indholdskategorier, for eksempel sundhed, arbejdsmarked etc., hvor hvert indslag blev kodet i én kategori.

Tilsvarende indeholder projektet en række forskellige datasæt til kodninger af både den partipolitiske dagsorden og mere bestemt partiernes dagsorden. Førstnævnte er således målt gennem længden af ca. 21.000 debatter i Folketinget i perioden 1953-2006, mens oppositionspartiernes dagsorden er målt gennem ca. 62.000 spørgsmål til ministeren i Folketinget – de såkaldte § 20-spørgsmål – i perioden 1953-2003 (Green-Pedersen 2005, se også [www.agendasetting.dk](http://www.agendasetting.dk).)<sup>4</sup>

## Hvornår reagerer oppositionen på mediehistorier?

Som sagt er der stærke teoretiske grunde til at forvente tovejskausalitet mellem mediernes og den partipolitiske dagsorden, og Green-Pedersen og Stubagers (2010) analyse af samspillet mellem mediernes dagsorden, målt ved hjælp

af radioavisindslag, og oppositionens dagsorden, målt gennem § 20-spørgsmål, finder således også en sådan tovejskausalitet. Øget opmærksomhed om et emne i medierne fører til større opmærksomhed på oppositionens dagsorden, men større opmærksomhed på oppositionens dagsorden fører også til større medieopmærksomhed. Den sidste effekt er dog væsentligt svagere end den første.

Projektet har i forlængelse heraf fokuseret på at forstå den politiske betingethed af mediernes effekt på oppositionens dagsorden. Mediehistorier er som sagt en central form for 'politiseringsanledninger'. Når medierne beretter om store og små samfundsproblemer, kan man forvente, at politikerne reagerer med for eksempel forslag til løsninger, krav om redegørelse fra ministeren etc. Ideen om politisk betingethed implicerer imidlertid, at den type politiske reaktioner netop fremkommer, når medierne tager emner op, som politiske partier ønsker at fokusere på. Mediedagsordenens mulige påvirkning af oppositionens dagsorden er med andre ord betinget af, at de emner, som mediedagsordenen fokuserer på, passer ind i en partikonkurrencelogik. Det vil sige, at der er oppositionspartier, der i forvejen har en interesse i politisering af de emner, medierne dækker. Om oppositionspartierne har det, kan, jf. ovenfor, anskues som et spørgsmål om 'emneejerskab'. Hvis medierne bringer emner op, som oppositionspartierne ejer, så kan medierne fungere som den helt centrale inputmekanisme for 'politiseringsprocesser'. Omvendt tilsiger den samme logik, at hvis medierne bringer emner, som oppositionspartierne ikke ejer, så vil de i det store og hele ignorere sådanne emner.

Green-Pedersen og Stubager (2010) efterprøver denne logik på dansk politik i perioden 1984-2001 ved at se på oppositionspartiernes reaktion på mediehistorier. De oprindelige 60 emner, som radioavisindslagene var kodet i, blev inddelt i otte emnegrupper, nemlig velfærd (sociale forhold, sundhed, bolig og uddannelse), miljørelaterede forhold (forurening, energi og trafik), økonomiske forhold (økonomi og arbejdsmarked), retsforhold (kriminalitet, flygtninge/indvandrere og personlige rettigheder), udenrigsforhold (udenrigspolitik, EU, forsvar og Nordatlanten), erhverv (landbrug, teknologi og kommunikation samt erhvervsforhold), kulturelle forhold (kultur og kirke) samt regeringsansligger (den offentlige sektors indretning og forholdet mellem stat og kommuner). I perioden 1984-1993, hvor oppositionen var socialdemokratisk, ejede oppositionen især to emnegrupper, nemlig miljørelaterede forhold og velfærd, og for disse to grupper og ikke for andre skulle vi således forvente, at oppositionen reagerede på mediehistorier med politisk opmærksomhed. Dette var også det billede, der tegnede sig, dog reagerede oppositionen fra 1984-1993 også på mediehistorier om udenrigsforhold.

Omvendt efter 1993, hvor oppositionen nu var borgerlig, skulle man især forvente reaktioner på medieopmærksomhed i forhold til emnegrupperne retsforhold og økonomi, hvor de borgerlige partier typisk har emneejerskab (Andersen 2008), men ikke på andre emner. Dette billede blev også i et vist omfang bekræftet. Dog viste der sig ingen effekt med hensyn til økonomiske forhold. Dette er nok et resultat af dansk økonomis fremgang, som betød, at mediehistorierne fik et positivt indhold, og som gjorde dem mindre velegnede som politiseringsanledninger for den borgerlige opposition. Dens emneejerskab knyttede sig til løsning af økonomiske problemer. Ligesom i perioden 1984-1993 var der også efter regeringsskiftet en effekt af medieopmærksomhed på oppositionen med hensyn til udenrigsforhold.

Green-Pedersen og Stubager (2010) baserer sig som den øvrige litteratur på statistiske tidsserieanalyser og giver i sagens natur et meget aggregeret billede af samspillet mellem mediernes og den partipolitiske dagsorden. Derfor kan et eksempel været nyttigt til at illustrere ideen om politisk betingethed. Retspolitik fik under Nyrup-regeringerne fra 1993-2001 en mere fremtrædende plads på den partipolitiske dagsorden (Green-Pedersen 2006). Samtidig blev selve indholdet af retspolitikken også forandret i retning af strengere straffe, mere fokus på ofrene og mindre fokus på forebyggelse og rehabilitering (Balvig 2005). Denne indholdsmæssige forandring af retspolitikken skete i høj grad gennem en række voldspakker, som blandt andet synes foranlediget af mediernes dækning af en række spektakulære voldssager i midten 1990'erne, ikke mindst tre mordsager i Århus. Laursen (2001, 30-37) viser således, hvordan oppositionen reagerede på disse sager med for eksempel spørgsmål til ministeren, der henviste til medieomtalen af voldssagerne, og resultatet af den øgede politiske opmærksomhed blev politiske initiativer i form af voldspakkerne. Umiddelbart synes retspolitikken højere placering på den partipolitiske dagsorden og de forandringer i retspolitikken, som dette resulterede i, således at være et resultat af den højere placering, som emnet i kraft af de spektakulære voldssager fik på mediernes dagsorden. En sådan tolkning vil ligge helt i forlængelse af Sorokas (2002) emnetypologi, idet kriminalitet er et klart eksempel på et sensationelt emne, hvor medierne fungerer som dagsordensfastsætter.

Eksemplet illustrerer imidlertid også medieindflydelsens politiske betingethed. Retspolitik under Nyrup-regeringerne var netop et emne, hvor oppositionen havde klart emneejerskab og dermed en stærk interesse i øget politisk opmærksomhed (Andersen 1999). I det perspektiv er det ikke overraskende, at mediehistorier om emnet fører til politiske reaktioner. Den borgerlige opposition havde en klar partipolitisk interesse i at søge at bringe emnet højere på den partipolitiske dagsorden, og mediernes historier om spektakulære voldssager

var perfekte politiseringsanledninger. Ud fra denne logik skulle man samtidig forvente, at en ikke-borgerlig opposition som den under Schlüter-regeringerne ikke ville reagere på samme måde på medieopmærksomhed om kriminalitet, fordi oppositionen ikke havde den samme partipolitiske interesse i emnet.

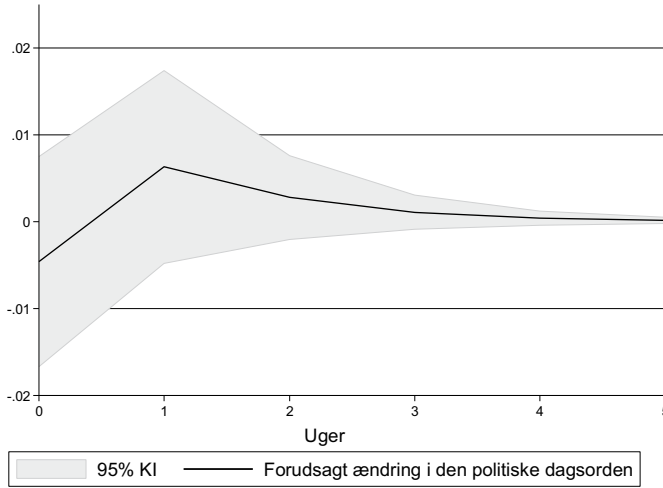
Analyserne af retsforhold i Green-Pedersen og Stubager (2010) bekræfter også dette billede på et kvantitativt grundlag. Analyserne er baseret på såkaldte vektorautoregressionsmodeller. Disse modeller indbygger eksplicit den tidligere diskuterede tovejskausalitet i den statistiske analyse ved på samme tid at modellere udviklingen i mediernes og den politiske dagsorden som en funktion af den foregående udvikling i både dagsordenen selv og den anden dagsorden. Udviklingen i begge dagsordener er typisk påvirket af deres egen tidligere dynamik, men spørgsmålet er, om der, når der er taget højde herfor, også kan findes en effekt fra den anden dagsorden. Dette spørgsmål kan afklares ved hjælp af særlige (Granger) kausalitetstest, der dermed kan afklare spørgsmålet om, hvilke(n) vej(e) kausalpilen vender. Det kan umiddelbart være vanskeligt at overskue resultaterne af denne type analyser, hvorfor man ofte ser resultaterne illustreret ved hjælp af simulationer på baggrund af modellernes koefficienter. Vi har valgt samme fremgangsmåde her.

Figur 1 viser således modellens forudsigelse om, hvordan retsforholds andel af oppositionspartiernes dagsorden (målt gennem § 20-spørgsmål til ministeren) vil udvikle sig hen over fem uger efter en forøgelse af områdets andel af mediedagsordenen (målt gennem radioavisindslag) med én standardafvigelse. Med andre ord viser figuren, hvad der sker med områdets placering på oppositionens dagsorden, hvis det rykker op på mediedagsordenen. I overensstemmelse med det teoretiske udgangspunkt har vi opdelt figuren i to: Panel A viser effekten for Schlüter-perioden, Panel B for Nyrup-perioden. Billedet, der tegner sig i de to paneler, svarer til det forventede. Under Schlüter-regeringerne har en forøget medieopmærksomhed på retsforhold ingen effekt på oppositionens dagsorden: Områdets forventede andel af dagsordenen ændrer sig kun ganske lidt, og ændringerne er på intet tidspunkt statistisk signifikante (konfidensintervallet omkring forudsigelseskurven i figuren – det grå areal – indeholder hele tiden værdien 0). Modsat viser der sig i Panel B den forventede positive effekt fra 1993-2001. Når mediernes opmærksomhed om retsforhold forøges med en standardafvigelse (svarende til en forøgelse på ca. 7 procentpoint), stiger områdets andel af den politiske dagsorden umiddelbart med ca. 1 procentpoint, og effekten holder sig i to til tre uger, hvorefter den fortager sig igen.

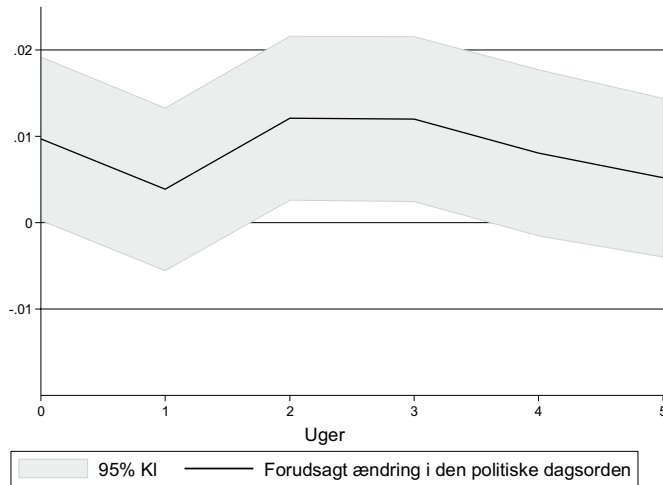
Som forventet kan det altså konstateres, at medierne kun har held til at påvirke den politiske dagsorden, når de emner, de tager op, passer i politikernes

Figur 1. Betydningen af forøget medieopmærksomhed om rets- og udlændingepolitik for områdets placering på den politiske dagsorden, 1984-1993 og 1993-2001.

Panel A: 1984-1993



Panel B: 1993-2001



Note: Figurene viser effekten på rets- og udlændingområdet andel af den politiske dagsorden af en stigning i områdets andel af mediedagsordenen på én standardafvigelse (1984-1993: 0,05; 1993-2001: 0,07). KI: Konfidensinterval.

kram. Når oppositionen ikke har nogen fordel af at sætte fokus på retsforhold, fordi det er regeringens hjemmebane, så betyder øget medieopmærksomhed intet for oppositionens dagsorden. Dette var situationen under Schlüter-regeringerne. Men da de borgerlige partier kom i opposition under Nyrup-regeringerne, skiftede spillet: Nu var oppositionen i høj grad interesseret i at bruge mediehistorier om retsforhold. Derfor finder vi en effekt fra mediedagsordenen på oppositionens dagsorden i denne periode.

Som beskrevet ovenfor ligger der i ideen om politisk betingethed også, at partierne i det store og hele kan ignorere mediedækning af emner, som de ikke har incitament til at fokusere på. Debatten om aktiv dødshjælp kan illustrere dette. I sommeren 2006 bragte medierne en historie om cirkusstjernen Diana Benneweis, som i en bog beskriver at have hjulpet sin døende far med aktiv dødshjælp. Medierne tog sagen op i lyset af, at aktiv dødshjælp er strafbart i Danmark, men også at et stort flertal af befolkningen siger, at de går ind for aktiv dødshjælp (Jyllands-Posten 21/5 2002, p. 1). Umiddelbart skulle det kunne give en forventning om politiske reaktioner i retning af legalisering af aktiv dødshjælp, men ud fra den manglende partipolitiske interesse for såkaldte 'moralitetsemner' (Albæk 2007) skulle man også forvente, at partierne, uanset befolkningens holdning, ikke var interesseret i at politisere emnet, og i den konkrete sag var der da stort set heller ingen politiske reaktioner på historien. Resultatet blev, at sagen hurtigt døde i medierne. Nogle dage efter noterede medierne, at politiet ikke ville gøre yderligere ved sagen, men ellers forsvandt historien lige så hurtigt, som den var kommet.

Eksemplet med aktiv dødshjælp illustrerer et yderligere aspekt af den politiske betingethed af samspillet mellem medierne og den partipolitiske dagsorden. Politikernes manglende interesse for emnet betød ikke kun, at emnet ikke kom på den partipolitiske dagsorden, men også, at det hurtigt forsvandt fra mediedagsordenen. Det peger på betydningen af den 'indekseringslogik', som ligger bag argumenterne for den politiske dagsordens betydning for mediernes dagsorden (Bennett 1990). Mediedækning bygger på nyhedsværdi, og for at et emne kan være på mediedagsordenen i længere tid, kræves således en løbende strøm af nyheder om emnet. Eksemplet med aktiv dødshjælp viser, hvorledes et emne kan have høj nyhedsværdi i en kort periode, dvs. et par dage, men hvis ikke der er yderligere nyheder om sagen, så forsvinder den fra mediedagsordenen igen. Politik er i den forbindelse en helt central nyhedskilde. Når politikerne reagerer på en mediehistorie, så udgør deres reaktioner i sig selv en nyhed, som fastholder emnet på mediernes dagsorden, især hvis reaktionerne indeholder politisk konflikt, og omvendt gør fraværet af politiske reaktioner det sværere for et emne at blive fastholdt på mediernes dagsorden.



I en dansk sammenhæng har Elmelund-Præstekær og Wien (2007) også gennemført en række studier af såkaldte 'mediestorme' (Vasterman 2005) især på ældreområdet, som også illustrerer ideen om medieindflydelsens politiske betingethed. Ældreområdet giver en række eksempler på, at mediehistorier om for eksempel dårlig behandling af ældre på plejehjem resulterer i længere tids debat om emnet i medierne. Emnet lever således op til nyhedskriteriet i en længere periode. Dette hænger ikke mindst sammen med, at mediehistorierne fører til en længere politisk debat. De politiske reaktioner spiller altså en central rolle for udviklingen af mediestorme, hvilket igen peger på, hvor central partikonkurrence-logikken er for samspillet mellem mediernes og den partipolitiske dagsorden.

Eksemplet med kræftbehandlingsplanen, som blev præsenteret ovenfor, er også en god illustration af politisk betingethed. Når mediehistorier om fejlslagen kræftbehandling fører til så stærke reaktioner, hænger det sammen med de stærke incitament, som sundhedsområdet giver oppositionen. En historie om et fejlslagent policy-initiativ som kræftbehandlingsplanen er netop en ideel politiseringsanledning for oppositionen til at presse regeringen, helt uanset regeringens faktiske muligheder for at styre kræftbehandlingen.

Samlet set kan man altså sige, at mediernes påvirkning af den partipolitiske dagsorden på den ene side er betinget af partikonkurrence-logikken. På den anden side udgør medierne den helt centrale kilde til politiseringsanledninger, som den partipolitiske konkurrence også er afhængig af, og kan medierne levere en politiseringsanledning, som passer i en partikonkurrence-logik, kan de også i høj grad påvirke den partipolitiske dagsorden. Som Baumgartner og Jones (1993, 103-125) fremhæver, ligger mediernes indflydelse i høj grad i, hvorledes mediernes fokus forstærker dynamikker i andre dagsordener. Når forløb som voldspakker og kræftbehandlingsplan kan få så kraftig en dynamik, handler det netop om det selvforstærkende samspil mellem medierne og det politiske system. Eller i forlængelse af Gans (2004, 116) "så skal der to til en tango".

## Hvordan afspejler partikonkurrence sig i mediedækningen af politik?

Hovedfokus i projektet har været at vise betydningen af politisk betingethed, dvs. partikonkurrencedynamikkens betydning for partiernes reaktioner på medieopmærksomhed om et emne. I forbindelse med projektet er der imidlertid også gennemført et andet studie, der ser på den politiske betingethed af den måde, medierne dækker politik på. Det diskuteres ofte, om mediernes dagsorden er blevet mere orienteret mod den politiske proces end mod de politiske emner. Det politiske spil hævdes således at have en fremtrædende rolle på mediernes dagsorden (Bro et al. 2005).

I den forbindelse har Binderkrantz og Green-Pedersen (2009) undersøgt Radioaviserne fra 1984 til 2003 både uden for og under valgkampe. Uden for valgkampe viser undersøgelsen ikke tegn på, at dækningen er blevet mere proces- og mindre indholdsorienteret. Omfanget af procesfokus svinger over tid først og fremmest som et resultat af den politiske udvikling. Da Socialdemokratiet for eksempel skiftede formand i 1992, var det en begivenhed, der i en periode førte til et større procesfokus i radioaviserne. Formandsskiftet opfyldte klart nyhedskriterierne i en længere periode. Ustabile parlamentariske forhold i 1980'erne førte også til et større fokus på relationerne mellem partierne end senere i perioden, hvor de parlamentariske forhold var stabiliseret, og det samme resultat fandtes under valgkampe. Under valgkampe er der imidlertid en tendens til stigende fokus på de vælgermæssige konsekvenser af politiske handlinger. Spørgsmålet er så, hvordan denne tendens kan forklares. Binderkrantz og Green-Pedersen (2009) peger således på, at forandringer i partikonkurrence og vælgeradfærd netop har betydet, at de vælgermæssige konsekvenser af politiske handlinger er blevet mere uforudsigelige. Et større fokus på at analysere vælgermæssige dynamikker i valgkampsituationen kan således ses som mediernes reaktion på forandringer i den måde, politik foregår på, mere end som et udtryk for forandringer i medierne selv. Samlet set peger studiet af 'procesfokus' i radioavisen således på, at dette langt hen ad vejen afspejler udviklingen både på kort og lang sigt i det politiske system. Nyhedskriterierne betyder netop, at medierne vil have en klar tendens til at 'indeksere' (Bennett 1990; Bennett et al. 2007, 48-71) det politiske system, og derfor påvirkes indholdet af mediernes dagsorden af både den kortsigtede og den langsigtede udvikling i det politiske system.

## Foregår politisk dagsordensfastsættelse på mediernes præmisser?

At politik i dag er medialiseret i den forstand, at det i høj grad foregår igennem medierne, er åbenlyst (Strömbäck 2008). Medierne er en politisk institution (Schudson 2002), men spørgsmålet er, hvad dette betyder for spillet mellem medier og politik. En konklusion, der ofte drages, er, at politik er styret af en medielogik (Hjarvad 2008, 117-121). I for eksempel den danske magtudredning (Togeby et al. 2003, 279) slutter man også hurtigt fra medialiseringen af politik til, at medierne i høj grad sætter den politiske dagsorden, og også at de politiske partier er af aftagende vigtighed. Spørger man politikerne selv, tyder resultaterne også på, at politikerne opfatter medierne som meget centrale for dagsordensprocesser (Damgaard 2003, 39-61).

Denne artikel peger på baggrund af et dansk forskningsprojekt på, at en sådan opfattelse af politisk dagsordensfastsættelse som domineret af medielo-

gikker, eller som primært foregående på mediernes præmisser, ikke er holdbar. Ser man på samspillet mellem mediernes og den politiske dagsorden, viser det sig netop, at de to dagsordener påvirker hinanden. Samtidig er der tale om et samspil, som er betinget af flere faktorer. Emnekaraktistika er en faktor, men især er det værd at fremhæve den politiske betingethed, altså betydningen af partikonkurrencedynamikker. I denne betingethed ligger netop, at selv når mediedagsordenen fungerer som igangsætter for politisk opmærksomhed, så er processen stadig styret af den partikonkurrencelogik, der styrer den partipolitiske dagsorden. Hvis medierne fokuserer på emner, som ikke passer ind i denne konkurrencelogik, så genererer medieopmærksomhed, som eksemplet med aktiv dødshjælp viste, ikke partipolitisk opmærksomhed.

Et åbent spørgsmål er dog, hvilken rolle mediernes vinkling af emnerne spiller. Medieopmærksomhed omkring et emne er ikke kun opmærksomhed, den indeholder altid en bestemt vinkel på et emne. Er en efterlønsreform f.eks. et nødvendigt indgreb for at fremtidssikre dansk økonomi, eller er det et angreb på en ordening, der sikrer tilbagetrækningsmuligheder for nedslidte mennesker? Hvis partierne i høj grad er nødt til at overtage mediernes vinkling af emner, så betyder det selvsagt en større medieindflydelse på politik, end der ligger i ideen om politisk betingethed som præsenteret ovenfor. Der findes imidlertid stort set ingen forskningsmæssig viden om samspillet mellem medier og partier ud fra spørgsmålet om vinkling af emner.

I forhold til den bredere diskussion om medialisering er det vigtigt at være opmærksom på, at medialisering af politik ikke kun handler om politisk dagsordensfastsættelse. Når politikerne stiller op i talkshows og underholdningsprogrammer, hvor politiske emner som sundhed og miljø ikke spiller en central rolle, kan det netop ses som et udtryk for, at medierne tvinger politikerne væk fra et fokus på politiske emner, dvs. politikens indhold. I hvilket omfang en sådan udvikling implicerer, at politik foregår på mediernes præmisser, afhænger imidlertid af, om man kan påvise, at vælgernes opfattelse af politikernes personlige egenskaber m.m., som den skabes gennem underholdningsprogrammer og lignende, spiller en central rolle for deres stemmeadfærd. Tager man et centralt valg i Danmark som 2001-valget, der i høj grad forskubbede den politiske balance, er der ikke meget, der tyder på, at sådanne faktorer spillede en væsentlig rolle. Tværtimod synes politisk dagsordensfastsættelse at have været helt afgørende. Det var emner som flygtninge og indvandrere samt sundheds dominans af vælgernes dagsorden, der var kernen til at forstå valgets resultat (jf. Andersen 2003).

Alt i alt er der altså ingen tvivl om, at medierne et blevet en vigtig politisk institution i dansk politik, hvis præcise rolle og indflydelse det er uhyre vigtigt

at forstå. Denne artikel peger imidlertid på, at medierne som politisk institution – i hvert fald når fokus er på politisk dagsordensfastsættelse – ikke er en dominerende politisk institution. Medierne må tilpasse sig den konkurrencedynamik, der styrer det indbyrdes samspil mellem de politiske partier, for at kunne påvirke deres dagsorden.

## Noter

1. Tak til Anne Binderkrantz, Camilla Bjarnøe Jensen, redaktørerne og de to anonyme bedømmere for konstruktiv kritik af tidligere udgaver af artiklen.
2. Projektet indgår som en del af et større forskningsprojekt om politisk dagsordensfastsættelse i Danmark støttet af Forskningsrådet for Samfund og Erhverv, se [www.agendasetting.dk](http://www.agendasetting.dk). Christoffer Green-Pedersen, Rune Stubager og Anne Binderkrantz har stået for den del af projektet, der omhandler medierne og politisk dagsordensfastsættelse.
3. Green-Pedersen og Stubager (2007) indeholder en nærmere databeskrivelse.
4. Folketingsaktiviteter er kodet i et mere detaljeret system med 236 indholds kategorier, som dog er kompatibelt med kodesystemet for radioaviser.

## Litteratur

- Albæk, E. (2007). "Retten til abort – eller til liv? Om etik og politik i statskundskab", pp. 11-22 i N. Ploug & V.L. Nielsen (red.), *Når politik bliver til virkelighed*. København: SFI.
- Andersen, J.G. (2003). "The Danish General Election 2001." *Electoral Studies*, 22 (1): 186-193.
- Andersen, J.G. (2008). "Et valg med paradokser: opinionsklimaet og folketingsvalget 2007." *Politik*, 11 (3): 10-26.
- Balvig, F. (2005). "When law and order returned to Denmark." *Journal of Scandinavian Studies in Criminology and Crime Prevention*, 5(2): 167-187.
- Baumgartner, F.R. & B.D. Jones (1993). *Agendas and Instabilities in American Politics*. Chicago: University of Chicago Press.
- Bennett, W.L. (1990). "Toward a Theory of Press-State Relations in the U.S." *Journal of Communication*, 40 (2): 103-125.
- Bennett, W.L., R. Lawrence & S. Livingston (2007). *When the Press Fails: Political Power and the News Media from Iraq to Katrina*. Chicago: University of Chicago Press.
- Binderkrantz, A. & C. Green-Pedersen (2009). "Policy or Process in Focus." *The International Journal of Press/Politics*, 14 (2): 166-185.

- Blach-Ørsten, M. & P. Bro (2009). "Inde på Christiansborg. Den synkroniserede journalistik", pp. 19-28 i A.B. Lund, I. Willig & M. Blach-Ørsten (red.), *Hvor kommer nyhederne fra?* København: Ajour.
- Bro, P., R. Jønsson, S.S. Jørgensen & P.A. Pedersen (2005). *Mediernes valgkamp*. København: Modinet/Mandag Morgen.
- Cook, T.E. (1998). *Governing with the News: The News Media as a Political Institution*. Chicago: University of Chicago Press.
- Damgaard, E. (2003). *Folkets styre: Magt og ansvar i dansk politik*. Århus: Aarhus Universitetsforlag/Magtudredningen.
- Elmelund-Præstkær, C. & C. Wien (2007). *Mediastormens magt*. Odense: Syddansk Forlag.
- Gans, H.J. (2004). *Deciding What's News*. Chicago: Northwestern University Press.
- Green-Pedersen, C. (2005). *Coding of parliamentary activities in Denmark, 1953-2003. Data rapport*. Aarhus: Institut for Statskundskab, Aarhus Universitet, tilgængelig på [www.agendasetting.dk](http://www.agendasetting.dk)
- Green-Pedersen, C. (2006). "Long-term changes in Danish party politics? From class competition to issue competition." *Scandinavian Political Studies*, 29 (3): 221-237.
- Green-Pedersen, C. & P.B. Mortensen (2010). "Who Sets the Agenda and Who Responds to It in the Danish Parliament." *European Journal of Political Research*, 49 (2): 257-281.
- Green-Pedersen, C. & R. Stubager (2007). *Coding of Danish Radio News 1984-2003*. Aarhus: Department of Political Science, 40 (3), 663-677.
- Green-Pedersen, C. & R. Stubager (2010). "The Political Conditionality of Mass Media Influence. When do Parties Follow Mass Media Attention?" *British Journal of Political Science*.
- Harcup, T. & D. O'Neill (2001). "What is News? Galtung and Ruge Revisited." *Journalism Studies*, 2 (2): 261-280.
- Hjarvard, S. (2008). *En verden af medier. Medialisering af politik, sprog, religion og leg*. København: Samfundslitteratur.
- Laursen, S. (2001). *Vold på dagsordenen. Medierne og den politiske proces*. Århus: Magtudredningen.
- Lund, A.B. (2002). *Den redigerende magt*, Århus: Aarhus Universitetsforlag/Magtudredningen.
- Lund, A.B. & I. Willig (2009). "Om forskningsprojektet: En nyhedsuge i Danmark 1999-2008", pp. 7-13 i A.B. Lund, I. Willig & M. Blach-Ørsten (red.), *Hvor kommer nyhederne fra?* København: Ajour.
- Lund, A.B., I. Willig & M. Blach-Ørsten (2009). *Hvor kommer nyhederne fra?* København: Ajour.

- Mik-Meyer, N. (2009). "Sundhedsstoffet; risiko, ansvar og skyld", pp. 109-120 i A.B. Lund, I. Willig & M. Blach-Ørsten (red.), *Hvor kommer nyhederne fra?* København: Ajour.
- Newton, K. (2006). "May the Weak Forces be With You: The Power of the Mass Media in Modern Politics." *European Journal of Political Research*, 45 (2): 209-234.
- Petrocik, John (1996). "Issue-Ownership in Presidential Elections with a 1980 Case Study." *American Journal of Political Science*, 40 (3): 825-850.
- Ryfe, D. (2006). "The Nature of News Rules." *Political Communication*, 23 (2): 203-214.
- Schudson, M. (2002). "The News Media as Political Institution." *Annual Review of Political Science*, 5: 249-269.
- Schultz, I. (2007). "Fra partipresse over omnibuspresse til segmentpresse." *Journalistika*, 5: 5-26.
- Shoemaker, P. (2006). "News and Newsworthiness: A Commentary." *Communications*, 31: 105-111.
- Soroka, S. (2002). *Agenda-Setting Dynamics in Canada*. Vancouver: University of British Columbia Press.
- Sparrow, B.H. (2006). "A Research Agenda for an Institutional Media." *Political Communication*, 23 (2): 145-157.
- Strömbäck, J. (2008). "Four Phases of Mediatization, an Analysis of the Mediatization of Politics." *The International Journal of Press/Politics*, 13 (3): 228-246.
- Togeby, L., J.G. Andersen, P.M. Christiansen, T.B. Jørgensen & S. Vallgård (2003). *Magt og demokrati i Danmark – Hovedresultater fra Magtudredningen*. Århus: Aarhus Universitetsforlag/Magtudredningen.
- van Noije, L., J. Kleinniehnhuis & D. Oegma (2008). "Loss of Parliamentary Control due to Mediatization and Internationalization." *British Journal of Political Science*, 38 (3): 455-478.
- Vasterman, P. (2005). "Media-Hypes." *European Journal of Communication*, 20 (4): 508-530.
- Walgrave, S. & P. van Aalst (2006). "The Contingency of the Mass Media's Political Agenda Setting Power: Towards a Preliminary Theory." *Journal of Communication*, 56 (2): 88-109.

Rune Slothuus

## Framing og politiske partier: Kan den rette indpakning gøre politiske forslag mere spiselige?

To fundamentale elementer i mediedækningen af politik er, hvilken vinkel (eller framing) der lægges på historien, og hvilke politiske partier der optræder som kilder til oplysninger og synspunkter. Men vi ved meget lidt om, hvordan framing og parti-afsendere tilsammen påvirker den politiske holdningsdannelse hos læsere og seere. Med data fra to danske eksperimentelle spørgeskemaundersøgelser vises først, at borgerne klart kobler Socialdemokraterne og Venstre med bestemte frames. Dernæst undersøges, om partierne kan overbevise vælgere fra andre partier om deres politik, hvis den pakkes ind i retorik, som sædvanligvis tilhører modstående partier. Betydningen af framing er begrænset, mens parti-afsenderen har stor effekt på holdningerne.

I de senere år har der været en stærkt stigende interesse for, om de politiske nyheder, som medierne bringer, påvirker befolkningens politiske adfærd og holdninger.<sup>1</sup> Nyhedsmedierne i form af aviser, radio, tv og i stigende grad internettet er blevet et afgørende bindeled mellem borgerne og det politiske system i takt med, at tidligere tiders direkte, personlige møde mellem politikere og vælgere, for eksempel gennem medlemsmøder i de politiske partier, betyder mindre. Det er fra nyhedsmedierne, at de fleste borgere henter det meste af deres viden om politik. Af samme grund er det ved at optræde i mediernes nyhedshistorier, at de politiske partier, interesseorganisationer og andre politiske aktører får deres budskaber ud til borgerne i forsøg på at oplyse og påvirke deres holdninger og adfærd.

Omdrejningspunktet for en stor del af den voksende forskning i medieeffekter er begrebet framing. Framing refererer til en proces, hvor en afsender af et budskab, for eksempel en journalist eller en politiker, udlægger og fortolker et givet problem eller hændelsesforløb på en måde, der udstikker en specifik forståelsesramme, som ofte både definerer problemet og tilbyder løsningen (Chong & Druckman 2007; Entman 1993; Gamson & Modigliani 1987). Framing foregår ofte ved at fremhæve ét aspekt af en sag som det vigtige på bekostning af andre aspekter, som kunne have været fremhævet. Da de fleste

politiske sager og begivenheder er komplekse og mangetydige, kan et frame fokusere sagen, så den bliver lettere at forstå og forholde sig til. At frame eller ”vinkle” en sag er derfor en grundlæggende rutine for journalister. Derved sætter de nye oplysninger og udviklinger ind i en velkendt ramme, der gør det muligt at forstå dem. Journalisten udpeger, hvad det er væsentligt for seeren eller læseren at hæfte sig ved.

Framing kan imidlertid også være en strategisk handling, hvor en politisk aktør udlægger en sag på en sådan måde, at de aspekter, som gavner aktørens sag, fremhæves. Derved kan framing bruges til at overbevise andre om en bestemt løsning på et problem (Schaffner & Sellers 2010). Slothuus (2008) viser for eksempel, at et forslag om at skære ned på kontanthjælpen får opbakning fra et flertal af læserne, hvis en avisartikel om sagen præsenterer forslaget med fokus på hensynet til at motivere modtagere af kontanthjælp til at finde arbejde. Omvendt er et flertal af læserne imod forslaget, hvis de i stedet læser en artikel, der fokuserer på, at forslaget kan føre til flere fattige. Tilsvarende framing-effekter er dokumenteret på en række andre emner og i forskellige lande, og framing anses i dag for at være en central kilde til borgernes politiske holdningsdannelse (for en oversigt, se Chong & Druckman 2007).

De politiske partier er en anden vigtig kilde til borgernes politiske holdninger. For mange borgere fungerer partiernes positioner som pejlemærker, man kan bruge til at finde ud af, om man skal være for eller imod de mange politiske spørgsmål, der dukker op i debatten. Både klassiske og nyere studier af vælgernes holdninger viser, at folk ofte lytter til det eller de partier, som de føler sig knyttede til (Campbell et al. 1960; Carsey & Layman 2006). En sådan partieeffekt viste sig for eksempel, da Socialdemokraternes nyvalgte formand Helle Thorning-Schmidt i foråret 2005 meldte ud, at det ville blive nødvendigt at stramme reglerne for at gå på efterløn. Især de socialdemokratiske vælgere var lydhøre over for det budskab. Hvor kun en ud af tre socialdemokratiske vælgere gik ind for at afskaffe efterlønnen før Helle Thornings melding, var det cirka hver anden socialdemokrat – eller en halv gang flere – som mente dette efter hendes udtalelser (Slothuus 2010).

Samtidig er de politiske partier – eller de politikere, der repræsenterer dem – de mest hyppige kilder i mediernes nyhedsdækning, langt foran for eksempel interesseorganisationer eller eksperter (Binderkrantz 2008). Man kan derfor forestille sig, at den påvirkning, som en given nyhedshistorie måtte have på modtagernes holdningsdannelse, ikke blot afhænger af, hvordan historien er framet, men også af, hvilke partier der optræder som kilder til de bragte oplysninger og synspunkter. Meget få studier har imidlertid undersøgt, hvordan



disse to centrale elementer i mediebudskaber – framing og partier – spiller sammen. Men noget tyder på, at partiafsenderen er vigtigere end selve budskabet eller framingen af det. Modtagerne kan ligefrem reagere modsat budskabet i et frame, hvis det kommer fra et parti, de ikke kan lide (Slothuus & de Vreese 2010). Sådanne partieffekter rejser spørgsmålet om, hvor meget selve framingen eller vinklingen af nyhedshistorier faktisk betyder for modtagernes holdninger, hvis der typisk også optræder politiske partier i tv-indslag og artikler om politiske sager. Måske er betydningen af framing blevet overvurderet, fordi mange borgere lukker af for nye synspunkter og blot følger det parti, de plejer at være enige med?

Et særlig interessant spørgsmål er, om et politisk parti kan overbevise vælgere fra andre partier om at bakke op om sine politiske forslag og synspunkter gennem den måde, partiet vælger at frame sin politik på. Kan Socialdemokraterne overbevise borgerlige vælgere om at gå ind for et socialdemokratisk forslag, hvis partiet i sin framing af det får held til at fremhæve de aspekter af forslaget, som de borgerlige partier normalt vil gå ind for, for eksempel at forbedre vilkårene for det private erhvervsliv? Og kan Venstre omvendt vinde opbakning til sin politik hos socialdemokratiske vælgere alene ved at frame den på en måde, som fremhæver de hensyn, som Socialdemokraterne ofte går op i, for eksempel at tage vare på samfundets svageste?

Formålet med denne artikel er mere præcist at undersøge følgende spørgsmål: Kan et parti overvinde skepsis fra et modstående partis vælgere ved at frame sine politiske forslag i samme termer, som det modstående parti traditionelt bruger? En undersøgelse af dette spørgsmål vil kunne vise, i hvilket omfang folks partitilknytning gør dem utilbøjelige til at lade sig overtale af andre partier, uanset hvilke begrundelser partierne end giver. I så fald vil der være begrænsede muligheder for, at et parti kan samle en bredere koalition af vælgere, for eksempel om at løse landets økonomiske problemer. Desuden kan undersøgelsen bidrage til at afprøve grænserne for, hvor langt partierne kan gå i retning af 'spin' og retorik, dvs. om partierne kan sælge deres politik på den rette indpakning alene.

## Koblingen mellem partier og frames

Selv om det ikke før er blevet undersøgt, om politiske partier bliver mere overbevisende, hvis de bruger andre partiers frames, kan man alligevel på baggrund af tidligere studier opstille nogle forventninger til, hvordan borgerne vil reagere på forskellige frames fra partierne. Det er før blevet vist, at borgerne ofte har bestemte billeder af, hvilke værdier og problemer de enkelte partier er særligt optaget af og dygtige til at løse (Petrocik 1996). I Danmark anser et flertal af

vælgerne for eksempel typisk de borgerlige partier for at være bedre til at håndtere samfundsøkonomien, mens Socialdemokraterne anses for bedre til tage sig af velfærden (Andersen 2008). Tilsvarende peger vælgerne på Venstre og især De Konservative som de bedste til at varetage de velhavendes interesser, mens Socialdemokraterne og venstrefløjen anses for bedst til at varetage de laveste indkomstgruppers interesser (Stubager 2009).

På samme måde kan borgerne tænkes at have bestemte forventninger til, hvordan et politisk parti vil begrunde eller frame et politisk forslag. Er det tilfældet, kan man forestille sig i hvert fald to mulige effekter af, at et parti præsenterer sin politik på en måde, som normalt forbindes med et modstående parti. Forskning i framing-effekter har vist, at frames, der er i samklang med de ideer og forestillinger, som folk allerede har, er mere overbevisende (Gamson & Modigliani 1987). Et politisk budskab kan således være mere overbevisende, hvis det er framet på en måde, der taler til modtagerens værdier (Shen & Edwards 2005). Ud fra denne litteratur kan man forvente, at et parti vil have lettere ved at appellere til vælgere fra andre partier, hvis det bruger frames tilhørende de partier. Et borgerligt parti vil dermed mere effektivt kunne overbevise socialdemokrater om at bakke op om sine politiske forslag, hvis det præsenteres inden for et 'socialdemokratisk' frame – for eksempel hensynet til at tage vare på samfundets svageste – fordi det frame vil være i samklang med den måde, socialdemokrater er vant til at tænke på.

Det er dog også en mulighed, at det, netop fordi vælgerne kan tænkes at forbinde partierne med bestemte frames, kan give bagslag for et parti at bruge frames, som tilhører andre partier. Et frame kan miste sin effekt, hvis afsenderen anses for at være utroværdig eller inkompetent (Druckman 2001), og et parti kan netop komme til at virke utroværdigt, hvis det låner retorik fra sine modstandere. Litteraturen om partiernes såkaldte emneejerskaber tyder således på, at et parti gør bedst i at føre valgkamp på emner, som det 'ejer', fordi vælgerne her vil vurdere partiet mest favorabelt, mens det kan være risikabelt for partier at bevæge sig ind på andre partiers emner (Iyengar & Valentino 2000; Petrocik 1996). Tilsvarende kan man på denne baggrund forvente, at et parti vil have sværere ved at overbevise borgerne om sine forslag, hvis det præsenterer dem med frames, som 'ejes' af modstående partier, fordi disse begrundelser ikke vil lyde troværdige i vælgernes ører.

Det er således et ret åbent spørgsmål, om politiske partier bliver mere overbevisende, hvis de bruger andre partiers frames. Endelig er det muligt, at folk er så farvede af deres partitilhørsforhold, at partiafsenderen dominerer holdningsdannelsen uanset framingen (jf. Campbell et al. 1960; Carsey & Layman 2006; Slothuus & de Vreese 2010).

## Undersøgellesdesign og data

Spørgsmålet er, om den rette framing kan overvinde vælgernes tilbøjelighed til at følge det parti, de sædvanligvis støtter. For at belyse, hvilken af ovenstående forventninger, om nogen, der har mest for sig, undersøges her holdninger til et politisk forslag om en vækstpakke til at imødegå den økonomiske krise. Forslaget præsenteres enten af Venstre eller Socialdemokraterne og ledsaget af enten et 'borgerligt' eller et 'socialdemokratisk' frame.

En vækstpakke var et af de centrale spørgsmål, som blev diskuteret i dansk politik i efteråret 2009, efter at Danmark ligesom resten af verden havde oplevet det største økonomiske tilbageslag siden 2. Verdenskrig. Den økonomiske nedtur ramte dog Danmark tidligere end andre lande, og faldet i den økonomiske vækst, produktion og beskæftigelse blev større end i de fleste andre europæiske lande (De Økonomiske Råd 2009, 23-27). De politiske partier til begge sider i folketingsalen var enige om, at staten skulle sætte gang i investeringer, som kunne modvirke lukninger af virksomheder og flere arbejdsløse, men partierne havde vidt forskellige opfattelser af, præcis hvilke offentlige investeringer der skulle sættes i værk, og hvor dyre de kunne være. Socialdemokraterne foreslog en vækstpakke på 36 milliarder kroner over tre år (Socialdemokraterne 2009), Dansk Folkeparti ville have en vækstpakke på otte milliarder kroner i 2010 (Politiken 2009). Resultatet blev en finanslovsaftale mellem Dansk Folkeparti og regeringspartierne Venstre og De Konservative med ekstra vækstinitiativer for fem milliarder kroner fordelt over fire år til blandt andet vedligeholdelse af sygehuse, statens veje og bygninger (Finansministeriet 2009).

Forslaget om en økonomisk vækstpakke er for det første velegnet som emne for undersøgelsen, fordi både Socialdemokraterne og Venstre gik ind for øgede offentlige investeringer. Det er derfor realistisk at bede deltagerne i undersøgelsen om at forholde sig til det samme politiske forslag om en vækstpakke, præsenteret af enten det ene eller andet parti. For det andet præsenterede – eller framede – begge partier deres forslag med henvisning til både grupper, som må formodes traditionelt at 'tilhøre' Socialdemokraterne, for eksempel samfundets svageste, og grupper, som traditionelt forbindes med de borgerlige partier, for eksempel private erhvervsfolk. Det gør det muligt at opstille frames, der kan forventes enten at tilhøre det ene eller andet parti (jf. Andersen 2008; Stubager 2009). Undersøgelsen kan derved adskille de mulige effekter af partiafsenderen fra effekterne af framingen af forslaget. Endelig er landets økonomiske problemer et væsentligt emne, hvor det er interessant at klarlægge, om et parti kan samle støtte til sin politik også hos vælgere, som normalt ikke bakker op om partiet. I tider med krise er der særligt behov for handlekraft fra landets ledere, og i et demokrati er borgernes opbakning en væsentlig kilde til denne.

Undersøgelsen må foregå i to trin. Først skal det kunne vises, at borgerne faktisk opfatter bestemte frames som tilhørende bestemte partier. Hvis der findes en sådan kobling mellem partier og frames, bliver næste skridt at belyse, om det gør nogen forskel på borgernes holdninger, om et parti præsenterer sin politik pakket ind i sit eget frame frem for et modstående partis frame.

### *Måling af Socialdemokraternes og Venstres frame-ejerskaber*

Er det i befolkningens øjne sådan, at nogle begrundelser for vækstpakken er tættere knyttet til Socialdemokraterne end til Venstre og omvendt? Data til denne analyse kommer fra en spørgeskemaundersøgelse gennemført over internettet af Capacent 7.-9. december 2009. 1.241 medlemmer af bureauets Danmarkspanel blev kontaktet, hvoraf 546 (44 pct.) deltog. Deltagerne udgør et bredt udsnit af den danske befolkning i alderen 18-70 år (detaljer kan rekvireres hos forfatteren). For at se, om folk kobler de to partier med de alternative framinger af forslaget om en vækstpakke, blev svarpersonerne stillet en række spørgsmål med henvisning til enten Socialdemokraterne eller Venstre:<sup>2</sup>

Forestil dig, at partiet Venstre (Socialdemokraterne) stiller et forslag om en vækstpakke på fem milliarder kroner for at afhjælpe den økonomiske krise. Ifølge vækstpakken skal staten investere fem milliarder kroner ekstra i veje, hospitaler og renovering af offentlige bygninger.

Hvor sandsynligt mener du, det er, at Venstre (Socialdemokraterne) ville bruge hver af de følgende begrundelser for sit forslag?

1. "Den økonomiske krise har ramt de svageste i samfundet hårdt. Vores vækstpakke modvirker, at de svageste skubbes ud af arbejdsmarkedet."
2. "Den økonomiske krise har ramt det private erhvervsliv hårdt. Vores vækstpakke giver tiltrængt hjælp til landets virksomheder."

Rækkefølgen af de to begrundelser var tilfældig for den enkelte svarperson. Svarskalaen gik fra 1 ("Slet ikke sandsynligt") til 7 ("Meget sandsynligt"), og der var mulighed for at svare "ved ikke". Centralt i begrebet om framing ligger, at nogle hensyn fremhæves som vigtigere end andre. Svarpersonerne blev derfor også spurgt om deres opfattelser af, hvilken vægt partierne lægger på de to hensyn, som framingen er udtryk for:

I debatten om en vækstpakke hvor lav eller høj prioritet vil du mene, at Venstre (Socialdemokraterne) giver hvert af de følgende hensyn?

1. Hensynet til at hjælpe det private erhvervsliv
2. Hensynet til at hjælpe de svageste i samfundet

Igen var rækkefølgen af de to hensyn tilfældig for den enkelte svarperson. Svarkalaen gik fra 1 ("Meget lav prioritet") til 7 ("Meget høj prioritet"), og der var mulighed for at svare "ved ikke". Forventningen er, at Socialdemokraterne vil anses for at lægge mest vægt på hensynet til samfundets svageste og mest sandsynligt henvise til dem som begrundelse for deres forslag (i det følgende kaldet Svage-ramet), mens Venstre forventes at være koblet til den modsatte begrundelse og prioritering (i det følgende kaldet Erhvervs-ramet). Endelig blev svarpersonerne bedt om at vurdere, hvor overbevisende de synes, hver af de to begrundelser er, på en skala fra 1 ("Slet ikke overbevisende") til 7 ("Meget overbevisende") med mulighed for at svare "ved ikke". Dermed kan undersøges, om partiernes vælgere også vurderer styrken af de to frames forskelligt.

### *Måling af effekterne af partiernes framing*

Anden del af undersøgelsen skal kortlægge, hvordan det påvirker borgernes opbakning til vækstpakken, om den fremføres af Venstre eller Socialdemokraterne og med det ene eller andet frame. At undersøge effekten af bestemte mediehistorier eller budskaber i den politiske debat byder imidlertid på en række metodiske udfordringer: Det er svært at måle, hvilke budskaber det enkelte individ har modtaget, og følgelig hvilke effekter på holdningerne man skulle forvente. De politiske partier skifter sjældent framing af et spørgsmål fra den ene dag til den anden, men uden et klart skift i budskaberne bliver det svært at måle effekter på holdningsdannelsen. Det er svært at fastlægge tidsrækkefølgen mellem budskab og holdning – for eksempel om læserne af en avis er blevet påvirket af artiklerne, eller om de valgte avisen på grund af de holdninger, de havde i forvejen. Endelig er det i det hele taget svært at udelukke alternative forklaringer på fundne effekter.

For at komme ud over disse problemer har mange tidligere framing-studier benyttet sig af eksperimentet som metode (Chong & Druckman 2007; de Vreese 2003). Samme design bruges i denne undersøgelse. I et eksperiment udsætter forskeren typisk to eller flere grupper af deltagere for en bestemt stimulus med henblik på at måle deres efterfølgende respons (se Petersen et al. 2007). Det er altså muligt at præsentere forskellige grupper af deltagere for forslaget om en økonomisk vækstpakke, hvor det systematisk varieres, om Venstre eller Socialdemokraterne står bag forslaget, og om det begrundes med Svage-ramet eller Erhvervs-ramet. Derved kommer man ud over problemet med den manglende variation i budskaberne, ligesom der ingen måleproblemer er, fordi det er helt klart, hvilket budskab den enkelte er blevet eksponeret for.

Det eksperimentelle design giver desuden en høj grad af sikkerhed for, at eventuelle forskelle i holdning til vækstpakken mellem grupperne i experi-

mentet virkelig skyldes den stimulus, de har modtaget – vækstpakken fremet på en bestemt måde af en given partiafsender. Det sikres ved, at deltagerne fordeles fuldstændig tilfældigt mellem de forskellige grupper i eksperimentet, nemlig ved lodtrækning (såkaldt randomisering). På den måde vil de eksperimentelle grupper ligne hinanden i udgangspunktet (fordi de individuelle forskelle mellem deltagerne udjævnes mellem grupperne), så hvis der alligevel er holdningsforskelle mellem grupperne, vil de kunne henføres til den eksperimentelle stimulus.

I dette eksperiment indgår fire betingelser eller grupper: Der er to partiafsendere – Venstre eller Socialdemokraterne – som hver framer forslaget på to forskellige måder: med Svage-ramet eller Erhvervs-ramet. Eksperimentet blev gennemført som en del af en spørgeskemaundersøgelse indsamlet over internettet af Capacent i perioden 14.-18. december 2009. 8.954 medlemmer af Capacents Danmarkspanel blev kontaktet, hvoraf 3.190 (36 pct.) deltog. Her analyseres dog kun svarene fra 899 individer, fordi de øvrige deltagere svarede på andre spørgsmål. Deltagerne er tilnærmelsesvis repræsentative for den danske befolkning på køn, alder (18-70-årige) og region (detaljer fås hos forfatteren). Undervejs i spørgeskemaet blev deltagerne præsenteret for forslaget om vækstpakken og efterfølgende spurgt om deres holdning. Spørgsmålsformuleringen lød:

Partiet Venstre (Socialdemokraterne) har foreslået en vækstpakke på fem milliarder kroner for at afhjælpe den økonomiske krise. Ifølge vækstpakken skal staten investere fem milliarder kroner ekstra i veje, hospitaler og renovering af offentlige bygninger.

[Svage-ramet:] ”Den økonomiske krise har ramt de svageste i samfundet hårdt. Vores vækstpakke modvirker, at de svageste skubbes ud af arbejdsmarkedet,” siger Venstres (Socialdemokraternes) finansordfører.

[Erhvervs-ramet:] ”Den økonomiske krise har ramt det private erhvervsliv hårdt. Vores vækstpakke giver tiltrængt hjælp til landets virksomheder,” siger Venstres (Socialdemokraternes) finansordfører.

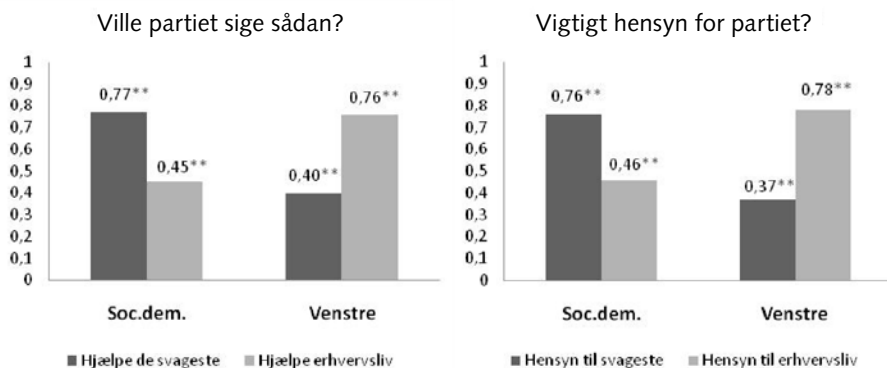
Herefter blev svarpersonerne bedt om at forholde sig til udsagnet: ”Det er en god ide at gennemføre vækstpakken,” hvor svarskalaen gik fra 1 (”Helt uenig”) til 7 (”Helt enig”) med mulighed for at svare ”ved ikke”.

## Ejer partierne bestemte frames?

Figur 1 viser resultaterne for målingerne af partiernes frame-ejerskab. For at gøre det lettere at sammenligne er alle svarskalaer omkodet til at gå mellem 0

og 1. I venstre halvdel af figuren fremgår det tydeligt, at svarpersonerne finder det langt mere sandsynligt, at Venstre vil begrunde forslaget om en vækstpakke med, at erhvervslivet har brug for hjælp, end med at samfundets svageste har. Det omvendte mønster gælder for Socialdemokraterne, hvor svarpersonerne mener, det er langt mere sandsynligt, at partiet vil begrunde sit forslag med, at de svageste har brug for hjælp.

Figur 1. Opfattelser af Socialdemokraternes og Venstres frame-ejerskaber. Gennemsnit på skala fra 0 til 1



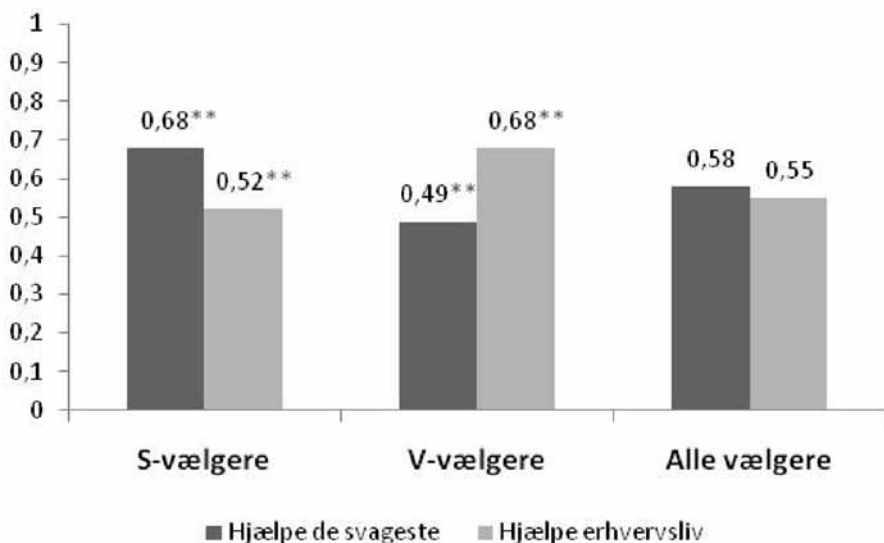
Note: Værdierne angiver opfattelser af, hvor sandsynligt det er, at henholdsvis Venstre og Socialdemokraterne ville bruge de to begrundelser for forslaget (venstre halvdel af figuren), og hvor høj prioritet henholdsvis Venstre og Socialdemokraterne giver hvert hensyn (højre halvdel af figuren). Antal svarpersoner for hver værdi varierer mellem 131 og 134. Test af forskelle mellem frames: \*\*  $p < 0,05$  (tosidet test).

Resultaterne i højre halvdel af figur 1 fortæller samme historie. Folk opfatter klart Venstre som et parti, der giver højere prioritet til at hjælpe erhvervslivet end de svageste, mens det forholder sig lige omvendt med Socialdemokraterne. Alle disse forskelle er statistisk signifikante. Resultaterne giver således klar støtte til argumentet om, at partierne ejer bestemte frames. Borgerne har nogle klare forestillinger om, hvilke begrundelser de to store partier i dansk politik typisk vil bruge i den politiske debat.

Swage-framet må desuden formodes at være bedre i samklang med de socialdemokratiske vælgers værdier og måde at anskue den økonomiske krise på. Omvendt må Erhvervs-framet formodes at stemme bedre overens med Venstre-vælgernes opfattelser. Disse forventninger kan testes direkte, idet deltagerne i den første undersøgelse også blev bedt om at vurdere, i hvilken grad de fandt de to begrundelser for forslaget overbevisende. Figur 2 viser den opfattede styrke

af de to frames opdelt efter deltagerens partivalg. Partiernes frame-ejerskaber genfindes på vælgerplanet i den forstand, at de socialdemokratiske vælgere finder Svage-frameet signifikant mere overbevisende end Erhvervs-frameet, mens styrkeforholdet er omvendt hos Venstres vælgere. Ser man på alle svarpersoner under et, vurderes de to frames som lige overbevisende.

Figur 2. Opfattelser af styrken af frames, opdelt efter partivalg. Gennemsnit på skala fra 0 til 1



Note: Værdierne angiver, hvor overbevisende de to begrundelser for forslaget vurderes, hvor højere værdier indikerer mere overbevisende. Antal svarpersoner for hver værdi er henholdsvis 114 (S-vælgere), 101 (V-vælgere) og 528 (alle vælgere).  
 Test af forskelle mellem frames: \*\*  $p < 0,05$  (tosidet test).

Samlet set giver resultaterne klart belæg for, at Socialdemokraterne og Venstre ejer hver deres frame i diskussionen om en vækstpakke. Vælgerne ser tydelige forskelle i, hvilken retorik man kan forvente at høre fra partiernes side. Men hvordan slår disse frame-ejerskaber igennem i partiernes muligheder for at vinde opbakning til deres politik?

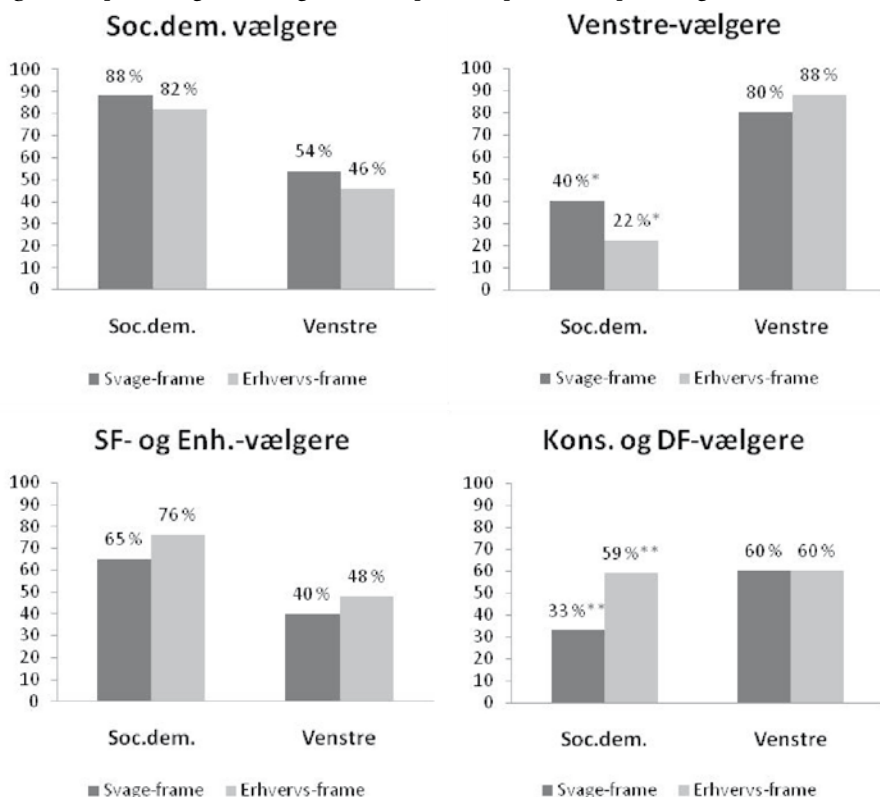
### Er et parti mere overbevisende, hvis det bruger modstanderens frame?

Kan Venstre og Socialdemokraterne overbevise hinandens vælgere, hvis de bruger det modstående partis frame? Figur 3 viser holdningerne til den foreslåede



vækstpakke i de forskellige eksperimentelle grupper, der fik præsenteret forslaget med enten Socialdemokraterne eller Venstre som afsender og fremet som hjælp til de svageste eller erhvervslivet. Figuren angiver den andel, der er enig i forslaget, dvs. har svaret i kategori 5-7 på spørgsmålet, om det ville være en god ide at gennemføre vækstpakken, opdelt efter partivalg. Eftersom deltagerne er fordelt tilfældigt, og de eksperimentelle grupper derfor i udgangspunktet er ens, kan holdningsforskelle mellem dem tilskrives påvirkning fra den eksperimentelle stimulus.

Figur 3. Opbakning til forslag om vækstpakke, opdelt efter partivalg. Pct.



Note: Værdierne angiver andel enige i, at vækstpakken er en god ide at gennemføre. Test af forskelle mellem frames: \*  $p < 0,10$ ; \*\*  $p < 0,05$  (tosidet test).

Det overordnede billede af resultaterne i figur 3 er, at framingen af forslaget ser ud til at betyde lidt, men det er først og fremmest partiafsenderen,

der påvirker folks opbakning til vækstpakken. Faktisk er forskellen mellem de to partiafsendere statistisk signifikant hos alle vælgergrupper. Ser vi først på holdningerne hos de socialdemokratiske vælgere øverst til venstre i figur 3, er der overvældende opbakning til vækstpakken, når forslaget kommer fra Socialdemokraterne (82-88 pct. enige). Omvendt daler tilslutningen til forslaget betydeligt, når Venstre står som afsender, idet kun omkring hver anden socialdemokrat så støtter forslaget. Selve framingen af forslaget har ingen statistisk signifikant effekt, selv om der er en tendens til, at de socialdemokratiske vælgere bliver en anelse mere positivt stemt over for forslaget, når det fremstilles med det socialdemokratiske frame om de svage.

Hos Venstres vælgere øverst til højre i figur 3 ser vi samme mønster, blot med en tendens til, at partiafsenderen betyder endnu mere. Får venstrefolk at vide, at Venstre står bag forslaget, synes næsten alle, det er en god ide (80-88 pct.), mens deres opbakning til den beskrevne vækstpakke falder dramatisk – helt ned til kun hver femte – når Socialdemokraterne står som afsender. I dette tilfælde ser Socialdemokraternes framing af vækstpakken som en hjælp til det private erhvervsliv endda ud til at give bagslag. Således bakker langt færre Venstre-vælgere op om vækstpakken fra Socialdemokraterne, når de bruger Erhvervs-ramet (22 pct.) frem for Svage-ramet (40 pct.), selv om Venstre-vælgere i udgangspunktet ellers fandt Erhvervs-ramet mest overbevisende (jf. figur 2). Det tyder på, at det kan være en risikabel retorisk strategi for et parti at bevæge sig ind på modstanderens domæne.

Hvordan andre partiers vælgere reagerer, er også interessant. I det danske partisystem arbejder partierne sammen i blokke, der typisk danner grundlag for regeringer til højre eller venstre for midten. Det er derfor et væsentligt spørgsmål, om et parti kan samle støtte til sin politik fra de andre partiers vælgere inden for blokken, eller om disse vælgere ligefrem skræmmes væk fra partiets politik, hvis det for at appellere til vælgere fra den modsatte blok bruger det modstående partis framing. Nederst i figur 3 fremgår det, hvad henholdsvis venstrefløjens vælgere og vælgere fra De Konservative og Dansk Folkeparti mener om vækstpakken. Det generelle mønster er det samme som ovenfor: Vælgere bliver mere positive over for forslaget, hvis det fremsættes af partiet fra deres egen fløj end fra den modsatte fløj, men afsendereffekterne er ikke så store som hos S- og V-vælgere. Blandt venstrefløjens vælgere er der større tilslutning til vækstpakken, hvis den fremføres af Socialdemokraterne (65-76 pct.) frem for af Venstre (40-48 pct.), mens der er ikke nogen statistisk signifikante effekter af framingen. Hos konservative og DF-vælgere er der større tilslutning til forslaget, når det fremføres af Venstre end af Socialdemokraterne, og her betyder Socialdemokraternes framing af vækstpakken også noget. Væl-

gerne til højre bliver således langt mere positive over for forslaget, når Socialdemokraterne præsenterer det som en hjælp til det private erhvervsliv i stedet for hjælp til samfundets svageste. I dette tilfælde ser partiet således ud til at lykkes med at vinde opbakning, når det forsøger at tale til vælgernes værdier, og det endda i en grad, så afsendereffekten helt forsvinder.

Samlet set er framingen af forslaget om vækstpakken ikke uden effekt på holdningsdannelsen, men påvirkningen er begrænset sammenlignet med de klare og konsistente effekter, partiafsenderen har. Denne konklusion holder, selv om man i stedet analyserer holdningerne til vækstpakken som gennemsnit på den målte syvpunktsskala; blot rokkes der lidt ved effekten og den statistiske signifikans for nogle af forskellene mellem de to frames. Således kan Venstre i lidt større omfang vinde opbakning hos socialdemokratiske vælgere med Svage-ramet end med Erhvervs-ramet, og den effekt bliver statistisk signifikant ( $p < 0,10$ ), mens forskellen mellem de to frames netop bliver insignifikant ( $p = 0,11$ ) hos Venstres vælgere.

## Diskussion og konklusioner

Denne artikel har taget de første skridt mod en dybere forståelse af, hvordan to fundamentale elementer i mediernes nyhedsdækning – framing og partiafsendere – tilsammen kan påvirke holdningsdannelsen hos modtagerne af budskabet. Resultaterne giver grundlag for to klare konklusioner, som udbygger den eksisterende viden om framing- og partieffekter. For det første viste undersøgelsen, at partierne hver især ejer bestemte frames. Forskellene mellem de to store partier i dansk politik er altså ikke blevet udvisket i vælgernes øjne – selv om de på visse stræk konkurrerer om vælgerne ved at nærme deres politik til hinanden. Tværtimod har borgerne helt ned på argument-niveau nogle klare forventninger til, hvad partierne vil sige.

For det andet viste undersøgelsen, at de politiske partier er helt afgørende for, hvordan borgerne vurderer politiske forslag. Opbakningen til vækstpakken skiftede i vid udstrækning, alt efter om Venstre eller Socialdemokraterne var afsender af forslaget. Denne tilbøjelighed til i højere grad at gå ind for vækstpakken, hvis den blev foreslået af ens 'eget' parti, var størst hos de to partiers egne vælgere, men kunne genfindes hos vælgere fra andre partier inden for samme blok. Disse stærke effekter af partiafsenderen er slående, fordi beskrivelsen af selve det politiske indhold i vækstpakken var helt ens uanset partiafsender.

De klare afsendereffekter står i kontrast til de svage og skiftende effekter af, hvordan forslaget blev ramet. På trods af, at de socialdemokratiske vælgere i udgangspunktet fandt Svage-ramet mest overbevisende, og Venstre-vælgernes

fandt Erhvervs-rammet mest overbevisende, gjorde disse frames kun beskednen forskel på opbakningen til vækstpakken, når de optrådte sammen med en partiafsender. Ganske vist var der en tendens til, at både socialdemokrater og vælgere fra De Konservative og Dansk Folkeparti kunne gøres mere positive over for forslaget, hvis det modstående parti framede det på en måde, der burde være særlig appellerende til dem, men effekterne var små – og Venstres vælgere reagerede direkte modsat, da Socialdemokraterne forsøgte at overbevise dem med Erhvervs-rammet.

Disse resultater stiller derfor spørgsmålstegn ved, om framing – og spin og retorik for den sags skyld – er så effektiv en måde at overbevise borgerne på, som det ofte bliver gjort til af både forskere og kommentatorer. I hvert fald bliver effekten af framing kraftigt modereret, når de præsenteres i den sammenhæng, hvor de oftest findes i politisk debat: side om side med politiske partier (Slothuus & de Vreese 2010). Omvendt understreger resultaterne, at de politiske partier fortsat spiller en væsentlig rolle for borgernes politiske holdningsdannelse.

Disse resultater skal dog kun ses som et foreløbigt forsøg på at forstå samspillet mellem framing og partier i borgernes holdningsdannelse. Det er nødvendigt at undersøge nærmere, hvilken betydning det konkrete emne og de konkrete frames har for, om borgerne påvirkes mest af partiafsenderen eller framingen. Den økonomiske krise og politiske tiltag for at imødegå den var allerede et varmt emne i nyhedsmedierne, da undersøgelserne blev gennemført. Mange svarpersoner har derfor sikkert kendt til partiernes virkelige forslag og de begrundelser og hensyn, som partierne bragte frem. Derfor kan det selv i et eksperiment være svært at foretage en præcis vurdering af, hvordan de forskellige elementer i budskaberne påvirker holdningsdannelsen (Gaines, Kuklinski & Quirk 2007). Desuden var opbakningen til en vækstpakke allerede betydelig i alle vælgergrupper. Et mere kontroversielt emne, og måske mere kontroversielle frames, ville måske give andre effekter, og disse er derfor oplagte at undersøge som næste skridt.

## Noter

1. Forfatteren takker Lene Aarøe, Jamie Druckman, Christoffer Green-Pedersen, Else Marie Holm, James Kuklinski, Michael Bang Petersen, Morten Pettersson, Paul Sniderman og Rune Stubager for kommentarer til undersøgelsens design og Mads Bjerregaard Larsen samt to anonyme bedømmere for kommentarer til manuskriptet. Dataindsamlingen er støttet af Forskningsrådet for Samfund og Erhverv.
2. Tildelingen af det ene eller andet parti var tilfældig. Andre deltagere blev i stedet spurgt om Enhedslisten eller Dansk Folkeparti, men disse svar analyseres ikke i

- denne artikel. Antallet af svarpersoner i de relevante partispørgsmål er derfor henholdsvis 137 (Venstre) og 142 (Socialdemokraterne).
3. Styrken af de to frames blev målt med spørgsmålet: ”Forestil dig igen et forslag om en vækstpakke på fem milliarder kroner for at afhjælpe den økonomiske krise. Ifølge vækstpakken skal staten investere fem milliarder kroner ekstra i veje, hospitaler og renovering af offentlige bygninger. I hvilken grad ville hver af de følgende begrundelser kunne overbevise dig om at støtte forslaget?” Herefter blev hver af de to frames vurderet på en skala fra 1 (”Slet ikke overbevisende”) til 7 (”Meget overbevisende”). Partivalg blev målt med spørgsmålet: ”Hvis der var folketingsvalg i morgen, hvilket parti ville du så stemme på?”
  4. Der er ingen signifikante forskelle mellem grupperne på køn, alder, region, uddannelse, indkomst, politisk interesse, politisk viden eller partivalg, hvilket kan tages som udtryk for, at randomiseringen er lykkedes.

## Litteratur

- Andersen, J.G. (2008). ”Et valg med paradokser: opinionsklimaet og folketingsvalget 2007.” *Tidsskriftet Politik*, 11 (3): 10-26.
- Binderkrantz, A. (2008). ”Competition for Attention,” pp. 127-49 i D. Farrell & R. Schmidt-Beck (red.), *Non-Party Actors in Elections*. Baden-Baden: Nomos-Verlag.
- Campbell, A., P.E. Converse, W.E. Miller & D.E. Stokes (1960). *The American Voter*. New York: Wiley.
- Carsey, T.M. og G.C. Layman (2006). ”Changing Sides or Changing Minds?” *American Journal of Political Science*, 50 (2): 464–77.
- Chong, D. & J.N. Druckman (2007). ”Framing Theory.” *Annual Review of Political Science*, 10: 103–26.
- De Økonomiske Råd (2009). *Dansk Økonomi efterår 2009*. København: De Økonomiske Råds sekretariat.
- Druckman, J.N. (2001). ”On the Limits of Framing Effects: Who Can Frame?” *Journal of Politics*, 63 (4): 1041–66.
- Entman, R.M. (1993). ”Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm.” *Journal of Communication*, 43: 51-58.
- Finansministeriet (2009). ”Finanslov med vækst og velfærd.” Pressemeddelelse udsendt 12.11. København: Finansministeriet.
- Gaines, B.J., J.H. Kuklinski & P.J. Quirk (2007). ”The Logic of the Survey Experiment Reexamined.” *Political Analysis*, 15 (Winter): 1-20.
- Gamson, W.A. & A. Modigliani (1987). ”The Changing Culture of Affirmative Action.” *Research in Political Sociology*, 3: 137–77.

- Iyengar, S. & N.A. Valentino (2000). "Who Says What?" pp. 108-129 i A. Lupia, M.D. McCubbins & S.L. Popkin (red.), *Elements of Reason*. New York: Cambridge University Press.
- Politiken (2009). "Dansk Folkeparti kræver vækstpakke til 8 milliarder", 6. november, 1. sektion, side 6.
- Petersen, M.B., R. Slothuus, R. Stubager & L. Togeby (2007). "Eksperimenter: Et redskab i politologens værktøjskasse?" *Politica* 39, (1): 5-13.
- Petrocik, J.R. 1996. "Issue Ownership in Presidential Elections, with a 1980 Case Study." *American Journal of Political Science*, 40 (3): 825-50.
- Schaffner, B.F. & P.J. Sellers (red.) (2010). *Winning with Words*. New York: Routledge.
- Shen, F. & H.H. Edwards (2005). "Economic Individualism, Humanitarianism, and Welfare Reform." *Journal of Communication*, 55 (4): 795-809.
- Slothuus, R. (2008). "More than Weighting Cognitive Importance: A Dual Process Model of Issue Framing Effects." *Political Psychology*, 29 (1): 1-28.
- Slothuus, R. (2010). "When Can Political Parties Lead Public Opinion? Evidence From a Natural Experiment." *Political Communication*, 27 (2): 158-177.
- Slothuus, R. & C.H. de Vreese (2010). "Political Parties, Motivated Reasoning, and Issue Framing Effects." *Journal of Politics*, 72 (3).
- Socialdemokraterne (2009). *Vækst og velfærd. Socialdemokraternes forslag til finanslov 2010*. København: Socialdemokraterne.
- Stubager, R. (2009). "Hvem repræsenterer partierne?" pp. 38-43 i Jens Blom-Hansen og Jørgen Elklit (red.), *Perspektiver på politik*. Århus: Academica.
- de Vreese, C.H. (2003). *Framing Europe*. Amsterdam: Aksant.

# Anmeldelser

Jingjing Huo, *Third Way Reforms. Social Democracy after the Golden Age*, Cambridge: Cambridge University Press, 2009. 374 s., £ 50.00.

Som titlen antyder, undersøger bogen *Third Way Reforms* velfærdsstatsreformer gennemført af socialdemokratiske regeringer i ni vestlige velfærdsstater siden midten af 1980'erne. Denne periode er kendetegnet ved forandring af en række socialdemokratiske partier inspireret af "den tredje vej" paradigmet. Huo konceptualiserer reformerne under "den tredje vej" som institutionel innovation, hvorved institutionelle og politiske kontekster i disse lande betinger muligheder og begrænsninger for socialdemokratiernes kursskifte og gennemførelsen af velfærdsstatsreformer. Derfor spiller stiafhængighed en afgørende rolle for at forklare variation i partiernes ideologiske forandring og i velfærdsstatsreformerne i de ni cases.

I teorikapitlet begynder Huo med at adskille det klassiske socialdemokratiske program fra den tredje vej. Socialdemokratiernes traditionelle velfærdsfilosofi bygger på solidaritet og egalitarisme som grundtanker, mens den tredje vej er overgangen til *productivist solidarity* og *prioritarian egalitarianism*, som forfatteren kalder det. I politisk praksis indebærer dette, at lønudjævning erstattes med fattigdomsbekæmpelse og at indtrædelse på arbejdsmarkedet prioriteres over høje kompensationsgrader (se pp. 13ff). Dette karakteriserer den tredje vej som institutionel innovation, fordi traditionelle socialdemokratiske politikinstrumenter er (delvist) suspenderet eller suppleret med nye koncepter.

Huo karakteriserer den institutionelle innovation som både stiafhængig og som overvindelsen af *public evils*. Udgangspunktet her er argumenterne fra *New Politics of the Welfare State* (NPWS) litteraturen, som forfatteren kritiserer og videreudvikler teoretisk. For det første er socialdemokratiernes forandring afhængig af de eksisterende institutioner, den hidtidige politiske arv og vetospillere som fx fagforeninger. Dernæst er den forandrede makroøkonomiske kontekst af lav vækst, landenes høje gældsbyrder og høj arbejdsløshed afgørende for socialdemokratiernes forandring uanset stiafhængigheden i de forskellige lande. Klassiske socialdemokratiske policyinstrumenter kan nu ikke længere anvendes og bliver set som årsag til de økonomiske problemer og betragtes via Hirschman (1970) som *public evils*. Den tredje vej karakteriseres derfor som et socialdemokratisk svar på de problemer, der opstår af den forandrede økonomiske kontekst.

Derefter går bogen ind på forandringerne af socialdemokratiske policyinstrumenter. Først og fremmest skelnes der mellem reformer af hhv. aktiv og

passiv sociale ydelser. Baseret på de forudgående argumenter om forandring af det socialdemokratiske program udvikler Huo hypoteser om reformer af aktive og passive sociale ydelser. Som repræsentant for magtressourceteorien sammenligner han disse hypoteser med de tilsvarende hypoteser fra NPWS-tilgangen. Huo forventer, at socialdemokratiske partier, i modsætning til borgerlige, ekspanderer de aktive sociale ydelsers sikring og restrukturerer de passive, inklusive moderate nedskæringer. Det svarer til socialdemokratiernes overgang til *productivist solidarity* og *prioritarian egalitarianism*. I modsætning hertil går borgerlige partier ind for nedskæringer af de aktive sociale ydelser og mere omfattende nedskæringer af de passive eller er som kristendemokratiske partier er kendetegnet ved inaktivitet. Den sidstnævnte gruppe af partier hverken favoriserer nedskæringer eller gennemfører aktive arbejdsmarkedspolitik. Inden for økonomisk politik forventes det, at socialdemokratiene nærmer sig de borgerlige partier. Forskellen er dog stadigvæk, at socialdemokratiene bruger finanspolitisk disciplin som et instrument, mens det er et mål i sig selv for borgerlige partier. Bogens teoretiske del afsluttes med metodiske synspunkter. Caseudvælgelsen er baseret på Esping-Andersens velkendte typologi som blandt andet bruges til at teoretisere stiafhængighedens rolle for forandringerne af de socialdemokratiske partier, herunder i de tre skandinaviske lande. Forfatteren anvender nominal og ordinal sammenligning til at etablere og analysere kausalitet og variation.

Kapitel 3 diskuterer de institutionelle rammebetingelser for socialdemokratiernes forandring til den tredje vej og velfærdsstatsreformerne i de ni cases. Landenes socioøkonomiske traditioner og den eksisterende velfærdsstatstype påvirker udviklingen mod den tredje vej. For eksempel gør den svenske tradition med aktiv arbejdsmarkedspolitik eller det fleksible arbejdsmarked i Danmark det nemmere at gennemføre reformer af de aktive sociale ydelser, og dermed er der flere omfattende reformer end i de kontinentale velfærdsstater som fx Frankrig eller Tyskland. Det samme gælder for partierne selv med hensyn til ideologiske forandringer mod den tredje vej.

Det korte kapitel 4 skitserer den historiske kontekst af høj og stigende ledighed som gik forud den tredje vej og beskriver konservative og kristendemokratiske regerings reaktioner på de økonomiske problemer.

Kapitel 5 og 6 omhandler reformerne af de aktive sociale og passive sociale ydelser sikring med henblik på hypoteserne. Analysen af forandringerne og reformerne støtter forfatternes tankegang om en stiafhængig forandring af socialdemokratiske partier og de tilsvarende reformer. Alligevel kunne man i nogle tilfælde ønske sig en dybere analyse, fordi diskussionerne af reformerne ikke stemmer overens med den faktiske rækkefølge eller indhold. Fx er der tale



om en "Hartz V reform" i Tyskland, en reform, som aldrig fandt sted! Desuden ville en mere analytisk brug af talmaterialet være nyttigt, da bogen anvender forskellige mål uden at sætte dem ind i et mere komparativt perspektiv. Trods dette lykkes det forfatteren at vise de forventede forskelle mellem socialdemokratiske, borgerlige og kristendemokratiske partier med hensyn til velfærdsstatsreformer. Derudover er forandringen mod den tredje vej stiafhængig, fordi socialdemokratiske partier adskiller sig mht. det omfang, de har ændret deres arbejdsmarkeds- og socialpolitik, hvilket er betinget af den økonomiske og politiske kontekst, partierne befinder sig i.

Kapitel 7 belyser de økonomiske og korporative sammenhænge, hvori socialdemokratiske partier har udskiftet deres programmer og økonomiske politik. 1980'ernes forandringer af institutionelle rammebetingelser er illustreret ved hjælp af forskellige mål. Hovedpunktet er, at socialdemokratiske partier har skiftet til en anden økonomisk politik under den tredje vej, men i modsætning til borgerlige partier er finanspolitik ikke et mål i sig selv, men et instrument til at opnå de nye politiske formål.

Det sidste kapitel samler resultaterne og diskuterer socialdemokratiernes forandring som "Theories of Possibilities". Det sker med henblik på de eksisterende argumenter i litteraturen om velfærdsstatsreformer og forandringer af politiske partier. Forfatteren argumenterer for, at interaktionen mellem magtressourcer og organisationskapacitet spiller en rolle for fortolkningen af den institutionelle innovation, hvor landespecifikke forskelle er præget af nationale stier.

Huos *Third Way Reforms* er et værdifuldt bidrag til debatten om socialdemokratiernes forandring og velfærdsstatsreformer. Bogen har en ret innovativ tilgang til fornyelse af institutioner. Det faktum, at afhandlingen er baseret på ni forskellige socialdemokratiske partier som cases, udvider den eksisterende forskning om socialdemokratisk forandring. Bogen giver desuden en anskuelig oversigt over arbejdsmarkeds- og velfærdsstatsreformer i ni vestlige lande. Alligevel kunne det analytiske fokus have været mere udpræget, og det empiriske materiale kunne have været bedre tilknyttet til de teoretiske forventninger for at få en mere systematisk typologi over socialdemokratiske partier under den tredje vej, som det sker i Merkel et al. (2008). Uanset de nævnte svagheder er bogen et godt bidrag til den komparative forskning om socialdemokratiernes tredje vej og samtidig en god reference til komparativ velfærdsstatsforskning.

Christoph Arndt  
Institut for Statskundskab  
Aarhus Universitet

## Referencer

- Hirschman, Albert O. (1970). *Exit, Voice and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organizations and States*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Merkel, Wolfgang, Alexander Petring, Christian Henkes og Christoph Egle (2008). *Social Democracy in Power. The Capacity to Reform*, London og New York: Routledge.

Jørn Loftager og Lars-Bo Kaspersen (red.) *Klassisk og moderne politisk teori*. København: Hans Reitzels Forlag, 2009, 1274 s., kr. 598,00.

Ved lanceringen af *Klassisk og moderne politisk teori* var jeg kritisk over for det slogan, som kunne læses på forlagets salgspakater: ”en klassiker er født”. Jeg syntes, det virkede lovligt prætentivt, eftersom man jo dårligt kunne vide, om bogen ville opnå samme status som søsterpublikationen, den nu allerede klassiske *Klassisk og Moderne Samfundsteori* fra 1996. Det er aldrig rart at indrømme en fejl, men den undervurdering af udgivelsens potentielle rækkevidde, min skepsis var udtryk for, var ikke desto mindre en fejl. Alene indholdsfortegnelssens oversigt over bidragsyderne afslører en skræmmende kompetent liste over centrale forskere i det politisk-teoretiske miljø i Danmark og i de tilfælde, hvor det måske ikke er de mest indlysende valg, der er foretaget, vendes den nytænkning, der repræsenteres i disse artikler, snarere til en styrke end til det modsatte.

Købere af bogen tilbydes endvidere mulighed for kvit og frit at downloade værket som e-bog. Det tog denne læser 10 minutter at få teknikken på plads og således få mulighed for at søge efter enkeltord eller -sætninger på tværs af bogens kapitler. En god gestus, selvfølgelig især hvis man skal anmelde bogen og tjekke om forfatterne eller redaktørerne har overset væsentlige begreber eller navne. Mine søgninger i den henseende bekræfter mit førstehåndsindtryk: Bogen er gennemarbejdet som sjældent set i den type udgivelser og indholdsmæssigt er de forfatterskaber, der gennemgås, fuldt ud dækkende for en grundig indføring i den politiske teoris historie. Der er selvfølgelig mangler - selv i en bog på omkring 1300 sider. Personligt finder jeg, at antikkens og middelalderens politiske teori trods introduktionerne til disse perioder bliver stedmoderligt behandlet.

Hvad de substantielle bidrag angår, har jeg dog kun ros tilovers for det vid, der lægges for dagen. Det store foregangsværk i den politiske teoris historie, George H. Sabines og Thomas L. Thorsons *A History of Political Theory* er blevet kritiseret for at være alt for selektivt i sit udvalg af teoretikere. Således overser forfatterne i deres ensidigt kritiske fremstilling af Hegel den afgørende betydning Kants tænkning spillede for dennes politiske filosofi. Denne fejltagelse

gentages ikke i *Klassisk og Moderne Politisk Teori*, der ikke alene indeholder en grundig gennemgang af Hegelkritikken og de mulige modargumenter men også et selvstændigt afsnit om netop Kants politiske filosofi. Det er i det hele taget bogens styrke, at forfattere og forfatterskaber, der ikke altid inddrages i den politisk-teoretiske kanon, faktisk tages med her. Det gælder netop Immanuel Kant, men også Friedrich Nietzsche, Émile Durkheim og John Dewey, og faktisk hører Gorm Harstes, Lars Thorup Larsens og Hans Finks introduktioner til disse forfatterskaber hver især til nogle af bogens bedste.

*Klassisk og moderne Politisk Teori* er kronologisk opbygget og opdelt af fem historiske oversigtsafsnit, der skal give læseren en indsigt i den behandlede periodes "generelle politiske, økonomiske, og sociale udviklingstræk" (p.9). Det er jo sådan set en god ide: Kontekstualiseringer hjælper altid og på Institut for Statskundskab, Aarhus Universitet, hvor vi har valgt at prioritere en rent analytisk tilgang i *Politisk Teori*, udgør bogen således en oplagt mulighed for at få såvel analytisk styrke som historisk kompetente studerende – hvis bogen altså bliver læst.

I den henseende er det selvfølgelig værd at spørge til, om den historiske opdeling så fungerer efter hensigten? Det gør den, men nok kun delvist. For det første er det særligt i forhold de tidlige perioder svært faktisk at få et overblik. Der er ikke nogle væsentlige mangler i Mihail Larsens præsentation af antikken, middelalderen og renæssancen. Men et tidsrum på 2200 år (fra de homeriske epoi til den katolske reformation) er simpelthen for stor en bid. Det er således ret tydeligt, at dette oversigtskapitel giver mindre overblik end Peter Nannestads i øvrigt glimrende gennemgang af antik filosofi, og også betydeligt mindre end Mihail Larsens egen introduktion til Rousseau i kapitel 13.

I øvrigt ville det netop i forhold til Larsens og Nannestads to indledende kapitler have været til stor hjælp for den teoretisk uskoledede læser, hvis de to forfatters forskellige opfattelser af forholdet mellem historisk kontekst og politisk teori var blevet bragt mere eksplicit i spil. Larsen forklarer den græske filosofis opståen ud fra det klassiske argument om, at "[o]pfindelsen af møntsystemet kan have bidraget væsentligt til fremkomsten af den abstrakte tænkning, hvoraf filosofien udspringer" (p. 21). Nannestad angriber, med adresse til netop dette argument, den "tese hos materialistiske (marxistiske) forfattere (...), at det er indførelsen af et møntsystem o. 600 f.v.t., der virker som en katalysator for udviklingen af et abstrakt værdibegreb (...)", med henvisning til at man "lige så vel kan argumentere for, at indførelsen af et møntsystem blot afspejler at grækerne på dette tidspunkt havde udviklet en sådan evne til abstrakt tænkning" (p. 43). Jeg vil ikke gøre mig klog på, hvilken vej kausalpilen bør vende, og jeg opfatter det egentlig som en styrke, at udgivelsen kan rumme

begge synspunkter. Men eftersom en del af bogens målgruppe hævdes at være studerende fra ”gymnasier og mellemlange (...) uddannelser” kunne den klare forskel på de to positioner med fordel have været bragt mere eksplicit i spil.

Det ville i det hele taget have styrket værket, hvis oversigtskapitlerne havde haft et mere entydigt præg. I sin introduktion til perioden 1500-1800 guider Uffe Østergaard med vanligt overblik læseren igennem med sikker hånd. Men mens Lars Bo Kaspersen og Niels Finn Christiansen i deres introduktioner til henholdsvis 1789-1914 og 1914-1945 ligeledes betragter den politiske teori i sin historiske kontekst, så har Per Mouritsens gennemgang af perioden efter 1945 mere karakter af en præsentation af de centrale politisk-videnskabelige paradigmer i dette tidsrum. Mouritsens kapitel udgør i sig selv et glimrende kort over den politiske videnskabs slagmarker i sidste halvdel af det 20. århundrede, men eftersom en stor del af de potentielle læses kendskab til perioden vil begrænse sig til temagennemgange i gymnasieundervisningen, kommer de her let til at mangle nogle simple historiske facts at spille bold op af.

Et andet gennemgående kritikpunkt findes i de præsentationer af nøglebegreber, der afslutter de enkelte forfatterskabsintroduktioner. Søren Hviid Petersen artikel om Thomas Hobbes tjener som et udmærket eksempel: Efter en glimrende introduktion til Hobbes præsenteres læseren for korte beskrivelser af begreberne ”Naturlige rettigheder”, ”Naturretten”, ”Naturtilstand” og ”Suverænen”. Forstår man disse begreber og hvorledes de relateres til hinanden, så forstår man ganske rigtigt det centrale bidrag til politisk teori i Hobbes’ tænkning. Men begreberne er for kort beskrevet til at den utrænede læser efterfølgende kan gå dem igennem og få repeteret sin viden. *Klassisk og moderne politisk teori* er i forvejen en ordentlig mundfuld, men netop disse gennemgående oversigter burde være dets store styrke, og det er de altså ikke i den nærværende form. Og nu hvor jeg er ved det, så savner jeg ligeledes en kort, men systematisk introduktion i hvert kapitel til den foreliggende litteratur om den enkelte tænker og de eksisterende danske eller skandinaviske oversættelser af centrale værker fra vedkommendes hånd – netop én af de store styrker ved søsterværket *Klassisk og Moderne Samfundsteori*.

Alt i alt skal de kritiske kommentarer i det ovenstående dog tages for, hvad de er: forslag til mulige forbedringer i forhåbentlig mange senere genudgivelser af *Klassisk og moderne politisk teori*, og jeg vil uden tøven anbefale såvel studerende som kolleger at bruge værket.

Morten Brænder  
Institut for Statskundskab  
Aarhus Universitet

Jørgen Grønnegård Christensen, Poul Erik Mouritzen og Asbjørn Sonne Nørgaard (red.), *De store kommissioner. Vise mænd, smagsdommere eller nyttige idioter*. Syddansk Universitetsforlag, 2009, 280 s., 298 kr.

Alle, der har fulgt med i dansk politik de sidste ti år, har hørt om dem, kommissionerne: strukturkommissionen, velfærdskommissionen, skattekommissionen – bare for at nævne nogle af de mest kendte. Nu er der kommet en ny bog, der behandler emnet, og som absolut er et nærmere bekendtskab værd. Bogen er skrevet af en række samfundsforskere, hvoraf de fleste selv har virket i forskellige kommissioner. Det er en stor styrke, da det muliggør et kig ned i det politiske maskinrum, hvilket ellers sjældent lader sig gøre. Detaljerne og den åbenlyse interesse for fænomenet ”kommissioner i dansk politik” lyser ud af siderne. Men det skaber også nogle problemer, når der skal foretages en mere systematisk analyse af, hvorfor nogle regeringer vælger at benytte kommissioner, og hvad effekten af dem er. Mere om det senere.

Bogen består, foruden et indledende og afsluttende kapitel af redaktørerne, af ni kapitler, hvoraf de fleste behandler forløbet omkring enkelte kommissioner. Peter Munk Christiansen og Asbjørn Sonne Nørgaard lægger dog først ud med – i et fint kapitel – at præsentere en bredere oversigt over udviklingen i brugen af kommissioner. De viser, hvilket måske vil overraske nogle, at antallet er faldet markant siden 1980. Hvor det i 1980 stort set var en norm, at en kommission burde nedsættes i forbindelse med reformer, synes brugen i dag langt mere eklektisk – regeringen anvender i dag kommissioner, hvis det er strategisk opportunt, men ellers ikke. De viser også, at sammensætningen og formålet med kommissionerne er ændret, hvilket også gælder politikernes opfattelse af dem. Mest interessant er nok den stigende anvendelse af eksperter som kommissionsmedlemmer, hvilket relaterer sig til en række af de andre bidrag i bogen, hvis forfattere netop har deltaget som såkaldt uvildige eksperter.

Jørgen Søndergaard, Jørn Henrik Petersen, Kjeld Møller Pedersen, Poul Erik Mouritzen og Jørgen Grønnegård Christensen skriver hver især om deres oplevelser i diverse kommissioner. Det gør de alle ganske fornuftigt, omend nogle har bedre blik for implikationerne af deres oplevelser end andre. Jørn Henrik Petersen skriver således et rigtig godt bidrag om velfærdskommissionen, hvor han ikke bare fokuserer på dens indre liv, men også udviser en rigtig god fornemmelse for dens dagsordensfastsættende egenskab. I modsætning til de fleste andre af forfatterne inddrager han relativt systematisk medie- og politikernes udtalelser før, under og efter velfærdskommissionens arbejde. Jørgen Grønnegård Christensen har ligeledes et spændende kapitel om domstolskommissionen og den efterfølgende domstolsreform, og om hvordan denne var udtryk for

bureaukratisk politik, altså politik der var drevet af embedsværket snarere end af politikerne. Det fremhæves, hvordan bureaukratisk politik fordrer, i hvert fald i dette tilfælde, manglende entydig landspolitisk interesse, få omkostninger for de involverede parter samt en mulighed for at øge antallet af (dommer-) stillinger. Man fristes dog til at spørge, hvem der *ikke* ville være i stand til at gennemføre en reform under så gunstige vilkår – et spørgsmål, der imidlertid ikke optager forfatteren.

Didde Cramer Jensen og Poul Erik Mouritzen leverer en analyse af pinsepakken og efterlønsreformen. Begge disse reformer er karakteriseret ved, at der ikke forinden var nedsat kommissioner, som kunne modne reformforslagene. Forfatterne påpeger, at det ikke mindst er som en konsekvens af efterlønsreformens meget dårlige modtagelse, at den nuværende regerings brug af kommissioner skal forstås. Herudover er der dog ikke så farligt meget nyt, især ikke når det drejer sig om efterlønsreformen, én af de mest gennemlyste reformer i moderne dansk samtidshistorie. I et andet kapitel fortæller Michael Baggesen Klitgaard og Asbjørn Sonne Nørgaard om ”arbejdsmarkedsreformer med og uden kommissioner”, en analyse af kommissionernes rolle i de store arbejdsmarkedsreformer, der begyndte under Schlüter-regeringernes sidste år og frem til ”Flere i arbejde” i 2002. Kapitlet er vidende, men en anelse for beskrivende, når nu forfatterne reelt har fem forskellige cases fra tre forskellige regeringer og selv synes at fremhæve betydningen af den partipolitiske konkurrence. Et højere teoretisk ambitionsniveau, hvor et egentligt argument om betydningen af partikonkurrence (være det sig emne-ejerskab, policy positioner eller mandatstyrke) ville have gavnet, uanset at analysen måske ikke ville kunne have tilladt en endegyldig konklusion.

Som nævnt bidrager redaktørerne med to kapitler, hvori de forsøger at tegne nogle bredere teoretiske linjer. Begge kapitler er solide, men præget af at bogens empiri formodentlig var givet før de teoretiske overvejelser. I indledningen opstiller redaktørerne således en reformtypologi, hvor der argumenteres for, at kommissioner i nutiden især vil finde anvendelse i forbindelse med reformer, hvor fordelene er diffuse og ulemperne koncentrerede. Desværre testes reformtypologien ikke systematisk, hvilket ellers ligger lige for. En anden væsentlig anke er, at spørgsmålet, hvornår og hvordan kommissioner har en effekt på policy, ikke belyses ordentligt. Som redaktørerne selv fremhæver i det afsluttende kapitel, er det langt fra givet, at kommissioner leder frem til reformer, selv når politikerne formentlig gerne havde set det. Men hvorfor succes nogle gange og ikke andre? Der er altså alt i alt nogle store spørgsmål, som *De store kommissioner* desværre ikke besvarer, men som ikke desto mindre fornemmes at have motiveret projektet i første omgang. Mindre kan naturligvis også gøre

det, og der er næppe nogen tvivl om, at bogen med sine mange gode indsigter vil blive meget læst og forhåbentlig give anledning til yderligere forskning i de kommende år.

Carsten Jensen  
Institut for Statskundskab  
Aarhus Universitet

# Abstracts

*Erik Albæk and Claes H. de Vreese*

## **Research in political communication:**

*An overview*

Reflection on political communication has been known for as long as mankind has known politics. Systematic study of political communication, however, is of recent origin. The article defines political communication, examines political communication research and its institutionalization – internationally as well as in Denmark - and discusses the central questions of political communication research.

*Arjen van Dalen and Morten Skovsgaard*

## **Reporter behind the protective walls of the 'lobby':**

*The Danish political journalist and commercialization*

The increasing commercialization of media markets in Denmark and abroad has led to concerns about journalism's role in democracy. In discussions about the influence of budget cuts and increased competition on the way journalists work, the difference between political journalists and other journalists is generally disregarded. While political journalists who report from the Danish parliament, Christiansborg, fulfil a top-down democratic function, basing their reporting on political institutions, other journalists fulfil a bottom-up function, making sure citizens' concerns are heard in the public debate and brought into the political sphere. This paper argues that journalists working on a political 'beat' are affected less by commercial pressures than other journalists, as their work is cost-effective and a way for media outlets to brand themselves. Representative surveys among Christiansborg journalists and other Danish journalists show that political reporters feel less affected by profit pressures than other journalists covering societal issues. Strengthening the political beat at the expense of other journalists has negative normative implications for journalism from a participatory democracy viewpoint.



*David Nicolas Hopmann and Christian Elmelund-Præstekær*

## **Whose marionettes are the media?**

*TV coverage of politicians and issues during elections*

As in many other countries, it has been discussed for decades whether the media in Denmark, in particular television, is politically biased. The public debate suffers from two shortcomings, however. First, a theoretical argument explaining why and how the media can favour specific political parties or camps; second, the debate lacks an empirical basis enabling us to investigate actual media content. Based on a discussion of how media content is produced, this article presents a comprehensive empirical analysis of television news coverage of the national elections 1994-2007. Two main aspects of media content are studied: The general visibility of political parties and the parties' visibility with respect to specific policy issues. The results show no indication of a political bias favouring specific parties. Rather, the results indicate that media coverage is shaped by professional criteria for newsworthiness.

*Christoffer Green-Pedersen and Rune Stubager*

## **The media agenda and the political agenda:**

*A tango with a leader?*

Mediatization of politics is a fact, but what does it imply? Often mediatization is seen to imply media dominance and a decline of parties. This article explores the agenda-setting dynamics between the mass media and the partisan agendas. The main conclusion is that this is a two-way process in which both agendas influence each other. However, the effect of the media agenda on the partisan agenda is conditioned upon partisan interest in the issues raised by the media. Media attention only leads to partisan attention when parties have a prior electoral interest in issues. The parties thus lead the tango with the media and mediatization does not necessarily imply media dominance.

*Rune Slothuus*

## **Framing and Political Parties:**

*Can Parties Win Policy Support by Framing Issues?*

Two fundamental elements in political news – as well as public opinion formation – are framing and partisanship. Yet, we know little about how these forces interact to shape citizens' policy preferences. Can parties win public

support for their policies among voters from opposing parties by framing their policies in terms speaking to these out-partisan voters? A two-step analysis first establishes political parties' "frame ownership" – which frames are associated with which parties – and next test the effects of parties using their own and others' framing to promote a policy. Findings from a unique experimental design, embedded in two national opinion surveys, show that parties clearly are associated with particular frames but that frame content has little impact on policy support as compared to the influence of the partisan sponsor of a policy.

# Om forfatterne

*Erik Albæk*, professor, ph.d., Center for Journalistik ved Institut for Statskundskab, Syddansk Universitet. Forsker og underviser i medier og politik. Redaktør af bogserien 'Journalistik og samfund' på Syddansk Universitetsforlag. Bl.a. medforfatter til bogen *Kunsten at holde balancen: Dækningen af folketingsvalgkampe i tv-nyhederne på DR1 og TV2 1994-2007*. Se mere på [www.sdu.dk/ansat/eri](http://www.sdu.dk/ansat/eri). E-mail: [eri@sam.sdu.dk](mailto:eri@sam.sdu.dk).

*Arjen van Dalen*, ph.d.-studerende, Center for Journalistik ved Institut for Statskundskab, Syddansk Universitet. Master (2004) og forskningsmaster med udmærkelse (2009) i kommunikationsvidenskab fra Amsterdam School for Communications Research. Er ved at færdiggøre sin ph.d.-afhandling om politisk journalistik i komparativt perspektiv. Se mere på [www.sdu.dk/ansat/avd](http://www.sdu.dk/ansat/avd). E-mail: [avd@sam.sdu.dk](mailto:avd@sam.sdu.dk)

*Christian Elmelund-Præstekær*, adjunkt, ph.d., Institut for Statskundskab, Syddansk Universitet. Interesserer sig for politisk kommunikation og har skrevet om negativ kampagne, dagsordenseffekter og mediemagt. Er for tiden involveret i KV09-valgprojektet og velfærdsreformprojektet "Beyond Class Politics". Se mere på [www.sdu.dk/ansat/cel](http://www.sdu.dk/ansat/cel). E-mail: [cel@sam.sdu.dk](mailto:cel@sam.sdu.dk)

*Christoffer Green-Pedersen*, professor, ph.d., Institut for Statskundskab, Aarhus Universitet. Arbejder primært med politisk dagsordensfastsættelse og partikonkurrence: Hvilke emner fokuserer partierne på, og hvilke emner ignorerer de? Og hvad betyder medierne for denne proces? Læs mere på [www.agendasetting.dk](http://www.agendasetting.dk). E-mail: [cgp@ps.au.dk](mailto:cgp@ps.au.dk)

*David Nicolas Hopmann*, adjunkt, ph.d., Center for Journalistik ved Institut for Statskundskab, Syddansk Universitet. Forsker og underviser i mediernes dækning af politik og denne effekt på modtagerne. Er bl.a. medforfatter til bøgerne *Teflon og Bullshit: Ti myter om politik, journalistik og valgkampe* og *Kunsten at holde balancen: Dækningen af folketingsvalgkampe i tv-nyhederne på DR1 og TV2 1994-2007*." Se mere på [www.sdu.dk/ansat/dnh](http://www.sdu.dk/ansat/dnh). E-mail: [dnh@sam.sdu.dk](mailto:dnh@sam.sdu.dk).

*Morten Skovsgaard*, ph.d.-studerende, Center for Journalistik ved Institut for Statskundskab, Syddansk Universitet. Professionsbachelor i journalistik fra Danmarks Journalisthøjskole (2001) og har arbejdet knap fire år som jour-

nalist. Cand.public. fra Syddansk Universitet (2007). Er ved at færdiggøre sin ph.d.-afhandling om den journalistiske profession i Danmark. Se mere på [www.sdu.dk/ansat/skh](http://www.sdu.dk/ansat/skh). E-mail: [skh@sam.sdu.dk](mailto:skh@sam.sdu.dk)

*Rune Slothuus*, ph.d., er adjunkt ved Institut for Statskundskab, Aarhus Universitet. Han forsker i politisk holdningsdannelse og politisk kommunikation. Nyere artikler i *Journal of Politics*, *Public Opinion Quarterly*, *Communication Research*, *European Journal of Political Research* m.fl. Se mere på [www.ps.au.dk/slothuus](http://www.ps.au.dk/slothuus). E-mail: [slothuus@ps.au.dk](mailto:slothuus@ps.au.dk).

*Rune Stubager*, lektor, ph.d., Institut for Statskundskab, Aarhus Universitet. Interesserer sig for politisk holdningsdannelse, skillelinjer i dansk politik og politisk dagsordensfastsættelse og arbejder på projekter inden for alle tre emner. Forfatter til bogen *The Education Cleavage: New Politics in Denmark* (2006). Se mere på [person.au.dk/da/stubager@ps](http://person.au.dk/da/stubager@ps). E-mail: [stubager@ps.au.dk](mailto:stubager@ps.au.dk).

*Claes H. de Vreese*, professor, ph.d., Amsterdam School of Communications Research, Amsterdam Universitet. Videnskabelig direktør samme sted og adjungeret professor i journalistik og statskundskab ved Syddansk Universitet. Bl.a. medforfatter til bogen *Kunsten at holde balancen: Dækningen af folketingsvalgkampen i tv-nyhederne på DR1 og TV2 1994-2007*. Se mere på [www.claesdevreese.com](http://www.claesdevreese.com). E-mail: [C.H.deVreese@uva.nl](mailto:C.H.deVreese@uva.nl)