

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 kropsskydning 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 forbilligelig 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 mediejura 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.