

Europæisk offentlighed i danske medier

– Danmark som foregangsland for udviklingen af en transnational politisk journalistik?

AF MARK ØRSTEN

I diskussionen af EU's demokratiske underskud har forskere og politikere i årevis efterlyst en europæisk offentlighed til at sikre den demokratiske dialog mellem europæiske beslutningstagere og de europæiske befolkninger. Nu viser en lang række forskningsprojekter, at en europæisk offentlighed faktisk er under udvikling. Ikke som én fælles paneuropæisk offentlighed, men som en gradvis europæisering af de nationale medieoffentligheder. Graden af europæisering er dog forskellig fra land til land. Men én ting er undersøgelserne enige om: Danske medier ligger i front, når det gælder europæisering.

Indledning

Hvis man her i overgangsfasen mellem EU's første og anden tænkepause stadig mangler noget konkret at tænke over, så kunne man for eksempel tænke over følgende: I årevis har forskere talt om, hvordan fraværet af en europæisk offentlighed forhindrer EU i at gøre op med sit demokratiske underskud og bygge bro mellem overvejende EU-positive politikere og jævnligt EU-skeptiske befolkninger. Men nu, hvor flere analyser peger på, at en europæisk offentlighed rent faktisk *er* under udvikling, med Danmark

som forgangsland, så kaster det dobbelte nej til forfatningen EU ud i den måske største politiske krise nogensinde.

Denne artikel vil gøre status over, hvordan det ser ud med den europæiske offentlighed anno 2006. Det vil ske gennem for det første at påvise det teoretiske skift fra det uopnåelige ideal om én fælles europæisk offentlighed til den mere gangbare tese om *europæisering* af nationale medieoffentligheder. Dernæst vil artiklen opsummere de seneste konkrete empiriske resultater fra indholdsanalyser af europæisering af nyhedsmedierne i lande som Tyskland, Frankrig, England, Holland og Danmark. Artiklen vil ligeledes samle op på de specifikke journalistiske udfordringer ved at bedrive *transnational politisk journalistik*, det vil sige politisk journalistik om Europa forstået som Den Europæiske Union. Afslutningsvis vil artiklen forsøge at perspektivere den ovenfor opstillede dikotomi ved at spørge, hvorvidt forskellige typer af europæiske mediesystemer giver nationale medier forskellige muligheder for at bedrive transnational politisk journalistik, og dermed forskellige strukturelle betingelser for europæisering af de nationale medieoffentligheder.

Debatten om europæisk offentlighed

Begrebet offentlighed, såvel som begrebet europæisk offentlighed, bliver udlagt på mange måder. I denne artikel forstås offentlighed som en politisk, modsat eksempelvis kulturel, offentlighed, der anskues som et netværk for hovedsageligt medieret kommunikation, hvor netværksdeltagerne er borgerne og de autoriserede medlemmer af det politiske system (Esmark, 2005). En europæisk offentlighed anses som følge heraf, at bestå af et medieret netværk af aktører, der inkluderer såvel Europas borgere som EU's beslutningstagere. Debatten om en europæisk offentlighed er traditionelt tæt forbundet med debatten om *EU's demokratiske underskud*. Et kortfattet resumé af den debat lyder som følger: Af EU's mange betydningsfulde politiske aktører er det kun Parlamentet, der er valgt på traditionel demokratisk facon. Hverken Kommissionen eller Domstolen, populært betegnet som EU's overnationale institutioner, er traditionelt demokratisk valgte. Europas befolkning har således ingen mulighed for

at stille disse institutioners politikere og embedsmænd til ansvar for deres handlinger. Som yderligere salt i EU's demokratiske sår er Parlamentets placering i EU's politiske hierarki på flere måder underordnet både Kommissionen og Rådet. Newman (1997: 173) opsummerer EU's demokratiske underskud på følgende facon:

“The general nature of the problem is (...) clear: that is, there is insufficient democracy at the EU level. In particular, the EP is too weak, the Commission is not elected, and the Council of Ministers and the European Council are not properly controlled and accountable.”

EU's demokratiske underskud udlægges ofte som forklaringen på den manglende folkelige opbakning til EU. Derfor har mange forskere også fremhævet, at en mulig 'løsning' på det demokratiske underskud kunne komme fra etableringen af en europæisk offentlighed. Men historisk set er det så her, at tingene er begyndt at falde fra hinanden, fordi eksistensen af en offentlighed i Habermas' originalversion var betinget af et nationalt og kulturelt fællesskab; et fællesskab der ikke kan siges at eksistere på EU-niveau i form af hverken en fælleseuropæisk nation eller et fælles europæisk sprog (Esmark, 2005).

Frem for at fokusere på fremvæksten af en fælleseuropæisk offentlighed, fokuseres derfor på den gradvise *europæisering* af de eksisterende nationale offentligheder (Esmark & Ørsten, 2006). Med europæisering forstås, at europæiske emner og europæiske aktører i stigende grad præger de nationale offentligheder, her især forstået som de nationale massemedier (Machill et al., 2006). Samlet set peger denne udlægning af den europæiske offentlighedsproblematik på to forhold:

1. Fokus er på en europæisering af de *nationale* deloffentligheder frem for på fremvæksten af én fælleseuropæisk offentlighed.
2. De nationale massemedier/nyhedsmedier bliver det konkrete sted, hvor denne europæisering finder sted.

Transnational politisk journalistik

Med udgangspunkt i europæiseringstesen er der inden for de seneste år publiceret en lang række analyser, der alle forsøger at undersøge graden af europæiseringen inden for forskellige nationale offentligheder. Dette er hovedsageligt sket ved at lave indholdsanalyser af nyhedsjournalistik fra aviser og tv. Nyhedsjournalistik om EU kan defineres som *transnational politisk journalistik*. Det vil sige journalistik, hvor omtalte emner, aktører eller begivenheder kan knyttes til EU's transnationale politiske beslutningsproces (Ørsten, 2004). Finder der en europæisering sted, vil dens konkrete udtryk være fremvæksten af en transnational politisk journalistik i de normalt meget *nationalt* orienterede medier.

På baggrund af en oversigtsartikel af Machill et al. (2006) og læsningen af en lang række supplerende tekster vil der i det følgende blive givet først en generel oversigt over de hidtidige forskningsresultater, og derefter en mere specifik gennemgang af resultaterne fra udvalgte landestudier¹. Her vil et særligt fokus ligge på Danmark, som flere studier peger på, som et af de få lande, hvor europæiske emner, aktører og begivenheder har fået en fast plads på mediernes dagsorden.

Generelle resultater: indholdsanalyse

Peter & de Vreese (2004) har på baggrund af omfattende indholdsanalyser af flere forskellige landes nyhedsdækning af EU givet følgende grundlæggende karakteristik af EU-dækningen:

- Dækningen af EU i medierne er til hverdag generelt lav.
- Dækningen af EU i forbindelse med forskellige typer af begivenheder f.eks. topmøder, kriser, folkeafstemninger osv. kan i visse lande være betydelig.
- Nyhedshistorier om EU fokuserer mest på det nationale frem for det transnationale niveau.
- Der er en svag tendens til en negativ tone over for EU i visse lande.

Hertil kan tilføjes en forskel mellem dækning i forskellige typer af medier:

- Der er en mere konstant og konsekvent dækning af EU i kvalitetsaviser/morgenaviser end på tv (Ørsten, 2004; Trenz, 2005). Der er mere konsekvent dækning på public service kanaler, end på kommercielle kanaler.

Machill et al. (2006) genfinder i deres oversigtstudie forskellen mellem en generelt set lav dækning af EU til hverdag og en højere dækning i forbindelse med forskellige typer af begivenheder. Typiske begivenheder, der tiltrækker sig opmærksomhed, er ifølge Machill et al. (2006) møder i Det Europæiske Råd, møder i Rådet eller introduktionen af euroen i 2000. I Danmark tiltrak folkeafstemningen om euroen således en stor opmærksomhed i medierne (de Vreese, 2003).

En europæisk begivenhed, der dog traditionelt *ikke* tiltrækker sig opmærksomhed, er valget til Europa-Parlamentet hvert fjerde år. En gennemgang af den danske dækning (Lund & Ørsten, 2004) af EP-valgene fra 1979 og frem viser, at dækningen siden 1979 er faldet stødt. En antologi om dækningen af parlamentsvalget i 2004 (Maier & Tenscher, 2006), der inkluderer næsten samtlige medlemslande, viser, at valget fortsat har lav prioritet i medierne. Der er dog enkelte undtagelser. Esmark & Ørsten (2006) påviser, hvordan valget i Danmark i 2004 viste klare tegn på både en mere professional valgkampagne og en mere *europæiseret* dækning af valgkampens emner, personer og begivenheder.

Ud over at dækningen af EU kan stige omkring bestemte typer af begivenheder, kan også pludselige kriser eller pludseligt aktualiserede politiske emner få dækningen til at stige. BSE-skandalen gav således anledning til en høj dækning i en længere periode (Trenz, 2005) ligesom f.eks. forskellige typer af skandaler, som korruptionsskandaler og Sander-Kommissionens afgang før tid, gav anledning til høj dækning i en periode.

Endelig peger flere analyser på, at EU's forskelle institutioner (Kommissionen, Rådet, Domstolen og Parlamentet) har forskellig synlighed i medierne. Ørsten (2004) og Peter & de Vreese (2004) peger begge på, at Kommissionen er så godt som usynlig på tv. Ørsten (2004) giver den mulige forklaring, at tv foretrækker at dække Rådet frem for Kommissionen, da det er i Rådet, at de nationale ministre sidder, og deres tilstedeværelse giver seerne

en mulighed for identifikation. Samme identifikation antages ikke at gælder for Kommissionen, hvor de enkelte kommissærer antages for at være så godt som totalt ukendte for et bredere publikum. Ørsten (2004) peger på, at Kommissionen ofte er den mest synlige aktør i avisernes dækning af EU. Årsagen til denne forskel er dels, at aviserne selvfølgelig ikke har samme behov for billeddækning som tv, dels at avisjournalister er flittige gæster til Kommissionens daglige pressemøder.

Samlet set giver denne ustabile dækning grund for den konklusion, som både Peter & de Vreese (2004) og Machill et al. (2006) træffer, nemlig at EU-dækningen i medierne er stærkt afhængig af forskellige typer af begivenheder og kan tilføjes kendte nationale aktører for at slå igennem. Uden disse til at hænge dækningen op på kan EU i perioder næsten forsvinde helt ud af Europas nyhedsmedier.

Generelle resultater: observation og interview

Flere af de ovennævnte studier har ikke kun fokus på indholdssiden, men også fokus på de faktiske udøvere af den transnationale politiske journalistik: nemlig journalister og redaktører, og dermed fokus på de konkrete, daglige udfordringer, der manifesterer sig, når det drejer sig om den journalistiske dækning af EU. På grund af EU's transnationale karakter dækkes EU fra tre forskellige geografiske lokaliteter: Hovedredaktionerne, den politiske redaktion i de nationale parlamenter og Bruxelles. Men ikke alene går EU på tværs af disse tre redaktioner, EU går også på tværs af hovedredaktionernes interne opdeling i specialredaktionerne: Indland, Udland og Erhverv. Samlet gør dette, at den daglige produktion af EU-nyheder finder sted i et kompliceret krydsfelt mellem overlappende organisationsstrukturer.

De fleste af de studier, der også inkluderer interview med og/eller observation af journalister, fokuserer på korrespondenternes arbejde i Bruxelles, mens kun et mindre antal studier også fokuserer på flere af de andre ovenfor skitserede redaktionsmiljøer. Ørsten (2004) analyserer samspillet mellem Bruxelles, hovedredaktioner og Christiansborg og konkluderer, at der generelt set kun er et begrænset samarbejde mellem de tre redaktio-

ner, når det gælder produktionen af EU-historier. Kun på få medier er der for eksempel konkrete samarbejdsrelationer mellem Christiansborg og Bruxelles. I stedet er tendensen, at man deler tingene op på forhånd, og så i øvrigt ingen interesse har i samarbejde. Dette kan være en af forklaringerne på den noget tilfældige EU-dækning, som også indholdsanalyser af danske medier afdækker.

Når det drejer sig om observationer og interview på Bruxelles-niveau er der flere sammenfaldende konklusioner i undersøgelserne. For de skrivende journalister, som udgør interview- og observationspersoner bag de fleste af de publicerede analyser, er det først og fremmest klart, at der findes et tydeligt centrum for den daglige dækning af EU nemlig Kommissionens pressemøde hver dag klokken 12 (Baisnée, 2002; Ørsten, 2004). Der er dog delte meninger om, hvad journalisterne egentligt får ud af at deltage i mødet. I nogle analyser påpeger journalisterne, at skønt de deltager i pressemødet, kan de sjældent bruge det præsenterede presse materiale til noget, da Kommissionens pressemeddelelser ofte er kedelige og unødigt komplicerede (Gleissner & de Vreese, 2005). Andre journalister klager over, at der til pressemødet er alt for meget stof at vælge imellem (Ørsten, 2004). Meget tyder på, at den væsentligste informationsudveksling til møderne derfor ikke forekommer via pressemeddelelserne, men via den personlige og uformelle kontakt, som journalisterne har med kollegaer, diplomater og talsmænd, mens de alle drikker kaffe sammen, *efter* det officielle pressemøde er forbi (Baisnée, 2002; Ørsten, 2004). Ud over det fælles fokus på Kommissionens daglige pressemøder er der flere andre sammenfald mellem de forskellige studier:

- Kontakten til hjemmeredaktionen er et tema, der går ofte igen. Ørsten (2004) fremhæver, at til trods for mange hjemlige redaktionelle programklæringer om EU-stoffets stigende indenrigspolitiske betydning, så har korrespondenterne i Bruxelles svært ved at afsætte deres historier til indlandsredaktionen. Hos Gleissner & de Vreese (2005) udtaler journalisterne, at deres redaktører i hjemlandet prioriterer EU lavt. Stratham (2004) har udspurgt Bruxelles-korrespondenter fra syv medlemslande og konkluderer, at de interviewede journa-

lister alle har svært ved at overtale deres redaktører til at give EU-stoffet plads nok.

- Forestillinger om læsere/seerne er et andet område, som flere undersøgelser fremhæver. Hos både Stratham (2004), Ørsten (2004) og Gleissner & de Vreese (2005) udtaler journalisterne, at dækningen af EU er et stort problem, fordi deres publikum ved så lidt om, hvordan EU rent faktisk fungerer. Hos Stratham (2004) siger journalisterne, at skønt de antager, at deres respektive avisers læsere er mere end moderat interesserede i politik, så antager de ikke samtidig, at denne politiske interesse også omfatter en interesse for EU-politik. Lægger man hertil antagelsen om læsernes manglende viden om EU, bliver resultatet som hos Gleissner & de Vreese (2005), at journalisterne føler, at de må koncentrere deres dækning på et meget basalt vidensniveau.
- Nyhedskriterier er en sidste fællesnævner for flere af analyserne, især med fokus på betydning af at fortælle historier fra EU med en klar national vinkel. I Palm (1996) fortæller svenske korrespondenter i Bruxelles, at de oftere og oftere retter deres EU-historier ind mod nationale eller regionale problemstillinger. Der sker en '*forsvenskning*' af stoffet (Palm, 1996: 51). I Ørstens (2004) analyse udtaler korrespondenterne, at det er svært at skabe den nødvendige *identifikation* i EU-historierne, da f.eks. den almindelige dansker ikke antages at kende navnet på særligt mange af aktørerne i Bruxelles (jf. ovenfor). Af denne årsag vægtes den 'danske vinkel' højt. Samme nationale fokus genfindes hos Gleissner & de Vreese (2005). Her påpeger journalisterne, at hjemmeredaktionerne alle orienterer sig mod indenrigspolitiske problemstillinger, og et ufravigeligt krav til udvælgelsen af en EU-historie derfor er en klar forbindelse til den hjemlige dagsorden. Baisnée (2002) viser med et eksempel fra den britiske dækning, at det til tider meget snævre nationale fokus kan betyde, at selv store 'sager' ikke bliver dækket, fordi der ikke er en klar forbindelse til nationale aktører eller nationale problemstillinger.

Resultater fra udvalgte lande

På baggrund af de mange publicerede analyser er det også muligt at tegne en skitse over, hvordan det står til med europæiseringen i de enkelte lande (jf. Machill et al., 2006).

Frankrig: Selv om Frankrig er et af de oprindelige medlemslande, viser de forskellige analyser af franske medier, at EU ikke har en særlig høj dækningsgrad i Frankrig. Hos Machill et al. (2006) ender Frankrigs dækning med at få betegnelsen: moderat. Hos Peter & de Vreese (2004), der sammenligner dækningen af EU i Danmark, Frankrig, Tyskland og Holland under både rutineruger og topmøder, ligger andelen af EU-historier i franske medier på 2 % i rutineperioder og på 11 % under topmøder. Hos Neveu et al. (2005) fremhæves det, at især fransk tv's interesse for EU til hverdag kan ligge på et meget lille sted. Kun når EU's politiske diskussioner har en klar sammenhæng med den nationalpolitiske dagsorden, kommer EU på forsiderne og i tv's nyhedsudsendelser. I deres studie af den franske dækning af EP-valget 2004 retter Gerstle et al. (2006) en hård kritik på mod tv's dækning, der både betegnes som begrænset i omfang, og i form og indhold direkte negativ i forhold til udviklingen af en europæisk offentlighed.

England: Den britiske dækning af EU er først og fremmest karakteriseret ved en generelt skeptisk tone over for EU som politisk projekt (Baisnee, 2003; Golding et al., 2005). Baisnee fremhæver især de britiske tabloidaviser, men en nylig analyse af BBC (Wilson, 2005) fremhæver, at også BBC har en tendens til et negativt fokus på EU. Hos Machill et al. (2006) betegnes den britiske mediedækning af EU som lav, med undtagelse af dækningen af monetære forhold som for eksempel Euroen. I Peter & de Vreeses (2004) analyse af rutinedækning og topmøde dækning ligger England på niveau med Frankrig. Andelen af EU-nyheder i den undersøgte rutineperiode udgør således 2 %, mens nyhedsdækningen i den undersøgte topmødeperioder stiger til 10 %.

Tyskland: Som Frankrig er Tyskland et af EU's oprindelige medlemslande, og ligesom Frankrig bliver Tyskland ofte betragtet som en væsentlig del af drivkraften bag EU's politiske udvikling. Som det var tilfældet med Frankrig leder dette dog ikke automatisk til et højt fokus på EU i de tyske medier – skønt resultaterne er mere tvetydige, end de var i forhold til Frankrig. Machill et al. (2006) kategoriserer tyske mediers dækning af EU som høj, mens Rosenwerth et al. (2005) er langt mere skeptiske. De fremhæver, at kun 3,4 % af den samlede nyhedsdækning har EU som sit hovedfokus, og skiller man tv ud for sig, kommer resultatet ned på 2,4 %. I Peter & de Vreeses (2004) analyse af rutinedækning og topmøde dækning ligger Tyskland med en dækningsgrad på 4 % i den undersøgte rutineperiode og med en dækningsgrad på 10 % i den undersøgte topmødeperiode. I sin analyse af tyske mediers dækning af EP-valget 2004 er Tenschler (2006) meget kritisk og fremhæver, at dækningen var meget begrænset og med et stærkt fokus på nationale aktører og nationale politiske problemstillinger. Omvendt finder Trenz (2005), at dækningen i tyske kvalitetsaviser viser tendenser i retning af en klar europæisering.

Holland: Machill et al. (2006) kategoriserer den hollandske dækning som høj, ligesom Holland i analysen af Peter & de Vreese (2004) placeres på andenpladsen over lande som Frankrig, Tyskland og England. Ifølge Peter & de Vreese udgør EU dækningen i hollandske medier 5 % i rutineperioder og 10 % under topmøder. Omvendt viser Gleissner & de Vreeses (2005) analyse af dækningen af Forfatningen/Konventet, at sammenlignet med dækningen i Tyskland og England havde hollandske medier den laveste dækning af Konventet/Forfatningen. I forhold til dækningen af EP-valg viser analyser af de Vreese (2003 & 2006), at den hollandske dækning traditionelt er meget lav – dækningen af EP-valget i 1999 gik så godt som ubemærket hen over hollandske tv-nyheder – mens dækningen af valget i 2004 var noget mere fremtrædende (de Vreese, 2006).

Danmark: Machill et al. (2006) kategoriserer den danske dækning som høj og konkluderer, at den samlede analyse viser, at "the public spheres of the Netherlands, Denmark and Germany are

the most Europeanized” (Machill et al., 2006: 78). Peter & de Vreese (2004) måler den danske EU-dækning på tv i en rutineperiode til 19 % af nyhedsdækningen og konkluderer “there is reason to believe that EU affairs are approached differently in Denmark, which materializes, among others, in the amount of EU-coverage” (Peter & de Vreese, 2005: 15). I en anden analyse af tv’s EU-dækning i en rutineperiode finder de Vreese (2003) dog kun en dansk dækning på 9 %, mens Ørsten (2004) over en tiårig periode finder en dækning i danske aviser på mellem 4 % og 13 % og på tv mellem 3 % til 7 %. Esmark & Ørsten (2006) fremhæver i deres analyse af dækningen af EP-valget 2004, at der er sket en europæisering i dækningen, hvis man sammenligner dækningen af valget i 2004 med analyser af tidligere valgdækningen. Europæisering kommer dog ikke nødvendigvis til udtryk i en mængdemæssig større dækning, men snarere i en mere europæisk vinkel på de emner, som dækkes. Analysen viser også, at TV2, der er overvejende kommercielt orienteret, dækker valget betydeligt mindre end DR.

Diskussion

Gennemgangen af de enkelte lander, viser, hvordan de overordnede konklusioner om en begrænset og begivenhedsafhængig EU-dækning kommer til udtryk i de forskellige lande. Men analysen viser også det interessante, at komparativt set så fremhæver flere analyser Danmark som et af de lande, hvor en europæisering af nyhedsdækningen træder tydeligst frem. Machill et al. (2006) fremhæver således Danmark, Holland og Tyskland som de lande, hvor europæiseringen af nyhedsmediernes slår tydeligst igennem. Frankrig, Spanien og Østrig betragtes som lande med potentiale for europæisering, mens europæisering især lader vente på sig i lande som Belgien, Italien, Irland og England (Machill et al., 2006).

Forskellene mellem de enkelte medlemslande leder til det naturlige spørgsmål om, hvilke faktorer der udvikler/begrænser europæiseringen i de forskellige lande. Adam & Berkel (2006) foreslår at medtænke de forskellige landes mediesystemer som bagvedliggende strukturer, der kan influere på europæiseringen

på forskellig vis. Adam & Berkel (2006) når frem til, at de forskellige landes mediestrukturer på afgørende vis øver indflydelse på nyhedsmediernes potentiale for europæisering. De fremhæver de forskellige mediers kommercialiseringsgrad som en væsentlig faktor. Meget kommercielle medier anses således at være mindre modtagelige for europæisering end mindre kommercielle medier. De kommercielle medier styrer efter seer/læsertal, og da EU ikke antages at stå øverst på seernes eller læseres dagsorden, anses kommercielle medier også for mindre tilbøjelige til at dække EU. Omvendt anses mindre kommercielle medier for at være mere tilbøjelige til at dække EU. En anden væsentlig faktor er de enkelte mediesystemers forbindelse til den politiske elite. Dette punkt fremhæver, at jo mere medierne orienterer sig efter politikernes dagsorden, jo mere tilbøjelige vil de være til at dække EU, der jo i højere grad betragtes som politikernes projekt frem for borgernes.

Adam & Berkel har uden tvivl ret i, at de enkelte mediesystemer påvirker graden af europæisering i de forskellige lande. Men deres model om de forskellige mediesystemer virker begrænset. Frem for Adam & Berkels model kunne man med fordel trække på Hallin & Mancini (2004) mere veludviklede modeller om mediesystemer i den vestlige verden. Hos Hallin og Mancini (2004) deles den vestlige verden op i tre forskellige mediesystemer:

- 1) Den liberale model, der tæller USA, England, Irland og Canada.
- 2) Middelhavsmodellen, der som navnet antyder, tæller landene omkring Middelhavet; Frankrig, Grækenland, Italien, Spanien og Portugal.
- 3) Den korporative/demokratiske model, der tæller de nordiske lande, Tyskland, Holland, Schweiz, Østrig og Belgien.

Disse tre modeller adskiller sig fra hinanden i forhold til fire variabler, der, i forhold til denne artikels formål, kan begrænses til to:

- 1) Forskellen mellem mediesystemer – kommercielle, public service eller en blanding.
- 2) Forskellen mellem politiske systemer, fx: *“the degree and nature of the links between the media and political parties or,*

more broadly, the extent to which the media system reflects the major political divisions in society" (Hallin & Mancini, 2004: 21).

De tydeligste forskelle mellem de to modeller kan opsummeres på følgende vis (Hallin & Mancini, 2004: 67-68, 74-75):

Forskelle i mediesystemerne: I den korporative model er mediesystemet kendetegnet ved, at de elektroniske medier domineres af public service-radio og -tv, ligesom der findes forskellige subsidieordninger for den skrevne presse, fx portostøtte. Medierne i denne model er desuden præget af en høj grad af professionalisme, hvilket sikrer, at pressen er politisk uafhængig på trods af diverse statslige støtteordninger. Den korporative model er samtidig kendetegnet ved et betydeligt normativt fokus på mediernes demokratiske rolle som social/politisk institution.

Den liberale model er derimod kendetegnet ved at have en langt mere kommercielt orienteret presse, skønt public service-traditionen stammer fra England (BBC). Statsstøtte er generelt mindre fremherskende i det amerikanske og britiske mediesystem, hvilket giver en stærk formel uafhængighed af staten. Også det amerikanske og britiske mediesystem er præget af en høj grad af professionalisme blandt journalisterne, men denne er, især i USA, under pres fra kommercielle interesser.

Middelhavsmodellen er karakteriseret ved en snæver elitær presse og ofte statsstyrede tv-stationer. Den journalistiske professionalisering betragtes som lav, hvilket samtidig anses for at lede til politisk styring af medierne. Modellen er desuden præget af en stigende kommercialisering af især tv.

Forskelle i forholdet mellem det politiske system og mediesystemet:

I den korporative model har medierne og det politiske system historisk set været tæt sammenknyttet via partipressen. Skønt partipressen i dag er afløst af en mere neutral og kommerciel presse, har de forskellige medier (aviser) stadig forholdsvis klare forbindelser til forskellige politiske ideologier. Dette leder, ifølge Hallin & Mancini (2004: 29), til "external pluralism (*that*) can be defined as pluralism achieved at the level of the media system as a whole, through the existence of a range of media outlets or organi-

zations reflecting the points of view of different groups or tendencies in society". Den liberale model er i USA, men ikke i England, der også har en lang tradition for at have en partipresse, derimod karakteriseret ved en politisk neutral presse. I Middelhavsmodellen har staten traditionelt spillet et en stor rolle som enten ejer og/eller censor i forhold til medierne. På det seneste har medierne i denne model oplevet en voldsom kommerialisering, der har ført til øget konflikt med det politiske niveau. Vigtigst er det dog, at medierne i denne model, præcis som i den korporative model, betragtes som en social institution med stor betydning for den offentlige meningsudveksling og dermed for demokratiet.

Hvis man nu som eksperiment prøver at sammenholde Hallin & Mancini (2004) model med resultaterne fra de forskellige indholdsanalyser, bliver det klart, at de lande, som ifølge indholdsanalyserne udviser den største grad af europæisering, Danmark, Holland og Tyskland, alle tilhører den korporative model. De lande, der ifølge Machill et al. (2006) har et potentiale for europæisering, f.eks. Frankrig og Spanien, befinder sig i Middelhavsmodellen, mens for eksempel England, der ofte fremhæves som et eksempel på en meget sporadisk europæisering, befinder sig i den liberale model.

Hermed er alt selvfølgelig ikke forklaret. Et land som Belgien befinder sig således inden for den korporative model, men Belgien er, i hvert fald ifølge Machill et al. (2006), under middel i europæisering, hvilket også gælder for Italien, der befinder sig inden for Middelhavsmodellen. Omvendt tyder meget på, at Hallin & Mancini (2004) model tilbyder i hvert fald tre mulige forklaringsfaktorer, når det handler om graden af europæiseringen inden for de enkelte lande. To af faktorerne går igen fra Adam & Berkel (2006), nemlig samspillet mellem mediesystemet og det politiske system i de enkelte lande og graden af kommerialisering. En tredje faktor er dog den normative forestilling om mediernes demokratiske rolle, som er særligt fremtrædende i den korporative model, men som også kan genfindes i Middelhavsmodellen. I Skandinavien har en lang tradition for samspil mellem medier og politik frembragt et særligt klart ideal om mediernes demokratiske rolle, selv om dette ideal også varierer inden for de andre lande, der også hører ind under modellen.

Holdes fokus udelukkende på Danmark/Skandinavien er en forklaring på samspillet mellem medier og politik den skandinaviske model, hvor den såkaldte forhandlingsøkonomi (Nielsen og Pedersen, 1994) forudsætter, at der findes en medieoffentlighed, hvor politiske forhandlinger finder sted og formidles videre til befolkningen (Ørsten, 2005). Dette sker fra de tidlige firsere og fremefter, hvor nyhedsmediernes uddifferentieres som selvstændig nyhedsinstitution i det forhandlingsøkonomiske kompleks. Dels ses nyhedsmediernes som havende klare koblinger til de andre forhandlingsøkonomiske aktører (politikere, virksomheder, interesseorganisationer), dels sker der en kobling mellem nyhedsmediernes og befolkningen, hvor nyhedsmediernes rolle i stigende grad ses som værende afgørende i forhold til formidlingen og legitimeringen af politiske konflikter, læreprocesser og resultater (Ørsten, 2005).

Ser man således et øjeblik alene på den danske EU-dækning, fremkommer to mulige forklaringer på den europæisering, som flere studier afdækker. Den første er det normative ideal om nyhedsmediernes demokratiske rolle, som findes inden for den korporative model. Et ideal, der fører til en relativ betydelig økonomisk støtte til nyhedsmediernes og derfor en relativ lav kommercialiseringsgrad. For det andet, at EU og EU's institutioner er blevet en afgørende del af den korporative forhandlingsøkonomiske proces, der især præger politikudviklingen i Danmark fra indførselen af Fællesakten i 1986 og fremefter. Politikere såvel som interesseorganisationer har siden gennemførslen af det indre marked i stigende grad integreret EU-politikken i de daglige forhandlingsrutiner, og EU er derfor også gradvist blevet en del af danske mediers politiske dækning.

Hvis dette er sandt, påvirkes europæiseringen af medierne først og fremmest af europæiseringen af politikken. Medierne er i Danmark, samt i flere andre lande inden for den korporative model, ganske klar over deres demokratiske ansvar i forhold til dækningen af EU. Samtidig er denne dækning afhængig af det politiske fokus og den politiske vilje til europæisering. Den krise som pt. har ramt EU kan derfor ikke skydes på medierne og en manglende europæisk offentlighed, men må især påhvile politikerne. Og en ny tænkepause, der reelt set blot varer længe nok til

at skifte præsident i Frankrig og regering i Holland, kan ende med at sende EU så langt ned ad mediernes dagsorden, at den europæisering, som de seneste undersøgelser viser, risikerer at komme i fare. Skulle EU som politisk projekt komme på banen igen efter en ny tænkepause, kan det derfor meget vel tænkes, at dette EU's første og væsentligste projekt må blive en genoplivning af den netop nu begyndende europæiske offentlighed, som efter to års politisk tavshed sandsynligvis vil have stærkt brug for krisehjælp i langt de fleste af Europas medier.

NOTER

1. Skønt analyserne minder om hinanden såvel teoretisk som meto- disk, er der selvfølgelig forskelle. Disse forskelle er der så vidt muligt taget højde for i gennemgang af resultaterne.

REFERENCER

- Adam, Silke & Barbar Berkel (2006). "Media Structures as an Obstacle to the Europeanization of Public Spheres?", pp. 45-63 i Michaela Maier & Jens Tenschler (eds.), *Campaigning in Europe, Campaigning for Europe*, Berlin: LIT.
- Baisnée, Olivier (2002). "Can political journalism exist at the EU-level?" pp. 108-128 i Raymond Kuhn and Erik Neveu (eds.), *Political Journalism*, London: Sage.
- De Vreese, Cleas H. (2006). "Continuity and Change" pp. 207-217 i Michaela Maier & Jens Tenschler (eds.), *Campaigning in Europe, Campaigning for Europe*, Berlin: LIT.
- De Vreese, Cleas H. (2003). *Framing Europe: Television news and European integration*, Amsterdam: Aksant Academic Publishers.
- Esmark, Anders (2005). „Europæisk offentlighed – politisk kommunikation i et komplekst system“, *Økonomi & Politik*, 78. årgang, nr. 3, pp. 46-59.
- Esmark, Anders & Mark Ørsten (2006). "Halfway there? The Danish 2004 European Parliament Campaign" pp. 101-118 i Michaela Maier & Jens Tenschler (eds.), *Campaigning in Europe, Campaigning for Europe*, Berlin: LIT.

- Gerstlé, Jacques et al. (2006). "Media Coverage and Voting in the European Parliament Elections in France 2004" pp. 339-351 i Michaela Maier & Jens Tenscher (eds.) *Campaigning in Europe, Campaigning for Europe*, Berlin: LIT.
- Gleissner, Martin & Claes H. de Vreese (2005). "News about the EU Constitution", *Journalism*, Vol. 6, No.2, pp. 221-242.
- Golding, Peter et al. (2005). *The case of Great Britain*, Erich-Borst-Institute, AIM project.
- Lund, Anker Brink & Mark Ørsten (2006). *Nyhedsmediernes dækning af valget til Europa-Parlamentet 2004*, Working Paper no. 11, København: Center for Media and Democracy in the Network Society.
- Machill et al. (2006). "Europe-Topics in Europe's Media", *European Journal of Communication*, Vol 21, No. 1, pp. 57-88.
- Neveu, Erik et al. (2005). *The Case of France*, Erich-Borst-Institute, AIM project.
- Newman, Michael (1997). *Democracy, Sovereignty and the European Union*. Hurst and Company.
- Peter, Jochen & Cleas h. de Vreese (2004). "In Search of Europe", *Press/Politics*, Vol. 9, No. 4, pp. 3-24.
- Rosenwerth et al. (2005). *The Case of Germany*, Erich-Borst-Institute, AIM project.
- Statham, Paul (2004). *Work package 6 Interviews with journalists*, Euro-pub.
- Tenscher, Jens (2006). "Low Heated and Half-Hearted" pp. 119-139 i Michaela Maier & Jens Tenscher (eds.), *Campaigning in Europe, Campaigning for Europe*, Berlin: LIT.
- Trenz, Hans-Jörg (2004). "Media Coverage on European Governance", *European Journal of Communication*, Vol. 19, No. 3, pp. 291-319.
- Wilson, Lord et al: (2005). *BBC News coverage of the European Union – Independent panel report*.
- Ørsten, Mark (2005). "Nyhedsinstitutionen: Et ny-institutionelt perspektiv på den medierede politiske kommunikation", *Økonomi & Politik*, 78. årgang, nr. 3, pp. 13-28.
- Ørsten, Mark (2004). *Transnational politisk journalistik*, Roskilde Universitetscenter, Afdeling for Journalistik.