

# Hvor blev slagene i bolledejen af?

## Journalistiske vælgerskabeloner 2007 & 1968

AF HEIDI JØNCH-CLAUSEN

Hvordan fremstiller nyhedsjournalisten vælgere og deres forhold til politikerne? Med såkaldt postdebatjournalistik fra *Politiken* og *Berlingske Tidende* som analysemateriale viser forfatteren, hvordan journalisten i 2007 bruger antitesen „*politiker versus vælger*“ til etablering af et grundlæggende modsætningsforhold mellem den svage og passive vælger over for den magtfulde og beregnende politiker. Anderledes så det ud i 1968, hvor vælgeren blev portrætteret som en selvstændig aktør og dermed værdig med- og modspiller til politikerne.

### Skabeloniserede relationer

Det er ikke muligt for nyhedsjournalisten at arbejde med detaljerede karakteristikker af fænomener, personer, steder og sager. For at lette formidling såvel som forståelse konstruerer journalisten forenklede formidlingsmønstre. B.S Hall skriver om disse mønstre, at de journalistiske rutiner udmønter sig i „fælles iscenesættelser og narrativer“, der „finder deres form i kollektive og gentagende måder at formulere personer og sager på“. (Hall, 1994: 66). En interessant uddybning af fænomenet findes hos retorikeren Bengt Nerman, der allerede i 1970'erne beskæftigede sig med journalistik i en retorisk optik. Han skriver, at journalistens greb – såsom udvælgelse af detaljer, beskrivelse af personer, miljøer, gengivelse af udtalelser, metaforer osv. – samler sig

til bestemte verdens-, livs- og menneskeopfattelser; med ét ord – skabeloner. (Nerman 1981: 40). Skabeloner har ifølge Nerman en „styrende karakter“ der, ved at præsentere et særligt virkelighedsbillede, „rækker ud efter sin læser“, og derved inviterer læseren til at dele denne virkelighedsopfattelse. Opfattelsen af, at journalistens beskrivelser har en persuasiv effekt på mediebrugeren, finder genklang i den journalistiske litteratur – fra Walter Lippmanns klassiske „Public Opinion“ fra 1922 (Lippmann 2004) over Kahneman og Tverskys banebrydende holdningsændringsforsøg (Kahneman 1984) til moderne journalistisk framingteori. (Scheufele 1999; De Vreese 2001; Slothuus 2008). I betragtning af journalistens persuasive rolle er det relevant for den retoriske journalistikforsker at undersøge disse skabeloner nærmere. I denne artikel vælger jeg at se på nyhedsjournalistens skabelonisering af vælgeren – med særligt fokus på vælgerens forhold til politikeren. Dette fokus skyldes, at de forskellige nyhedsaktørers indbyrdes forhold (ifølge Nerman dækningens „relationssystem“) har en afgørende betydning for dækningens skabeloner (Nerman 1981: 41). Netop relationen imellem politiker og vælger er værd at beskæftige sig med, da denne kan betragtes som selve demokratiets nerve. Med politikerens som symbol på det politiske system er vælgerens tillid til politikerens altafgørende for vælgerens tro på og tillid til demokratiet.

En essentiel gendrivelse i læsningen af min analyse er at medierne selvfølgelig ikke egenrådigt konstruerer verden, men langt hen ad vejen faktisk er en reel afspejling af den. Forholdet mellem verden og mediernes verdensbillede er altid værd at have in mente i tekstnære analyser af journalistiske produkter.

## Vælgeren som forandringsagent

Den retoriske medie- og journalistikforskning opererer oftest ud fra et normativt udgangspunkt. Ifølge Christian Kock adskiller retorikken sig fra andre, relaterede discipliner ved ikke blot at undersøge mediernes dækning, men også spørge *om* og *hvordan* dækningen lever op til de retoriske idealer, analytikerens vælger at arbejde med – og hvordan dækningen evt. kan forbedres (Kock 2004: 104). I en retorisk analyse af journalistiske væl-

gerskabeloner bør man derfor opstille nogle konkrete idealer for en hensigtsmæssig fremstilling af vælgeren.

I den journalistiske litteratur hersker der konsensus om, at en af nyhedsjournalistens vigtigste opgaver er at fungere som „en markedsplads for ideer“. Et forum, hvor borgeren igennem nyhedsdækningen rustes til at danne sig sine egne ideer og holdninger og tage del i den offentlige debat (Norris 2000; Kovach 2001; Asp 2007). Beskrivelser af dette borgeraktiverende ideal befinder sig imidlertid oftest på et meget overordnet og abstrakt niveau. I en retorisk analyse er det relevant at anlægge et mere konkret og tekstnært perspektiv på idealet. Her føres vi tilbage til Nerman, som skriver, at mediernes invitation til den skabeloniserede virkelighed lokker læseren ind i et fællesskab, hvor han selv bliver del af en skabelon (det være sig som vælger, mand, kvinde, ung, gammel, indvandrer, venstreorienteret, højreorienteret osv.). I sin beskrivelse af dette læserfællesskab bruger Nerman *rummet* som metafor: Læseren inviteres ind i et rum, som kan være et mere eller mindre konstruktivt sted at være. Det konstruktive rum er trygt. Her føler læseren sig hjemme. Trygheden handler ifølge Nerman i høj grad om rummets relation til andre rum og andre grupper. Er relationerne til andre rum venligt eller fjendtligt? Er der åbne døre til de andre rum eller smækkes der med døre? Udover at være trygt, skal det konstruktive rum opleves som virkeligt. Læseren skal kunne identificere sig med og føle sig hjemme i det rum, han placeres i. Det vigtigste element til opbygningen af et både trygt og genkendeligt rum er ifølge Nerman, at læseren har lyst og mulighed til at handle på de informationer, han bliver givet.

Et klassisk retorisk begreb kan bruges til at udfolde Nermans ideal om tilskyndelsen til handling. Lloyd F. Bitzer beskriver i sin klassiske artikel “The Rhetorical Situation” fra 1968 et retorisk publikum som “mediators of change”.

[...] a rhetorical audience must be distinguished from a body of mere hearers or readers: properly speaking, a rhetorical audience consists only of those persons who are capable of being influenced by discourse and of being mediators of change. (Bitzer 1968: 3)

Et retorisk publikum er altså et handledygtigt publikum. Overført til min problemstilling betyder det, at læserne ikke blot skal indtage den passive tilskuerrolle, men derimod påvirkes på en sådan måde, at de gives mulighed for at forandre det, de præsenteres for.

Men overfører man idealet om at være “mediator of change” – eller på dansk *forandringsagent* – på den journalistiske vælgerskabelon, er der en niveaudeling, man skal være opmærksom på: For hvem er det mere præcist, der skal være forandringsagent? Vælgeren, der optræder i den politiske dækning, eller den vælger, der sidder og læser avis derhjemme? Pointen er her, at disse skal betragtes som gensidigt repræsentative: Hvis den avislæsende vælger fx skal kunne relatere sig til de politiske processer, hun læser om, er det af væsentlig betydning at hun føler sig repræsenteret af de vælgere, der er til stede i dækningen. Læserens følelse af tryghed, genkendelighed og engagement afhænger – ikke udelukkende, men i nogen grad – af om hvorvidt hun kan identificere sig med dækningens vælgere – dvs. om hun finder, at de har nogenlunde de samme erfaringer, ønsker og problemer som hende selv. Det kræver, at journalisten lader vælgerne komme til orde. Den vælger, der optræder i dækningen, skal have plads til at tale om sin stramme økonomi, om de daglige udfordringer hun møder som enlig mor, som selvstændig, som offentligt ansat, som pensionist osv. Derudover skal hun gerne portrætteres som en stærk aktør med selvstændige meninger – en aktør, der respekteres som værdig med- og modspiller til politikerne. Manglende eller mangelfuld repræsentation af mennesker, der minder hende om sig selv, bryder med idealet om det retoriske, handlende publikum og kan betyde, at vælgeren distancerer sig fra nyhederne – og dermed fra det samfund, hun lever i.

Nermans forestilling om journalistens invitation til et trygt og genkendeligt rum og Bitzers ideal om fremstillingen af vælgeren som forandringsagent vil tjene som mine retoriske idealer i analysen af *Politiken* og *Berlingske Tidendes* vælgerskabeloner. I undersøgelsen vil jeg forsøge at besvare følgende spørgsmål:

– I hvor høj grad og hvordan inddrages vælgeren i dækningen? Og lever fremstillingen op til idealet om, at vælgeren bør være forandringsagent?

## Analysemateriale

Analysen vil omhandle *Politiken* og *Berlingske Tidendes* valgdækning i 2007 og 1968. Udgangspunktet vil være 2007 dækningen. I overensstemmelse med den retoriske analyses anvisende karakter tjener sammenligningen med 1968 bl.a. det formål at vise, at den journalistiske vælgerskabelon kan se helt anderledes og langt mere konstruktiv ud end tilfældet er i 2007. At valget af analyseår netop er faldet på 1968 skyldes, at jeg i min gennemlæsning af gamle aviser fandt, at dette fyrreårige spring var nogenlunde så langt, jeg kunne gå tilbage i tiden og stadig fastholde et nogenlunde validt sammenligningsgrundlag. Aviserne før 1968 var så eksplicit politiske i deres udvælgelse og vinkling af historier, at en sammenligning ville virke søgt. Dermed ikke sagt at det er uproblematisk at sammenligne 1968 og 2007: Som læseren vil vide, er der sket en kolossal udvikling af journalistikken i denne periode. En massiv vækst i sider, stofområder, genrer og fortælleformer i løbet af de fyrre år gør det til to vidt forskellige produkter og dermed også to vidt forskellige læseoplevelser.<sup>1</sup> (Roksvold 1997; Djerf-Pierre 2000; Esmark 2000; Schultz 2007). Fælles for de mediehistoriske teorier og undersøgelser, der har sat fokus på denne periode, er, at den politiske dækning de sidste 40-50 år har flyttet sig betydeligt i spektret fra loyalt refererende til kritisk evaluerende. Et mere helstøbt billede af de udviklingstendenser, jeg skitserer, forudsætter naturligvis, at man sætter sig ind i denne udvikling.

Valget af valgkampsjournalistik er motiveret af, at journalisternes vinkling under valgkampe, grundet tidspres, spænding og konkurrence fra andre medier, må antages at være sat på spidsen. Valgkampene er desuden opbygget af vigtige politiske debatter, som er udgangspunktet for min analysegenre. Samtidig er valgkampen et af de tidspunkter, hvor politik fylder mere end sædvanligt i vælgernes bevidsthed. Det er her de demokratiske

forsamlinger sammensættes og mediernes ansvar om at engagere borgerne politisk derfor er sat på spidsen.

Som analysegenre har jeg valgt, hvad jeg (inspireret af Lemert et. al.s (1991) begreb “post debate framing”) vælger at kalde „post-debatjournalistik“. Som det ligger i betegnelsen, er det de historier, der følger i kølvandet på de politiske valgkampsdebatter. Jeg fravælger dog alt holdningsorienteret journalistik (fx i form af ledere, analyser, kommentarer såvel som interviews med politikere og debatstof) og koncentrerer mig udelukkende om den klassiske nyhedsjournalistik – dvs. hovedsageligt reportager, men også andre typer af nyheds- og baggrundsartikler, der har afsæt i en debat mellem to eller flere debatterende politikere. Forskning viser, at postdebatjournalistik kan være lige så vigtig for vælgernes opfattelse af debatterne som debatterne selv. Mange seere, lyttere og læsere ved simpelthen ikke, hvad de skal mene om det, de har set, før medierne fortolker det for dem.<sup>2</sup> Postdebatjournalistik er derfor vigtig, til tider ligefrem afgørende, for et valgs udfald. (Lang 1968; Drew 1991; Lemert 1991: Kap. 5; Hellweg 1992)

## Politiker versus vælger antitese

En gennemlæsning af analysedataet i 2007 viser, at journalisten meget tydeligt opstiller et modsætningsforhold mellem politiker og befolkning. Politikerens tildeles rollen som skurk, og det uundgåelige offer er vælgerne. Med denne rollefordeling etablerer journalisten et modsætningsforhold mellem de to grupper. Flere danske forskere har dokumenteret tendensen (Hjarvard 1995; Brink Lund 2002; Phillips 2004; Hjarvard 2008).

Modsætningsforholdet mellem politiker og vælger afspejles både i udvælgelsen af historier og sprogligt i form af troper, figurer og værdiladede ord. I retorisk terminologi kaldes et sådan retorisk modsætningsprincip – lige meget hvordan den manifesterer sig – en *antitese*. Den modsætningsfulde sagsfremstilling er, i modsætning til den nuancerede fremstilling, et godt grundlag at fremkalde stærke følelser på. Stilistikerens Ulla Albeck beskrev allerede i 1930'erne hvordan det er i opstillingen af modsætninger, at vi forstår, hvad der er rigtigt og forkert, godt og

dårligt. Og hvordan det er her, vores sym- og antipatier og dermed oplevelser af vrede, glæde, uretfærdighed og retfærdighed opstår. (Albeck 1996: 181)

Antitesen *politiker versus vælger*, som jeg – lige ud ad landevejen – kalder den, dominerer postdebatjournalistikken i 2007 valgkampen. Fra journalistens overordnede udvælgelse af historier til disposition, sprog, ordvalg og nogle gange ligefrem layout ligger spændingen imellem politiker og borger som et magtfuldt formidlingsprincip.

## 2007: Kontraktjournalistik

Men hvordan kommer politiker versus vælger antitesen mere konkret til udtryk? I 2007 er der overraskende få traditionelle reportager – forstået som dækning af debatter, hvorfra journalisten rapporterer efter at have været personligt til stede (Bech-Karlsen 2000; Steensen 2009). Både *Politiken* og *Berlingske Tidende* nedprioriterer tydeligvis disse reportager til fordel for holdningsstof, kommentarer og analyser. I mit analysemateriale viser antitesen sig tydeligst i en ny type postdebatartikler. Det drejer sig om længere, selvstændige artikler om de løftebrydende, populistiske politikere på den ene side og de stakkels snydte vælgere på den anden. Jeg vælger at betegne denne antitetisk opbyggede type postdebatjournalistik for „kontraktjournalistik“. Gennem dels offervinklede vælgerhistorier, dels løfteafprøvende historier, der undersøger rigtigheden af de udtalelser og løfter politikerne kommer med til debatter og vælgermøder, cementerer journalisten modsætningsforholdet mellem de to aktører ved at forsøge at bevise, at politikerne ikke holder hvad de lover – med store menneskelige konsekvenser til følge.

## Politikeren som populist og løftebryder

Kontraktjournalistikken kan tolkes som et logisk modsvar til den kontraktpolitik, VK- regeringen lancerede ved magtovertagelsen i 2001, hvor evnen til at holde valgløfter var det afgørende succesparameter. (Jønsson 2002) Journalistens skepsis over for politikerne i postdebatmaterialet i 2007 omhandler dels politiker-

nes populistiske krumspring i form af opportunistisk fordrejning af fakta, dels deres manglende evne til at holde deres løfter.

Begge disse hovedkritikpunkter er repræsenteret i artiklen „Guld og Grønne Skove“ fra *Politiken*.<sup>3</sup> Reportagen indledes med en kritik af politikernes populisme – hvilket bl.a. ses ved de betegnelser, der bruges om politikernes valgløfter: „valgflæsk“, „gyldne løfter“ og „lokkemad“. I 2007 taler disse negativt ladede ord for sig selv: „Lokkemad“ associerer fx til en jagt, hvor politikerer er jægeren, der skal fange sit bytte, vælgeren. Jæger/bytte-metaforen fremmer et billede af politikerer som den aktive, der vil gøre alt for en stemme, mens vælgeren er et passivt potentielt bytte – eller offer. Med ord som „gyldne løfter“ og „valgflæsk“ er det ikke så meget jagtmetaforikken, som det leflende, indsmigrende indtryk, der formidles: Politikerer vil gøre alt for at få en stemme mere. Jeg vil dog ikke komme nærmere ind på denne tendens til at fremstille politikere som stemmehungrende populistere,<sup>4</sup> men i stedet se på journalisternes tendens til at fremstille politikere som løgnagtige opportunistere og løftebrydere.

Som overskriften „Guld og grønne skove“ afslører, udgør politikernes evne til at holde, hvad de lover, artiklens vinkel. I den stort anlagte tosidere artikel på en baggrund af lysegrønne bøgetræer er de ni partiers valgløfter sat op i kasser med to overskrifter på hver: En med „Valgløfter“ og en med „Valgstatus“. Bøgetræerne giver et idyllisk visuelt præg, der ligesom formuleringen „gyldne løfter“ ironiserer over politikernes valgløfter. Ved siden af løfterne har journalisten lavet en oversigt over, hvor mange valgløfter der blev hhv. „indfriet“, „delvist indfriet“ og „ikke indfriet“.

Denne form for systematik i gennemgangen af, hvad politikere konkret har lovet, og oversigten over i hvor høj grad, de har holdt disse løfter, er et typisk kontraktjournalistisk indslag.

Et udsnit af overskrifter fra begge aviser understreger den kontraktjournalistiske tendens. Med overskrifter som „Man skal holde hvad man lover“,<sup>5</sup> „Uhellige køer: Vild med kovendinger“<sup>6</sup> og „Sandheden er valgets første offer“<sup>7</sup> tegnes der helt tydeligt et billede af politikere som løftebrydere.

Begge aviser kører desuden artikelsereier, der viser kontraktjournalistikken i sin reneste form. I *Politiken* hedder serien „Dagens påstand“ og i *Berlingske Tidende* „Ret og vrang“. Konceptet

i serierne er, at journalisterne afprøver de påstande og belæg, politikerne kommer med under valgkampen – og særligt i de større debatter. Journalisterne researcher sig frem til svarene ved hjælp af eksperter, statistikker og undersøgelser. En research, der lægges frit frem for læseren. Serierne har i begge aviser en fremtrædende rolle i første sektion og handler om alt fra stigende ulighed og økologisk landbrug til overfyldte klasser og asylstatistikker. Som regel udvælger journalisterne påstande, der ikke holder.

Et vilkårligt eksempel fra *Politiken* omhandler en påstand, som Lene Espersen har fremlagt i Danmarks Radios program „Krydsild“. Hun har i programmet sagt, at Danmarks CO<sub>2</sub>-stigning skyldes de svenske og norske elve. Journalisten ringer rundt til fagfolk, finder ud af, at påstanden ikke holder, og konkluderer derfor:

Lene Espersen havde ikke læst ordentligt på lektionen, da hun hævdede, at elektriciteten fra svensk og norsk vandkraft påvirkede Danmarks CO<sub>2</sub>-regnskab.<sup>8</sup>

Et andet eksempel stammer fra *Berlingske Tidende* dagen efter en partilederdebat, hvor et af stridspunkterne var asylansøgers ret til at arbejde. Journalisten citerer Anders Fogh Rasmussen for at sige, at Socialdemokraterne og De Radikale er de eneste i Europa, der vil tillade alle asylansøgere, også de afviste, at tage et job. Men påstanden holder åbenbart ikke:

En opringning til den finske flygtningerådgivning viser, at det er forkert. Afviste asylansøgere i Finland, som ikke kan sendes hjem, får en midlertidig opholdstilladelse. Bliver den fornyet efter et år, kan de begynde at arbejde, oplyser Sanna Rummako, pressechef i flygtningerådgivningen.<sup>9</sup>

„Dagens påstand“ og „Ret og vrang“ må betragtes som et klart budskab fra avisen om, at politikerne ikke er til at stole på. Et budskab om, at vælgeren ikke kan tage politikernes udsagn for gode varer – og derfor må stole på, at journalisterne finder frem til sandheden for dem.

## Vælgeren som offer

I 2007 bruges vælgeren altså ikke som et politisk, men nærmere som et fortælleteknisk middel i journalistens vinkling af nyhedskriteriernes sensations- og konfliktstof.

Når politikerne ikke holder, hvad de lover, går det ud over vælgerne. Historier om vælgere, der er blevet ramt af et brudt løfte, spiller derfor en væsentlig rolle i postdebat-dækningen. Om tendensen til at fremstille vælgeren som offer skriver Stig Hjarvard, at journalisten ofte ser verden igennem borgerens briller: „[...] man fortæller nyhederne ‘fra’ folket ‘til’ magthaverne“ (Hjarvard 2008: 112). Med andre ord: Når en ny motorvej skal bygges, så interviewes den nabo, der bor ved siden af, om de konsekvenser, vejen vil have for ham. Hermed er den stakkels nabo, der skal leve med motorstøjen, historiens *subjekt*, mens de politikere, der har besluttet, at vejen skal bygges, er *objekter*. Denne grundlæggende synsvinkel betyder, at journalisten etablerer et fællesskab med læseren imod politikerne. Ved at vinkle sine historier på denne måde udfylder han sin svære dobbeltrolle med både at informere og kritisere. Det betyder dog samtidig, at det er et noget dystert billede, der tegnes af vælgerne. De vælgere, journalisten sætter fokus på i sin dækning, har således oftest store økonomiske problemer, er syge, lider under dårlige arbejdsforhold, vil rammes negativt af et lovforslag eller er på anden måde ofre for politikernes gerninger.

*Politiken* bruger ofte fotoreportager til at fremhæve offerperspektivet i portrættingen af vælgerne. Et repræsentativt eksempel er et stort foto på forsiden den 7. november, der viser en gruppe 12-13-års elever, der blokerer deres skole i forbindelse med en skolestrejke, hvor 40 skoler nedlagde undervisningen i protest mod de dårlige forhold på skolen. Inde i avisen er en hel side sat af til at vise skolens dårlige stand: Nærbilleder af uhumskede bade, smadrede ruder og hærgede basketballnet siger mere end tusind ord om lærernes og elevernes forhold.<sup>10</sup> De har det ikke godt – og skylden er politikernes, som ikke har sat penge nok af til vedligeholdelse af skolen.

Dagen efter sætter også *Berlingske Tidende* fokus på skolelærernes dårlige forhold i forbindelse med indførelsen af de nye

kvalitetsrapporter. I reportagen „Masser af hjerterum, men desværre ikke mere husrum“ har journalisten interviewet en ung lærer, som kan berette om dårlige arbejdsforhold: Alt for mange elever i klasserne, slidte bøger, teknik, der ikke duer, landkort, hvor Sovjetunionen stadig eksisterer, og alt for lange arbejdsdage – ofte 45 timer om ugen – ikke mindst pga. kravet om de tidskrævende kvalitetsrapporter. Hun siger, at hun ikke kan holde ud at være lærer for evigt – det er simpelthen for hårdt. Hun får også luftet sin mening om Bertel Haarder:

Det irriterer mig når Bertel Haarder siger at vi bare skal tørre øjnene, når vi siger at vi ikke har tid til alle de test, års- og elevplaner.<sup>11</sup>

Der er ingen tvivl om, hvor journalistens sympati ligger – og hvilken læsning han opfordrer læseren til at følge. Efter at have hørt om Trines arbejdsforhold fremstår Haarders råd om at tørre øjnene arrogant og bidrager til at cementere *politiker versus vælger*-figuren; den arrogante politiker over for den stakkels skolelærer. At journalisten indleder artiklen med deloverskriften „Våde øjne“, kan forstås som en ironisk henvisning til Haarders råd til lærerne om at tørre øjnene.

Et tredje eksempel på fremstillingen af vælgeren som offer er artiklen med den sigende titel „Man skal holde hvad man lover“. Her har journalisten fundet tre vælgere: den 64-årige skolelærer Bruno Ingemann, den 61-årige Anette Marthin og indvandrerfamilien Ploresi fra Makedonien. De tre kilder blev i 2005 udspurgt om deres daglige problemer og forventninger til regeringen. I 2007 opsøger *Politiken* dem igen for at spørge, om deres problemer er blevet løst og om deres holdninger til politikerne. Ingen af de tre kilder er tilfredse med politikerne. Godt hjulpet på vej af journalistens ledende spørgsmål fortæller de om deres problemer, der alle kan føres tilbage til politikerne. Reportagen er følelsesladet og appellerer tydeligt til læserens foragt for politikerne og medfølelse med de tre vælgere. Tydeligst er det i forhold til den makedonske familie, hvor journalisten vælger at fokusere på faderen, Blerim Prolesi, der har fået afslag på familiesammenføring:

Ud over at være cykelmontør med godt job på Fyn har Blerim været den næstbedste kuglestøder i Danmark, han taler flydende dansk og har følt sig godt tilpas i her i landet, hvor det meste af hans familie også har boet i 17 år nu. Men det var en bundulykkelig Blerim Polisi, der hev fat i daværende integrationsminister Bertel Haarder [...]<sup>12</sup>

Journalisten fortsætter med at fortælle om Ploresis forgæves forsøg på at gøre Bertel Haarder opmærksom på sit problem. Modsætningsfiguren er tydelig. Journalisten vækker læserens sympati med den velintegrerede Prolesi, der både taler godt dansk og har et godt job. Derefter smadrer afslaget på familiesammenføringen – personificeret ved Bertel Haarder – hans liv og lykke.

I historier som disse, hvor journalisten zoomer ind på skolelæreren og indvandreren som ofre, bliver Hjarvards pointe om, at journalisten ser verden ud fra vælgerens briller, tydelig. Journalisten går her helt tæt på den enkelte vælger, bl.a. ved at tage udgangspunkt i vælgerens sårede følelser over de dårlige situationer, de er blevet sat i. Her bliver journalistens fællesskab med vælgeren, med politikeren som fælles fjende, sat på spidsen.

Med Nermans rummetafor placeres vælgeren her i et rum, der hverken er trygt eller konstruktivt. Relationen til det andet rum – politikernes – er fjendtligt. Der er kold luft og smækkede døre frem for venlig og åben stemning imellem de to aktører. I offerskabelonen kan vælgeren desuden ikke handle. Den negative tone, hvormed vælgeren beskrives, peger på, at slaget mod de beregnende og magtfulde politikere er tabt. Offerskabelonen lægger ikke op til kamp, men mere end antyder, at der ikke er noget at gøre. I en analyse af den svenske tabloidavis *Aftonbladet* konkluderer Nerman, at journalisten er fanget i et fastlåst modsætningsforhold mellem politikerne („de høje og de onde“) på den ene side og vælgeren på den anden. Han visualiserer denne fastlåste position som en gyngetur i „Følelsernes Gyng“. En gyng, der ikke bare kan stoppes, fordi der er sat så mange indignerede følelser og fastlåste fortællemechanismer i sving. Han skriver, at den verden som „Følelsernes Gyng“ fremmer, er

„stillestående, hierarkisk, kontaktløs verden uden handlemuligheder for læseren“. (Nerman 1981: 140) Denne nedslående diagnose er møntet på en tabloidavis, der traditionelt arbejder med meget skarper kontraster. Diagnosen er da også alt for sort/hvid og negativ til at gælde for *Politiken* og *Berlingske Tidendes* postdebatartikler. Alligevel er Nermans dystre diagnose værd at have in mente for journalisten, når han vinkler sine artikler ud fra „politikere versus vælger“ antitesen.

## 1968: Slag i bolledejen

I lyset af den noget nedslående vælgerskabelon i 2007 er det interessant at se på 1968 dækningens vælgerskabelon, der er anderledes positiv, og som i langt højere grad lever op til Bitzers ideal om vælgeren som forandringsagent.

Selvom omnibuspressen i princippet gør sig gældende i 1968 (Schultz 2007), er der tydelige levn fra partipressen, når det gælder fremstillingen af politikerne: *Politiken* sympatiserer tydeligvis med de radikale og socialdemokratiske politikere, mens *Berlingske Tidendes* sympati er med de borgerlige politikere. Denne ret tydelige forskel til trods kan det dog nævnes som en generel tendens, at tonen over for politikerne som gruppe i 1968 ikke som udgangspunkt er hård eller negativ. Det skyldes bl.a., at journalistikkens personfiksering i beskrivelserne af politikerne endnu ikke er særligt dominerende. I overensstemmelse med datidens formidlingsideal indtager journalisten en tilbagetrukket, refererende rolle. Det betyder bl.a., at der ingen suveræne hovedpersoner findes i dækningen. Politiske ordførere får fx mindst lige så meget plads som partilederne fra de tre største partier.

Derudover er det interessant at observere, at beskyldninger om populisme og leflen for vælgerne er totalt fraværende i 1968-dækningen. Det omtales aldrig som noget negativt, når politikerne er ude for at skaffe vælgere. Tværtimod fremstilles de kreative måder at møde vælgere på som noget positivt, sjovt og anderledes (og selvfølgelig særligt når det gælder kandidater som avisen støtter). I artiklen „Blomster til vælgerne“ fra *Berlingske Tidende* skriver journalisten:

Man har i denne valgkamp mødt adskilligt nyt – og ret nye metoder – når det drejer sig om at få vælgerne i tale; det mest charmerende gjorde den konservative kandidat Palle Simonsen i 17. Kreds – Ryvangskredsen i Østre Storkreds – da han i weekenden kørte rundt med hestevogn og ud-delte blomster til valgkredsens beboere.<sup>13</sup>

Adjektivet „charmerende“ siger det hele. Journalisten er imponeret over Palle Simonsens gestus. I samme tone giver han udtryk for, at vælgerne måske ligefrem vil gengælde denne gestus ved at sende blomster til Palle Simonsen, hvis han kommer i Folketinget.

Trods den generelt sobre tone over for politikerne er kampen mellem politikernes slagord og vælgernes virkelighed et tilbagevendende tema i begge avisers reportager: Antitesen „Politiker versus vælger“ er så småt begyndt at manifestere sig. Interessant er det dog at bemærke, at journalisten i sin brug af antitesen etablerer et dynamisk og ligeværdigt forhold imellem de to aktører. Det sker bl.a. ved, at journalisten lader vælgerens udtalelser og udbrud fylde så meget, at læseren ikke er i tvivl om, hvad vælgeren mener – og vælgerskaren fremstår dermed som en stærk og samlet stemme. Vælgeren fremstilles generelt som en ressourcestærk og humorfuld aktør, fuld af holdninger både til de politiske sager og til politikerne, som ofte kommer til kort over for vælgerne. Den positive fremstilling af vælgeren kommer bl.a. til udtryk ved, at vælgerne fremstilles som glade og engagerede, fx når journalisten skriver: „Først da vælgerne fik ordet, kom smilet lidt frem.“<sup>14</sup> Her underforstås det, at politikerne er så kedelige, alvorlige og nedslående i deres budskaber, at der intet er at smile af. Reportagerne byder også på masser af små sproglige eksempler på den positive fremstilling af vælgeren såsom: „Vælgerne stiller gode og nærgående spørgsmål til politikerne ...“ og „Den interesserede vælger gjorde opmærksom på ...“<sup>15</sup> I reportagen „Politikere i krydsild af gymnasister“ er tendensen til at fremstille vælgeren positivt og politikerne negativt helt tydelig. De sludrende og usaglige politikere fremstilles som underlegne de skarpe og spørgelystne gymnasieelever, fx som her i manchetten:

400 gymnasiaster fra Frederiksborg Statsskole i Hillerød havde mange spørgsmål og tilråb til seks politikere på valg mødet på skolen i går. Venstremanden Henry Christensen fik endog en tilrettevisning. „Kom så til det saglige!“ blev der råbt, da han besvarede et spørgsmål om landsbrugsretten. Gymnasiasterne viste mere disciplin end mødedeltagerne i spørgerunderne.<sup>16</sup>

At politikerne ikke bare er usaglige, men også kedelige, fremgår af reportagen „Der blev væltet – og taget kegler på kroen i Hørning“, hvor journalisten skriver om mødet med en gruppe vælgere der har fravalgt debatten med de „skøre politikere“ til fordel for et spil kegler i kroens kælder.<sup>17</sup>

Vælgerens status som selvstændig aktør afspejles også i reportagernes gentagne både direkte og indirekte hyldelse til vælgermøderne. Det sker eksempelvis i artiklen „Vælgermøde i den ægte stil“ fra *Politiken*, hvor journalisten i en veloplagt reportage beskriver, hvordan vælgere nyder at tage del i det politiske liv:

Det var et møde med slag i bolledejen med råben og skrig, og folk morede sig storartet, når injurierne fløj gennem luften.<sup>18</sup>

At der ikke kun er „slag i bolledejen“ til valg møderne, men også i reportagerne, skyldes, at journalisten i 1968 giver vælgere plads til at udtrykke deres holdninger til politikerne – fx her hvor nogle utilfredse vælgere får afløb for deres frustration over den kontroversielle konservative kandidat i Kalundborg-kredsen, Carmen Curlers-fabrikanten Arne Bybjerg:

[...] ord som valggas, rædselsfuldt bævl, dumme svin, svindler og et sandt væld af eder og forbandelser – svirrede gennem salen ...<sup>19</sup>

Baggrunden for vælgernes eder og forbandelser er, at vælgere mener, at Arne Bybjerg har brugt ufine metoder i sin politiske markedsføring, bl.a. ved at rundsende kampagnemateriale til

alle husstande i valgkredsen. At journalisten her videreformidler vælgerens aggressioner, er et tegn på, at deres holdninger ikke er lige gyldige, men tværtimod af betydning. Et signal om at både journalister og politikere lytter til dem – og at kritikken potentielt vil medføre en konkret ændring. I dette tilfælde at Bybjerg måske ændrer sine markedsføringsmetoder. Vælgerens rolle som forandringsagent er her helt tydelig.

Den betydning, som journalisten tillægger vælgerne ved at inddrage deres holdninger i reportagen, forstærkes ved, at vælgerne gentagne gange ikke blot omtales enkeltvis som „en af vælgerne“, men med navn og titel. Det sker fx i en reportage, hvor Erhardt Jakobsen er til vælgermøde på Børsen. Her parafraseres spørgsmål fra de to vælgere Henning Glahn og Kurt Holdt, hvis tilstedeværelse i teksten, med navn, titel og længere citater, giver læseren indtrykket af en dialogisk samtale mellem Jakobsen og de to vælgere snarere end en monolog fra politiker til vælger.<sup>20</sup> Andre gange understreger journalisten vælgerens betydning ved at citere dem for deres ideer og forslag. Som det fremgår af overskriften i reportagen „Lad os bygge, sagde arbejdsløse til Krag“, vælger journalisten her én af de arbejdsløse vælgeres forslag som reportagens vinkel.<sup>21</sup> Vælgerens forslag udfoldes med et langt direkte citat. Dels at nævne vælgere ved navn og titel, dels inddrage en vælgers politiske forslag som et vigtigt politisk indslag, sendes et stærkt signal til læseren om, at den almindelige vælger ikke er lige gyldig. Med Nermans metafor er der åbne døre mellem de to grupper.

## **Vælgeren som politisk instrument**

Selvom vælgerne jævnligt citeres for deres synspunkter, sker det ikke altid på deres egne præmisser, men på journalistens. Som tidligere nævnt fremgår det ret tydeligt af reportagerne fra 1968, at partipressen i en vis forstand stadig gør sig gældende. Det betyder bl.a., at journalisten „caster“ vælgerne, så de passer til artiklens vinkel, der i 1968 ofte er politisk. Det betyder, at vælgeren ofte inddrages som et politisk instrument, for at journalisten kan give udtryk for sine sym- og antipatier. I mangel af redaktio-

nelt holdningsstof (jf. note 2) er dette en oplagt mulighed for journalisten til at afspejle avisens politiske tilhørsforhold.

Et eksempel på journalistens politiske brug af vælgeren er at finde i *Berlingske Tidendes* to reportager „Stokkemethoden hos Fiskerne“ og „Trolld på Venstrebordet“. De to reportager er del af den samme artikelserie, hvor avisen rapporterer fra forskellige partiordføreres møder med deres respektive lokalkredse: Henholdsvis socialdemokraten Per Hækkerups møde med sin forholdsvis nye Esbjerg-kreds og Venstre-politikeren Henry Christensens møde med sin Hillerød-kreds.

I *Berlingske Tidendes* politiske ånd fremstilles Henry Christensen varmt og positivt. I opbygningen af det positive indtryk fylder vælgerne meget. Det omtales hele syv gange, hvor meget de klapper og hujer af deres populære kandidat. En gentagende kilde til journalistens begejstring er Christensens lille maskot-trolld, som han stiller på bordet foran sig:

Endnu inden han havde fået talt, stjal Henry Christensen billedet fra sine modstandere, da han foran sig på bordet stillede sin maskot, en lille trolld, og den hjalp åbenbart også så meget, at tilhørerne på vælgermødet ved tilråb og klapsalver viste en tydelig holdning mod de ikke-socialistiske partier.<sup>22</sup>

Det modsatte gør sig gældende for Per Hækkerup, som *Berlingske Tidendes* journalist tydeligvis ikke er begejstret for. Alle-rede i overskriften vinkles han ud fra sin, på det tidspunkt, berømte hårde og uforsonlige „stokkemåde“. Hækkerup fremstilles, både direkte og indirekte, som helt ude af trit med sin valgkreds, der primært består af fiskere. Journalisten bruger vælgerens hånlige tilråb og tydelige sarkasme til at stille ham i et dårligt lys. Eksempelvis ved at fiskerne dels afbryder ham, dels råber mishagsytringer efter ham, som: „Øv, øv, hylede stemmer i forsamlingen“. Hækkerup fremstilles i det hele taget som den svage politiker, der er kastet for løverne. At magten er vælgerens, afspejles i citater som:

Da der lød en faretruende mumlen fra fiskerne tilføjede han – men vi er naturligvis villige til at drøfte sagen.<sup>23</sup>

Tilføjelsen er en underminering af hans politiske etos. Journalisten fremhæver en svaghed hos ham i og med, at han tvinges til at indrette sig efter fiskerne for at imødegå deres „faretruende mumlen“. Her er vælgerens rolle som forandringsagent igen tydelig: Deres optræden får ligefrem politikerens til at moderere sit udsagn. Igen bruges vælgeren som journalistens instrument til at stille kandidaten i et dårligt lys.

Til trods for at motivet ofte er af politisk karakter, kan fru Jensen i 1968 betegnes som forandringsagent. Der bliver lyttet til hende, hun bliver ikke bare talt *til*, men også *med*. Hun er en del af det politiske liv. Inddragelsen af vælgeren er kernen i idealet om at være forandringsagent med indflydelse på de politiske begivenheder. Det gælder både de utilfredse vælgere på mødet selv, men også deres medborgere, læserne, som på positiv vis kan spejle sig i den stærke vælgerrepræsentation.

## Konklusion

I 2007 er den klassiske valgreportage nedprioriteret til fordel for selvstændige historier om politikere og vælgere. Dét, der binder disse historier sammen, er, hvad jeg vælger at kalde kontraktjournalistik: En ny form for kritisk journalistik, der systematisk tester politikernes udtalelser og løfter og de konsekvenser, politikernes handlinger har for de stakkels vælgere. Kontraktjournalistikken viser *politiker versus vælger* antitesen i sin reneste form: Politikerne er løgnagtige løftebrydere, som journalisterne må beskytte de stakkels vælgere imod. De mange vælgerhistorier gør, at de avislæsende vælgere kan identificere sig med de stakkels lærere, indvandrere, gamle og unge – og dermed føle sig repræsenteret i dækningen. Det skaber en følelse af identifikation og nærhed. Det store fokus på identifikation er imidlertid problematisk, da offer-rollen ikke lever op til idealet om vælgeren som forandringsagent. Tværtimod. Et offer er som udgangspunkt hjælpeløst, ressourceløst og vækker medlidenhed snarere end respekt, med- og modspil. En frugtbar måde at anskue poli-

tiker-vælger relationer i nyhedsdækningen er gennem Nermans tanker om nyhedsaktørerne som tilhørende forskellige rum. Med de lukkede, smækkede døre isoleres vælgeren ved ingen adgang at have til politikernes rum. I lyset af den magt medierne har over den offentlige mening kan den meget kontrastfyldte fremstilling af den ødelagte relation mellem politiker og vælger være farlig, da billedet kan være selvforstærkende og dermed bidrage til at vælgeren mister lysten til at tage del i de demokratiske processer. I 1968 er dørene mellem vælgere og politikere mere åbne. Vælgerne tildeles en aktiv og fremtrædende rolle i valgdækningen. Selv om det ofte sker som del af et overordnet politisk motiv, sender journalisten et signal om, at politikerne bliver nødt til at lytte til vælgernes holdninger. I retorisk terminologi kan vælgeren dermed betegnes som forandringsagent: En demokratisk aktør med indflydelse på de politiske processer.

## NOTER

1. Jørgen Goul Andersen skriver, at kun 6 procent af befolkningen i valgkampen 2005 havde overværet et vælgermøde. Det betyder, at resten af de politisk interesserede vælgere må have deres viden om de vigtige valgaktiviteter fra medierne. (Goul Andersen, 2007)
2. I amerikansk journalistikforskning benævnes tendensen ofte *anti politics bias* eller *authority disorder*. Som det fremgår af disse betegnelser, er der i den amerikanske udlægning af figuren oftest mere fokus på den negative portrættering af politikerne end på fremstillingen af de stakkels vælgere. (Patterson, 1994, Schudson, 2003, Bennett, 2007)
3. „Guld og grønne skove“, *Politiken* d. 11. november, 2007.
4. Se Phillips og Schrøder, 2002, s. 184. for en beskrivelse af politikerne som populister.
5. „Man skal holde hvad man lover“, *Politiken* d. 11. november, 2007.
6. „Uhellige køer: Vild med kovendinger“. *Berlingske Tidende*, d. 13. november, 2007.
7. „Sandheden er valgets første offer“, *Berlingske Tidende*, d. 4. november, 2007.
8. „Dagens påstand. CO<sub>2</sub>-stigning skyldes norske og svenske elve“, *Po-*

- litiken*, 7. november, 2007.
9. „Det finske eksempel: Fogh brugte finsk eksempel forkert“, *Berlingske Tidende*, 13. november, 2007.
  10. „På barrikaderne. Elever på Kirsebærhavens Skole blokerer deres nedslidte skole“, *Politiken* den 7. november, 2007. Forsiden og fotoreportage første sektion, s. 4.
  11. „Masser af hjerterum, men desværre ikke mere husrum“, *Berlingske Tidende* d. 8. november, 2007. Første sektion, s. 11. (Titel hentyder til skolen ikke har plads til flere elever)
  12. „Man skal holde hvad man lover“, *Politiken* d. 11. november, 2007.
  13. „Blomster til vælgerne“, *Berlingske Tidende* d. 22. januar 1968.
  14. „Til vælgermøde hvor ledigheden er 100 procent“, *Politiken* d. 21. januar, 1968.
  15. „Pia Dam advarede J. O. Krag“, *Politiken* d. 17. januar, 1968.
  16. „Politikere i krydsild af gymnasiaster“, *Politiken* d. 21. januar, 1968.
  17. „Der blev væltet – og taget – kegler på kroen i Hørning“, *Politiken* d. 15. januar, 1968.
  18. „Vælgermøde i den ægte stil“, *Politiken* d. 19. januar, 1968.
  19. „Konservativt angreb på Bybjerg“, *Politiken* d. 21. januar, 1968.
  20. „Er interesseret i en regering på et bredt grundlag“, *Politiken* d. 16. januar, 1968.
  21. „Lad os bygge, sagde arbejdsløs til Krag“, *Politiken*, d. 16. januar, 1968.
  22. „Trolde på Venstrebordet“, *Berlingske Tidende* d. 22. januar, 1968.
  23. „Stokkemethoden hos fiskerne“, *Berlingske Tidende* d. 18. januar, 1968.

## REFERENCER

- Albeck, U. (1996). *Dansk Stilistik*. København, Gyldendal.
- Asp, K. (2007). "Fairness, Informativeness and Scrutiny-the Role of News media in Democracy" *Nordicom Review* (Jubilee Issue): 31-49.
- Bech-Karlsen, J. (2000). *Reportasjen*. Oslo, Universitetsforlaget.
- Bitzer, L. F. (1968). "The Rhetorical Situation." *Philosophy & Rhetoric*: 1-14.
- Brink Lund, A. (2002). *Den Redigerende Magt – Nyhedsinstitutionens politiske indflydelse*. Århus, Aarhus Universitetsforlag.
- De Vreese, C., Peter, Jochen and Semetko, Holli A. (2001). "Framing Politics at the Launch of the Euro: A Cross-National Comparative Study of Frames in the News." *Political Communication* 18: 107-122.
- Djerf-Pierre, M. (2000). "Squaring the Circle: News in Public Service and

- Commercial Television in Sweden, 1956-1999” *Journalism Studies* 1: 239-260.
- Drew, D. o. W., David (1991). “Voter Learning in the 1988 Presidential Election: Did the Debates and the Media Matter?” *Journalism Quarterly* 68 (1): 27-37.
- Esmark, A., Meier Carlsen, Erik, Horst, Maja, Pedersen Ove Kaj og Kjær, Peter (2000). *Politisk Journalistik*. Århus: Center for Journalistisk Efteruddannelse og Forlaget Ajour..
- Hellweg, S. A., Pfau, Micheal and Brydon, Steven R. (1992). *Televised Presidential Debates- Advocacy in Contemporary America* New York, Praeger.
- Hall, B. J. (1994): “Understanding intercultural conflict through an analysis of kernel images and rhetorical visions”. *The International Journal of Conflict Management*, 5 (1).
- Hjarvard, S. (1995). *Nyhedsmediernes rolle i det politiske demokrati*, Rapport udarbejdet Statsministeriets Medieudvalg.
- Hjarvard, S. (2008). *En verden af medier- medialiseringen af politik, sport, religion og leg* Frederiksberg, Samfundslitteratur.
- Jønsson, R. o. L., Ole (2002). *Professionel politisk kommunikation – et studie af 20 dages valgkamp*. Viborg, Akademisk Forlag.
- Kock, C. (2004). “Rhetoric in Media Studies” *Nordicom Information* 26 (2): 103-110.
- Kovach, B. a. R., Tom (2001). *The Elements of Journalism*. New York, Three Rivers Press.
- Lang, K. o. L., Gladys Engel (1968). *Politics and Television*. Chicago, Quadrangle Books.
- Lemert, B. J., Elliott, William R., Bernstein, James M., Rosenberg, William L., Nestvold, Karl J. (1991). *News Verdicts, the Debates, and Presidential Campaigns*. New York, Praeger.
- Lippmann, W. (2004). *Public Opinion*. Mineola, New York, Dover Publications, Inc..
- Nerman, B. (1981). *Massemedieretorik*. Stockholm, Almquist och Wiksell.
- Norris, P. (2000). *A Virtuous Circle- Political Communications in Postindustrial Societies*. (Onlineudgave: [www.pippanorris.com](http://www.pippanorris.com)). New York, Cambridge University Press.
- Phillips, L. o. S., Kim (2004). *Sådan taler medier og borgere om politik – en diskursanalytisk undersøgelse af politik i det medialiserede samfund*. Århus, Århus Universitetsforlag.

- Roksvold, T. r. (1997). *Avisjangrer over tid*. Fredriksstad: Institutt for Journalistikk.
- Scheufele, D. A. (1999). "Framing as a Theory of Media Effects" *Journal of Communication*.
- Schultz, I. (2007). „Fra omnibuspresse til segmentpresse?." *Journalistica* 2007 (5): s. 5-21. <http://ojs.statsbiblioteket.dk/index.php/journalistica/article/view/1807/1629>
- Slothuus, Rune (2008). "More than Weighting Cognitive Importance: A Dual Process Model of Issue Framing Effects." *Political Psychology* 29 (1): 1-28.
- Steensen, S. (2009). *Stedets sjanger – om moderne reportasjelijournalistikk* Kristiansand, IJ Forlaget.

# English Abstract

## **Actors and Victims: Elector Stereotypes in Danish Election Coverage 1968 & 2007**

HEIDI JØNCH-CLAUSEN

How does the news journalist portrait the electors and their relationship to the politicians? A rhetorical analysis of so called “post debate journalism” from the two Danish newspapers *Politiken* and *Berlingske Tidende* in 1968 and 2007, shows how the journalist in 2007 uses the antithesis “politician versus elector” to establish a dichotomy between the powerful politician and the weak elector. This was not the case in 1968, where the elector was depicted as a much stronger and independent player with a better interplay with the politicians – and consequently a higher impact on political events.