

Professionaliseringen af den politiske kommunikation – et tveægget sværd?



4. semester 2005, Sambas, hus 20.1, Roskilde Universitetscenter.

Gruppe 16: Jonas Thorbjørn Andersen, Thomas Lund Chandler, Kim
Sandersen, Martin Schultz, Katrine Bombæk Jakobsen & Naimah Hussain.

Vejleder: Elsebeth Hoffmeister.

1 Indledning	5
1.1 Motivation	5
1.2 Problemfelt	5
1.3 Problemformulering	7
1.3.1 Uddybning af problemformulering	7
1.3.2 Arbejdsspørgsmål	8
1.4 Begrebsdefinition	8
1.5 Projektdesign	9
2 Metode	11
2.1 Indledning	11
2.2 Kapiteloversigt	11
2.3 Fra problemformulering til konklusion	12
2.4 Valg af teori og empiri	13
2.5 Relationen mellem teori og empiri	14
2.6 Empiriindsamling	14
2.7 Interviewmetode - kvalitative interview	15
2.7.1 Formål med interview	15
2.7.2 Metodiske overvejelser for interview	16
2.7.3 Skabelon til interview	18
2.7.4 Analyse af interview	19
2.7.5 Meningskondensering	19
2.7.6 Kontrol af analysemetoden	20
2.8 Spørgeskema	21
2.8.1 Metodiske overvejelser for spørgeskemaundersøgelsen	21
2.8.2 Skabelonen for spørgeskemaundersøgelse	22
2.8.3 Begrundelse for kodningen af spørgsmålene	23
2.8.3.1 Kontrakt	23
2.8.3.2 Ideologi	25
2.8.4 Metodiske overvejelser omkring databehandlingen af spørgeskemaer	27
2.8.5 Refleksion over spørgeskemaundersøgelsens tilstrækkelighed	27
2.9 Relationen mellem videnskabsteori og metode	28
2.10 Videnskabsteori	30
2.11 Afgrænsning	31
3 Teori	33
3.1 Indledning	33
3.2 Giddens og hans syn på det moderne individ	33
3.2.1 De tre udviklingsdynamikker	34
3.2.2 Refleksivitet hos individet	34
3.2.3 Giddens' syn på politik	35
3.2.4 Opsamling	36
3.3 Demokratiteori – Robert Dahl	37
3.4 Det danske demokrati	39
3.4.1 Den parlamentariske styringskæde	39
3.4.2 Det danske demokratis tradition for konsensuspolitik	40
3.5 Kritik af teorierne	41
3.5.1 Kritik af Giddens	41
3.5.2 Kritik af Dahl	41
3.5.3 Kritik af teorien om parlamentariske styringskæde	42
3.6 Delkonklusion	42
4. Professionel politisk kommunikation	44

4.1 Indledning	44
4.2 Baggrund for professionaliseringen af den politiske kommunikation i Danmark	44
4.2.1 Ændringen i den politiske kommunikation i dansk politik	44
4.2.2. Inspirationen fra England	45
4.2.3 Opsamling	46
4.3 Kendetegn ved professionel politisk kommunikation og kontraktpolitik	47
4.3.1 ”Spinnets” dagsordensættende funktion under valgkamp	47
4.3.2 Idealer for kontraktpolitik	49
4.3.3 Opsamling	50
4.4 Positive og negative aspekter ved professionalisering af den politiske kommunikation	50
4.4.1 Nødvendigheden af professionel politisk kommunikation	51
4.4.2 Iscenesættelse som legitim kommunikation?	52
4.4.3 Problemer ved professionaliseringen af den politiske kommunikation	53
4.4.4 Positive aspekter ved den professionelle politiske kommunikation?	54
4.4.5 Opsamling	55
4.5 Delkonklusion	55
5. Empiri	57
5.1 Indledning	57
5.2 Data fra spørgeskemaer	57
5.3 Interview med Nina Juhl Østergård & Morten Nielsen samt Mikkel Fauerholdt	62
5.3.1 meningskondensering af Nina Juhl Østergård & Morten Nielsen	62
5.3.2 Meningskondensering af Mikkel Fauerholdt interviewet	67
5.4 Opsamling til meningskondenseringer	71
6 Analyse	72
6.1 Indledning til analyse	72
6.2 Mere eller mindre gennemskuelighed	72
6.2.1 Partiernes brug af fokusgrupper	73
6.2.2 Fokusgrupper – en styrkelse af demokratiet?	76
6.2.3 Konsekvenser i forhold til den parlamentariske styringskæde	76
6.2.4 Opsamling	78
6.3 Mulighed for alternative informationskilder	79
6.3.1 Den ændrede kommunikation	79
6.3.2 Kommunikation i kulissen	80
6.3.3 Den politiske arena som ekspertsystem	81
6.3.4 Opsamling	81
6.4 Kontrol med dagsordenen	82
6.4.1 At sætte en dagsorden	82
6.4.2 Komplexiteten for befolkningen i forbindelse med kontrol af dagsordenen	84
6.4.3 Opsamling	85
7 Konklusion	87
7.1 Perspektivering	89
9 Litteraturliste	92
10 Bilag	93
10.1 Bilag til spørgeskema	93
10.2 Skabelon til interviewene	94
10.3 Interview	95

10.3.1 Interview med Nina Juhl Østergård og Morten Nielsen fra Socialdemokraternes pressekorps	95
10.3.2 Tematisering af transkribering af interview med Morten Nielsen og Nina Juhl Østergård	120
10.3.3 Transkribering af interview med Mikkel Faurholdt.....	136
10.3.4 Tematisering af interview med Mikkel Fauerholdt.....	154
10.3.2 Besvarelser fra spørgeskema.....	162

1 Indledning

1.1 Motivation

Ved de to sidste valg i Danmark har man kunne observere, at politikerne er begyndt at fremstå og tale på en anderledes måde. Det så i nogle tilfælde ud som om, at de to store partier: Venstre og Socialdemokraterne var enige om, at der var nogle emner, som helst ikke skulle debatteres i debatterne. Dette gjaldt eksempelvis efterlønnen, som begge partier mener, skal reformeres, hvis samfundet skal have råd til den. Årsagen til den manglende diskussion har naturligvis flere nuancer; den kan muligvis findes i det faktum, at Nyrup og Socialdemokraterne mistede en del troværdighed i sagen om efterlønnen, hvilket gør, at de ikke har villet diskutere det indtil for nylig. Men en anden grund kunne være den, at der i befolkningen ikke var opbakning til at fjerne/reformere efterlønnen. En grund til, at efterlønnen er et upopulært emne er, at det er så komplekst. Det er svært for det enkelte individ at gennemskue, hvordan en opretholdelse af efterlønnen vil påvirke eksempelvis ventelisterne på hospitalerne, SU'en eller andre af vores velfærdsgoder. Emner som efterlønnen er meget komplekse politiske emner, hvor det kræver en del forhåndsviden eller teknisk viden, hvis man skal være i stand til at reflektere over emnet med alle de aspekter, der har indflydelse på emnet. Samtidig er nogle af partierne begyndt at benytte sig af kontraktpolitik, hvorfor retorikken i høj grad simplificeres. Dette finder vi problematisk.

1.2 Problemfelt

Journalister, meningsdannere og kommunikationsrådgivere der har debatteret omkring emnet professionel politisk kommunikation, har været præget af en enten/eller holdning; den ene part i debatten har haft en dyb foragt for det nyere fænomen, mens den anden halvdel stort set har set det som ikke-eksisterende, og hermed negligeret de eventuelle konsekvenser heraf. Professionaliseringen kan medføre konsekvenser for demokratiet.

Der er tendens til en manglende vilje fra de store partier til at diskutere ømtålelige emner. Det blev tydeliggjort ved de to sidste valg at den politiske kommunikation var blevet meget mere professionel. Efter Socialdemokraterne og Venstres studieture til England og USA begyndte partierne, herunder især Venstre, at benytte sig af professionel politisk kommunikation, som er en relativ ny tendens i dansk politik.

Således kan professionaliseringen af den politiske kommunikation diagnosticeres til perioden omkring og op til folketingsvalget i 2001 (Jønsson & Larsen 2002: 10). Bag de nye tendenser ligger flere årsager. En meget almindelig opfattelse er, at kommunikationen blev professionaliseret på grund af flere ledende danske politikeres studieture til USA og England.

Venstre var lokomotivet i forbindelse med den øgede professionalisering af den politiske kommunikation, mens Venstrefløjen og andre partier blev hængende i mere traditionelle forestillinger om, hvordan de skulle formidle (Jønsson og Larsen 2002: 43) deres budskaber til vælgerne. Venstre brugte moderne former for kommunikation, som på daværende tidspunkt ikke var iagttaget i politisk øjemed i Danmark (Jønsson & Larsen 2002: 10).

Det er denne professionalisering i den politiske kommunikation, og den medfølgende øgede kontraktspolitik og kontrakttænkning som vi finder interessant at undersøge. Når Venstre går til valgkamp med kun 5-6 temaer som de gjorde i 2001 (Jønsson & Larsen 2002: 43), og de har en ide om, at de vil tale mere direkte til vælgerne, så fører det til, at de indgår en kontrakt med vælgerne. Skattestoppet i omtalte valgkamp, er et eksempel på, at Venstre siger, at bliver de valgt, så vil der komme et skattestop. Overholder Venstre ikke kontrakten, kan man blot sætte sit kryds ved et andet parti ved næste valg, og det er udadtil simpelt at observere, om kontrakten er overholdt eller ej. Denne kontraktspolitik er et af redskaberne, man er begyndt at bruge med indførelsen af den øgede professionalisering af den politiske kommunikation, ligesom spin, brugen af fokusgrupper etc.

Det vil være et af vores mål at undersøge, hvorledes de danske vælgere i dag stemmer; hvorvidt de stemmer ud fra partiernes principper (ideologier) eller om de i højere grad er gået over til en mere kontraktbaseret tankegang, hvor skattestoppet kan ses som eksempel på dette, eller om det er en blanding af delene. Vi vil undersøge hvorvidt vælgerne lader sig påvirke af denne politiske form, og hvordan det påvirkede deres stemme ved sidste valg. Vi vil altså undersøge, hvilke tendenser og strukturer, der findes i samfundet, som medfører en mulig professionalisering af

den politisk kommunikation. Til dette vil vi bruge Giddens' teorier om modernitetens konsekvenser.

Dernæst er det vigtigt for os at undersøge, hvilken påvirkning kontrakterne har på vælgernes valg i forhold til det repræsentative demokrati. Vi har den forforståelse, at hvis partierne udformer deres kontrakter efter, hvad der er de mest populære eller tillidsvækkende emner hos forskellige fokusgrupper, kan det medføre negative konsekvenser for det repræsentative demokrati. Dette mener vi ud fra den forståelse, at fokusgrupper ikke nødvendigvis er repræsentative for hele Danmark, således er det repræsentative demokrati udfordret, da politikken bliver påvirket af en gruppe, der ikke er demokratisk valgt af befolkningen. Vi vil også se på, om der er nogen træk ved den professionelle politiske kommunikation, der kan bruges til at fremme de demokratiske repræsentative kræfter i Danmark.

Vi vil i det teoretiske afsnit bruge Robert Dahl, og ud fra hans teori definere, hvad demokrati er og, hvad det indeholder. Han opstiller 5 punkter, som er karakteristiske for det ideelle demokrati. I analysen vil vi se på, hvordan den professionelle politiske kommunikation kan ses i forhold til disse punkter, og undersøge hvorvidt det er problematisk.

Vi ønsker således at undersøge, hvorvidt vælgerne påvirkes af den professionelle politiske kommunikation, samt problematisere denne udviklings konsekvenser for det repræsentative demokrati. Af ovenstående motivation og problemfelt, kommer vores problemformulering til at lyde således:

1.3 Problemformulering

Hvilke konsekvenser kan professionaliseringen af den politiske kommunikation hos partierne få, i forhold til det danske repræsentative demokrati?

1.3.1 Uddybning af problemformulering

Konsekvenser i forhold til det danske repræsentative demokrati skal forstås således, at vi har en forforståelse om, at følgerne af den professionelle politiske kommunikation, der er beskrevet i problemfeltet, påvirker den måde partierne udvælger de emner de bruger til valgene.

1.3.2 Arbejdsspørgsmål

For at besvare problemformuleringen, arbejder vi ud fra følgende arbejdsspørgsmål:

1. Hvordan påvirkes vælgerne af professionel politisk kommunikation?
2. Hvilke ændringer i moderniteten, kan tænkes at tilskynde professionaliseringen af den politiske kommunikation?
3. Hvilke konsekvenser kan den professionelle politiske kommunikation få for det repræsentative demokrati?

1.4 Begrebsdefinition

Kontraktpolitik

Med kontraktpolitik menes en form for politik, hvor der fra politisk hånd klart defineres nogle punkter, der beskriver hvad partiet vil få gennemført, hvis det kommer til magten. Der indgås en kontrakt med vælgerne, som er målbar, for eksempel skattestop.

Professionel politisk kommunikation

Kontraktpolitik, spin, ændret retorik, priming, styling, skræmmekampagner mod modsatrettede holdninger etc. er alt sammen redskaber, hvis brug kan observeres hos politikerne de seneste år. Disse nye måder at fremtræde i medier og tale til vælgerne på, har vi valgt at sammenfatte under begrebet ”professionel politisk kommunikation”. Disse redskaber er blevet indført af de professionelle politiske rådgivere.

Ideologi

En klar definition af hvad en ideologi er, kan være vanskelig at angive. En ideologi kan forstås som helhedsbetragtninger om samfundet. ”...forestillinger om, hvordan samfundet ser ud, og hvordan det bør udvikle sig” (Hansen, Hansen & Qvist 2000: 165). Vi anvender ideologibegrebet i forhold til de danske partier, således anvender vi Venstres principprogram som et udtryk for liberalisme. Vi er naturligvis bevidste om, at det ikke er ideologier i den klassiske form, men snarere i en modereret moderne form.

Distinktion mellem repræsentativt og direkte demokrati

I et *direkte demokrati* træffer folket de politiske beslutninger ved direkte afstemninger, hvorimod i det *repræsentative demokrati* vælger folket nogle repræsentanter til at træffe de politiske beslutninger på dets vegne. I Danmark er der *repræsentativt demokrati*, dog med mulighed for, ved hjælp af folkeafstemninger, at inddrage elementer af *direkte demokrati* (Hansen, Hansen & Qvist 2000: 64-65).

Distinktion mellem et valgløfte og kontraktpolitik

Forskellen mellem et valgløfte og kontraktpolitik er, at alle partier har valgløfter, mens det kun er de partier, som reelt har magt, der har mulighed for at føre kontraktpolitik. Både Socialdemokraterne og Venstre gik til valg på kontraktpolitiske emner, men kun Venstre har mulighed for at overholde kontrakterne, fordi de har det parlamentariske flertal til størstedelen af deres beslutninger.

1.5 Projektdesign

Kapitel:	Erkendelses-spørgsmål	Konkret spørgsmål	Data/teknik	Resultat/formål
Motivation, problemfelt, problemformulering og begrebsforklaring	Hvad er vores interesseområde, genstandsfelt og problemstilling?	Hvordan når vi fra indledende undren til en mere konkret problemstilling?	Vi når frem til vores eksakte problem ved at indsnævre vores interesseområde og genstandsfelt	At vise hvilket problem vi udarbejder projektet ud fra, samt at fungere som appetitvækker.
Metode:	Hvordan når vi fra problemformulering til konklusion?	Hvilke metodiske overvejelser skal vi gøre os i opnå grund af ven.	Redegørelse af vores videnskabsteoretiske og metodiske overvejelser omkring vores genstandsfelt, så vi kan komme fra problemformulering til konklusion.	Sikre videnskabelig validitet og forklare vores metodiske valg.
Teori: Giddens, Dahl og Olsen	Hvilke teoretiske bidrag kan vi bruge med henblik på at forstå vores genstandsfelt og for at besvare vores problemformulering?	Hvilke ændringer er forekommet i det moderne samfund, hvordan forstår vi det danske repræsentative demokrati.	Redegørelse af Giddens individualisering i moderniteten, Dahls demokratiteori samt af særlige kendetegn ved det danske demokrati.	Teoretisk forståelse af genstandsfeltet. Ved hjælp af problemformuleringen udleder vi de relevante teoretiske bidrag til analysen
Professionel politisk kommunikation: Jønsson, Larsen og Rosenkrands	Hvordan kan feltet professionel politisk kommunikation forstås med særligt henblik på folketingsvalget i 2001	Hvad er professionel politisk kommunikation og hvordan bruges det i Danmark.	Redegørelse af eksisterende empiri og forskellige teoretiske synspunkter.	Opnåelse af forståelse af feltet, samt erkendelse af nuancerne i debatten.

Empiri: Spørgeskema samt kvalitative interviews med Nina Juhl Østergård og Morten Nielsen samt med Mikkel Fauersholdt.	Er der en sammenhæng mellem vores formodninger og de reelle forhold i befolkningen og i det politiske kommunikations arena.	Fortsætter tendensen fra valget i 2001 i valget 2005? Hvordan bruger partierne professionel politisk kommunikation?	Stikprøve via spørgeskemaundersøgelse og ekspert interview med medierådgivere fra Venstre og Socialdemokraterne	Opnåelse af viden om hvordan vælgerne stemte og hvordan medierådgiverne opfatter partiernes brug af professionel politisk kommunikation
Analyse:	Er der en sammenhæng mellem den benyttede teori og de indsamlede data og hvordan kan det anvendes til besvarelse af problemformuleringen?	Er det øgede brug af professionel politisk kommunikation problematisk i forhold til det danske repræsentative demokrati?	Sammenholde empiri og teori og analysere med henblik på vores problemformulering.	Påvise at der er konsekvenser ved at bruge professionel politisk kommunikation for at kunne konkludere på vores problemformulering.
Konklusion:	Hvad er konklusionen på vores problemformulering?	Hvilke konsekvenser kan professionaliseringen af den politiske kommunikation hos partierne få, i forhold til det danske repræsentative demokrati?	Opsamlers de vigtigste elementer af analysen.	Give et svar på vores problemformulering.
Perspektivering:	Hvilke begrænsninger er der i forhold til konklusionen?	Hvad kan der gøres ved de negative konsekvenser af professionel politisk kommunikation.	Refleksion over konklusionens begrænsninger og andre mulige perspektiver.	Beskrive andre perspektiver som vi har afgrænset os fra.

2 Metode

2.1 Indledning

I dette kapitel præsenteres projektets opbygning, samt de enkelte kapitlers relevans for besvarelsen af problemformuleringen. Vi præsenterer vores valg af teori, empiri, herunder spørgeskemaundersøgelsen samt interviews. Dernæst har vi et afsnit, som beskriver hvordan vores valgte teori og empiri relaterer til hinanden. Til sidst afslutter vi med vores videnskabsteoretiske overvejelser, samt en afgrænsning.

2.2 Kapiteloversigt

Kapitel 1: Præsentation af problemstillingen

Dette kapitel indeholder vores motivation, problemfeltet, problemformuleringen, en uddybning af problemformuleringen samt en begrebsdefinition. Kapitlet afsluttes med et projektdesign i form af et erkendelsesskema.

Kapitel 2: Metode

Dette kapitel indeholder metodiske og videnskabsteoretiske overvejelser.

Kapitel 3: Teori

I dette kapitel præsenterer vi vores anvendte teori, henholdsvis Anthony Giddens' teori om refleksivitet og modernitet i bogen "Modernitetens konsekvenser" fra 1994. Robert Dahls demokratiteori udfra hans bog "Om demokrati" fra 2000, teori om samt den parlamentariske styringskæde udfra Peter Bogason's bog "Forvaltning og stat" fra 2003.

Kapitel 4: Professionel politisk kommunikation

I dette afsnit præsenterer vi baggrundsmateriale, der beskriver den professionelle politiske kommunikation og dens rolle ved de seneste to valg. Dette gør vi ved hjælp fra bøgerne og artiklerne: "Professionaliseringen af den politiske kommunikation" Jønsson, Nielsen og Borch 2001, "Professionel politisk kommunikation" Jønsson, R.

2002, ”Partiernes kommunikationsressourcer og strategier frem mod næste valg” analyse for Ugebrevet A4, 15. marts 2004 Jønsson.

Kapitel 5: Empiri

Empirien består af en spørgeskemaundersøgelse, hvor der er blevet udarbejdet en stikprøve omkring, hvorvidt vælgerne stemte ud fra kontraktspolitik eller ideologier, og to interviews, hvori vi søger at få indblik i, hvordan Socialdemokraterne og Venstre benytter professionel politisk kommunikation.

Kapitel 6: Analyse

I analysen sammenholder vi vores teori med vores indsamlede empiri, for at forsøge at besvare vores problemformulering ved at problematisere den øgede brug af professionel politisk kommunikation, i forhold til det repræsentative demokrati.

Kapitel 7: Konklusion

Vi vil her sammenfatte elementer fra vores analyse i et forsøg på at besvare vores problemformulering.

Kapitel 8: Perspektivering

Vi vil reflektere over nogle af de vinkler vi har afgrænset os fra, samt drage paralleller til situationen i England, hvor Blair i et vist omfang har mistet sin popularitet, grundet hans brug af kontraktspolitik. Desuden vil vi perspektivere over de manglende etiske rammer omkring brugen af professionel politisk kommunikation, samt mediernes rolle, som bindeled mellem politikere og borgere.

2.3 Fra problemformulering til konklusion

For at komme fra problemformuleringen til konklusionen har vi opstillet tre arbejdsspørgsmål, som vi arbejder ud fra;

1. Hvad er professionel politisk kommunikation og hvordan bruger de politiske partier det?

Dette vil vi besvare ved hjælp af vores baggrundslitteratur samt de to interviews med Socialdemokraterne og Venstre fra kapitel 4 og 5.

2. Hvilke ændringer i moderniteten, kan tænkes at tilskynde professionaliseringen af den politiske kommunikation?

For at forstå vælgernes ubevidste accept af professionel politisk kommunikation, anvender vi Giddens' teori fra kapitel 3.

3. Hvilke konsekvenser kan den professionelle politiske kommunikation få for det repræsentative demokrati?

Under dette arbejdsspørgsmål samler vi data fra empiri og vores teorier for at analysere, hvilke konsekvenser den øgede brug af professionel politisk kommunikation kan få for det repræsentative demokrati. Således inddrager vi både kapitel 3, 4 og 5 i denne del.

2.4 Valg af teori og empiri

Vi har inddelt vores materiale i tre grupper, teori, professionel politisk kommunikation og empiri. Teoriafsnittet er rent teori, men professionel politisk kommunikation-afsnittet består af materiale, der både er teori, empiri og diskussion. Diskussionen er ikke vores egen, men fra materialet. Empiriafsnittet består af empiri vi selv har indsamlet via interviews og spørgeskemaundersøgelse.

Vi bruger Anthony Giddens teori om modernitetens konsekvenser til at belyse nogle af de strukturer, der gør sig gældende i det moderne samfund og som påvirker individerne, i forhold til den politiske sfære. Dette gøres for at kunne belyse hvorfor individerne passivt accepterer den professionelle politiske kommunikation.

Vi bruger Robert Dahls normative demokratiteori til, at definere det idealdemokrati vi vil arbejde ud fra. Mere konkret bruges teorien til at se på de karakteristika, der kendetegner idealdemokratiet, der bliver sammenholdt med de mulige konsekvenser af professionelle politiske kommunikation.

Johan P. Olsens begreb den parlamentariske styringskæde bruger vi i forlængelse af Dahls demokratiteori, for at præcisere netop det danske repræsentative demokrati, til slut præsenterer vi kort den danske tradition for konsensusdemokrati.

Vi benytter såvel primære som sekundære materialer omkring professionel politisk kommunikation og konsekvenserne af dette. Dette gøres for dels at vise, at der er øget brug af professionel politisk kommunikation i dansk politik, samt få flere

vinkler på konsekvenserne. Dette afsnit kalder vi ”professionel politisk kommunikation”, og da det er en blanding af diskuterende empiri og teori, kommer det til at fremstå som et selvstændigt afsnit, som er blevet placeret mellem teori- og empiriafsnittet.

Vores egen indsamlede empiri består dels af kvalitative interviews, hvor vi søger at få afklaret, hvor meget indflydelse professionel politisk kommunikation har på den førte politik hos henholdsvis partiet Venstre og Socialdemokraterne. Derudover består den kvantitative empiri af en spørgeskemaundersøgelse som er blevet udført, med henblik på at få en indsigt i, hvorvidt vælgernes stemme, ved sidste folketingsvalg, var præget af kontraktpolitik.

2.5 Relationen mellem teori og empiri

I dette afsnit præsenterer vi kort, hvorledes vi har forestillet os, at vekselvirkningen mellem teorien og empirien kan svare på vores problemformulering.

Vi vil i det analyserende afsnit belyse nogle af de samfundsmæssige strukturer, der gør sig gældende i forhold til individet og professionel politisk kommunikation. Vi vil således prøve at forklare resultaterne fra stikprøven ud fra Giddens’ teorier om modernitetens konsekvenser. Vi vil desuden tage fat på de forskellige begreber og tendenser, som vi, igennem forskelligt litteratur, har sammenfattet som værende professionel politisk kommunikation. Således kan vi analysere om nogle af disse, kan påvirke Dahls fem punkter for idealdemokratiet. Det er her en vigtig pointe, at vi er interesserede i at se på de negative, såvel som positive konsekvenser. Desuden vil der også indgå en vinkel, der omhandler den professionelle politiske kommunikations eventuelle påvirkning af den parlamentariske styringskæde, da vi på denne måde vil kunne se dens påvirkning af det danske repræsentative demokrati.

2.6 Empiriindsamling

I begyndelsen af projektføreløbet forsøgte vi at kontakte forskellige personer med viden om vores genstandsfelt. Det lykkedes os at få istandsat et møde med Rasmus

Jønsson, ekstern lektor på Kommunikation på RUC. Under mødet fik vi afklaret, at professionel politisk kommunikation i allerhøjeste grad eksisterer og anvendes i de politiske partier. Desuden henviste Jønsson os til nogle bøger, der kunne hjælpe med at belyse genstandsfeltet. Desuden gav han os tips til, hvordan vi skulle tackle, det at tale med partiernes pressemedarbejdere.

Desuden kontaktede vi Lars Bille samt Hans Jørgen Nielsen fra statskundskab på Københavns Universitet via email. Disse kunne henvise os til eksisterende empiri på området, og samtidig bekræfte, at der endnu ikke foreligger kvantitative målinger på vælgeradfærden for folketingsvalget 2005.

2.7 Interviewmetode - kvalitative interview

Vi har foretaget to ekspertinterviews, dels med Nina Juhl Østergård, journalistisk medarbejder for Socialdemokraternes pressetjeneste samt Morten Nielsen, studentermedhjælper for Socialdemokraternes pressetjeneste, og dels med Mikkel Fauerholdt, pressechef for Venstre, idet vi mener at kunne se, at de fører kontraktspolitik. Formålet med interviewene er at finde, ud af hvorfor kontraktspolitik er blevet den førende kommunikationsform hos de store partier. Vi ønsker desuden at finde svar på, om informanterne mener, at ideologier hører fortiden til, om deres vælgere er mere interesseret i kortsigtede, håndgribelige planer frem for langsigtede planer, hvorvidt de mener, at de varetager vælgernes interesser bedre ved at tænke i kortere planer og kortsigtede kontrakter, samt hvordan de vil tage fat på nogle af de mere følsomme temaer, som kræver langsigtede planer og så videre.

De kvalitative interviews bliver udformet og dernæst analyseret ved hjælp af Steinar Kvaales "Interview en introduktion til kvalitative forskningsinterview" samt Tove Thagaards "Systematik og Indlevelse – en indføring i kvalitativ metode".

2.7.1 Formål med interview

Formålet med at udføre de to interviews var at afdække, hvilke moderne kommunikationsmetoder Venstre og Socialdemokraterne har anvendt i sidste valgkamp og hvorfor de er begyndt at bruge professionel politisk kommunikation.

Helt konkret skal interviewet være med til at afdække at om partierne rent faktisk anvender professionel politisk kommunikation, og hvordan de gør det. Vi kan for

eksempel få afklaret deres brug af fokusgrupper og kvantitative målinger op til valgkamp, for at udvælge og fokusere på bestemte temaer i medierne. Hvordan bruger de medierne til at få fokus på bestemte temaer og undgå at tale om andre mere ømtålelige emner, for at vinde sympati hos vælgerne? Hvordan profileres hovedpersonerne i valgkampen og hvorfor? Vi søger at forstå hvordan og hvorfor partierne i højere grad anvender professionel politisk kommunikation. Dette ønsker vi at høre fra personer, som på forskellige måder har deltaget i partiernes valgkampe.

2.7.2 Metodiske overvejelser for interview

Vi har valgt at udføre ”det kvalitative forskningsinterview”, hvor vi anvender en delvist struktureret metodisk tilgang. En brug af temaer, der er fastlagt på forhånd, men hvor rækkefølgen kan bestemmes undervejs. Vi havde på forhånd besluttet, at vi skulle være fleksible overfor andre temaer som dukkede op, enten hos informanten eller hos os, undervejs i interviewet.

Inden vi udførte de to interviews, havde vi gjort os nogle metodiske overvejelser omkring forberedelsen samt selve interviewsituationen. Forberedelsen bestod blandt andet i at skaffe et godt forhåndskendskab til informantens situation. Dette gjorde vi ved dels at læse de to partiers principprogrammer, og dels ved at læse allerede eksisterende empiri om valgkamp og valgstrategier. Desuden havde vi, som førnævnt, en snak med Rasmus Jønsson, hvor igennem vi fik tips til, hvordan vi kunne gribe situationen an.

Vi formulerede spørgsmål, som ikke var abstrakte og generelle, og forsøgte så vidt muligt at sige os fri fra vore egne forforståelser, således at spørgsmålene ikke blev alt for forudbestemte og subjektive. Vi formulerede desuden spørgsmål som alle indeholdte underspørgsmål, som skulle virke uddybende.

”I enhver situation, hvor interviewet ikke rigtig flytter sig, bliver udfordringen at tænke i nye måder at skaffe information på, blandt andet ved at introducere opfølgende spørgsmål” (Thagaard 2004: 92).

Vi valgte også at tage udgangspunkt i konkrete situationer, for eksempel folketingsvalget 2001 og 2005, således, at vi dels kunne illustrere vores viden om feltet, så respondenterne svarede på baggrund af kendskab til denne viden, og dermed

ikke ”snød” os ved at fortælle os noget andet end fakta. Desuden kunne vi bedre sætte os i respondentens sted og forstå denne bedre.

”Et godt interview kan karakteriseres ved, at interviewerens spørger til konkrete opfattelser og erfaringer og følger informantens beskrivelser op ved at opmuntre ham eller hende til at fortælle om sine reaktioner og synspunkter” (Thagaard 2004: 93).

Desuden gjorde vi os nogle tanker om kontakten mellem os og respondenten. Thagaard henviser blandt andet til Goffman¹, som arbejder med begreberne: rolle, regi og dramaturgi. Her beskrives det, at kontakten mellem interviewer og respondent er vigtig, og at følelsesmæssigt engagement fra interviewerens side er med til at skabe god kontakt. Dette gjorde vi blandt andet ved at vise indlevelse, lyttende holdning og åbent og positivt kropssprog.

”åbenhed over for det, informanten formidler både verbalt og non-verbalt, giver et mere omfattende grundlag for forståelse af det budskab, informanten vil udtrykke” (Thagaard 2004: 95). *”Det mest vellykkede interview er karakteriseret ved, at interviewerens viser oprigtigt og ægte engagement”* (Thagaard 2004: 96).

Helt konkret kunne vi gøre dette ved at vise, at feltet politisk kommunikation interesserede os meget, og den viden vores respondent havde, var yderst relevant og dermed ønskelig for os. På den måde kunne vi sætte respondenten i en rar atmosfære, hvor denne følte sig betydningsfuld og nødvendig i forhold til besvarelsen af vores projektrapport.

Interviewguidens dramaturgi kan med fordel bestå af, at de første spørgsmål dækker over neutrale emner, for gradvist at komme ind på mere emotionelt ladede emner, og slutte af med neutrale temaer igen. Dette er en metode, som skinner igennem i vores interview skabelon, som beskrives i næste afsnit, og er vedlagt som bilag 10.1. Fordelen ved denne dramaturgi er, at de spørgsmål, som kræver mere refleksion og er mere komplekse, kommer, når der er dannet et fortrolighedsforhold til respondenten.

¹ Erving Goffman 1922-1982, canadisk-amerikansk sociolog (Andersen og Kaspersen 2002: 211).

Både inden interviewet udføres og efterfølgende, når det skal analyseres, er det vigtigt at reflektere over hvilke forhold, der kan tænkes at præge relationen mellem forsker og informant (Thagaard 2004: 101). Vi skulle, som interviewere, så vidt muligt, undgå at lade vore egne værdier og forforståelser præge interviewet, for ellers kunne informanten tænkes at tale os efter munden (Thagaard 2004: 103). Dette lykkedes dog ikke tilfredsstillende, på trods af vores overvejelser. Dette beskrives nærmere i afsnittet om erkendelser efter interviews.

2.7.3 Skabelon til interview

Spørgsmålene blev delt op i seks temaer som spørgsmålene blev defineret ud fra. Følgende er et eksempel fra vores skabelon (se bilag, afsnit 10.2), hvor det eksemplificeres hvorledes vi spørger ind til temaerne, hvis informanten ikke svarer uddybende nok. Skabelonen bliver brugt i begge interviews, hvorfor spørgsmålene her vil være generelle.

2.7.3.1 Eksempel på tema, hentet fra transskriberingen af Nina Juhl Østergård og Morten Nielsen

Følgende er et eksempel på et tema, som skal illustrere vores metodiske tilgang til interviewsituationen:

Kim: vi har tænkt lidt på, hvordan I sætter dagsordenen, hvad I gør. Nu siger du jeres pressechef herinde har et godt netværk herinde ikke. Ja, sådan generelt, hvordan I går ud og sætter en dagsorden? Eller forsøger?

Nina: ja, hvad gør vi? Det er jo egentlig sjovt at sidde at tænke over...

Alle griner.

Nina: jamen, det er jo blandt andet at have et godt gennearbejdet notat indefra konsulenterne. Det kan handle om, hvad skal vi sige, regeringens manglende integrationspolitik, hvor man virkelig får pindet de ømme punkter ud stillet op overfor, hvad er det vi vil. Både mht. stram udlændingepolitik, bedre integration og så videre. Altså have fakta på plads og have det gennearbejdet, og så er det jo ellers ud over stepperne og se om man kan sælge det.

Kim: bruger I kun de journalister herinde?

Nina: nej. Det kommer an på, hvad det er for en historie. Altså, hvis det er sådan meget politikfunderet, så er det dem herinde. Men fx miljøområdet der er det tit

nødvendigt at gå uden om dem herinde og finder miljøjournalisterne fra Politiken eller tv-avisen (Se bilag, afsnit 10.3.1).

På denne måde har vi søgt ikke at stille ledende underspørgsmål, men i stedet stillede vi opfølgende spørgsmål, således at informanten fik lov at uddybe svaret.

2.7.4 Analyse af interview

Vi har valgt at analysere de gennemførte interviews ved hjælp af meningskondensering, denne analysemetode er velegnet til at analysere ekspertinterviews. Når vi gennemfører en meningskondensering er vi således ikke i stand til, eller interesserede i at finde en dybere mening eller en skjult sandhed, vi er derimod interesserede i hvad vores informanter fortæller os, som vi kan bruge til at besvare vores problemformulering. Ved denne metode får informanten altså samme status som den sekundære empiri, fordelene ved alligevel selv at indsamle er den, at man selv bestemmer hvilke emner der skal tages op under interviewet. Meningskondensering stammer fra den fænomenologiske videnskabssteoretiske tradition, hvor man er fri for forforståelser når man udfører transskriberingen (Kvale 1994: 190). Vi anvender analysemetode, dog med en hermeneutisk tilgang. Vi kan ikke sige os fri fra vores forforståelser og fordomme, når vi skal bestemme de ”naturlige betydningsenheder”, således har vi på forhånd et kendskab til informantens situation samt vores konkrete problemstilling i baghovedet. Vi forsøger dog at følge denne metode, så vidt det kan lade sig gøre, således at vi forsøger at være fordomsfri, når vi udvælger temaer. Efterfølgende kan vi komme ind med vores hermeneutisk-analytiske tilgang og gøre den meningskondenserede interviewtekst meget mere projekt nær.

Formålet med at lave en meningskondensering af interviewteksten er, at få struktur i hele teksten. Dette gør vi dels for at skabe overblik og overskuelighed og dels således at vi nemmere kan trække de ting ud af teksten, som direkte kan anvendes til analysen af vores problemstilling.

2.7.5 Meningskondensering

I det følgende afsnit vil det blive grundigt forklaret, hvordan interviewene vil blive analyseret.

Ved meningskondensering søger man at få overblik over interviewet ved at inddele transskriberingen i nogle naturlige temaer (betydningsenheder), altså temaer som informanten og interviewerne har kredset om. Disse kan være bestemt af interviewskabelonen, men der vil ofte være ”sidespring”. Når de naturlige betydningsenheder er fundet, begynder tolkningen. Vi begynder nu at trække de temaer ud, som kan være med til at besvare vores problemformulering. Disse temaer giver vi et kort resume af, således at vi kan trække disse ind i diskussionen med vores anden empiri og teori. Helt konkret går vi ud fra Steinar Kvaales skabelon:

5 trin:

- a) Hele interviewet læses igennem, så der opnås en fornemmelse af helheden.
- b) Forskeren bestemmer de naturlige ”betydningsenheder”, sådan som de udtrykkes af interviewpersonen.
- c) Der bestemmes et tema ud fra det, der dominerer en naturlig betydningsenhed. Dette gøres så fordomsfrit, som muligt.
- d) Der stilles spørgsmål til betydningsenhederne ud fra undersøgelsens specifikke formål (vores problemformulering).
- e) De væsentlige temaer i interviewet som helhed knyttes sammen i et deskriptivt udsagn. Således at man får en kondensering af de udtrykte betydninger i mere og mere essentielle betydninger, med hensyn til den specifikke problemformulering (Kvale 1994: 192).

Når vi har fulgt punkterne ved begge interviews vil vi således være i besiddelse af to korte resuméer, hvor kun de temaer, der har relevans for vores problemstilling, vil være beskrevet.

2.7.6 Kontrol af analysemetoden

Ved analyse af kvalitativt empiri skal man altid være opmærksom på faren for at blive kaldt subjektiv. Man må derfor i metoden gøre det helt klart, hvordan empirien er analyseret. Den bedste måde at beskytte sig imod subjektivitet, er at være flere fortolkere, således vil der altid være to eller flere, der er blevet enige, eller har diskuteret sig frem til de endelige temaer. Vi har, med dette for øje, således været to personer til de første punkter, a-c, hvorefter gruppens resterende medlemmer har

godkendt og derefter deltaget i resten af processen. Således mener vi at have sikret, at analysen ikke er udtryk for subjektivitet (Kvale 1994: 202). Desuden mener vi at have sikret bekræftbarheden, ved interviewet såvel som analysen, da vi har vedlagt transskriberingen af de to interviews i de naturlige betydningsenheder (jf. punkt a. ovenfor) (Thagaard 2004: 187).

2.8 Spørgeskema

2.8.1 Metodiske overvejelser for spørgeskemaundersøgelsen

I det følgende afsnit vil vi beskrive, hvordan spørgeskemaundersøgelsen er opbygget, samt beskrive de metodiske refleksioner vi har gjort os, i forbindelse med udførelsen af denne.

Formålet med spørgeskemaet, er at undersøge om vælgerne lader sig påvirke af den førte kontraktspolitik under valgkampen, om de stemmer efter de emner som politikkerne tager op, eller om vælgerne er mere påvirket af de forskelliges partiers ideologi. Den primære begrundelse for at foretage denne undersøgelse er, at der ikke foreligger nogle lignende undersøgelser fra valget i 2005. Det er derfor relevant for os at foretage en stikprøve, for at se hvorvidt tendensen fra valget i 2001 er fortsat.

Spørgeskemaet er udformet således, at spørgsmålene hver især er udtryk for enten kontraktspolitik eller ideologi, dog er de også udformet således, at netop de emner blev behandlet under sidste valgkamp, og derfor er de aktuelle. Ved hjælp af Venstres principprogram kan vi beskrive, hvilke af spørgsmålene, der er udtryk for kontraktspolitik og hvilke der er udtryk for ideologi. Grunden til, at vi bruger Venstres principprogram er, at netop *de* var med til at være de toneangivende ved valget 2001, og at de har mulighed, for at gennemføre de kontrakter de gik til valg på, til folketingsvalget i 2001 og 2005, idet de vandt regeringsmagten.

Informanterne skal svare på hvilke af temaerne, der har været bestemmende for, hvor de satte deres kryds ved sidste folketingsvalg. De har mulighed for, at svare på, om temaerne har påvirket deres stemme: meget negativ, negativ, ingen, positiv, meget positiv eller ved ikke. Vi mener at informanterne på denne måde har god mulighed for at kunne nuancere deres svar, samtidig med at vi har god mulighed for at holde det så simpelt, at der kan laves en rimelig enkel statistik på det.

Informanter er tilfældigt udvalgt i 5 land-postnumre: 4230 Skælskør. 4673 Højby, 3480 Nødebo, 4652 Hårlev og 4070 Kirke Hyllinge og omegn. 5 by-postnumre: 2200 København N, 4300 Holbæk, 2000 Frederiksberg 4000 Roskilde og 4700 Næstved. Vi stræber efter at udspørge 10 respondenter fra hvert postnummer. Vi mener at kunne forsvare gyldigheden af undersøgelsen, da vi ud fra postnumrene har sikret os en rimelig geografisk spredning af respondenterne. Spørgeskemaerne er indsamlet via telefoninterviews d. 2., 3. og 4. maj 2005.

2.8.2 Skabelonen for spørgeskemaundersøgelse

Køn: mand kvinde

Hvor gammel er du? _____

Hvilken uddannelse har du? _____

Profession _____

Hvilket parti/person stemte du på? _____

Hvilke af følgende temaer har været bestemmende for, hvor du satte dit kryds ved sidste folketingsvalg?

	Meget negativ	Negativ	Ingen	Positiv	Meget positiv	Ved ikke
Bortskaffelse af Dankortgebyr						
Flere penge til børnefamilier						
Bortskaffelse af strekkoder i hjemmeplejen						
Flere penge til folkeskole, uddannelse og forskning						
Partiets/personens holdning til EU						
Skattestop						
Irak-krigen						
Flere penge til						

miljøet, herunder også økologi						
Salget af TV 2						
Øget brugerbetaling						

Til os selv:

Tlf nummer:

Post nummer:

Land/by:

2.8.3 Begrundelse for kodningen af spørgsmålene

I det følgende afsnit vil vi forklare, hvordan vi har udvalgt spørgsmålene til spørgeskemaet, hvorfor vi mener at metoden er gyldig, samt beskrive og begrunde hvilke spørgsmål, der er udtryk for kontraktpolitik og hvilke, der er udtryk for ideologi.

Vi har valgt at prækode spørgsmålene i spørgeskemaet, således mener vi, at være blevet i stand til, at give informanterne klare og præcise spørgsmål, der ikke bærer præg af at have bagvedliggende skjulte meninger i dem. Vi har, i prækodningen, taget udgangspunkt i vores begrebsdefinition af ideologi og kontraktpolitik, og derefter brugt Venstres principprogram til at definere hvilke emner, der er udtryk for henholdsvis kontraktpolitik og ideologi. Det skal dog nævnes, at prækodning er foretaget ud fra vores egne forforståelser omkring begreberne ideologi og kontraktpolitik, i tæt samspil med de forståelser vi nævner i begrebsdefinitionen, Venstres principprogram.

Vi begrundet spørgsmålenes inddeling her, først dem der er udtryk for kontraktpolitik og derefter dem, der er udtryk for ideologi, dermed kommer spørgsmålene ikke til at stå som de gør i spørgeskemaet, men vi synes at det på denne måde skaber bedre overblik:

2.8.3.1 Kontrakt

”Bortskaffelse af Dankortgebyret” er helt klart udtryk for kontraktpolitik. Emnet står ikke i principprogrammet og er, efter vores opfattelse, ikke udtryk for at partierne vil kæmpe for afskaffelse af gebyrer generelt.

”Flere penge til børnefamilierne” er udtryk for kontraktspolitik. Emnet bliver nævnt i Venstres principprogram:

”Det er forældrenes ansvar at sørge for børnenes opvækst. I betragtning af det høje skattetryk skal børnefamiliernes større forsørgerbyrde kompenseres gennem et særligt skattefradrag pr. barn.” (Venstre 1995: 9)

Dette udsagn mener vi ikke, er udtryk for ideologi, da vi finder at baggrunden for dette citat, ikke direkte er at give flere penge til børnefamilierne, men derimod at lette skattetrykket.

”Bortskaffelse af stregkoder i hjemmeplejen” er udtryk for kontraktspolitik, da emnet er så specifikt og ikke er udtryk for en tendens til neddrøsling af stressniveauet på arbejdsmarkedet generelt. Men blot et udtryk for en enkelt sag.

”Flere penge til folkeskole, forskning og uddannelse” er udtryk for kontrakt. Dels idet sagen var meget omdiskuteret i medierne omkring folketingsvalget, og dels fordi man ud fra principprogrammet kan læse at:

”Viden og udvikling må prioriteres højt, idet vor udvikling må følge trop med de teknologisk højest udviklede lande. Venstre ønsker et kraftigt løft i forskning, udvikling og udnyttelse af ny teknologi. Der skal satses på højeste kvalitet, således at forskningen og den teknologiske udvikling kan bidrage til at øge væksten, konkurrenceevnen og beskæftigelsen i Danmark” (Venstre 1995: 7).

Og

”Den enkelte borgers frihed til at vælge uddannelse og uddannelsessted skal styrkes. Ved i højere grad at bruge princippet, at pengene følger de uddannelsessøgende i stedet for at følge institutionerne, skal der sikres et reelt frit valg mellem offentlige og private uddannelsesstilbud.” (Venstre 1995: 12).

Det vi læser ud af disse citater er, at Venstre lægger vægt på forskning, men udover dette mener vi at citat nummer to er et udtryk for en liberal tankegang, altså ideologi. Citatet er udtryk for fri konkurrence på uddannelsesområdet, med frihed til at vælge for den enkelte borger og ikke et udtryk for at uddannelsesområdet generelt skal have flere penge.

”Skattestop” er udtryk for kontraktspolitik, da det var et af de punkter hvor Venstre indgik en kontrakt med vælgerne under valgkampen 2001. Derudover kan man i principprogrammet læse, at Venstres ideologi er at skatten skal sænkes, ikke blot stoppes og at de offentlige udgifter ikke skal vokse.

”Venstre vil arbejde for en gradvis sænkning af skattetrykket. Det skal ske ved lavere offentlige udgifter og øget vækst i den private sektor. Venstre vil konsekvent bruge væksten i den private sektor til lavere skatter frem for til højere offentlige udgifter. Skatteprocenterne sænkes i den takt, der skaffes realistisk finansiering” (Venstre 1995: 8).

2.8.3.2 Ideologi

”Holdning til EU” er udtryk for ideologi, og er et spørgsmål om mere eller mindre fri konkurrence i europæisk øjemed.

”Toldskrænker og andre handelshindringer skal fjernes. Fri handel og lige konkurrence er de bedste midler til at sikre alle lande en stigende velstand.” (Venstre 1995: 4).

”Øget brugerbetaling” er udtryk for ideologi. Det er et udtryk for hvor meget staten skal sikre det civile samfund, ifølge principprogrammet mener Venstre, at staten skal blande sig så lidt som muligt i den private sfære:

”Udgangspunktet skal være, at opgaver løses på privat initiativ af den enkelte, af familien, af private virksomheder eller af private organisationer. Det offentlige påtager sig kun løsningen af almene samfundsopgaver, som ikke kan løses forsvarligt på privatøkonomisk grundlag.” (Venstre 1995: 3).

”Irakkkrigen” er svær at placere. Dog mener vi at kunne argumentere for, at det bestemt ikke bærer præg af at være en kontrakt med vælgerne, på grund af blandt andet den store modstand mod krigen hos befolkningen. Vi har dog senere erkendt, at vi ikke kan koble krigen direkte med den liberalistiske ideologi. Vi vælger dog at anvende spørgsmålet alligevel, da vi mener at kunne argumentere for, at det bestemt ikke er udtryk for kontraktspolitik, når regeringen vælger at gå med i krigen.

”Flere penge til miljøet, herunder også økologi” er et udtryk for ideologi. Man kan læse at Venstre har en hel klar holdning om hvad en liberal miljøpolitik er:

”Miljøafgifter må ikke øge det samlede skattetryk, men skal alene være et økonomisk incitament til miljørigtig adfærd”. (Venstre 1995: 14).

Og andetsteds:

”Udgangspunktet for en liberal miljøpolitik er, at forureneren skal betale for de skader, som miljøbelastende forbrug eller produktion påfører omgivelserne.” (Venstre 1995: 13).

”Salget af TV2” er udtryk for ideologi, da det er et udtryk for hvor meget der skal være statsejet og dermed ikke med i den frie konkurrence, og dermed øget liberalisering.

”De offentlige indgreb i det frie marked skal derfor begrænses mest muligt og koncentreret om foranstaltninger, der tjener til at øge den frie konkurrence samt smidiggøre og effektivisere den frie prisdannelse.” (Venstre 1995: 8).

Og:

”Der skal ikke drives offentlig erhvervsvirksomhed på områder, hvor private virksomheder kan løse opå grund af ven.” (Venstre 1995: 17).

2.8.4 Metodiske overvejelser omkring databehandlingen af spørgeskemaer

Vi har i udformningen af vores spørgeskema primært baseret os på Merete Watt Boolsens bog "Fra spørgeskema til statistisk analyse" fra 2004 og kompendiet fra statistik kollokviet på 4. semester, Roskilde Universitetscenter 2005.

Vi har formuleret punkterne i spørgeskemaet med korte og præcise spørgsmål, hvor svarmulighederne består af lukkede svar.

Til vores spørgeskema anvender vi en ordinalskala med 6 svarmuligheder. Ordinalskalaen er meget brugt inden for sociologien og lignende videnskaber. Den har en rangorden, men ikke nogen direkte ekvidistans, det vil sige direkte målbar sammenhæng mellem tallene 1-6. Skalaen måler kort sagt den intensitet som respondenterne føler for emnet. Hos os går den fra meget negativ til meget positiv (1-6). Den kunne også have heddet "*hvad synes du om dankort gebyret*" på en skala fra 1 til 10 (Boolsen 2004: 60).

Denne skala udregner vi gennemsnit på, dette er vi dog bagefter blevet opmærksom på ikke altid er en god ide. Der er uenighed, blandt forskere, om hvorvidt man kan behandle ordinalskalaerne matematisk (Boolsen 2004: 61). Vi mener dog at kunne sige os fri fra denne diskussion, da vi bruger de udregnede gennemsnit som medianer, og benytter dem til at inddele svarene i 2 grupper, positivt og negativt stemt. Således bruger vi kun disse to grupperinger til vores konklusioner.

2.8.5 Refleksion over spørgeskemaundersøgelsens tilstrækkelighed

Spørgeskemaundersøgelsen var en stikprøveundersøgelse af befolkningen, for at få et indblik i om kontraktpolitikken spillede ind, når vælgerne satte sit kryds. Når der udføres en stikprøveundersøgelse kan man forvente, at resultatet afviger fra et resultat fra en total undersøgelse, da resultatet ved en enkelt stikprøve kan bære stærkt præg af tilfældighed. Derudover kan der også forekomme systematiske fejl, hvis der er tale om en dårlig tilrettelagt undersøgelse, herunder problemer med begreber, eller begrebsforståelse/fortolkning samt påvirkning af adspurgte.

Når spørgeskemaundersøgelser bliver udført er det påkrævet, at man er opmærksom på de svagheder og mangler, såvel som fordele, der er ved et sådan. Det punkt hvor telefoninterviews adskiller sig mest fra andre interviewmetoder er, at informanten kan høre interviewerens, men ikke se ham/hende. På den måde kan interviewerens ikke påvirke informanten ved kropssprog, men det gør det således også umuligt at forklare noget ved hjælp af kropssproget, samt at aflæse f.eks.

ansigtsudtryk for at se om spørgsmålene og svarene er blevet forstået rigtigt (Andersen 2002: 228).

En anden af de store svagheder ved telefoninterviews er, at man som interviewer ikke ved, hvad man afbryder når man ringer (Andersen 2002: 228). Det kunne være interessant at vide om informanterne var i gang med at lave mad eller om de sad og kedede sig, da det må have en betydning for, hvor god tid informanterne tager sig til at forstå og reflektere over de enkelte spørgsmål og svar.

I forhold til vores projektrapport er en af de mest sandsynlige fejlkilder nok det faktum, at vi som interviewere var helt nye på feltet. Manglen på erfaring gjorde, at selv simple ting som, hvor hurtigt og højt man skal tale, om man skal bruge ”De” eller ”du” som tiltaleform og så videre blev en hurdle vi skulle over. Desuden kan nervøsitet have spillet en rolle ved de første opringninger. Dette kan have sat sit præg på nogle af interviewene, men om det har været noget som informanterne har lagt mærke til vides ikke. En anden fejlkilde ved indsamlingen af spørgeskema er, hvorvidt informanterne har forstået spørgsmålene rigtigt, og om de har svaret ærligt og reflekteret. Den sidste mulige fejlkilde ved vores spørgeskema er, at alle gruppens medlemmer har været med til at gennemføre telefoninterviewene, dermed har vi forbigået den fordel ved at interviewene bliver gennemført af en enkel person, hvor spørgsmålene således bliver ensartede. Da vi i nogle tilfælde uddybede spørgeskemaet for de adspurgte og formentlig ikke uddybede det med de samme ord må vi, som en ekstra fejlkilde, tage højde for at de adspurgte ikke alle har svaret på nøjagtig samme spørgsmål. Vi var klar over denne problematik, men det var ikke muligt at lade en enkelt person foretage alle telefoninterviewene på grund af de tidsmæssige ressourcer.

Vi mener at, spørgeskemaundersøgelsen, på trods af, at den ikke kan siges at være repræsentativ og på trods af de begynderfejl, der sandsynligvis forekommer, når man er spirende forsker indenfor feltet, har givet os en viden. Denne tilegnede viden har berettiget vores videre undersøgelser af genstandsfeltet.

2.9 Relationen mellem videnskabsteori og metode

Det videnskabsteoretiske udgangspunkt afdøres af problemstillingen; med problemformuleringen, ønsker vi at forstå de mekanismer, som har været

medvirkende til en professionalisering af den politiske kommunikation. De omtalte mekanismer er blandt andet en ændring af måden at drive moderne politik på, og ned til mere simple ting som, at partistøtten blev mangedoblet i 1995 (Jønsson m.fl. 2001: 38). Dernæst vil der blive forsøgt forklaret, hvad det kan gøre ved det danske repræsentative demokrati, at denne professionalisering er indtruffet. Det vil sige fra en hermeneutisk tilgang at gå bag professionaliseringen, og se den i en kontekst – en kontekst med blandt andet den politiske historie i Danmark. Derudover søges forklaringer i det moderne samfund generelt – blandt andet Giddens – som ligeledes kan give bud på, hvorfor vi ser denne udvikling, og ligeledes, hvorvidt det moderne individ har indflydelse på denne udvikling. Med andre ord en forklaring af samfundet, som kan give os en større forståelse af den professionelle kommunikations udvikling.

I teksten ”Forskning om og med mennesker”, af Laila Launsø og Olaf Rieper, beskrives fire forskellige forskningstyper. Vi mener, at det er et godt udgangspunkt, hvis man kan få relateret sig selv og sit projekt i forhold til en, eller to, af disse. De fire forskningstyper er ”den beskrivende”, ”den forklarende”, ”den forstående” og ”den handlingsrettede”.

Vi mener bedst, at kunne identificere os med ”den forstående” forskningstype, men også den forklarende type er anvendelig. Den forstående forskningstype, er dybere forankret i de humanistiske fag, og fortolkning og kontekst er her to af nøglebegreberne. Vi synes, at vi kan identificere os med denne forskningstype i den del af vores projekt, som omhandler hvorledes moderne politik har udviklet sig. Årsagen hertil er, at den forstående type, mener at man skal se udviklingen i kontekst. Med hensyn til moderne politik og professionaliseringen af den politiske kommunikation, er det nødvendigt, hvis man skal definere og analysere dette fænomen nærmere, at se professionaliseringen i en sammenhæng; en sammenhæng med den samfundsmæssige udvikling, udviklingen i det politiske liv samt udviklingen omkring kommunikation og de redskaber, som bruges i moderne politik.

Den forstående forskningstype, er i videnskabsteoretisk forstand tæt relateret til hermeneutikken, hvilket gør, at vi ser det som en fordel som udgangspunkt at trække på den hermeneutiske tradition.

Derudover ligger vores arbejdsmetode, som den forstående/forklarende forskningstype, sig tæt op af den hermeneutiske tilgangsvinkel, da vi igennem dialog

udfordrer vores forforståelser, og dermed komme frem til en ny forståelse af genstandsfeltet.

2.10 Videnskabsteori

I den hermeneutiske tilgang til viden erkendes, at man ikke kan gå fordomsfrit til en tekst, men, at vi altid i vores analyse er påvirket af vores fordomme og forforståelser af både tekst og kontekst, hvilket tilsammen danner vores forståelseshorisont. Trods stridigheder indenfor forskellige hermeneutiske retninger, er der enighed om princippet af den hermeneutiske cirkel.

Princippet om den hermeneutiske cirkel deles af de forskellige retninger indenfor hermeneutikken. Cirklen, eller spiralen som den ligeledes kaldes, kendetegnes ved en vekselvirkning mellem del og helhed. Således er det kun muligt at forstå helheden, hvis man sætter sig ind i delene, mens delene kun kan forstås, når helheden inddrages. I fasen, hvor sammenhængen mellem del og helhed gennemskues, skabes meningen; det vil sige, at det er relationen mellem del og helhed, som gør det muligt for os, at kunne forstå og fortolke (Fuglsang & Olsen Eds. 2004: 312).

Det er vigtigt at understrege, at fordomme i hermeneutisk optik ikke skal opfattes negativt, men derimod opfattes som en anerkendelse af, at vores forforståelser går forud for vores forståelser af teksten. Dette pointeres blandt andet af Steiner Kvale, der beskriver, hvordan analytikerens teoretiske opfattelser af emnet har indflydelse på, hvordan han eller hun analyserer teksten (Kvale 1994: 206).

Med anerkendelsen af, at vi er påvirket af vores forståelseshorisont, bliver det centralt for validiteten af analysen, at man må forsøge at klargøre sine fordomme og forforståelser.

”Det afgørende i forbindelse med denne type forskning [kvalitativ] er ikke så meget, om man kan indtage en anden holdning til de foreliggende data - det er givet på forhånd -, men om en læser, der anlægger samme synspunkt, som forskeren har artikuleret, også kan se, hvad forskeren har set, uanset om han er enig deri eller ej. Det er hovedkriteriet for kvalitativ forskning” (Kvale 1994: 202).

Hermed bliver erkendelsen af fordomme vigtig for, at forskeren selv kan forholde sig kritisk til, hvilken optik forskningen er udført under samtidig med, at det giver modtageren en mulighed for at forholde sig til og vurdere analysen og validiteten af den konklusion, som fremkommer ved forskningen.

Vi vil derfor lave en fortolkning af empirien, litteraturen omkring den professionelle kommunikation og teorien, i henhold til den hermeneutiske cirkel, hvor det er centralt at redegøre samt reflektere over egne forforståelser.

Vi vil således reflektere over vores fordommes betydning for de spørgsmål, vi vil stille til teksten. Denne metode skal således opfylde Steiner Kvaales kriterium for kvalitativ forskning, hvilket netop er det kriterium, at læseren ud fra de klargjorte forforståelser kan se, hvad det er forskeren har set og herefter vurdere, hvorvidt man er enig med forskeren. Denne hermeneutiske tekstanalyse vil i projektet blive benyttet som metodisk redskab i fortolkningen af tekster, der omhandler valgkampen i 2001, samt tekster omkring professionel politisk kommunikation. Ligeledes benytter vi os af hermeneutiske overvejelser i udformningen af spørgsmålene til vores spørgeskemaundersøgelse.

2.11 Afgrænsning

Medier

Ifølge Jønsson er der tre bærende ben i den professionelle politiske kommunikation. Dette er følgende: politikerne, borgerne og medierne. Dvs. medierne ikke kan ignoreres i denne rapport, hvilket heller ikke er ønsket. Selvom medier, fra flere sider, ofte får ”skylden” for den tiltagende kontrakttenkning og spin, har vi valgt at afgrænse os fra at analysere på mediernes rolle. Dette er en prioriteret vinkel på genstandsfeltet, da medier spiller en rolle i de nye kommunikationsformer. Selvom vi har afgrænset os fra medier, har vi dog spørgsmål i interviewet med pressesekretærene, der omhandler forholdet mellem dem og Christiansborgjournalisterne; dette er bevidst for at søge at afdække eventuelle magtstrukturer. Derimod vil der ikke blive taget stilling til, hvorvidt medierne spiller en rolle som den fjerde statsmagt etc.

Valgkampene

Vi har valgt at fokusere på valgkampen 2005 i den empiri vi selv indsamler, i al andet empiri bruger vi tal fra 2001. Dette skyldes dels at informanter bedst kan huske valgkampen 2005 og dels det faktum at der ikke foreligger empiri fra den nyligt overståede valgkamp. Men da vi ser på udviklingen inden for professionel politisk kommunikation generelt i nyere dansk politik, mener vi at denne afgrænsning godt kan forsvares.

Netværksstyring

I den politologiske verden diskuteres jævnligt, hvordan moderne politik skal defineres; nogle politologer har den anskuelse, at nationale og lokale politikere stadig har meget magt og kan styre det meste af samfundet vha. lovgivning, mens en nyere retning er begyndt at spire frem. Denne retning anser i højere grad forskellige netværker, som værende styrende for nogle processer i samfundet. Blandt andet EU har mange beføjelser, men også lokale kræfter såsom erhvervsledere, græsrodder etc. har i dag mere magt end tidligere. Altså styring i netværker i mere vid udstrækning end tidligere hen.

Denne diskussion, hvorvidt moderne politik skal betragtes traditionelt eller som netværksstyring, er en diskussion vi afholder os fra at diskutere, eftersom dens relevans for vores projekt, er yderst begrænset. Vi har den tilgang som præsenteres i Jønssons og Larsens bog ”Professionel politisk kommunikation”, dvs. moderne politik skal i hvert fald betragtes mere nuanceret end tidligere, og styring i netværker er en del af den erkendelse.

3 Teori

3.1 Indledning

For at kunne besvare vores problemformulering, inddrages både sociologiske og politologiske teorier; først et bidrag fra Anthony Giddens og hans teorier om individet i det moderne samfund, især dets refleksivitet og hermed stigende individualisering. Dernæst har vi valgt at inddrage en normative demokratiteori af Robert Dahl, teorier omkring den danske styreform ved dels den parlamentariske styringskæde af Johan P. Olsen og dels ved et afsnit om traditionen for det danske konsensusdemokrati.

Giddens' teori om det moderne individ bruges som et tegn på, at der i det moderne samfund er sket nogle samfundsmæssige ændringer, som gør, at individet i dag er blevet mere individualiseret, heri blandt andet en iboende refleksivitet hos det moderne individ. Desuden peger Giddens på nogle konkrete skift på den politiske arena, som der vil blive analyseret på senere.

Dahls demokratiteori bruger vi til at klarlægge, hvad vi forstår ved demokrati, dvs. hvilke kriterier vi mener, der er nødvendige for, at man kan tale om demokrati. Det vil vi bruge til at undersøge, hvorvidt brugen af professionel politisk kommunikation er skadeligt for det repræsentative demokrati.

Teorien om den parlamentariske styringskæde og afsnittet omhandlende det danske konsensusdemokrati bruges i projektrapporten, til at beskrive nogle af de grundlæggende traditioner i det danske demokrati, og til at beskrive, hvordan kontraktpolitik fundamentalt adskiller sig fra denne tradition.

3.2 Giddens og hans syn på det moderne individ

Med dette afsnit, som tager udgangspunkt i Giddens' teorier om modernitetens konsekvenser, belyses de udviklingsdynamikker, som adskiller det præmoderne samfund fra det moderne. Især udlejring af sociale systemer – herunder særligt Giddens' teorier om ekspertsystemer – samt refleksiviteten hos det moderne individ behandles, og videreføres til analyseafsnittet.

3.2.1 De tre udviklingsdynamikker

Giddens mener, at den måde det moderne samfund adskiller sig fra det præmoderne, primært består i tre udviklingsdynamikker. Modernitetens dynamik udspringer med andre ord af: adskillelsen af tid og rum, udlejningen af sociale systemer samt den refleksive strukturering og restrukturering af sociale relationer i lyset af fortsatte vidensinput, som påvirker individers og gruppers handlinger (Giddens 1994: 22).

For at forstå adskillelsen af tid og rum i dag, er det nødvendigt flygtigt at kigge tilbage på, hvorledes dette forholdte sig i de præmoderne samfund. I disse samfund var tidsregningen for de fleste mennesker hverdagens fundament, og denne forbandt altid tid med rum. ”Hvornår” var næsten altid forbundet med et ”hvor”, eller blot identificeret med jævnlige forekommende naturlige begivenheder. I dag kan ændringen tydeligst ses ved den verdensomspændende standardisering af kalendere, der har fundet sted, men også opfindelsen af det mekaniske ur havde stor betydning for den moderne tids adskillelse af tid og rum (Giddens 1994: 22). Denne adskillelse af tid af rum, er væsentlig, fordi den har fundamental indflydelse på den næste af de mekanismer som Giddens betegner som modernitetens hjørnesteen, hvilket bringer os til dette punkt – udlejring af sociale systemer. Der skelnes mellem to udlejningsmekanismer: symbolske tegn og ekspertsystemer. Med symbolske tegn mener Giddens udvekslingsmedier, som kan sendes videre uden, at der tages hensyn til særlige karakteristika hos de individer eller grupper, der har at gøre med dem på et givent tidspunkt. Symbolske tegn kan eksempelvis være penge (Giddens 1994: 27).

Ekspertsystemer er systemer af teknisk art eller faglig ekspertise, der organiserer store dele af de materielle samt sociale omgivelser vi dagligt færdes i. Dette er en medvirkende årsag til, at vi har en nærmest blind ”tro” på fænomener vi egentlig slet ikke har ordentligt kendskab til; når man bevæger sig af sted i en bil, er det med en fuldstændig blind tro på, at det hele virker. Det vil sige, at konstruktionen af bilen fungerer, motorveje, lyskryds, andre biler – at alle disse ting ligeledes fungerer, stoler man på uden egentligt at kende noget vigtigt til alle de tekniske ting omkring for eksempel bilen (Giddens 1994: 31).

3.2.2 Refleksiviteten hos individet

Det vigtigste punkt for os i Giddens’ etablering af væsentlige karakteristika ved moderniteten, er imidlertid de tanker om refleksivitet han gør sig. Giddens påpeger,

at refleksiviteten i det moderne samfund har antaget en anden og ny karakter; refleksiviteten indføres i selve fundamentet for et systems reproduktion på den måde, at tanke og handlen konstant brydes med hinanden (Giddens 1994: 39). Mere konkret består det refleksive i det moderne samfund i, at sociale praksisser konstant (re)vurderes og omformes i lyset af, at der evindeligt tilvejebringes ny information om de samme praksisser og deres karakter således ændres grundlæggende (Giddens 1994: 39). Et vigtigt fundament for den moderne refleksivitet, er blandt andet den massekommunikationsteknologi, som etableredes siden den maskinbaserede trykning indførtes i Europa (Giddens 1994: 71).

Der pointeres i øvrigt, at iboende denne refleksivitet kan der hos det moderne menneske spores en øget narcissisme og selvoptagethed, som blandt andet skyldes at, man er udelukket fra arenaer, hvor de vigtigste, for eksempel politiske, beslutninger tages. Herved er man nødt til at koncentrere sig om selvet (Giddens 1994: 107). Denne etablering af selvet som er refleksivt projekt, er en væsentlig del af modernitetens refleksivitet (Giddens 1994: 108).

3.2.3 Giddens' syn på politik

For at komme videre vil det være passende at introducere endnu et af Giddens begreber, for derpå at komme med et mere konkret eksempel. Giddens formulerer, kort fortalt, et begreb om genindlejring; med dette mener han gentagelsen af udlejrede sociale relationer tilbage til lokale betingelser i tid og sted, men oftest kun midlertidigt eller delvist (Giddens 1994: 72).

Giddens peger derefter på, at moderne politik er afhængig af en lang og kompleks række af tillidsrelationer mellem politiske ledere og befolkningen. Valgoplæg og andre propagandamidler er metoder til at demonstrere sin troværdighed og her finder som regel en del genindlejring sted – der tages små børn op, og trykkes hænder (Giddens 1994: 82).

Med hensyn til politik mener Giddens desuden, at det er et fænomen, som er umulig at løsrive sig fra; man kan eventuelt forlade et land, hvis man føler sig undertrykt eller lignende, men kun for at rejse til et andet land/territorium, hvor man ligeledes skal underlægge sig en vis lovgivning (Giddens 1994: 82).

I slutningen af ”Modernitetens konsekvenser” formulerer Giddens endnu et bemærkelsesværdig standpunkt: vi hopper alle med på samme vogn! Dette kan lyde lidt paradoksalt, når Giddens ellers har præsteret at sige, at vi alle er refleksive

individer. Men Giddens uddyber, og peger på at med alle de ekspertsystemer alle almindelige mennesker – og vi er alle almindelige mennesker, når det kommer til ekspertsystemer – står over for dagligt, er man tvunget til at ride med på Jagannath-vognen². Årsagen er, at man føler en mangel på kontrol i tilværelsen eller i hvert fald aspekter af den (Giddens 1994: 126). Det er på baggrund af dette, mener Giddens, at man skal forsøge at forstå bølger af privatisering og engagement. Med privatisering menes der en metode til at undgå det direkte, aktive engagement. En metode, som kan være positiv, negativ eller pragmatisk, men hvis ”mål” er at fremme den daglige overlevelse. Ofte vil privatiseringen dog bliver midlertidigt afbrudt af et engagement, ligeledes blandt dem, der kan være de mest kyniske. Men moderniteten og dens iboende refleksivitet fremprovokerer ofte aktivisme på bekostning af privatisering, fordi der er muligheder for det i moderne nationalstaters polyarkier (Giddens 1994: 128). Disse bølger af privatisering og engagement, er de direkte konsekvenser, som kan observeres hos individerne, af refleksiviteten. Hos nogen individer udvikler refleksiviteten en narcissisme, mens andre engagerer sig i sociale bevægelser, frivillige organisationer etc. Det fundamentale er imidlertid, at det ikke vil være uafbrudt, men i perioder, i og med moderniteten hele tiden byder sig ind med nye tilbud om alskens ting, og dermed er individet på ny nødt til at forholde sig refleksivt til eksempelvis ny viden.

3.2.4 Opsamling

Som konsekvens af de tre udviklingsdynamikker Giddens opererer med, er der sket en stigende individualisering hos det moderne individ. Det er medvirkende til, at individet kan skrive sin egen biografi ud fra blandt andet den herskende refleksivitet. Tid og rum udstrækningen medfører, at man kan observere en hel række nye muligheder, som i dag knytter sig til hele verden og ikke længere blot lokalsamfundet. Begivenheder og påvirkninger kommer fra hele verden og bliver en del af vores hverdag, og hermed skal vi forholde os refleksivt til dem.

I analysen vil der blive bearbejdet de tanker Giddens har gjort sig om refleksivitet, ekspertsystemer, samt Jagannath-vognen. Mere konkret en besvarelse af, hvorfor kontrakttenkningen eksisterer, når det moderne individ ellers er karakteriseret ved en

² Ordet Jagannath stammer fra hindi, og betyder verdens herre. Betegnelse for guden Krishna, som hvert år på et billede blev trukket gennem gaderne på en stor vogn, hvor tilbederne siges at have kastet sig under for at blive knust af hjulene (Giddens 1994: 120).

refleksivitet, som burde gøre, at det ville kunne gennemskue en del af det politiske spil – heriblandt spin og kontrakttænkning.

3.3 Demokratiteori – Robert Dahl

I dette afsnit vil Dahls normative demokratiteori kort blive præsenteret. Hovedvægten vil blive lagt på de punkter han stiller op, som værende nødvendige for demokratiet og de kriterier, der skal være opfyldt for, at punkterne kan realiseres.

I sit idealdemokrati har Robert Dahl følgende fem punkter, som skal opfyldes. Han pointerer dog, at opfyldelse af disse fem punkter ikke automatisk giver det ideelle demokrati.

Krav	Forklaring
Medbestemmelse	Inden en politik bliver vedtaget, må alle borgere have haft mulighed for at fremsætte deres synspunkter om politikken.
Lighed i valg	Når beslutningen om en politik skal afgøres, skal alle borgere have samme mulighed for at stemme og alle stemmer skal optælles som ligestillet.
Opnåelse af begrundet indsigt	Inden for en rimelig tidsramme må alle medlemmer have samme mulighed for at blive informeret om alternativ politik og konsekvenser. Alternative kilder til indsigt skal beskyttes.
Kontrol med dagsordnen	Borgerne skal have særlig mulighed for at beslutte, hvilke sager der bliver sat på dagsordnen.
Ingen udelukkelse af voksne	Alle, eller i det mindste de fleste, voksne der er underlagt landets love og er permanent bosiddende, skal have de

	fulde borgerrettigheder, der er indeholdt i de fire første kriterier.
--	---

Et normativt krav for politisk lighed er, at de fem ovenstående punkter opfyldes. Selv siger Dahl, at ingen stat nogensinde har haft et demokrati, der fuldt ud levede op til disse kriterier, men det er brugbare normer for en måling af et demokratisk styres resultater og muligheder (Dahl 2000: 34).

For at imødekomme de ideale demokratiske kriterier, er der nogle kriterier og nogle formelle rammer, der skal være opfyldt. I denne forbindelse kan forskellige forhold i landet undersøges: Det historiske forløb, er der bred folkelig og effektiv deltagelse i det politiske liv, bliver det politiske omtalt i daglig tale og i videnskabelige diskussioner og bliver et givet land omtalt som et demokrati. Resultatet af en sådan undersøgelse vil dog være at der, i et land, skal være nogle demokratiske institutioner, der udgør minimumskravene for, hvad der bliver omtalt som et demokratisk land (Jakobsen 1999: 75).

Den første institution er repræsentanter, der er valgt af borgerne og, som varetager styrets politiske afgørelser. Borgerne har dog den ret, at de ved valgene kan stemme deres repræsentanter ud, hvis de ikke er tilfredse med dem, således er den anden institution kravet om frie, lige og hyppige valg. Den næste institution er kravet om ytringsfrihed til alle borgere, man skal have ret til at ytre sig uden at blive straffet, også selvom det man siger, er til fare for demokratiet. Borgerne skal desuden have ret til at kunne søge alternativ information fra kilder, der er uafhængige af styret og politiske grupper som sådan. Disse kilder skal være beskyttet ved lov. Borgerne skal også have ret til selv at danne uafhængige politiske grupper eller andre organisationer, altså ret til forsamlingsfrihed. Sidst men ikke mindst skal der være omfattende borgerrettigheder som sørger for, at ingen borger i landet kan nægtes de rettigheder som er tilgængelige for andre og som de fem ovenstående institutioner bygger på (Dahl 2000: 70).

I forbindelse med, at borgerne skal kunne navigere i det politiske rum, er det vigtigt, at de har mulighed for at vælge politikere, der kan overskue de komplicerede problemer for dem. Hvis borgerne skal kunne vælge de rigtige politikere, er det bedst hvis de har mulighed for at kunne vælge kandidater fra etablerede politiske partier, der fører en i forvejen defineret politik. Dette gør det lettere for repræsentanterne at skabe tillid til borgerne (Dahl 2000: 74)

Ifølge Dahl, er der dog også en ”mørk side” ved netop den repræsentative måde at føre demokrati på. Han koger det ned til forholdet: Forhandling mellem politiske og bureaukratiske eliter. Borgerne uddelegerer en enormt, næsten uindskrænket magt til myndighederne. Denne magt bliver kontrolleret igennem førnævnte kriterier og institutioner, men kontrollen er ikke altid lige robust, hvilket medfører, at de styrende eliter har stort spillerum. De bliver dog holdt i ave af hinanden og konkurrerende eliter, så de, i et pluralistisk demokrati, stadig har større magt end den enkelte borger, dog ikke despotisk magt. (Jakobsen 1999: 67).

3.4 Det danske demokrati

3.4.1 Den parlamentariske styringskæde

I dette afsnit vil vi beskrive den parlamentariske styringskæde, som er en beskrivelse af strukturerne i den skandinaviske demokratimodel. Formålet er, i korte træk, at beskrive, hvordan den øgede brug af kontraktpolitik og vælgerundersøgelser, er med til at underminere dele af de processer vores demokrati er baseret på.

Det danske repræsentative demokrati er bygget på grundloven, og det er hovedsagligt ud fra den, at det bestemmes, hvordan det danske demokrati skal fungere. Teorien om den parlamentariske styringskæde, er baseret på norske politolog Johan P. Olsens analyse i forbindelse med den norske magtudredning. Betegnelsen dækker over relationerne mellem de fire centrale elementer: Folket, parlamentet, regeringen og administrationen. Relationerne mellem disse elementer er beskrevet igennem grundloven og de ligger derfor til grund for måden, hvorpå det danske demokrati bør fungere. De eksisterende relationer er: Mellem folket og parlamentet, mellem parlamentet og regeringen, mellem regeringen og administrationen og mellem administrationen og folket (Bogason 2003: 99-100).

Relationen mellem folket og parlamentet er baseret på, at folket, som har organisations- og ytringsfrihed samt adgang til en fri presse, via regelmæssig stemmeafgivelse udvælger nogle repræsentanter til parlamentet. Mellem parlamentet og regeringen er magtfordelingen således, at parlamentet har ret til at pålægge regeringen bestemte beslutninger, som den må følge eller gå af. Regeringen kan dog frit fremlægge forslag til parlamentet. Mellem regeringen og administrationen findes relationerne mellem ministrene og embedsmændene. Ministeren besidder det øverste

ansvar og har den øverste instruktionsret, vedkommende har ikke ret til vilkårligt at fyre embedsmændene, men har dog ret til at beslutte fordelingen af dem. Mellem administrationen og folket er relationerne baseret på statens monopol på tvang og på princippet om lovlig forvaltning, som administrationen skal tage hensyn til (Bogason 2003: 100-101).

Ledet mellem folket og parlamentet i styringskæden, er ganske interessant i forhold til vores genstandsfelt. Det centrale ved den relation er, at folket afgiver deres stemme til den repræsentant de tror, vil gøre det bedste stykke arbejde og derved accepterer de at afgive deres bestemmelsesret til en anden. Det er en central del af det repræsentative demokrati. Alternativt vil befolkningen i et direkte demokrati have større indflydelse på lovgivningsprocessen ved regelmæssigt stemmeafgivelse om diverse lovforslag. Den parlamentariske styringskæde, og måden hvorpå demokratiet fungerer i praksis, vil derfor være væsentligt anderledes.

Også relationen mellem regeringen og administrationen har relevans i forhold til vores projekt. Embedsmændene har via specialiseringen med deres arbejde særlige kompetencer og ekspertviden, som ministrene ifølge styringskæden skal udnytte. Hvis partierne går til valg på konkrete og meget specifikke løfter bliver embedsmændenes arbejdsrum og muligheden for at bruge deres viden meget begrænset. Ved at administrationen ikke involveres i samme grad i implementeringen mistes et led i styringskæden.

3.4.2 Det danske demokratis tradition for konsensuspolitik

I Danmark er valgsystemet baseret på forholdstalsvalg. Samtidig er der en lav spærregrense på 2 procent. Det betyder, at der i det danske parlament, er adskillige partier repræsenteret. Derudover har det betydet, at der aldrig har været nogle partier, der har besiddet absolut flertal og som oftest er regeringen også en mindretalsregering. Det har haft enorm indflydelse på den måde politik, har fungeret i Danmark. Når partierne aldrig, og regeringerne kun sjældent, har haft absolut flertal, har det betydet, at processen omkring lovgivningen har været meget præget af kompromiser. Det, at det kun sjældent kan lade sig gøre at gennemtrumfe partiets egen politik, har medført at langt de fleste beslutninger træffes ud fra et bredt forlig over midten. Denne linie har været gennemgående i dansk politik. Magten bølger mellem Venstre- og højrefløj, men langt de fleste love indføres stadig med et stort flertal i et bredt forlig (Hansen og Löb eds. 2002: 291)

3.5 Kritik af teorierne

3.5.1 Kritik af Giddens

Giddens er imidlertid langt fra den eneste, som har iagttaget en iboende, eller i hvert fald højere refleksivitet hos det moderne individ. Også Ulrik Beck og Niklas Luhmann har, med lidt forskellige teoretiske indfaldsvinkler, beskrevet refleksiviteten i det moderne samfund.

Beck angriber Giddens for at sidestille refleksivitet med viden, hvilket ifølge Beck er en for upræcis og snæver definition. Samtidig påpeger flere teoretikere, at Giddens lægger for meget vægt på aktør-siden i forholdet aktør/struktur. Han giver aktørerne mere magt på bekostning af den strukturelle del, hvilket kritikerne mener, er uberettiget (Andersen & Kaspersen: 2002: 430). Vi synes dog, at Giddens egner sig godt til forståelsen af vores genstandsfelt, da han egner sig glimrende til at forstå det moderne samfund.

3.5.2 Kritik af Dahl

Dahl kritiseres ofte for at mene, at borgerne har langt større indflydelse på det politiske system end de reelt har. Ved dette punkt "afslører" Dahl sig og pålægger individerne større magt end de strukturer, som omgiver dem. Hvorvidt det er de enkelte aktørers handlinger, som former et samfund eller om det er et samfund, som allerede har opbygget visse nærmest ubrydelige strukturer, er en lang og meget omsiggribende diskussion, som vi ikke vil beskæftige os yderligere med her. Det skal dog blot nævnes, at Dahl regner borgerne (aktørerne) for dominerende i denne komplekse diskussion og derved tillægger han aktørerne den største rolle. Blandt andet ved at ignorere de mange strukturelle faktorer, der holder borgerne væk fra aktivt at påvirke dagsordenen. (Dunleavy og O'Leary 1987: 159) De konservative har en kritik, der er baseret på at bureaukraterne i det statslige system har deres egne holdninger, der som regel handler om at beholde deres job og magt. Derfor er de ikke interesseret i demokratiske processer, der kan udhule eller fratage dem denne magt. Da de er en del af det statslige system, har de en uforholdsmæssig stor magt i det demokratiske system (Dunleavy og O'Leary 1987: 141).

Vi vælger dog alligevel at bruge Dahl, da vi mener, som han også selv pointerer, at de opstillede 5 punkter er tilegnet et ideelt demokrati. Derfor er punkterne også velegnede til at måle om forskellige faktorer er til skade eller gavn for demokratiet.

3.5.3 Kritik af teorien om parlamentariske styringskæde

Den normative teori om den parlamentariske styringskæde er en tolkning af det politiske system, som simplificerer forholdet mellem folket og de politiske instanser. Derfor er det vigtigt at huske, at virkeligheden ikke nødvendigvis følger denne model.

3.6 Delkonklusion

Det første teoretiske bidrag er Giddens teori, som omhandler det moderne individ. Det centrale i Giddens teori, for denne rapport, er de tanker han har gjort sig omhandlende udlejring af sociale systemer – herunder tænkes specielt på begrebet ekspertsystemer – samt den refleksivitet han iagttager som værende iboende hos det moderne individ. Desuden introducerer han begrebet Jagannath-vognen, som ligeledes vil blive medbragt til analysen. Han peger derudover på, at interessen for politik er dalende, blandt andet fordi der ikke er mulighed for at få ordentlig indflydelse på den politiske beslutningsarena.

Det næste teoretiske bidrag i projektet, er Robert Dahls demokratiteori. Han opstiller fem punkter som han mener, er minimumskravene for, at man kan kalde et styre for demokratisk. Disse punkter er: medbestemmelse, lighed i valg, opnåelse af begrundet indsigt, kontrol med dagsordenen og ingen udelukkelse af voksne. Han opstiller desuden krav om seks kriterier, der skal opnås for, at de fem punkter kan realiseres: Valgte repræsentanter, frie, retfærdige og hyppige valg, ytringsfrihed, alternative informationskilder, forsamlingsfrihed og omfattende borgerrettigheder.

Den anden politologiske teori handler om den parlamentariske styringskæde, som er baseret på forholdet mellem de fire centrale dele af det politiske system: Folket, parlamentet, regeringen og administrationen. Begrebet er ikke direkte beskrevet i den danske grundlov, men det dækker over den magtdeling, der står beskrevet. Styringskæden er en idealiseret udgave af, hvordan det danske politiske system bør

fungere og det centrale er, at magten deles og at befolkningens og landets interesser varetages bedst muligt i det politiske system.

Sidst præsenteres den tradition, som har eksisteret i Danmark, angående den form konsensuspolitik der er blevet ført. Essensen heri er, at regeringerne i Danmark oftest er mindretalsregeringer og de fleste af de store beslutninger omkring lovgivningen, bliver udarbejdet ud fra kompromiser, ofte via et bredt forlig over midten.

4. Professionel politisk kommunikation

4.1 Indledning

Formålet med dette afsnit, er at præsentere professionel politisk kommunikation, historisk forklare hvordan det kom til Danmark, beskrive nogle af dets væsentligste karakteristika, samt at præsentere diskussionen omkring dets konsekvenser. Til dette formål inddrages bogen ”Professionel politisk kommunikation – Et studie af 20 dages valgkamp” af Rasmus Jønsson og Ole Larsen fra 2002. Derudover bruges artikler fra Ugebrevet A4 og tidsskriftet ”Retorik”.

Rasmus Jønsson vil bidrage med nogle konkrete eksempler på, hvordan den professionelle politiske kommunikation tager sig ud; både nogle forklaringer på oprindelse samt de farer, som lurder for demokratiet, men også teoretikere med et mere positivt syn på professionaliseringen af den politiske kommunikation præsenteres.

Afsnittet vil indeholde både diskuterende teori og empirisk materiale, og dele vil forekomme analyserende. Det bør nævnes, at holdningerne i de diskuterende dele ikke er vores egne, derimod er det en præsentation af andres analyse.

4.2 Baggrund for professionaliseringen af den politiske kommunikation i Danmark

I dette afsnit forklares, hvilke vilkår, der har gjort sig gældende ved fremkomsten af den professionelle politiske kommunikation i Danmark. Vi skal således bruge dette afsnit til at belyse nogle af de aktører og strukturer, der har gjort sig gældende, såvel passive som aktive, således at professionaliseringen af den politiske kommunikation er øget.

4.2.1 Ændringen i den politiske kommunikation i dansk politik

En række samfundsforandringer har fundet sted de sidste 20-30 år (Jønsson & Larsen 2002: 20). Dette er blandt andet, ifølge Jacob Torfing og Eva Sørensen begge professorer fra RUC, en fundamental ændring i hele det strukturelle system af det

politiske felt. En ændring, som består i, at der ikke længere er en hierarkisk opdeling, således, at det kun er politikerne, der har monopol på at udarbejde politik. Derimod er det i dag i højere grad en horisontal styring og netværksorienteret forståelse, af det politiske systems strukturer (Jønsson & Larsen 2002: 21). Dette kan have en utilsigtet negativ konsekvens for politikerne, hvis de ikke formår at kommunikere professionelt, fordi det kan svække mulighederne for at præge den politiske debat og sætte emner på dagsordenen som de ønsker, skal debatteres (Jønsson & Larsen 2002: 24).

4.2.2. Inspirationen fra England

Efter Bill Clintons og Tony Blairs valgsejre i USA og Storbritannien, i henholdsvis 1992 og 1997 fik professionaliseringen af den politiske kommunikation en begyndende central placering i dansk politik. Den britiske valgstrateg Phillip Gould beskriver Clinton og Blairs brug af spin i deres kampagner i sin bog ”The Unfinished Revolution” fra 2000. Og efter sin valgsejr i 2001, udtalte Anders Fogh Rasmussen, at han var stærkt inspireret af Gould’s bog (Rosenkrands 2004: 24).

Da Anders Fogh var blevet formand for Venstre, var der ændringer på vej, i forhold til partiets markedsføring. Således tog Fogh, året efter overtagelsen af formandsposten, på studietur til Tony Blairs hovedkvarter i England. Her blev han sat ind i, hvilke strategier New Labour havde anvendt, som havde ført til sejr i 1997 (Jønsson & Larsen 2002: 43). Disse strategier vil vi beskrive udførligt i et senere afsnit. Helt overordnet kan man dog sige, at strategien skulle resultere i en styring med den politiske dagsorden, blandt andet igennem *priming*.

Partiet Venstre var det første i Danmark, som for alvor ændrede strategi, hvorfor de i særdeleshed er beskrevet i dette kapitel. Socialdemokraterne er ligeledes beskrevet, men mere som en mindre kontrast til Venstre samt for at påvise, hvor stor forskel der kan være i kommunikationen til borgerne.

For at forstå, hvad der foregik under valgkampen i februar 2005, er det nødvendigt at skue fire år bagud og forklare, hvad der hændte ved valgkampen i 2001, fordi denne valgkamp viste helt nye sider i dansk politik – eksempelvis kunne man for alvor iagttage en professionalisering af den politiske kommunikation – herunder spin – ved valget i 2001, hvilket var et nyt fænomen i dansk politik (Jønsson & Larsen 2002: 9).

Ændringen i dansk politik var selvfølgelig ikke noget, som kom fra den ene dag til den anden; den havde været undervejs, og en af de mere simple årsager til etableringen af spin er, at partistøtten i 1995 blev mangedoblet (Jønsson m.fl. 2001: 38). Som nævnt tog formanden for Venstre, Anders Fogh Rasmussen, på studietur hos blandt andre den engelske premierminister Tony Blair, fordi denne på det nærmeste kan betragtes som personificeringen af begrebet spin, og det var lykkedes ham at vælte de konservative i Storbritannien efter deres 18 år ved magten. For at eksemplificere Blairs strategi – og samtidig en mørkere side af professionaliseringen af den politiske kommunikation – skal nævnes et eksempel, hvor Blair i valgkampen 1997 skulle tage stilling til reoveringen af Dronning Elizabeths yacht for flere milliarder, men der var tavshed fra New Labour lejren i tre dage, eftersom de først skulle afprøve spørgsmålet i en fokusgruppe. Fokusgruppen var negativt stemt, hvorefter New Labour gik imod forslaget (Jønsson og Larsen 2002: 148). Dette eksempel viser, ifølge Jønsson og Larsen, de værste tænkelige konsekvenser af moderne kommunikationsstrategier.

Det er et eksempel på, at den politiske linie ikke ligger fast, men kan bestemmes ud fra nogle undersøgelser, som kan betegnes som en mini-folkeafstemning. En fokusgruppe er dog på ingen måde repræsentativ, så det er ikke en metode, der kan registrere folkets mening (Jønsson 2001: 21). Ved blot at føre politik på kortsigtede beslutninger truffet på baggrund af fokusgrupper og meningsmålinger, overses vigtige dele af den parlamentariske styringskæde, som vi kender den i Danmark (Jønsson 2001: 21-23).

4.2.3 Opsamling

Måden der føres politik på i Danmark, har ændret sig væsentligt gennem de seneste 20-30 år. De ændringer der er forekommet, har betydet, at politikerne nu i endnu højere grad end før, må kommunikere professionelt og forståeligt, hvis de skal have mulighed for at sætte dagsordenen.

Venstre begyndte ved valget 2001, at bruge flere ressourcer på professionel politisk kommunikation. Inspirationen er især fundet i England, hvor New Labour fokuserede meget på brugen af professionel politisk kommunikation, blandt andet spin og fokusgruppeundersøgelser. I ekstreme tilfælde blev fokusgruppeundersøgelserne endda brugt til at fastlægge dele af partiets politik.

4.3 Kendetegn ved professionel politisk kommunikation og kontraktpolitik

I dette afsnit er det formålet at få belyst nogle af de metoder man bruger indenfor den professionelle politiske kommunikation, således, at vi kan skelne dem fra hinanden; se de enkeltes metoder fordele og ulemper, i forhold til den videre analyse. Altså at få defineret de enkelte metoder. Til at eksemplificere partiernes brug dette bruges Jønsson og Larsens bog om valgkampen 2001, som omhandler partiernes brug af professionel politisk kommunikation, vi ligger dog fokus på Socialdemokraterne og Venstre.

Efterfølgende bruges en artikel af Jønsson, hvori han klarlægger nogle punkter, som han mener Socialdemokraterne og Venstre fører kontraktpolitik ud fra.

4.3.1 ”Spinnets” dagsordensættende funktion under valgkamp

I valgkampe er det generelt vigtigt for de enkelte partier at sætte en dagsorden, og udvælge nogle områder, hvor partiet betragter sin politik som stærkere end de andre partiers. Valget i 2001 var ingen undtagelse (Jønsson & Larsen 2002: 32). Men hvor Socialdemokraternes hold til denne opgave, var bredt sammensat af politikere, spindoktorer og embedsmænd fra partiet, etablerede Anders Fogh Rasmussen et lille hold bestående af ham selv, partisekretær Claus Hjort Frederiksen, mediekonsulent Hans Morten Rubin samt tidligere pressechef Henrik Qvortrup, som dog undervejs blev erstattet af Michael Kristiansen. Dette hold tog allerede sin form efter Venstres valgnederlag i 1998 (Jønsson & Larsen 2002: 32 & 39).

Socialdemokraterne havde opstillet omkring 100 temaer, som skulle fremlægges i løbet af en valgkamp, og som efterfølgende skulle føre til sejr. Disse budskaber var samlet i en kampagne, der hed ”Mennesker først”, og berørte blandt andet sygehuse, skoler, ungdomsuddannelse, børns liv, ældrepleje, boligpolitik, it-udvikling, udlændingepolitik, fødevarer, arbejdsmiljø, de svages forhold, fritidslivet, miljø og retspolitik. Ideen bag kampagnen var at tæppebombe vælgerne med socialdemokratisk politik (Jønsson & Larsen 2002: 33).

I kontrast til dette havde Venstres en mere konkret strategi. Da Fogh tonede frem på skærmen umiddelbart efter Nyrups udskrivelse af valget, fremlagde han kort og

godt 5-6 temaer, som han mente skulle være på dagsordenen under valgkampen. Han udtalte:

”...hvordan vi får hævlet af ventelisterne på sygehusene, får strammet op på udlændingelovgivningen og en mere håndfast retspolitik, og hvordan vi får sikret bedre forhold for de ældre og for familierne, som skal have mere tid til deres børn gennem en udvidet barselslov...”

og Fogh afslutter med ordene:

”...at når vi betaler verdens højeste skat, skal vi også sikre, at vi har verdens bedste service.”

Intet er her overladt til tilfældighederne. Ifølge Michael Kristiansen har man brugt hele året forinden på at arbejde med Foghs retorik (Jønsson & Larsen 2002: 41). De ovenstående temaer, som valget – ifølge Fogh – skal omhandle, er nøje afprøvet i fokusgrupper og ved kvantitative målinger. Eksempelvis er de samme remser Fogh utrætteligt gentager overfor journalisterne, nøje afstemt i fokusgrupper, for på den måde at passe til, hvad Venstres potentielle målgruppe finder interessant, og formen er bygget op således, at retorikken giver størst mulig effekt. Det var ikke kun før valgkampen, at Venstre brugte moderne kommunikationsredskaber. De fortsatte under valgkampen, hvor de dagligt belyste vælgernes adfærd og observerede, hvad der var på vælgernes dagsorden. Igen ved hjælp af fokusgruppeinterview og kvantitative målinger (Jønsson & Larsen 2002: 42).

Et af de vigtigste træk Fogh og hans nærmeste medarbejdere foretager er, at de primer dagsordenen. Priming betyder at grunde dagsordenen med de temaer som man ønsker vælgerne skal tage stilling til, når de skal stemme. Dette fænomen var ligeledes et af de vigtige elementer Fogh fik med sig fra sin studietur i Blairs hovedkvarter i 1999. Venstre påbegyndte allerede i 1999 at prime dagsordenen med fem-seks temaer, som de anså for vigtige. Startskuddet gik på Venstres landsmøde i 1999, hvor sloganet ”Velfærd og valgfrihed” blev skudt i gang. Siden hen er vælgerne ved enhver lejlighed blevet præsenteret for dette slogan, og mere dybdegående, at landets væsentligste problemer består i skatternes himmelflugt,

lange ventelister på sygehusene, de ældres dårlige forhold, udlændingene og den udbredte vold og voldtægt (Jønsson & Larsen 2002: 43).

Samtidig fremlagde Venstre sine visioner for fremtiden, og disse var skræddersyet til at løse de selv samme problemer som Venstre havde påpeget. Derved fik de et godt stykke tid inden valget præsenteret deres politiske mærkesager for befolkningen, og også taget de nødvendige konfrontationer med journalister, eksperter, interesseorganisationer etc., som følger i kølvandet på introduktionen af nye tiltag eller forslag. Da valget så endelig blev udskrevet, kom det ikke som en overraskelse for nogen, at Venstre snakkede om hårdere straffe, strammere udlændingelovgivning, kortere ventelister på sygehusene og så videre. Tværtimod virkede det logisk, og nu kendte alle til Venstres politik, netop fordi de havde primet dagsordenen gennem en årrække (Jønsson & Larsen 2002: 43). I samme moment skal det nævnes, at papegøjemetoden går ud på at gentage de samme remser med det formål, at det bliver indprentet i befolkningens bevidsthed. Denne metode er relativt ny i dansk politik, men på trods af det er det noget Fogh anvendte med stor succes, og som han med sin medierådgiver havde forberedt meget vel (Jønsson & Larsen 2002: 46). I anvendelsen af papegøjemetoden ligger også det faktum, at målsætningen fra Venstre var at få holdningerne så klart ud til vælgerne som muligt. Dette var i høj grad muligt med Venstres remser, og dette kombineret med, at journalisterne havde hørt dem til hudløshed, hvorfor de var blevet mere eller mindre immune overfor det reelle indhold gjorde, at vælgerne fik de fem-seks remser igennem skærmen, og forstod dem klart og tydeligt (Jønsson & Larsen 2002: 47). Disse remser var valglofter, og hvis Venstre så blev valgt, ville de føre dem ud i livet som kontraktspolitik.

4.3.2 Idealer for kontraktspolitik

I forlængelse af de fem-seks temaer som Fogh og hans nærmeste medarbejdere opstillede til valget, påpeger Jønsson fem punkter, som han mener både Socialdemokraterne og Venstre lader til at føre kontraktspolitik ud fra:

”1) Kontrakten skal indeholde få temaer (max 5-6 stk.), som retorisk skal skæres skarpt (f.eks. skattestop, fast men fair indvandrerpolitik eller noget for noget).

2) Kontraktens budskaber skal indeholde "frygt men håb" (f.eks. "indvandrerne vælter ind over grænsen - men vi kan stoppe dem!" "Der er lange ventelister på sygehusene - men vi kan høvle dem væk!").

3) Kontrakten skal sælges ved hjælp af papegøjemetoden. De korte sætninger og klare budskaber, som kontrakten er bygget op om, skal igen og igen afsendes mod de forskellige medievirkeligheder.

4) Kontraktens temaer skal primes grundigt på den politiske dagsorden.

5) Kontraktens indhold skal være let måleligt F.eks. "vi lovede 1,5 milliarder mere til sygehusene; det har vi givet", "eller skatter og afgifter er nu ikke steget i x antal dage""(Jønsson 2004).

4.3.3 Opsamling

Jønsson og Larsen giver et indblik i, hvilke metoder Socialdemokraterne og Venstre benyttede under valgkampen i 2001. For Socialdemokraternes vedkommende prøvede man at dominere dagsordnen ved at bombardere vælgerne med klassisk Socialdemokratisk politik.

En af Venstres metoder var at prime dagsordnen, således at man i flere år op til valget fik sat egne emner på plakaten, og dermed vandt popularitet ved at gå til valg på selv samme punkter. En anden vigtig del var retorikken, hvor man via papegøje metoden fik sine budskaber klart igennem, ved at gentage de samme remser indtil de sad fast i befolkningens bevidsthed.

Sidst opstiller Jønsson nogle punkter for, hvordan god kontraktspolitik skal føres. Han fremfører fem punkter: Kontrakterne skal have fem-seks punkter, de skal indeholde frygt men håb, de sælges bedst ved hjælp papegøjemetoden, dagsordnen skal primes inden, og indholdet skal være let måleligt.

4.4 Positive og negative aspekter ved professionalisering af den politiske kommunikation

I dette kapitel vil vi forsøge at belyse den relativt nuancerede debat, der trods alt har fundet sted. Dette gøres med udgangspunkt i bogen ”Professionaliseringen af den politiske kommunikation”. Denne bog har som rod en konference om ovenstående emne, med forskellige bidragsydere indenfor det blandt andet det journalistiske felt, men også nogen kommunikationsekspertter er repræsenteret. Derudover aktører, som bruger den professionelle politiske kommunikation – heri direktører fra kommunikationsbureauer etc.

4.4.1 Nødvendigheden af professionel politisk kommunikation

Rasmus Jønsson peger på, at man i højere grad skal betragte medierådgivere som håndværkere frem for de negative ord, som somme tider klæbes på dem, såsom demokratiets mørkemænd, dukkeførere, spindoktorer etc. Han bruger blandt andet det argument, at det kræver mange forskellige kompetencer at lave politisk kommunikation; eksempelvis skal man både kunne forstå dem, der vil afsende – politikerne – samt dem, der skal modtage budskabet – for eksempel vælgeren. Endvidere påpeger Jønsson, at politikerne heller ikke udarbejder deres vvs-arbejde selv, men får en vvs-håndværker til at gøre det, hvorfor politikerne ligeledes bør have hjælp til at kommunikere ordentligt, således at borgerne/vælgerne kan forstå de respektive budskaber (Jønsson m.fl. 2001: 27). Jønsson peger på forskellige årsager til, at det i dag er mere nødvendigt at kommunikere på denne facon – som tidligere omtalt – heri stadig mere komplicerede politiske spørgsmål samt en stigende individualisering af vælgerkorpset (Jønsson m.fl. 2001: 27). Desuden mener Jønsson, at opmærksomhed er en knap ressource for individet, det vil sige det er svært for politikerne, at komme i dialog med borgerne om komplekse politiske emner. Vilklårene har resulteret i, at politikerne må sælge deres budskaber i lighed med en forretning, som skal sælge sine varer.

Stigende individualisering, mere komplicerede politiske spørgsmål samt det faktum, at opmærksomhed er en knap ressource, har været medvirkende, til at politiske budskaber skal sælges på linie med vaskepulver og oplysningskampagner om for eksempel sundhed (Jønsson m.fl. 2001: 27). I samme moment advarer Jønsson dog også imod, at faren ved denne opfattelse af politik som en salgsvare er, at der kan være eksempelvis større økonomiske udspil, som ikke vil blive ordentligt debatteret på grund af, at emnerne er for tørre eller politikken for svært forståelig for folk, der ikke har et dybere kendskab til emnet. Det vil sige, at det udelukkende er de

populære ”vindere”, der eksponeres til vælgerne, mens det ikke særlig ofte bliver diskuteret, hvor det er pengene til en given ting bliver taget fra, eller slagsiden ved egne forslag. Det – mener Jønsson – er et problem, når det er vælgerens ønsker, som kommer til at dominere billedet. Et billede på slagsiden er blandt andet efterlønsagen, fordi regeringen var tvunget til at lave reformerne (Jønsson m.fl. 2001: 29).

4.4.2 Iscenesættelse som legitim kommunikation?

Jønsson mener, at det vil være lettere for politikerne at komme i kontakt med vælgerne såfremt de ”stiller ind” på de vælgere, der skal modtage deres budskaber. Det vil sige, at de skal bryde igennem den støjmur, som eksisterer ved hjælp af eksempelvis en højere grad af iscenesættelse af de politiske budskaber. Men her opstår samtidig et af de mere kritiske punkter ved professionaliseringen af den politiske kommunikation, hvilket er en potentiel risiko for sammenhængen i politikken, fordi det reelle politiske budskab risikerer at drukne i mediestunts, slagkraftige slogans, politikere, der kysser babyer etc. (Jønsson m.fl. 2001: 29). Jønsson ser en dialektik i iscenesættelsen; en dialektik, fordi han mener, at der er mange som interesserer sig for politik, hvilket kunne afhjælpes hvis politikerne bar sig mere professionelt ad med hensyn til den politiske kommunikation. Dette faktum medvirker til, at medierne, og hermed også vælgerne, fokuserer langt mere på formen end på indholdet (Jønsson m.fl. 2001: 30). Et eksempel på dette argument kan være den foregående valgkamp, hvor Socialdemokraternes daværende formand og statsministerkandidat, Mogens Lykketoft, havde store vanskeligheder ved at bryde med de valgpunkter som var fremlagt af Venstre, fordi han næsten kategorisk afslog at fremføre sin politik i punchlines. Det vil sige, at Lykketoft ikke ville gå på kompromis med argumentationens styrke, for at lade formen styre i højere grad end indholdet (frit efter filmen om Lykketoft ”Lykketoft finale” fra DR 2 søndag den 22/5 2005).

Ydermere mener Jønsson, at politikerne har en nærmest naiv forestilling om vælgerens viden omkring politik; dette ses ved de kampagner, der udarbejdes fra de politiske partier, som har en tendens til at være fremstillet, så de ville kunne blive læst af mindre skolebørn, og ikke voksne vælgere. Med andre ord en undervurdering af vælgerens evne til at kunne sætte sig ind i en politisk sammenhæng (Jønsson m.fl. 2001: 30).

4.4.3 Problemer ved professionaliseringen af den politiske kommunikation

Som vi kort har berørt, er der også problemer ved professionaliseringen af den politiske kommunikation, som til stadighed finder sted. Et af de mere åbenlyse er, at det ikke er alle politiske aktører, som kan formulere sig i punchlines eller som har åbenlyst medietække. En konsekvens af dette kan, ifølge Jønsson, være at det udelukker de politiske aktører, som ikke har en stærk fremtoning i eksempelvis Tv-avisen og som ikke har samme evne, som de mere medievanter politikere, til at tale i klare og tydelige budskaber (Jønsson m.fl. 2001: 31). I værste fald kan det medføre, at der vil tegne sig et politisk billede, hvor der er nogle politikere man aldrig hører noget fra, fordi de ikke magter at byde ind med de emner, som de kan tænke sig at se på dagsordenen. Eller sågar ikke magter at byde ind med nyt angående emner, som allerede er eksisterende på den politiske agenda (Jønsson m.fl. 2001: 31).

I samme debatbog anfører Peter Bro³, at der på grund af den øgede professionalisering af kommunikationen i den politiske sfære, forefindes flere og flere lag mellem politikere og vælgere, i form af journalister (Jønsson m.fl. 2001: 55).

Jønsson anser professionaliseringen af den politiske kommunikation som tveægget, og opridsede både positive og negative sider ved fænomenet.

Karsten Madsen er medlem af partiet Venstre og tidligere chefredaktør for henholdsvis JydskeVestkysten og Berlingske Tidende. Madsen ser mange problemer for blandt andet den folkelige debat, og på længere sigt evt. en underminering af det danske demokrati.

Madsen mener – i skærende kontrast til Byager – at fokusgrupper er en farlig tendens. Årsagen til dette er, at politik ikke længere formuleres i klare termer og partierne går ikke længere på jagt for at skaffe vælgere, men derimod er der kommet en ændring, således at partierne ”stikker en finger i jorden”, for derved at se, hvorvidt deres eventuelle holdninger kan få succes hos vælgerne. Dette kan gøres ved hjælp af fokusgrupper, hvilket er farescenariet ifølge Madsen fordi opportunisten på denne måde gøres til religion (Jønsson m.fl. 2001: 78). Madsen peger på det simple faktum, at den person han mener, en partileder bruger mest tid sammen med, er pressechefen. Det anser han som et problem, fordi pressechefen er den ansvarlige for kontakten

³ Cand.comm og i 2001 Ph.D. stipendiat ved Syddansk Universitet

med medierne, og det er ikke partiets egne folketingsmedlemmer, økonomen eller juristen i partiet, som får opmærksomheden fra partilederen, men derimod den ansvarshavende for medierne. Årsagen er i Madsens optik at det er i medierne slaget om magten skal vindes (Jønsson m.fl. 2001: 79 & 74).

Madsen mener, at løsningen på de problemer som professionaliseringen af den politiske kommunikation har skabt, bedst løses ved at reetablere den folkelige debat. En reetablering, som skal foregå i forsamlingshuse, højskoler, oplysningsforbund, partiforeninger etc. (Jønsson m.fl. 2001: 79).

4.4.4 Positive aspekter ved den professionelle politiske kommunikation?

Som tidligere påpeget bringer den øgede brug af professionelle kommunikationsmidler, som findes i dagens politiske verden, også positive konsekvenser med sig, i forhold til demokratiet. Jønsson påpegede dette i begyndelsen af dette kapitel. Kommunikationsrådgiveren Henrik Byager ser ligeledes positive tegn i det nye fænomen. Mere præcist mener han:

"Partier har brug for et brand, præcis som en virksomhed. Hvordan brander man så i politik? Man tager et parti, kobler en person på – og et projekt. Politisk går det bedst, hvis alle tre ingredienser fungerer som en velspillende trio. Socialdemokraterne er dårlig til alle tre instrumenter. Dansk Folkeparti dirigerer det hele."(Jønsson m.fl. 2001: 64)

Byager påpegede endvidere, at hvis man skal fremme et politisk parti i offentligheden skal man ikke udføre det som pressearbejde, men langt mere som en markedsføringsopgave (Jønsson m.fl. 2001: 64). Byager mener, at en væsentlig årsag til skiftet i kommunikationsformen er, at den gamle model, hvor man delte folket ind i segmenter (klassesamfund) i dag er i opløsning. I dag inddeler man sig i mindre grupperinger, hvor det giver mening, at man bruger sin tid, for eksempel i lokale netværk eller social bevægelser (Jønsson m.fl. 2001: 65).

Endvidere mener Byager ikke, at man kan tale om, at der findes spindoktorer i Danmark, men derimod påpeger han om, at der findes pressetalsmænd og strateger, men det er intet sammenlignet med USA. Endvidere påpeger Byager, at han klart anbefaler brug af fokusgrupper, fordi det er yderst vigtigt at iagttage, hvordan de politiske budskaber opfattes hos vælgerne. Dette er samtidig det endegyldige bevis

på, at politikken ophører til fordel for designet. Et modargument mod Byagers brug af fokusgrupper er at der eksisterer folkehøringer. Men, til dette argumenterer Byager at da interessehaverne dukkede op til dem, var der kun en fortvivlet medborger tilbage. Derfor mener han, at det er mangel på respekt overfor vælgerne såfremt man afholder sig fra brug af fokusgrupper, som også bruges af alle store virksomheder og organisationer, fordi man skal anerkende, at folk har holdninger. Derfor er fokusgrupper et eksempel på et kommunikationsværktøj, som fungerer – i stedet for det politiske skydetelt, som findes i dag – ifølge Byager (Jønsson m.fl. 2001: 65).

4.4.5 Opsamling

Jønsson mener ikke, at medierådgivere nødvendigvis bør ses som noget negativt. Deres rolle består i høj grad i det rent håndværksmæssige aspekt af politisk formidling. Derfor er deres rolle vigtig, da de hjælper politikerne til at formulere deres budskaber tydeligere.

Af negative aspekter ved professionaliseringen af den politiske kommunikation nævner Madsen som det centrale, at partiformændene nu bruger mere tid i fællesskab med deres medierådgiver, end med deres øvrige partimedlemmer. Samtidig kan valgløfter nu formuleres ud fra fokusgrupperes holdninger i stedet for partiets.

Byager mener derimod, at udviklingen er et positivt indslag. Han argumenterer for, at brugen af fokusgruppeundersøgelser, er et yderst demokratisk tiltag, da politikerne på denne måde bliver klar, over hvad befolkningens holdning er, og derfor kan udføre folkets vilje.

4.5 Delkonklusion

Dette afsnit om professionel politisk kommunikation har haft som funktion at påpege, at professionaliseringen af den politiske kommunikation ikke er et fænomen, som er ankommet fra den ene dag til den anden, men at det derimod er en del af en større sammenhæng; blandt andet det faktum, at moderne politik ikke blot er noget politikerne udøver men, at det foregår på flere forskellige niveauer, og populært sagt i netværker. Desuden er der konkrete eksempler fra på at Anders Fogh Rasmussen har fundet en del af sin inspiration fra England, til den nye måde at kommunikere til vælgerne på, hvilket udøves af Venstre.

Venstre brugte i valgkampen 2001 især to elementer fra professionel politisk kommunikation; henholdsvis papegøjemetoden og priming. Papegøjemetoden er et eksempel på, at retorikken simplificeres overfor vælgerne. Her gentages de samme politiske budskaber gang på gang med mindre variationer. Derved øges chancen for, at partiet formår at få deres budskab printet ind i befolkningens bevidsthed. Begrebet priming dækker over det forarbejde, der laves inden en valgkamp. Formålet er at få sat dagsordenen med bestemte emner, ved at problematisere disse. Efterfølgende præsenteres partiets politik, hvori svarene på disse emner findes.

Jønsson peger på, at godt kommunikationshåndværk, er en forudsætning hvis man skal være fremtrædende i den politiske sfære, mens han også ser negative konsekvenser for de politikere, som ikke formår at formulere sig i punchlines eller ikke har medietække. Madsen fører Jønssons mere dystre tanker videre og mener, at fokusgrupper er direkte farlige for demokratiet, fordi opportunismen gøres til religion. Fokusgrupper er også en medvirkende årsag til, at partierne ikke længere eksponerer deres program særlig klart, men i højere grad ”stikker en finger i jorden” for at lodde folkestemningen. Helt modstående er kommunikationsrådgiveren Henrik Byager, som anser det for udemokratisk ikke at bruge fokusgrupper; han mener det er en negligering af folkets stemme, hvis man ignorerer dets holdninger.

5. Empiri

5.1 Indledning

Empirifsnittet består af vores egen indsamlede empiri. Dette er dels to interviews, med henholdsvis pressechef Mikkel Fauerholdt fra partiet Venstre, samt Nina Juhl Østergaard og Morten Nielsen, begge journalistisk medarbejder på Christiansborg for Socialdemokraterne og dels en spørgeskemaundersøgelse, som er foretaget hos 100 respondenter på Sjælland.

5.2 Data fra spørgeskemaer

Vi har ud fra det tidligere beskrevne spørgeskema ringet til forskellige personer indtil vi fik 100 besvarelser. Respondenterne er tilfældigt udvalgt på Sjælland. Vi har 50 fra landområder og 50 fra byområder, derudover har det været tilfældigt udvalg fra telefonbogen. Vi betragter det således, at vi har fået svar fra 100 % af vores respondenter, da vi kunne blive ved indtil vi havde 100 besvarelser uden at gå på kompromis med vores population. Det indsamlede data vil blive behandlet med henblik på at få et indblik i, hvor stor indflydelse kontraktspolitik havde, da der blev sat kryds ved folketingsvalget 2005.

I følgende tabel har vi taget gennemsnittet af de svar, der omhandler kontraktspolitik og dem, der er mere ideologiske (Jensen 2005: 18). Jo højere gennemsnit des større positiv indflydelse har det haft på deres kryds ved sidste folketingsvalg. Med kategorien, positiv indflydelse, menes der at respondenterne skal overveje om spørgsmålet havde en positiv påvirkning på hvor han/hun satte sit kryds. Ved negativ indflydelse menes der at respondenterne ikke har været enig med holdningen i spørgsmålet, og dermed har sat sin stemme et andet sted.

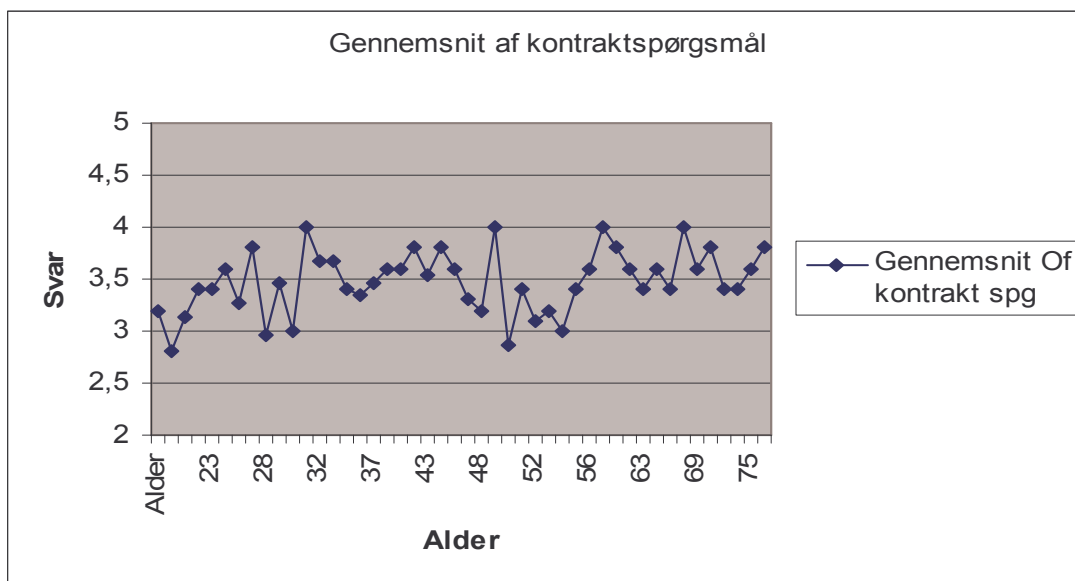
Kontrakt gennemsnit	
Gennemsnit af kontrakt spørgsmål	Gennemsnit af ideologiske spørgsmål
3,50	3,19

Tabel 1.1: Viser hvor stor en indflydelse henholdsvis kontrakter og ideologi har haft ved folketingsvalget 2005.

Selve udregningen er lavet ved at give hvert svar en talværdi fra 1 til 5 som følgende:

- 1 Meget negativt
- 2 Negativt
- 3 Ingen indflydelse
- 4 Positivt
- 5 Meget positivt

Disse værdier kan der således regnes på (Boolsen 2004: 50). Hvis man kigger på spørgeskemaet kan man se, at der var en 6. svarmulighed; ”ved ikke”. Denne har vi dog valgt at lade tælle som 3, ”ingen indflydelse”, med den begrundelse, at, hvis respondenterne har svaret ”ved ikke”, må det være udtryk for, at det ikke har haft nogen indflydelse på dennes stemme.



Figur 1.1: Viser hvor meget de enkelte aldersgrupper stemte ud fra kontrakt ved folketingsvalget 2005, hvor x-aksen er alder og y-aksen er værdigennemsnittet, der viser hvor meget der blev stemt ud fra kontrakt. Jo højere værdi, des mere ud fra kontrakt.

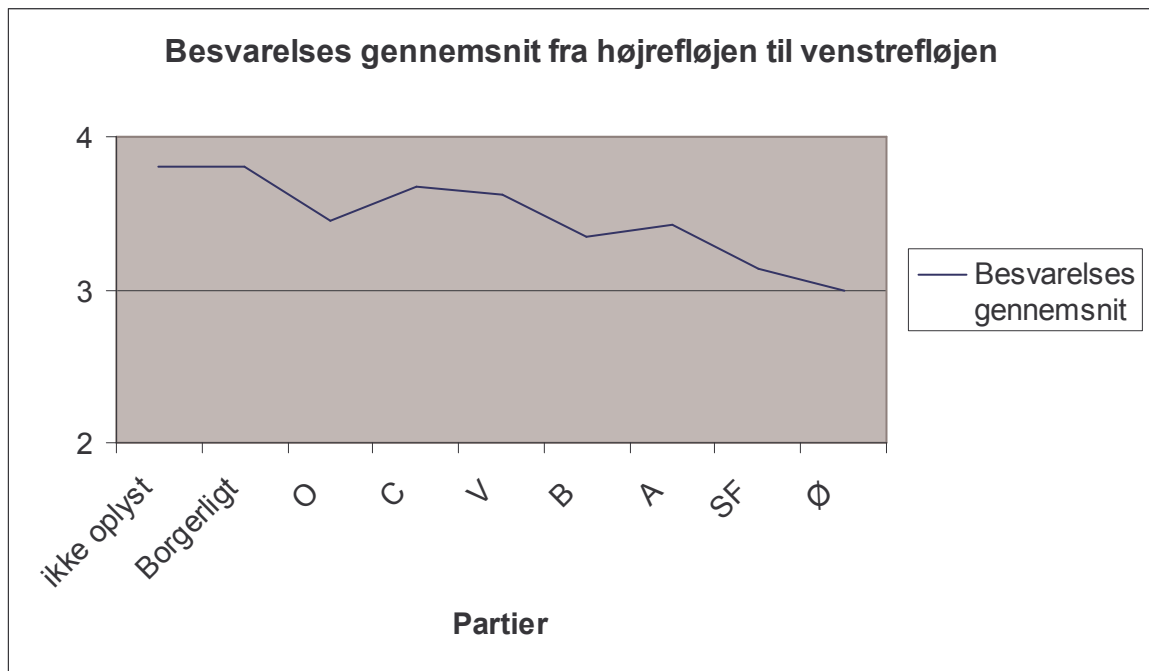
Det kan ud fra figur 1.1 ses, at alderen ikke har nogen betydning for, om man sætter sit kryds ud fra kontraktspolitik eller ej. Der er ikke nogen direkte sammenhæng mellem alder og i hvilken grad der bliver stemt ud fra kontraktspolitik. Vi har lavet lignende udregninger ud fra den indsamlede data, der skulle vise, om folk, som bor på landet, i højere grad stemte ud fra kontraktspolitik end folk i byerne, eller omvendt.

Her viste det sig, at der ikke var nogen nævneværdig forskel på, om man bor på landet eller i en by. Værdigennemsnittet, for om man stemte ud fra kontraktspolitik, var stort set ens (se bilag 10.1) Det samme gjaldt køn. Ud af de 100 adspurgte i undersøgelsen var 56 af disse kvinder og 44 af dem mænd. Der var heller ikke nogen indikationer på, at det ene køn i højere grad stemte ud fra kontraktspolitik end det andet (se bilag 10.1)

Parti gennemsnit kontrakt		
Parti	Gennemsnit af kontrakt spg	Antal
A	3,42	21
B	3,34	17
Borgerligt	3,80	1
C	3,67	11
ikke oplyst	3,80	1
O	3,46	7
SF	3,14	10
V	3,62	30
Ø	3,00	2

Tablet 1.2: Viser hvilket parti de tilspurgte stemte på ved folketingsvalget 2005 og i hvor høj grad, der blev stemt ud fra kontraktspolitik hos de tilspurgte ved hvert parti.

Tabellen ovenfor kan ses grafisk i figur 1.2 herunder. Figuren skal læses på følgende måde. Y-aksen er besvarelsernes gennemsnit, hvor 3 er udtryk for ”ingen indflydelse”. X-aksen er partierne. Således kan man for eksempel aflæse, at liste Ø ligger på 3. Det vil sige, at liste Ø’s vælgere, igennem deres besvarelse, har givet udtryk for, at de er mindst påvirket af kontraktspolitik.



Figur 1.2: Illustration af, hvor meget der bliver stemt ud fra kontraktspolitik hos vælgerne fra de enkelte partier, hvor x-aksen er de forskellige partier og y-aksen er værdigennemsnittet.

I denne graf kan det ses, at de partier, der benytter sig af kontraktspolitik har en tilslutning blandt vælgere, der værdsætter kontrakter. Det kan ses, at der hos Socialdemokraterne er en større tilslutning til kontraktspolitik end hos nogen af de andre partier fra oppositionen. Hos regeringspartierne er det Venstre og De Konservative, der har højest tilslutning til kontrakter. Dette kan dog være en naturlig følge af, at partierne vælger at fremsætte kontrakter, der matcher deres egne standpunkter. Det vi bruger disse data til, er at vise, at der generelt i befolkningen er en stor tilslutning til de kontraktsspecifikke emner.

Regering		Opposition	
Gennemsnit af kontraktspørgsmål hos regeringen og dennes støttepartier		Gennemsnit af kontraktspørgsmål hos oppositionen	
3,62		3,32	

Tabel 1.3: Viser gennemsnittet for hvor meget der blev stemt ud fra kontraktspolitik hos de partier, der støttede op om Venstre (regeringens støttepartier) og de partier, der støttede op om Socialdemokraterne (oppositionen) ved folketingsvalget 2005.

I dette skema ses der en tydelig forskel i adoptionen af kontraktspolitik hos henholdsvis regeringen med dennes støttepartier og oppositionen. Her er regeringen

bestående af Venstre, Konservative og Dansk Folkeparti, Hvor oppositionen består af Socialdemokraterne, Det Radikale Venstre, Socialistisk Folkeparti og Enhedslisten.

Fejlkilder

Der er mange mulige fejlkilder i vores stikprøveundersøgelse og den skal primært ses som en undersøgelse af, hvorvidt tendensen fra valget i 2001 er fortsat i 2005. Denne stikprøve er især foretaget, fordi der ikke foreligger lignende undersøgelser fra seneste valg. Derudover er undersøgelsen også foretaget for at få erfaring i behandling af data fra spørgeskemaundersøgelser.

Selve databehandlingen giver meget små variationer i besvarelserne, hvilket enten kan antages som udtryk for, at der ikke er den store forskel i folks holdninger til kontraktbaserede spørgsmål, eller, at vores spørgsmål ikke har været ordentligt udtænkt i forhold til vores beregninger.

En anden mulig fejlkilde er, at vi kun arbejder med simple gennemsnit og ikke større statistiske analyser. Ikke at det er forkert at benytte gennemsnit (Jensen 2005: 18), men man kan ikke trække lige så meget data ud af dem, ligesom det ville være muligt med mere detaljerede analyser.

5.2.1 Delkonklusion

I vores indsamlede data fra spørgeskemaerne kan vi konkludere, at de adspurgte reagerer mest positivt på de spørgsmål, der indeholder kontraktspolitik. Det er spørgsmålene omkring dankortgebyret, flere penge til børnefamilierne, stregkoder i hjemmeplejen, flere penge til forskning og uddannelse samt skattestoppet. De resterende spørgsmål, der er mere ideologiske, har ikke fået nær så positiv respons.

Ud fra spørgeskemaundersøgelsen kan det ses, at hverken, køn, alder eller bosted, herunder om de bor på landet eller i byen, gør en betydelig forskel på, om man stemmer ud fra kontrakter eller ideologi. Der, hvor man kan se, at der forskel på de adspurgtes holdning til kontraktspolitik, er på deres politiske ståsted. Der er en tydelig distancering mellem regeringen og oppositionen i forhold til deres tilslutning til kontraktspolitik, hvilket ses i figur 1.2 og i tabel 1.3. Det er samtidigt værd at nævne, at det hos oppositionen er Socialdemokraterne, der er langt mere tilbøjelige til at støtte op om kontraktspolitik end nogen af de øvrige oppositionspartier. Ved regeringen og dets støtteparti kan det derimod ses, at det parti med mindst kontrakttilslutning er Dansk Folkeparti, hvilket også kan ses i figur 1.2 og i tabel 1.3.

Dog kan man se, at de partier, der fører kontraktspolitik, overvejende også har deres vælgere med sig på kontraktområdet.

Dermed kan vi se, at befolkningen stadig lader sig påvirke af kontraktspolitik og, at tendensen fra folketingsvalget i 2001 stadig fortsætter.

5.3 Interview med Nina Juhl Østergård & Morten Nielsen samt Mikkel Fauerholdt

I følgende afsnit præsenterer vi vores meningskondenseringer af interviewene med Nina Juhl Østergaard og Mikkel Fauerholdt. Vi har i metodeafsnittet forklaret hvorledes vi anvender denne analysemetode, og vælger derfor blot at præsenterer skemaet med de centrale temaer. Resten af analysen, som blot er led i processen, forefindes i bilag 10.3. Følgende kondenserede skemaer vil vi anvende i analysen, og trække de citater og meninger ud, som vi finder relevante for analysen.

5.3.1 meningskondensering af Nina Juhl Østergård & Morten Nielsen

Naturlig enhed

Centralt tema

<p>...partikontoret på Frederiksberg har sådan nogle fokusgruppessioner.</p> <p>...men aldrig nogensinde for at teste indholdets, politiske udspil.</p> <p>Det har handlet om kampagner op til en valgkamp, vores kampagneudkast, går budskabet i gennem.</p> <p>...Avisannoncer – kan I se sammenhængen mellem det her billede og det vi vil sige med det. ...er teksten for svær at læse, sådan nogle ting.</p> <p>...og også, hvem appellerer den her annonce til – er det kernesocialdemokrater eller kan den her måske rykke lidt ved nogen, der stemmer Venstre eller Konservative.</p> <p>...vi har fået lavet en undersøgelse som – op til sidste valg – hvor vi fandt ud af hvilke temaer vi havde troværdighed på, og hvilke temaer de andre havde troværdighed på. Og det er klart de har vi jo så brugt til at sige, jamen de temaer vi har troværdighed på, vil vi gerne diskutere, de temaer vil vi gerne bruge meget tid på. ...ja, dem vil vi gerne have på dagsordenen. Men det er jo ikke politikken som sådan.</p>	<p>Fokusgrupper</p>
---	---------------------

<p>...det er bare blevet mere massivt fordi der er bredere medie udbud i dag. Poul Nyrup han kæmpede med sin vindjakke og det der cykel...jeg synes altid det har været sådan. Og i en valgkamp har man altid været ude på de der børnehaver, skoler og virksomheder og slagterier</p> <p>Vi har ikke lavet om på Mogens ...mistede ikke skægget på grund af at han skulle styles, altså han har valgt selv at få mindre skæg. Men der var ikke tale om styling i den sammenhæng. Og det andet det har man vel altid gjort, men jeg tror, at man i Socialdemokraterne blev mere opmærksomme på fremtræden efter Nyrups cykelhelms stunt.</p> <p>...efter Anders Fogh er kommet til, at det har været så tydeligt, ...han ser jo godt ud og han er super stilet, der er jo ikke et næsehår der sidder forkert nogen steder vel.</p>	<p>Fokus på enkeltpersoner – herunder styling</p>
--	---

<p>...det kan godt være, at det retorisk har ændret sig, men jeg tror egentlig det er noget, der altid har været der. Men det kan da godt være, at retorikken er blevet skærpet.. ...tempoet bliver jo sat op, der bliver produceret mere, der bliver produceret flere notater og flere konkrete udspil med hvad vi vil, men i bund og grund er det det samme. Bare meget mere.</p> <p>Det er enormt lækkert at have et sikkerhedsnet, at der er nogen, der sørger for, at tingene hænger sammen og at man ikke kommer til at sige det modsatte af, hvad man egentlig mener.</p> <p>Velfærdskommissionen er faktisk et utrolig godt eksempel på, hvordan man lægger debatten død. ... Man kan sige i nyere tid ...spinnets er vel næsten at de får det til at se ud som om det er en neutral kommission, som vil komme med nogle neutrale bud på, hvad det er vi som samfund er nødt til at kigge på. Det gode spin er jo, at de formår at få det til at virke ansvarligt at vente. Det er spinnets.</p> <p>Regeringens retorik handler utrolig meget om tilstrømning, hvor vores retorik handler meget om at få det til at fungere – altså integration – få tingene til at fungere. Retorisk der er der jo ingen diskussion om, at det stærkeste det er at snakke tilstrømning. Det virker meget mere slagkraftigt. Også fordi der kan du se nogle resultater med nogle tal på, hvad der er sket i løbet af et år, hvor integration det er noget, der går over 20 år.</p>	<p>Spin</p>
--	-------------

<p>Det tror jeg netop er, at man skal passe på med at lade sig forblinde af et større fokus på kommunikation og formidling og på vinkling af sine budskaber, at det nødvendigvis betyder mindre ideologi bagved. Vi vil jo stadig hævde at vi vil gøre noget godt for børnefamilierne og Venstre vil gøre noget godt for børnefamilierne. Vi vil gøre noget godt i forhold til kommunalreformen, Venstre vil gøre noget godt i forhold til kommunalreformen, men vi vil jo stadig hævde, at der ligger et fundamentalt forskelligt menneskesyn bagved den tilgang vi har, til det vi vil gøre. Og det betyder så også, at ideologien er der jo. Altså valget af politik er måske blevet mere kommunikationsagtigt og hurtigere og så videre, men grundlæggende så ligger der altså stadig nogle ideologiske hensyn bagved med de værktøjer man vælger at hive op af kassen. Så selv om kommunikationen bliver hurtigere og smartere og mere effektiv, og dermed måske mere med vælgeranalyser, hvor man finder ud af hvad vælgerne gerne vil høre, så har det nok stadig større betydning for retorikken end det har betydning for indholdet. ...jeg tror de her vælgeranalyser, det gælder i høj grad også for Venstre selv om de er verdensmestre til at lave forskellige undersøgelser, så tror jeg at det de flytter mest det er deres retorik – mere end de flytter selve indholdet, selve vinklen på, hvordan de vil gøre tingene.</p>	<p>Kommunikation</p>
--	----------------------

<p>Men man kan sige, at kontraktpolitikken i sin grundopbygning er i fuldstændig modstrid med alt hvad det danske parlamentariske system har bygget på tidligere, fordi det netop altid er bygget på kompromiser.. Kan bruges i forbindelse med konsensusdemokrati!</p> <p>...det er også blevet enormt moderne, at alle virksomheder skal have fem grundlæggende værdier som de står for. ... Blandt andet med 7 punkter som så vi forsøgte at slå op, og der er vi jo socialdemokrater – vi kan jo ikke holde os til den slags...</p> <p>... kontraktpolitik passer ikke særligt godt til partiet.</p> <p>...det kræver også, at du har et relativt afslappet forhold til velfærdssamfundet ...Skattestoppet er et fremragende eksempel, det kan godt være at folk ikke får en skattestigning på deres papir, men det betyder, at vi langsomt og rolig udhuler det beløb, der er tilbage til at køre velfærd på, det gør det.</p> <p>Det er et spørgsmål om, hvor helhedsorienteret du kan se verden. Hvis du vil se helhedsorienteret på verden, så er kontraktpolitikken svær.</p>	<p>Kontrakt</p>
--	-----------------

5.3.2 Meningskondensering af Mikkel Fauerholdt interviewet

Naturlig enhed

Centralt tema

<p>(man)...udveksler ... informationer og prøver at overtale journalisterne til at beskæftige sig med de emner vi nu interesserer os for. Vi kommer ind der hvor politikken er udformet og skal sælges.</p> <p>... vi står for indpakningen.</p> <p>Dybest set har politikerne besluttet at det er det og det og det vi vil. Hvis der så kan komme sådan nogle fremmede kommunikationseksperter og fortælle, at hvis du lige gør sådan og sådan og giver det en bedre indpakning, altså ikke lave holdningen om, men lave din performance om, så kommunikerer du bedre med medierne. Så kan vælgerne også forstå og tage stilling. Så anser vi det, hvis man skal svinge det højt op et eller andet sted, en styrkelse af demokratiet da det forkorter vejen mellem politikere og vælgere, synes jeg.</p> <p>Så er der andre ting som beror mere eller mindre på tilfældigheder, f.eks. var vi ude at spille croquet med en gruppe ældre ovre i Billund et sted. ...vi kommer alligevel forbi på vej over til lufthavnen og så stod der et folketingsmedlem derovre og sagde ”jeg har en god ide, til hvis I mangler at få fyldt en halv time ud”.</p>	<p>Indpakning af budskaber (spin)</p>
<p>Det virker godt. Hvis man skruer tiden 10-20-30 år tilbage så sad politikerne i forsamlingshusene.... Der havde man jo dialog/respons og et brag af en debat. Hvis folk synes politikerne var en idiot på grund af noget han sagde, så tænkte han; ”så skal jeg jo nok lade være med at sige det igen”. Der havde man den der umiddelbare reaktion. Den har man ikke mere, da folk ikke går til politiske møder... Så det værktøj man så bruger til at få den viden man fik dengang, det er for eksempel ved at fortage målinger og bruge fokusgrupper. Ikke for at formulere politikken og lave den om, men mere hvordan man kommunikerer den.</p>	<p>Fokusgrupper</p>

<p>...de (MF'ere, red.) er ikke alle sammen valgt fordi de er uddannet inden for kommunikation, men deres holdninger. Dermed kommer deres budskaber meget kantet frem til slutbrugeren. Vi har et lille TV studie her som vi hiver dem ind foran inden de skal i TV og interviewer dem og ser det på video bagefter og siger ting som; hvis du formulerer det på den her måde kommer det bedre ud til vælgerne. Hvis du lader være med at klø dig i øret, da folk så sidder og fokusere på det. Det er sådan store og små ting der er støj i forhold til kommunikationen. Når jeg taler om demokrati så har det lidt at gøre med, at en politiker kan mene nok så mange ting og have de bedste intentioner, men hvis han ikke evner at formulere sig på en måde som vælgerne forstår, så er det lidt ligegyldigt. Vi hjælper dem med at fortælle deres budskaber på en bedre måde og leve sig ind i TV mediets krav om korthed.</p> <p>Vi kan godt sige til folk, at det der du siger der, balancerer lige på kanten af hvad partiet mener. Det skal du holde lidt tilbage med, eller sige til lokale medier.</p> <p>Det tror jeg selv er noget han (Fogh, red.) reagerer på, hvis han reagerer på det, der sidder ikke en gruppe og siger nu skal vi lige drøfte dit tøjvalg.</p> <p>Nu er de (andre Venstre politikere, red.) jo ikke så eksponerede som han (Fogh, red.) er. Men der er da nogle folketingsmedlemmer, som vi har haft fat i ørene på og sagt ”hvad med lige at vælge en anden frisør” eller lign.</p> <p>Det tror jeg er ret nyt. Altså at andre end dem selv har blandet sig i det. Og rådgivet om det. Men her er det jo ikke statsministeren der ansætter folketingsgruppen. Det er jo noget vælgerne har sammensat, og så må vi jo leve med dem der er.</p> <p>Tag nu eksemplet i dag, hele morgenens medie billede var fyldt med regeringens integrationspakke. Det er så at tage kontakt til forskellige journalister samt TV og radiostationer og få det løftet ind, så det er vores dagsorden, der præger starten på dagen og så kommer pressemødet og i løbet af eftermiddagen svarer oppositionen lidt igen og lur mig. i</p>	<p>Hvordan retorikken og udseendet bliver stilet (spinnat)</p>
--	--

<p>I 2001 hed det tid til forandring og deres hed i '97 "Time to change" .</p> <p>Jeg har også været i både USA og England flere gange for at se hvordan fører de valgkampagne, hvordan kommunikere de, hvordan arbejder de med pressen og sådan noget. Det er der flere andre af mine kolleger der også har været. Fordi det er de to lande hvor man er længst fremme.</p>	<p>Inspiration fra England, Blair og New Labour</p>
<p>For to år siden skulle vi i krig i Irak. Alle målinger sagde vi var sindssyge. Men det var en politisk beslutning der skulle træffes. Skulle man følge alle målinger og fokusgrupper, så havde vi sagt nej, men der er altså nogle gange, hvor man ikke går på kompromis med det man tror, er det rigtige.</p> <p>Det var simpelthen en politisk nødvendig beslutning. –anså regeringen det for at være. Selvom alle grupper, målinger og alle de signaler omkring egentlig burde have sagt at hvis vi bare vil gøre os populære hos befolkningen, så skal vi bare sige nej. Men nu er det ikke alle politiske beslutninger der er lige populære og der er det jo et eksempel på at der var noget der skulle træffes uden at der var folkelig opbakning til det.</p>	<p>Kontraktpolitik</p>
<p>Vi brugte klart flest ved denne her valgkampagne. Også fordi der var mange af de der faglige organisationer, der plejer at spytte i Socialdemokraternes kasse, som valgte ikke at gøre det denne her gang. Og det viste sig at Venstre havde fået, hvis du tager partistøtte og private bidrag med, så havde vi fået lidt over 500 millioner, hvor Socialdemokraterne havde fået næsten 900 millioner.</p> <p>Ved valget i 2005 brugte vi omkring 22 millioner.</p> <p>Socialdemokraterne har brugt 15 og dertil kommer så alle de annoncer som fagbevægelsen indrykkede, for at sige: "stem på Socialdemokraterne". Det skal jo sådan set lægges oven i. Og der kommer de op på 21 millioner. Det bliver dyrere og dyrere hvert år.</p>	<p>Ressourcer til valgkamp</p>

<p>Det startede i '98 med Uffe der lejede Simon Spies' gamle luksusbus. De tog alle Christiansborg journalisterne og proppede ind i bussen og så kørte de rundt i landet. Men problemet var, at der trækker du bare de sædvanlige journalister med ud. Det blev så lavet om i år 2001 med at man fokuserede mere på at tage ud og have en dialog med de lokale medier. Vi havde selvfølgelig også de nationale medier med. Men det går meget mere an på at være ude flere steder og besøge flere medier og være inde på de lokale tv-stationer og lokalradio, i stedet for bare at fokusere på de journalister som vi går med herinde til daglig. Det er et led i en markant professionalisering af det hele. I kan jo se Socialdemokraterne har aldrig prøvet at køre i bus før. De gjorde det for første gang i år. Vi har siddet og arbejdet med det i et års tid. Det er jo detailplanlægning..</p>	<p>Om mere professionalisering af valgkamp</p>
---	--

5.4 Opsamling til meningskondenseringer

Ovenstående to skemaer kan nu anvendes direkte i analysekapitlet, idet vi blot har de meninger, der er projektrelevante fra de to interviews med. Således er transskriberingen i sin fulde format blevet gjort mere overskuelig og konkret.

6 Analyse

6.1 Indledning til analyse

Formålet med analysen er, ud fra vores teoretiske og empiriske tekster samt vores selvindsamlede empiri, at bedst muligt besvare vores problemformulering. I henhold til vores videnskabsteoretiske tilgang er målsætningen ikke at finde en sandhed, men derimod at udfordre vores forforståelser via, såvel de tekster, der indgår i projektrapporten, som den analyserede empiri, herunder især interviewene. Vi vil således samle de enkelte, i forvejen behandlede, dele og på baggrund af disse analysere os frem til ny viden.

I analysen sammenfattes de tre afsnit: Teori, Professionel politisk kommunikation og Empiri. Strukturen er opbygget således, at vi for at besvare problemformuleringen tager udgangspunkt i, hvilke konsekvenserne der kan være for det repræsentative demokrati. Til det formål har vi, primært ud fra Dahl, opstillet tre problematikker som vi mener, er dækkende for vores materiale og besvarelsen af problemformuleringen: Mere eller mindre gennemskuelighed, mulighed for alternative informationskilder og kontrol med dagsordenen.

6.2 Mere eller mindre gennemskuelighed

I denne del af analysen er formålet at diskutere, hvordan den professionelle politiske kommunikation, specielt med henblik på den øgede brug af fokusgrupper, kan siges at påvirke gennemskueligheden i det repræsentative demokrati. Mere specifikt er det en diskussion om, hvorvidt fokusgrupper, som blandt andet kommunikationsrådgiver Henrik Byager siger, styrker demokratiet ved at forbedre dialogen mellem befolkningen og politikerne og derved klargøre for politikerne, hvad befolkningen ønsker. Eller om brugen af fokusgrupper derimod er skadeligt for den danske form for demokrati ved, for det første, det faktum, at det ikke er en repræsentativ del af befolkningen, der involveres i undersøgelserne. Og for det andet, at brugen af

fokusgruppeundersøgelser ikke er i overensstemmelse med den parlamentariske styringskæde.

Af argumenter imod fokusgruppeundersøgelser finder vi, at de to centrale er henholdsvis bruddet med den parlamentariske styringskæde, samt den manglende repræsentativitet ved undersøgelserne.

Først bør det nævnes, at diskussionen ikke går på, hvorvidt repræsentativt demokrati er direkte demokrati overlegent, eller mere demokratisk, da det er en helt anden og omfattende diskussion. Vi tager udgangspunkt i, at det danske demokrati der, med udgangspunkt i grundloven, er ment som et repræsentativt demokrati. Derfor anser vi ændringer hen imod direkte demokrati som problematisk, hvad enten det er mere eller mindre demokratisk.

Hvis stikprøver af befolkningen bruges til at bestemme partiernes politik, er det i modstrid med det, der er essensen af det repræsentative demokrati, eftersom det hælder mere over mod en form for direkte demokrati. Formålet med et repræsentativt demokrati er at befolkningen udvælger repræsentanter, der får overdraget ansvaret og derved nogle unikke beføjelser, til at føre den politik, der efter deres overbevisning, er den bedst mulig for landet og folket. Den grundlæggende tanke er, at man ved stemmeafgivelse stemmer på den person man har tiltro til, vil repræsentere en bedst muligt (Hansen, Hansen & Qvist 2000: 64-65). Derefter lovgiver denne forsamling, og regeringen udøver så i fællesskab med embedsmændene i forvaltningen disse love, ved at implementere dem i samfundet (Bogason 2003: 100-101). Hvis politikker bliver formet ud fra, hvad partierne måler sig frem til, er befolkningens ønsker, forsvinder en stor del af ideen med det repræsentative demokrati, da det i så fald nærmer sig en form for direkte demokrati.

6.2.1 Partiernes brug af fokusgrupper

Problemet omfang er i høj grad afhængigt af, hvorledes partierne benytter deres fokusgruppeundersøgelser. Som beskrevet ovenfor er det problematisk, hvis undersøgelserne decideret bruges til at klarlægge, hvilke politiske udspil de udvalgte grupper er positive overfor og ud fra det udformer deres politik. I et tidligere nævnt eksempel fra England demonstreres det, hvordan New Labour foretog en undersøgelse af, hvor populært det var at renovere Dronning Elizabeths yacht og ventede med at tage stilling til sagen, før de havde fået undersøgelsens resultat (Jønsson og Larsen 2002: 148). Det er blandt andet med dette skrækeksempel i

tankerne, at fokusgruppeundersøgelserne virker farlige for demokratiet. Det er dog langt fra sikkert, at de bruges på samme måde i Danmark, der er i hvert fald ikke noget der peger i den retning. Parti Venstre og Socialdemokraterne benægter selv at bruge disse undersøgelser til andet end formuleringen og indpakningen af politikken. Eksempelvis sagde Nina Juhl Østergård, pressemedarbejder for Socialdemokraterne, i vores interview:

”Så selv om kommunikationen bliver hurtigere og smartere og mere effektiv, og dermed måske mere med vælgeranalyser, hvor man finder ud af hvad vælgerne gerne vil høre, jamen så har det nok stadig større betydning for retorikken end det har betydning for indholdet”

Venstre havde lignende afvisninger af at vælgeranalyser og fokusgrupper bliver brugt til andet end selve formidlingen af politikken. Om brugen af fokusgrupper, siger Mikkel Fauerholdt (Venstres pressechef):

”...det værktøj man så bruger til at få den viden man fik dengang, det er for eksempel ved at fortage målinger og bruge fokusgrupper. Ikke for at formulere politikken og lave den om, men mere hvordan man kommunikerer den.”

Partiernes repræsentanter i de respektive presseafdelinger, benægtede altså klart, at de undersøgelser der foretages, på nogen måde vil påvirke partiets førte politik. Der er ingen eksempler på, at danske partier bruger fokusgruppeundersøgelserne anderledes end de påstår, så vi har ingen grund til at tvivle på at dette er tilfældet. Dog kan denne design af budskaberne forekomme noget problematisk. I tilfælde af at partiets brug af fokusgrupper har vist at en bestemt gruppe borgerne er mere modtagelige overfor bestemte budskaber, kan partiet således forme og ”indpakke” disse, så de kan vinde sympati hos denne ene gruppe. Medens andre grupper af vælgere ikke tilgodeses, da de ikke er interessante for partiet. Fokusgrupperne bliver blandt andet udvalgt ud fra betragtninger om, hvilke vælgere der kan flyttes, og på den måde kan være gunstige for det pågældende parti, og dette kan også være medvirkende til at repræsentativiteten udebliver. Samtidig kan dette ses i relation til Dahls punkt om ”udelukkelse af voksne”. Hvis små grupper uden egentlig repræsentativitet, som dannes på baggrund af specifikke egenskaber, eksempelvis

ikke-kernevælgere, får en afgørende rolle i politiske udspil, bliver en stor del af befolkningen samtidig udelukket. Derved udelukker man i værste fald store dele af den stemmeberettigede befolkning. Desuden kan budskabet på den måde fremstå anderledes i ”indpakket” form, hvilket ikke nødvendigvis er gennemskueligt for vælgeren.

Ved priming bruger Venstre en metode, der, ved konstant at gentage de samme emner, sætter sig i borgernes bevidsthed. Da Venstre primer dagsordenen allerede et par år inden den reelle valgkamp begynder, vil de emner, som Venstre har tænkt sig at gå til valg på, allerede være indlejret i borgernes sind. Dette gør at borgerne tager emnerne til sig som en selvfølge, da Venstre kommer med løsningen på de selv samme problemer som de har påpeget igennem priming. Partier, der ikke benytter sig af priming, og først præsenterer nye emner lige op til en valgkamp, vil have sværere ved at få deres budskaber igennem til borgerne. Dermed opnår Venstre en kontrol med dagsordenen, da deres emner allerede er accepterede.

Journalist Jacob Rosenkrands påpeger, i en artikel i Retorik Magasinet i juni 2004, at det politiske liv i Danmark endnu ikke er præget af britiske tilstande, dog påpeger han ligesom blandt andet Rasmus Jønsson, Karsten Madsen og andre af de kilder vi har anvendt, at der er en tydelig stigning i brugen af professionel politisk kommunikation. Dette kan have negative konsekvenser for den politiske kommunikation og den politiske deltagelse. Han mener ikke, at der er noget galt i at de politiske partier forsøger at finde nye veje til at kommunikere med vælgerne på, eftersom partier og politiske bevægelser generelt er blevet svækket. Dog påpeger han at den egentlige udfordring består i at undgå, at

”spin-kulturen forkvakler den demokratiske kultur”

som der blandt andet kan ses eksempler på i England og USA (Rosenkrands 2004: 25).

I forbindelse med dette kan vores spørgeskemaundersøgelse nævnes, da den giver et vink om, at de danske vælgere har taget kontraktpolitikken til sig og værdsætter de kontraktbaserede politikker, da kontraktpolitik ifølge undersøgelsen er en accepteret del af den politiske scene i Danmark. Dog kan denne accept være mere eller mindre ubevidst og dette kræver stor bevågenhed, hvis det ikke skal påvirke demokratiet i en negativ retning.

6.2.2 Fokusgrupper – en styrkelse af demokratiet?

Som modpol til mistæneliggørelsen af brugen af fokusgrupper, mener blandt andre kommunikationsrådgiver Henrik Byager, som nævnt i empiriafsnittet, at der kan være positive aspekter ved denne nye metode. Han mener, at politik skal markedsføres ligesom andre varer og, at dette er en nødvendig udvikling.

Byager argumenterer for, at brugen af fokusgrupper kan være god, når man skal iagttage, hvordan politiske budskaber opfattes hos vælgerne. Han påpeger, at det er mangel på respekt overfor vælgerne såfremt man afholder sig fra brug af fokusgrupper, idet folkets holdninger skal tages i betragtning. Derfor er fokusgrupper et eksempel på et kommunikationsværktøj, som, ifølge Byager, fungerer (Jønsson m.fl. 2001: 65).

Der er delte holdninger til hvorledes brugen af fokusgrupper kan opfattes. Vi mener dog, igennem vores teoriafsnit og empiriafsnit at have illustreret, at der ved brugen af fokusgrupper, er forbundet nogle demokratiske konsekvenser, positive som negative. Blandt andet bliver en af de grundlæggende mekanismer i det danske demokrati og den politiske styring sat ud af spil, såfremt fokusgrupper anvendes som en metode til at udforme og udvælge politiske beslutninger. Her er der naturligvis tale om den parlamentariske styringskæde, som vi har præsenteret i teoriafsnittet.

6.2.3 Konsekvenser i forhold til den parlamentariske styringskæde

Som beskrevet i teoriafsnittet består den parlamentariske styringskæde af et samspil mellem regeringen, administrationen, parlamentet og folket. De eksisterende relationer er: Mellem folket og parlamentet, mellem parlamentet og regeringen, mellem regeringen og administrationen og mellem administrationen og folket.

Som nævnt i teoriafsnittet, har relationen mellem regeringen og administrationen i høj grad relevans i forhold til genstandsfeltet i vores projektrapport. Embedsmændene har særlige kompetencer og ekspertviden på de områder de arbejder med. Og denne viden skal regeringsmedlemmerne, det vil sige ministrene, ifølge den parlamentariske styringskæde, udnytte. Administrationsdelen af kæden er et led, som skal understøtte og bidrage med viden til ministeriernes arbejde. Hvis ministrene, med deres respektive partier i spidsen, går til valg på konkrete valgløfter, udformet som *kontrakter* med vælgerne, bliver embedsmændenes arbejdsrum begrænset. Administrationen bliver ikke involveret i samme grad, hvis politikker eksempelvis bliver udført og formet på baggrund af blandt andet

fokusgruppeundersøgelser. Således nedprioriteres embedsstandens viden og råderum, til fordel for professionel politisk kommunikation, samt moderne markedsføring. Administrationen har til formål at hjælpe regeringen med implementeringen af lovgivningen, ved at bruge deres særlige kompetencer, som primært består af deres ekspertviden på det område de er ansat. De har således en større viden om den nuværende lovgivning, samt konsekvenser af kommende initiativer. Denne ekspertviden kan begrænses, og et centralt led i styringskæden risikeres udelukket. Venstres pressechef Mikkel Fauerholdt siger dog:

”Hvis der så kan komme sådan nogle fremmede kommunikationseksperter og fortælle, at hvis du lige gør sådan og sådan og giver det en bedre indpakning, altså ikke lave holdningen om, men lave din performance om, så kommunikerer du bedre med medierne. Så kan vælgerne også forstå og tage stilling. Så anser vi det, hvis man skal svinge det højt op et eller andet sted, en styrkelse af demokratiet da det forkorter vejen mellem politikere og vælgere, synes jeg.”

Fauerholdt argumenterer for, at den professionelle politiske kommunikation kan opfattes som mere demokratisk. Han bruger begrundelsen at politikerne lærer at kommunikere bedre med medierne. Det medfører at befolkningen har bedre mulighed for at forstå politikernes budskab, og derved øges befolkningens mulighed for at træffe det ”rigtige” valg ved stemmeafgivelse. Til gengæld øges afstanden



mellem politikerne og borgerne, i kraft af journalisternes redigerende rolle. Dette illustreres af Peter Bro i nedenstående figur (Jønsson m.fl. 2001: 40).

Figuren skal forstås således, at frem for tidligere, hvor folket og politikerne mødtes i forsamlingshuset, er der i dag ingen fælles agora, hvor de kan finde sammen i dialog med politikerne. Dette gør, at det kun er journalisterne, som formidler politik, og faren heri er, at journalisterne kan have modtaget historier, som er spinnat fra politikerne og med en særlig farvet vinkel på en given historie. Det gør, at borgerne ikke har kontrol med dagsordenen. Desuden beslutter journalisterne suverænt, hvad der er relevant at vide for borgerne om politik/fra den politiske arena.

6.2.4 Opsamling

Vi har således set, at partiernes brug af professionel politisk kommunikation både kan ses som en styrkelse og en svækkelse af det repræsentative demokrati. Ved brug af fokusgrupper er det kun netop denne gruppe af mennesker, der har indflydelse på politikerne og derved kan det tendere hen imod en form for direkte demokrati, som dog kun er gældende for den lille eksklusive gruppe. Denne eksklusive gruppe er ofte valgt ud fra, om de er vælgere med bestemte egenskaber og dermed er der en fare for, at mange forskellige minoriteter ikke bliver hørt, dette er en krænkelse af Dahls punkt ”ingen udelukkelse af voksne” samtidig med, at selve det repræsentative demokrati kan være i fare for at blive direkte demokrati. Der er andre, der mener, at brugen af fokusgrupper og meningsmålinger er en styrkelse af demokratiet, fordi der bliver hørt på hvad befolkningen synes. Vi mener dog ikke, at dette argument er holdbart, så længe fokusgrupper bliver brugt til at udvælge de emner, der skal tages op i medierne, altså de emner, der kommer ud til borgerne.

I forhold til den parlamentariske styringskæde mener vi også at kunne se et problem. Hvis fokusgrupperne har udvalgt nogle emner som politikerne bruger til at lave valgemner, der er udformet som kontrakter, giver dette embedsmændene problemer. Embedsmændene skal forsyne politikerne med viden, men noget af denne nye viden kan vise sig at gå tabt, hvis politikerne allerede har lavet en kontrakt om for eksempel ikke at røre ved efterlønnen.

Således kan brugen af professionel politisk kommunikation, særlig brugen af fokusgrupper og kontrakter, tænkes at have en negativ konsekvens for Dahls punkt ”ingen udelukkelse af voksne”, samt for kriteriet ”repræsentativt demokrati”,

desuden er der risiko for, at leddet mellem regeringen og administrationen bliver svækket.

6.3 Mulighed for alternative informationskilder

Et af kriterierne for det ideelle demokrati er, ifølge Dahl, at borgerne skal have adgang til andre kilder end magthavernes og disse alternative kilder skal være beskyttede. I det følgende afsnit vil vi diskutere om nogle af følgerne af den øgede professionelle politiske kommunikation, kan påvirke kravet om adgang og beskyttelse af de alternative kilder. Desuden vil vi komme ind på hvilke ændringer i det moderne samfund, der kan tænkes at påvirke dette krav.

6.3.1 Den ændrede kommunikation

Et af redskaberne i den professionelle politiske kommunikation er spin. Politikernes kommunikationsrådgivere har lært sig, hvordan en holdning skal fremføres således, at vælgerne forstår det budskab, politikerne vil have frem. Dette kan gøres ved at simplificere komplekse, politiske budskaber og dermed gøre det nemmere for borgerne at forstå og dermed forholde sig til de politiske emner. Ud fra denne sondring kan man påstå, at professionel politisk kommunikation er en fordel for demokratiet; borgerne har nemmere ved at forstå, hvad politikerne vil og er derfor bedre i stand til at kunne tage stilling til, om de er enige med politikerne eller ej. Dette lyder umiddelbart som en styrkelse af demokratiet, da flere borgere har mulighed for at forstå, hvad politikerne mener og således er der flere, der har mulighed for at deltage i de demokratiske processer.

Problemet opstår i tilfælde af, at redskabet spin misbruges. Dette kan blandt andet ske, hvis et parti begynder at lave skræmmekampagner mod et oppositionsparti eller andre organisationer/grupper i samfundet. Ved skræmmekampagner sørger partiet for, at deres politiske modstandere kommer til at stå i dårligt lys, og dermed risikerer modstanderen at komme til at stå i en position, hvor denne ikke kan komme frem med sine budskaber eller at budskaberne ikke bliver taget alvorligt. Således bliver beskyttelsen af alternative informationskilder ikke opretholdt, sådan som Dahl kræver det. Kravet opstilles for at sikre borgernes mulighed for at indsamle forskellige politiske synspunkter, og derefter danne deres egen holdning, ud fra

forskellige inputs. Problemet opstår, hvis de inputs borgerne indsamler, er blevet fordrejet af en tredje part, som muligvis ikke optræder direkte som en synlig aktør.

6.3.2 Kommunikation i kulissen

I kulisserne findes der aktører med særlige egeninteresser, som kan udtale sig negativt om et givet parti for at fremme chancerne hos et andet. Dermed kommer borgerne til at bygge deres politiske meningsdannelser på et falsk grundlag. Borgerne har dog ikke mulighed for at gennemskue dette, på grund af den øgede brug af spin, da det kan være svært at se hvem afsenderen er.

Denne argumentation kan selvfølgelig diskuteres, da der ifølge Dahl skal være alternative og uafhængige kilder, som skal være beskyttet af loven, for derved at sikre retten til at borgene har mulighed for selv at danne en politisk holdning (Dahl 1999: 70). Problemet med skræmmekampagner og anden slags spin er, at borgerne ikke kan se, hvem der står bag disse kilder. Det gør det svært at gennemskue, hvilke politiske intentioner afsenderen kunne have. Borgerne kan have svært ved at få indsigt i, hvem der prøver at påvirke deres politiske holdninger, de kan således have problemer med at identificere afsenderen. Selvom politikerne kun benyttede sig af spin og skræmmekampagner, måtte man alligevel betragte dette som en udfordring for adgangen og beskyttelsen af alternative kilder, men som tidligere nævnt kan det være svært for borgeren at gennemskue disse metoder. Kilderne skal derfor, ifølge Dahl, være beskyttet og der skal være fri adgang til dem (Dahl 1999: 70).

Man kan således ikke sætte sin lid til, at alle borgere har overskud og er reflekterede nok til selv både at opsøge og tjekke alternative kilder. Dette skyldes ikke kun at nogle borgere har flere ressourcer til rådighed end andre, det skyldes også det moderne samfunds refleksivitet.

Individerne i det moderne samfund reflekterer dagligt over alle de valg det skal tage, således også over de politiske problemstillinger som de bliver præsenteret for. Hver gang et politisk udspil bliver taget op i medierne, må det enkelte individ søge at opnå en indsigt og på baggrund af denne, tage stilling til udspillet. Derved burde skræmmekampagner og kontraktspolitik ikke kunne slå igennem som accepteret kommunikationsform, da denne forenkede måde at komme ud med sit budskab på, samtidig efterlader en masse ubesvarede spørgsmål om, hvordan forslaget påvirker resten af samfundet. Individerne burde, grundet den iboende refleksivitet, kræve en dybere og mere omfattende politisk information, samt være i stand til selv at hente

alternativ information, så de ville have mulighed for at kunne tage stilling ud fra et velovervejede grundlag. Således burde moderne, reflekterede individer ikke acceptere de forenkede budskaber, som den professionelle politiske kommunikation er skaber af.

6.3.3 Den politiske arena som ekspertssystem

Grunden til at professionaliseringen af den politiske kommunikation alligevel er blevet accepteret hos individerne er, at det politiske system er yderst komplekst. Ekspertsystemet er hele det moderne politiske system, hvor de folkevalgte politikere er nødsaget til at benytte sig af eksperter, for at kunne overskue de mulige konsekvenser af den førte politik. Derved bliver embedsmændene til de egentlige eksperter, da det er dem der i højere grad har overblikket og kompetencer inden for de forskellige politiske felter. Således mister individerne følingen med, hvad der ligger bag den egentlige politik, når den bliver fremført af en politiker. Individernes evne til opnå indsigt i hvilke kilder der er alternative, forringes. Således bliver det sværere at identificere de kilder, der kan være spinnede af en ikke-synlig aktør, for eksempel i form af en presserådgiver. Dermed kan man sige at hele den moderne politiske struktur kan hindre, at individerne har adgang til beskyttede alternative kilder, simpelthen fordi individerne ikke er i stand til at følge med i det politiske spil.

Når borgerne således, via det politiske ekspertssystem, har mistet overblikket er der, ifølge Giddens, en tendens til at de "hopper med på samme vogn"(Giddens 1999: 120), de begynder altså at danne holdninger ud fra de politiske budskaber der bliver serveret for dem, fordi de ikke overvejer muligheden for alternativ information.

6.3.4 Opsamling

Kravet om adgang til beskyttede alternative kilder bliver påvirket af mange forskellige faktorer blandt andet følgerne af den professionelle politiske kommunikation, samt følgerne af ekspertsystemet.

Borgerne er ikke i stand til at skelne mellem hvilke budskaber der er sendt direkte fra partiet, og hvilke budskaber der har fået ændret indpakning. Derudover kan det være svært at skelne skræmmekampagner fra partiets egne budskaber.

I moderniteten er der blevet skabt et politisk system, der er præget af eksperter i en sådan grad, at det sætter individet ud på sidelinien. Individet er, på trods af dets

iboende refleksivitet, ikke i stand til at kunne deltage kritisk eller aktivt i det politiske ekspertsystem, og er derved ikke i stand til at gennemskue, om der er nogen alternative kilder, som bliver skjult i partiernes spin. Dermed må man sige, at professionel politisk kommunikation, såvel som det modernes samfunds politiske ekspertsystemer, er problematisk i forhold til at sikre adgangen til og beskyttelsen af alternative kilder.

6.4 Kontrol med dagsordenen

Ifølge Robert Dahls demokratiteori skal borgerne have mulighed for at styre, hvilke sager der bliver sat på dagsordenen. I dette afsnit præsenteres, hvorfor det ikke altid er muligt for borgerne at have indflydelse på, hvilke sager, der bliver debatteret i den offentlige sfære. Det skal dog fastslås, at det danske repræsentative demokrati ikke er i decideret fare for, at dagsordenen vil blive styret fra politisk hånd således, at alternative kilder ikke vil komme til orde, men der vil blive påvist nogle elementer, hvor vi anskuer Dahls punkt; ”kontrol med dagsordenen” som forsøgt udhulet ved hjælp af den professionelle politiske kommunikation.

6.4.1 At sætte en dagsorden

Der eksisterer en fare for, at det kun er såkaldte vindersager, som tages op på dagsordenen. Hermed menes der, at der ikke debatteres eksempelvis, hvordan et forslag om flere penge til børnefamilierne skal finansieres. Generelt en manglende diskussion om slagsiden ved egne forslag, hvilket er en fare for den offentlige debat, fordi ingen politikere tør pege på de dårligere sider ved egne forslag. Et eksempel på et emne, som eventuelt kunne mangle belysning fra politisk hånd, er hvis der skal udarbejdes større økonomiske reformer, fordi det sjældent er populært hos vælgerne, hvorfor politikerne afholder sig fra at debattere emnet. Heri vil det være besværligt at kontrollere dagsordenen for borgerne, fordi medierådgiverne og politikerne primært fremfører vindersager.

Professionel politisk kommunikation handler blandt andet om at kunne sætte dagsordenen, eller i hvert fald præge, hvad der diskuteres. Ved at kunne sætte dagsordenen udelukker professionel politisk kommunikation mulighederne for, at borgerne selv kan øve indflydelse på hvilke emner, der debatteres. Men omvendt er

det ikke muligt fuldstændig at kontrollere dagsordenen i Danmark, hvilket Nina Juhl Østergård ligeledes slog fast. Hun påpegede, at forholdet mellem Socialdemokraterne og De Radikale – og især deres indbyrdes stridigheder omhandlende udlændingepolitik – ikke er et emne som Socialdemokraterne ønsker at pryde forsiderne med, men det er ikke desto mindre svært for dem at afholde emnet fra dagsordenen. Blandt andet, fordi det er et emne, som regeringspartierne finder fordelagtigt at debattere jævnlige. Nedenstående er et eksempel på kompleksiteten i form af et citat fra Nina Østergaard:

”Altså, vi er jo også dybt afhængige af dem, og de har jo i sidste ende retten til at sige det køber vi og det køber vi ikke. De kan jo altid gå ind til Venstre i deres tilsvarende presseafdeling og få det fra den anden side.”

Fokusgrupper er et af de moderne kommunikationsredskaber, som kan være med til at præge dagsordenen, fordi der i disse grupper kan tages emner op, som vil blive yderligere diskuteret i den offentlige sfære. Med andre ord, kan fokusgrupper som tidligere nævnt være en styrkelse af demokratiet. For at ekspliciterer det, bliver der i fokusgrupper lyttet til de mennesker, som sidder i dem, det giver borgerne mere indflydelse end de ellers ville have haft.

Rosenkrands skriver, at gennem spin kan ressourcestærke partier/personer underminere de svages chance for at komme til orde. Dette er en klar underminering af borgernes kontrol med dagsordenen, da det kun er de ressourcestærke borgere med forstand på kommunikation, der får mulighed for at influere dagsordenen. Karsten Madsen påpeger i forlængelse heraf, at hele debatten faktisk burde reetableres de steder, hvor folk færdes og samles – forsamlingshuse, højskoler, fagforeninger, partiforeninger, arbejdspladser, organisationer etc. – hvis demokratiet og den politiske debat skal tilbage på rette spor.

Samtidigt kan den store brug af fokusgrupper også underminere borgernes indflydelse på dagsordenen, da politikerne kan vælge at basere alle deres beslutninger på disse fokusgrupper, der ofte ikke er repræsentativt udvalgt, men udvalgt fra de befolkningsgrupper, der er mest interessante set ud fra politikerens vælgerskare. Fokusgrupper vil oftest være baseret på vælgere, som ikke står fast ved samme parti valg efter valg, men derimod på vælgere, som ikke er fast besluttet på, hvilket parti eller person de vil støtte ved et valg. Det vil ofte være vælgere, som

svinger mellem eksempelvis de forskellige regeringer og deres støttepartier, hvorfor de er yderst interessante for de partier, som ønsker at opnå regeringsmagten at vinde.

6.4.2 Komplexiteten for befolkningen i forbindelse med kontrol af dagsordenen

Den facon, hvorpå politikernes medierådgivere serverer historier til journalisterne og hermed forsøger at præge dagsordenen, er ligeledes med til at give dem gradvis øget kontrol med dagsordenen. Dette sker ved, at medierådgiveren forsøger at få en vinkel på en givet historie, som er mest fordelagtig for sin arbejdsgiver – altså han spinner – og på den måde kan spinnets påvirke Dahls punkt; ”kontrol med dagsordenen”. I en konstant søgning efter at påvirke og opnå en grad af kontrol med dagsordenen, undermineres borgernes kontrol med dagsordenen, fordi de emner, som optages på dagsordenen, ikke har mulighed for at blive diskuteret i et bredere forum. Det både ødelægger journalisternes uvildighed og gør det svært for alternative vinkler at komme frem i debatten. Mikkel Fauerholdt formulerer det således:

”Tag nu eksemplet i dag, hele morgenens mediebillede var fyldt med regeringens integrationspakke. Det er så at tage kontakt til forskellige journalister samt TV og radiostationer og få det løftet ind, så det er vores dagsorden, der præger starten på dagen og så kommer pressemødet og i løbet af eftermiddagen svarer oppositionen lidt igen og lur mig, i aften er det stadig på TV sammen med reaktioner fra oppositionen.”

Eksemplet Fauerholdt fremfører, er et klassisk eksempel på, hvordan Venstre forsøger at præge dagsordenen fra dagens start, hvorfor det bliver problematisk for andre aktører at præge dagsordenen, hvis medierne godtager historien og viderebringer den i deres medie.

Ifølge Giddens kan almindelige mennesker – i den sammenhæng vi opnår kendskab til et ekspertsystem, er vi alle almindelige mennesker – ikke opnå ordentlig indsigt i ekspertsystemer og hermed den politiske sfære. Endvidere påpeger Giddens, at borgerne ikke har mulighed for at indtræde på beslutningsarenaen, hvor beslutninger med almen gyldighed for hele befolkningen træffes; dvs. den politiske arena. I den politiske sfære, er der i høj grad mulighed for at præge dagsordenen for de, som er en del af dette ekspertsystem, men i og med dette felt, med Giddens’ optik, kan betragtes som et ekspertsystem, er det ikke muligt i særlig høj grad at

præge, endsige kontrollere, dagsordenen for den almene befolkning. Dette udmønter sig i stedet i, at borgerne, på grund af det politiske felts kompleksitet og svære tilgængelighed, har en tendens til at acceptere mere let forståelige budskaber, som er en konsekvens af den højere grad af kontrakttænkning og spin og i denne sammenhæng er der faktorer, som peger hen imod at folk hopper med på samme vogn – Jagannathvognen i Giddens sprog. Borgerne føler sig ikke i stand til at sætte sig ind i alle de komplekse problemstillinger, som konstant tages op i det politiske felt, hvorfor de bruger deres kræfter andetsteds. Hermed er vi på ny ved refleksiviteten, fordi de, ifølge Giddens, i stedet ser selvet som et refleksivt projekt, og vil ”skrive deres egen biografi”, det vil sige at individet gerne vil styre alle aspekter af deres liv. I en ekstrem form kan dette føre til en stigende narcissisme hos individet. Som et positivt aspekt kan det dog også føre til et højere aktivitetsniveau i eksempelvis sociale bevægelser.

6.4.3 Opsamling

Mange af de sager, som tages op fra politisk hånd, er såkaldte vindere, som ikke viser slagsiden ved egne forslag og hermed kan det være en fare for demokratiet, hvis eksempelvis større økonomiske reformer ikke bliver diskuteret fra politisk hånd.

Opnåelse af kontrol med dagsordenen, er i et demokrati som det danske, ikke en reel mulighed; men ikke desto mindre forsøger politikere og deres medierådgivere en opnåelse af dette. Fauerholdt fra Venstre udtalte, hvorledes de allerede fra morgenstunden forsøgte at etablere en dagsorden, mens Nina Juhl Østergård fra Socialdemokraterne pegede på, hvor svært det var for dem at kontrollere dagsordenen, fordi et andet parti blot kunne tage emnet op, hvis de måtte have en modsatrettet interesse.

Der findes alligevel eksempler på, at den stigende brug af professionel politisk kommunikation, herunder især brug af fokusgrupper samt spin, er et forsøg på at opnå en vis kontrol med dagsordenen. Brugen af fokusgrupper kan for de få borgere, som deltager i disse være en fordel, og hermed kan de opnå en grad af kontrol med dagsordenen, hvis deres specifikke emner tages op. Men for de mange borgere, der ikke er en interessant målgruppe for partiernes fokusgrupper, kan det være yderst besværligt at opnå en kontrol med dagsordenen. Derimod kan borgernes holdninger negligeres, hvis ikke de kan være medvirkende til, at eksempelvis Venstre vinder regeringsmagten. Desuden er den politiske arena et komplekst ekspertsystem,

hvorfor det for det enkelte individ ikke er muligt at opnå fuldstændig forståelse for de beslutninger og udspil, som finder sted i dette felt. Arenaen, hvor de vigtigste beslutninger træffes, er for omfattende og kompleks at forstå for individet, men det er samtidig denne arena, som i høj grad er dagsordensættende. Dette gør, at borgerne reelt ikke har særlig gode muligheder for at opnå kontrol med dagsordenen, og derfor kan individet i det moderne samfund i høj grad betragtes som et refleksivt projekt, hvor det bliver mere interessant at ”skrive sin egen biografi”.

7 Konklusion

Vi kan konkludere, at der både er positive og negative aspekter ved den øgede professionelle politiske kommunikation og i forlængelse af dette både positive og negative konsekvenser i forhold til det danske repræsentative demokrati. Inden vi påbegyndte analysen, undersøgte vi, igennem en stikprøveundersøgelse, hvorvidt tendensen fra folketingsvalget 2001, omkring kontraktpolitikens påvirkning af befolkningens valg, fortsatte ved folketingsvalget i 2005. Vi fandt frem til, igennem både sekundær litteratur samt denne stikprøveundersøgelse, at dette *er* tilfældet.

Som vi har afdækket i analysen, er en af de negative konsekvenser ved professionaliseringen af den politiske kommunikation, at der er en tendens hen imod mere direkte demokrati. Dette er en konsekvens af, at politikere i øget grad begrundes deres valg af temaer ud fra fokusgrupper. Som argumenteret i analysen er fokusgrupper ikke repræsentative og derfor kan vi konkludere, at den øgede brug af fokusgrupper kan føre det danske demokrati i en retning, der peger mere imod direkte demokrati.

Det faktum, at fokusgrupper ikke er repræsentativt udvalgt, kan føre til, at der kan ske en udelukkelse af de voksne borgere, der ikke bliver udvalgt til at deltage i fokusgruppepopulationen. Dette bringer Dahls punkt om ”udelukkelse af voksne” i fare i og med, at der ikke må udelukkes voksne fra den demokratiske deltagelse. Et positivt aspekt ved fokusgrupper er dog, at de borgere, der *er* udvalgt til at deltage i fokusgruppen får større mulighed for at blive hørt. Vi mener dog ikke, at dette positive aspekt kan opveje for ulemperne ved brugen af fokusgrupper, idet repræsentativiteten sættes ud af spil. Særligt i tilfælde af, at fokusgruppeundersøgelsen får betydning for et konkret politisk udspil.

En anden konsekvens er muligheden for, at embedsmændenes ekspertise kan blive negligeret. I tilfælde af, at politikerne bygger den førte kontraktpolitik på snævre kontrakter, bliver embedsmændenes handlefelt stærkt begrænset.

Det politiske system er et ekspertsystem, således er det ikke muligt for individet at forstå andet end de simplificerede budskaber som medierådgiverne forsyner politikerne med. En eller anden form for professionel kommunikationsrådgivning, er en nødvendighed, hvis individet skal kunne forstå de komplekse politiske udspil. Det må dog pointeres, at kommunikationen til vælgerne ikke nødvendigvis behøver at

være igennem kontrakter, men den skal stadig være simplificeret, da vælgerne ellers ikke kan forstå den.

Retten til adgang til beskyttede, alternative kilder, er ifølge Dahl et nødvendigt kriterium for et ideelt demokrati. Dette kriterium kan komme i fare ved brugen af professionel politisk kommunikation, idet der eksempelvis kan leveres ”indpakkede” historier af partiernes medierådgivere og der ved denne mekanisme, kan manipuleres med kilderne. Som diskuteret i analysen kan skræmmekampagner, spin og andet professionel politisk kommunikation resultere i, at borgerne bliver vildledt. De kan have svært ved at skelne mellem budskaberne, idet de ikke kan identificere afsenderen. Derfor har borgerne ikke nogen reel mulighed for at gennemskue de politiske budskaber og deres konsekvenser. En af årsagerne til, at spin og skræmmekampagner kan blive brugt af politikerne, uden at individerne protesterer, kan skyldes, at det politiske system er meget komplekst. Borgerne har svært ved at gennemskue systemet og vælger derfor at følge trop på de politiske områder. De vælger i stedet at bruge deres ressourcer på selvrefleksion.

Dahls punkt; ”kontrol med dagsordenen”, omhandler aktørers muligheder for kontrol med dagsordenen. Nogle enkelte dominerende aktører kan via professionel politisk kommunikation formå at prime og kontrollere den politiske dagsorden, således, at andre aktører kan have svært ved at komme til orde.

En anden konsekvens er, at det politiske system bærer præg af at være et ekspertsystem, som individerne ikke har mulighed for at deltage i. Dette skyldes, at ekspertsystemet er komplekst og dermed kan det være svært for individet at forstå. Det kan resultere i, at det stort set umuligt for den almindelige borger at påvirke dagordenen.

Vi kan således konkludere, at elementer af professionaliseringen af den politiske kommunikation, kan få konsekvenser for; ”Udelukkelse af voksne”, ”kontrol med dagsordenen”, ”mulighed for alternative kilder”, ”begrundet indsigt”, gennemskuelighed og repræsentativitet. Vi har igennem projektet fremhævet både negative og positive konsekvenser ved professionaliseringen af den politiske kommunikation, i forhold til det repræsentative demokrati. Vi har problematiseret, at denne professionalisering, på trods af de få positive aspekter, primært kan få negative konsekvenser for det repræsentative demokrati. Særligt når de politiske budskaber spindes af medierådgiverne, når budskaberne indpakkes så de er svært gennemskuelige for borgeren, og afsenderen ikke er synlig, samt problemet, at

langsigtede konsekvenser nedprioriteres ved kontraktspolitik. Endelig er der en fare for, at eksempelvis større økonomiske udspil ikke debatteres af politikerne, fordi det ikke er en vindesak hos borgerne. Ved hjælp af den professionelle politiske kommunikation simplificeres budskaberne i nogle tilfælde så meget, fordi politikerne ikke har tid til på deres 30 sekunder at forklare mere negative aspekter af deres forslag; for eksempel, hvordan et givent forslag skal finansieres. Kort sagt: slagsiden ved egne forslag kommer ikke frem i lyset.

7.1 Perspektivering

I vores perspektivering vil vi kort reflektere over vores projektrapports begrænsninger. Derefter vil vi kort diskutere behovet for at der bliver opstillet nogle etiske retningslinier, der kan guide medierådgivere, såvel som politikere og borgere, i forståelsen af øgede professionelle politiske kommunikation. Til sidst vil vi flygtigt kaste et blik på udviklingen i England, hvor professionel politisk kommunikation har været almindeligt brugt, i længere tid end i Danmark.

Den primære begrænsning i projektet er, at vi har udeladt at behandle medierne og deres rolle i relationen mellem politikere og borgere. Jønsson argumenterer for at der i den professionelle politiske kommunikation er tre bærende ben; politikere, borgere og medier, men vi har hverken, som forklaret i afgrænsningen, forklaret eller analyseret mediernes rolle i projektrapporten. Vi er således opmærksomme på at konklusionen har begrænsninger. I forhold til vores tilegnelse af ny viden er vi opmærksomme på, at vi hele tiden udvikler vores forforståelse i dialog med vores genstandsfelt. Således havde vi en fordom om, at professionaliseringen af den politiske kommunikation altid var af det onde, og dermed udelukkende havde negative konsekvenser i forhold til det danske repræsentative demokrati. Men i processen blev vi i gennem litteratur – især bogen ”Professionel politisk kommunikation” – opmærksomme på, at konsekvenserne ikke udelukkende var negative for demokratiet. Dermed satte vi vores forforståelse i spil, og fik et nyt og samtidig mere nuanceret syn på vores genstandsfelt. Et andet element trådte ligeledes frem i løbet af projektet: mediernes relativt store rolle i den professionelle politiske kommunikation.

Medierne betegnes som nævnt som et af de tre bærende ben i professionaliseringen af den politiske kommunikation, og en del af vores litteratur har behandlet denne rolle. Førhen var debatten i forsamlingshuset livlig og inspirerende, men blandt andet på grund af den dalende politiske aktivitet er der ikke et fælles mødested i det offentlige rum, hvor politikere og borgere kan danne konsensus om politiske spørgsmål. Medierne er stort set de eneste formidlere af politik, og har derfor en betydelig magt i forbindelse med hvilke emner, som tages op på dagsordenen. Det vil sige at medierne har en funktion som gatekeepers, hvor de vurderer hvilke historier, som kan sælges videre til læserne. Som Nina Juhl Østergård siger, er der perioder hvor Socialdemokraternes historier ikke kan sælges, fordi de er ikke interessante nok. Medierne er i høj grad suveræne og vælger, hvilke historier de tror der sælger bedst, og som de hermed vil videreformidle til læserne/seerne. Men det går også den anden vej; medierne har en agendasettende funktion, hvor de kan forsøge at sætte en sag på dagsordenen som de mener, der skal gøres noget ved fra politisk hånd. Eksempelvis kan det være, at en avis fokuserer meget på hård kriminalitet, og andre medier tager sagen op og efter kort tid kører den i mange forskellige medier. Resultatet af dette er ofte, at medierne på folkets vegne kræver en reaktion fra politikerne. Det vil sige en lovgivning. Kort sagt: medierne agerer og politikerne reagerer.

Medierne har altså en stor formidlings rolle og dermed også en stor magt i forhold til at bestemme hvilke historier der bliver bragt, men med denne magt burde der også følge et ansvar. En måde man kunne prøve at sørge for at den professionelle politiske kommunikation ikke havde nogle negative konsekvenser på demokratiet, kunne være at udarbejde nogle etiske regler for hvordan medierne, politikere og borgere skulle forholde sig til den øgede professionalisering. Byager forslår eksempel at borgerne altid skal kunne se hvem afsenderen på historierne er, og dertil kunne man, for eksempel, uddybe med, at borgerne altid skulle kunne se de politiske udspil bagside, altså konteksten, samt at papegøjemetoden blev gjort uetisk, således at journalister altid kunne spørge kritisk ind til emne, uden blot at få det samme svar igen og igen. Derudover kunne man tænke sig yderligere retningslinier, der ville gøre at borgeren bedre kunne stole på den information, han/hun fik igennem medierne Hvis disse etiske retningslinier blev, enten, til en del af den almindelig konsensus, eller, til lov, ville en hel del af de demokratiske problemer vedrørende den øgede professionalisme, som vi har behandlet i projektrapporten, være løst.

Vi har, i løbet af projektrapporten, kort været lidt inde på situationen i England, som i længere tid har kendt til professionel politisk kommunikation og hvor meget af det politiske liv bliver styret af spin. Vi ser situationen i England som en form for worst-case – udvikling af den nuværende situation i Danmark. Blair og hans regering har i høj grad brugt spin, fokusgrupper, meningsmålinger og så videre, men ikke kun til at finde populære og tillidsvækkende emner, eller som hjælp til at lave brugbare kampagner. Blair har også i nogle tilfælde lade fokusgrupper og meningsmålinger bestemme hvordan New Labours politik skulle være, jf. yacht-episoden, og dermed er det repræsentative demokrati i fare. Det eneste positive vi kan se med udviklingen i England er, at befolkningen er blevet godt træt, at de ikke kan se forskel på fakta og spin.

“To a large extent, therefore, Britain is disappointed with Mr Blair and New Labour simply because it is tired of the party’s remorseless, pathological, high-pressure salesmanship” (Economist 5. maj 2005).

“Groucho Marx once famously observed, “The secret of success is sincerity. Once you can fake that, you’ve got it made.” Mr Blair faked it too much, and got found out. But in a way, justice is served: now, even when he really is sincere, he is assumed to be faking it” (Economist 5. maj 2005).

Englænderne føler altså ikke tillid til Blair, de er blevet bevidste om tilstedeværelsen af den professionelle politiske kommunikation, men de kan stadig ikke gennemskue hvornår det er spin og, hvornår det ikke er.

Måske er englænderne på denne måde ved at gøre op med de negative konsekvenser, der er forbundet med professionel politisk kommunikation. Konsensusen er ved at ændre sig til, at det ikke er i orden at ”snyde” borgerne på den måde. Måske er dette første trin på vejen til nogle egentlige etiske retningslinier, skrevne eller uskrevne, hvor politikerne, borgere og medier alle er enige om, hvad man kan tillade sig, således at det bliver accepteret af alle når det handler om formidling af politiske budskaber.

9 Litteraturliste

- Andersen, I.** (2002) *Den skinbarlige virkelighed – videnskabsproduktion indenfor samfundsvidenskaberne*, forlaget Samfundslitteratur.
- Bille, L. & Elklit J.** (2003) *Partiernes medlemmer* Århus Universitetsforlag, Århus.
- Bogason, P.** (2003) *Forvaltning og stat* Systime, Århus.
- Boolsen, M. W.** (2004) *Fra spørgeskema til statistisk analyse* C. A. Reitzels Forlag. Kapitel 2-5.
- Dahl, R. A.** (1999) *Om Demokrati* Nyt Nordisk Forlag.
- Dunleavy, P. & O’Leary, B.** (1987) *Theories of the state* Macmillan Press. Kapitel 4
- Economist** (2005) *The strange tale of Tony Blair* 5. maj 2005, ukendt forfatter, The Economist.
- Giddens, A.** (1997) *Modernitetens konsekvenser*. Hans Reitzels Forlag, København.
- Guldbrandsen, Christoffer** (2005) *Lykketoft finale*, film.
- Hansen, Hansen & Qvist** (2000) *Samfundslæx* Gyldendal, København.
- Hansen, Löb** (2002) *Gyldendals leksikon*, side 291.
- Hjarvad S.** (1995) *Nyhedsmediernes rolle i det politiske demokrati*. Rapport Udgivet af Medieudvalget, Statsministeriet.
- Jakobsen, U** (1999) *Demokratisering –begreber, teorier og processer* i Jakobsen & Kelstrup (Eds.) ”Demokrati og demokratisering: begreber og teorier, Forlaget Politiske Studier, s. 139-209.
- Jensen, Henrik R.,** (2005) *Kompendium til kvantitativ metode II*, Roskilde Universitetscenter, side 18-21.
- Jønsson, R., Nielsen R. og Borch, C.** (2001) *Professionaliseringen af den politiske kommunikation* Labcom litteratur.
- Jønsson, R.** (2002) *Professionel politisk kommunikation –Et studie af 20 dages valgkamp* Akademisk Forlag, København.
- Jønsson, R.** (2004) *Partiernes kommunikationsressourcer og strategier frem mod næste valg*, analyse for Ugebrevet A4, 15. marts 2004, nr. 5.
- Kaspersen, L. B.** (2000) *Anthony Giddens* i Andersen & Kaspersen (Eds.) „Klassisk og moderne samfundsteori“, Hans Reitzels Forlag, København, kapitel 24.
- Kvale, S.** (1994) *Interview -En introduktion til det kvalitative forskningsinterview* Hans Reitzels Forlag, København.

Launsø, L. & Rieper O. (1993) *Forskning om og med mennesker* -kapitel 2. Nyt nordiske forlag.

Olsen, P. B. & Pedersen K. (2003) *Problemorienteret projektarbejde –En værktøjsbog* Roskilde Universitets Forlag, Frederiksberg.

Olsen, P. B. og Fuglsang, L. (Eds.) (2004) *Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne. På tværs af fagkulturer og paradigmer* Samfundslitteratur.

Redington, N. (2004) *Farvel til politisk uskyld* i Ugebrevet A4, 15. marts 2005, nr. 5.

Redington, N. (2004) *Pas på spindoktorens skyggesider* i Ugebrevet A4, 15. marts 2005, nr. 5.

Rosenkrands, J. (2004) *Politisk spin –en kur med bivirkninger* i Retorikmagasinet, nr. 52, juni 2004, p. 24-25.

Thagaard, T. (2004) *Systematik og indlevelse –En indføring i kvalitativ metode* Akademisk Forlag, København.

Venstre, Danmarks liberale parti (1995) *Principprogram: mennesker frem for systemet*, hentet fra www.Venstre.dk d. 15. februar 2005.

10 Bilag

10.1 Bilag til spørgeskema

kontrakt gennemsnit køn		
Køn	Gennemsnit af kontrakt spørgsmål	Antal
K	3,49	56
M	3,44	44

Table 1.3 Andele af henholdsvis kvinder og mænd der lader sig påvirke af kontraktspolitik

kontrakt gennemsnit land-by		
Land-By	Gennemsnit af kontrakt spørgsmål	Antal
By	3,46	50

kontrakt gennemsnit land-by		
Land-By	Gennemsnit af kontrakt spørgsmål	Antal
Land	3,47	50

Table 1.4 Andelen af henholdsvis by og land beboere der lader sig påvirke af kontraktspolitik

10.2 Skabelon til interviewene

1. Hvad er din uddannelsesmæssige baggrund? Hvad er din jobbeskrivelse? Hvad er en pressechef rolle? Hvor tæt på partiledelsen er du?
2. Hvordan valgte i jeres valgløfter ved sidste valg? Er det ud fra ideologisk tankegang (dvs. partiets ønsker for, hvordan samfundets indretning ideelt set burde se ud) eller ud fra vælgernes ønsker at i fremsætter valgløfterne? Hvorfor har i valgt stemmer det overens med Venstres ideologiske grundholdning?
3. Hvordan er presseafdelingens forhold til Christiansborg journalisterne? Hvordan vil du beskrive det indbyrdes magtforhold? Kan man forestille sig, at I "sælger" jeres historier til journalisterne? Vi har fået fortalt eksempler på, at historier udleveres til journalisterne, er det så forkert? Hvad mener du om det ulige magtforhold imellem jer? Er det problematisk?
4. Hvordan får i sat dagsordenen med de emner i føler er centrale? Formår i at holde visse emner ude? Er det problematisk, at det i en vis udstrækning er partiernes pressefolk, der bestemmer hvilke emner befolkningen hører om i medierne?
5. Hvordan reklamerer i for partiet? Hvilke metoder bruger i til at se om jeres reklamer virker? Benytter i fokusgrupper til denne evaluering? Hvordan udvælges disse fokusgrupper? Det virker som om i baserer meget af jeres politik på vælgernes ønsker, hvordan vil du vurdere at det har indflydelse på det repræsentative demokrati? Eksempel: Hvis vi tager et kig på England og New Labour, kan man da sige at Venstre bevæger sig i samme retning? De var forgangsmænd for brugen af

Spin og vi ved at Fogh var på studietur hos Tony Blair. Har I brugt samme metoder som New Labour? Kan man da forestille sig, at det også kan give bagslag, som det har gjort i England?

6. Hvordan kan det være at der ligges så stor vægt på enkeltpersoner i nutidens politik? Har det ændret afdelingens og din rolle? Har en stigende interesse for enkeltpersoner været med til at ændre på måden i fremstiller partiet på?

10.3 Interview

10.3.1 Interview med Nina Juhl Østergård og Morten Nielsen fra Socialdemokraternes pressekorps

Nina: Vi har nok holdt os lidt fra det (kontraktspolitik, vores indskydelse), netop fordi man binder så meget.

Kim: ja, men hvad tænker du på med efterlønssagen?

Nina: Udstede en garanti om, at der ikke bliver rørt ved efterlønnen, men så finder man ud af, at det er nødvendigt. Det skal man. Det med skattestoppet det er jo virkelig en kontrakt, det er så hæmmende for det politiske arbejde.

Morten: og meget rigtigt ikke? De her kontrakter de er jo enormt bindende, de lammer enhver politisk handlekraft, og der skal man også se på, hvor kontraktpolitikken kommer fra. Den er opfundet af Giddens og Blair og den tredje vej, men det politiske system de bygger det på det er jo et system, hvor man har absolut flertal, og så er det også – et eller andet sted – mere legitimt at lave en kontrakt med vælgerne. Jamen, jeg har flertallet og jeg vil gøre sådan. Men man kan sige, at kontraktpolitikken i sin grundopbygning er i fuldstændig modstrid med alt hvad det danske parlamentariske system har bygget på tidligere, fordi det netop altid er bygget på kompromiser. På forhandlinger på tværs af midten og det har det altid gjort, uanset hvem der har været ved magten. Så er det rykket lidt til højre eller lidt til Venstre, men det har altid ligget på sådan en pæn blød midterkurs, og dér betyder kontraktpolitikken uvægerligt et brud med den der, fordi at man fx med skattestoppet kommer med en så fundamental firkantet melding på noget, som gør at du ikke kan lave de der bløde forlig på tværs af midten, ikke. Så tror jeg det er enormt vigtigt at huske, hvor det kommer fra i den sammenhæng

Nina: men man kan også her har den jo ført mere blokpolitik med sig. Vi har to blokke, der står og bokser mod hinanden ikke. Jeg ved ikke om I har læst aviser i dag, eller...?

Gruppen samstemmende: nej.

Nina: jeg vil lige vise jer i den forbindelse. Den der (vi bliver vist artiklen "S klar til skattestop" i dagbladet Information fredag den 6/ 4 2005), den kommer nok til at gippe lidt rundt omkring, men det er jo en konsekvens af, at der er lavet den her kontrakt og vælgerne har sagt den vil de gerne have, så hvis vi på nogen måde skal ind og have indflydelse på finanslovsforhandlinger. Nu har vi prøvet fire gange at sidde udenfor, så bliver du nødt til at acceptere der er noget, der hedder skattestop

Thomas: i den sidste valgkampagne der begyndte I jo også at basere det mere på kontraktpolitik ved at stille nogle faste punkter op. Var det for at kunne matche Venstre eller hvad?

Nina: vi er i hvert fald bevidste om, at de kan noget med kommunikation som vi ikke har været ligeså til.

Hvad tænker du fx på? Hjemmehjælp...

Kim: ja, børnefamilier, det virkede også som om at børnefamilierne i de første dage i valgkampen de blev den store vinder ikke. De blev lovet guld og grønne skove. Vi læste jeres principprogram og det er jo nok mere ideologisk, og det er som om I vil mere forsvare eller gøre noget for de svageste i samfundet, men børnefamilier de er jo ikke nødvendigvis de svage. Selvfølgelig er der nogen, der er svage, men

Morten: det er spørgsmålet om man kan sige det var kontraktpolitik vi kørte i sidste valgkamp i og med det var en større plan

Nina: ej lige præcis tusse-forslaget det var jo et forsøg på og matche det de kan. Ikke selve forslaget som sådan for det bygger på gammel politik af vi kan godt gå ind og pille ved børnechecken mod at sætte priserne på daginstitutioner ned, sørge for bedre kvalitet, flere pædagoger og så videre Helt klart inspireret af, at der er noget der virker. Altså en måde at tale til vælgerne på, som er let forståelig og det er præcis det dér tusse-forslag, det er også noget som vi hørte af omveje de var lidt bekymrede for i regeringen før valgkampen, og måske derfor har de også kommet på banen med flere penge til børnefamilierne. Også fra starten.

Kim: tusseforslag?

Nina: ja, det er max. 1000 kroner for en plads i institution.

Kim: ja, vi har opstillet nogle spørgsmål, vi har selvfølgelig været inde på nogle af tingene

Nina: jamen hvis I har brug for at tage dem...

Kim: du er journalist. Hvordan er din jobbeskrivelse? Hvilken funktion har du?

Nina: jamen, pressearbejde. Alt fra pressemeddelelser til og lave nyhedsovervågning og se, hvad der kører i Radioavisen, tv-avisen, Ritzau, til og løbe journalister på dørene med udspil eller hvad der nu kan være som vi gerne vil have dem til at skrive om, skrive debatindlæg, lave talelinjer til politikerne til, når de skal på et eller andet sted og

Katrine: altså sådan nogen?

Nina: forslag til, hvordan formulerer du det her forståeligt og tydeligt. Og så sidder vi så 2 uddannede journalister, 1 journalistpraktikant og Morten. Så har vi pressechef Erik Bjørn Møller. Derinde (peger ned ad en gang) har vi alle vores kloge, konsulenterne, som har opdelt politikområderne på sig. De har deres stofområder, de har fingrene nede i selve politikudviklingen også. De arbejder meget tæt sammen med ordførerne, og laver også de her notater, hvor vi går ud og kritiserer regeringen på, altså de kommer med et eller andet udspil og så har vi brug for, hvad er der galt med det. Og de er så enormt hurtige til at tænke det økonomisk og det politiske stille det op det og det og det og det. Som vi så i øvrigt også formidler til de øvrige journalister herinde ikke.

Kim: nu du siger de øvrige journalister, hvordan er jeres forhold til dem? ja, magtstrukturen?

Forhold til journalisterNina: Erik Bjørn Møller, vores pressechef, har et utrolig godt netværk til dem det er helt almindeligt at de dumper forbi her og, at han på samme måde kommer forbi ude på redaktionerne her i huset ikke. Ja, og der er jo ikke nogen, der bliver forbavset når vi ringer til dem på BT eller Ekstra Bladet og siger prøv lige og kig på det og det. Altså det er sådan, vi ved alle sammen, at vi bruger hinanden ikke.

Thomas: ja, vi har tænkt lidt på jeres forhold til Christiansborg-journalisterne, om det ikke er et lidt ulige magtforhold? Det er jer, der serverer historierne for dem, altså er det ikke lidt problematisk, at de er afhængige af jer?

Nina: altså, vi er jo også dybt afhængige af dem, og de har jo i sidste ende retten til at sige det køber vi og det køber vi ikke. De kan jo altid gå ind til Venstre i deres tilsvarende presseafdeling og få det fra den anden side.

Morten: afhængighedsforholdet er jo nærmest stærkere den anden vej

Nina: det er meget gensidigt

Morten: ja, det er meget gensidigt der vel ikke noget og lade den anden høre. Det er i hvert fald mindst lige så stærkt den anden vej, fordi hvis vi var et monopol som var de eneste, der havde de politiske oplysninger så er det rigtigt at så ville det være ulige ad pommern til, hvis vi serverede historier til dem. Men det er jo netop i særdeleshed, når man sidder i opposition er man dybt afhængig af dem. Af pressens velvillighed, fordi vi kan jo sagtens komme med gode historier som vi prøver at servere eller sælge, men der sidder jo nogen andre, der vil prøve at dementere de historier eller vende dem den anden vej.

Nina: og vi har jo også oplevet lange perioder, hvor socialdemokrater bare ikke var en god historie. Altså, hvor vi kunne komme med virkelig gode historier så bare nå, det er jo lige meget der kommer alligevel ikke et flertal for det.

Thomas: men I har vel også adskillige folk at vælge i mellem, når I vil prøve at sælge historien. I har vel også adskillige medier. Altså når du siger, at det nærmest var den anden vej med magtforholdet.

Nina: nå, du mener med deres hierarki?

Thomas: ja, nej. Altså, I har jo også mange muligheder for at sælge jeres historier, så det er vel ikke sådan, at I ligger under for dem?

Nina: nej, nej. Vi vil jo altid som udgangspunkt tage de store dagblade, Radioavisen, tv-avisen og TV2 nyhederne. De ligger som første ønske og så ellers ridse op derned af. Ja, en lokal avis er også god, men det ville være bedre hvis den kom i landsdækkende.

Morten: og du har jo ret i har der været en historie vi ikke kunne sælge til medie A, så er vi gået videre til medie B for at se, om vi kan sælge den der. Men man kan så sige at på et eller andet tidspunkt så er den historie... altså, hvis vi forsøger at sælge den til journalist A, der overhovedet ikke kan se en historie i den, så prøver vi B og han kan måske godt se en historie, men synes ikke han har tid. Men når vi så går til C så kan vi jo godt risikere, at han allerede har hørt den fra nogen andre. Der skal man altså ikke tage fejl af, at det også lidt er et personligt forhold. Journalist C kunne godt være fornærmet over, at han kommer som 3. mand i rækken, og har fundet ud af, at vedkommende er 3.mand i rækken, så er vi så det mindre interessante de næste par gange ikke.

Nina: vi prøver også altid at se, vi prøver at angre den her historie. Altså der er jo nogen, der er enormt gode til Ekstra Bladet så er der andre, som nok mere kræver noget Information eller noget andet ikke.

Kim: jo, vi tænkte faktisk også lidt på – vi har været lidt inde på det – men jeres valgløfter ved sidste valg om man kan sige I er gået bort fra ideologier, og er gået meget over i samme grøft som Anders Fogh. Altså ud fra alle de analyser, der har været så har de jo gjort det utrolig godt, med kommunikation i hvert fald. Og vi ville høre, om I vil prøve at hoppe med på samme vogn eller om I har tænkt jer at gå tilbage til noget mere ideologisk?

KommunikationNina: den er faktisk skide svær for det afhænger jo af, hvad for et menneske, der står og skal sælge varen ikke. Så vi kan da godt sidde her os, som er journalistisk funderede og kunne ønske at Mogens Lykketoft kunne sige dum, dum, dum, dum, ikke? Men hvis han ikke taler på den måde, hvad så, ikke. Nu har vi fået en ny formand, der måske kan noget andet i den retning. Så altså strategi og virkelighed det skal jo passe sammen ikke, altså.

Morten: det tror jeg også er nøglen. Det tror jeg netop er, at man skal passe på med at lade sig forblinde af, at det at et større fokus på kommunikation og formidling og på vinkling af sine budskaber, at det nødvendigvis betyder mindre ideologi bagved. Altså vi vil jo stadig hævde at vi vil gøre noget godt for børnefamilierne og Venstre vil gøre noget godt for børnefamilierne. Vi vil gøre noget godt i forhold til kommunalreformen, Venstre vil gøre noget godt i forhold til kommunalreformen, men vi vil jo stadig hævde, at der ligger et fundamentalt forskelligt menneskesyn, fundamentalt forskelligt syn bagved den tilgang vi har til det vi vil gøre. Og det betyder så også, at ideologien er der jo. Altså valget af politik er måske blevet mere kommunikationsagtigt og hurtigere og så videre, men grundlæggende så ligger der altså stadig nogle ideologiske hensyn bagved med de værktøjer man vælger at hive op af kassen. I den sammenhæng er kommunalreformen og skatteudskrivningen et enormt godt bud eller placeringen af miljøopå grund af ver i kommunalreformen, er måske virkelig et godt eksempel på, hvilken grundlæggende ideologi, der ligger bagved det man vælger at gøre. Så selv om kommunikationen bliver hurtigere og smartere og mere effektiv, og dermed måske mere med vælgeranalyser, hvor man finder ud af hvad vælgerne gerne vil høre, jamen så har det nok stadig større betydning for retorikken end det har betydning for indholdet. Altså jeg tror meget de her vælgeranalyser, det gælder i høj grad også for Venstre selv om de er

verdensmestre til at lave forskellige undersøgelser, så tror jeg at det de flytter mest de er deres retorik mere end de flytter selve indholdet, selve vinklen på, hvordan de vil gøre tingene.

Thomas: men, er der ikke en fare for, at når man begynder at bruge kontraktspolitik mere, at det så kan blive en ændring på at udføre den ideologi som man egentlig helst ville? Kan man ikke komme til at love nogle ting, fordi man giver vælgerne det de gerne vil høre? Så det gør det sværere at føre den ideologiske politik man egentlig gerne ville?

Kim: eksemplet er vel egentlig efterlønsagen...

Thomas: ja

Nina: jo, det er enormt farligt.

Thomas: godt så!

Nina: jamen...

Morten: da telefonen ringede før, hvor jeg sådan opponerede en smule imod at vores sidste valgkamp ligesom var baseret på kontraktspolitik, eller var et forsøg på at lave kontraktspolitik og jeg opponerede en lille smule imod det, så var det jo rent faktisk fordi hvis man skal evaluere vores valgkamp og hvad der gik galt, så noget af det man vil pege på, det er vi kommer med en samlet plan på, hvad er den 50 sider eller noget i den stil?

Nina: ja.

Morten: og hvor hver eneste led i denne her samlede plan er afhængig af ledet før, og det betyder det er en stor samlet plan, der skal gennemføres fra ende til anden. Og det betyder nødvendigvis også at den bliver umulig at føre kontraktspolitik på, fordi vi ved godt vi får ikke 90 mandater, så vi kan ikke gennemføre samtlige punkter, og det betyder hvis man bliver nødt til at ændre i punkt nr. 12, så kommer punkt 43 uvægerligt til at se væsentlig anderledes ud end det gjorde på papiret i første omgang. Det kan man diskutere, om det er det vi taber på. Hvis det er det, så havner vi jo tilbage i jeres grundlæggende pointe om, at kontraktpolitikken det ligesom er det, der slår i gennem, og det er det vælgerne flytter på. Men når jeg opponere imod det, så er det fordi jeg synes vores valgoplæg bar præg af – og det gjorde retorikken vel også, tag udlændingebatten – vores retorik bar vel også meget præg af, at vi skulle indgå nogle forlig, når vi først har vundet et valg. Vi skal indgå forlig med Venstrefløjen, vi skal indgå forlig med De Radikale og så videre Men man kan sige at kontraktpolitikken var væsentlig mere markant i valget 2001 end den var i 2005 efter

min mening, også fra Venstres side. Venstre var væsentlig blødere i deres formuleringer end de var i 2001, hvor de var meget firkantede. I 2001 var det meget konkret ikke. Der var det 1,5 mia. til sygehusene, det var et stop for udlændinge, altså det var meget konkret, hvad der skulle ske, hvor i 2005-valgkampen der har det jo været sådan nogle lidt bløde formuleringer undervejs. Der har godt nok været nævnt nogle beløb, men så har det været noget med et råderum over 10 år, og hvornår skal de indfris. Der var rent faktisk direkte direkte i valgkampen noget med de vil jo selvfølgelig blive indfaset i løbet af perioden og så videre. Så på den måde kan man sige, at kontraktpolitikken som begreb blev vel lidt mindre i denne her valgkamp.

Nina: ja, den blev lidt udvandet, ikke.

Kim: men det er stadig som om, at den ligger der måske mere latent så, fordi eksempelvis med Dankortgebyret som mange borgere tror jeg synes var nærmest til grin. Bendt Bendtsen udtaler, at hvis han blev valgt, så skulle vi slippe for de 50 øre. Det virker som om, at der er en, ja diskurs om, at nu er kontraktpolitikken her...

Nina: det tror jeg egentlig er et fænomen, der altid har været her, specielt i en valgkamp. Så når der dukker sådan noget dér op som sådan en lille simpel ting, så står vi jo i kø for at sige selvfølgelig, det skal vi nok ordne

Katrine: det var nok heller ikke blevet fjernet, hvis det ikke havde været under valgkampen.

Nina: det giver nok noget ekstra...

Morten: altså det kan godt være, at det retorisk har ændret sig, men jeg tror – som Nina også siger – jeg tror egentlig det er noget, der altid har været der. Men det kan da godt være, at retorikken er blevet skærpet. De konservative havde den dér med museerne, med gratis adgang til museerne, som i valgkampen der var det jo alle museer i Danmark, der skulle være gratis og det ender med at blive, hvad er det 2 store i de største byer skal være gratis for børn under 16 eller sådan noget. Så det kan være retorikken er blevet skarpere, men grundlæggende så har det jo vist sig... Altså det ser man jo allerede i regeringsgrundlaget, som bliver indgået 10 dage efter valget allerede her begynder man at gå på kompromis med de her valgløfter, og så er vi jo sådan set tilbage ved noget vi har set tidligere. Man har de her valgløfter, og så må man forhandle ikke.

Thomas: er det så primært på grund af der bliver brugt flere ressourcer på professionel politisk kommunikation, altså at det er blevet professionaliseret... altså

Venstres, ja også Socialdemokraterne, de fleste partier har jo en langt større presseafdeling nu?

Nina: nej

Thomas: de har I ikke, eller hvad?

Morten: vores har vel ikke været mindre de sidste 20 år (griner)

Nina: det hører jo simpelthen sammen med, at når man går tilbage ved et valg, så kommer der færre penge i kassen. Så ved de sidste to valg, der er vi blevet kraftigt beskåret. De andre er til gengæld svulmet..

Kim: hvor mange er I? 8-10 stykker eller hvad?

Nina: 2 her, 4 der, det er 6, 4 derinde det er 10, Claus 11

Morten: vi har også to halvtidsstudenter, så vi er vel en 12 stykker i alt. Det er enormt svært at sammenligne, fordi der organiserer vi os utrolig forskelligt i de forskellige partier. I Socialdemokraterne der har vi denne her afdeling, som er den centrale afdeling, og så har de enkelte folketingsmedlemmer deres egen stab, som gerne består af 4 MF'ere eller noget i den stil. 2,3, 4 MF'ere så en sekretær og en studentermedhjælper.

Nina: og så hvad de nu måtte tage ind ad praktikanter.

Kim: er I medlemmer af partiet jer, der sidder her? Det er ikke et krav, eller?

Nina: nej. Nogen er, jeg er ikke.

Morten: for mig var det et krav. Det var et krav ved min ansættelse, yes.

Nina: jeg tror faktisk det er journalisterne, der ikke skal være medlem.

Morten: og I er så den eneste, der er fritaget. Sekretærer, HK'ere de skal også være medlem..

Thomas & Kim: pressechefen er så også undtaget?

Nina: ja. Men det er jo også noget nyt efter formandsskiftet i 2002, hvor man netop efter valgnederlaget i 2001 gerne ville gøre det mere professionelt. Godt nok for færre penge, men satse på at de folk man har ikke nødvendigvis ikke er folk, der er medlemmer af Socialdemokraterne og har været det altid, men ansætte folk efter, hvad kan du. I stedet for partibaggrund ikke. Ikke dermed sagt, at dem, der har været der før ikke kunne noget, overhovedet ikke, men et skift i opfattelsen af arbejdet ikke.

Thomas: så det er blevet mere professionaliseret?

Nina: ja.

Thomas: kunne det være medvirkende til, at retorikken bliver mere kontraktbaseret?

Nina: det er i hvert fald medvirkende til, at retorikken bliver mere forståelig for alle. Det er mest det vi arbejder med. Altså kontraktpolitikken tænker vi jo ikke sådan på.

Kim: det er vel et mål om, at I vil tale mere direkte til vælgerne og mere forståeligt. Og i hvert fald med Venstre i 2001, det gjorde jo så også at de sagde – som der også blev sagt lige før – de har nogle meget konkrete løfter, og det er jo så en eller anden form for kontrakt at man indgår.

Nina: ja

Kim: fordi man siger, hvis vi ikke opfylder de løfter, så kan man jo nærmest sætte kryds ved de ting...

Nina: ja, eller også så er det mere at sammenligne... det er også blevet enormt moderne, at alle virksomheder de skal have fem grundlæggende værdier og det står de for ikke. Den der enkle kommunikation, branding på en eller anden måde ikke, altså. Og vi har jo forsøgt meget med at gøre det enkelt og overskueligt. Blandt andet med de her 7 punkter som så vi forsøgte at slå op ikke, og der er vi jo socialdemokrater vi kan jo ikke holde os til den slags...

Kim: vi har tænkt lidt på, hvordan I sætter dagsordenen, hvad I gør. Nu siger du jeres pressechef herinde har et godt netværk herinde ikke. Ja, sådan generelt, hvordan I går ud og sætter en dagsorden? Eller forsøger?

Nina: ja, hvad gør vi? Det er jo egentlig sjovt at sidde at tænke over...

Alle griner.

Nina: jamen, det er jo blandt andet at have et godt gennearbejdet notat indefra konsulenterne. Det kan handle om, hvad skal vi sige, regeringens manglende integrationspolitik, hvor man virkelig får pindet de ømme punkter ud stillet op overfor hvad er det vi vil. Både mht. stram udlændingepolitik, bedre integration og så videre Altså have fakta på plads og have det gennearbejdet, og så er det jo ellers ud over stepperne og se om man kan sælge det.

Kim: bruger I kun de journalister herinde?

Nina: nej. Det kommer an på, hvad det er for en historie. Altså, hvis det er sådan meget politikfunderet, så er det dem herinde. Men fx miljøområdet der er det tit nødvendigt at gå uden om dem herinde og finder miljøjournalisterne fra Politiken eller tv-avisen.

Kim: hvad med op til valgkampen, var der nogle ændringer i den måde i forsøgte og sætte dagsordenen? Eller var det det sædvanlige, som du lige har beskrevet?

Nina: altså tempoet bliver jo sat op, der bliver produceret mere, der bliver produceret flere notater og flere konkrete udspil med hvad vi vil, men i bund og grund er det det samme. Bare meget mere.

Kim: men jeres central det er stadig her i landet, når Lykketoft tager ud i landet?

Nina: ja, og så Lykketoft og Morten Boye, hans rådgiver tog sig så af det presse, der var derude.

Kim: lokaljournalisterne?

Nina: ja.

Katrine: jeg skal lige – jeg er nemlig den, der sidder og har styr på det hele. Hvis nu en af politikerne laver et lovforslag, så snakker deres medarbejdere med konsulenterne om det, og så sørger de for, at det bliver skrevet på en god måde...

Nina: ja, og sørger for, at det hænger sammen med vores øvrige politik, så vi ikke har noget, som stikker ud, eller...

Katrine: er det konsulenterne, der gør det?

Nina: ja, det er høj grad dem. Det er ret smart.

Katrine: det tror jeg er en god ting og have...

Nina: fordi politikerne det er jo meget det holdningsbaserede. Det er jo enormt lækkert og have det der sikkerhedsnet, at der er nogen, der sørger for at tingene hænger sammen og at man ikke kommer til at sige det modsatte af, hvad man egentlig mener. Alt det der.

Thomas: og så samtidig finde ud af, at det de andre partiers politikere, det de gør det ikke hænger sammen...

Nina: ja, ikke mindst det.

Katrine: er de også journalister (peger mod konsulentkontorerne)?

Nina: nej, hvad har de læst derinde? Statskundskab, og...

Morten: Asbjørn er økonom.

Nina: Bjarne?

Morten: han er statskundskab, og det er Kim også.

Nina: Tine?

Morten: det er et godt spørgsmål, hvad hun har læst. Mon ikke også hun er scient.pol.

Kim: skal vi holde en pause? Har I noget imod det? Lige 5 min.

Nina & Morten: næ, fint.

Kim: ja, vi vil høre om I formår at holde visse emner ude? Altså emner, som måske ikke er særlig gavnlige for jeres sag? Eller om I ikke bruger nogle metoder til det?

Nina: tænker du på i en valgkamp eller?

Kim: eller sådan generelt i en valgperiode. Fx med udlændingepolitikken, hvor der er stor uenighed internt i partiet. Om det er nogle historier som I helst ikke så i aviserne?

Nina: den slags lykkes ikke særlig godt for os herinde. Det gør det jo ikke. Vores ømme punkt det er jo vores uenighed med De Radikale, men vi kan råbe og skringe og forsøge at tie den ihjel, men den bliver ved med at poppe op ikke. Venstre har også deres og slås med ikke.

Kim: det har alle partier vel?

Nina: altså de der anonyme gruppemedlemmer, der udtaler noget efter et gruppemøde... altså dem har alle partier også. Og det er skideærgeligt, men det er jo snakkende mennesker, der er her så...

Morten: man kan sige, at generelt kan man ikke holde dem nede. Det kan ikke lade sig gøre. Men i de konkrete tilfælde, hvor der er en eller anden konkret artikel, der popper op er der jo ikke nogen, der tvinger os til at sige noget. Så hvis der er en enkelt artikel, der popper op med noget vi egentlig ikke så gerne vil snakke om...

Nina: ja, vi kan godt lægge den død bagefter ikke, så der ikke kommer mere.

Katrine: og så bare håbe på der ikke er andre journalister, der lige ser den..

Nina: altså der går nok en 3 måneder så skal der nok være noget igen.

Thomas: så det er ikke noget I bruger mange ressourcer på og prøve og holde visse emner fra dagsordenen?

Nina: jo, jeg synes vi prøver. Vi må bare erkende at det...

Morten: selvfølgelig gør vi det. Men når man lægger en sag død, er det som regel bare for at vinde tid. Altså når du lægger en død, så er det for at vinde tid, enten for at få tid til at give det svar du gerne vil give på det, eller til at få den til at poppe op med en sjovere vinkel bagefter som man har det bedre med.

Nina: og få snakket indbyrdes med – hvem er nu uenig og se om de kan blive enige ikke.

Morten: ja. Eller i yderste ekstrem så lægge en sag død henover en valgkamp, men det er meget sjældent det lykkes, men det er da sket. Men det lykkedes for nogen at lægge en sag død som man helst ikke vil snakke om, så får de sparket ud til et godt hjørnespark i et stykke tid. Så popper den op igen efter valget, men så kan man tage den.

Kim: hvis man har vundet ja...

Morten: ja, ja.

Thomas: det kan vel gøres om ikke andet så ved at tage en masse sager op og fokusere utrolig meget på dem?

Nina: ja, ja selvfølgelig. Bombarderer dem med andre ting.

Morten: der er et utal af måder at gøre det på. Velfærdskommissionen er faktisk et utrolig godt eksempel på, hvordan man lægger debatten død. Altså indtil den blev nedsat der var der jo mange i Venstres gruppe, der enormt gerne ville snakke om pensionsalder og om bistandshjælpen, hvor høj den må være.

Nina: dagpenge.

Morten: dagpenge. Men der er rigtig mange sjove sager, der ligger der, men den sparkede man så solidt til hjørnespark ved at sige Velfærdskommissionen og det kan man så sige frem til efteråret, når de skal komme med deres resultat, men det er det så godt forbi et valg. Så, der er et utal af måder at gøre det på. Man kan sige i nyere tid Velfærdskommissionen er vel et af de mest vellykkede eksempler på, hvordan man lægger alle grimme diskussioner fra sig i en periode. Men den er også et eksempel på, at på et eller andet tidspunkt popper de op.

Kim: er det godt spin eller hvad er det?

Morten: det er mere politisk håndværk. Altså spinnet det er den måde de får vinklet det på...

Nina: de får det trods alt til at se ud som om de tager de her ting alvorligt, og de vil diskutere dem.

Morten: ja, spinnet er vel næsten at de får det til at se ud som om det er en neutral kommission, som vil komme med nogle neutrale bud på, hvad det er vi som samfund er nødt til at kigge på. Når det i bund og grund er en kommission de selv har nedsat, selv udpeget hvem det er, der skal sidde og snakke om det. Og i parentes bemærket så 80 % af dem, der sidder i kommissionen har i forvejen været imod efterlønnen. Det gode spin er jo, at de formår at få det til at virke ansvarligt at vente. Det er spinnet. Men det at sætte det ud i en kommission, det er politisk håndværk. Det har man gjort altid.

Nina: hvis vi skulle tage eksempler fra vores egne rækker, så det her med De Radikale og vores uenighed – vores måde at spinne imod det det er jo at påpege uenigheder mellem Venstre og de konservative.

Kim: hvilke metoder bruger I til at se, om jeres politiske udspil de virker? Om I nedsætter nogle fokusgrupper eller om det er mere internt i partiet, hvor I spørger menigt medlem?

Nina: partikontoret på Frederiksberg har sådan nogle fokusgruppesessioner.

Morten: men aldrig nogensinde for at teste indholdet politik, politiske udspil.

Nina: nej. Det har handlet om kampagner op til en valgkamp, vores kampagneudkast, går budskabet i gennem...

Katrine: plakater og...?

Nina: ja. Avisannoncer – kan I se sammenhængen mellem det her billede og det vi vil sige med det.

Morten: er teksten for svær at læse, sådan nogle ting.

Nina: og også, hvem appellerer den her annonce til – er det kernesocialdemokrater eller kan den her måske rykke lidt ved nogen, der stemmer Venstre eller Konservative.

Thomas: I bruger ikke fokusgrupper til at undersøge, hvad det er vælgerne vil have af Socialdemokraterne. Altså mere konkret, hvilken politik I skal føre?

Morten: vi har fået lavet en undersøgelse som – op til sidste valg – hvor vi fandt ud af hvilke temaer vi havde troværdighed på, og hvilke temaer de andre havde troværdighed på. Og det er klart de har vi jo så brugt til at sige, jamen de temaer vi har troværdighed på, vil vi gerne diskutere, de temaer vil vi gerne bruge meget tid på.

Nina: ja, dem vil vi gerne have på dagsordenen. Men det er jo ikke politikken som sådan.

Thomas: nej, det ændrer ikke så meget, kun hvad I fokuserer på...

Nina: og hvordan vi prøver at fortælle det ikke.

Kim: dvs. I baserer ikke så meget jeres politik på, hvad vælgerne ønsker som sådan – som Venstre måske?

Nina: det tror jeg altid politikere gør et eller andet sted jo. Altså man har jo en grundholdning, og hvis man kan se samfundet bevæge sig et eller andet sted hen..

Kim: men flytter ens grundholdning sig så? Flytter jeres holdninger sig så – eksemplet er vel indvandrerpolitikken?

Morte: det kan jo ikke lade sig gøre så stort et parti som vores at flytte grundholdninger på baggrund af meningsmålinger. Det kan ikke lade sig gøre. Fordi der sidder altså stadig en kongres, som skal godkende, hvad der er blevet vedtaget og der er vi jo på medlemsplan og det vil så sige det kan ikke lade sig gøre. Jeg skal

ikke kunne udtale mig om, hvad Venstre gør. Det må I snakke med dem selv om. Det ved vi faktisk udmærket, hvad de gør – det er ikke kønt. Men nej det gør vi ikke for som sagt det kan ganske enkelt ikke lade sig gøre. Det er klart det er interessant for os politikere, men det har det vel altid været, og finde ud af jamen er det her overhovedet interessant for vælgerne. Et godt eksempel: vi har jo et privilegium, der hedder 1. maj hvor vi får lov til at stille os op og snakke med folk, og vi kunne ikke drømme om i en 1. maj tale at snakke om Forfatningstraktaten. Så har vi tabt alle vælgere på forhånd. Men det kunne man altså heller ikke for 20 år siden før man begyndte at lave undersøgelser på noget som helst.

Nina: nej.

Morten: så meget af det vi får ud af det, er simpel logik. Nogle gange kan man så få præciseret som man ikke var klar over i forvejen. Men også for 50 eller 100 år siden, har det jo været politikerens opå grund af ve at tale til folk, så folk synes det var interessant det politikerer siger. Og der er det da klart, at hvis vælgerne enormt gerne vil høre noget om børnefamilier og vi samtidig har en stor troværdighed når vi snakker børnefamilier, så synes vi da det er enormt interessant at snakke om det. Hvis vælgerne gerne vil snakke om indvandring, og vi finder ud af vi er enormt upopulære på vores indvandringsholdninger, jamen så vil vi nok hellere snakke om børnefamilier.

Thomas: men fx med indvandringspolitikken – er det på grund af medlemmernes holdninger eller holdninger i befolkningen generelt?

Nina: jeg tror virkeligheden har ændret sig

Morten: ja.

Nina: og dermed rykker det vel også inden i politikerne. Jeg tror det er meget menneskeligt altså. Man har en ideologi – altså hvis vi snakker udlændinge så har det været et ømt punkt for os tidligere – og så ser man den her ideologi på en måde bliver overhalet af virkeligheden og man prøver sådan, det skal nok gå. Så lige pludselig finder man ud af, at det gør det sgu nok ikke. Det forsvinder ikke. Man bliver nødt til at forholde sig til, at der er noget, der hedder virkelighed og hverdag og hvordan ser det ud.

Morten: det er meget nemt at illustrere i stedet for at bruge udlændinge som eksempel, så kigge lidt tilbage og kigge lidt på boligpolitik. Kig ude på Vestegnen, hvor vi har Albertslund og Brøndby Str. og så videre De der højhuse i Brøndby Str. som I sikkert kender, betonsiloerne, da de blev bygget der var det jo meningen de

skulle blive Nordeuropas svar på Monaco. Det skulle være penthouselejligheder, det skulle være så eksklusivt, så alle ville drømme om at bo der. Og der kan man så sige, der har virkeligheden så vist sig at være en ganske anden, og så er det jo klart der står ikke en eller anden socialdemokrat her i 2005 og siger, at vi har Nordeuropas svar på Monaco i Brøndby Str. Så i erkendelse af hvordan tingene er, må vi ud og lave nogle sociale indsatser, prøve at få tingene til at glide meget bedre. Og det samme gælder med udlændingspørgsmålet. Tilbage i 1998 der gik det nok op for os, hvordan virkeligheden på udlændingeområdet, på indvandrerområdet havde overhalet os indenom, og det har vi så siden tumlet med at prøve at få formidlet til folk, at det er vi meget bevidste om og, at vi har svarene på det. Det er måske et af de punkter, hvor retorik og ideologi kommer til at spille meget tæt sammen, men man lægger kun mærke til retorikken. Regeringens retorik handler utrolig meget om tilstrømning, hvor vores retorik handler meget om at få det til at fungere – altså integration – få tingene til at fungere. Retorisk der er der jo ingen diskussion om, at det stærkeste det er at snakke tilstrømning. Det virker meget mere slagkraftigt. Også fordi der kan du se nogle resultater med nogle tal på, hvad der er sket i løbet af et år, hvor integration det er noget, der går over 20 år.

Nina: plus integration det spreder sig over utrolig mange punkter. Altså det er jo både folkeskole, børnehaver, arbejdsmarked ja alt altså.

Morten: ja, når regeringen snakker integration så handler det meget om...

Nina: og tale dansk!

Morten: ja, det handler om at tale dansk, og nogle konkret meget målbare ting, fx skal vi tage børnechecken, hvis ikke børnene møder i skole. Altså nogle meget konkrete målbare størrelser. Når vi snakker integration der er vi retoriks ikke særlig stærke på det punkt. Men indholdsmæssigt er der jo en afgrundsdyb ideologisk forskel, fordi når vi snakker om integration så snakker vi om børnehaver, vi snakker om skoler, vi snakker om boligsociale indsatser og så videre, og så videre Man hører aldrig boligpolitikspørgsmålet i samme grad vinklet med et integrationsemne som dagsorden fra regeringens side, fordi det vil ikke være målbart. Det vil være meget, meget vanskeligt.

Katrine: deres retorik er simpelthen bare bedre, fordi de har et andet menneskesyn, som er mere målbart eller...forstår du, hvad jeg mener?

Morten: deres menneskesyn er jo ikke mere målbart. Der er jo en afgrundsdyb ideologisk forskel ved at vi mener at det og gå ind og kigge på skolerne og på

boligerne der mener vi, at vi får løst nogle problemer i samfundet. Og der vil vi jo så hævde – der vil I nok få at vide ovre hos dem, at det ikke er rigtigt – at deres værktøjer som de hiver op af kassen i integrationsdiskussionen ikke er nær så effektive. Men de værktøjer de så hiver op, dem har de da valgt på baggrund af deres ideologi. Og så står vi bagefter med en retorisk kamp, hvor de så står med nogle værktøjer, der er meget nemmere at sælge. Meget nemmere og forstå. Men valget af værktøjer det er jo tilbage i ideologien. Hvad tror man grundlæggende på? Hvad mener man grundlæggende er problemet med indvandringen? Er det grundlæggende, at de er mørke i huden? Eller at vi har nogle sociale problemer vi skal have løst?

Kim: så I tænker stadig primært ideologisk, men jeres retorik, jeres kommunikation den har så udviklet sig indenfor de sidste 15-20 år?

Nina: det kan man godt sige...

Morten: det kan man godt. Det vi stejler lidt over er det med at tænke ideologisk, fordi...altså spørgsmålet er jo...den store filosofiske diskussion er jo, om ideologierne er døde. Og der kan man sige ja det er de. Vi tænker ikke ideologisk på den måde vi begynder at snakke om, at vi må bekæmpe kapitalens magt over masserne. Det er ikke i det plan vi tænker ideologisk. Men der er nogle grundholdninger, der ligger bag og ved valg af de værktøjer vi bruger i dagligdagen i alle politiske spørgsmål. Fra skattestop til skatteloft.

Kim: en interessekamp kan man så sige. Det vil der i hvert fald være?

Morten: jo, jo. Men der skal man så også bare huske at vi og Venstre, men det gælder for så vidt også de konservative, De Radikale, D.F. i et eller andet omfang. Sandsynligvis også SF kan man argumentere for i hvert fald. Vi forsøger jo alle sammen at være massepartier. Og det vil jo så sige, at så kan du ikke grave dig ned i den der ideologiske grøft, hvor du snakker om klassekampen eller om kapitalens magt over masserne, så så det er jo ikke på den måde ideologisk, men der nok rigtigt er der stadig er nogle grundlæggende holdninger i partierne. Jeg tror hvis du bækker en Venstremand kl. 3 om natten så mener han stadigvæk der skal være mindre stat. Vi kan så diskutere om han vil råbe minimalstat eller om han bare mener vi skal have begrænset staten. Men hvis du vækker ham kl. 3 om natten så mener han stadig vi skal have mindre stat og vækker du en social demokrat kl. 3 om natten så vil han stadig sige social retfærdighed. Og så..

Nina: Og mere stat (griner)

Morten: og mere stat (griner), nej det siger vi ikke mere...

Thomas: men I mener det.

Kim: Så har vi lige sådan et afsluttende spørgsmål: om I har nogle bud på hvorfor der lægges så stor vægt på personen i politik? Det er jo som det er blevet præsident kampe man har i Danmark, nu om dage. Om det er en generel tendens i det moderne samfund eller om det er noget særlig i

Nina: jeg er ikke helt sikker på det er så nyt. Jeg tror medierne er svulmet ik og derfor virker det måske stærkere, men jeg synes altid det har været sådan.

Morten: Det tror jeg nemlig er en enorm skarp...

Nina: altså jeg husker fra min barndom Anker ik? Det var social demokraten.

Morten: ja og jeg har set en valgplakat.

Nina: I 80'erne, det var Schlüter, det var de konservatives

Morten: Ja præcis, ja men jeg tror nemlig det er rigtig, det er bare blevet mere massivt fordi der er bredere medie udbud i dag. Men jeg tror nemlig det er enormt skarpt at sige at det har sgu ikke ændret sig, jeg har set en valgplakat fra.. eller jeg kan huske plakaten med "Stauning eller Kaos", den handler altså ikke om faner eller om ideologier, grundlæggende synspunkter, det handler om manden. Og der er en rigtig ond valgplakat fra 30'erne hvor der stod "hvis De vil ha giftgas" næ "hvis De går og jokker i spinaten, så stem på Thomasen – hvis De Giftgas, så stem på lille Christmas" – altså...(der grines) retorikken var sådan set ikke meget blødere den gang. ÅS det er bare et spørgsmål om at man ser det mere nu.

Kim: Ok

Morten: Og så er man begyndt at filosofere mere over det tror jeg.

Kim: fokusere I mere på, nu Helle Thorning-Smidt men før Lykketoft, altså en anden måde at fremstille ham på, han blev stilet og sådan noget?

Thomas: Ja, I sendte ham jo ud i , han var jo en tur i en børnehave og sådan noget, snakke med børnene? Og...

Nina: det tror jeg ikke, har man ikke altid gjort det? Altså Poul Nyrup han kæmpede med sin vindjakke og det der cykel...jeg synes altid det har været sådan. Og i en valgkamp har man altid været ude på de der børnehaver, skoler og virksomheder og slagterier

Morten: og så er det i øvrigt en gamle løgn vi bliver nød til at mane i jorden at Lykketoft

Nina: Vi har ikke lavet om på Mogens

Morten: mistede ikke skægget på grund af at han skulle styles, altså han har valgt selv at få mindre skæg og så, den sidste rest af det der forsvandt, det var sådan set et væddemål, det er ikke så offentligt kendt, men det var sådan set et væddemål han tabte, og så måtte skægget ryge. Men der var ikke tale om styling i den sammenhæng. Og det andet det tror jeg ja det har man vel altid gjort, øh men jeg tror, nu har jeg jo ikke været med den gang men jeg tror at man i Social Demokratiet blev mere opmærksomme på fremtræden efter Nyrups cykelhjelm stunt.

Nina: Ja, og så tror jeg også, efter Anders Fogh er kommet til, at det har været så tydeligt – hold da kæft ik, og han ser jo godt ud og han er super stilet, der er jo ikke et næsehår der sidder forkert nogen steder vel altså Man bliver jo sådan lidt, det kan godt være man skal til at stramme sig lidt an ik

Kim: Jeg læste også, bare sådan parentes bemærket at de havde brugt et år før valgkampen i 2001 på at arbejde med Anders Fogs retorik.

Morten: Ja men det er der ikke nogen diskussion om

Nina: Jeg tror også, altså når i nu er interesseret i kontraktspolitik, jeg tror meget af det også er ham, jeg kunne ikke forestille mig Uffe Ellemand med... føre den samme, føre politik på den måde.

Morten: Det det er jo altså et kulturskifte der er sket og det er jo primært sket i Venstre. Og man kan sige, hvis han ikke havde leveret varen i 2001 med regeringsmagten, så tror jeg ikke at det er nogen hemmelighed at sige at så sad knivene nok langt fremme i Venstres gruppe på det tidspunkt. Altså fordi at det jo det jo hele kulturen, noget af det der har været Anders Foghs problem siden valgkampen er, at der rent faktisk er menige medlemmer der er begyndt at udtale sig, for det sådan set det der var hele øvelsen fra han blev formand i 1998 og så frem til valget 2001. Hele øvelsen det var jo, var der 4 Venstre folk der udtalte sig i hele landet i de der 3 år, hele øvelsen var at gruppen den skulle holde kæft. Og så kørte man det med en behård topstyring på, og

Nina: det skal i også huske på onsdag (den dag vi har aftalt interview med Venstre) at den her meget bevidste brug af netop kontraktspolitik, og hvad det måske gør ved ideologien, det er jo det de har problemer med nu i Venstre, baglandet, altså bare folketingsgruppen begynder at prøve at vriste sig fri af det og vil hellere finde noget af den liberalistiske ideologi frem og...

Katrine: det er også når vi sidder og taler med, altså når vi sidder der og ringer rundt der var der nogle der begyndte at brokke sig, enten det eller man kunne se at de stemte ud fra nogle andre ting end det som Venstre egentligtaget havde kørt på til valgkampe, bare fordi at de stadig stemte ud fra.. altså de gode gamle bønder, fra der hvor jeg kommer fra, altså de læser jo ikke, de ser måske lidt partirundte halløj der, men de læser jo ikke partiprogrammet vel, fordi de ved jo at Venstre det er det man stemmer på, det er ligesom det man gjorde for mange år siden, det er jo ligesom social demokratiets stålvalseværks vælgere ik?

Morten: men altså denne her topstyring den er jo altså meget interessant fordi den er jo også en grundlæggende forudsætning for at man kan føre kontraktspolitik. Altså du er nød til at kunne have alle, om man så har 52 eller 46 eller 48 mandater så er man nød til at have de her 40 mennesker som så er menige medlemmer af gruppen. Altså man er nød til at have nogle der er enormt disciplinerede, hvis det skal kunne fungere

Nina: ja, de skal alle sammen løbe den samme vej altså det nytter ikke noget at de begynder at gå ud til siderne vel.

Morten På på det punkt kan man måske sige der er en forskel

Nina: det er måske derfor vi aldrig har brugt det så meget

Morten Ja fordi vi ikke kan styre de der lopper der sidder nede i gruppen. På det punkt kan man så se en professionalisme som meget interessant og en accept af topstyringen som er væsentlig større i Venstre end den har været, og efter min opfattelse nogensinde vil blive her. Altså noget så banalt som de store dueller mellem Anders og Mogens i valgkampen. De tilråb som VU'erne stod og lavede, de var blevet godkendt i statsministeriet, de havde koordineret hvad måtte man råbe, hvornår måtte man råbe dem og hvis man stod derude og observerede det var det meget interessant også fordi man havde den der anarkistiske flok, i røde trøjer der stod ovre på den ene side som sådan . der var arrangeret nogle stunts og sådan, men det var sådan halv anarki

Nina: en gang imellem kom de til at råbe i kor

Morten: ja en gang imellem kom de til at råbe i kor, men det var meget sjovt at opleve for det var rent anarki, og man oplevede flere gange undervejs hvor den ene halvdel, af de der røde, de stod råbte noget og den anden halvdel stod og råbte noget andet og så blev det sådan larm. Og der stod de altså for hver blok der var hallen så stod der en nede foran, der stod med sine to klappepølser og stod og styrede hvad der skulle råbes og så stod der en helt oppe i enden og styrede alle dem med

klappepølserne, hvad der skulle råbes, hvornår. Meget gennemtænkt professionelt styret på hvad der skulle ske. Øh.. og det er sådan topstyring når den bliver ekstrem. Ekstrem er hvad må masserne råbe til mig, men det er fundamental forudsætning for at kunne gøre det så gennemført, og det virker jo enormt stærkt på medierne. Altså det virker enormt stærkt når man ser det i fjernsynet at det kommer så slavisk og maskinelt, der virker det jo meget meget stærkere end at der pludselig er nogle der stiller sig op og får lyst til at råbe et eller andet.

Småsnak iblandt interviewerne om der er nogle af dem der har mere.

Nina: jo det kunne også være interessant at, jeg kunne virkeligt godt tænke mig at komme med til det der interview ovre hos Venstre (der grines), og spørge dem om de forestiller sig at det bliver videreført med den næste formand.

Katrine: ja

Nina: om det er en Venstre ting eller om det er en Anders Fogh ting det her

Kim: men man kan også tænke at denne her papegøjemetode som Fogh han bruger eller har brugt, altså man kan se det lidt med Blair i England, folk er altså ved at være lidt trætte af den der. Han kan den samme remse ud og ind.

Nina: Os der nød til at følge meget med i valgkampen vi hørte jo altså også bare de samme remser igen og igen. Men det er skideeffektivt

Morten: Men den ligger vel også stadig på vores hjemmeside, den der med hende Gitte Lillelund Beck. Den må i stadig kunne finde på vores hjemmeside, hvis i går ind og søger under gamle nyheder, der ligger der et afskrift fra et radiointerview der var med Gitte Lillelund Beck og der for man altså illustreret meget tydeligt

Nina: hvordan hun var instuderet i at svare på spørgsmålet

Morten: ja og svagheden ved det. Fordi det kræver altså enormt gode kommunikationsevner og få det til at fungere for hvis i ligger mærke til det når Anders Fogh er i et TV interview så kan han sige den samme sætning 8 gange men han

Nina: uden at journalisten stopper ham

Morten ja uden at journalisten stopper ham og hvor journalisten ikke til sidst giver op, men hvor journalisten må gå videre fordi han jo sådan set i et eller andet omfang har svaret. Og der er der et eksempel i valgkampen hvor der kommer en undersøgelse frem at der er sparet pr. elev i folkeskolen og der er det så Gitte Lillelund Beck der får den herlige opå grund af ve at sidde i radioavisen og skulle fortælle svaret på det her, og det er helt tydeligt at hun har fået instuderet et svar fordi radiatorrapporten han

spørger hende: vil du afvise at der er færre penge pr. elev i folkeskolen i dag end da i kom til? Og hendes svar det lød så: Der bruges flere penge end nogensinde på folkeskolen.. Så siger han: ja men kan du så afvise at der er færre penge pr. elev end tidligere? - Der bruges flere penge end nogensinde på folkeskolen. Og vi har en afskrift liggende på hjemmesiden

Nina: De køre det der pingpong en fire-fem gange

Morten: Ja, og efter femte gang så siger journalisten: vi kommer vel ikke videre, - Nej, ikke hvis ikke du stiller et andet spørgsmål. Og så sluttede den. Og der får man illustreret svagheden ved den her retorik at den kræver altså at man er dygtig til det

Nina: ja man skal lige være kvik nok til at tænke en alternativ måde at sige tingene på, altså.

Morten: det sagde du så uden at insuinere noget om Gitte Lillelund Beck

Nina: ja, ja hun er sikkert god til andre ting.

Morten: nå, men Anders Fogh er jo enormt stærk til det, og Lars Løkke kan også det der, med at få stillet det samme spørgsmål og så svare på forskellige måder så det fungerer, men hvor det principielt bare er papegøjen der køre.

Kim: Ja, det er det

Morten: øh, og det kan man sige at den bød Mogens Lykketoft uendelig meget imod i denne her valgkamp og prøve at lave papegøjesvar og det fremstår så heller ikke så stærkt, når man bliver interviewet hvis man så prøver at komme med længere meget præcise svar.

Katrine: det er også det, måske bliver det lidt svært der på onsdag ik? Hvis der er dem der laver sætningerne så (der grines)

Kim: men jeg tror det bliver lettere end med jer, fordi jeg tror der er mere konkret vi kan hive frem

Nina: ja, vi er meget ukonkrete på det jo.

Kim: ja, lige præcis ik? Vi har da også haft lidt svært med spørgsmålene, men hvor vi kan konkretisere det meget mere med ham Faurholt, så

Nina: Men, jeg tror grunden til at vi virker ukonkrete på det, det er at kontraktspolitik passer ikke særligt godt til partiet. Og vi har gjort nogle små forsøg, men i bund og grund er det nok lidt vanskeligt at få

Morten: jamen, det at det passer så dårligt til partiet det kan du netop se ved hele perioden vi havde sidst, altså fra vi skiftede formand og frem til valget, altså vi

startede jo med netop at forsøge at begive os ind på det ved at sige 7 punkter, som så skulle gentages igen og igen. Og der går man

Nina: der var aldrig nogen der lærte de 7 punkter

Morten ja, jeg skulle til at sige, det er min analyse, en efter et års tid finder man ud af at der faktisk ikke er nogle i folketinget der kan alle 7 punkter, så skære man det ned til 6 punkter og så ender vi med en valgkamp hvor vi så kommer med det samlede oplæg som er 50 sider og ingen for gnavet sig igennem det.

Nina: Og der er jo ikke fordi folk ikke mener de 7 punkter, de mener bare så forfærdeligt meget andet også, det byder bare imod at skulle skære ned og gøre det så simpelt.

Kim: Der skal vel en vis form for topstyring til, og også at det er de samme 4, som du selv nævner at...

Morten: altså hvis jeg nu skulle være meget politisk så ville jeg sige, det kræver også at du har en relativ, altså det er et dybt politiks udsagn, men kræver at du har et relativt afslappet forhold til velfærdssamfundet det kræver at have et relativt afslappet forhold fordi så er man ret ligeglad med hvis det punkt her det bliver gennemført så kan det godt være at det på længere sigt eller på andre punkter af samfundet har nogle negative konsekvenser men det er relativt kold overfor fordi nu er mit punkt gennemført. Så det kræver du er rimelig afslappet i forhold til hvad der ellers sker med velfærdssamfundet. Vores problem det er jo at vi gerne vil se de der helheder i samfundet. Vi mener fx. At hvis man går ind og piller ved folkeskolen eller ved boligmassen så gør vi faktisk noget for integrationen, så kommer det i løbet af en 5,10,15 år, så vil det begynde at kunne ses på kriminalitetsstatistikkerne og kunne ses på beskæftigelsesstatistikkerne for 2. generationsindvandrere og så videre Og så videre Altså vi har det her helhedssyn, men det betyder at det bliver enormt svært at grave ned til et budskab fordi vi kan ikke gøre noget ved folkeskolen alene, uden også at gøre noget ved boligerne eller ghettodannelsen og så videre Så hvis man skal lave kontraktpolitikken så kræver det også at man er relativt afslappet i forhold til hvad der så ellers sker.. Skattestoppet er et fremragende eksempel, det kan godt være at folk ikke får en skattestigning på deres papir, men det betyder at vi langsomt og rolig udhuler det beløb der er tilbage til at køre velfærd på, det gør det. Og det kan man så have et relativt afslappet forhold til, nåmen så må vi jo skære lidt ned hvor det så er nødvendigt eller også så bliver man nød til at finde indtægten på en anden måde.

Nina: det er jo også derfor Dansk Folkeparti er så gode til det her med at kommunikere, fordi de kan sige det her, vi gør noget for de ældre der var det her eksempel med, hvor mange millioner var det, til ældrechecken og så er de jo sådan set ligeglade med om virkeligheden så bliver at de ældre ikke får noget ud af de penge, sådan rent teknisk får de ikke nogle penge ud af det. For de siger bare, det lovede vi, det gjorde vi. Det er et meget stærkt budskab

Katrine: Ja, og det er det der er det skide irriterende ved det her kontrakt ik?, at man ved jo at rent faktisk så kommer der så mange af de her fx ældrechecken, når man sådan først lige, man skal jo gå dybere ind i det for at se at det ikke virker ik?

Nina jo, overskriften er jo god ik?

Katrine: ja, altså men som vælger så er det – ok. Nu begynder de på det der kontraktpis igen, og man ved at man bliver nød til at læse endnu flere aviser og gå endnu mere ind i valgkampen for at finde ud af, hvad er det egentligtaget de gør ik?

Morten: Det allerbedste eksempel I kan finde på det er jo sundhedsområdet, altså frit valg på sundhedsområdet er jo fantastisk på kort sigt og det er fantastisk for den enkelte patient der skal have opereret sit knæ, og som ikke kan få det opereret på det sygehus der ligger lokalt. Problemet er at hver eneste gang en patient flytter til et privat sygehus, men også bare til andre amter så på grund af den opdeling der i økonomien, hver eneste gang flytter ud, så flytter vedkommende de mere end sin egen operation, så flytter vedkommende 1.5 operation og det betyder at hver gang en patient flytter fra sit eget amt, så er der færre penge tilbage i amtet til at gennemføre yderligere operationer. Og det betyder jo at du rent teknisk øge ventelisten hver gang der er en, der for at springe over ventelisten går ud af systemet så gør du ventelisten længere. Og der er det at det kræver et relativ afslappet forhold til helheden i sundhedsvæsenet at sige at alle bare skal have frit valg, fordi det ser meget fint ud på overfladen men det har altså nogen konsekvenser på længere sigt, hvis man er bange for det, så er man nød til at pille ved den der frit valg ordning og lave den på en anden måde. Hvis man er ligeglad med hvad der sker på længere sigt eller ikke har noget problem med at den offentlige sundhedssektor på længere sigt må struktureres på en helt anden måde end den måde vi er vandt til i dag, det er et spørgsmål om hvor helhedsorienteret du kan se verden. Hvis du vil se helhedsorienteret på verden, så er kontraktpolitikken svær.

Katrine: du sagde .. til referat...øh... det var rimelig politisk det her ikke?

Morten: Jo det var lidt farvet

Katrine: Det var bare hvis du kunne knalde en teoretiker på ville det være rart, da du næsten har svaret på hele vores problemformulering (der grines)

Morten: skriv M. Nielsen (der grines igen)

Nina: men jeg tror da godt i kan finde en ekspert der har sagt det samme

Morten: ja, det skulle ikke være noget problem

Katrine: Det var netop det vi startede med, at det her kontraktspolitik må altså på et eller andet tidspunkt må der jo ske noget med den her, det var vores første problemformulering, altså med velfærdsstaten ik?

Morten: der skal man bare ikke tage fejl, det sker ikke med et brag og det vil aldrig ske med et brag

Katrine: nej, nej

Morten: og det er jo derfor at altså at vores tidligere retorik med ulven kommer, ulven kommer, den er problematisk fordi folk kan ikke se ulven, men det sker stille og roligt. Men skattestoppet og udhulingen af velfærden den er jo god for det sker stille og roligt men det sker over en meget lang årrække. Altså de havde i valgkampen 2001 der sagde de halvanden milliard til sygehusene til at bekæmpe ventelisterne med, der er dejligt, det er konkret det kan folk måle bagefter. Der havde vi altså i 10 år forsøgt at rette op på hvad der var sket i 80'erne, med at man havde udhulet lægeuddannelsen og sygeplejerske uddannelsen og der var kæmpe personale mangel på sundhedsvæsenet. Det har vi brugt ti år på at rette op, og det tager i øvrigt 8 år fra man begynder at rette op til at der sker noget, det har vi brugt 10 år på. Jamen da vi så så småt begynder at kunne se effekterne af det så mister vi regeringsmagten. Så kan man så påstå at nogle af de effekter der kommer efterfølgende, dem kan man spore tilbage til de 10 år hvor vi har prøvet at samle op på det. Men pointener jo netop at man kan først begynde at se de der ting om 5, 10, 15 år, og så ser man dem i små dryp. Og så er det jo dem der sidder til den tid der får et problem med at samle noget op, så om 10 år vil i høre en retorik der køre... altså... det daglige slagsmål i folketingsalen det er: hvad gjorde i selv da i sad i regeringen og hvor modsvaret var jamen vi gjorde sådan og sådan fordi vi skulle samle op for, og derfor kommer man altid til at diskutere hvad der skete for 20 år siden fordi politik erm hvis man skal se det i helhedsperspektivet et 20-25-30 proj... øh et 20-25-30 årigt projekt. Så man kan sige kontraktpolitikken er et brud med helhedssynet uanset om vi snakker økonomi om vi snakker velfærdssamfund eller hvad vi snakker. Altså der bryder man med muligheden for at føre helhedsorienteret politik.

Thomas: og derfor vel også ideologisk funderet politik?

Morten: det kan man sige, altså hvis man køber mine tidligere udsagn om hvad der sker, jamen så det jeg siger mellem linierne det er at Venstre er ligeglade med om velfærdssamfundet er offentlig funderet og..

Nina: og det passer jo også meget godt med deres ideologi jo

Morten: jo og det... I kommunal reformen der sker lige nu det at alle handicap institutioner dem lægger man ud til enten at være kommunalt ejet eller som at ligge som nogle selvstændige institutioner under regionerne og sådan noget. Men de institutioner der kommer til at ligge og være kommunalt ejet er jo fremragende eksempler på det her også. For hvis en kommune har en institution liggende, som er specialiseret inden for et eller andet handicapområde, som har 10 pladser, denne her kommune kan selv levere 2 pladser, jamen så får kommunen en handicappet der måske ikke helt passer til definitionen men ligger derovre i nærheden af det er ikke helt det rigtige men det ligger i nærheden så er man eddermamene en uansvarlig kommunalpolitikker hvis man ikke ændredefinitionen lidt så man kan få vedkommende ind på sin egen institution og gøre det billigere end at betale hvad der svare til et kvart skattepoint eller noget i den stil for at sende vedkommende til en anden institution, i en kommune. Altså man skal... jeg ved i Ishøj kommune har der været en dame, én ældre dame, som har kostet hvad der svare til 0.3 skattepoint.

Katrine: hvor meget er det?

Morten det er omkring 6 millioner kr. hvert år

Katrine: hold da op

Morten: En person der koster 0.3 skattepoint, jeg vil sige politikerne i Ishøj vil være forbandet uansvarlige hvis de ikke vil prøve at minimere den omkostning ved at tage vedkommende ind til sig selv og lavere nogle ordninger der måske er billigere end at købe det ude i byen. Og på længere sigt kan det så betyde at man begynder at sige, man kan forestille sig denne her institution, der er 10 pladser der er 8 der er optaget, nu har den kørt med 8 pladser i 2 år derfor er det en underskudsforretning. Så er man også uansvarlig som kommunalpolitikker hvis man ikke begynder at overveje; er der nogle private der kan køre det her, så vi bare skal betale beløbet. Der skal bruges på at have patienterne. Altså og det kræver igen at du er rimelig ligeglad med selve strukturen på det, eller er meget åben overfor andre strukturer end dem vi kender i dag. Hvorimod hvis man har et grundlæggende synspunkt om at det offentlige skal

have hold i hanke med hvad det offentlige bruger penge på og så videre så har man et problem med den struktur man laver.

Katrine: Og grunden til at... Venstre de ved vel også det der ik?

Morten: jo jo

Nina: jo, men for dem er privatiseringer og udliciteringer er jo ikke noget man på samme måde skal overveje så grundigt

Katrine: nej det kan de bare godt lide ik?

Morten: jo altså altså ideologisk set

Katrine: jo det er jo bare, det er sgu svært at forstå

Nina: Det sjove er at de jo faktisk ikke har privatiseret og udliciteret særligt meget, men ideologisk set er det en kongstanke for dem ik

Katrine: må vi godt kontakte jer igen ?

Kim: med opfølgende spørgsmål og sådan?

Nina: Ja, selvfølgelig

Thomas: Hvad var det du hed? Bare så vi ved hvem der snakker på båndet

Morten: Morten Nielsen

10.3.2 Tematisering af transkribering af interview med Morten Nielsen og Nina Juhl Østergård

Tema 1: Kontrakt

Men man kan sige, at kontraktpolitikken i sin grundopbygning er i fuldstændig modstrid med alt hvad det danske parlamentariske system har bygget på tidligere, fordi det netop altid er bygget på kompromiser.det har altid ligget på sådan en pæn blød midterkurs, og dér betyder kontraktpolitikken uvægerligt et brud med den der, fordi at man med skattestoppet kommer med en så fundamental firkantet melding på noget, som gør at du ikke kan lave bløde forlig på tværs af midten.

Nu har vi prøvet fire gange at sidde udenfor, så bliver man nødt til at acceptere der er noget, der hedder skattestop.

... det betyder nødvendigvis også at den bliver umulig at føre kontraktpolitik på, fordi vi ved godt vi får ikke 90 mandater, så vi kan ikke gennemføre samtlige punkter, og

det betyder hvis man bliver nødt til at ændre i punkt nr. 12, så kommer punkt 43 uvægerligt til at se væsentlig anderledes ud end det gjorde på papiret i første omgang. ...det er også blevet enormt moderne, at alle virksomheder skal have fem grundlæggende værdier som de står for. Den der enkle kommunikation, branding, altså. Og vi har jo forsøgt meget med at gøre det enkelt og overskueligt. Blandt andet med 7 punkter som så vi forsøgte at slå op, og der er vi jo socialdemokrater –vi kan jo ikke holde os til den slags...

Nina: Men, jeg tror grunden til at vi virker ukonkrete på det, det er at kontraktspolitik passer ikke særligt godt til partiet. Og vi har gjort nogle små forsøg, men i bund og grund er det nok lidt vanskeligt at få

Morten: ...det at det passer så dårligt til partiet det kan du netop se ved hele perioden vi havde sidst, altså fra vi skiftede formand og frem til valget, altså vi startede jo med netop at forsøge at begive os ind på det ved at sige 7 punkter, som så skulle gentages igen og igen.

Nina: der var aldrig nogen der lærte de 7 punkter

Morten:...efter et års tid finder man ud af at der faktisk ikke er nogle i folketinget der kan alle 7 punkter, så skære man det ned til 6 punkter og så ender vi med en valgkamp hvor vi så kommer med det samlede oplæg som er 50 sider og ingen for gnavet sig igennem det.

Nina: Og der er jo ikke fordi folk ikke mener de 7 punkter, de mener bare så forfærdeligt meget andet også , det byder bare imod at skulle skære ned og gøre det så simpelt.

Kim: Der skal vel en vis form for topstyring til, og også at det er de samme 4...

Morten: altså hvis jeg nu skulle være meget politisk så ville jeg sige, det kræver også at du har... ..et relativt afslappet forhold til velfærdssamfundet ...fordi så er man ret ligeglad med hvis det punkt her det bliver gennemført så kan det godt være at det på længere sigt eller på andre punkter af samfundet har nogle negative konsekvenser men det er relativt kold overfor fordi nu er mit punkt gennemført. ...Vores problem det er jo at vi gerne vil se de der helheder i samfundet. Vi mener fx. at hvis man går ind og piller ved folkeskolen eller ved boligmassen så gør vi faktisk noget for integrationen, så kommer det i løbet af en 5,10,15 år, så vil det begynde at kunne ses på kriminalitetsstatistikkerne og kunne ses på beskæftigelsesstatistikkerne for 2. generationsindvandrere.

...Skattestoppet er et fremragende eksempel, det kan godt være at folk ikke får en skattestigning på deres papir, men det betyder at vi langsomt og rolig udhuler det beløb der er tilbage til at køre velfærd på, det gør det. Og det kan man så have et relativt afslappet forhold til, nåmen så må vi jo skære lidt ned hvor det så er nødvendigt eller også så bliver man nød til at finde indtægten på en anden måde.

Morten: Det allerbedste eksempel I kan finde på det er jo sundhedsområdet, altså frit valg på sundhedsområdet er jo fantastisk på kort sigt og det er fantastisk for den enkelte patient der skal have opereret sit knæ, og som ikke kan få det opereret på det sygehus der ligger lokalt. Problemet er at hver eneste gang en patient flytter til et privat sygehus, men også bare til andre amter så på grund af den opdeling der i økonomien, hver eneste gang flytter ud, så flytter vedkommen de mere end sin egen operation, så flytter vedkommende 1.5 operation og det betyder at hver gang en patient flytter fra sit eget amt, så er der færre penge tilbage i amtet til at gennemføre yderligere operationer. Og det betyder jo at du rent teknisk øge ventelisten hver gang der er en, der for at springe over ventelisten går ud af systemet så gør du ventelisten længere. Og der er det at det kræver et relativ afslappet forhold til helheden i sundhedsvæsenet at sige at alle bare skal have frit valg, fordi det ser meget fint ud på overfladen men det har altså nogen konsekvenser på længere sigt, hvis man er bange for det, så er man nød til at pille ved den der frit valg ordning og lave den på en anden måde. Hvis man er ligeglad med hvad der sker på længere sigt eller ikke har noget problem med at den offentlige sundhedssektor på længere sigt må struktureres på en helt anden måde end den måde vi er vant til i dag, det er et spørgsmål om hvor helhedsorienteret du kan se verden. Hvis du vil se helhedsorienteret på verden, så er kontraktpolitikken svær.

Tema 2: Kontraktpolitikens udvikling Men når jeg opponere imod det, så er det fordi jeg synes vores valgoplæg bar præg af – og det gjorde retorikken vel også, tag udlændingebatten – vores retorik bar vel også meget præg af, at vi skulle indgå nogle forlig, når vi først har vundet et valg. Vi skal indgå forlig med Venstrefløj, vi skal indgå forlig med De Radikale og så videre Men man kan sige at kontraktpolitikken var væsentlig mere markant i valget 2001 end den var i 2005 efter min mening, også fra Venstres side. Venstre var væsentlig blødere i deres formuleringer end de var i 2001, hvor de var meget firkantede. I 2001 var det meget konkret ikke. Der var det 1,5 mia. til sygehusene, det var et stop for udlændinge,

altså det var meget konkret, hvad der skulle ske, hvor i 2005-valgkampen der har det jo været sådan nogle lidt bløde formuleringer undervejs. Der har godt nok været nævnt nogle beløb, men så har det været noget med et råderum over 10 år, og hvornår skal de indfris. Der var rent faktisk direkte direkte i valgkampen noget med de vil jo selvfølgelig blive indfaset i løbet af perioden og så videre. Så på den måde kan man sige, at kontraktpolitikken som begreb blev vel lidt mindre i denne her valgkamp.

Nina: ja, den blev lidt udvandet, ikke.

Tema 3: England

Den er opfundet af Giddens og Blair og den tredje vej, men det politiske system de bygger det på det er jo et system, hvor man har absolut flertal, og så er det også – et eller andet sted – mere legitimt at lave en kontrakt med vælgerne. Jamen, jeg har flertallet og jeg vil gøre sådan.

Tema 4: Eksempler på kontrakt Nina: lige præcis tusse-forslaget det var jo et forsøg på og matche det de kan. ...vi kan godt gå ind og pille ved børnechecken mod at sætte priserne på daginstitutioner ned, sørge for bedre kvalitet, flere pædagoger og så videre. Helt klart inspireret af, at der er noget der virker. Altså en måde at tale til vælgerne på, som er let forståelig og det er præcis det dér tusse-forslag, det er også noget som vi hørte af omveje de var lidt bekymrede for i regeringen før valgkampen, og måske derfor har de også kommet på banen med flere penge til børnefamilierne. Også fra starten.

Kim: tusseforslag?

Nina: ja, det er max. 1000 kroner for en plads i institution.

Tema 5: Jobbeskrivelse

Nina: Alt fra pressemeddelelser til at lave nyhedsovervågning og se, hvad der kører i Radioavisen, tv-avisen, Ritzau, til at løbe journalister på dørene med udspil eller hvad der nu kan være som vi gerne vil have dem til at skrive om, skrive debatindlæg, lave talelinjer til politikerne ...

Nina: forslag til, hvordan formulerer du det her forståeligt og tydeligt. Og så sidder vi så 2 uddannede journalister, 1 journalistpraktikant og Morten. Så har vi pressechef

Erik Bjørn Møller. Derinde har vi alle vores kloge, konsulenterne, som har opdelt politikområderne på sig. De har deres stofområder, de har fingrene nede i selve politikudviklingen. De arbejder meget tæt sammen med ordførerne, og laver også de her notater, hvor vi går ud og kritiserer regeringen...

Kim: hvor mange er I? 8-10 stykker eller hvad?

Nina: 2 her, 4 der, det er 6, 4 derinde det er 10, Claus 11

Morten: vi har også to halvtidsstudenter, så vi er vel en 12 stykker i alt. Det er enormt svært at sammenligne, fordi der organiserer vi os utrolig forskelligt i de forskellige partier. I Socialdemokraterne der har vi denne her afdeling, som er den centrale afdeling, og så har de enkelte folketingsmedlemmer deres egen stab, som gerne består af 4 MF'ere...4 MF'ere så en sekretær og en studentermedhjælper.

Kim: er I medlemmer af partiet jer, der sidder her?

Nina: nej. Nogen er, jeg er ikke.

Morten: for mig var det et krav. Det var et krav ved min ansættelse.

Nina: jeg tror faktisk det er journalisterne, der ikke skal være medlem.

Morten: og I er så den eneste, der er fritaget. Sekretærer, HK'ere de skal også være medlem..

Thomas & Kim: pressechefen er så også undtaget?

Nina: ja. Men det er jo også noget nyt efter formandsskiftet i 2002, hvor man netop efter valgnederlaget i 2001 gerne ville gøre det mere professionelt. ...satse på at de folk man har ikke nødvendigvis ikke er folk, der er medlemmer af Socialdemokraterne og har været det altid, men ansætte folk efter, hvad kan du. I stedet for partibaggrund.

Thomas: så det er blevet mere professionaliseret?

Nina: ja.

Tema 6: Forhold til journalister

Thomas: ja, vi har tænkt lidt på jeres forhold til Christiansborg-journalisterne, om det ikke er et lidt ulige magtforhold? Det er jer, der serverer historierne for dem, altså er det ikke lidt problematisk, at de er afhængige af jer?

Nina: vi er jo også dybt afhængige af dem, og de har jo i sidste ende retten til at sige det køber vi og det køber vi ikke. De kan jo altid gå ind til Venstre i deres tilsvarende presseafdeling og få det fra den anden side.

Morten: Det er i hvert fald mindst lige så stærkt den anden vej, fordi hvis vi var et monopol som var de eneste, der havde de politiske oplysninger så ville det være ulige ad pommern til, hvis vi serverede historier til dem. Men det er jo netop i særdeleshed, når man sidder i opposition er man dybt afhængig af dem. Af pressens velvillighed, fordi vi kan jo sagtens komme med gode historier som vi prøver at servere eller sælge, men der sidder jo nogen andre, der vil prøve at dementere de historier eller vende dem den anden vej.

Nina: Vi vil altid som udgangspunkt tage de store dagblade, Radioavisen, tv-avisen og TV2 nyhederne. De ligger som første ønske og så ellers ridse op derned af. Ja, en lokal avis er også god, men det ville være bedre hvis den kom i landsdækkende.

Morten: og du har jo ret i har der været en historie vi ikke kunne sælge til medie A, så er vi gået videre til medie B for at se, om vi kan sælge den der. ...hvis vi forsøger at sælge den til journalist A, der overhovedet ikke kan se en historie i den, så prøver vi B og han kan måske godt se en historie, men synes ikke han har tid. Når vi så går til C så kan vi jo godt risikere, at han allerede har hørt den fra nogen andre. Der skal man altså ikke tage fejl af, at det også lidt er et personligt forhold. Journalist C kunne godt være fornærmet over, at han kommer som 3. mand i rækken, og har fundet ud af, at vedkommende er 3. mand i rækken, så er vi så det mindre interessante de næste par gange.

Tema 7: Kommunikation

Så vi kan da godt sidde her os, som er journalistisk funderede og kunne ønske at Mogens Lykketoft kunne sige dum, dum, dum, dum, ikke? Men hvis han ikke taler på den måde, hvad så. Nu har vi fået en ny formand, der måske kan noget andet i den retning. Så altså strategi og virkelighed det skal jo passe sammen ikke, altså.

Morten: det tror jeg også er nøglen. Det tror jeg netop er, at man skal passe på med at lade sig forblinde af et større fokus på kommunikation og formidling og på vinkling af sine budskaber, at det nødvendigvis betyder mindre ideologi bagved. Vi vil jo stadig hævde at vi vil gøre noget godt for børnefamilierne og Venstre vil gøre noget godt for børnefamilierne. Vi vil gøre noget godt i forhold til kommunalreformen, Venstre vil gøre noget godt i forhold til kommunalreformen, men vi vil jo stadig hævde, at der ligger et fundamentalt forskelligt menneskesyn, fundamentalt forskelligt syn bagved den tilgang vi har til det vi vil gøre. Og det betyder så også, at ideologien er der jo. Altså valget af politik er måske blevet mere

kommunikationsagtigt og hurtigere og så videre, men grundlæggende så ligger der altså stadig nogle ideologiske hensyn bagved med de værktøjer man vælger at hive op af kassen. I den sammenhæng er kommunalreformen og skatteudskrivningen et enormt godt bud eller placeringen af miljøopå grund af ver i kommunalreformen, er måske virkelig et godt eksempel på, hvilken grundlæggende ideologi, der ligger bagved det man vælger at gøre. Så selv om kommunikationen bliver hurtigere og smartere og mere effektiv, og dermed måske mere med vælgeranalyser, hvor man finder ud af hvad vælgerne gerne vil høre, så har det nok stadig større betydning for retorikken end det har betydning for indholdet. ...jeg tror de her vælgeranalyser, det gælder i høj grad også for Venstre selv om de er verdensmestre til at lave forskellige undersøgelser, så tror jeg at det de flytter mest det er deres retorik –mere end de flytter selve indholdet, selve vinklen på, hvordan de vil gøre tingene.

Tema 8: Valgkamp

Da telefonen ringede før, hvor jeg sådan opponerede en smule imod at vores sidste valgkamp ligesom var baseret på kontraktspolitik, eller var et forsøg på at lave kontraktspolitik og jeg opponerede en lille smule imod det, så var det jo rent faktisk fordi hvis man skal evaluere vores valgkamp og hvad der gik galt, så noget af det man vil pege på, det er vi kommer med en samlet plan på, hvad er den 50 sider eller noget i den stil?

Tema 9: Spin

Morten: altså det kan godt være, at det retorisk har ændret sig, men jeg tror egentlig det er noget, der altid har været der. Men det kan da godt være, at retorikken er blevet skærpet. De konservative havde den dér med museerne, med gratis adgang til museerne, i valgkampen der var det alle museer i Danmark, der skulle være gratis og det ender med at blive, hvad er det 2 store i de største byer skal være gratis for børn under 16. Så det kan være retorikken er blevet skarpere, men grundlæggende så har det jo vist sig... det ser man jo allerede i regeringsgrundlaget, som bliver indgået 10 dage efter valget allerede her begynder man at gå på kompromis med valgløfter, og så er vi tilbage ved noget vi har set tidligere. Man har de her valgløfter, og så må man forhandle.

Nina: altså tempoet bliver jo sat op, der bliver produceret mere, der bliver produceret flere notater og flere konkrete udspil med hvad vi vil, men i bund og grund er det det samme. Bare meget mere.

Nina: fordi politikerne er jo meget det holdningsbaserede. Det er enormt lækkert at have et sikkerhedsnet, at der er nogen, der sørger for at tingene hænger sammen og at man ikke kommer til at sige det modsatte af, hvad man egentlig mener.

Thomas: det kan vel gøres ved at tage en masse sager op og fokusere utrolig meget på dem?

Nina: Bombarderer dem med andre ting.

Morten: der er et utal af måder at gøre det på. Velfærdskommissionen er faktisk et utrolig godt eksempel på, hvordan man lægger debatten død. ...indtil den blev nedsat der var der jo mange i Venstres gruppe, der enormt gerne ville snakke om pensionsalder hvor høj den må være. ...der er mange sjove sager, der ligger der, men den sparkede man så solidt til hjørnespark ved at sige Velfærdskommissionen. Det kan man så sige frem til efteråret, når de skal komme med deres resultat, men der er det så godt forbi et valg. Man kan sige i nyere tid Velfærdskommissionen er vel et af de mest vellykkede eksempler på, hvordan man lægger alle grimme diskussioner fra sig i en periode.

Kim: er det godt spin eller hvad er det?

Morten: det er mere politisk håndværk. Altså spinnet det er den måde de får vinklet det på...

Nina: de får det trods alt til at se ud som om de tager de her ting alvorligt, og de vil diskutere dem.

Morten: ja, spinnet er vel næsten at de får det til at se ud som om det er en neutral kommission, som vil komme med nogle neutrale bud på, hvad det er vi som samfund er nødt til at kigge på. Når det i bund og grund er en kommission de selv har nedsat, selv udpeget, der skal sidde og snakke om det. Og i parentes bemærket så 80 % af dem, der sidder i kommissionen har i forvejen været imod efterlønnen. Det gode spin er jo, at de formår at få det til at virke ansvarligt at vente. Det er spinnet. Men det at sætte det ud i en kommission, det er politisk håndværk. Det har man altid gjort.

Nina: hvis vi skulle tage eksempler fra vores egne rækker, så det her med De Radikale og vores uenighed – vores måde at spinne imod det det er jo at påpege uenigheder mellem Venstre og de konservative.

Regeringens retorik handler utrolig meget om tilstrømning, hvor vores retorik handler meget om at få det til at fungere – altså integration – få tingene til at fungere. Retorisk der er der jo ingen diskussion om, at det stærkeste det er at snakke tilstrømning. Det virker meget mere slagkraftigt. Også fordi der kan du se nogle resultater med nogle tal på, hvad der er sket i løbet af et år, hvor integration det er noget, der går over 20 år.

Nina: plus integration det spreder sig over utrolig mange punkter. Altså det er jo både folkeskole, børnehaver, arbejdsmarked...

Morten: Ja, når regeringen taler integration... ..handler det om at tale dansk, ...nogle konkret meget målbare ting, fx skal vi tage børnechecken, hvis ikke børnene møder i skole. Når vi snakker integration der er vi retoriks ikke særlig stærke. Men indholdsmæssigt er der jo en afgrundsdyb ideologisk forskel, fordi når vi snakker om integration så snakker vi om børnehaver, vi snakker om skoler, vi snakker om boligsociale indsatser og så videre, Man hører aldrig boligpolitikspørgsmålet i samme grad vinklet med et integrationsemne som dagsordenen fra regeringens side, fordi det vil ikke være målbart.

Tema 10: Dagsorden

Kim: ...Om det er nogle historier som I helst ikke så i aviserne?

Nina: den slags lykkes ikke særlig godt for os herinde. Vores ømme punkt det er jo vores uenighed med De Radikale, men vi kan råbe og skrig og forsøge at tie den ihjel, men den bliver ved med at poppe op ikke.

Nina: ...de der anonyme gruppemedlemmer, der udtaler noget efter et gruppemøde... dem har alle partier. Og det er skideærgeligt...

Morten: man kan sige, at generelt kan man ikke holde dem nede. Det kan ikke lade sig gøre. Men i de konkrete tilfælde, hvor der er en eller anden konkret artikel, der popper op er der jo ikke nogen, der tvinger os til at sige noget. Så hvis der er en enkelt artikel, der popper op med noget vi egentlig ikke så gerne vil snakke om...

Nina: ja, vi kan godt lægge den død bagefter ikke, så der ikke kommer mere.

Katrine: og så håbe på der ikke er andre journalister, der lige ser den..

Nina:der går nok en 3 måneder så skal der nok være noget igen.

Thomas: så det er ikke noget I bruger mange ressourcer på og prøve og holde visse emner fra dagsordenen?

Nina: jo, jeg synes vi prøver. Vi må bare erkende at det...

Morten: selvfølgelig gør vi det. Men når man lægger en sag død, er det som regel bare for at vinde tid. Altså når du lægger en død, så er det for at vinde tid, enten for at få tid til at give det svar du gerne vil give på det, eller til at få den til at poppe op med en sjovere vinkel bagefter som man har det bedre med.

Nina: og få snakket indbyrdes med – hvem er nu uenig og se om de kan blive enige.

Morten: ja. Eller i yderste ekstrem så lægge en sag død henover en valgkamp, men det er meget sjældent det lykkes, men det er da sket. ...det lykkedes for nogen at lægge en sag død som man helst ikke vil snakke om, så får de sparket ud til et godt hjørnespark i et stykke tid. Så popper den op igen efter valget, men så kan man tage den.

Tema 11: Fokusgrupper

Kim: hvilke metoder bruger I til at se, om jeres politiske udspil de virker? Om I nedsætter nogle fokusgrupper eller om det er mere internt i partiet, hvor I spørger menigt medlem?

Nina: partikontoret på Frederiksberg har sådan nogle fokusgruppesessioner.

Morten: men aldrig nogensinde for at teste indholdet politik, politiske udspil.

Nina: nej. Det har handlet om kampagner op til en valgkamp, vores kampagneudkast, går budskabet i gennem...

Katrine: plakater og...?

Nina: ja. Avisannoncer – kan I se sammenhængen mellem det her billede og det vi vil sige med det.

Morten: er teksten for svær at læse, sådan nogle ting.

Nina: og også, hvem appellerer den her annonce til – er det kernesocialdemokrater eller kan den her måske rykke lidt ved nogen, der stemmer Venstre eller Konservative.

Thomas: I bruger ikke fokusgrupper til at undersøge, hvad det er vælgerne vil have af Socialdemokraterne. Altså mere konkret, hvilken politik I skal føre?

Morten: vi har fået lavet en undersøgelse som – op til sidste valg – hvor vi fandt ud af hvilke temaer vi havde troværdighed på, og hvilke temaer de andre havde troværdighed på. Og det er klart de har vi jo så brugt til at sige, jamen de temaer vi har troværdighed på, vil vi gerne diskutere, de temaer vil vi gerne bruge meget tid på.
Nina: ja, dem vil vi gerne have på dagsordenen. Men det er jo ikke politikken som sådan.

Tema 12: Ideologi

Morten: deres menneskesyn er jo ikke mere målbart. Der er jo en afgrundsdyb ideologisk forskel ved at vi mener at det at gå ind og kigge på skolerne og på boligerne der mener vi, at vi får løst nogle problemer i samfundet. Og der vil vi jo så hævde at deres værktøjer som de hiver op af kassen i integrationsdiskussionen ikke er nær så effektive. Men de værktøjer de så hiver op, dem har de da valgt på baggrund af deres ideologi. Og så står vi bagefter med en retorisk kamp, hvor de så står med nogle værktøjer, der er meget nemmere at sælge. Meget nemmere og forstå. Men valget af værktøjer det er jo tilbage i ideologien. Hvad tror man grundlæggende på? Hvad mener man grundlæggende er problemet med indvandringen? Er det grundlæggende, at de er mørke i huden? Eller at vi har nogle sociale problemer vi skal have løst?

Morten: Det vi stjeler lidt over er det med at tænke ideologisk, fordi diskussion er jo, om ideologierne er døde. Og der kan man sige ja det er de. Vi tænker ikke ideologisk på den måde vi begynder at snakke om, at vi må bekæmpe kapitalens magt over masserne. Det er ikke i det plan vi tænker ideologisk. Men der er nogle grundholdninger, der ligger bag og ved valg af de værktøjer vi bruger i dagligdagen i alle politiske spørgsmål.

Morten:... der skal man så også bare huske at vi og Venstre, men det gælder for så vidt også de konservative, De Radikale, D.F. i et eller andet omfang. Sandsynligvis også SF... Vi forsøger jo alle sammen at være massepartier. Og det vil jo så sige, at så kan du ikke grave dig ned i den der ideologiske grøft, hvor du snakker om klassekampen eller om kapitalens magt over masserne, så det er jo ikke på den måde ideologisk, men der nok rigtigt er der stadig er nogle grundlæggende holdninger i partierne. Jeg tror hvis du vækker en Venstremand kl. 3 om natten så mener han stadigvæk der skal være mindre stat. ...og vækker du en social demokrat kl. 3 om natten så vil han stadig sige social retfærdighed.

Kim: men flytter ens grundholdning sig så? Flytter jeres holdninger sig så – eksemplet er vel indvandrerpolitikken?

Morten: det kan jo ikke lade sig gøre så stort et parti som vores at flytte grundholdninger på baggrund af meningsmålinger. Fordi der sidder stadig en kongres, som skal godkende, hvad der er blevet vedtaget og der er vi jo på medlemsplan... Det er klart det er interessant for os politikere, men det har det vel altid været, og finde ud af jamen er det her overhovedet interessant for vælgerne. Men også for 50 eller 100 år siden, har det jo været politikerens opå grund af ve at tale til folk, så folk synes det var interessant det politikerne siger. Og der er det da klart, at hvis vælgerne enormt gerne vil høre noget om børnefamilier og vi samtidig har en stor troværdighed når vi snakker børnefamilier, så synes vi det er enormt interessant at snakke om det. Hvis vælgerne gerne vil snakke om indvandring, og vi finder ud af vi er enormt upopulære på vores indvandringsholdninger, så vil vi nok hellere snakke om børnefamilier.

Thomas: men fx med indvandringspolitikken – er det på grund af medlemmernes holdninger eller holdninger i befolkningen generelt?

Nina: jeg tror virkeligheden har ændret sig og dermed rykker det vel også inden i politikerne. Jeg tror det er meget menneskeligt. Man har en ideologi – altså hvis vi snakker udlændinge så har det været et ømt punkt for os tidligere – og så ser man den her ideologi på en måde bliver overhalet af virkeligheden og man prøver sådan, det skal nok gå. Så lige pludselig finder man ud af, at det gør det nok ikke. Det forsvinder ikke. Man bliver nødt til at forholde sig til, at der er noget, der hedder virkelighed og hverdag og hvordan ser det ud.

Morten: ... Tilbage i 1998 der gik det nok op for os, hvordan virkeligheden på udlændingeområdet, på indvandrerområdet havde overhalet os indenom, og det har vi så siden tumlet med at prøve at få formidlet til folk, at det er vi meget bevidste om og, at vi har svarene på det.

Tema 13: Fokus på enkeltpersoner – herunder styling

Nina: jeg er ikke helt sikker på det er så nyt. Jeg tror medierne er svulmet ik og derfor virker det måske stærkere, men jeg synes altid det har været sådan.

Morten: Det tror jeg nemlig er en enorm skarp...

Nina: altså jeg husker fra min barndom Anker ik? Det var social demokraten.

Morten: ja og jeg har set en valgplakat.

Nina: I 80'erne, det var Schlüter, det var de konservatives

Morten: Ja præcis, ja men jeg tror nemlig det er rigtig, det er bare blevet mere massivt fordi der er bredere medie udbud i dag. Men jeg tror nemlig det er enormt skarpt at sige at det har sgu ikke ændret sig, jeg har set en valgplakat fra.. eller jeg kan huske plakaten med ”Stauning eller Kaos”, den handler altså ikke om faner eller om ideologier, grundlæggende synspunkter, det handler om manden. Og der er en rigtig ond valgplakat fra 30’erne hvor der stod ”hvis De går og jokker i spinaten, så stem på Thomasen – hvis De Giftgas, så stem på lille Christmas” ...retorikken var sådan set ikke meget blødere den gang. ...det er bare et spørgsmål om at man ser det mere nu.

Kim: fokusere I mere på, nu Helle Thorning-Smidt men før Lykketoft, altså en anden måde at fremstille ham på, han blev stilet og sådan noget?

Thomas: Ja, I sendte ham jo ud i , han var jo en tur i en børnehave og sådan noget, snakke med børnene?

Nina: det tror jeg ikke, har man ikke altid gjort det? Poul Nyrup han kæmpede med sin vindjakke og det der cykel...jeg synes altid det har været sådan. Og i en valgkamp har man altid været ude på de der børnehaver, skoler og virksomheder og slagterier

Morten: og så er det i øvrigt en gamle løgn vi bliver nød til at mane i jorden at Lykketoft

Nina: Vi har ikke lavet om på Mogens

Morten: mistede ikke skægget på grund af at han skulle styles, altså han han valgte selv at få mindre skæg og så, den sidste rest af det der forsvandt, det var sådan set et væddemål, det er ikke så offentligt kendt, men det var sådan set et væddemål han tabte, og så måtte skægget ryge. Men der var ikke tale om styling i den sammenhæng. Og det andet det har man vel altid gjort, men jeg tror, at man i Social Demokratiet blev mere opmærksomme på fremtræden efter Nyrups cykelhjelm stunt.

Nina: Ja, og så tror jeg også, efter Anders Fogh er kommet til, at det har været så tydeligt, ...han ser jo godt ud og han er super stilet, der er jo ikke et næsehår der sidder forkert nogen steder vel. Man bliver sådan lidt, det kan godt være man skal til at stramme sig lidt an.

Kim: Jeg læste også, bare sådan parentes bemærket at de havde brugt et år før valgkampen i 2001 på at arbejde med Anders Fogs retorik.

Morten: Ja men det er der ikke nogen diskussion om

Tema 14: Papegøjemetoden

Nina: Os der nød til at følge meget med i valgkampen vi hørte jo altså også bare de samme remser igen og igen. Men det er skideeffektivt

Morten: Men den ligger vel også stadig på vores hjemmeside, den der med hende Gitte Lillelund Beck. Den må i stadig kunne finde på vores hjemmeside, hvis i går ind og søger under gamle nyheder, der ligger der et afskrift fra et radiointerview der var med Gitte Lillelund Beck og der for man altså illustreret meget tydeligt

Nina: hvordan hun var instuderet i at svare på spørgsmålet

Morten: ja og svagheden ved det. Fordi det kræver altså enormt gode kommunikationsevner og få det til at fungere for hvis i ligger mærke til det når Anders Fogh er i et TV interview så kan han sige den samme sætning 8 gange men han

Nina: uden at journalisten stopper ham

Morten ja uden at journalisten stopper ham og hvor journalisten ikke til sidst giver op, men hvor journalisten må gå videre fordi han jo sådan set i et eller andet omfang har svaret. Og der er der et eksempel i valgkampen hvor der kommer en undersøgelse frem at der er sparet pr. elev i folkeskolen og der er det så Gitte Lillelund Beck der får den herlige opå grund af ve at sidde i radioavisen og skulle fortælle svaret på det her, og det er helt tydeligt at hun har fået instuderet et svar fordi radiatorporteren han spørger hende: vil du afvise at der er færre penge pr. elev i folkeskolen i dag end da i kom til? Og hendes svar det lød så: Der bruges flere penge end nogensinde på folkeskolen.. Så siger han: ja men kan du så afvise at der er færre penge pr. elev end tidligere? - Der bruges flere penge end nogensinde på folkeskolen. Og vi har en afskrift liggende på hjemmesiden

Nina: De køre det der pingpong en fire-fem gange

Morten: Ja, og efter femte gang så siger journalisten: vi kommer vel ikke videre, - Nej, ikke hvis ikke du stiller et andet spørgsmål. Og så sluttede den. Og der får man illustreret svagheden ved den her retorik at den kræver altså at man er dygtig til det

Nina: ja man skal lige være kvik nok til at tænke en alternativ måde at sige tingene på, altså.

Morten: det sagde du så uden at insuinere noget om Gitte Lillelund Beck

Nina: ja, ja hun er sikkert god til andre ting.

Morten: nå, men Anders Fogh er jo enormt stærk til det, og Lars Løkke kan også det der, med at få stillet det samme spørgsmål og så svare på forskellige måder så det fungerer, men hvor det principielt bare er papegøjen der køre.

Kim: Ja, det er det

Morten: øh, og det kan man sige at den bød Mogens Lykketoft uendelig meget imod i denne her valgkamp og prøve at lave papegøjesvar og det fremstår så heller ikke så stærkt, når man bliver interviewet hvis man så prøver at komme med længere meget præcise svar.

Tema 15: Svært at hamle op med kontrakter

Morten og det er jo derfor at altså at vores tidligere retorik med ulven kommer, ulven kommer, den er problematisk fordi folk kan ikke se ulven, men det sker stille og roligt. Men skattestoppet og udhulingen af velfærden den er jo god for det sker stille og roligt men det sker over en meget lang årrække. ...de havde i valgkampen 2001 der sagde de halvanden milliard til sygehusene til at bekæmpe ventelisterne med, der er dejligt, det er konkret det kan folk måle bagefter. Der havde vi altså i 10 år forsøgt at rette op på hvad der var sket i 80'erne, med at man havde udhulet lægeuddannelsen og sygeplejerske uddannelsen og der var kæmpe personale mangel på sundhedsvæsenet. Det har vi brugt ti år på at rette op, og det tager i øvrigt 8 år fra man begynder at rette op til at der sker noget, det har vi brugt 10 år på. ...da vi så så småt begynder at kunne se effekterne af det så mister vi regeringsmagten. Så kan man så påstå at nogle af de effekter der kommer efterfølgende, dem kan man spore tilbage til de 10 år hvor vi har prøvet at samle op på det. Men pointener jo netop at man kan først begynde at se de der ting om 5, 10, 15 år, og så ser man dem i små dryp. Og så er det jo dem der sidder til den tid der får et problem med at samle noget op, så om 10 år vil i høre en retorik der køre... det daglige slagsmål i folketingsalen det er: hvad gjorde i selv da i sad i regeringen og hvor modsvaret var jamen vi gjorde sådan og sådan fordi vi skulle samle op for, og derfor kommer man altid til at diskutere hvad der skete for 20 år siden fordi politik er hvis man skal se det i helhedsperspektivet et ...20-25-30 årigt projekt. Så man kan sige kontraktpolitikken er et brud med helhedssynet uanset om vi snakker økonomi om vi snakker

velfærdssamfund eller hvad vi snakker. Altså der bryder man med muligheden for at føre helhedsorienteret politik.

Tema 16: Kulturskift

Morten: Det er et kulturskifte der er sket og det er primært sket i Venstre. ...noget af det der har været Anders Foghs problem siden valgkampen er, at der rent faktisk er menige medlemmer der er begyndt at udtale sig, ... fra han blev formand i 1998 og så frem til valget 2001. ... var der 4 Venstre folk der udtalte sig i hele landet i de 3 år, ...kørte man det med en benhård topstyring på,

...den her meget bevidste brug af netop kontraktspolitik, og hvad det måske gør ved ideologien, det er jo det de har problemer med nu i Venstre, baglandet, altså folketingsgruppen begynder at prøve at vriste sig fri af det og vil hellere finde noget af den liberalistiske ideologi frem og...

Morten: men altså denne her topstyring den er jo altså meget interessant fordi den er jo også en grundlæggende forudsætning for at man kan føre kontraktspolitik. ...om man så har 52 eller 46 eller 48 mandater så er man nød til at have 40 mennesker som så er menige medlemmer af gruppen. ...man er nød til at have nogle der er enormt disciplinerede, hvis det skal kunne fungere

På det punkt kan man så se en professionalisme som meget interessant og en accept af topstyringen som er væsentlig større i Venstre end den har været, og efter min opfattelse nogensinde vil blive her. Altså noget så banalt som de store dueller mellem Anders og Mogens i valgkampen. De tilråb som VU'erne stod og lavede, de var blevet godkendt i statsministeriet, de havde koordineret hvad måtte man råbe, hvornår måtte man råbe dem og hvis man stod derude og observerede det var det meget interessant også fordi man havde den der anarkistiske flok, i røde trøjer der stod ovre på den ene side som sådan .

...det er sådan topstyring når den bliver ekstrem. Ekstrem er hvad må masserne råbe til mig, men det er fundamental forudsætning for at kunne gøre det så gennemført, og det virker jo enormt stærkt på medierne. Altså det virker enormt stærkt når man ser det i fjernsynet at det kommer så slavisk og maskinelt, der virker det jo meget meget stærkere end at der pludselig er nogle der stiller sig op og får lyst til at råbe et eller andet.

10.3.3 Transkribering af interview med Mikkel Faurholdt

Martin: Vi ville sådan set starte med at høre hvad din uddannelsesmæssige baggrund var.

Mikkel: Jeg er uddannet journalist tilbage fra journalisthøjskolen i 1994 og har arbejdet på forskellige dagblade som Erhvervsbladet, BT, magisterbladet og jyllandsposten. Inden jeg kom her til var jeg også pressechef på TV Danmark. Det er sådan set den korte version.

Martin: Hvordan ville du beskrive dit job?

Mikkel: Her bliver jeg nok nødt til at fortælle lidt om stedet her. Venstres pressetjeneste åbner klokken 6 og lukker klokken 24, det vil sige vi følger mediernes døgnrytme fra den første radioavis klokken 6 hvor dagens dagsorden ligesom bliver sat og så går det ligesom slag i slag. Indtil om aftenen hvor vi læser næste dags aviser som er fødekæden til radioavisen så vi hele tiden er med på beatet og kan briefe vores ministre og ordfører og den slags på hvad kommer der nu. Hvordan skal vi forsvare vores politik, skal vi angribe oppositionen og så videre Det er min opå grund af ve her at være chef for den butik, dels for medarbejderne og at gruppemedlemmerne altid kan ringe på min mobil og tilrettelæggelse af kampagner, ikke mindst valgkampen der lige er overstået.

Martin: Hvad ringer de om?

Mikkel: Der er sådan set to grupper kunder i butikken, dels politikerne, dels journalisterne. I denne her lille landsby som man kalder Christiansborg. Hvor man udveksler informationer og prøver at overtale journalisterne til at beskæftige sig med de emner vi nu interesserer os for.

Martin: Hvordan går det med at få journalisterne til at skrive jeres historier, hvordan vil du karakterisere det samarbejde?

Mikkel: Det vil jeg karakteriserer som meget professionelt. Det er ikke ligesom vi bestiller plads i en avis for at få skrevet vores ting, desværre (med et smil på læben, red.). Det er jo derfor jeg sidder her som journalist og mange af vores medarbejdere også er journalister. Vi tænker på nogenlunde samme måde som dem og ved hvilke ting der skal til for at en politisk ide bliver spiselig for en journalist, hvorfor det er interessant at få historien i lige præcis den avis eller på den TV station.

Martin: Jeg går så ud fra at du mener at der ikke er noget forkert i den måde I sælger historierne til journalisterne?

Mikkel: Nej, det mener jeg bestemt ikke.

Martin: Hvor tæt er du på ledelsen i forbindelse med skabelsen af politikker og historier?

Mikkel: ja men man kan ikke sige der er en bestemt måde vi skaber historier. Det sker på 117 måder. Som pressechef er jeg med til møderne med partiets ledelse, statsministeren og så videre når vi mødes en gang om ugen. Hvor er vi på vej hen, hvor står vi stærkt og svagt. Kan vi slække lidt her, skal vi blive stærkere her.

Naimah: Er det kun i sammenhæng med medierne eller er det også i forbindelse med udarbejdelse af politikkerne. Hvor passer du ind i processen?

Mikkel: Primært i salgsfasen. Det politiske kværner selv i ministerierne, sat i gang af ministrene og statsministeren. Vi kommer ind der hvor politikken er udformet og skal sælges. Vi har ved siden af et politisk-økonomisk sekretariat. De laver beregninger og kommer med forslag til ministrene. De står for indholdet og vi står for indpakningen.

Naimah: Hvor mange mennesker er der ansat i denne afdeling?

Mikkel: 5 mennesker og 4 studenter.

Martin: Hvad med i den anden?

Mikkel: Der tror jeg de er 10 stykker eller der omkring.

Martin: Hvad med valgløfter og valgkamp. Står I stadig der kun for indhold eller er I også med til at udforme det?

Mikkel: Der er kun én der træffer den slags beslutninger, statsministeren. Der er så en lille gruppe omkring ham der hjælper med det, også med formuleringerne. Så kommer salgsdelen, reklamebureauer, der skal omdanne det politiske indhold til plakater og budskaber. Så er vi helt ude ved slutbrugeren.

Martin: Det vi også tænkte lidt på var om hvis disse politiske holdninger eller valgløfter ikke var så spiselige kommer I så med noget tilbage om dem?

Mikkel: De ting foregår ikke uafhængigt af hinanden. Det er tænkt ind i processen. Dybest set har politikkerne besluttet at det er det og det og det vi vil. Hvordan kommunikerer vi så det på en måde der er nem at forstå og opfange. Det er sådan et led i processen, ikke forskellige faser.

Martin: Det er ikke et led du er så meget med i?

Mikkel: Jo, lige med hensyn til valgtingene. Der er sådan en lille gruppe der har hånd i hanke med det.

Naimah: Hvem består den gruppe af?

Mikkel: Statsministeren, Mikael Kristiansen, mig selv, chefen for det andet sekretariat, partiets næstformand, partisekretærer og et par andre. Altså en relativt lille gruppe.

Martin: Hvordan prøver I at sætte dagsordenen med hensyn til politiske historier og sælge dem til journalisterne.

Mikkel: Tag nu eksemplet i dag, hele morgenens medie billede var fyldt med regeringens integrationspakke og der er pressemøde her.. nej det har lige været der. Men så allerede dagen i går hvordan satte vi os så på medie billedet i dag. Det er så at tage kontakt til forskellige journalister samt TV og radiostationer og få det løftet ind, så det er vores dagsorden, der præger starten på dagen og så kommer pressemødet og i løbet af eftermiddagen svarer oppositionen lidt igen og lur mig, i aften er det stadig på TV sammen med reaktioner fra oppositionen.

Naimah: Men har I et så godt samarbejde med journalisterne så I godt vidste at det var det der ville komme frem i dag?

Mikkel: Ja, når vi tager kontakt med journalisten dagen før, ved vi godt at det er så interessant at det bliver taget op.

Martin: Der har I vel så også en fordel i, i og med at I er regeringen?

Mikkel: Jo jo, havde vi nu været enhedslisten der kom med en integrationspakke, de har ingen indflydelse eller meget begrænset indflydelse. Det er klart at regeringen har sådan et problemformuleringsprivilegium. Det er ret interessant at høre hvad magthaverne har at sige.

Martin: Hvad med sådan at holde emner ude I ikke er så glade for, er det noget I har mulighed for?

Mikkel: Nej, hvis der er andre der er dygtigere til at placere emner.

Martin: Så den måde I prøver at holde ting ude er ved at placere andre emner?

Mikkel: Nej, sådan kan det nok ikke sættes op på en formel. Vi bestemmer jo ikke hvad der står i aviserne. Hvis Socialdemokraterne gerne vil snakke om noget vi ikke vil, skal de nok komme til det.

Spørgsmålet er lidt for sort/hvidt. Havde vi nu boet i Italien og hedder Berlusconi så havde det været lidt nemme at styre medierne [grin]. Dem der har den der opfattelse

af at pressechefer og spindoktorer det er sådan noget hvor vi styre journalisterne som nogle mørkets fyrster er et fortegnet billede.

Martin: Nu bruger I fokusgruppe og lignende til vurdering af valgløfter og så videre Er det noget I vil forsætte med og virker det godt?

Mikkel: Ja det tror jeg bestemt. Det virker godt. Hvis man skruer tiden 10-20-30 år tilbage så sad politikerne i forsamlingshusene i de forskellige købsteder på en lille scene med 300 mennesker foran sig. Der havde man jo dialog/respons og et brag af en debat. Hvis folk synes politikerne var en idiot på grund af han sagde det og det så tænkte han at så skal jeg jo nok lade være med at sige det igen. Der havde man den der umiddelbare reaktion. Den har man ikke mere, da folk ikke går til politiske møder af en eller anden grund. Det er sjældent man ser politiske møder med flere hundrede deltagere hvor man siger; nu skal vi have et godt politisk slagsmål. Det har man bare ikke mere. Så det værktøj man så bruger til at få den viden man fik dengang det er for eksempel ved at fortage målinger og bruge fokusgrupper. Ikke for at formulerer politikken og lave den om, men mere hvordan man kommunikerer den.

Naimah: Så det er ikke hvad det handler om, men mere hvordan det skal præsenteres?

Mikkel: Ja, det er sådan lidt indpakningen. Det dur jo ikke at jeg har en holdning men ikke kan finde ud af at formulere den, så kommer den jo aldrig ud til vælgerne. Hvis der så kan komme sådan nogle fremmede kommunikationsekspertter og fortælle, at hvis du lige gør sådan og sådan og giver det en bedre indpakning, altså ikke lave holdningen om, men lave din performance om, så kommunikerer du bedre med medierne. Så kan vælgerne også forstå og tage stilling. Så anser vi det, hvis man skal svinge det højt op et eller andet sted, en styrkelse af demokratiet da det forkorter vejen mellem politikere og vælgere, synes jeg.

Martin: Nu det med demokratiet, hvis det bare er indpakningen, har det så meget med demokratiet at gøre, det synes du?

Mikkel: Nu skal du regne med at der sidder 179 i folketinget og de er ikke alle sammen valgt fordi de er uddannet inden for kommunikation, men deres holdninger. Der kommer en landmand, fisker og en instruktør. De er tilsluttet et parti de nogenlunde passer med. Dermed kommer deres budskaber meget kantet frem til slutbrugeren. Vi har et lille TV studie her som vi hiver dem ind foran inden de skal i TV og interviewer dem og ser det på video bagefter og siger ting som; hvis du formulerer det på den her måde kommer det bedre ud til vælgerne. Hvis du lader

være med at klø dig i øret, da folk så sidder og fokuserer på det. Det er sådan store og små ting der er støj i forhold til kommunikationen. Når jeg taler om demokrati så har det lidt at gøre med, at en politiker kan mene nok så mange ting og have de bedste intentioner, men hvis han ikke evner at formulere sig på en måde som vælgerne forstår, så er det lidt ligegyldigt.

Naimah: Kan man så ikke risikere at deres holdninger eller meninger bliver ændret?

Mikkel: Nej, ikke med den rådgivning vi giver dem. Når vi ændrer dem ved at fortælle det på en bedre måde og leve sig ind i TV mediets krav om korthed. Jeg tror der var en amerikansk undersøgelse af at præsidentvalget i 1968 havde de 43 sekunder på TV til at sige hvad de mente, i 96 var de nede på 7,9 sekunder. Det stiller krav til meget præcis og forenklet kommunikation. Det er begrænset hvor mange detaljer du kan få med. Kan du ikke det, får seerne ikke dine budskaber. Når vi sidder og snakker med en politiker om hvad de vil sige på TV i aften så siger de at de vil sige noget med at... Der har vi allerede problemet. De skal kunne sige: ”jeg vil sige bang bang bang og det er i modsætning til Socialdemokraterne da de vil det og det og det”.

Naimah: Så det er det rent praktiske retoriske I sidder med?

Mikkel: Ja. Det er ikke sådan vi siger det er ikke så godt du går ind for afskaffelse af efterlønnen.

Naimah: Nej, men jeg tænker mere, hvis nu en politiker havde et eller andet de ville sige, men det var ikke lige så smart at sige, da der var en fokusgruppeundersøgelse, der viste det ikke var et smart emne?

Mikkel: Det kan godt ske. Vi kan godt sige til folk, at det der du siger der, balancerer lige på kanten af hvad partiet mener. Det skal du holde lidt tilbage med, eller sige til lokale medier.

Martin: Hvad hvis det ikke er noget der balancerer på kanten af hvad partiet mener, men det er set som negativt i fokusgruppeundersøgelser?

Mikkel: Joo men vi sidder jo ikke med fokusgrupper hver onsdag. Der er ikke en præcis skabelon for hvor mange. Det er jo også målinger i aviser og lignende. Vi bruger alle tilgængelige målinger.

Naimah: Du sagde det var meget brugt, hvor meget er det egentligt brugt. Kan du komme med nogen praktiske eksempler?

Mikkel: Det er ikke for at flygte fra ansvaret men I skal nok snakke med Martin Witt fra Venstres hovedorganisation. Det vil han kunne sige meget bedre.

Martin: Nu er Tony Blair lige blevet genvalgt. Og hele New Labour. Kan man sige at I er blevet inspireret af deres kommunikationsmetoder eller er det bare kommet med tiden som naturlig følge af det ændrede mediebillede?

Mikkel: I 2001 hed det tid til forandring og deres hed i '97 "Time to change" - Det er selvfølgelig grebet helt ud af den blå luft (ironisk tonefald, red.). Ej, selvfølgelig er der... Jeg har også været i både USA og England flere gange for at se hvordan fører de valgkampagne, hvordan kommunikere de, hvordan arbejder de med pressen og så noget ick'. Det er der flere andre af mine kolleger der også har været. Fordi det er de to lande hvor, ihvertfald på papiret, men også reelt, man er længst fremme i forhold til anvendelse af nye værktøjer og ny teknik, så jo der er da en kæmpe inspiration derfra. Også fra al den litteratur, der næsten kun er på engelsk.

Martin: ja

Mikkel: Rasmus Jønsson har skrevet den der "professionel politisk kommunikation" – Valget 2001 set gennem Michael Kristiansens øjne, ick'? Stort set.

Naimah: Men også sådan en som Philip Gould han er vel også...?

Mikkel: Ja ja, men altså alle de der guruer, som kan noget af teknikken og som også har været med i det praktiske. Ok, der er godnat læsning for pressechefer.

Naimah: Du sagde redskaber. Nu har vi snakket om fokusgrupper. Hvilke andre redskaber kan I bruge, altså nu har vi også snakket lidt om medieovervågning og så noget.

Mikkel: Ja, men i forhold til hvad? I forhold til politikformulering og så noget, altså almindelige målinger ick'?

Naimah: Jo, men generelt også den politiske kommunikation fra politikkerne og ud til medierne, hvilke redskaber kan I ellers gøre brug af for at gøre den mere (produktiv?)

Mikkel: Jeg tror det ville være nemmere hvis vi solgte nilfisk støvsugere, så kunne vi slå op og se hvor mange gange nilfisken er blevet nævnt i medierne og så lave en eller anden statistik over hvordan vi er slået igennem der ick'. Nu har vi prøvet flere gange... der er en praktisk lille ting. Vi har været tilknyttet sådan nogen internetovervågningsbureauer ick'. Hver gang ordet Venstre optrådte et eller andet sted så fik vi en lang mail med alle de artikler og den var altså to kilometer lang,

sådan en mail hver dag. For eksempel alle artikler, der handlede om det Radikale Venstre.

Naimah: Nå ja. Dem får I selvfølgelig også med.

Mikkel: Alle de Venstrebyrådsmedlemmer, der sidder ude i de vestjyske små kommuner ikk'. De er også med og det er enormt svært at (tage stilling til det?) så man kan ikke lave sådan en... jeg vil gerne vide hvordan... men jeg har endnu ikke mødt nogen, der ved hvordan man kan lave en kvalitativ måling af sådan en pressetjenestes arbejde. Altså der er kun en stor måling og det er jo om vi vinder valget eller ej. Resten beror meget på fornemmelser af hvordan vi selv synes vi står i medie billedet. Vi laver også analyser her, men det er sådan mere personlige analyser. ”nu har vi set aviserne behandle det og det emne i sidste uge, hvordan står vi egentlig tilbage? Skal vi kaste nogle flere kræfter i det? Skal vi dreje på nogle knapper og vende nogle ting rundt eller skal vi lade det passere eller står vi så godt så vi ikke behøver at gøre noget”. Det er sådan...det fungerer meget på fornemmelser.

Naimah: Okay, sådan internt?

Mikkel: Ja, simpelthen. På et tidspunkt var vi meget bekymrede for hvordan det stod til med kommunalreformen. Strukturreformen ikk'? Det var så nogle bekymringer der viste sig ikke at holde stik. For to år siden skulle vi i krig i Irak. Alle målinger sagde vi var sindssyge og de smed med maling efter ministeren ude på gangen og demonstrationer og sådan noget i den stil. Men det var en politisk beslutning der skulle træffes. Og den blev truffet og den blev gennemført, selvom alle målinger.. skulle man følge alle målinger og fokusgrupper og sådan noget, så havde vi sagt nej, men der er altså nogle gange, hvor man ikke går på kompromis med det man tror, er det rigtige, selvom man (har ført sig en god tanke?). Det er så et meget godt argument for at man ikke bare lader sig styres af målinger. Fordi at alle målinger sagde at vi skulle holde nallerne fra det.

Naimah: Apropos Irak-krigen, så har vi snakket lidt om at, ved sidste valgkamp, så blev der ikke rigtigt snakket så meget om Irak-krigen. Der tænkte vi, om det havde noget at gøre med, forstå mig ret, at den politiske kommunikation havde været så professionel, så man havde udvalgt, at det var de og de ting som var interessante for Venstre at tale om, og så er der nogle ting I ikke vil tale om, som for eksempel Irak-krigen, og det lykkedes jo meget godt kan man sige. Hvordan øøh... hvordan vil du beskrive det?

Mikkel: Nu holdt vi jo valg i februar 2005. Og det andet her var en beslutning, der blev truffet i marts 2003. Det vil sige, der var trods alt gået noget tid. Det var ikke forsidestof mere, vel. Men jeg skulle hilse og sige at Irak-krigen altså stadigvæk var et kæmpe tema på den ”dialog med Anders Fogh” bustur som vi jo var rundt på i ti dage ikk’. Hvor han jo besøgte en hundrede tyve-tredive steder og herunder måske tredive gymnasier i løbet af de ti dage.

Naimah: Jo, men på det landsdækkende medie var det jo ikke et specielt hot emne?

Mikkel: Nej, det er rigtigt.

Naimah: På trods af, at der var en del andre aktører, der forsøgte at bringe det på bane?

Mikkel: Ja ja, men den historie har jo så været skrevet 117 gange. Det er svært at aktualisere noget der er sket for to år siden. Som i øvrigt er overstået. Og hvor der i øvrigt nu er bred politisk enighed om at vi har soldater dernede til fredsbevarende og stabiliserende ting og sager. Der var jo ikke sådan en angrebskrig på det tidspunkt.

Naimah: Nej det er jo rigtigt.

Mikkel: Jeg tror... havde vi holdt valg en måned efter Irak-krigen var brudt ud, så havde det bestemt været et knaldhårdt tema i valgkampen ikk’. Ligesom Euroen heller ikke var det, fordi den var der jo afstemning om i år 2000 og der kan man sige at det er, måske også stadig relevant, ikk’.

Martin: Jo

Mikkel: Men det var jo ikke et tema hellere vel?

Naimah: Nej.

Mikkel: Jeg tror det var derfor at det var væk fra dagsordenen stort set. Altså ude omkring, der blev spurgt om det ti gange om dagen og de der gymnasier, der var jo demonstrationer her og der.

Martin: Så man kan godt sige at Irak-krigen er et eksempel på at man godt kan sætte ideologien først eller hvad? Altså sådan at man træffer de rigtige beslutninger og så prøver man at indrette kommunikationen bagefter?

Mikkel: Ja det var simpelthen en politisk nødvendig beslutning. –anså regeringen det for at være. Selvom alle grupper, målinger og alle de signaler omkring egentlig burde have sagt at hvis vi bare vil gøre os populære hos befolkningen så skal vi bare sige nej. Men nu er det ikke alle politiske beslutninger der er lige populære og der er det jo et eksempel på at der var noget der skulle træffes uden at der var folkelig opbakning til det. Så måtte det briste eller bære.

Martin: Så en lidt anden ting. Der har været en tendens til at fokusere mere på enkeltpersoner i medierne. Kan det skyldes at det er nemmere kommunikationsmæssigt at fremhæve enkeltpersoner eller hvad mener du det kan skyldes?

Mikkel: Jamen det er jo igen meget individuelt fra sag til sag ikk'. Nu har vi jo i Venstre haft nogle enkeltpersoner der har skabt nogle overskrifter engang imellem ikk'. Flemming Opfeldt og Peter Brixtofte og sådan nogen ikk'. Det er jo sådan mere spektakulære ting.

Martin: Ja. Når vi ser kampagnerne kører så virker det meget som om der bliver fokuseret på personer i partiledelsen. Fra alle partier sådan set.

Mikkel: Jo. Nu synes vi jo selv at vores parti har en ret god sælger og en ret god kommunikator i spidsen, så det er klart at det er ham, der trækker det kæmpe store læs. Går du ned af strøget og ser ti af vores folketingsmedlemmer, så er der sikkert en hel del af dem du ikke kan genkende.

Naimah: Hvordan kan det egentlig være?

Mikkel: Jamen, de er jo meget i de lokale medier, derude hvor de bliver valgt og derude hvor de har hjemme ikk'. Men nu har vi jo 52 folketingsmedlemmer og de kan jo ikke være lige meget i tv alle sammen.

Naimah: Nej det er rigtigt, men jeg synes bare generelt, så er det mest Anders Fogh og så lige næstformanden nogen gange. Men det har været meget ham der har været eksponeret (Anders Fogh red.) er der nogen bestemt årsag til det?

Mikkel: Han er den mest interessante. Han er beslutnings-tag-er-en. Så en gang imellem er det Thor Pedersen, fordi så er vi op til finanslovsforhandlinger og så har det været Tove Fergo, på grund af mange andre ting ikk'. Så en gang imellem Claus Hjort Frederiksen, når der har været bøvl med ledighedstallene eller noget eller omvendt ikk'. Det kører sådan lidt op og ned. Men ham derovre (Anders Fogh red.) han er på hele tiden, når jeg siger ham derovre så er det fordi statsministeriet ligger på samme etage ikk'.

Naimah: Jo.

Mikkel: Der var på et tidspunkt han havde kontor lige de tre vinduer derovre. Han har det på den anden side nu. Det var ved at blive møbleret om og malet og gjort ved. Så rykkede han herover i nogle måneder og så kunne vi jo sidde her og følge med i hvem han holdte møder med.

Naimah: Men omkring det der med personfiksering. Nu snakkede du jo også England og USA med præsidentvalgkampe og sådan noget. Der har jo været rimelig meget fokus omkring lige op til valg, så var det Anders Fogh som person eller Mogens Lykketoft som person man ville have og ikke et parti og partiet Venstre og deres mærkesager og ideologier og så videre, men mere pakkelsen med Anders Fogh. Kan du forklare, hvordan det kan være, altså den tendens? Det er jo gået hen og blevet nærmest mode at det er enkeltpersoner?

Mikkel: Jo. Det er jo det nemmeste at vise på tv og det er det nemmeste at beskrive i og med der kun er to kandidater til hvem der skal sidde ovre på kontoret der. – Anders Fogh og Mogens Lykketoft. Jamen så er det dem der er mest i fokus. Jeg tror egentlig ikke at den er længere end det.

Naimah: Altså, det er befolkningen der simpelthen gerne vil have at det...?

Mikkel: Ja, eller det er pressens måde at skære det til på. De kan jo ikke starte med den store skabelsesberetning hver gang. Det er nemmere bare at sige Fogh eller Lykketoft.

Naimah: Men vi kan vel godt blive enige om at det hverken er Fogh eller Lykketoft som personer, der sidder og træffer alle de politiske valg. Der sidder jo også de der hundrede nogen og halvfjers andre personer. Så det er vel lidt mærkeligt at der så stor fokus. Knald eller fald. Enten vælger du ham den ene eller også så...? Det stiller jeg lidt spørgsmålstejn ved.

Mikkel: Ja. Verden er uretfærdig engang imellem.

Naimah: Ja. Men det kunne godt være at der var en eller anden forklaring på det, sådan kommunikationsmæssigt. –At kampagnerne nærmest havde været rettet imod at det skulle være sådan?

Mikkel: Nej, det kommer helt af sig selv. Det kommer helt af sig selv. Fordi det er de to figurer det handler om. Og det er samtidig dybt frustrerende for eksempel for de Konservative, at det hele er fokuseret på Anders Fogh ikk'. Ligesom det er frustrerende for Holger K at det hele er fokuseret på Lykketoft.

Naimah: Okay så det kommer bare helt af sig selv?

Mikkel: Ja. Sådan er det bare. Det er ikke noget vi behøver at skubbe på eller prøve at holde igen, det tror jeg heller ikke at vi kan. Fordi det har sådan lidt præsidentvalgskarakter.

Naimah: Ja det har det nemlig. Og som du selv sagde, hvis I har været derovre og er blevet inspireret af. Så tænker jeg bare – nå det var da egentlig en smart måde at gøre det på, det vil vi også have her?

Mikkel: Ja, men igen, det er ikke Berlusconi medier.

Naimah: Nej selvfølgelig ikke. Men man kan jo gøre nogen ting altså det gør I jo også. I har jo nogle metoder til...

Mikkel: Jo og vi gør da alt hvad vi kan i en valgkampagne på at vise Anders Fogh - Anders Fogh Anders Fogh - Anders Fogh. Det er klart. Og ikke mindst med den modstander vi stod overfor ved sidste valg, fordi, som vi snakkede om, vi vandt på alle parametre ikk'. Så er det klart. Der markedsfører vi vores bedste vare ikk'?

Naimah: Jo, selvfølgelig.

Mikkel: Bedste vare på hylden.

Naimah: Ja det er jo klart.

Mikkel: Ja. Så mere kompliceret er den del af det ikke, men det er jo et interessant studie.

Martin: Men nu også lidt om de der fokusgruppeundersøgelser. De er ret dyre at køre. Altså det er nødvendigt at bruge mange penge på de her kampagner. Er der så den store forskel... Nu var der sådan lidt frem og tilbage om, hvor meget partierne havde i deres kampagnekasser og så videre. Tror du der egentlig reelt er den store forskel på, mellem store partier, på hvor mange penge de bruger?

Mikkel: Ja, vi brugte klart flest ved denne her valgkampagne. Også fordi der var mange af de der faglige organisationer, der plejer at spytte i Socialdemokraternes kasse, som valgte ikke at gøre det denne her gang. De kunne godt se at det var penge ud af vinduet ikk'. Både i journalisternes optik og i alle målinger. –alle steder. Var det helt (overbevisende?) at vi ville vinde. Altså da vi kommer en uge ind i valgkampen. Der fører vi med 35 – 24% ikk'. Altså, det var jo bare et spørgsmål om sejrns størrelse, den blev nu noget mindre, men der var det jo reelt afgjort og der er det jo klart at der kommer der en masse organisationer løbende og smider en masse penge ind på Lykketoft. Så hellere bruge pengene på at mobilisere bagefter, så de kan få den (?) Helle Torning Schmidt og det en ny start ikk'. Men det er interessant at se hvordan partierne har fået mange penge siden regnskaberne blev offentliggjort tilbage i slutningen af 80'erne og frem til sidste år. Hvor man ser hvor mange penge partierne har fået fra gode venner ude i byen. –altså organisationer og virksomheder og den slags. Og det viste sig at Venstre havde fået, hvis du tager partistøtte og

private bidrag med, så havde vi fået lidt over 500 millioner, hvor Socialdemokraterne havde fået næsten 900 millioner, altså så ved jeg ikke hvad de har brugt alle de penge på, om de har drukket dem op eller... i hvert fald, de gik og pev over at de ikke havde nogen penge. Det er måske (forhandlet?) på en anden måde. Det er klart, penge spiller en væsentlig rolle. Det har måske spillet en større rolle, fordi nu med de tilskud der er i dag fra det offentlige, man får partistøtte. Jeg tror det er 23 kr. Pr. stemme som partiet får hvert eneste år til at køre med skinderiet. Det er klart den største indtægtskilde.

Martin: Er det noget du vil fortælle, hvor mange penge I har brugt på sidste kampagne, eller?

Mikkel: Ja, der brugte vi omkring 22 millioner.

Martin: 22?

Mikkel: Ja.

Martin: Det er en del.

Mikkel: Ja, Socialdemokraterne har brugt 15 og...

Martin: Ja

Mikkel: Og dertil kommer så alle de annoncer som fagbevægelsen indrykkede, for at sige: "stem på Socialdemokraterne".

Naimah: Uden at være direkte fra Socialdemokraterne?

Mikkel: Ja. Og det skal jo sådan set lægges oven i. Og der kommer de op på 21 millioner.

Naimah: Men er det et beløb, der er steget de sidste...?

Mikkel: Ja. Det bliver dyrere og dyrere hvert år.

Naimah: Hvordan kan det være? Er det på grund af de der fokusgrupper, eller...?

Mikkel: Hmm neej. Det tror jeg ikke. Det koster jo mange millioner. Det er jo mest annoncer. Avisannoncer og...

Naimah: Der er flere annoncer?

Mikkel: Ja. Vi havde i princippet en annonce i hver avis hver dag.

Naimah: Ja. Det var nemlig mit næste spørgsmål. Hvilke aviser og hvilke medier bruger I mest? Altså, hvordan finder I ud af hvilke aviser, der er smartest at bruge?

Mikkel: Dem der har flest læsere.

Naimah: Okay. Ikke Venstrelæsere, men bare generelt læsere?

Mikkel: Ja. I en valgkamp der kan man ikke sidde og servere te og lige ramme den og den målgruppe i Vestjylland.

Naimah: Nej nej, men der er jo nogen der måske er mere modtagelige overfor, at overveje om de vil stemme Venstre end andre ikk'?

Mikkel: Ja. Altså, vi havde ikke en helside i Information.

Naimah: Nej netop. Det var det jeg tænkte. Men det går igennem fokusgrupper eller hvad? Hvordan finder I ud af...?

Mikkel: Nej det er egentlig bare Danske Dagblades Forening, tror jeg den hedder. Som har en opgørelse over, hvad det er for nogen læsere de enkelte aviser har.

Naimah: Okay. Som de selv laver?

Mikkel: Ja og hvor mange de har og hvor henne i landet de bor. Så kan man lave sær(et eller andet) over hvor meget de tjener og hvor meget hårfarve de bruger og... Jeg har lige en mappe med al vores valgmateriale. Har I fået den?

Martin: Nej.

Jonas: Vi kan jo lige prøve at se det engang.

Naimah: Hvad er klokken?

Jonas: Klokken den er tyve minutter i tre.

Naimah Okay. He he.

Mikkel: Her er sådan et kampagneoverblik. Med både alle annoncer og Gud ved hvad.

Jonas: Med valgplakater og det hele?

Mikkel: Ja og alle annoncer og pjecer og så en generel kampagnepræsentation.

Naimah: Er det fra sidste valgkamp?

Mikkel: Ja. Det er fra den her i vinter ikk'. Det kan være den giver et overblik over...

Naimah: Ja det kan være vi kan...

Mikkel: Ja der er nogle budskaber der og noget former og... I kan da i hvert fald bruge det I vil af den.

Jonas: Og den må vi gerne låne?

Mikkel: Ja. I kan bare få den.

Jonas: Mange tak. Det kan da godt være at den bliver nyttig.

Mikkel: Det er vores reklamebureauer der står for alt det der.

Naimah: Nå, hvad var det lige vi snakkede om?

Mikkel: Ja. Undskyld.

Naimah: Jeg syntes selv jeg havde et eller andet...

Mikkel: Ja jeg har det med at afbryde dig hele tiden.

Naimah: Ja. Nå. Det dukker nok op. Kan vi læse et spørgsmål op fra listen?

Martin: Vi har vel egentlig været igennem det hele.

Naimah: Har vi det? Nårh ja. Nu kan jeg huske det. Det var det der med at det havde ændret sig. Hvor længe var det at du havde arbejdet her?

Mikkel: Jeg har været her i tre og et halvt år. Jeg kom lige efter valget i 2001.

Naimah: Ja. Men jeg tænkte mere på... Nu ved jeg ikke hvor meget du har fulgt med i lige præcis Venstres kampagner før du kom, men om ikke der er sket en udvikling? Altså, det er blevet mere og mere professionelt i forhold til for nogle år tilbage ikk'?

Kan du give nogle eksempler på hvordan det har ændret sig?

Mikkel: Ja bare tag hele det der med at køre landet tyndt i en bus. Det startede i '98 med Uffe der lejede Simon Spies' gamle luksusbus ikk'.

Naimah: Hmm. Med fadølsanlæg.

Mikkel: Ja ja med fadølsanlæg. Nemlig. Så tog de alle Christiansborg journalisterne og proppede ind i bussen og så kørte de rundt i landet. Det var sådan første gang man prøvede det ikk'. Men problemet var, at der hev du alle Christiansborg journalisterne ud og er noget for dem rundt i landet ikk'. Og der trækker du bare de sædvanlige journalister med ud og beskriver nå nu kører bussen, ej hvor spændende ikk'. Det blev så lavet om i år 2001 med at man fokuserede mere på at tage ud og have en dialog med de lokale medier. Så de hopper på bussen en enkelt dag og kører med og hopper af igen. Altså, vi havde selvfølgelig også de nationale medier med der i 2005. men det går meget mere an på at være ude flere steder og besøge flere medier og være inde på de lokale tv-stationer og lokalradio og ring arrangement med Jyske Vestkysten i Esbjerg i stedet for bare at fokusere på de journalister som vi går med herinde til daglig. Det er et led i en markant professionalisering af det hele og det er kun... I kan jo se Socialdemokraterne har aldrig prøvet at køre i bus før. De gjorde det for første gang i år.

Naimah: Ja. De havde så fundet ud af at det var meget smart?

Mikkel: Ja, men det er ikke bare lige sådan at køre i bus. Altså, det er ikke bare at leje en bus og så sætte sig ind i den og...

Naimah: Nej det er vel noget med at du koordinerer med de lokale medier og alle...?

Mikkel: Det har vi jo siddet og arbejdet med i et års tid det her. Sådan en minutios planlægning. Vi vidste bare ikke hvad dato det var, men vi kunne sige dag 7 om eftermiddagen hvor er vi så henne. Og sådan noget.

Naimah: Er der stor forskel på det, der bliver talt hos de lokale medier frem for de landsdækkende?

Mikkel: Ja, det er der. Altså hvor man ude lokalt refererer hvad statsministeren har drøftet med elever på gymnasier eller på et ældrecenter eller et eller andet. Hvor man herinde går meget op i processer. Altså hvad var det I brugte sidste år i forhold til hvad I siger nu, hvordan hænger det sammen med det aktstykke i (et eller andet) finansudvalget og det er det man går op i. Det politiske taktiske spil. Hvor den politiske dialog ude i landet er sådan mere møntet på forslagens indhold. Altså, vi var ude at besøge en stor virksomhed i Aalborg, altså så snakker man om de valgløfter vi er kommet med omkring styrkelsen af forskning og udvikling. Og det er så det, der spørges til. Det er det, der refereres i medierne. Det bliver sådan mere, om jeg så må sige, en ren politisk dialog. Hvor der ikke er så meget christiansborgstøj inde over med, hvem siger nu hvad, og hvem tager hensyn til den fløj, det parti og så videre.

Naimah: Det er måske lidt mere indforstået et eller andet sted?

Mikkel: Ja. Der er sådan lidt landsby over det ikk'. Dem er man fritaget for derude. Og det tror jeg faktisk giver en bedre form for politisk dialog med vælgerne ikk'.

Naimah: Ja. Men ellers, hvor interessant er det så at Venstre får noget mediedækning nogle gymnasium... altså en eller anden gymnasieklasse eller jeg ved ikke... hele gymnasiet og hvad de synes om et eller andet det er vel ikke specielt interessant sådan partipolitisk? At der står i lokale Vestjyske et eller andet...?

Mikkel: Jo.

Naimah: Er det det?

Mikkel: Vælgerne læser også lokalaviser. Det har vi somme tider en tendens til at glemme herinde hvor vi tænker, hvordan er det nu i TV2-nyhederne eller Berlingske Tidende. Når vi for eksempel besøgte et gymnasium i Vejle, jamen så var TV Syd der. Vejle Amts blad, Jyske Vestkysten, Vejle Ugeavis og Vejle Onsdag og hvad de hedder. Og det giver en kæmpe eksponering derude fordi folk i Jylland læser også jyske aviser. De læser ikke kun dem vi sidder herinde og tror, er så enormt vigtige og taler indforstået og taler i hvem skal løse samrådet og skal der stilles spørgsmål til ministeren. Det er sådan mere "cut the crap" derude.

Naimah: Ja. Lidt mere ligetil?

Mikkel: Ja, simpelthen. Og lidt seriøse (?) i vores politiske kommunikation. Også til daglig... at folk læser jo også lokalaviser.

Naimah: Ja selvfølgelig. Men hvordan udvælger I de steder i tager hen? Altså hvilke byer og institutioner på den bustur?

Mikkel: Jamen altså, først og fremmest erkender vi at vi ikke kan nå hele landet rundt på ti dage. Nogen steder har han besøgt mellem valgene. Han har en daglig... eller en månedlig kampagnedag. Nordjylland for eksempel ikk'. Så har han lige været i et hjørne af Brønderslev. –" Okay der behøver vi så ikke at besøge. Der har han været for fire måneder siden." så bruger vi pengene på Aalborg, Frederikshavn eller noget i den stil. Noget af det er sådan lidt udelukkelsesmetoder noget, andet er nogen der kender nogen i Venstre her, og siger: "jeg kender den og den og han kunne enormt godt tænke sig..."", nå okay, så kigger vi lidt på det. Og det kan passes ind på turen i forhold til hvor bussen ellers skal være hvornår. Men det er jo detailplanlægning.

Naimah: Ja, men det var mere om der var sådan en større overordnet formål med at man... eller nogen bestemte mål man ville nå og bestemte former for institutioner.

Mikkel: Ja det var det også. Vi vidste at han skulle ud at besøge nogle virksomheder, han skulle ud på nogle tekniske skoler, han skulle ud på nogle gymnasier. Ældrecenteret var også vigtigt. Et sted med natur og miljø. For eksempel besøgte vi den der, måske ikke lige en naturpark, men en vildmose oppe i Nordjylland. Så var der nogle andre ting som beror mere eller mindre på tilfældigheder og så var vi ude at spille croquet med en gruppe ældre ovre i Billund et sted. Det var sådan mere, nå ja, vi kommer alligevel forbi på vej over til lufthavnen og så stod der et folketingsmedlem derovre og sagde "jeg har en god ide, til hvis I mangler at få fyldt en halv time ud". Jamen så spillede han så croquet der og det var jo hyggeligt ikk'. Det blev såmænd et lille samlingspunkt. Jeg tror alle...

Naimah: Der kunne gå og kravle-

Mikkel: Ja, og selv på rullestol. De var omkring den lille croquetbane. Det var jo pissekoldt simpelthen.

Naimah: Jo, men hvis der så har været en lokal fotograf eller et eller andet, fra et lille dagblad eller et eller andet så ser det jo pænt ud?

Mikkel: Præcis. Lige præcis. Så står statsministeren der med croquetkølle...

Naimah: Og hygger...

Mikkel: Ja. Får en kop kaffe, snakker med de ældre medborgere

Naimah: Ja det er jo eksponering.

Mikkel: Ja.

Naimah: Noget som måske ikke er så relevant, men alligevel lidt. Nu snakkede vi jo retorik, men hvad med sådan noget som tøj? Og hår. Måden de fremstiller sig selv

på. Man kan jo godt sige at der er sket noget også med Anders Fogh med hans kropssprog og måde at klæde sig på og sådan. Er det noget i er...?

Mikkel: Den der styrer han selv. Ja med de andre politikere, men det er han fuldstændig selv herre over det der. Men andre politikere... nu kunne jeg aldrig drømme om at stille mig op i tv med denne her (sin skjorte, red.). Nu står jeg jo så heller ikke frem i tv, men hvis der kom en og sagde: ”jeg skal i tv nu” ”- nå, så tag lige skjorten af ikk’”. Ja og så...

Naimah: En anden på...?

Mikkel: Ja. Eller det kommer vel an på hvad det er for en udsendelse ikk’.(griner, red.)

Naimah: Jo jo.

Mikkel: Men øøh, fordi sådan noget småtern her, de flimrer helt enormt meget og det vil sige, altså på skærmen ikk’, og folk vil sidde og sige hva’ fanden er det han har på af tøj og det vil så sløre for budskabet. Altså noget andet er om slipset passer til skjorten eller om håret ligner noget der er løgn. Altså ting der kan være med til at tage opmærksomheden væk fra det man siger.

Naimah: Nu tænkte jeg også mere på at unge kvinder eller en bestemt gruppe af kvinder der ikke syntes at Anders Fogh... Altså at han var sådan lidt stiv i det og lidt barsk at se på. Så begyndte der at komme sådan eksempler på, at han havde opsmurte ærmer og ikke havde slips og sådan noget. Er det noget I er inde over eller det bare...?

Mikkel: Nej det tror jeg selv er noget han reagerer på, hvis han reagerer på det. Hvis det ikke bare er kommet naturligt eller det andet har været sådan en karikatur af det ikk’. Ej det er ikke sådan... der sidder ikke en gruppe og siger nu skal vi lige drøfte dit tøjvalg.

Naimah: Næh, men man kan jo sige at det har ret meget at sige i forhold til...

Mikkel: Det har det!

Naimah: Altså hvis man har et budskab og han sidder på tv, at han ser ud på en bestemt måde ikk’? Det kunne jo godt være at det var noget, der var tilsvarende med jeres arbejde?

Mikkel: Ja. Nej ikke i hans tilfælde.

Naimah: Men i andre tilfælde? Måske?

Mikkel: Ja jo, nu er de jo ikke så eksponerede som han er. Men der er da nogle folketingsmedlemmer, hvor vi har haft fat i ørene på dem og sige hvad med lige at

vælge en anden frisør eller et eller andet. Prøv nu lige at få styr på det der ikk'. Fordi man ser dem i Godmorgen Danmark eller i Tv-avisen, hvor de sidder med et eller andet, som tiltrækker sig al opmærksomhed ikk'. Det støjer i forhold til kommunikation.

Naimah: Ja, men er det noget nyt eller er det noget der...?

Mikkel: Ja det tror jeg er ret nyt. Altså at andre end dem selv har blandet sig i det. Og rådgivet om det. Det tror jeg godt man kan sige. Ja, sådan er det jo i mange andre brancher også, men politik handler ikke (bagud) hvad alt det her angår, Det er jo heller ikke nogen vi ansætter. Altså, det er jo ikke statsministeren der ansætter folketingsgruppen. Det er jo noget vælgerne har sammensat, og så må vi jo leve med dem der er. På godt og ondt.

Naimah: Altså sådan en som Michael Kristiansen, han var jo personlig rådgiver for Fogh havde han noget at gøre med den her afdeling så, eller er det noget helt andet?

Mikkel: Han sad her før jeg kom. Og rykkede med over i statsministeriet og er nu pressechef derovre og personlig rådgiver for statsministeren. Ham og jeg og Anders Fogh havde... Altså meget tæt kort sagt i valgkampen. Middag hver aften, rundt sammen hele dagen, bortset fra Michael Kristiansen ikke var med på busturen som sådan. Han kørte frem tilså til... hvor vi andre så skulle rundt og besøge ting og sager og kørte ind på hotellet aftenen efter. Hvor han sådan havde helikopterverblikket over valgkampen, mens vi andre spændede rundt i orkanens øje.

Naimah: Vil du beskrive hvad hans rolle er...? Nu ved jeg godt at du måske ikke kan svare på det, men jeg tænker bare I klarer jo alt det med medieovervågning og medieeksponering. Hvad skal han så lave?

Mikkel: Jamen han er sådan en rådgiver, sådan en sparringspartner også i det daglige ikke kun i valgkampen, men altså i det daglige ikk'.

Naimah: Ja ja.

Mikkel: I forhold til hvad Anders Fogh Rasmussen siger og hvad han gør og hvor han optræder hvornår. Altså meget af det som ikke er styret af statsministeriet. Der er nogle forpligtelser. Så skal han holde tale der fordi det... det skal han bare ikk'.

Naimah: Jo. Mere i forhold til medierne tænker jeg?

Mikkel: Ja ja. Altså hvornår han optræder, hvor, hvordan og hvorledes. Der er han ligesom rådgiver hele vejen igennem.

Naimah: Ja og det har I ikke noget at gøre med?

Mikkel: Kun når han optræder som statsminister. Når han optræder som partiformand, så er det ikke ham derovre, så det ikke Michael, så er det mig.

Naimah: Så er det dig. Okay på den måde. Så I er på partiet...?

Mikkel: Valgkampen, grundlovsdag, partiets landsmøde. Vi render ud på kampagedage, de der en dag om måneden et eller andet sted. Der optræder han så som partiformand og så er det os. Sådan er det delt op.

Naimah: Okay det var sådan det hang sammen. Jeg kunne ikke lige se... jeg synes det overlappede lidt?

Mikkel: Det er jo sådan, ni ud af ti dage optræder han jo som statsminister og ikke som partiformand, så vi skal kun passe ham lidt herovre fra.

Naimah: Jo. Og så har I selvfølgelig også alle de andre medlemmer ikk'?

Mikkel: Jo jo. Vi kan godt få tiden til at gå.

Naimah: Ja det kan I sikkert. Fra otte til... eller fra seks til fireogtyve?

Mikkel: Ja og vi er her ikke atten timer hver dag. Det bliver fordelt lidt.

Naimah: Ja jeg tror ... Har vi ikke været rundt om det hele?

Martin: jo det tror jeg

...Afsluttende snik snak...

10.3.4 Tematisering af interview med Mikkel Fauerholdt

Tema 1: Jobbets indhold samt presseafdelings arbejde

Jeg er uddannet journalist tilbage fra journalisthøjskolen i 1994 og har arbejdet på forskellige dagblade som Erhvervsbladet, BT, Magisterbladet og Jyllandsposten. Inden jeg kom hertil var jeg også pressechef på TV Danmark. Venstres pressetjeneste åbner klokken 6 og lukker klokken 24, det vil sige vi følger mediernes døgnrytme fra den første radioavis klokken 6, hvor dagens dagsorden bliver sat og så går det ligesom slag i slag. Indtil om aftenen hvor vi læser næste dags aviser, som er fødekæden til radioavisen, så vi hele tiden er med på beatet og kan briefe vores ministre og ordfører og den slags på hvad kommer der nu. Det er min opå grund af ve her at være chef for den butik, dels for medarbejderne og at gruppemedlemmerne altid kan ringe på min mobil og tilrettelæggelse af kampagner, ikke mindst valgkampen der lige er overstået.

Hensyn til valgtingene. Der er sådan en lille gruppe der har hånd i hanke med det.

Naimah: Hvem består den gruppe af?

Mikkel: Statsministeren, Mikael Kristiansen, mig selv, chefen for det andet sekretariat, partiets næstformand, partisekretærer og et par andre. Altså en relativt lille gruppe.

Mikkel: 5 mennesker og 4 studenter.

Tema 2: Forholdet til forskellige journalister og medier

Det vil jeg karakteriserer som meget professionelt. Vi bestiller jo ikke plads i en avis for at få skrevet vores ting, desværre (med et smil på læben, red.). Det er jo derfor jeg sidder her som journalist og mange af vores medarbejdere også er journalister. Vi tænker på nogenlunde samme måde som dem og ved hvilke ting der skal til for at en politisk ide bliver spiselig for en journalist, hvorfor det er interessant at få historien i lige præcis den avis eller på den TV station.

Tema 3: Indpakning af budskaber (spin)

I denne her lille landsby, som man kalder Christiansborg, udveksler man informationer og prøver at overtale journalisterne til at beskæftige sig med de emner vi nu interesserer os for. Vi kommer ind der hvor politikken er udformet og skal sælges. Vi har ved siden af et politisk-økonomisk sekretariat. De laver beregninger og kommer med forslag til ministrene. De står for indholdet og vi står for indpakningen. Dybest set har politikkerne besluttet at det er det og det og det vi vil. Hvordan kommunikerer vi så det på en måde, der er nem at forstå og opfange. Det er sådan et led i processen, ikke forskellige faser. Det dur jo ikke, at jeg har en holdning, men ikke kan finde ud af at formulere den, så kommer den jo aldrig ud til vælgerne. Hvis der så kan komme sådan nogle fremmede kommunikationseksperter og fortælle, at hvis du lige gør sådan og sådan og giver det en bedre indpakning, altså ikke lave holdningen om, men lave din performance om, så kommunikerer du bedre med medierne. Så kan vælgerne også forstå og tage stilling. Så anser vi det, hvis man skal svinge det højt op et eller andet sted, en styrkelse af demokratiet da det forkorter vejen mellem politikere og vælgere, synes jeg.

Tag nu eksemplet i dag, hele morgens mediebillede var fyldt med regeringens integrationspakke. Det er så at tage kontakt til forskellige journalister samt TV og radiostationer og få det løftet ind, så det er vores dagsorden, der præger starten på

dagen og så kommer pressemødet og i løbet af eftermiddagen svarer oppositionen lidt igen og lur mig, i aften er det stadig på TV sammen med reaktioner fra oppositionen.

Tema 4: Fokusgrupper

Det virker godt. Hvis man skruer tiden 10-20-30 år tilbage så sad politikerne i forsamlingshusene i de forskellige købsteder på en lille scene med 300 mennesker foran sig. Der havde man jo dialog/respons og et brag af en debat. Hvis folk synes politikerne var en idiot på grund af noget han sagde, så tænkte han; ”så skal jeg jo nok lade være med at sige det igen”. Der havde man den der umiddelbare reaktion. Den har man ikke mere, da folk ikke går til politiske møder af en eller anden grund. Så det værktøj man så bruger til at få den viden man fik dengang, det er for eksempel ved at fortage målinger og bruge fokusgrupper. Ikke for at formulere politikken og lave den om, men mere hvordan man kommunikerer den.

Tema 5: Hvordan retorikken og udseendet bliver stilet (spinnat)

Der sidder 179 i folketinget og de er ikke alle sammen valgt fordi de er uddannet inden for kommunikation, men deres holdninger. Der kommer en landmand, fisker og en instruktør. De er tilsluttet et parti de nogenlunde passer med. Dermed kommer deres budskaber meget kantet frem til slutbrugeren. Vi har et lille TV studie her som vi hiver dem ind foran inden de skal i TV og interviewer dem og ser det på video bagefter og siger ting som; hvis du formulerer det på den her måde kommer det bedre ud til vælgerne. Hvis du lader være med at klø dig i øret, da folk så sidder og fokuserer på det. Det er sådan store og små ting der er støj i forhold til kommunikationen. Når jeg taler om demokrati så har det lidt at gøre med, at en politiker kan mene nok så mange ting og have de bedste intentioner, men hvis han ikke evner at formulere sig på en måde som vælgerne forstår, så er det lidt ligegyldigt. Vi hjælper dem med at fortælle deres budskaber på en bedre måde og leve sig ind i TV mediets krav om korthed. Når vi sidder og snakker med en politiker om hvad de vil sige på TV i aften så siger de at de vil sige noget med at... Der har vi allerede problemet. De skal kunne sige: ”Jeg vil sige bang bang bang og det er i modsætning til Socialdemokraterne da de vil det og det og det”.

Vi kan godt sige til folk, at det der du siger der, balancerer lige på kanten af hvad partiet mener. Det skal du holde lidt tilbage med, eller sige til lokale medier.

Om Fogh og styling: Det tror jeg selv er noget han reagerer på, hvis han reagerer på det, der sidder ikke en gruppe og siger nu skal vi lige drøfte dit tøjvalg.

Nu er de (andre Venstre politikere, red.) jo ikke så eksponerede som han (Fogh, red.) er. Men der er da nogle folketingsmedlemmer, som vi har haft fat i ørene på og sagt ”hvad med lige at vælge en anden frisør” eller lign. Fordi de f.eks. er i Godmorgen Danmark eller i Tv-avisen, hvor de sidder med et eller andet, som tiltrækker sig al opmærksomhed. Det støjer i forhold til kommunikation.

Det tror jeg er ret nyt. Altså at andre end dem selv har blandet sig i det. Og rådgivet om det. Det tror jeg godt man kan sige. Ja, sådan er det jo i mange andre brancher også. Men her er det jo ikke statsministeren der ansætter folketingsgruppen. Det er jo noget vælgerne har sammensat, og så må vi jo leve med dem der er. På godt og ondt.

Tema 6: Inspiration fra England, Blair og New Labour

I 2001 hed det tid til forandring og deres hed i '97 ”Time to change” - Det er selvfølgelig grebet helt ud af den blå luft (ironisk tonefald, red.). Jeg har også været i både USA og England flere gange for at se hvordan fører de valgkampagne, hvordan kommunikere de, hvordan arbejder de med pressen og sådan noget. Det er der flere andre af mine kolleger der også har været. Fordi det er de to lande hvor man er længst fremme i forhold til anvendelse af nye værktøjer og ny teknik, så jo der er da en kæmpe inspiration derfra. Også fra al den litteratur, der næsten kun er på engelsk.

Tema 7: Pressetjenestens opå grund af ver, herunder medieovervågning

Jeg tror det ville være nemmere hvis vi solgte nilfisk støvsugere, så kunne vi slå op og se hvor mange gange nilfisk er blevet nævnt i medierne og så lave en eller anden statistik over hvordan vi er slået igennem der ikk'. Vi har været tilknyttet sådan nogen Internet overvågningsbureauer. Hver gang ordet Venstre optrådte et eller andet sted, fik vi en lang mail med alle de artikler og den var altså to kilometer lang, sådan en mail hver dag. For eksempel alle artikler, der handlede om det Radikale Venstre.

Altså der er kun én stor måling og det er jo om vi vinder valget eller ej. Resten beror meget på fornemmelser af hvordan vi selv synes vi står i medie billedet. Vi laver også analyser her, men det er sådan mere personlige analyser. ”nu har vi set aviserne

behandle det og det emne i sidste uge, hvordan står vi egentlig tilbage? Skal vi kaste nogle flere kræfter i det? Skal vi dreje på nogle knapper og vende nogle ting rundt eller skal vi lade det passere eller står vi så godt så vi ikke behøver at gøre noget”. Det er sådan...det fungere meget på fornemmelser.

Tema 8: Emners aktualitet under valgkamp

På et tidspunkt var vi meget bekymrede for hvordan det stod til med kommunalreformen. Det var så nogle bekymringer der viste sig ikke at holde stik. For to år siden skulle vi i krig i Irak. Alle målinger sagde vi var sindssyge og de smed med maling efter ministeren ude på gangen og demonstrationer og sådan noget i den stil. Men det var en politisk beslutning der skulle træffes. Og den blev truffet og den blev gennemført. Skulle man følge alle målinger og fokusgrupper, så havde vi sagt nej, men der er altså nogle gange, hvor man ikke går på kompromis med det man tror, er det rigtige.

Nu holdt vi jo valg i februar 2005. Og det andet her (Irak krigen, red.) var en beslutning, der blev truffet i marts 2003. Det vil sige, der var trods alt gået noget tid. Det var ikke forsidestof mere. Men jeg skulle hilse og sige at Irak-krigen altså stadigvæk var et kæmpe tema på den ”dialog med Anders Fogh” bustur som vi jo var rundt på i ti dage ikk’. Hvor han jo besøgte en hundrede tyve-tredive steder og herunder måske tredive gymnasier i løbet af de ti dage. Det er svært at aktualisere noget der er sket for to år siden. Som i øvrigt er overstået. Og hvor der i øvrigt nu er bred politisk enighed om at vi har soldater dernede til fredsbevarende og stabiliserende ting og sager. Der var jo ikke sådan en angrebskrig på det tidspunkt. Havde vi holdt valg en måned efter Irak-krigen var brudt ud, så havde det bestemt været et knaldhårdt tema i valgkampen. Ligesom Euroen heller ikke var det, fordi den var der jo afstemning om i år 2000 og der kan man sige at det er, måske også stadig relevant. Det var simpelthen en politisk nødvendig beslutning. –anså regeringen det for at være. Selvom alle grupper, målinger og alle de signaler omkring egentlig burde have sagt at hvis vi bare vil gøre os populære hos befolkningen, så skal vi bare sige nej. Men nu er det ikke alle politiske beslutninger der er lige populære og der er det jo et eksempel på at der var noget der skulle træffes uden at der var folkelig opbakning til det. Så måtte det briste eller bære.

Tema 9: Enkeltpersoner/præsidentvalgkamp, herunder Anders Foghs kommunikationsevner

Nu synes vi jo selv at vores parti har en ret god sælger og en ret god kommunikator i spidsen, så det er klart at det er ham, der trækker det kæmpe store læs. Går du ned af strøget og ser ti af vores folketingsmedlemmer, så er der sikkert en hel del af dem du ikke kan genkende. Nu har vi jo 52 folketingsmedlemmer og de kan jo ikke være lige meget i tv alle sammen.

Han (Anders Fogh, red.) er den mest interessante. Han er beslutnings-tag-er-en. Så en gang imellem er det Thor Pedersen, fordi så er vi op til finanslovsforhandlinger og så har det været Tove Fergo, på grund af mange andre ting. Det kører sådan lidt op og ned. Men ham derovre (Anders Fogh red.) han er på hele tiden. Det er det nemmeste at vise på tv og det er det nemmeste at beskrive i og med der kun er to kandidater til hvem der skal sidde ovre på kontoret der. –Anders Fogh og Mogens Lykketoft. Jamen så er det dem der er mest i fokus. Jeg tror egentlig ikke at den er længere end det. Det er pressens måde at skære det til på. Det er nemmere bare at sige: ”Fogh eller Lykketoft”. Det kommer helt af sig selv. Fordi det er de to figurer det handler om. Og det er samtidig dybt frustrerende for eksempel for de Konservative, at det hele er fokuseret på Anders Fogh. Ligesom det er frustrerende for Holger K at det hele er fokuseret på Lykketoft. Det er ikke noget vi behøver at skubbe på eller prøve at holde igen, det tror jeg heller ikke at vi kan. Fordi det har sådan lidt præsidentvalgskarakter.

Vi gør da alt hvad vi kan i en valgkampagne på at vise Anders Fogh -Anders Fogh Anders Fogh - Anders Fogh. Det er klart. Og ikke mindst med den modstander vi stod overfor ved sidste valg. Der markedsfører vi vores bedste vare på hylden.

Tema 10: Ressourcer til valgkamp

Vi brugte klart flest ved denne her valgkampagne. Også fordi der var mange af de der faglige organisationer, der plejer at spytte i Socialdemokraternes kasse, som valgte ikke at gøre det denne her gang. De kunne godt se at det var penge ud af vinduet. Både i journalisternes optik og i alle målinger –alle steder var det helt overbevisende at vi ville vinde. Så hellere bruge pengene på at mobilisere bagefter, så de kan få en ny start. Men det er interessant at se hvordan partierne har fået mange penge siden regnskaberne blev offentliggjort tilbage i slutningen af 80’erne og frem

til sidste år. Hvor man ser hvor mange penge partierne har fået fra gode venner ude i byen. –altså organisationer og virksomheder og den slags. Og det viste sig at Venstre havde fået, hvis du tager partistøtte og private bidrag med, så havde vi fået lidt over 500 millioner, hvor Socialdemokraterne havde fået næsten 900 millioner. Det er klart, penge spiller en væsentlig rolle.

Ved valget i 2005 brugte vi omkring 22 millioner. Socialdemokraterne har brugt 15 og dertil kommer så alle de annoncer som fagbevægelsen indrykkede, for at sige: ”stem på Socialdemokraterne”. Det skal jo sådan set lægges oven i. Og der kommer de op på 21 millioner. Det bliver dyrere og dyrere hvert år. Det koster jo mange millioner. Det er jo mest annoncer. Vi havde i princippet en annonce i hver avis hver dag.

Tema 11: Valg af medier og lokale medier

I en valgkamp der kan man ikke sidde og servere te og lige ramme den og den målgruppe i Vestjylland. Vi havde ikke en helside i Information. Vi bruger Danske Dagblades Forening som laver en opgørelse over hvilke læsere aviserne har.

Ude i de lokale medier refererer man hvad statsministeren har drøftet med elever på gymnasier eller på et ældrecenter eller lign. Hvor man herinde går meget op i processer. Det politiske taktiske spil. Hvor den politiske dialog ude i landet er sådan mere møntet på forslagens indhold. Vi var ude at besøge en stor virksomhed i Aalborg, så snakker man om de valgløfter vi er kommet med omkring styrkelsen af forskning og udvikling. Det er det, der refereres i medierne. Det bliver sådan mere, om jeg så må sige, en ren politisk dialog. Hvor der ikke er så meget Christiansborg støj inde over. Og det tror jeg faktisk giver en bedre form for politisk dialog med vælgerne. Vælgerne læser også lokalaviser. Det har vi somme tider en tendens til at glemme herinde hvor vi tænker, hvordan er det nu i TV2-nyhederne eller Berlingske Tidende. Når vi for eksempel besøgte et gymnasium i Vejle, jamen så var TV Syd der. Vejle Amts blad, Jyske Vestkysten, Vejle Ugeavis og Vejle Onsdag og hvad de hedder. Og det giver en kæmpe eksponering derude fordi folk i Jylland læser også jyske aviser. De læser ikke kun dem vi sidder herinde og tror, er så enormt vigtige og taler indforstået og taler i hvem skal løse samrådet og skal der stilles spørgsmål til ministeren. Det er sådan mere ”cut the crap” derude.

Tema 12: Om mere professionalisering af valgkamp, herunder særligt ”Fogh i dialog-busturen”

Bare tag det med at køre landet tyndt i en bus. Det startede i '98 med Uffe der lejede Simon Spies' gamle luksusbus. De tog alle Christiansborg journalisterne og proppede ind i bussen og så kørte de rundt i landet. Men problemet var, at der trækker du bare de sædvanlige journalister med ud. Det blev så lavet om i år 2001 med at man fokuserede mere på at tage ud og have en dialog med de lokale medier. Så de hopper på bussen en enkelt dag og kører med og hopper af igen. Vi havde selvfølgelig også de nationale medier med. Men det går meget mere an på at være ude flere steder og besøge flere medier og være inde på de lokale tv-stationer og lokalradio, i stedet for bare at fokusere på de journalister som vi går med herinde til daglig. Det er et led i en markant professionalisering af det hele. I kan jo se Socialdemokraterne har aldrig prøvet at køre i bus før. De gjorde det for første gang i år. Vi har siddet og arbejdet med det i et års tid. Først og fremmest erkender vi at vi ikke kan nå hele landet rundt på ti dage. Nogen steder har han besøgt mellem valgene. Hvis han lige har været i et hjørne af Brønderslev, så behøver vi ikke et besøg i den omegn. Så bruger vi pengene på Aalborg, Frederikshavn eller noget i den stil. Noget af det er sådan lidt udelukkelsesmetoder, andet er nogen der kender nogen i Venstre rundt i landet. Det er jo detailplanlægning. Vi vidste at han (Fogh, red.) skulle ud at besøge nogle virksomheder, han skulle ud på nogle tekniske skoler, han skulle ud på nogle gymnasier. Ældrecenteret var også vigtigt. Et sted med natur og miljø. For eksempel besøgte vi en vildmose oppe i Nordjylland. Så er der andre ting som beror mere eller mindre på tilfældigheder, f.eks. var vi ude at spille croquet med en gruppe ældre ovre i Billund et sted. Det var sådan mere, nå ja, vi kommer alligevel forbi på vej over til lufthavnen og så stod der et folketingsmedlem derovre og sagde ”jeg har en god ide, til hvis I mangler at få fyldt en halv time ud”. Jamen så spillede han så croquet der og det var jo hyggeligt ikk'. Det blev såmænd et lille samlingspunkt. Så står statsministeren der med croquetkølle... og får en kop kaffe, og snakker med de ældre medborgere.

10.3.2 Besvarelser fra spørgeskema

Besvarelser fra spørgeskemaer																
K Ø n	Al de r	Uddan nelse	Professi on	Part i	Da nko rt	Børne famili er	Stre gkod er	Flere Peng e	E U	Skatt esto p	Ir a k ø	M ilj ø 2	T V	Bruger betalin g	PostN umme r	La nd - By
K	62	Økono m	Pension	V	3	4	3	5	5	2	3	4	4	4	3480	la nd
M	45	pædago g	pædagog	SF	3	3	5	4	3	2	2	4	3	2	3480	la nd
K	60	lærer	lærer	B	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3480	la nd
K	54	kontor	sekretær	A	2	4	3	4	4	3	2	4	3	2	3480	la nd
K	62	lægese kretær	lægesekr etær	B	3	3	4	4	4	4	4	4	2	2	3480	la nd
K	35	kontoru ddannet på handels skolen	kontorass istent	C	4	4	3	4	4	2	2	4	3	2	3480	la nd
K	57	kontorfu ldmægti g	kontorfuld mægtig	V	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3480	la nd
M	45	merkon om	administr ationchef	V	3	4	3	4	5	5	3	4	3	4	3480	la nd
K	62	pædago g	leder	V	4	4	5	5	4	4	2	4	4	4	3480	la nd
K	28	pædago g	pædagog	B	3	4	4	5	5	3	4	5	3	4	3480	la nd
M	63	Handel	Mangfoldi g	Borgerli gt	3	4	4	4	3	4	4	4	2	3	2750	by
M	42	ingeniør	buschaffø r	SF	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	2750	by
M	55	ingeniør	projektled er	SF	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2750	by
M	78	Ejendo ms inspekt ør	pension	O	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	2750	by
M	78	chauffør	pension	V	3	4	3	4	3	4	2	3	3	3	2750	by
M	38	mekani ker	mekanike r	C	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4070	la nd
M	37	handel	account manager	C	3	5	3	4	4	4	1	4	3	3	4070	la nd
M	38	Klejnsme dig	selvstæn dig	V	3	4	3	4	4	5	3	1	3	3	4070	la nd
M	72	Landma	landmand	V	3	3	4	5	3	3	3	2	3	2	4070	la

Besvarelser fra spørgeskemaer

Køn	Alder	Uddannelse	Profession	Parti	Dankort	Børnefamilier	Strejkoder	Flere Peng	EU	Skattestop	Irak	Miljø	TV2	Brugerbetaling	PostNummer	Land-By
		nd														nd
M	68	landmand	landmand	V	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	4070	land
M	52	tømre	tømre	V	4	3	2	4	1	5	5	3	3	4	4000	by
M	62	Akademisk Ingeniør	pensionist	C	3	4	3	4	5	5	3	4	4	4	4000	by
M	27	ingen	fotobutik arbejder	V	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	2200	by
M	32	handelskole	reklamebureau	V	3	4	3	5	4	5	3	3	3	3	2200	by
M	34	elektriker	FF-supporter	V	4	3	3	5	1	5	3	4	4	2	4700	by
M	29	Grafisk kommunikation	studerende	Ø	1	1	3	4	4	5	2	5	3	4	4000	by
M	56	maskin arbejder	maskin arbejder	A	1	3	4	5	4	2	1	4	1	1	4000	by
M	29	tømrer	tømrer	SF	2	4	1	4	3	5	2	4	4	2	2200	by
M	33	slagter	slagter	V	4	4	4	3	3	4	3	3	3	2	4300	by
M	62	jurist	advokat	C	3	3	5	4	4	5	4	2	3	2	4300	by
M	32	tømrer	arbejdsløs	A	3	5	4	5	2	3	2	5	3	1	2200	by
M	22	studerende	studerende	B	2	1	3	4	4	3	4	4	2	4	2200	by
M	56	litograf	litograf	B	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4700	by
M	20	gymnasiet	arbejdsløs	SF	3	2	2	5	2	2	1	5	2	1	4673	land
M	29	TEKSAM fra RUC	konsulent	A	4	4	3	3	4	2	2	5	2	2	4300	by
M	41	landmand	landmand	V	3	4	5	2	4	4	4	1	3	2	4673	land
M	24	HHX	sælger	V	1	4	4	3	3	4	4	2	3	4	4673	land
K	49	kontor	team chef	A	3	2	4	5	4	2	1	4	3	1	2750	by
K	64	sygeplejerske	sygeplejerske	V	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	2750	by
K	57	hjemmeplejer	rengøring	V	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	2750	by
K	69	kontor	pensionist	V	4	3	3	5	3	5	3	4	4	3	2750	by
K	50	ingen	arbejdsløs	V	4	3	3	5	3	4	4	4	3	3	2750	by

Besvarelser fra spørgeskemaer

K ø n	Al de r	Uddan nelse	Professi on	Part i	Da nko rt	Børne famili er	Stre gkod er	Flere Peng e	E U	Skatt esto p	lr a k	M ilj ø	T V 2	Bruger betalin g	PostN umme r	La nd - By
K	37	handel	Ikke oplyst	B	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4070	la nd
K	53	kontor	førtidspen sionist	V	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4070	la nd
K	53	kontor	SOSU	O	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4070	la nd
K	33	handel	leder indenfor shipping	B	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4070	la nd
K	78	kontor	pension	V	3	5	5	5	3	4	4	4	3	4	4070	la nd
K	34	ingen	konduktør	SF	3	4	3	4	3	2	2	4	3	2	4300	by
K	51	frisør	frisør	B	2	3	4	2	2	2	1	3	3	2	4300	by
K	22	gymnas iet	arbejdslø s	SF	4	4	4	3	3	3	2	4	3	2	4300	by
K	34	ingen	kontor arbejder	ikke oply st	3	4	4	3	2	5	3	4	3	4	4300	by
K	37	lærer	lærer	O	4	4	4	2	2	3	3	3	3	2	4300	by
K	46	ingen	pædagog medhjæl per	O	5	4	5	2	4	3	4	4	3	1	4300	by
K	76	ingen	pensionis t	V	3	4	5	3	3	3	2	3	3	1	4300	by
K	22	pædago g	pædagog	A	3	4	4	3	2	2	1	4	3	1	4673	la nd
K	27	bankas sistent	bankassis tent	A	1	4	3	3	3	5	3	3	4	4	4673	la nd
K	28	økonom	ikke oplyst	C	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4300	by
K	31	ingen	Taxi chaffør	V	2	4	3	2	2	4	2	4	3	1	4673	la nd
K	45	køkken assisten t	køkken assistent	A	3	3	4	4	4	3	3	4	3	2	4700	by
K	30	pædago g	hjemmeg ående	A	3	3	4	5	3	3	3	3	3	2	4700	by
K	42	ingen	er sygemeld t	V	5	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4700	by
K	33	kontor assisten t	sekretær	B	3	5	4	4	3	3	3	5	3	3	4700	by
K	75	kontor	pensionis	A	3	3	4	4	2	3	3	4	3	4	4700	by

Besvarelser fra spørgeskemaer

Køn	Alder	Uddannelse	Profession	Parti	Dankort	Børnefamilier	Strekgoder	Flere Peng	EU	Skattestop	Irak	Miljø	TV2	Brugerbetaling	PostNummer	Land-By
			t													
K	23	bachelor i dansk	studerende	B	3	3	3	5	3	3	3	5	3	2	2200	by
K	29	sygeplejerske	sygeplejerske	B	3	4	3	4	4	2	3	4	3	2	2200	by
K	25	Havebrugs	studerende	B	3	4	3	5	3	3	3	4	3	3	2200	by
K	48	arkitekt	arkitekt underviser	B	3	2	3	5	5	3	5	5	1	5	2200	by
K	50	hospital	arbejdsløse	A	3	5	5	5	4	3	5	4	3	4	4000	by
K	51	social og sundheds hjælpere	social og sundheds hjælper	SF	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4000	by
K	48	laborant	hjemmegående	V	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4000	by
K	68	cand.phil	kunstner	B	1	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4000	by
K	43	social og sundheds hjælpere	social og sundheds hjælper	O	3	4	5	3	3	4	3	4	3	3	4000	by
K	24	frisør	under uddannelse	B	3	4	2	5	5	3	4	5	3	3	4000	by
M	62	tømrer	førtids pension	C	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4230	land
K	78	kontor	pension	A	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3480	land
M	48	handel	sælger	C	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3480	land
K	38	handel	kontor assistent	B	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3480	land
M	72	slagter	pension	V	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3480	land
M	52	jurist	advokat	A	3	3	3	5	4	2	4	3	3	2	3480	land
M	74	fabrik	pension	A	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3480	land
K	73	ingen	pension	C	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3480	la

Besvarelser fra spørgeskemaer

Køn	Alder	Uddannelse	Profession	Parti	Dankort	Børnefamilier	Strengkoder	Flere Peng	EU	Skattestop	Irak	Miljø	TV2	Brugerbetaling	PostNummer	Land-By
																land
M	68	journalist	pension	A	3	4	3	5	4	3	3	4	3	3	3480	land
K	48	ingen	butiksindehaver	V	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3480	land
K	67	sygeplejerske	pension	A	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3480	land
K	37	sygeplejerske	hjemmesygeplejerske	SF	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4230	land
M	55	lærer	ungdomsskoleinspektør	V	3	3	3	5	5	1	3	5	4	2	4230	land
K	29	folkeskolelærer	folkeskolelærer	A	3	4	3	4	3	2	2	4	3	2	4230	land
K	63	økonom	pension	O	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4230	land
M	78	typograf	pension	A	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	4230	land
K	30	kontor	skobutik	A	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4230	land
M	24	Elektriker	Elektriker	V	5	3	3	3	2	4	1	3	3	4	4230	land
M	32	cand.merc	sælger	A	4	3	4	4	4	5	1	3	3	3	4230	land
K	19	Gymnasie	studerende	Ø	4	1	5	5	4	1	1	4	3	1	4673	land
M	47	politimand	politimand	C	3	5	4	2	2	4	5	3	3	1	4673	land
K	72	ingen	pensionist	C	3	5	5	3	1	3	3	3	3	3	4673	land
M	23	landmand	landmand	V	4	3	3	3	5	4	3	3	3	3	4230	land
M	30	ingen	butiksarbejder	O	1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4673	land
M	27	ingen	designer	B	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	4700	by
K	51	sælger	arbejdsløse	SF	3	3	3	3	4	1	1	5	3	1	4700	by
M	29	BA i dansk og engelsk	oversætter	A	2	3	2	2	2	2	2	5	3	3	4700	by

