

INDHOLDSFORTEGNELSE

Forord.....	1
-------------	---

DEL I

Kapitel 1: Problemformulering	2
1.1 Skurken er død – politikken lever.....	2
1.2 Motivation og medievalg.....	5
1.3 Om DAGBLADET Roskilde	6
1.4 Problemfelt.....	7

Kapitel 2: Metode.....	12
2.1 Gennemgang af specialet.....	12
2.2 Definition af tekstlige fagtermer.....	13
2.3 Metodiske overvejelser.....	14
2.4 Valg og fravalg	16
2.5 Aviserne og verden omkring os.....	18
2.6 Mediernes agenda.....	21

DEL II

Kapitel 3: Analyse.....	28
3.1 Udvælgelse af tekster.....	28
3.2 Skematisk oversigt.....	32
3.3 Kvalitativ analyse af artikler fra kommunalvalget 1997-2005	36
3.4 Valgkampenes temaer.....	54

DEL III

Kapitel 4: Politisk kommunikation	57
4.1 Postmodernismens valgkamp	57

DEL IV

Kapitel 5: Resultater.....	62
5.1 Konklusion	62
5.2 Diskussion og perspektivering.....	64

Kapitel 6: Formalia	72
6.1 Litteraturliste	72
6.2 English Summary	76
6.3 Kronik.....	77

FORORD

Politikere, vælgere og medier. En treenighed der er svær at komme udenom. Men på trods af at konstellationen er langt fra at være et nyt fænomen, synes den akademiske interesse at være stærkt stigende – ikke mindst når det kommer til de landspolitiske valgkampe både i Danmark og udlandet.

Som lokaljournalist har jeg selv prøvet at være en del af medierne og oplevet, hvordan med- og modspil fra politikere såvel som vælgere foregår i Roskilde kommune. Desværre har den ellers livlige lokale aktivitet ikke medført samme akademiske bevågenhed som på nationalt og internationalt plan. Det er derfor mit håb, at nærværende speciale kan råde en smule bod på dette.

Specialet tager udgangspunkt i det sproglige indhold af avisspalterne, hvorfor jeg mener, at både journalister, sprog- og medieteorikere kan få glæde af at læse med. Jeg begyndte arbejdet med specialet umiddelbart efter et afsluttet praktikophold som journalist på DAGBLADET i Roskilde den 1. februar 2007 og satte det sidste punktum knapt otte måneder senere.

Jeg vil gerne benytte lejligheden til at takke journalister og fotografer på DAGBLADET for deres inspirerende arbejde til analysedelen af dette speciale.

God læselyst!

DEL I

Kapitel 1: Problemformulering

1.1 Skurken er død – politikken lever

Den 1. januar 2007 blev en skelsættende dato for danmarkskortet. 276 kommuner blev til 98, og mange mindre kommuner må nu se sig som en del af en ny og større kommune. Det har medført et stigende pres på kommunernes budgetter, samtidig med at borgerne stiller stadigt højere krav til de kommunale serviceydelser. Ifølge kommunikationsforsker Rasmus Jønsson får denne udvikling en negativ konsekvens i medierne, der ofte behandler kommunen som den store skurk. *”Lidt forenklet er der sket en udvikling i medierne (...), der betyder, at politikere eller repræsentanter fra fx kommunerne ofte bliver eksponeret som skurken, der ikke har leveret god nok service til borgerne.”* (Jønsson, 2006: 44).

Traditionelt har medierne ellers været brugt til at videregive mangfoldige informationer mellem borgerne i kommunen og dennes politiske instanser, eksempelvis borgmesteren, hans tilhængere og modstandere. Især den danske lokalavis har som en del af partipressen brugt spalteplass på politisk kommunikation og debat¹, men hvis avisen i stigende omfang agerer som en slags advokatvirksomhed for borgerne mod kommunen, siger det sig selv, at der er større vinding for kommunen ved at lade informationsstrømmen gå uden om avisen og direkte til borgerne. Det forklarer, hvorfor flere kommuner og politikere er blevet bedre til at kommunikere direkte med deres borgere via Internettet, eksempelvis gennem e-mails og elektronisk borgerservice på kommunens hjemmeside.

Alligevel forsvinder politikken ikke fra avissiderne i takt med, at den kommunale skurk bliver mindre håndgribelig. Tværtimod har medieforskerne Maja Horst og Ove Pedersen påvist, at de politiske historier er blevet prioriteret højere i fire danske landsdækkende aviser gennem en periode fra 1958-1998. Dette tilskriver de en professionalisering af journalisterne, som blandt andet medfører en fælles forståelse af, hvad en politisk nyhed er, ligesom politikernes personer bliver sat mere i fokus. *”Aviserne bliver inklusive i stedet for eksklusive i deres valg af politisk relevante emner, hvilket også viser sig i forhold til at nyhedsdækningen bliver mere intensiv (der bringes flere artikler om samme emne, der behandles med politikere som subjekter), og at den tillige bliver mere ekstensiv (der er flere emner der behandles med politikere som subjekter).”* (Horst/Pedersen, 2000: 165).

¹ Avisens historiske udvikling og betydning bliver gennemgået mere detaljeret i kapitel 2.

På det lokale plan viser denne politisering sig ofte som det, flere medieforskere har benævnt kampagnejournalistik, hvor avisen virker som med- og modspiller i en lokal sag. Det sker især i tilfælde med konfliktsager, hvor lokalsamfundet kan samles mod en udefrakommende trussel. ”*I konflikten mellan den egna bygden och de avlägsna makthavarna i länet eller i riksdag och regering, så ställer sig de lokala medierna på bygdens sida. Det passar den journalistiska schablonen att stå på den ”lille mannens sida” mot makthavarna.*” (Nygren, 2004: 305). Konfliktsituationerne opstår ofte i umiddelbar nærhed af den lokale valgkamp, hvor generelle og abstrakte problematikker bliver gjort lokale og nærværende af såvel politikere som journalister, før de ender som en god historie i avisen. ”*But more significant than such pragmatic considerations is local journalist’s belief that a good election story is a local story.*” (Franklin/Richardson, 2002: 42).²

1.1.1 Når det lokale ikke er lokalt nok

Men det er ikke kun, mens valgkampen raser, at journalisterne på lokalaviserne må tænke lokalt. Det gælder især for de aviser, som udkommer om eftermiddagen på det tidspunkt, hvor læserne allerede har set dagens store nyheder. Medieforsker Mike Glover har tidligere gjort sig netop disse erfaringer i England, hvor oplagstallene faldt drastisk, da de lokale eftermiddagsaviser prøvede at tage konkurrencen op med de landsdækkende morgenaviser. ”*They (the readers) did not want their local newspaper to take up valuable space with inferior, and in many cases out of date, national news. Every piece of market research ever conducted on behalf of a local newspaper has come up with the conclusion that what readers want is more local news.*” (Glover, 1998: 119).

Herhjemme når Anker Brink Lund, Niels Chr. Larsen og Lise Lyngbye frem til den samme konklusion et par år senere i deres analyse af regionalavisen Fyens Stiftstidende. ”*De nuværende læsere kan tilsyneladende ikke få lokalstof nok. (...). Vi anser det for givet, at læserne fortsat vil opleve et behov for orientering om lokale forhold (...). I den forbindelse bliver subjektiv nærhed en afgørende faktor.*” (Brink Lund mfl., 2000: 35). Med den subjektive nærhed hentyder de tre medieforskere til vigtigheden i, at avisen formår at skabe identifikation hos sine læsere i en sådan grad, at den daglige lokalavis kan blive en tryghedsfaktor i en kaotisk hverdag. Grundlæggende handler det om at samle og fastholde et købedygtigt publikum, mener forskertrioen.

² De to medieforskere Bob Franklin og John Richardson har undersøgt den engelske lokalpresses valgdækning fra 1987 til 2001. I den forbindelse interviewer de en lokal redaktør, som forklarer dækningen således: ”So most of the stories we’re carrying are actually local stories: all the issues of the town with the politicians getting involved. So it’s not all tax and NHS. It’s actually addressing local issues.” (NHS er National Health Service, det vil sige det engelske sundhedssystem).

At skabe denne tryghedsfaktor i det nære og lokale bliver dog hurtigt en udfordring, når stadig flere lokalaviser ser sig nødsagede til at investere i ny teknologi for at kunne skære ned på produktionsomkostningerne – og i sidste ende det redaktionelle personale. I praksis betyder det, at mange lokale aviser slår sig sammen om at producere én fælles regionalavis.

Den sjællandske regionalavis DAGBLADET er et resultat af denne tendens. Avisen udkommer således om eftermiddagen i Køge, Ringsted og Roskilde med en fælles første sektion, som dog har sin egen lokale forside med dagens tophistorier. Den lokale journalistik er derved forvist til anden sektion, som foruden hovedbyen også skal dække oplandet via små en- og tommandsredaktioner. Derfor bliver Roskilde-stoffet i DAGBLADET Roskilde reduceret til forsidens tophistorier samt tre-fire sider i anden sektion. Medieforsker Bob Franklin ser dette som en klar nødvendighed, hvis aviserne skal overleve økonomisk, men han ser samtidig et problem i den lokale identitetsfølelse. *”The growing tendency to regionalise production (...) inevitably leads to newspapers’ loss of local identity and feel for local news.”* (Franklin, 1998: 17).

Spørger man læserne af DAGBLADET giver de ham ret. Kommunikationsforskerne Louise Phillips og Kim Schrøder har gennem en række fokusgruppe-interviews spurgt en gruppe borgere i Roskilde om deres forhold til de lokale medier, og her får DAGBLADET ikke det bedste skudsmål. *”Jeg læser DAGBLADET en gang imellem. (...). Ja, det tager altså fem minutter at læse, så derfor føler jeg ikke, det er en avis, jeg vil ofre penge på,”* siger en kvinde og uddyber: *”Jeg vil gerne læse noget lokalt, fordi jeg får de landsdækkende nyheder i andre aviser i løbet af dagen. Så det er lokalt stof, jeg vil læse. Og det synes jeg ikke, der er nok af.”* (Phillips/Schrøder, 2004: 55). En anden kvindelig læser fortæller, at hun har sagt sit abonnement på DAGBLADET op af samme årsag, mens det er tydeligt, at avisen også har et problem med sit image blandt læserne. En mandlig læser udlægger det sådan: *”Den hedder også Ringsted Svineavler Tidende jo ... Nej, altså, jeg holder også DAGBLADET, men kun når de vil lave et godt tilbud.”* (Phillips/Schrøder, 2004: 55). Forskerne præciserer læserens modvilje: *”Som citatet viser, må DAGBLADET også trækkes med et latterliggørende ry som en landboorienteret Venstre-avis, hvorfor den har sin partipolitiske tilknytning imod sig.”* (Phillips/Schrøder, 2004: 55).

Men hvis holdningen blandt læserne er, at den lokale avis er blevet så lidt lokal, at de ikke længere gider købe den, er der en fare for, at politikken i spalterne ikke når den tiltænkte målgruppe. Og den forsvindende lille læsergruppe, som har holdt fast i avisen gennem mange år, må omvendt forholde sig til et indhold, der ser anderledes ud, end da de tegnede deres første abonnement for en

menneskealder siden. Med andre ord er avisens rolle som et politisk debatforum måske ikke så effektiv, som politikere og journalister kunne ønske sig.

For at kunne se et større perspektiv i dette, finder jeg det nødvendigt at underkaste indholdet i DAGBLADET en nærmere undersøgelse. Da omdrejningspunktet for denne undersøgelse er, hvordan politikken bliver kommunikeret til læserne, finder jeg det naturligt, at zoome ind på det tidspunkt, hvor lokalpolitikken er allermest vigtig; i den kommunale valgkamp, hvor pladserne i byrådet skal besættes under ledelse af den ene eller den anden borgmesterkandidat.

1.2 Motivation og medievalg

I løbet af min uddannelse på Roskilde Universitetscenter har jeg taget to kandidatuddannelser i henholdsvis engelsk og journalistik. Som et led i min journalistiske uddannelse tilbragte jeg i 2006 et år i praktik som journalist på DAGBLADET. De første tre måneder foregik ved avisens hovedsæde i Ringsted, mens jeg i de efterfølgende ni måneder arbejdede på DAGBLADETs lokalredaktion i Roskilde. Med den baggrund kender jeg derfor produktionen af lokale nyheder i Roskilde og omegn særdeles godt, ligesom jeg også har fået et indblik i, hvordan de lokale politikere agerer i forhold til avisen.

Da jeg efter endt praktikperiode atter iførte mig de akademiske briller, blev jeg imidlertid forbløffet over, hvor lidt videnskabelig litteratur der er skrevet om lokaljournalistik – både på dansk og udenlandsk. Derfor besluttede jeg mig for, at dette speciale kan bidrage med nyt på området. Dog med det forbehold, at mit analysemateriale på ingen måde kommer til at bestå af mine egne skrevne artikler, da jeg finder det vigtigt at opretholde en videnskabelig distance til mit empiriske objekt.

På grund af den sparsomme videnskabelige litteratur om lokaljournalistik, ønsker jeg ikke udelukkende at basere min teoretiske tilgang til specialet på dette. Derfor har jeg inddraget den sprogteoretiske viden, min kandidatgrad i engelsk har givet mig, samtidig med at den medieteorietiske viden, jeg har tilegnet mig fra uddannelsen i journalistik, kan bidrage til grundlaget for specialet.

Resultatet fremstår altså som en samlet analyse af et stykke lokaljournalistik, der inddrager både lingvistiske analysemetoder og medieteorietiske konsekvenser i dækningen af valgkampen mellem Roskildes politiske elite. I mine øjne er det blevet til en anderledes – og særdeles brugbar – måde at betragte det politiske indhold i det lokale dagblad på.

1.3 Om DAGBLADET Roskilde

DAGBLADET udgives i samarbejde med Frederiksborg Amts Avis, men begge aviser fungerer selvstændigt med hovedsæder i henholdsvis Ringsted og Hillerød. DAGBLADET/Frederiksborg Amts Avis dækker det meste af Sjælland med i alt 14 redaktioner, der beskæftiger 100 redaktionelle medarbejdere. Lokalredaktionen i Roskilde består af en skrivende udgaveredaktør, en skrivende redaktionssekretær, fire journalister og en journalistpraktikant.

Som hos de fleste andre dagblade er oplagstallene ikke imponerende. I andet halvår af 2005 havde DAGBLADET/Frederiksborg Amts Avis et oplag på 51.620. Sammenligner man med oplagstallet fra andet halvår af 2006 på 49.465 og første halvår af 2007 på 48.734, illustrerer det meget godt en tendens, hvor oplagstallene falder støt og roligt måned efter måned.³

Men på trods af at det går den forkerte vej på det område, er det alligevel lykkedes DAGBLADET A/S at komme ud med et overskud, hvilket kan lade sig gøre, fordi selskabet tjener penge på andre måder end ved at sælge aviser. En af hovedindtægterne kommer fra trykkerivirksomhed i Ringsted. Foruden selskabets egne to aviser trykkes her Information, Kristeligt Dagblad og en række ugeaviser. Derudover tjenes der penge på trykning af salgspjecer, brevpapir, bøger og specialopgaver via datterselskaber.

Avisen er traditionelt set en Venstre-avis, og i selskabets formålsparagraf lyder det, at aviserne skal redigeres ud fra et *”liberalt grundsyn med respekt for den tradition, der er bygget op fra deres start for mere end 100 år siden i politisk, folkelig, kristen og national henseende.”* Hvorvidt det ’liberale grundsyn’ er udtryk for Venstres politik, kan diskuteres, men dele af bestyrelsen hos DAGBLADET A/S består af ældre landmænd, der traditionelt har stemt på Venstre, ligesom øverste chefredaktør, Torben Dalby Larsen, er valgt ind i DR’s bestyrelse for partiet Venstre. Ironisk nok findes de fleste abonnenter i den tidligere Ramsø Kommune⁴, der i mange år har været en socialdemokratisk kommune under ledelse af nuværende borgmester i Roskilde, Poul Lindor Nielsen (S). I dag er målgruppen for avisen alle, der har interesse i at følge med i, hvad der sker lokalt, politisk og kulturelt. De fleste af læserne er dog lokale over 60 år, hvoraf mange har været faste abonnenter i en menneskealder⁵.

³ Tallene er tilgængelige via Dansk Oplagskontrol www.do.dk.

⁴ Ramsø Kommune og Gundsø Kommune blev fra den 1. januar 2007 lagt under den nye Roskilde Kommune.

⁵ Baseret på personlig kontakt med kilder og læsere, samt erfaring fra redaktører og journalistiske kollegaer, da der ikke findes en officiel målgruppeanalyse i offentlig tilgængelighed. I januar 2007 søsatte DAGBLADET kampagnen ”Fokus og nærhed”, der var tiltænkt en ny og yngre målgruppe, heriblandt tilflyttende børnefamilier, for at få flere fremtidige læsere. Desværre har det ikke kunnet vende nedgangen i oplagstallene, hvilket indikerer, at en mere målrettet kortlægning af DAGBLADETs faktiske læserskare og fremtidige målgruppe bør danne grundlag for kommende salgskampagner, hvis de skal lykkes på længere sigt.

1.4 Problemfelt

I mere end et halvt århundrede har et enkelt fænomen været af afgørende karakter i den politiske kommunikations verden; massemedierne. Det skyldes ikke alene, at de netop er massemedier – en formidlingskanal, der kan bringe informationer ud til mange mennesker til hver en tid om hvad som helst – men også at medierne kan fremhæve eller nedtone de politiske aktørers gøren og laden og dermed påvirke den offentlige agenda. Den magtfaktor medierne derved bliver tillagt er i særdeleshed synlig i valgkampens hede, når de politiske fløje fører deres kampagne. ”*The mass media set the agenda for each political campaign, influencing the salience of attitudes towards the political issues.*” (McCombs/Shaw, 1972: 117).

På det lokale plan finder jeg dette interessant, fordi de lokale politikere ikke længere har deres vante partipresse at agere i, når de vil deltage i en politisk debat. I Roskilde er der kun en enkelt daglig avis tilbage, som skal dække et større regionalt område. Men når det politiske indhold stadig præger medierne, er avisen også i dag med til at sætte agendaen i lokalområdet omkring Roskilde, selvom alle læsere – uanset politisk tilhørsforhold – er nødt til at læse om den lokalpolitiske debat i det samme lokale dagblad. Derfor bliver indholdet i avisen også ekstra vigtigt for læserne, da det skal kunne tiltale dem på tværs af partiskel og de ledende lokale politikere, der er fysisk og mentalt tættere på vælgerne end politikerne ved en folkeafstemning er. Det giver en journalistisk udfordring i dækningen af valgkampen, som gør indholdet til omdrejningspunktet for specialet. Nærmere bestemt vil jeg studere og analysere dækningen af de tre seneste kommunalvalg i den lokale del af regionalavisen DAGBLADET Roskilde.

1.4.1 Den postmoderne fase

Rasmus Jønsson har ved det seneste kommunalvalg konstateret en tendens til, at den politiske kommunikation som en del af et mediestrategisk træk udvikler sig mod større kampagner med så meget fokus på aktørerne som muligt. I et notat konkluderer han: ”*Generelt vil kommunalvalget byde på flottere og større kampagner, hvor aktørerne vil satse på maksimal synlighed i det offentlige rum.*” (Jønsson, 2005: 6).⁶ Sine betragtninger bygger Jønsson på Orla Vigsøs retoriske analyse af valgplakaterne fra det svenske riksdagsval i 2002, hvor det fremgår, at den aktuelle politiske kommunikation til vælgerne gennem medierne har mange fællestræk med kommerciel markedsføring.

⁶ Mediestrategien er et af ud af fire aspekter, der, ifølge Rasmus Jønsson, udgør en tendens mod en ny måde at kommunikere politisk på i en valgkamp. De øvrige aspekter er økonomiske midler, kampagneforberedelser og kampagneorganisationer med brug af konsulenter og spindoktorer. Notatet om de fire aspekter blev udarbejdet for Ugebrevet A4 umiddelbart før kommunalvalget 2005.

Eksempelvis betyder det, at omfanget af økonomiske midler og den tænkte målgruppes ønsker og behov spiller en stor rolle for valgkampagnen, ligesom kandidaterne udnytter deres lokale kontaktflade i en strategi styret centralt fra partiets nationale ledelse. Vigsø mener, at denne tendens har været et stigende fænomen op gennem 1990'erne, og henviser til det, den amerikanske medieforsker Pippa Norris kalder 'den postmoderne kampagne'. I modsætning hertil står 'den præmoderne kampagne', der i første halvdel af århundredet lod sig styre af partipressen og den enkelte lokale politikers personlige kontaktflade, og 'den moderne kampagne', der med tv'ets udvikling lod den politiske kommunikation blive til en standardformel udelukkende centralt styret fra partiets nationale hovedkvarter. Norris lader de tre former for kampagne danne grundlag for tre tilsvarende historiske faser.

Ifølge Jønsson gør den postmoderne fase sit indtog allerede i starten af 1990'erne i engelsk og amerikansk politik, mens tendenserne kan spores i dansk kontekst i slutningen af årtiet (Jønsson, 2006: 46). På baggrund af Vigsøs teoretiske tilgang har han valgt at undersøge den postmoderne fase fra kandidaternes strategiske vinkel med udarbejdelsen af notatet til Ugebrevet A4 ved det seneste kommunalvalg, men uden at se nærmere på det lokalpolitiske indhold i medierne som blev resultatet af denne nye mediestrategi. Det er dette indhold jeg nu ønsker at undersøge nærmere for at opklare, hvorledes en eventuel stigende markering af den postmoderne tendens har en mærkbar effekt på teksten i den lokale avis, og hvordan denne effekt i sidste ende kan påvirke læserens demokratiske hverdag.

1.4.2 En tematisk tilgang

Jeg ønsker altså at se nærmere på det tekstlige indhold i udvalgte artikler omhandlende kommunalvalget. Til dette formål anvender jeg en lingvistisk næranalyse, som skal hjælpe mig med at se hvilke temaer, der optræder i artiklerne. Tematiseringen af en tekst kan groft sagt svare på, hvad teksten handler om i form af en eller flere overordnede ytringer, der ligger som en typisk fortolkningsramme gennemgående i teksten. Det gør den gennem såvel eksplicite udtryk i tekstens opbygning og bestanddele som implicite udtryk i tekstens underliggende ideologi. Begge dele bliver interessant, når teksten optræder i en offentlig sammenhæng, som avistekster i sagens natur gør.

Begrebet tema vil blive uddybet under "*Definition af tekstlige fagtermer*" og i den sidste del af kapitel 2. Men jeg finder det vigtigt at pointere, at tema ikke skal forveksles med emnerne på agendaen, da temaet i min fremstilling fungerer på et mere overordnet plan end agendaen gør med sit konkrete sæt af emner. Kort sagt kan agendaen belyse, *hvilke* emner, der spiller en rolle i nyheder-

ne, mens tematiseringen belyser, *hvordan* og *hvorfor* rollen spilles. Eksempelvis kan emnet 'terror' dukke op i nyhederne, hvorefter tekster med temaer som 'PET bør overvåge moskeer på Nørrebro' fordi 'moskeer kan huse potentielle terrorister' opstår med argumenter både for og imod i mediets journalistiske indhold. Den virkning temaerne har, er altså ikke helt uvæsentlig, når de indgår som en del af et medie, der sætter den offentlige agenda med behandling af forskellige emner.

Medieforskerne James Dearing og Everett Rogers definerer agendaen som et sæt af hierarkisk ordnede emner. "*An agenda is a set of issues that are communicated in a hierarchy of importance at a point in time.*" (Dearing/Rogers, 1996: 2). Med Maxwell McCombs og Donald Shaws empiriske undersøgelse blev det påvist allerede i 1972, at massemedierne har indflydelse på, hvilke emner, deres modtagere som vælgere finder mest vigtige i en valgkamp. Derfor kan medierne på trods af deres forskellige dækning af emnerne sammenlagt være med til at sætte agendaen, lyder konklusionen fra dengang. "*Yet the evidence in this study that voters tend to share the media's composite definition of what is important strongly suggest an agenda-setting function of the mass media*" (McCombs/Shaw, 1972: 184). Men mediernes indflydelse på modtagernes definition af vigtige agenda-emner er kognitiv mere end den er overtalende, fordi vor tids professionelle journalistik bestræber sig på at give begge sider af en historie, inden de eventuelt forsøger at overtale deres modtagere til at slutte sig til en bestemt side. Den kognitive indflydelse består altså i, at medierne ikke dikterer nøjagtigt, hvad folk skal tænke om et givent emne, men snarere hvilket emne, de skal tænke på. "*The press may not be successful much of the time in telling people what to think, but it is stunningly successful in telling its readers what to think about*" (Cohen, 1963: 13)⁷. Derfor er avislæsernes verdensbillede ikke kun konstrueret ud fra, hvad de læser i avisen. Læserne genkonstruerer det, de har læst, med information fra deres egen hverdag for derefter at skabe sig en mening om det givne emne. "*People "co-construct" what they see, read, and hear from the media with information drawn from their own lives to create a meaning for some issue.*" (Dearing/Rogers, 1996: 5).

Dette er vigtigt i lyset af en lokal valgkamp, hvor det nære i vælgernes hverdag ofte bliver brugt af kandidaterne til at argumentere for og imod deres og modstandernes interesser. Når nye emner bliver sat på agendaen i den politiske kommunikation gennem den daglige avis, sker det på baggrund af et antal overordnede temaer i de eksisterende artikler. Temaerne kan altså være afgørende for, hvordan den politiske agenda kommer til at se ud i Roskilde og omegn, og dermed hvad borgerne i området efterfølgende tænker og handler ud fra. Derfor vil defineringen af de forskellige temaer være et centralt punkt i min tekstanalyse.

⁷ Citatet er gengivet i Dearing/Rogers, 1996: 1.

1.4.3 Funktionel grammatik

For at nå frem til disse temaer vil jeg i den lingvistiske næranalyse gøre brug af en model med kommunikative elementer fra kommunikationsforsker Leif Becker Jensen og sproglige elementer fra sprogforskerne Lennart Hellspong og Per Ledin. Til grund for dette valg ligger en fælles forståelse hos teoretikerne af tekster, herunder også avisteksterne, som brugstekster med en kommunikativ funktion. Denne fundamentale tekstforståelse går igen ned gennem tekstens grammatik, der ellers ikke er operationel, hvis den opfattes som et isoleret system. Med andre ord bliver grammatikken funktionel, fordi den skal bruges til at kommunikere tekstens indhold, hvilket sprogforsker M.A.K. Halliday definerede som en af de første for mere end tyve år siden. Han beskriver den funktionelle grammatik i tre dele: *"It is functional in three distinct although closely related senses: in its interpretation of texts, of the system, and of the elements of linguistic structures."* (Halliday, 1994: xiiiv). Halliday udbygger dette til at omfatte de tre hovedaspekter i hans teori; (1) hvordan sproget bliver brugt (2) ved at de fundamentale meningskomponenter i sproget bliver set som funktionelle komponenter (3) og at ethvert element i sproget bliver forklaret ved at referere til dets funktion i det totale lingvistiske system. Han konkluderer: *"A language is interpreted as a system of meanings, accompanied by forms through which the meanings can be realized."* (Halliday, 1994: xiv).

Mit undersøgelsesfelt bliver altså en induktiv undersøgelse, hvor jeg i lighed med Halliday undersøger de enkelte dele af sproget for at kunne fortolke helheden. Teksten i min analyse bliver altså determinerende for konteksten. Dette valg afspejler en erkendelse af, at teksterne i den politiske kommunikation – som alle former for kommunikation – afspejler lingvistikken, dens elementer og ikke mindst skribenternes færdigheder i at kunne sammensætte disse elementer på en sprogligt brugbar måde, uanset om man er professor på et universitet eller journalist på et dagblad. Sprogforsker Bent Preisler rammer kernen i teorien med sin udbygning af Hallidays arbejde: *"Communicative skills presuppose linguistic creativity – the ability to come up with a variety of different ways in which the same basic message could be phrased depending on the specific context, audience etc."* (Preisler, 1992: 5).

1.4 4 Problemformulering

Dette leder mig frem til følgende problemformulering:

Hvilke sammenlignelige temaer optræder i DAGBLADET Roskildes dækning af de to borgmesterkandidater i kommunalvalget i Roskilde i 1997, 2001 og 2005?

På hvilken måde kan disse temaer få konsekvenser for DAGBLADETs læsere set i et demokratisk perspektiv?

Da min analyse er af kvalitativ i stedet for kvantitativ karakter, bliver resultaterne ikke statistisk valide for den samlede valgkamp i hvert af de tre år. Der er derimod tale om en dybdeanalyse, som med udgangspunkt i de tre dage før, under og efter valgkampen skal vise hvilke overordnede temaer, som gør sig gældende i dækningen af de to borgmesterkandidater, der er hovedaktører i valget, på netop dette tidspunkt. Besvarelsen på det første spørgsmål skal altså give et samlet indblik i den politiske kommunikation gennem avisens indhold ved valgkampens kulmination i den postmoderne fase.

Efterfølgende vil tekstanalysens resultater blive sat ind i en medieteoretisk sammenhæng som udgør udviklingen i den politiske kommunikation mod den postmoderne fase. Det har jeg valgt at gøre, fordi tekstanalysen i sig selv ikke kan give et nuanceret svar på, hvilke konsekvenser den politiske kommunikation har fået gennem det sidste årti for læserne af DAGBLADET. Tekstanalysen kan derimod vise, hvilke overordnede temaer der er opstået i de tre valgkampe, og hvordan de er opstået, hvorefter den medieteoretiske tilgang til temaerne besvarer det andet spørgsmål i problemformuleringen.

Men før spørgsmålene kan blive besvaret til fulde, finder jeg det vigtigt at definere, hvad jeg forstår ved 'et demokratisk perspektiv'. Min demokratiforståelse i forhold til pressen ligger i umiddelbar forlængelse af den rolle journalistikken indtog i den sidste halvdel af det 18. århundrede, hvor dagbladene gik fra at være rene nyhedsformidlere til opinionsbærere. "*Newspapers changed from mere institutions for the publication of news into bearers and leaders of public opinion – weapons of party politics (...) for the news publisher it meant that he changed from a vendor of recent news to a dealer of opinion.*" (Habermas, 1974: 53). Til baggrund for dette ligger en inddeling af samfundet i en privat og en offentlig sfære, hvor politik og kultur hører under sidstnævnte, hvilket filosof Jürgen Habermas har defineret. I dag er denne samfundsinddeling omdiskuteret og under opløsning, men den moderne opfattelse af pressens dobbelte funktion som nyhedsformidler og forum for debat hænger stadig ved som et tilstræbt ideal. For demokratiet betyder det, at avisen bør

fungere som et debatforum, hvor borgere og politikere offentligt kan komme til orde, og gennem nyhederne samtidig hente den viden om samfundet, der skal få dem til at agere som ansvarsbevidste deltagere i demokratiet, når der skal tages beslutninger for samfundet.

Hvad tekstanalysen og medieteorien gør tilsammen, er altså at vise, hvordan de forskellige temaer ser ud i den postmoderne fase, og hvilke konsekvenser det får i et perspektiv, der opfatter avisen som et forum til demokratisk debat og samfundsrelevant viden for alle. Begge svar på problemformuleringen vil jeg uddybe i en efterfølgende diskussion og perspektivering af agenda-setting og lokalavisens debatforum.

Kapitel 2: Metode

2.1 Gennemgang af specialet

I det følgende afsnit vil jeg give et kort overblik over de enkelte dele i specialet og efterfølgende definere de fagtermer, jeg vil anvende i analysedelen. Samlet set består specialet af fire dele.

Del I er en indledende del, hvori specialets problemfelt og problemformulering præsenteres efterfulgt af de analytiske metoder til bearbejdelse af dette problem. Herunder argumenterer jeg for mine valg og fravalg, mens en uddybende teoretisk gennemgang sørger for, at DAGBLADETs position og virke står helt klart. Teorien vil her udgøre en overordnet medieforståelse af den nordeuropæiske tradition og en gennemgang af agenda-setting og tematiseringen, som kommer til at udgøre det teoretiske grundlag for analysen.

Del II består af selve tekstanalysen, der indledes med analysemodellen, som skal bruges i analysen, og et overblik over de udvalgte tekster. Denne tekstanalyse består dels af en lingvistisk næranalyse og dels af en overordnet temabestemmelse, som afsluttes med en delkonklusion. Her bliver det første spørgsmål i problemformuleringen besvaret.

Del III tager skridtet videre fra tekstanalysens resultater og sætter disse ind i en medieteoretisk sammenhæng, hvor de forskellige faser i den politiske kommunikation også vil blive gennemgået. Udviklingen i den postmoderne fase vil tegne et billede af, hvordan de fundne temaer på de lokale sider i DAGBLADET Roskilde får konsekvens for demokratiet. Her bliver det andet spørgsmål i problemformuleringen besvaret.

Del IV konkluderer på, hvilke overordnede temaer, der gør sig gældende i de udvalgte artikler, og hvordan temaerne kan få demokratiske konsekvenser for læserne af DAGBLADET Roskilde.

Umiddelbart efter konklusionen vil jeg diskutere analyseresultaterne og perspektivere svaret på problemformulering.

2.2 Definition af tekstlige fagtermer

I min tekstanalyse vil jeg gøre brug af en række kommunikative og lingvistiske fagtermer. For at undgå forvirring vil jeg her definere, hvordan jeg forstår og bruger disse termer. Definitionerne er beskrevet i den rækkefølge, de naturligt hænger sammen. De lingvistiske termer bygger primært på Hellspong og Ledins værk "*Vägar genom texten*" (1997), mens de kommunikative termer primært stammer fra Becker Jensens værk "*Indføring i tekstanalyse*" (1997) og Altheides værk "*Qualitative Media Analysis*" (1996).

Genre: fortæller hvilken slags tekst, der er i fokus. Dette gøres ud fra bestemmelse af tekstens kompositioner, tekstbindinger, layout og typografi.

Komposition: illustrerer hvordan teksten er opbygget. Det foregår i et gennemgående tekstmønster, der illustrerer tekstens struktur og disposition med skift i tid og rum mellem de enkelte tekstdele.

Tekstbinding: illustrerer hvordan de enkelte tekstdele referer frem og tilbage til hinanden. Det kan bestå af en identitetsbinding, som karakteriserer tekstens aktører, men også af en konnektiv binding mellem hoved- og bisætninger eller et enkelt sætningsled. Disse bindinger og led kan være additive (beskrivende), temporale (tidsbestemmende), adversative (argumenterende) og kausale (årsagsbestemmende). Endelig kan en tekstbinding også være en retorisk binding, som består af gentagelser eller ufuldstændige bindinger.

Layout: er tekstens overordnede udseende i form af billedbrug og øvrige opsætning.

Typografi: er tekstens skrifttyper med rubrikker, manchetter, mellemrubrikker og brødtekst.

Proposition: illustrerer hvordan tema og budskab bliver fremstillet i teksten. Herunder vil jeg beskæftige mig med præsupposition, inferens og proces, der sammen med modaliteten skal synliggøre de underlæggende påstande, der eksisterer i teksten.

Præsupposition: er den tavse indforståede forhåndsviden, som modtageren af teksten forventes at have fra samme kontekst og kan nikke samtykkende til for at få fuldt udbytte af teksten.

Inferens: er den fornuftsslutning, som modtageren skal bruge sin egen viden for at slutte sig til. Denne viden stammer ikke nødvendigvis fra samme kontekst.

Proces: er den ageren der foregår mellem subjekt og objekt i teksten. Her kan verberne være dynamiske eller statiske og beskrive en handling, en hændelse, en tilstand eller en mental proces.

Modalitet: illustrerer når der ikke blot er tale om kliniske fakta, men derimod udtryk for en sandsynlighed, en hypotese eller en nødvendighed.

Intratekstuel: Når dele i teksten referer til noget andet inden for den samme tekst.

Intertekstuel: Når dele i teksten referer til noget i andre tekster.

Budskab: fortæller den pointe, som afsenderen gerne vil give til modtageren for at få ham eller hende til at handle på en bestemt måde. Det hænger ofte sammen med den journalistiske vinkling, og fungerer i teksten som resultatet af en bevidst handling fra journalistens side. Budskabet kan have ligheder med temaet og kan optræde både eksplicit og implicit i teksten.

Tema: fortæller hvad teksten handler om, men i modsætning til budskabet sker det på et ubevidst plan fra afsender til modtager. Tema er den overordnede typiske fortolkningsramme, der løber gennem hele teksten og kan illustrere, hvad denne tekst mener om verden omkring den i form af en eller flere ytringer og byder derved på en overordnet forståelse af det samlede verdensbillede, som modtageren kan lade sig påvirke positivt eller negativt af. Temaet kan optræde eksplicit i teksten, eksempelvis gennem tekststrukturen, eller implicit, eksempelvis gennem tekstens ideologiske opfattelse.

2.3 Metodiske overvejelser

Ud fra ovenstående gennemgang af problemfeltet og problemformuleringen, vil jeg nu gøre rede for de metodiske overvejelser i specialets opbygning. Umiddelbart før selve tekstanalysen vil jeg gennemgå min analysemodel i detaljer, så dette trækker udelukkende de overordnede metodiske linier frem, ligesom de centrale valg og fravalg vil blive gennemgået nedenfor.

Som beskrevet i problemfeltet, står en lingvistisk tekstanalyse som et centralt element i dette speciale. Men en tekstanalyse alene kan ikke besvare problemformuleringen, da analyser altid skal sættes i en teoretisk ramme udsprunget af problemfeltet. Analysen skal altså have et formål. Og det er det formål, der bliver bestemmende for, hvilke rammer den skal udfolde sig indenfor, da analysen i sig selv hverken tager for givet, *hvilke* dele af teksten, der skal undersøges eller *hvordan* disse dele skal fortolkes. ”*Such pointers have to come from a theoretical framework, which would include a clear conceptualisation of the nature and social context of the documents which are to be examined.*” (Hansen m.fl, 1998: 99).

Derfor er det nødvendigt at sætte nogle teoretiske rammer op for tekstanalysen. Dette vil jeg gøre i to dele; dels ved at definere mit empiriske tekstobjekt – som i dette tilfælde er avisen DAGBLADET Roskilde – i forhold til den historiske og politiske udvikling på det europæiske avismarked, og dels ved at sætte mine lingvistiske analyseresultater ind i en større medieteoretisk sammenhæng. Dette er nødvendigt for at kunne sætte tekstanalysens resultat i perspektiv, for uden perspektiv på resultaterne er det vanskeligt at fortolke dem fordomsfrit. ”Hvis vi som forskere tror, at vi kan analysere – eller ’leve os ind i’ – andre menneskers perspektiver på tilværelsen uden at selv have perspektiv på det, vi studerer, så risikerer vi, at vore forskningsresultater blot bliver en gentagelse af vores (ubevidste) forforståelse.” (Bourdieu, 1993: 51).⁸

Dermed lægger min fremgangsmåde sig op ad Becker Jensens to-trinsraket for tekstanalyse: erkendelsesfasen og argumentationsfasen. Her er hovedformålet med en tekstanalyse at opnå sin egen erkendelse af teksten for derefter at argumentere sagligt for denne erkendelse (Becker Jensen, 1997: 24). ’At argumentere’ ser jeg som en vekselvirkning mellem at tydeliggøre de enkelte analysedele og fortolke dem i helheder, som igen bliver til nye analysedele, der kan fortolkes til nye helheder på næste niveau. Denne måde at arbejde på kaldes i tekstvidenskaberne ’den hermeneutiske cirkel’, og den hermeneutiske teksttolkning udmærker sig primært ved at inddrage læseren i fortolkningen. Hellspong og Ledin forklarer det således: ”Hermeneutikken är klar över att kommunikationen mellan texten och läsaren inte är en mekanisk transport av et färdigt innehåll (...). I sitt förhållande till texten är läsaren alltså inte bara en mottagare utan också en medskapare.” (Hellspong/Ledin, 1997: 220).

Jeg vil altså foretage en analytisk undersøgelse af de lingvistiske elementer i avisartiklerne. Resultatet af undersøgelsen vil afsløre de overordnede temaer og derved besvare første del af min problemformulering. På denne måde bliver der synliggjort et sammenligningsgrundlag for mine nedslagspunkter i det seneste årtis politiske kommunikation, og det vil få de indholdsmæssige tendenser fra den postmoderne fase til at fremstå så klart, at jeg kan besvare sidste del af min problemformulering. På baggrund af svarene i konklusionen vil de demokratiske konsekvenser også indgå som elementer i en uddybende diskussion, som vil munde ud i en afsluttende perspektivering.

⁸ Citatet er gengivet i Mik-Meyer/Järvinen, 2005: 13.

Overordnet ser det sådan ud:

Artikler, dag 1+2+3, 1997 →	Tema A →	DELKONKLUSION
Artikler, dag 1+2+3, 2001 →	Tema B →	DELKONKLUSION
Artikler, dag 1+2+3, 2005 →	Tema C →	DELKONKLUSION

TENDENS

HOVEDKONKLUSION DISKUSSION OG PERSPEKTIVERING

Som nævnt i problemfeltet bliver undersøgelsen af induktiv karakter, hvorved de enkelte dele består af de udvalgte artiklers lingvistiske elementer. Disse elementer bliver senere genstand for bestemmelsen af de overordnede temaer i hver enkelt artikel, hvorved temaerne kommer til at udgøre både en helhed i forhold til de enkelte artikler og en del i forhold til næste led i undersøgelsen. På denne måde bliver den hermeneutiske cirkel sluttet, da jeg ser mig stand til at konkludere både ud fra dele og helhed, som begge indgår i hinanden gennem analysen.

2.4 Valg og fravalg

Specialet er et indholdsorienteret projekt med særligt fokus på den sproglige og kommunikative tekstfunktion. Med dette valg af fokus har jeg set mig nødsaget til at fravælge arbejdet med andre dele af den proces, der naturligt omgiver en journalistisk tekst. Det vil sige, at to store arbejdsområder ikke kommer til at indgå som en afgørende del af afhandlingen. For det første har jeg fravalgt at beskæftige mig med, hvad der går forud for teksten i den praktiske journalistiske produktion (arbejdsnormer og rutiner), og for det andet har jeg ligeledes fravalgt at beskæftige mig med, hvad der følger efter teksten i form af læsernes modtagelse af den (reception). Med andre ord er det selve teksten, der bliver omdrejningspunktet for specialet.

Mine fravalg er primært foretaget af tidsmæssige årsager, men også mere praktiske hensyn har vejet tungt. Flere af mine analyseartikler er skrevet for næsten ti år siden, og fra min egen erfaring ved jeg, at det er meget lang tid i dagbladsverdenen. En del af journalisterne fra dengang arbejder ikke længere på DAGBLADET, og sandsynligvis ville flere af journalisterne have svært ved at huske, nøjagtigt hvilke normer og rutiner, der gjorde sig gældende, da de skrev de pågældende artik-

ler. Derfor ville eventuelle interviews med disse journalister omkring deres arbejde med artiklerne næppe gavne mig ret meget, fordi de ikke er foretaget i forbindelse med et samtidigt observationsstudie.

De samme overvejelser gør sig gældende for den receptions-mæssige del af produktionen. Jeg finder det videnskabeligt uholdbart at bede en læsergruppe forholde sig til artikler, der er flere år gamle og beskriver et politisk miljø, som dengang så anderledes ud, end det gør i dag i Roskilde.

Alligevel vil hverken journalister eller læsere blive helt udelukket fra specialet. Begge vil optræde som aktører i den medieteorietiske diskussion af tematiseringen mod slutningen, ligesom især læserne vil spille en rolle i den demokratiske del af diskussionen. Men denne inddragelse af journalisterne og læserne vil foregå udelukkende på det teoretiske plan, da mine udvalgte metodiske værktøjer kun er praktisk anvendelige på den lingvistiske tekstanalyse, som står centralt i specialet.

Selve tekstanalysen kommer til at foregå med udgangspunkt i de tre dage før, under og efter valgkampen i 1997, 2001 og 2005. Denne periode er valgt, fordi jeg med valgkampens kulmination kan få en tydelig illustration af, hvordan avisen lader de politiske aktører optræde og dermed hvilke tendenser, den postmoderne fase i politiske kommunikation viser i indholdet. Jeg kunne godt have valgt at sprede mit analysemateriale over en længere periode i valgkampen for at få et mere dækkende billede af valgkampen som helhed, men da det ikke er valgkampene i sig selv, men aktørerne i dem, der er genstand for min analyse, finder jeg ikke dette relevant. Ydermere har jeg valgt at begrænse mit analysemateriale i næranalysen til kun at omfatte de artikler, hvor valgkampens vigtigste politiske aktører optræder; nemlig de to borgmestercandidater fra hver fløj. Dette har jeg gjort ud fra en formodning om, at disse kandidater har magten til at forme det politiske miljø efter valget.

Mine valg og fravalg angående de enkelte artikler og metodeværktøjerne til bearbejdelse af disse vil jeg gøre rede for i kapitel 3.

2.5 Aviserne og verden omkring os

I mere end to århundreder har aviserne hængt næsten uløseligt sammen med politik. Med muligheden for at nå ud til et stort publikum gennem den daglige avis har den politiske kommunikation fundet sit forum på godt og ondt. De sidste tohundrede år har avisen derfor fungeret både som kommerciel nyhedsformidler, politisk talerør for de trofaste vælgere, politisk neutral informationskilde og ikke mindst som en kritisk vagthund, der beskytter de almene borgere mod magthavernes misbrug af deres goder.

Men avisernes parløb med politikken opstår ikke kun ud fra journalistisk accept eller modvilje, men i lige så høj grad som et produkt af den kultur, der dominerer i det samfund, som aviserne og deres journalister er en del af. Derfor er det vigtigt at understrege, at avisens rolle varierer alt efter hvilket land i verden, den bliver udgivet i. De to medieforskere Daniel Hallin og Paolo Mancini har undersøgt de medieforståelser, der ligger til grund for mediernes økonomiske, kulturelle og politiske udvikling i Vesteuropa og Nordamerika.⁹

Deres viden inddeler de to forskere i fire dimensioner: Udviklingen på mediemarkedet, politisk parallelisme, udviklingen i den journalistiske professionalisme og arten og graden af statslig indblanding i landets mediesystem. I det følgende vil jeg koncentrere mig om de to første punkter, da disse især er med til at definere, hvor de danske lokalaviser – og i særdeleshed DAGBLADET – befinder sig i forhold til de aktuelle lokale politikere og behandlingen af disse gennem indholdet af avisens tekster.

2.5.1 Politisk parallelisme

Den skrivende journalists rolle som henholdsvis formidler og kritisk overvåger af det politiske system bliver ofte set som modpoler. Det er ikke helt uden grund, for de udspringer fra den samme fælles udvikling over hele det vestlige Europa og Nordamerika. I samtlige de lande Hallin og Mancini har undersøgt, ser de en tendens til, at avisen bliver en politisk magtfaktor fra slutningen af det 18. århundrede og fremefter (Hallin/Mancini, 2004: 26).

Af den grund bliver journalistens vigtigste opgave gennem 1800-tallet også at oplyse læserne om en bestemt politisk gruppe eller sag for dermed at påvirke den offentlige mening, ligesom mange aviser bliver grundlagt af og senere støttet økonomisk af de politiske partier. Partipressen er født.

⁹ Disse dele af verden har Hallin og Mancini udvalgt, fordi de mener, at landene er relativt let sammenlignelige, når det gælder udviklingen inden for den økonomiske, kulturelle og politiske historie. (Hallin/Mancini, 2004: 6). I analysen inkluderer Nordamerika også Canada, og Vesteuropa inkluderer Storbritannien, Irland, de skandinaviske lande, Tyskland, Schweiz, Østrig, Holland, Belgien, Frankrig, Italien, Spanien, Portugal og Grækenland.

Danmark er et af de lande, der har haft den stærkeste tradition for partipressen. "(...) *in Denmark in the early twentieth century, when each town had four newspapers, representing the four major political parties.*" (Hallin/Mancini, 2004: 27). Når hver af disse fire aviser bliver repræsentant for et af de største partier, anses det som den mest direkte form for politisk parallelisme, fordi avisen bliver forbundet med et bestemt parti hvis retningslinier og synspunkter, den er behjælpelig med at få ud til offentligheden.

Cirka hundrede år efter partipressens opståen møder den sin modpol. Den politiske journalistik bliver nu formidlet af en neutral journalist, der skal agere helt uafhængigt af de politiske partier eller andre med særinteresser, samtidig med at grundstenen til journalistik som et professionelt fag med dyder og normer bliver dannet i løbet af 1900-tallet. Journalistens opgave bliver derfor at skaffe information om og analyser af verdens tilstand uden at lade teksterne farve af politiske tilhørsforhold. Denne opfattelse af den objektive journalist kommer til at hænge ved som et ideal i den journalistiske profession gennem mange år, selvom forskningen har vist, at virkeligheden ikke altid lever op til idealet. "*It would appear that news procedures exemplified as formal attributes of news stories and newspapers are actually strategies through which newsmen protect themselves from critics and lay professional claim to objectivity.*" (Tuchman, 1972: 676). I denne velkendte konklusion af sit casestudy fastslår Gaye Tuchman, at objektivitet snarere er et skjold bag hvilket, journalisterne kan beskytte sig mod kritiske angreb fra deres overordnede, kilder eller advokater end et egentligt brugbart professionelt mål. Citatet har en hel menneskealder på bagen, og efterhånden er både journalister og læsere da også blevet meget mere opmærksomme på, at objektivitet i sin mest kliniske form ikke er foreneligt med hverdagen på en redaktion.

I dag er det en almindelig opfattelse i Europa, at aviserne er fri af de specifikke politiske partiers styring, men at deres indhold ofte farves mod generelle politiske og værdimæssige tendenser. De fleste avislæsere vil derfor være i stand til at udpege deres eget lands højreorienterede såvel som venstreorienterede aviser (Hallin/Mancini, 2004: 27-28).

2.5.2 Masecirkulation

At det er Danmark, der kommer til at stå stærkest som partipressens bastion, hænger sammen med en stærk tradition for at læse avis.

I slutningen af 1800-tallet og starten af 1900-tallet er industrialiseringen medvirkende til, at der sker en voldsom udvikling i masecirkulationen af aviserne verden over, og her ligger de skandinaviske lande i toppen med flest aviser på markedet per indbygger. Denne udvikling, mener Hallin og

Mancini, bliver mønstergivende for den fremtidige brug af aviserne, da både politikere og senere kommercielle annoncører får øjnene op for den brede indflydelse aviserne fik ved at sprede sig til store dele af befolkningen.

I år 2000 ligger Danmark på en ottendeplads over de lande, der sælger flest aviser med 347,1 solgte aviser per tusind voksne indbyggere, mens Norge, Finland og Sverige alle ligger top tre. Norge er topscorer med 719,7 solgte aviser per tusind indbyggere (Hallin/Mancini, 2004: 23). Faktisk konkluderer de to forskere, at de lande, som ikke rider med på den store bølge af industriel masse-cirkulation af aviserne for hundrede år siden, aldrig har formået at få deres politiske kommunikation gennem aviserne op på højde med de øvrige europæiske lande, selvom den politiske og økonomiske udvikling i dag ikke er markant forskellig blandt de enkelte europæiske lande.

2.5.3 Vertikal og horisontal proces

Forskellen i omfanget af avisernes cirkulation blandt befolkningen er dog ikke det eneste, der får de forskellige lande til at skille sig ud fra hinanden. Forløbet med politisk parallelisme og masse-cirkulation har været med til at opbygge en meget forskellig medieforståelse blandt landene i Europa og Nordamerika.

Overordnet set skelner Hallin og Mancini mellem to procesforståelser for avisens art, dens forhold til sine læsere og dens rolle i den politiske kommunikation (Hallin/Mancini, 2004: 22).

I de sydeuropæiske lande henvender aviserne sig primært til en lille, veluddannet elite, der hovedsageligt er bosat i byerne og politisk aktive. Dette gør, at aviserne arbejder ud fra en *horisontal debatproces* med forhandling blandt denne elites interesser.

I de nordeuropæiske lande og Nordamerika henvender aviserne sig derimod til den brede befolkning, der ikke nødvendigvis har nogen politisk tilknytning. Derfor arbejder aviserne her ud fra en *vertikal kommunikationsproces*, som veksler mellem synspunkter fra den politiske elite og den helt almindelige borger, hvorfor den offentlige debat går begge veje fra bund til top i samfundet. Dog spiller visse aviser stadig en rolle i en horisontal debat internt i den veluddannede og politisk bevidste elite i den vertikale del af verden.¹⁰

De to procesbeskrivelser skal naturligvis ses som idealer i deres rene form. I praksis spreder debatten sig ofte til større eller mindre befolkningsgrupper uden for idealet, ikke mindst på grund af

¹⁰ Et dansk eksempel på dette er Politiken og Weekendavisen, som begge har masser af debatindlæg, men samtidig satser åbenlyst på en snæver elitær målgruppe.

de elektroniske mediers tilbøjelighed til at bygge videre på historier fra dagens aviser. Alligevel ses konsekvensen af de to idealer tydeligt i de europæiske avislæseres vaner.¹¹

I tilfældet DAGBLADET Roskilde er der altså tale om et levn fra en stærk partipresse. Dette er en skæbne, som DAGBLADET deler med mange andre regionalaviser i de danske provinsbyer, da avisen ofte står som eneste overlevende fra partipressens velmagtsdage med fire aviser i hver by.

Desuden er DAGBLADET en del af den vertikale kommunikationsproces, som er vigtig for den nordeuropæiske demokratiforståelse, hvor alle stemmer bliver hørt i det fælles debatforum, som avisen udgør – nationalt, regionalt og lokalt.

2.6 Mediernes agenda

DAGBLADET eksisterer altså som en del af en vertikal proces, hvor medierne skaber debat mellem den politiske elite og den almene borger, ideelt set med begge parter som ligevægtige deltagere. Men den omfattende politiske kommunikation i avisen, som den vertikale proces bidrager til, skal også ses i lyset af, at den er opstået i et samfund, som flere medieforskere har kaldt medialiseret.¹² Det betyder, at samfundets forskellige aktører primært får deres viden fra medierne og i det vertikale tilfælde altså også fra aviserne. ”Medietekster indtager i dag en central rolle på grund af medialiseringen, et begreb, der indfanger en tilstand i det senmoderne samfund, hvor en stor del af vores viden og oplevelser formes af medietekster.” (Phillips/Schrøder, 2005: 276). Denne form for tilegnelse af viden forstærkes af, at der tilsyneladende ikke er nogle grænser for, hvad medierne vælger at tage op. ”I det medialiserede samfund kan alt sættes på mediernes dagsorden og gøres til genstand for den offentlige samtale.” (Phillips/Schrøder, 2005: 284).

Som tidligere nævnt består det, som medierne vælger at tage op, af en række emner sat på den offentlige agenda i hierarkisk orden. Set i perspektivet af at en stor del af vores viden og oplevelser stammer fra medierne, er det ikke så underligt, at kampen om en plads højt på agendaen bliver hård blandt emnerne. Derfor er de enkelte emners fortalere også ekstremt afhængige af at få og fastholde opmærksomheden fra medierne på emnet, hvis det skal bevare sin plads på agendaen, og dermed sikre en fortsat omtale i medierne, som kan være med til at påvirke mediebrugerne. Ifølge Dearing og Rogers kan det kun ske på to måder; enten ved at konkurrencen fra andre emner med andre forta-

¹¹ Udover antallet af aviser pr. indbygger har Hallin og Mancini undersøgt forskellene på køn og tv-vaner. I den horizontale del af verden er avislæsningen kraftigt domineret af mænd, mens tv er den brede offentligheds primære nyhedskilde. I den vertikale del læser begge køn stort set lige meget avis, mens tv er en knapt så dominerende, men alligevel foretrukken nyhedskilde, hvilket gør forskellen på aviser og tv mindre i den del af verden.

¹² Blandt andre Louise Phillips og Kim Schrøder.

lere ikke bliver for stor, eller ved at fortalere for det oprindelige emne er i stand til at bidrage med ny information om emnet. (Dearing/Rogers, 1996: 4).

Derfor bliver de særligt fremtrædende detaljer afgørende i kampen om opmærksomheden. Detaljer som kan skiftes ud løbende af emnets fortalere for at få journalisterne til at mene, at emnet er vigtigt nok til at beskæftige sig med i deres medie. ”*Saliency is the degree to which an issue on the agenda is perceived as relatively important. The heart of the agenda-setting process is when the saliency of an issue changes on the media agenda (...)*.” (Dearing/Rogers, 1996: 8).

Et konkret eksempel på denne form for påvirkning af agendaen er hungersnøden i Afrika. Fordi lidelserne har stået på i en menneskealder, er de ikke længere et interessant emne for medierne i sig selv, og der må andre faktorer til for at sætte hungersnøden på dagsordenen endnu engang. Eksempelvis udbrud af en ekstra voldsom AIDS-epidemi i et bestemt område med hungersnød eller kendte musikere, der pludselig ønsker at deltage i nødhjælpsarbejdet med indtægterne fra en støttekoncert.

2.6.1 Fra vinduet til rammerne

De detaljer i emnet, som medierne vælger at fokusere på, er sjældent tilfældigt valgte af journalisterne. Ofte vægter de detaljer, der kan skabe identifikationen hos deres modtagere.¹³ Dette hænger sandsynligvis sammen med den forskning, der, som tidligere nævnt, påviser, at medierne ikke er i stand til at diktere direkte, hvad folk skal tænke om et emne, men snarere hvilket emne, de skal tænke på. Selvom det er bevist, at stadigt større mængder af viden bliver hentet fra det daglige medieforbrug, tyder det ikke på, at den direkte mediepåvirkning er blevet markant større i forhold til, hvordan mediebrugere bruger denne viden. Eksempelvis betragter Phillips og Schrøder medierne som et produkt, der skal dække forskelligartede behov for oplysning og oplevelse ”(...) *der udspringer af menneskers forskellige hverdagsliv, sådan som de har tilrettelagt det ud fra familiemæssige, uddannelsesmæssige, arbejdsmæssige, mellemmenneskelige og interessebestemte forhold i dagligdagen.*” (Phillips/Schrøder, 2004: 49). Samtidig har receptionsforskningen gennem flere årtier taget afsæt i en konstruktivistisk tilgang, der betyder, at oplevelsen af mediernes indhold også afhænger af mediebrugernes verdensbillede. Læseres, lytteres og seeres billede af virkeligheden er

¹³ Identifikation er et af de fem nyhedskriterier, som er basislærdom på enhver journalistisk uddannelse. De fire øvrige er aktualitet, væsentlighed, sensation og konflikt. Lektor i journalistik Mogens Meilby forklarer det således: ”På det mere abstrakte plan er journalister – uanset om de sidder på New York Times eller Fjerritslev Avis – fælles om udgangspunktet for nyhedsvurderingen, nemlig nogle vidtfavnende kriterier, der optræder i journalistiske grundbøger i den vestlige verden, og som erfaringsmæssigt afspejler modtagernes præferencer.” (Meilby, 2001: 55). Disse kriterier har naturligvis som formål at sælge historien til læserne så effektivt som muligt, så medierne kan tjene penge på deres forretning, men som ovenstående viser, er det også ganske interessant at sætte kriterierne ind i en mere psykologisk kontekst.

nemlig i lige så høj grad skabt af personlige erfaringer og omgang med ligesindede som gennem påvirkning fra medierne. "(...) *an individual's exposure to mass media channels often creates awareness of new ideas, but then interpersonal channels are necessary to persuade the individual to adopt the innovation.*" (Dearing/Rogers, 2000: 76). "*In sum, according to a constructivist media effect model, audience rely on a version of reality built from a personal experience, interaction with peers, and interpreted selections from the mass media.*" (Neuman et al., 1992: 120).¹⁴ Det stemmer godt overens med den europæiske receptionsforskning, som Per Katz og Henrik Poulsen henviser til i deres beskrivelse af, hvordan tv-seeren bearbejder det, mediet sender ud. "*Bearbejdningen er en mental proces, der blandt andet henter sin drivkraft fra seerens egen verden, erfaringer, private liv og personlige synspunkter.*" (Katz/Poulsen, 1997: 213). Mange mennesker har altså et stort medieforbrug, men det forhindrer dem ikke i også at hente indtryk fra hverdagen og samtale med mennesker i deres omgangskreds, når de skal danne sig en mening om, hvad de ser, hører og læser. Her kan identifikationen blive en vigtig faktor, fordi en avislæser gennem identifikationskriteriet i artiklen netop kan relatere til de erfaringer, som han eller hun kan genkende fra sin egen hverdag.

Eksempelvis synes abortdebatten at dele mange befolkningsgrupper i to lejre, hvor kvinden enten fremstår som en kynisk barnemorder eller som et symbol på friheden til at bestemme og tilrettelægge sit eget liv – med eller uden børn. Når læserne har læst en eller flere artikler om emnet abort i avisen, påvirkes de ikke kun af teksten i artiklen, men i lige så høj grad af informationer og erfaringer fra deres eget liv. Måske kommer de jævnligt i en religiøs kreds, der mener, at en graviditet er Guds vilje, eller måske har de selv eller en nær veninde fået foretaget en abort. Dette gør læserne i stand til at danne sig en mening i den ene eller anden retning og til at vælge hvilke af de to kvindebilleder, de finder mest troværdigt, og derefter handle som fortalere for abort eller det modsatte.

Denne proces med skabelsen af nye fortalere på den ene eller den anden side af debatten beskriver den socialkonstruktivisme, der har præget medieteorien siden 1980'erne. Baggrunden for dette er et opgør med tidligere årtiers teorier, der tager afsæt i formodningen om, at budskaber fra medierne rammer modtagerne direkte helt isoleret fra konteksten, som når man ser igennem en glasrude i et vindue. "*Assumptions were made about the media's impact on audience members, who essentially were regarded as being very passive and subject to influence by the bulletlike impact of messages.*" (Altheide, 1996: 5).¹⁵ Blandt andre Gaye Tuchman har protesteret kraftigt mod dette forenk-

¹⁴ Citatet er gengivet i Scheufele, 1999: 104.

¹⁵ Denne noget ensidede teori har også fået tilnavnet 'kanyleteorien' på grund af de passive modtagere, der fik viden sprøjtet ukritisk ind. Teorien havde sin storhedstid i 1950'erne, og det menes at have sin forklaring i den kollektive benovelse over det nye fantastiske medie, der netop var blevet opfundet med fjernsynet.

lede medie billede, da hun mener, at det man ser gennem mediernes vindue i høj grad afhænger af, hvordan dette vindue er konstrueret. ”*The view through a window depends upon whether the window is large or small, has many panes or few, whether the glass is opaque or clear, whether the window faces a street or a backyard.*” (Tuchman, 1978: 1).

Fokus er altså i løbet af de sidste tredive år ganske langsomt blevet flyttet fra den virkelighed, læserne ser, til den avis de ser den igennem, med deres personlige erfaringer som ballast. Fra selve vinduet til vinduesrammerne.

2.6.2 Inden for rammerne

De rammer, som avisen sætter op for deres læsere, går i medieteorien under den meget sigende betegnelse ’frames’ og har betydning for, hvordan tematiseringen kommer til udtryk i en tekst. Medieforskeren David Altheide definerer en frame som den kant omkring billedet, der adskiller det fra resten af omverdenen. ”(...) *I will treat frames as very broad thematic emphases or definitions of a report, similar to the border around a picture that separates it from the wall and from other possibilities.*” (Altheide, 1996: 30). Når en frame har afgrænset billedet – eller teksten i avisen – vil denne afgrænsning være afgørende for, hvilke præmisser resten af debatten skal foregå på.

Hvis vi et øjeblik vender tilbage til eksemplet med abortdebatten nævnt ovenfor, så udgør abort som barnemord og abort som kvindens frie valg to vidt forskellige frames, som naturligt følger gennem resten af teksten. Inden for fri abort-rammen virker det derfor unaturligt at diskutere, hvor høj straffen skal være for at tage livet af et foster. Denne strafmentalitet hører meget bedre hjemme i den frame, som definerer abort som noget, der bør straffes; barnemord.

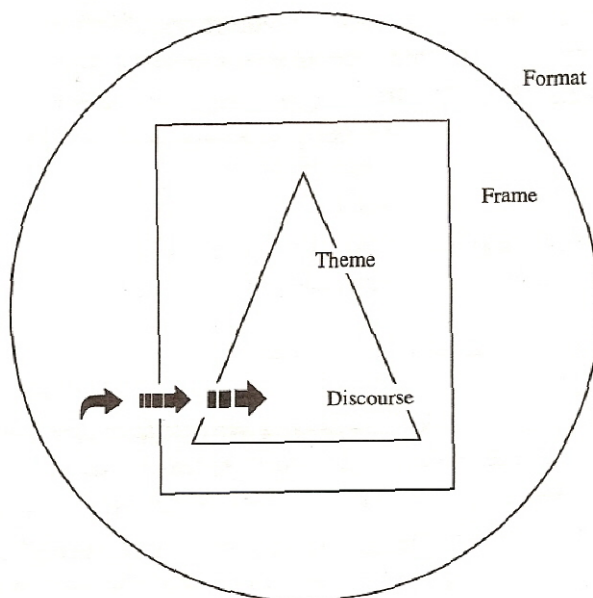
Når en tekst handler om noget, altså synliggør sine overordnede temaer, sker det inden for en fast defineret frame. Altheide mener, at temaerne kan fungere på to måder; som en typisk tese eller en slags miniframes. ”*Themes are the recurring typical theses that run through a lot of the reports (...). My preference is to think of themes as general meanings or even ”miniframes” for a report.*” (Altheide, 1996: 30-31). Begge ligger de som en fortolkningsramme gennem hele teksten, hvorfor Altheides definition giver temaet en dobbelttydig rolle. Dels kan temaet illustrere og uddybe den overordnede frame i miniformat (miniframes), og dels kan temaet som den typiske tese (general meanings) binde sig specifikt til grammatikken i en konkret brugstekst, hvorved betydningen af den specifikke frame bliver begrundet.

I min analyse vil jeg holde mig til Altheides definerings af temaet som den typiske tese, selvom miniframes heller ikke er helt uvæsentlige i en valgkamp, hvilket jeg vil uddybe nedenfor. Men for at illustrere min brug af temaet, vil jeg først endnu engang uddybe mit eksempel med abortdebatten.

Læserne af abortartiklerne vil altså se to forskellige frames med fakta og argumentation fra begge sider af debatten, men når de samtidig sætter disse oplysninger i forhold til deres egen erfaringsverden, bliver tematiseringen i teksten interessant. En kvinde med en stærk religiøs overbevisning vil opfatte abort anderledes end en kvinde, der selv har gennemlevet en abort eller den læge, der faktisk foretog aborten, og derfor vil de samme temaer også virke forskelligt på dem. Emnet 'abort' kan altså sættes i de to frames 'abort er mord' og 'abort er et individuelt valg'. I hver af disse frames' tekster ligger en række overordnede temaer som for eksempel 'abort er synd, fordi det er syndigt at trods Guds vilje', 'en abort er bedre end et uønsket barn' 'et barn skal dø, fordi jeg ikke tænkte mig om', 'abort er ikke værre end enhver anden operation' og 'abort tager for mange ressourcer i sundhedsvæsenet'. Hvilke af disse temaer, de tre forskellige læsere finder mest relevant afhænger af deres personlige erfaringer og overbevisning.

Bag hvert af disse temaer ligger tusindvis af lingvistiske elementer gemt i den sproglige funktion. Disse elementer fremhæver temaet som den typiske tese og følger den diskurs, der sætter aktørerne i teksten i et positivt eller negativt lys, ligesom aktørerne kan fratages eller pålægges et ansvar. Ifølge sociologen Jakob Arnoldi er det, hvad der sker, når avisartiklerne fyldes med beskrivelser af 'dem' med flest negativt ladede kvaliteter over for 'os' med flest positivt ladede kvaliteter (Arnoldi, 2005: 262). Avisartiklerne kan altså være medvirkende til at dementere et bestemt potentiale hos aktøren. "*Hvis en politiker interviewes i forbindelse med en bestemt sag, sker dette, fordi politikerens tilskrives et bestemt handlingspotentiale, hvilket influerer på, hvordan politikerens fremstilles i teksten.*" (Arnoldi, 2005: 262).

Denne fremstilling vil de fleste journalister sandsynligvis tilskrive deres egen vinkling af historien, men det skyldes udelukkende, at vinklingen er den mekanisme, som er foretaget ud fra et bevidst valg. Et valg som også får budskabet igennem og definerer det overordnede format, som journalisten præsenterer historien i, og som gør det muligt for læserne at skelne mellem den politiske tophistorie på forsiden af avisen, modereportagen på midtersiderne og vittighederne på bagsiden. Derimod er det sværere for journalisten at redegøre for de ubevidste mekanismer, der ligger som baggrund for valget af vinklen, når han eller hun skriver inden for en bestemt frame og dermed rammer et bestemt tema, der vil udvikle sig i retning af en bestemt diskurs. Altheides model af ovenstående kan illustrere dette.



Figur 1.1 viser hvordan en teksts overordnede format indeholder en frame, som bliver bestemmende for temaet, der igen bliver bestemmende for tekstens diskurs. Bevægelsen går fra det bevidste valg i den yderste cirkel ind til de ubevidste valg (Altheide, 1996: 29).

2.6.3 Valget set i miniframes

Altheides anden definition af temaet – som miniframes – har han især fundet i medietekster, der handler om valgkampen. Når Altheide skriver: *”Themes are general definitions or interpretative frames.”* (Altheide, 1996: 30), refererer han til, hvordan journalisterne oftest ubevidst gør brug af den sproglige funktionalitet, der ligger i et overordnet tema. Han mener, at tematiseringen bliver taget i brug, når journalister arbejder under et pres, som tvinger dem til at håndtere store mængder af information på meget kort tid, der skal tilpasses det enkelte medies format. En holdning, som Altheide deler med sin kollega, medieforskeren Mark Fishman, der mener, at temaerne kan være med til at skabe orden i den daglige nyhedsstrøm. *”Themes give news shows and newspapers a presentational order. Individual occurrences can be grouped together as instances of a theme, and these thematic groups can be placed near each other when they are seen to share common elements.* (Fishman, 1980: 6). Denne definition af tematisering ligger meget tæt op ad framing-begrebet,¹⁶ og det får Altheide til at opstille en række ‘miniframes’ i dækningen af en valgkamp,

¹⁶ Fishmans definition af news themes, blev senere brugt af Dietram Scheufele på nøjagtigt samme måde som frame til at illustrere Fishmans observation af en række lokalavisers dækning af kriminalstoffet. Under temaet ‘kriminalitet begået mod ældre’ blev dækningen samlet op af andre medier og udviklede sig til en såkaldt nyhedsbølge med artikler, der

som han eksemplificerer på næsten samme måde som frames: *"In the case of political coverage, there is the "horse race theme" – which candidate is leading or how public opinion poll data are used to make a "race more exiting" – but there is also the "underdog theme," as when a "front-runner" candidate is overtaken or when an individual sues a corporation – also referred to as a "David and Goliath theme."* (Altheide, 1996: 30). Der kan dog stilles et stort spørgsmålstegn ved, om 'horse race theme' faktisk er et tema i den definition, Altheide selv har givet. I så fald skulle den overordnede frame hedde noget så generelt som 'dækningen af en valgkamp', hvilket ikke er brugbart i forhold til at illustrere, hvordan dækningen af valgkampen er rammet ind og derved adskiller sig fra resten af omverdenen. 'Horse race' er derfor en frame, hvori de gennemgående temaer eksempelvis kan være 'favoritten vinder på trods af beskidt spil' og 'dine penge skal satses på vinderen'. Derimod er 'underdog' og 'David og Goliath' gode eksempler på temaer, der lægger sig direkte til forholdet mellem kandidaterne i valgkampen, hvorved den overordnede frame bliver 'valgkampen er den lilles sejr' fordi den lille kandidat vinder over den store kandidat mod alle odds. Ofte med udholdenhed og snedighed til hjælp.

Der er altså ingen tvivl om, at der sker noget i det journalistiske indhold, når valgkampen kulminerer, både i frame og tema. Derfor vil jeg i min tekstanalyse tydeliggøre de eksisterende temaer i DAGBLADETs artikler omkring kommunalvalgets to borgmestercandidater før, under og efter valget gennem en lingvistisk næranalyse af udvalgte artikler. I analysen vil jeg som sagt holde mig til at fokusere på temaerne som den typiske tese gennem teksten, som jeg har gennemgået med aborteksemplet og som Altheides figur ovenfor illustrerer. Dette gør jeg, fordi temaerne som typisk tese på lingvistisk vis illustrerer, hvad teksten handler om, og hvordan denne handling kommer til udtryk gennem den funktionelle grammatik i en brugstekst.

under dette tema fik omfanget af kriminalitet mod ældre til at se meget værre ud, end politirapporterne reelt viste. (Scheufele, 1999: 117).

Del II

Kapitel 3: Analyse

3.1 Udvalgelse af tekster

Som helhed har jeg valgt at koncentrere min analyse af de gældende temaer på artikler fra den kommunale valgkamp i 1997, 2001 og 2005. Det har jeg gjort, fordi jeg ønsker at sammenligne temaerne i de tre år, der tilsammen danner grundlag for et årti i bevægelse mod nye postmoderne tendenser i den politiske kommunikation. På denne måde er jeg bedst muligt rustet til senere at vurdere, hvordan disse tendenser måtte gøre sig gældende på indholdssiden af den roskildensiske lokaljournalistik, og i så fald hvilke konsekvenser det vil få.

Det betyder, at jeg har foretaget en grundig gennemlæsning af i alt 58 artikler af forskellig genre. Alle artiklerne har det tilfælles, at de omhandler kommunalvalget i Roskilde, ligesom de har været trykt på forsiden af DAGBLADET Roskilde eller i avisens lokale 2.sektion på Roskildesiderne. Artiklerne fordeler sig over ni aviser, der tidsmæssigt spænder over tre gange tre dage; dagen før valget, selve valgdagen og dagen efter valget i hvert af de tre år, fordi netop disse dage illustrerer valgkampen mellem borgmesterkandidaterne i avisen, når den er mest intens. Min hensigt er derfor ikke at vise udviklingen i den enkelte valgkamp, men derimod at vise en eventuel længerevarende udvikling illustreret i en kvalitativ dybdeanalyse med de tre valgkampe som nedslagspunkter.

Ud af de 58 artikler har jeg valgt 16 artikler ud til næranalyse, ujævnt fordelt over de i alt ni dage i de tre valgår, da mine udvælgelseskriterier ikke har hæftet sig ved de enkelte dage. På baggrund af mit problemfelt er artiklerne udvalgte med det hovedkriterium, at dækningen i artiklerne skal lade de rivaliserende borgmesterkandidater optræde subjektivt, eksempelvis som direkte citat til avisens journalist eller som aktør i en reportage. Dette kriterium har jeg sat, fordi jeg kan undersøge, hvordan DAGBLADETs journalister lader borgmesterkandidaterne opføre sig kommunikativt i avisen ved at se på dem som subjekter. Således udelukker jeg artikler, der kun beskæftiger sig med kandidaterne som en del af en valgstatistik, eller opremsning af stemmeprocenter, da disse artikler næppe vil kunne bidrage til kortlægningen af temaer, der skal vise politisk kommunikation og besvare min problemformulering. Derudover har jeg valgt at underlægge samtlige artikler til brug i næranalysen følgende minimumskrav:

- Artiklen skal være nævnt på forsiden eller den lokale sektionsforside, enten som en hel artikel eller ved en form for henvisning til lokalsiderne. Dette krav har jeg sat, fordi avisen med sin placering på forsiderne signalerer, at dette er en vigtig historie for læserne.
- Artiklen skal være en journalistisk bearbejdelse fra en af DAGBLADET's egne journalister, indikeret med mærke eller byline.¹⁷ Dette krav har jeg sat, fordi noter, billeder eller andre henvisninger på forsiden ikke i sig selv skal være genstand for næranalysen. De kan dog medtages i analysen af den artikel, de henviser til på lokalsiderne. Ved at sætte mærke eller byline som kriterium for den journalistiske bearbejdelse, undgår jeg ligeledes, at tekst fra pressemeddelelser, bureauanalyser eller lignende kommer til at indgå som en del af analysen af DAGBLADET Roskildes tekster.

3.1.1 Analysemodel

Som sagt vil jeg fokusere tekstanalysen omkring det næranalytiske niveau – altså hvad teksten siger og hvordan – for senere at kunne vurdere teksterne i forhold til, hvilke temaer, der dominerer i dem. Naturligvis vil den nære tekstanalyse ikke kunne undgå også at berøre teksternes kommunikations-situation og overordnede samfundsmæssige sammenhæng, når resultaterne i sidste ende bliver sat i forhold til temaerne, den postmoderne fase og den demokratiske konsekvens heraf. Men i selve analysearbejdet vil fokus gennemgående koncentrere sig omkring teksterne og deres indhold, fordi jeg mener, at tema-begrebet ellers vil stå som en tom skal uden forudgående dybdeanalyse af indholdet i disse temaer.

Min analysemodel bærer således præg af, at jeg som skribent af en videnskabelig afhandling arbejder i modsat retning af den normale journalistiske praksis. Det vil sige fra den færdige journalistiske artikels udtryk over formen og indholdet for at slutte ved den oprindelige idé. Dette kan bedst illustreres ved hjælp af Katz og Poulsens model af den journalistiske arbejdsproces.

¹⁷ Bemærk at historierne på forsiderne fra 2001 og 2005 ikke har en byline, hvilket skyldes redaktionel praksis på det tidspunkt. Den gældende byline skal i stedet findes inde i avisen under de artikler, som forsidehistorien henviser til.

Afsender▶ **Modtager**

Idé	Indhold	Form	Udtryk
præmis tema	stof personkar. metafor symbolsprog orkestrering metonym	dramaturgi plot point fremdrift set up suspense klimaks klipning	virkemidler fokus synspunkt synsvinkel synsplan farver/lys kam.bevæg. klipning

Figur 2.2 viser hvordan en journalistisk historie udvikler sig fra en idé hos afsenderen til det færdige udtryk, som modtageren får. Undervejs defineres både indhold og form (Katz/Poulsen, 1997: 43).

Bemærk at modellen er lavet til produktion af tv, hvorfor enkelte elementer som for eksempel kamerabevægelse og klipning naturligvis ikke gør sig gældende for avisartiklerne. Det ændrer dog ikke på det faktum, at det journalistiske arbejde bevæger sig fra *en idé*, der bliver udfyldt ved hjælp af *et indhold* med personer, tid og rum i en bestemt dramaturgisk *form* for at komme til *udtryk* i sin offentliggørelse til læseren.

Selve næranalysemodellen består af tre dele, der bevæger sig fra artiklernes udtryk til deres indhold:

1. Jeg lægger ud med at stille skarpt på tekstens udtryk og form for at tydeliggøre, hvordan teksten er opbygget. Her vil jeg undersøge tekstens *komposition* og *tekstbindinger*, for det første for at kortlægge tekstens spring i tid, rum og årsager og for det andet for at illustrere, hvordan journalisten binder de enkelte tekstdele sammen. Udtryksdelen vil jeg runde af med at redegøre for tekstens brug af *layout* og *typografi*, da disse fortæller, hvilken vægt journalisten har givet de forskellige aktører, der er i spil. Alt dette skal hjælpe mig til at afgøre, hvilken *genre* teksten tilhører, da genren oftest bliver bestemmende for, hvordan journalisten lader sine aktører optræde i teksten.

2. Derefter vil jeg undersøge tekstens grammatiske indhold ved at se nærmere på dens *propositioner* for at finde ud af, hvordan kernemeningerne er placeret i forhold til tekstens aktører. Under propositionerne har jeg opmærksomheden rettet særligt mod *præsuppositioner*, *inferenser* og *processer*. De to første er særligt brugbare, når jeg skal undersøge, hvordan journalisten via sit ordvalg tager læserne med på spil, når han eller hun beskriver aktørernes handlinger. Netop disse handlinger kan tillægges forskellig grad af ansvar, som verberne illustrerer gennem tekstens proces. Derudover vil jeg kaste mit grammatiske blik på tekstens *modalitet*, som ved hjælp af modalverber og modalled kan give mig yderligere information om aktørernes handlinger, deres ansvar og konsekvenser af disse i teksten.

3. Til sidst står tekstens kohærens tydeligt frem, da jeg har bevæget mig fra teksten til den kontekst, den har været med til at determinere med sin funktionelle grammatik. Derfor kan jeg slutte af med at definere tekstens *budskab*, hvilket giver mig mulighed for at sammenfatte analyseresultaterne i det *overordnede tema*, som senere skal bruges til at besvare, hvilke demokratiske konsekvenser den politiske kommunikation i den lokale avis kan få for det postmoderne årtis læsere af DAGBLADET Roskilde.

3.2 Skematisk oversigt

Følgende 58 artikler omhandlende kommunalvalget blev trykt i DAGBLADET Roskilde dagen før, under og efter valget i 1997, 2001 og 2005. I alle tre år ligger valgdagen om tirsdagen. De med * markerede tekster vil indgå i den lingvistiske næranalyse på baggrund af de tidligere nævnte udvælgelseskriterier. Bemærk at det samlede antal * er højere end 16, fordi nogle af artiklerne udgør flere enheder spredt over avisen. Alle artikler kan læses i fuld længde og original format i bilag B-D.

I placeringskategorien skal forsiden forstås som den forside, der er på avisens første sektion, mens sektionforsiden er forsiden på avisens lokale anden sektion. I formatkategorien tydeliggøres det, hvilket journalistisk og grafisk format historien er sat op i. Derfor skal kategorien ikke forstås som en endelig genrebestemmelse, men som et overblik over, hvilke journalistiske og grafiske værktøjer, der har været i brug i artiklerne. Alligevel vil der i visse tilfælde være sammenfald mellem genre og format, men da en tekst eksempelvis godt kan have struktur som en 'nyhed', men samtidig indgå som tekstdelen i et 'bærende billede' vil dette ikke altid være tilfældet. Nedenfor vil jeg definere de enkelte områder i formatkategoriseringen, da mange af disse er interne arbejdsredskaber på DAGBLADET, som ikke alle kan forventes at være bekendte med. Yderst til højre gengiver rubrikkategorien artiklernes rubrikker for på den måde at give et samlet indtryk af valgdækningens vinkling på de tre dage.

Fælles for alle de fire kategorier er, at de er opstillet for at skabe et overordnet overblik over dækningen i de enkelte år, før næranalysen vil give svar på min problemformulering.

Note forstås som en kort tekst på maksimalt femten linier, der eventuelt henviser til en historie længere inde i avisen. I så fald indgår den i 'Overblik'-spalten yderst til venstre på forsiden. *Analyse* inddrager journalistens egen viden og indsigt på området og lader ham eller hende analysere og fortolke en nyhed for læseren. *Nyhed* er en ny begivenhed, der svarer på de klassiske hvem-hvad-hvor-hvordan-hvorfor-spørgsmål, uden at journalisten bidrager med sin egen viden og indsigt. *Citat* hænger ofte sammen med analysen eller nyheden, men har det formål at få kilden til at udtale sig om sagen, hvorefter citatet bliver det, der bygger historien op. *Debat* er en slags udbygget citathistorie, hvor to kilder debatterer mod hinanden, hvilket er sat i stævne af journalisten. *Reportage* indgår ofte i sammenhæng med nyhedshistorierne, men i modsætning til nyheden, der kan ringes hjem fra skrivebordet, har journalisten været på et konkret sted og talt med de implicerede kilder i deres verden. *Portræt* tegner et portræt af en eller flere aktuelle lokale personer. *Pløk* er den hovedhistorie på forsiden, der skal sælge avisen den dag. Den kan henvise til en uddybende artikel inde i avisen, men

står oftest stærkt alene og altid uden billede. *Sidehistorie* er ligeledes en forsidehistorie, men anses ikke for at være helt så vigtig som pløkken. Den kan dog alligevel stå både som sig selv og med en henvisning til en uddybende historie inde i avisen. Både pløk og sidehistorie er ofte i nyheds- og citatstruktur. *Bærende billede* er det største billede på forsiden, der skal sælge avisen den dag. Ofte henviser billedet til en af reportagehistorierne i anden sektion. Mængden af tekst til det bærende billede er svingende fra få linier til størrelsen på en pløk. *Hat* er et lille billede øverst på forsiden ledsaget af en tekst i noteform, der henviser til en historie længere inde i avisen. *Finurlighed* er en lille sjov historie uden den store nyhedsværdi for de fleste læsere, men ofte meget sigende for de implicerede aktører.

KOMMUNALVALG 1997 (Skema 1.1)

DAG	PLACERING	FORMAT	RUBRIK
Mandag	Forsiden	Note	Flere har krydset af
Mandag	Side 5	Analyse	Skyggekabinet tror på folkeparti
Tirsdag – VALG	Forsiden	Bærende billede	Kø ved stemmeurnerne
Tirsdag – VALG	Side 2	Citat	Minister støtter Viberg
Onsdag	Forsiden	Bærende billede	Samarbejde med den samme leder *
Onsdag	Side 2	Analyse	Rivalerne trak sig fra borgmesterkamp
Onsdag	Side 2	Citat	Glød efter nervøsiteten *
Onsdag	Side 2	Citat	Resultatet er vigtigst *
Onsdag	Side 3	Nyhed	En behagelig stol
Onsdag	Side 3	Nyhed	De kom ikke ind
Onsdag	Side 4	Nyhed	Bortviste etniske valg- "vejledere"
Onsdag	Side 4	Citat	En dybt skuffet højdespringer
Onsdag	Side 4	Finurlighed	Cigaretter fremme igen

Skema 1.1 viser i alt 13 artikler, hvoraf de fleste bliver trykt dagen efter valget. Meget få historier finder vej til avisens forside, mens de lokale sider bliver flittigt benyttet. Hvis der endelig er en historie på forsiden, som er mere end en note, bliver den bragt som teksten til et bærende billede. Formatet bevæger sig mest i nyhedsområdet, godt suppleret med citathistorier, hvilket viser, at journalisten ikke gør sig selv specielt synlig. Kun to analyser optræder i løbet af de tre dage, og i det ene tilfælde lader journalisten utraditionelt de tidligere politikere gøre analysearbejdet i hans sted. Kun en enkelt finurlighed har fået plads.

KOMMUNALVALG 2001 (Skema 1.2)

DAG	PLACERING	FORMAT	RUBRIK
Mandag	Forsiden	Pløk	Kæmpe interesse for det tredobbelte valg
Mandag	Forsiden	Reportagebillede/hat	Politikere i gavehumør *
Mandag	Side 3	Reportage	Brevstemmer i kø
Mandag	Side 4	Reportage	Store gavedag *
Mandag	Side 4	Nyhed	Kandidat udsat for brevchikane
Mandag	Side 5	Portræt	De sjældne kandidater
Mandag	Side 6	Debat	Mennesket i centrum
Tirsdag – VALG	Forsiden	Bærende billede	Mange stemte fra morgenstunden
Tirsdag – VALG	Side 2	Reportage	Kø ved valgstederne fra morgenstunden
Onsdag	Forsiden	Bærende billede	Borgmesterskifte i Roskilde *
Onsdag	Sektionsforsiden	Analyse	Systemskifte efter borgerlig valgsejr
Onsdag	Sektionsforsiden	7 x liste-citat	Nyrup-effekten afgørende for S * Borgmesterekabale endnu ikke fastlagt/Budskabet trængte igennem* ¹⁸
Onsdag	Sektionsforsiden	Nyhed	Byrødder på vippen
Onsdag	Side 2	Citat	Kristelig skuffelse

Skema 1.2 viser i alt 20 artikler, som fordeler sig nogenlunde ligeligt på dagen før og dagen efter valget, dog med en større fysisk udbredelse over flere sider om mandagen. Forsiden bliver brugt mere flittigt end i 1997, men overvejende stadig til billedhistorier. Til gengæld er sektionforsiden kommet i spil, primært som overblik over resultaterne og deres betydning dagen efter valget. I formatet er markant flere reportager kommet til siden sidste valg, ligesom et portræt af to kandidater med børn og en debat mellem de unge politikere fra hver sin fløj har fundet vej til siderne. Dette tyder på en større journalistisk vilje til at møde politikerne som privatpersoner og deres vælgere 'ude i marken'. Citathistorierne har bredt sig til at omfatte samtlige lister i byrådet dagen efter valget.

¹⁸ Kun rubrikkerne på de to artikler til brug i næranalysen er medtaget her. Den første artikel er med den socialdemokratiske borgmester, Jette Kristensen, i aktørrollen, mens den næste artikel er med udfordreren fra Venstre, Bjørn Dahl. De to rubrikker betyder, at der er to artikler, men de er begge citathistorier med Bjørn Dahl dagen efter valget, hvor eneste forskel er, at en tredje konservativ borgmestercandidat blander sig i den ene. Derfor har jeg valgt at behandle dem under samme næranalyse.

KOMMUNALVALG 2005 (Skema 1.3)

DAG	PLACERING	FORMAT	RUBRIK
Mandag	Forsiden	Sidehistorie	Mange har allerede brevstemt
Mandag	Forsiden	Hat	Den store vælgerjagt *
Mandag	Sektionsforsiden	Nyhed	Fusion trækker stemmer
Mandag	Sektionsforsiden	Reportage	Slutspurten er gået ind *
Mandag	Sektionsforsiden	Finurlighed	Bjørn Dahl er den "næsthug-geste"
Mandag	Sektionsforsiden	Finurlighed	Enhedslisten solgte rådhuset
Mandag	Sektionsforsiden	3 x noter	Kaffe og valgfæsk hos Rosenkilden/Indsamling på valgstedet/ Ingen pensionist-banko
Tirsdag – VALG	Forsiden	Bærende billede	Kø på valgstederne
Tirsdag – VALG	Forsiden	Note – overblik	Hvor skal vi mødes? *
Tirsdag – VALG	Sektionsforsiden	Nyhed	Nyt råd er uden mødested *
Tirsdag – VALG	Sektionsforsiden	Reportage	Det sidste ord *
Tirsdag – VALG	Side 2	Reportage	Klar, parat – stem
Onsdag	Forsiden	Pløk	Poul Lindor Nielsen klar vinder i Roskilde *
Onsdag	Sektionsforsiden	Analyse	SF og V i kamp om udvalg *
Onsdag	Sektionsforsiden	Analyse	Valgforbund havde givet mandat nr. to til radikale
Onsdag	Sektionsforsiden	Citat	Valgfuser med dyrt mandat
Onsdag	Sektionsforsiden	Reportage	Bondeknold satses på det brede samarbejde *
Onsdag	Sektionsforsiden	Citat	Bjørn Dahl: Jeg har leveret varen *
Onsdag	Sektionsforsiden	Citat	Konservativt mareridtsvalg
Onsdag	Side 2	Analyse	Vor Frue huskede Louis Hansen
Onsdag	Side 2	Reportage	Spænding til det sidste på valgaftenen *
Onsdag	Side 2	Reportage	Socialdemokraterne kunne juble til sidst
Onsdag	Side 3	Reportage	Kommunalvalg godt eksempel for elever

Skema 1.3 viser i alt 25 artikler, hvoraf langt de fleste bliver trykt dagen efter valget. Både forsiden og sektionforsiden er blevet den primære placering for valghistorierne i modsætning til de to forrige valg, der syntes at lægge en hårdere prioritering til grund for en placering på de to forsider. Den markante stigning i antallet af artikler har gjort det muligt at spænde bredt formatmæssigt. Antallet af citathistorier er dog faldet, samtidig med at billedhistorier synes at have høj prioritet, især i form af reportager. Alligevel ender valghistorierne ikke så ofte som det bærende billede på forsiden sammenlignet med tidligere år. Politikerne kommer stadig til orde med citater, selvom det sker i højere grad som en del af en reportage eller en nyhedshistorie end en direkte citathistorie. Flere små finur-

ligheder og noter gør sig gældende før valget, hvilket gør stoffet mere læsevenligt på et tidspunkt, hvor man kunne tænke sig, at mange læsere er ved at få nok af valget. Til gengæld er antallet af journalistiske analyser steget markant på dagen efter valget, hvilket dels kan tilskrives en redaktionel vilje til at bruge de journalistiske ressourcer af viden, og dels at valget i 2005 også blev udslagsgivende for den politiske styring af den nye storkommune.

3.3 Kvalitativ analyse af artikler fra kommunalvalget 1997-2005

De følgende sider består af en kort analytisk karakteristik af de 16 artiklers indhold. Jeg har gennemarbejdet samtlige punkter fra analysemodellen ved hver artikel, men ikke alle punkter er gennemgående i alle artikler, ligesom eksemplerne fra teksterne ofte er et ud af mange, der illustrerer den samme tendens. Hver artikel er gengivet ved hjælp af en eventuel forsiderubrik, rubrikken og underrubrikken, hvoraf sidstnævnte ikke længere bruges i artiklerne fra 2005. Relevante analyseelementer vil blive taget op i såvel rubrikker, manchetter, brødtekster og billedtekster, men linieangivelserne gælder kun for brødteksten, da de øvrige tekstdele behandles for sig. Hver analysekarakteristik runder jeg af med en bestemmelse af det overordnede tema, der ligger som en typisk tese i artiklen, og sætter dette i forhold til artiklens overordnede frame. Det gør mig i stand til at udlede de gennemgående temaer fra hvert år og til sidst konkludere derpå.

3.3.1 Kommunalvalg 1997

Samarbejde med den samme leder

Spænding om fintælling mellem V og O i Roskilde

Teksten følger den klassiske omvendte nyhedstrekant, hvor konklusionen bliver givet i indledningen, efterfulgt af en uddybende forklaring, baggrund og afsluttes med sekundært stof.¹⁹ Dispositionen markeres tydeligt i tiden i l. 8, hvor den grammatiske tid springer fra nutid til datid. Her står det klart, at det endelige resultat først kommer *i dag* (l.8), men at antagelserne omkring resultatet bygger på oplysninger fra *i går* (l.9).

Der er få identitetsbindinger, da tekstens personer stort set ikke optræder som subjekter, men snarere som objektive brikker i mandatspillet. Undtagelsen er borgmester Henrik Christiansen, der refereres til som *leder* (rubrik), *borgmester* (l.3 og 25), *leder af et byråd* (l.19) og *ham* (i billedteksten), mens der refereres til Tage Nielsen, Christian Holtet og Kirsten Bjerager som *enægøngere*

¹⁹ En uddybende gennemgang af nyhedstrekanten kan ses i Meilby, 2001: 255-256.

(1.36). Artiklen er skrevet som tekst til dagens bærende billede, som viser Henrik Christiansen, der er ved at ringe rundt for at fortælle, han er blevet genvalgt. Det er bemærkelsesværdigt, at billedteksten som den eneste gør Henrik Christiansen til en aktiv agent, hvor han i resten af teksten fremstår som en bred, stabil støtte, men ikke særligt visionær. Især fordi situationen på billedet er en opstillet illustration, da han ikke er formelt valgt endnu. Artiklens genre er en nyhedstekst med en lille usikkerhed om resultatet over midten, som skaber spænding i teksten.

Allerede i rubrikken deler journalisten en forhåndsviden med en lokalpolitisk velorienteret læser, der er i stand til at referere intertekstuelt til andre tidligere tekster. *Samarbejde med den samme leder* forudsætter, at læseren ved, hvem lederen er i denne kontekst, og kan referere intratekstuelt til personen på billedet, da han først i 1.18. bliver nævnt ved navn. I 1.6 skriver journalisten om *en overraskende drejning*, hvis fintællingen falder ud til fordel for Dansk Folkeparti. Partiet har altså ikke været populært i Roskilde hidtil, hvilket forstærkes i 1.20-23, hvor vi får at vide, at byrådet efter valget var præget af *den fordragelige tone. Bortset fra over for Dansk Folkeparti*, hvor det sidste sætningsled skaber dramatik, da Dansk Folkeparti åbenbart ikke er et parti, man kan tale i fordragelighed med. Budskabet i artiklen er, at der ikke er sket noget jordskredsvalg i Roskilde, men Dansk Folkeparti, som ellers ikke har været i byrådet før, vil nu blande sig i det fine selskab.

TEMA: Den stabile byfader skal beskytte byrådet mod Dansk Folkepartis indflydelse med en fordragelig tone og bredt samarbejde. Her hedder framen 'byrådet er stabil tryghed'.

Glad efter nervøsitet

Borgmester kender S-svaghed

Teksten følger den klassiske nyhedstrekant. Dispositionen markeres enkelt med et skift i den grammatiske tid fra datid til fremtid. Henrik Christiansen *sagde* (1.25) og *vil arbejde* (1.27). Det betyder, at artiklen går fra at forholde sig til det, der er sket (valget) til fremtiden (byrådet). Samtidig sker ændringen i tid netop på det sted i teksten, hvor en løsning kommer på bordet, hvilket giver en effekt af, at Henrik Christiansen er i stand til at styre begivenhedernes gang.

Der er en del identitetsbindinger til de to personer i teksten, der optræder som subjekter. Henrik Christiansen refereres til som *borgmester* (i manchetten), *han* (1.1,30,36) og *jeg* (1.11). Samtidig bliver hans reference til Dansk Folkeparti *partiet* (1.21), hvilket kommer til at virke mere afstands-tagende, end hvis han havde brugt et personligt pronomen som *de*. Henrik Stougaard refereres til med *han* (1.40) og i endnu højere grad med *vi* (1.46), *os* (1.49,60) og *jeg* (1.59). Samlet set får det dem til at fremstå som aktivt handlende mennesker og ikke kun brikker i mandatspillet. Genremæs-

sigt er det en nyhed, men den har paradoksalt nok ikke så meget nyt at fortælle. Derfor bevæger den sig over midten ind i et fremtidsscenario, som politikerne skaber udelukkende med deres udtalelser. Artiklen bliver derfor en citatbåret nyhed.

To steder i teksten må læseren tolke. Første gang da Henrik Christiansen siger om Dansk Folkeparti, at partiet har lukreret på nogle myter, og det derfor er ekstra paradoksalt, *at landstendensen slår så hårdt igennem i Roskilde* (1.23-25). Læseren må selv gætte på, hvad det er for myter, som åbenbart ikke findes i Roskilde. Anden gang sker det, at Henrik Christiansen håber *at få SF med i konstitueringsforhandlingerne* (1.30-32), men Henrik Stougaard tror ikke på den store forbrødring, *hvor SF kommer med i kommende budgetforlig*. (1.42-44). Hvorfor SF står uden forhandlingerne, får læseren ikke svar på. Den viden skal tilsyneladende hentes intertekstuelt fra tidligere tekster.

Henrik Christiansen *kender* (i underrubrikken), *konstaterer* (i rubrikken), *peger* (1.6) og *vil arbejde for* (1.27-28), mens Henrik Stougaard *håber* (1.38), *tror* (1.40,49) og *betragter* (1.59). Begge er udtryk for to agenter i en mental proces, men det viser tydeligt, at Henrik Christiansen er den, der sidder med magten og er i stand til at handle, hvorfor modaliteten i teksten også primært lægger sig til Henrik Stougaard. Han *håber* (1.38) og *det tror jeg, man kommer til at mærke* (1.49-50) lyder sandsynlighederne, og en hypotetisk *mulighed for et tæt samarbejde* (1.52-54) bliver luftet. Henrik Christiansen nøjes med en nødvendighed i, at *der er behov for, at det kommer til at fungere bedre* (1.14-16). Budskabet i artiklen er, at den magtfulde borgmester er klar over, at han har begået fejl og nu er parat til at råde bod på det ved at invitere til et bredt samarbejde, som en af de potentielle samarbejdspartnere dog stiller spørgsmålstegn ved.

TEMA: Borgmesteren har ubestrideligt magten i byrådet, hvor tidligere tiders fejl ikke skal gentages. Her hedder framen 'lokalpolitik er magt til borgmesteren'.

Resultaterne er vigtigst

Udsigt til fortsat bredt samarbejde i Roskilde Byråd – uden Dansk Folkeparti

Tekstens komposition følger kommodemodellen, der indleder med de vigtige resultater for det sidende byråd og udbygges med en præsentation af emnet samarbejde, samt baggrund med citater fra tre af de implicerede med udfordrerens fra Venstre først, hvilket ender i et fremtidigt perspektiv, men i dette tilfælde uden en afrundende udgang. Tekstdelene kommer i store og små kommodeskuffer.²⁰

Identitetsbindingerne har Bjørn Dahl som topscorer. *De to partiers topfigurer* (1.1), *ham selv* (1.8-10), *vi* (1.13,15,26), *jeg* (1.10,22,38,45) og *Venstre-lederen* (1.29) er hans referencer, mens Pre-

²⁰ En uddybende gennemgang af kommodemodellen kan ses i Meilby, 2001: 259.

ben Thomsen må nøjes med *jeg* (1.55,66), *vi* (1.60) og *han* (1.68). Kirsten Bjerager refereres til som *jeg* (1.73,82), *vi* (1.83) og *det radikale byrådsmedlem* (1.89-90), mens Dansk Folkeparti kun er *en fælles ny fjende* (1.87). De temporale bindinger *i, jeg tænker først på (...), så (...)* og *til sidst* (1.22-24, temporal) og *hverken før, under eller efter valgkampen* (1.49-50, temporal) er retoriske bindinger, som forstærker argumentet om det bedste for Roskilde.

Artiklen er sat op som en større firspaltet billedhistorie, hvor billedet fungerer som illustration, da det er taget tidligere på valgnatten på Roskilde Damradio. Forrest står Henrik Stougaard fra SF, som ikke er nævnt i artiklen, hvilket billedteksten kompenserer for med hypotesen *måske kommer SF oven i købet ind i varmen – i hvert fald i konstitueringsforhandlingerne*. Genremæssigt er artiklen en baggrundsartikel bygget op som en citathistorie, der beder de implicerede personers forholde sig til, hvad der er sket, da valgresultatet allerede er kendt.

Teksten er intertekstuel. At Venstre kunne tænkes *at føre en mere markant politik på flygtninge- og indvanderområdet* (1.32-34) og *de store områder i Roskilde* (1.43) vidner om, at journalist, politikere og læsere kender hinanden så godt, at indforståede meninger i både citater og journalistens egen vurdering er tilladte at bruge, mens Kirsten Bjerager påstår, at *Dansk Folkeparti er 30 gange værre end SF* (1.85-86) og at løsningen er *noget oplysning* (1.83-84). Her får læseren ikke svar på, hvorfor Dansk Folkeparti er værre eller hvilken slags oplysning.

To hændelser illustrerer aktørernes magtbalance. Læseren får at vide, at *det ikke lykkedes at erobre borgmesterposten*. (1.19-21). Verbet *erobre* giver indtryk af, at Bjørn Dahl er gået fysisk til værks, men alle ved, at det er hændelser fra udfaldet af valget – og ikke fysisk handling – der afgør sejren. Han benytter sig dog af retorikken og fremstår i næste citat som en uselvsk person, der ikke vil opnå noget fysisk for sig selv, før byen har fået det godt. Derefter taler Bjørn Dahl om Dansk Folkeparti, da *partiet kom i byrådet* (1.38-40). At han ser det som en hændelse, får den person, der har fået mandatet til virke handlingslammet. Budskabet er, at samarbejdet er så solidt, at end ikke borgmesterens nærmeste konkurrent vil ødelægge det, når Dansk Folkeparti bliver uden indflydelse. **TEMA:** Opposition vil ikke stå sammen om at vælte borgmesteren, da det ødelægger samarbejdet og muligheden for at opnå resultater, men de står gerne sammen om at udelukke Dansk Folkeparti. Her hedder framen 'oppositionen er de gammelkendtes samarbejde'.

3.3.2 Kommunalvalg 2001

Politikere i gavehumør (på forsiden)

Store gavedag

Mange tilbud til borgerne på torvet i lørdags

Teksten er bygget op omkring rummet Stændertorvet, hvor journalisten møder lokale repræsentanter fra partierne. Der er hverken nyhedstrekant eller kommodemodell, da oplevelserne i stedet følger hinanden som perler på en snor. Dispositionen markeres parallelt i tid og rum ved at sætte underrubrik, manchete og indledning (1.1-4) i datid. Det første citat (1.5) skifter tid til nutid og holder – stort set – hele vejen til den afsluttende sætning i datid, hvilket skaber en ramme om de mange indtryk.

Journalisten bringer sig selv og fotografen ind i artiklen med det personlige pronomen *vi* (i manchetten), hvilket viser, at avisen oplever sammen med sine læsere. Politikerne bliver stort set refereret til med deres titel *borgmestercandidat* (1.15), *spidskandidaten* (1.34) og så videre, dog nævnes kandidaterne fra Enhedslisten og SF blot med navn. Når politikerne refererer til sig selv, er det med personlige pronomener *os* (1.6,9,40,52,53) og *vi* (1.7,22,23,27,47,124,129) og en enkelt gang med *man* (1.123). Dette viser, at de vil være på højde med borgerne, men ikke er det, fordi titlerne giver dem et magtapparat, som af uvisse årsager bliver mest tydeligt hos partierne mod højre.

Det hele ser annonceagtigt ud, fordi forsidebilledet viser en smilende politiker, der rækker kassen med slik frem, ligesom rubrik og underrubrik i artiklen er placeret midt i billederne, der alle dokumenterer politikernes vilje til at forære noget væk. Det kan være et bevidst valg, da teksten i de to rubrikker leger med lørdagshandlende borgernes lyst til gode tilbud. At billedet på forsiden ikke er placeret som det tyder på, at historien ikke har haft en vigtig prioritering, men at avisen gerne vil vise, at den var med til den politiske slutspurt. Hele scenariet får et indtryk af pligtstof, hvilket Bjørn Dahl bekræfter: *Men hvis vi i Venstre sagde, at vi ikke ville det, så ville folk sige til sig selv, at det gider de ikke.* (1.22-25). Artiklen er en reportage, hvor hverken rubrik eller underrubrik skal tages bogstaveligt, da de spiller på indforståetheden med læseren, som godt ved, at det er sidste chance for kandidaternes kontakt med vælgerne inden valget, hvilket journalisten vælger at understrege sidst i artiklen med *samtlige repræsenterede partier uddelte valgmateriale* (1.132-134).

Allerede fra starten er der handling med avisen *tog en tur* (i manchetten), *folk spørger* (1.5) og politikerne *opfordrer* (1.8) med både politikerne og vælgere som agenter. Der bliver skruet ned for dramatikken med Bjørn Dahl, der *erkender* (1.18), *gider* (1.24-25) og *tror* (1.29), hvilket nedtoner virkningen af handlingerne i teksten. Journalisten har ladet alle få stort set lige meget taletid, og billederne fremhæver ingen, hvilket sender budskabet om, at nu må læseren gøre resten og stemme.

TEMA: De magtfulde politikere vil i øjenhøjde med deres vælgere lige før valgdagen, selvom alle parter udmærket er klar over, at det i virkeligheden drejer sig om spil for galleriet. Her hedder fra-
men 'valgkamp er vanespil uden effekt'.

Borgmesterskifte i Roskilde

Borgerlig borgmester efter 24 år med en socialdemokrat ved roret

Teksten følger den klassiske nyhedstrekant. Dispositionen markerer sig parallelt i tid og rum, når teksten springer rundt i fakta og følgerne deraf. Verberne *erobrede* (1.2) og *gjorde* (1.5) forklarer, hvad der skete ved valget *i aftes* (1.4), men midt i sætningen skiftes der til i dag og nutid. Det holder indtil teksten springer tilbage til rummet valgften og forklarer i datid for derefter igen at springe tilbage til i dag, hvor *det sidste mandat "hænger"* (1.39), og alt skal afklares, hvilket kan ske, når der *har været* (1.51) byrådsmøde. Nutiden får her betydning for fremtiden, indikeret med perfektum.

Borgmesteren, der skal afløse Jette Kristensen (1.47-48) er endnu ikke navngivet, men Bjørn Dahl beskrives som *favoritten* (1.53), *ham selv* (i billedteksten) og *varmeste bud på en ny borgmester i Roskilde* (i billedteksten), mens Carsten Wickmann blot er *et varmt bud* (1.57-58). I konnektivbindinger som når flertallet er *så komfortabelt, at (...)* (1.9, additiv) og *ikke mindst set i lyset af (...)* (1.54, adversativ) gør journalisten sig til analytiker og argumenterer for de resultater, han kan fremlægge til læseren.

Teksten er skrevet til et bærende billede, der illustrerer en storsmilende Bjørn Dahl, fanget på en af rådhusets gange aftenen før, tydeligvis taget efter resultatet er faldet ud til hans fordel. Rubrikken står med store typer på tværs af forsiden, hvilket indikerer tophistorie og straks bliver bekræftet af kernen i rubrikken; *borgmesterskifte*. Dette uddybes straks i underrubrikken, der kan fortælle, at der nu kommer en borgerlig borgmester *efter 24 år med en socialdemokrat ved roret*. Dermed er artiklens genre en nyhedshistorie. Den store nyhed bliver bagefter udførligt forklaret af journalisten.

Teksten lægger dynamisk ud med en handling, hvor *de borgerlige partier erobrede* (1.1-2). Dette giver en fornemmelse af kamp med de borgerlige som agenter. Men handlingen er ikke fysisk betinget, så hvad de borgerlige partier *gjorde* (1.5) glider hurtigt over i en hændelse, hvor *den næste borgmester i Roskilde bliver borgerlig* (1.6-8). Teksten viser derved, hvad der reelt styrer valgkampen, nemlig hændelserne, hvoraf en ekstra vigtig en faktisk kan afgøre det sidste mandat. *Kun tre stemmer kan få vægtskålen til at tippe* (1.45-46). Her bliver den virkelige agent i begivenhederne gjort tydelig i form af stemmerne, hvilket i sidste ende vil sige vælgerne. Først når hændelserne er på plads, kan politikerne igen handle eller *forhandle* (1.49-50). Ingen af politikerne bliver altså

agenter i form af deres person, men i form af deres partibogstav og mandater, mens Bjørn Dahl blot kan *smile* (i billedteksten). Budskabet om sejren til de borgerlige er klar, og i sin iver for at være først med nyheden, har journalisten sørget for et billede af den smilende arvtager, selvom det endnu ikke er sikkert, at det er ham, der skal overtage borgmesterposten.

TEMA: Roskilde får et nyt politisk klima, fordi den borgerlige fløj er kommet til magten, mens den modsatte fløjs partier alle er slagte parter. Her hedder framen 'de borgerlige er fornyelse'.

Nyrup-effekten afgørende for S

Jette Kristensen hemmelighedsfuld om mulighederne for fælles konstituering

Teksten følger hovedsagligt den klassiske nyhedstrekant. Der er uoverensstemmelse mellem rubrik og underrubrik, hvor læseren både får at vide, at Nyrups effekt er smittet af på de lokale socialdemokrater, og at formanden er hemmelighedsfuld om konstitueringen. Dispositionen markerer sig tidsmæssigt ved gruppemøde *i aften* (1.2-3) for derefter at springe tilbage og se på resultatet, hun *måtte konstatere* (1.9-10) aftenen før. Jette Kristensen springer tilbage til valgkampen *som det ligger nu* (1.19) og de resultater, *der er opnået gennem mange år* (1.63-64), hvilket viser, at fortidens handlinger har positiv betydning for nutiden.

De fleste identitetsbindinger er til Jette Kristensen. *Jeg* (1.1,62), *vi* (1.2,3,28,57), *os* (1.45), *gruppen* (1.16) og *hun* (1.9,30,50), men flest gange til hendes navn og kun en enkelt gang som *borgmesteren* (1.49). Socialdemokratiet bliver kun omtalt ved partinavn (i manchetten, 1.8-9,30-31.), mens de politiske modstandere bliver omtalt som *flertalspartierne* (i manchetten), *Venstre* (1.6) og *et klart borgerligt flertal* (1.20). Samlet giver det indtryk af en slagen borgmester. De temporale konnektivbindinger og sætningsled dominerer teksten med (...) *i aften, når vi har fået overblik* (1.2-3, temporal), *bagefter* (1.6, temporal), *midt i den periode* (1.17, temporal) og *gennem mange år* (1.63-64, temporal), hvilket er udtryk for, hvor vigtig tiden er for Roskildes politiske fremtid. Genremæssigt er der klare træk af en nyhedshistorie, men der bliver ikke en nyhed ud af konstitueringen. Artiklen lader sig derimod styre af, hvad Jette Kristensen vil tale om, så resultatet bliver en citatbåret nyhed.

Nyrup-effekten (i rubrikken) indikerer med sin bestemte form, at alle kender til den, men den uddybes aldrig. Jette Kristensen siger, *at folketingsvalget har haft en afsmittende effekt på resultatet på lokalt plan* (1.46-49), som læseren kan konstatere ikke er for godt ved hjælp af andre tekster. Men den intertekstuelle viden opklarer ikke, hvad den daværende socialdemokratiske statsminister Poul Nyrup Rasmussen har med sagen at gøre, selvom det er *afgørende for S*. Jette Kristensen næv-

ner, *de ting, der er opnået gennem mange år* (1.63-64) uden at uddybe. Efter et dårligt valg er det smart af hende, for det giver mulighed for, at læserne vil huske de beslutninger, der gavnede dem.

Teksten gør status og er derfor meget hændelsespræget. Eksempelvis *at et valg endnu engang gav tilbagegang* (1.10-11), *det er ikke gået så galt her* (1.39-40), mens der *indgås mange forlig, viskes grænserne ud* (1.66-67). I det sidste tilfælde står der konkrete politiske handlinger bag, men da Jette Kristensen ikke ønsker at fokusere på navne, bruger hun passivformen af verberne. Budskabet er en forklaring på, hvorfor det er gået så skidt for Socialdemokratiet i Roskilde med et dårligt landsresultat og en valgkampagne med for få nye mål.

TEMA: Den slagne borgmester har ikke formået at komme frem med tilstrækkelige nye målsætninger til at få vælgerne til at trods landstendensen og give Socialdemokratiet flertallet igen. Her hedder framen 'Socialdemokratiet er valgets tabere'.

De næste to artikler vil blive behandlet under samme næranalyse, da de begge er mindre historier skrevet ud fra Bjørn Dahls citater, der drejer sig om borgmesterskiftet i Roskilde. Eneste forskel er, at den konservative borgmestercandidat, Carsten Wickmann, også er citeret i den ene af artiklerne. Men af praktisk årsager er den første del med tekstens komposition dog splittet op i to analyser.

Borgmesterkabale er endnu ikke lagt

Roskilde får borgerlig borgmester men der er endnu ikke sat navn på

Teksten følger kommodemodellen med en spændende indledning og uddybning i første citat, hvorefter skufferne er bygget op omkring citaterne. Dispositionen byder ikke på markante spring. Der er en udpræget tendens til brugen af fremtid, da flertallet *skal bruges* (1.2), *de skal (...) være med* (1.22-23) og så videre. Meget er ikke afklaret endnu, men fortiden har alligevel betydning for fremtiden. *Vores primære mål har været at skabe grundlag for en borgerlig borgmester* (1.15-17), viser en central ytring i perfektum.

Budskabet trængte igennem

Valget ikke afgjort af enkeltsager

Teksten følger til dels den klassiske nyhedstrekant, men skifter retning med citaterne. Dispositionen byder ikke på markante spring, men der er en udpræget tendens til brugen af perfektum i *har ikke ønsket* (1.22-23), *har stemt* (1.33) og så videre. Det får betydning for den nutid, der er udtrykt i resten af teksten, og giver fornemmelsen af en politisk vinder, der ser tilbage på sin vej til sejr.

Begge artikler gør meget ud af at nævne navne på kandidaterne. Carsten Wickmann nævnes desuden en enkelt gang ved navn af Bjørn Dahl, men ellers bliver der skrevet *Roskildes ny borgmester* (i manchetten) og *en borgerlig borgmester* (1.2-3,17) om dem begge. Bjørn Dahl refereres til som *jeg* (1.4,45), *Venstres borgmesterkandidat* (1.5), *mig* (1.38, 1.16,35) og *valgets største sejrherre* (i manchetten), mens Carsten Wickmann refereres til som *den anden mulighed som borgmester* (1.8-9), *han* (1.14) og *jeg* (1.52). Samlet set indikerer det meget kraftigt, at Bjørn Dahl bliver ny borgmester, mens Carsten Wickmann 'kun' er en *anden mulighed*. Muligvis er det også derfor han søger opbakning i baglandet ved at bruge *vi* (1.20,21,25,40,55) mere end Bjørn Dahl, der allerede taler som en borgmester med *jeg* og *mig* på centrale steder. *Og jeg er Venstres borgmesterkandidat* (1.4-6, additiv) og *derfor er det også dagsordenen* (1.19-20, adversativ) er sætningsled, der stammer fra Bjørn Dahl og viser en borgmesterkandidat, der er god til at beskrive og argumentere for sin sag. Begge artikler er bygget op omkring kandidaternes citater. Den første artikel er en trespaltet baggrundsartikel, som forklarer procedurerne omkring borgmesterskiftet og lader de to borgerlige kandidater kommentere på dette. Den anden artikel er en tospaltet nyhedsartikel, der dog ikke holder sig helt stringent til nyhedstrekanten, men lader sig styre af Bjørn Dahls citater, hvilket gør den til en mindre skarpvinklet citatbåret nyhed.

Budskabet står intratekstuel frem i den ene rubrik, da læseren må ned i teksten for at finde ud af, hvad det præcis er for et budskab med *hovedbudskabet om, at der er behov for fornyelse* (1.6-7), og selv her bliver det ikke klart, hvad fornyelsen indeholder. Læserne kan ud fra Bjørn Dahls ordvalg tolke, at Dansk Folkeparti ikke er i høj kurs som samarbejdspartner, når han siger, at de *principielt* (1.42) skal inddrages i beslutningen om, hvem der skal være borgmester. Om modviljen skyldes Bjørn Dahls personlige holdning eller om det er et spørgsmål om, at partiet ikke har ytret deres holdninger på en række centrale lokalpolitiske punkter, forbliver intertekstuel, da det ikke fremgår af selve teksten.

Artiklerne sætter fokus på hændelser, selvom det egentlig er politisk handling, der står bag. Der bliver *sat navn på* (i underrubrikken), *en afklaring (...) vil kunne ventes* (1.33-34) og *kan besættes* (1.56-57), hvor de passive former er med til at sløre, hvem der er agenten. Når Bjørn Dahl taler, bruger han hændelsen, at et *budskab er trængt igennem* (1.10-11) til at gøre vælgerne til agenter, der *har forholdt sig til* (1.12-13) noget via en mental proces. Der er mange sandsynligheder i spil, når der bliver gjort status over et valgresultat. *En afklaring (...) vil kunne ventes* (1.33-35), *efter min overbevisning* (1.1), *det er min vurdering* (1.9-10), og *får mig til at slutte at* (1.16-17) er alle vurderinger af, hvad der sandsynligvis vil ske. Tre ud af fire kommer fra Bjørn Dahl, mens Carsten

Wickmann holder sig til hypotesen *hvordan posterne kan besættes i en samlet konstituering* (1.56-58). Det er desuden nødvendigheder, at *de skal anstændigvis være med til at bestemme* (1.22-24), og *vi skal også tale med Det Radikale Venstre og principielt også med Dansk Folkeparti* (1.40-43), hvori 'anstændigvis' og 'principielt' tydeligt viser forskellen på med- og modviljen, der præger citatet. Budskabet er, at vælgerne har sørget for nye politiske toner på vej i Roskilde, og afspejler samtidig hvem den mest sandsynlige borgmester er.

TEMA: Begge kandidater vil gerne være borgmester, men Bjørn Dahl ligner mest en vinder i sin måde at omtale sig selv og vælgerne på. Her hedder framen 'lokalpolitik er magt til borgmesteren'.

3.3.3 Kommunalvalg 2005

Den store vælgerjagt (på forsiden)

Slutspurten er gået ind

Teksten er bygget op omkring lørdagsmylderet på Stændertorvet, hvor journalisten møder partiernes kandidater. Der er hverken nyhedstrekant eller kommodemodell, da oplevelserne følger hinanden som perler på en snor, som dog trådes i udvalgt rækkefølge af journalisten. Dispositionen markerer sig ikke udbredt i tiden, men har en skarpere opdeling i rummet Stændertorvet, som bliver inddelt i mindre rum undervejs. Først ses torvet, inden der bliver zoomet ind på blandt andre Lars Løkke Rasmussen, der ser ud til at fungere i sit eget rum, indtil han *sekunderet af hjælpere steg ind i sin bil for at køre til næste stop* (1.70-72). Det bekræftes af, at næste sætning er *tilbage på torvet* (1.73), mens rummet omkring de hvidkittede socialdemokrater står i kontrast til SF's mere fredelige rum. Modsætningen mellem politikerne er tydelig, når Sergio Fox er *et frisk pust* (1.37-38), mens Lars Løkke Rasmussen er *en gammel kending* (1.39). Ufuldstændige bindinger trækker kontrasterne op med *rundstykker, kaffe, en kuglepen eller en vatpind* (i billedteksten).

Artiklen består af en hattekst med billede og en firspaltet artikel med et stort og to mindre billeder på sektionforsiden. Placeringen gør det til en vigtig historie med billedlig dokumentation for, at landskendte Lars Løkke Rasmussen har mødt borgerne foran rådhuset. Det store billede er taget i fugleperspektiv og dokumenterer kaotisk tilstand med politikere og borgere mellem hinanden, mens de små billeder viser et par kandidater med de genstande, de finder centrale for valgkampen. Artiklen er en reportage, hvor fokus er på de genstande, der deles ud, mens politikerne kommer i anden række, og mange af genstandene bliver sat ind i en kontekst, læseren må slutte sig til. *De går nok bedre klokken 14 i eftermiddag end nu* (1.113-114), siger Poul Lindor Nielsen og indikerer at mange mennesker hellere vil have et stykke chokolade til eftermiddagskaffen. Kondomerne er der *for en*

sikkerheds skyld (1.145-146), for hvis de blev brugt til sikker sex, ville problemet med klamydia ikke eksistere. SF har *foldere af genbrugspapir* (1.147-148), da SF's mærkesag netop er genbrug.

Allerede i starten hvor *balloner fløj til vejrs, glittede farvetryk blev blæst ud af hænderne og chokolader smeltede på tungen* (1.1-5) får genstandene hovedrollen som agenter, mens en anden agent, novembervinden, *føg indover panelet* (1.29-30). De menneskelige aktører spiller mindre roller oftest ud fra en mental proces *synes* (1.25,67), *tror* (1.25) og *erkendte* (1.115) eller med den passive form af verberne *blev jakkerne trukket tættere op om ørerne* (1.73-75) og *meldtes om* (1.149). Budskabet er, at valgkampen har nået sit klimaks i kampen om opmærksomheden. Genstande, der skal skærpe opmærksomheden, sættes derfor i forgrunden, mens de politiske egoer sættes i baggrunden – undtagen Lars Løkke Rasmussen, der selv bliver en genstand for opmærksomhed.

TEMA: Kandidaterne prøver i sidste øjeblik at opnå opmærksomheden fra vælgerne, uden at der bliver talt meget om politik. Her hedder framen 'valgkamp er desperat opmærksomhed'.

Hvor skal vi mødes? (på forsiden)

Nyt råd uden mødested

Teksten følger den klassiske nyhedstrekant. Dispositionen markerer sig sideløbende i tid og rum og gøres aktuel ved, at pladsproblemet bliver skabt med valget *i dag* (1.2), mens problemet med *hvor udvalget skal mødes* (1.6) opstår i fremtiden. Rummet spiller en central rolle i artiklen, da det er grundlag for problemet. *Mødested* (i rubrikken), *de tre rådhusers byrådssale* (i manchetten), *Amtsgården på Køgevej* (1.17,36), *Amtsrådssalen* (1.20), *rådhusene i (...) Viby og Gundsømagle, og i Roskilde-Hallerne* (1.47-50) nævnes.

Problemets kerne er størrelsen på det nye byråd, så antallet af medlemmer bliver fremhævet i *31 personer* (1.2-3), *en forsamling på 31 personer* (1.22-23) og *en forsamling på 31 plus det løse* (1.54-55). De konnektive bindinger er i overvægt på den additive og adversative side, fordi teksten beskriver et problem til bunds. Eksempelvis med *så er det stadig usikkert* (1.5, additiv), *heller ikke selv om* (1.29-30, adversativ), mens *når det bliver aktuelt* (1.14), *indtil 1. januar 2007* (1.34, temporal) og *for hele 2006* (1.39-40, temporal) gør tidsrammen mere detaljeret.

Artiklen består af to enheder. En kort tekst i overbliksspalten på forsiden henviser til historien inde i avisen, som er i seks spalter og placeret øverst på sektionforsiden med store typer i rubrikken som dagens lokale tophistorie. Der er ingen billeder, men rubrikken på forsiden er formuleret som et spørgsmål, der lokker læseren til at bladre ind i avisen for at få svaret. Genren er en typisk ny-

hedshistorie, men journalisten får ikke svar på spørgsmålet fra forsiden. Læseren bliver dog klogere på hele situationen, hvorfor afslutningen med det vage svar, står for borgmesterens egen regning.

Når journalisten beskriver den politiske styregruppe *med otte medlemmer fra hver af de tre kommuner* (1.43-44), lader han læseren konkludere, at disse 24 mennesker fylder godt op de steder, hvor de holder møder. Derfor kan han også konkludere *og på forhånd ligger det fast, at ingen af de tre nuværende byrådssale er store nok* (1.50-53).

Det er tilstandene, der styrer teksten. *Er* (i rubrikken, i manchetten) er den mest centrale tilstand der uddybes med *så er det stadig usikkert* (1.5). *Er sagen dog en anden* (1.35) og *på forhånd ligger det fast* (1.50-51) illustrerer, hvordan problemet ser ud til at ligge helt stille i øjeblikket uden agenter. De mentale processer fremstår med *ingen ved* (1.7) og *finde ud af* (1.56, 73), mens artiklens eneste centrale handling har vælgerne som agenter med *vælgerne (...) afgør* (1-2). Budskabet er, at der er et praktisk problem i forbindelse med kommunesammenlægningen, som borgmesteren ikke er i stand til at give en praktisk løsning på.

TEMA: Når politikerne tænker store tanker og samler mange mindre enheder i en større, opstår der praktiske problemer, som de ikke kan løse. Her hedder framen 'storpolitik er praktiske problemer'.

Det sidste ord

Teksten er bygget op efter kommodemodellen omkring det sidste vælgermøde i kantinen på Amtsgymnasiet. Dispositionen markerer sig i tiden med konsekvent datid allerede fra manchetten med *i går* og *sidste vælgermøde før valget* (1.2-3). Der springes dog til nutid *inden krydset havner på stemmesedlen* (1.10-12), da artiklen er bragt på selve valgdagen, og alle citaterne er holdt i nutid for at sikre oplevelsen af at have været til stede. Rummet er fastsat i manchetten *på Amtsgymnasiet*.

Bjørn Dahl og Poul Lindor Nielsen nævnes næsten samtidigt ved navn, men ellers refereres de oftest til som *de to spidskandidater* (i manchetten) i forskellig form. De bliver personlige, når de bruger hinandens fornavn, mens Poul Lindor Nielsen endda kalder Bjørn Dahl *den pæne mand* (1.142), hvilket antyder, at hans samarbejdspartnere i Dansk Folkeparti ikke er pæne. Det kan læseren sætte i intertekstuel forbindelse med Poul Lindor Niensens tidligere partifælle på Christiansborg Poul Nyrup Rasmussen, der blev citeret for at kalde Dansk Folkeparti 'ikke stuerene'. Mod slutningen går de personligt til deres tilhørere med referencer som *I* (1.141,144,159,161,170) og *jer* (1.139). De to kandidater bruger primært adversative og kausale bindinger til at argumentere for deres sag, eksempelvis med *for det er en af Roskildes styrker* (1.52-53, kausal), *men man kan ikke købe et helt hold* (1.83-84, adversativ) og *men jeg vil bestemt gerne* (1.105-106, adversativ).

Artiklen består af en lang tekst i fire spalter, der sammen med to store billeder fra mødet fylder det meste af sektionens forsiden. Et billede er taget fra scenen med en fyldt kantine og de to kandidater siddende med ryggen til. På det andet billede er fotografen rykket ned blandt publikum. Billederne dokumenter oplevelsen fra begge sider. Rubrikken er kort og står som en ufuldstændig binding, der bliver fuldstændig i sammenhæng med den første linie i manchetten. Artiklen er en reportage, hvor journalisten oplever mødet fra sidelinien på læsernes vegne. Men da det er et møde, bliver det en reportage bygget op som en baggrundshistorie, hvor citaterne udgør tekstdelene, fordi der ikke er meget aktion at beskrive i en lyttende forsamling.

De egentlige agenter, vælgerne, kommer til at fremstå passive, eksempelvis da Poul Lindør Nielsen *høstede en klapsalve fra salen* (1.60-61). Det er jo reelt de unge, der klapper og er aktive, men det ligner, at Poul Lindør Nielsen er aktiv. Flere af modaliteterne følger typisk hinanden to og to. Det sker med nødvendighederne i *det er vigtigt, at de unge får en tilknytning* (1.43-44) og *men for at være en studieby er det vigtigt* (1.54-55), ligeledes med sandsynlighederne i *hvis man kan finde 15 millioner* (1.67-68) og *hvis man kan finde de penge* (1.76-77). Budskabet er, at de stridende borgmestercandidater udadtil vil imødekomme de unge, men lader det politiske spil skinne igennem i kommentarerne til hinanden og deres måde at håndtere de unge på som ekstra krydser til deres parti. **TEMA:** Når valgkampen synger på sidste vers, prøver borgmestercandidaterne at fiske stemmer blandt førstegangsvælgerne, der ikke har været påvirket af valgkampe gennem flere år. Her hedder framen 'valgkampen er nye stemmer'.

Poul Lindør Nielsen klar vinder i Roskilde

Teksten følger den klassiske nyhedstrekant. Dispositionen er kompliceret, da der konstant foretages skift i den grammatiske tid. Manchetten sætter standarden med to sætninger, hvor verberne *tilbageerobrer* og *blev*, står i henholdsvis nutid og datid. Generelt lægger nutidsverberne sig til de sætninger, som beskriver de nutidigt gældende tilstande, mens datidsverberne knyttes til sætninger med direkte kobling til valgaftenen og rummet omkring den.

Poul Lindør Nielsen får flest identitetsbindinger med sit navn (i rubrikken, 1.13,44,54-55,60), mens Bjørn Dahl må nøjes med få referencer (1.19,58,61). Den mest markante reference til Poul Lindør Nielsen kommer i rubrikken med *klar vinder*, men også *Ramsø's nuværende borgmester* (1.11-12), *han* (1.50) og *ham* (1.57) kommer med. Bjørn Dahl bliver refereret til som *borgmester* (1.20-21,66) to gange, dog den ene gang af ham selv, men ellers må han nøjes med det neutrale *ham* (1.63). Der er flest adversative og kausale konnektivbindinger i teksten, hvis hovedformål er at be-

skrive og udrede betydningen af resultaterne. Eksempelvis kan det røde flertal *dermed forpurre Bjørn Dals forhåbninger* (1.18-19, kausal) og *det skete med manér* (1.5-6, additiv). Argumenterne kommer frem med *men da Det Konservative Folkeparti samtidig kom ud for noget nær et katastrofevalg* (1.25-28, adversativ) og *jeg mener, jeg har været* (1.64, adversativ).

Artiklen er placeret øverst på forsiden i fire spalter med en rubrik og en manchete i store typer. Dagen efter et valg er pladsen altid trang på forsiden, fordi avisen samler op på hele regionen, men da det er Roskilde-udgaven af avisen, får borgmesterskiftet pladsen som tophistorie. Der er ikke noget billede, men rubrikken har fået lov til at brede sig over to dæk. Genren er en nyhed om en ny borgmester, der ikke behøver nærmere introduktion, da læserne kender ham godt fra valgkampen og hverdagen i Ramsø kommune, hvor han er borgmester. Valgresultaterne og betydningen bringes til læserens overblik, der mod sædvane også krydres med citater.

Teksten er meget præget af handlinger, som primært udspringer fra vinderne af valget. Socialdemokratiet *erobrer* (i manchetten, 1.4) og *kan mønstre (...)* og *dermed forpurrer* (1.15-19). Poul Lindor Nielsen *forhandler* (1.44-45), og så *strakte han også en hånd ud* (1.50). Han bliver altså sammen med partiet til den primære agent i teksten, i modsætning til de borgerlige politikere, der bliver styret mere af tilstand *status quo* (1.23) og hændelser, som når et katastrofevalg *kun giver partiet to mandater* (1.28-29) og *valgafteften endte i skuffelse* (1.32-33). Poul Lindor Nielsen anser det for en nødvendighed at forhandle *i første række med SF og Enhedslisten* (1.44-46), men han lufter også en sandsynlighed med sin *opfordring til et bredt samarbejde* (1.51-52). Budskabet er en overlegen sejr til de handlekraftige røde partier, mens de blå partier alle er blevet gjort passive af vælgerne.

TEMA: Vælgerne dom får alt tilbage ved det gode gamle røde flertal, selvom den borgerlige borgmester ikke mener at have gjort noget forkert i sin valgperiode. Her hedder framen 'vælgere er rutinevælgere'.

SF og V i kamp om udvalg

Teksten følger som hovedregel den klassiske nyhedstrekant, men mod slutningen introduceres en ny historie, som kun udbygges med et citat. Dispositionen er rimelig konstant med enkelte spring i tiden. Som helhed dominerer fremtidsformen, hvilket fastslås allerede i manchetten med *kan få*. Det skyldes, at artiklen omhandler endnu ukendte faktorer, som finder deres løsning *i løbet af i dag* (1.5-6,32). Datid bliver kun brugt, når der refereres tilbage til valgafteften. Rummet bliver så konkret som *på vej til fintællingen i Roskilde-Hallerne* (1.35-37) og *sideløbende med fintællingen* (1.40-41).

SF refereres til med bogstaverne (i rubrikken, i manchetten, 1.13,19,50), mens V (i rubrikken) hurtigt skiftes ud med Bjørn Dahl (i manchetten, 1.21,57-58,61). Sidstnævnte refereres også til som *den fortrængte borgmester* (1.20-21) og *formand for børne- og kulturudvalget i Kommunernes Landsforening* (1.22-25). Forskellen i referencen på konkurrenterne kan skyldes, at det ikke er sikkert endnu, hvem fra SF, der skal have posten, og at Bjørn Dahl er blevet mere omtalt i avisen end SF er. Der er en del adversative bindinger, der kortlægger argumentation i teksten, eksempelvis *men samtidig vil den fortrængte borgmester* (1.19-21, adversativ), og *det må vi naturligvis lytte til* (1.52, adversativ). Artiklen er sat øverst på sektionforsiden i seks spalter med store typer i rubrikken, hvilket gør den til dagens lokale tophistorie. Der er ingen billeder, men substantivet *kamp* står centralt, hvilket gør artiklen til en nyhedshistorie med særligt vægt på konfliktkriteriet. Konflikten ridses op i begyndelsen, udbredes og kommenteres, dog ikke af parterne selv, men af den mand, der har magten til at løse konflikten. Slutningen er lidt atypisk, da den tager afsæt uden for den oprindelige konflikt.

Bjørn Dahl vil *utvivlsomt* (1.25) gå efter den eftertragtede post, ligesom Poul Lindor Nielsen finder det *både naturligt og fortjent* (1.64-65) at forære ham posten som viceborgmester. Hvorfor bliver ikke uddybet, så læseren må tænke på Bjørn Dahl i andre intertekstuelle sammenhænge for at få det til at give mening. At forhandlingerne foregår *under uformelle former* (1.39-40) bliver ikke konkretiseret, hvilket får det til at fremstå som en form for lobbyisme.

I begyndelsen spås det, at i dag *falder brikkerne (...) på plads* (1.3-5), mens forhandlingerne *finder sted* (1.39). Fælles for disse hændelser er, at de slører de menneskelige agenter og i stedet sætter fokus på det politiske spil. Poul Lindor Nielsen træder dog frem som magtfuld agent i handlingerne *har indledt* (1.10-11) og *signalerer* (1.57). Hans personlige sandsynlighed er, at der ikke bliver *plads til Dansk Folkeparti i kabalen* (1.109.110), men alligevel har han en hypotese om, *at vi i løbet af dagen kan konstituere os bredt* (1.31-33). Budskabet er, at samarbejdet mellem politikerne er konfliktfyldt, når der skal uddeles formandsposter på tværs af partierne, selvom borgmesteren insisterer på en fredsommelig løsning – uden Dansk Folkeparti.

TEMA: Borgmesteren slås mod en ulmende konflikt, når han ved at hjælpe sit støtteparti får skadet sin politiske modstander yderligere. Her hedder framen 'politik er konflikt'.

Bondeknold satser på det brede samarbejde

Teksten er bygget op efter kommodemodellen med en reportageagtig indledning, der dog hurtigt går over i valgevalueringsskufferne. Dispositionen er kompliceret, da der konstant foretages skift i den

grammatiske tid. Rubrikken og manchetten lægger ud med nutid *satser* (i rubrikken), *har* og *ønsker* (i manchetten), mens indledningen for en kort bemærkning springer tilbage i tid og rum til valgaftens rum på rådhuset i datid, hvor magten *skiftede* (1.2) hænder, og tidsrammen er sat helt præcist til *klokken 23.53* (1.1). Mod midten skifter rummet også kort til valget i 2001, hvor der *blev flyttet* (1.53) og *gik* (1.56), mens slutningen af artiklen er sat af til eftertanke, hvor perfektum bliver flittigt brugt med *havde forventet* (1.69-70), *har givet* (1.85-86) og *har fået* (1.96-97).

De mest brugte identitetsbindinger er til Poul Lindor Nielsen, hvis referencer er så mangfoldige som *jeg* (1.30,32,76), *mig* (1.32,79), *han* (1.62,64,65,69,84), *den kommende borgmester i Roskilde* (1.26-27), *bondeknold* (i rubrikken) og *en stor bondeknold* (1.79-80). Tiden kommer i fokus *få minutter efter at mandatberegningen forelå* (1.37-38, temporal), mens *idet såvel Socialdemokraterne som SF og Enhedslisten* (1.54-56, adversativ) og *hvorved flertallet igen er blevet rødt* (1.59-60, kausal) tydeliggør mandatspillet.

Artiklen er firspaltet og placeret midt på sektionens forsiden. Teksten er suppleret med et stort billede af Poul Lindor Nielsen og hans kampagneleder, Hans-Christian Eisen. Billedet er taget på rådhuset og dokumenterer Poul Lindor Nielsens reaktion på resultatet at dømmes efter hans overraskede ansigtsudtryk. Rubrikken står i to dæk med *bondeknold* til at fange opmærksomheden lige under billedet af Poul Lindor Nielsen. Det kan virke nedsættende, men i brødteksten fremgår det, at Poul Lindor Nielsen bruger betegnelsen om sig selv. Genremæssigt er artiklen en citatbåret baggrundshistorie, som udelukkende er bygget om Poul Lindor Nielsens citater, da de bidrager til hver tekstdel. Nyheden om mandatregnskabet og resultatet af valget er jo allerede blevet beskrevet på forsiden.

Poul Lindor Nielsen og hans partifæller bliver fremhævet som agenter, for efter valgresultatet *faldt socialdemokrater hinanden om halsen og lykønskede* (1.9-11). Han *rækker alligevel en hånd frem* (1.27-28) og *vil arbejde for* (1.32), men står heller ikke tilbage for sine mentale processer med *ønsker* (i rubrikken) *tænke på* (1.29) og at *han havde forventet* (1.69-70) en anden hændelse med resultatet. I sin tilstand *jeg er overrasket* (1.76) forholder han sig gerne til vælgernes mentale proces, der *betragter mig som en stor bondeknold* (1.78-80) og hans forsvarsmekanisme, der *forbereder ham på* (1.67-68), hvorfor han tydeligvis har set andre agenter end sig selv i valgkampen. Samtidig finder han det nødvendigt, at *der må det næststørste parti også spille en væsentlig rolle* (1.34-36). Budskabet er, at den nyvalgte borgmester har begge ben på jorden, selv er overrasket over sin succes og fyldt med ærefrygt for vælgernes dom.

TEMA: Beskedne kræfter vinder, når de samtidig husker samarbejdspartnerne på begge fløje og vælgere, der fik dem så langt. Her hedder framen 'beskedenhed er sejr'.

Bjørn Dahl: Jeg har leveret varen

Teksten følger til dels den klassiske nyhedstrekant, men skifter retning med citaterne. Dispositionen markerer sig primært i tiden med overordnet brug af perfektum, fordi artiklen lægger op til eftertanke, nu da fortidens handlinger har fået konsekvenser i nutiden. Bjørn Dahl *har leveret* (i rubrikken), de konservative *blev halveret* (1.21-22) og *det har været værdigt* (1.32). Rummet bliver synligt med en henvisning til *Himmelev* (1.20) som det sted, der har afgjort de konservatives skæbne.

Bjørn Dahls navn optræder gennemgående, og hans referencer til *jeg* (i rubrikken, i manchetten, 1.31,33,34,38,39,45,66) og *vi* (1.25,40,42,49,57,) om kollegaerne i byrådet er markante. Han vil gerne tage et personligt ansvar for det nederlag, som han ikke forstår. Derfor bider journalistens indledende tolkning med at give Det Konservative Folkeparti skylden heller ikke på ham. Mod slutningen henvender Bjørn Dahl sig direkte til journalisten med et *dig* (1.67). Dette er usædvanligt og kan være et udtryk for, at Bjørn Dahl prøver at nå læserne på en mere direkte facon gennem journalisten, når han ikke har nået dem gennem valgkampen. Han erklærer *jeg har leveret varen* (i rubrikken, 1.45-46). En sætning som helt sikkert vil blive hængende hos læseren.

Artiklen er i to spalter og suppleret med et billede af Bjørn Dahl på den mørke gang på rådhuset aftenen før. Han kigger ikke ind i kameraet, men ser tænksomt bort med et trist ansigtsudtryk, mens billedteksten siger, at *en nedslået Bjørn Dahl modtager valgresultatet og må konstatere, at han har tabt kampen om borgmesterposten*. Både rubrik og manchete er direkte citater fra Bjørn Dahl, som passer godt til stemningen, der er dokumenteret på billedet ovenfor. Artiklen er en citatbåret nyhed, der lader den slagte borgmester kommentere på et nederlag, som han desværre ikke forstår.

Bjørn Dahl lader læseren selv fælde en dom over, hvad han mener med, at valgkampen *har været ført sobert* (1.29-30), da dette ikke bliver uddybet nærmere. Det samme sker, når han påstår, at han *som borgmester (...) har leveret varen* (1.45-46). Hvordan og hvorfor uddyber han ikke, så alt efter om læseren er enig med ham politisk eller ej, kan det opfattes positivt eller negativt.

Teksten byder på en blanding af handlinger og mentale processer. Bjørn Dahl *vil ikke give Det Konservative Folkeparti skylden* (1.12-14) og *har leveret varen* (i rubrikken, 1.46) som handlinger, men samtidig erkender han i en mental proces, *jeg ved ikke, hvad jeg skulle have gjort anderledes* (i manchetten, 1.34-35). *Havde vi brugt det snævre flertal* (1.49-50) er den hypotese, Bjørn Dahl kan give som mulig forklaring på sit nederlag, men da det netop er en hypotese, finder han ikke svaret der. Derfor opstiller han i stedet sandsynligheder i *man kan spørge sig selv, om det kan være enkelt-sager* (1.62-64). Budskabet er, at Bjørn Dahl ikke kan finde ud af, hvad han har gjort forkert i sin valgperiode, men samtidig har selvtillid nok til at mene, han har gjort, hvad han kunne.

TEMA: Selvom en borgmester handler samvittighedsfuldt, viser mennesket bag visionerne og prøver at gøre det bedste for sin by, behøver borgerne ikke at være enige i hans politik. Her hedder framen 'nederlag er skuffelse'.

Spænding til det sidste på valgaftenen

Teksten er bygget op ved valgaftenen på rådhuset, hvor de forskellige politikere følger slagets gang, og journalistens sideløbende oplevelser med dette følger som perler på en snor. Dispositionen markerer sig i både tid og rum med udgangspunkt i datid *Valgcaféen på rådhuset var åben for alle* (1.6-7). Men fra resultatet begynder at tegne sig til det endeligt står klart, springes der til nutid. *Bjørn Dahl begynder at se skriften på væggen* (1.47-49) og *han slipper for at være hovedperson (...)* klokken 23.53 *blev det sidste resultat lagt ind* (1.93-96). Det giver en dramatisk effekt, mens spændingen er på sit højeste, hvilket forstærkes af de præcise tidsangivelser *kvart i elleve* (1.56), *om 10 minutter* (1.61-62), *for længst* (1.77), *23.40* (1.89), *23.53* (1.95) og *fem minutter senere* (1.109). Rummet har udgangspunkt *på rådhuset* (1.6), men viser også steder som *på borgmesterkontoret* (1.10-11), *på første sal* (1.28-29), *på sit kontor* (1.30), *ovenpå* (1.34) og *i sin hule* (1.76).

Politikerne på rådhuset (1.2-3) og *partifolkene* (1.27-28) bliver hovedaktørerne, dog med fokus på Bjørn Dahl der prøver at holde sig uden for tumulten. Poul Lindor Nielsen er ikke til stede hele aftenen, men bliver *valgets sejrherre* (1.106-107). Allerede i rubrikken *til det sidste på valgaftenen* (temporal) og manchetten *da resultaterne fra de sidste valgsteder indløb* (temporal) er spændingen sat, mens slutningen bliver mere rytmisk med en retorisk binding i gentagelsen af *var blevet* (1.113,115) og *rødt resultat* (1.113-114) som en allitteration, hvilket skaber ro efter dramatikken.

Artiklen er delt op i fire spalter på side to i anden sektion og suppleret med et stort billede, der dokumenterer blandt andre Bjørn Dahl ved en computer med lettere bøjet hoved og et skeptisk ansigtsudtryk. Rubrikken består af et ufuldstændigt sætningsled, der giver klar mening i sammenhæng med manchetten og billedet af den borgerlige borgmester. Artiklen er ikke placeret som tophistorie, men er en reportage, hvor journalisten beskriver, de reaktioner, han ser. Da resultatet er afsløret i manchetten, tillader journalisten sig at lege med følelserne undervejs. Der ligger en intertekstuel mening i, at socialdemokraterne *virkelig trængte til denne sejr* (1.87-88). På samme måde med Carsten Wickmann, der lige *har skullet sluge skuffelsen først* (1.91-92). Ingen steder står der, han er konservativ eller at han ved sidste kommunalvalg var tæt på at blive borgmester, men hvis læseren kan huske det, bliver den store skuffelse mere forståelig.

Som spændingen stiger, og tiden går mentalt i stå, dominerer tilstandene med *lader de sidste resultater vente på sig* (1.73-75) og *Bjørn Dahl holder sig inde i sin hule* (1.75-76). Derefter blev det sidste resultat lagt ind (1.95-96), hvilket får klapsalverne til at bryde løs og socialdemokraterne til at falde hinanden om halsen (1.100-103). Hændelserne får de menneskelige agenter til at handle igen. *Valgets sejrherre holdt en spontan tale* (1.106-108), og få minutter senere dukkede *Bjørn Dahl op* (1.110). Budskabet er, at politikerne bliver handlingslammede, når prognoserne styrer og vælgerne til sidst får magt over politikerne.

TEMA: Demokratiet afgør politikernes videre karriereløb, når vælgerne har talt, og tallene tikker ind på computeren i magtens centrum på rådhuset. Her hedder framen 'valg er vælgerne magt'.

3.4 Valgkampenes temaer

I artiklerne fra 1997 sad Henrik Christiansen solidt i en central magtposition, som ingen andre politikere i byrådet for alvor ønskede at flytte ham fra, selvom han indrømmede, at hans parti havde begået fejl i den foregående valgperiode. Alle politikerne var dog enige om at sætte det nye parti i byrådet, Dansk Folkeparti, uden for indflydelse.

I artiklerne fra 2001 blev vælgerne trukket mere ind i valgkampen, men alligevel bar valgkampen på Stændertorvet præg af rutine og pligtarbejde. En rutine, der blev brudt med de borgerliges pludselige sejr, hvor der også blev gjort forskel på fløjene med klare vindere og tabere. Borgmesterpostens magtposition var dog stadig intakt og derfor i så høj kurs, at vinderne, Bjørn Dahl og Carsten Wickmann, sloges internt om den, uden dog at afsløre deres personlige visioner direkte.

I artiklerne fra 2005 blev vælgerne trukket endnu mere i fokus; før valget på Stændertorvet, blandt de unge på gymnasiet og indirekte på selve valgaftenen. Behandlingen af taber- og vinderfløjen bød denne gang på personlige interviews med de to borgmesterkandidater, Bjørn Dahl og Poul Lindor Nielsen. Artiklerne var i modsætning til tidligere valg illustreret med dokumenterende billeder, der kunne vise deres følelsesmæssige reaktion på taber/vinder-resultatet, ligesom deres personlige position i lokalpolitikken og følelser og visioner omkring valget blev mere eksplicit fremtrædende. Magten lå stadig i borgmesterposten, men der var nu også åbenlyse konflikter om de øvrige udvalgsposter straks efter valget i en tid, som var præget af en politisk usikker fremtid, hvor politikerne ikke længere så sig i stand til at komme med praktiske løsninger på alle problemer.

For at besvare første del af min problemformulering har jeg sat temaerne op over for hinanden for at se, om jeg kunne spore en fælles tendens for temaerne i hvert år. Disse tendenser er gennemgået nedenfor, hvorefter jeg afslutningsvis sammenligner temaerne i delkonklusionen.

1997

Trygheden er i højsædet i byrådet, hvor socialdemokraten Henrik Christiansen som sædvanligt står i spidsen for et hold af ældre erfarne lokalpolitikere. Han nyder stor magt, men har bred opbakning fra både politiske støtter og modstandere, fordi han altid maner konflikter i jorden med en fordrage- lig tone og bred fordeling af arbejdet i byrådet. Ikke engang oppositionens spidskandidat ønsker for alvor at vælte Henrik Christiansen på trods af de politiske fejl, han åbent erkender at have begået. Der er dog kommet en enkelt brist i trygheden, da Dansk Folkeparti pludselig er blevet stemt ind i byrådet, men alle øvrige partier er enige om at minimere det partis indflydelse mest muligt.

2001

Selv på en festlig lørdag formiddag på Stændertorvet er valgkampen præget af en rutine, som har fået borgerne til at se tilbage på en lige så rutinepræget valgperiode. Og de er tydeligvis blevet trætte af rutinen. Pludselig kommer Venstre til magten efter en menneskealder i opposition, hvilket varsler et nyt politisk klima, der ligger i umiddelbar forlængelse af en højredrejning over hele lan- det. Socialdemokraterne beskyldes for at være for lidt nytænkende, mens den borgerlige fløj er et friskt pust, der dog ikke fungerer helt uden anelsen af en intern magtkamp mellem Venstre og Det Konservative Folkeparti.

2005

Fremtiden er i fokus, når demokratiet, det politiske spil og dets omgivelserne får ekstra opmærk- somhed. Faktisk er processerne så meget i rampelyset, at konkret politik træder i baggrunden til fordel for farvestrålende happenings i valgkampen, hvilket skyldes en politisk og praktisk usikker fremtid med den store kommunesammenlægning hos både borgere og politikere. Det kan være år- sagen til, at vælgerne satser på det sikre i form af en tilbagevenden til det socialdemokratiske bysty- re med Poul Lindor Nielsen fra den lille landkommune, der nu skal være en del af den store. De gode gamle dage med det brede samarbejde synes at være målet i en tid, hvor fokus i høj grad ligger på vælgernes magt, som i sidste ende er det, der afgør politikernes skæbne, mens de menneskelige følelser og usikkerheden bag disse politiske skæbner er blevet mere tydelige for offentligheden. Dette sker ved en tydelig opdeling af tabere og vindere, som slås mere indædt end tidligere om po- sterne i de forskellige udvalg, selvom den nyvalgte borgmester forsøger at finde tonen fra det tidli- gere så fredsommelige byrådssamarbejde frem igen.

3.4.1 Delkonklusion

Temaerne er relativt enslydende fra dækningen af hver af de tre valgkampe, hvor overskrifterne kunne lyde: tryghed (1997), fornyelse (2001) og usikker fremtid (2005). Sammenligner man disse tre overskrifter, viser det en flirt med det nye og spændende, som dog ikke må være så meget anderledes end det gammelkendte og nærværende, at trygheden forsvinder.

Som helhed har DAGBLADET Roskilde ladet politikernes personer komme langsomt mere i fokus i løbet af årtiet. Borgmesteren bliver ikke længere kun portrætteret som en stærk byfader, men også som et menneske med personlige visioner, der kan tabes eller vindes på. Det sker med et stigende billedbrug i artiklerne, samtidig med at politikernes citater ikke behøver indeholde konkret politik, så længe de viser hans eller hendes personlige mål. Efterhånden som valgperioderne passerer, og det ikke længere er en selvfølge, at den samme borgmester sidder i spidsen for det gamle byråd, bliver betydningen af vælgernes stemmer også fremhævet i artiklerne. Af den grund finder politikerne det i stigende grad nødvendigt at gøre opmærksom på sig selv og deres person i øjenhøjde med disse vælgere i avisen før valgdagen. I år 2001 og 2005 bliver det gjort ved at møde vælgere på torvet den sidste lørdag inden valget med farvestrålende gaver, som senere udvikler sig til happenings. Noget som ikke syntes nødvendigt, da trygheden og de gammelkendte politikere regerede byen, som de plejede at gøre. Gamle strukturer bliver nedbrudt med kommunegrænserne ved valget i 2005. Men selve grundlaget for demokratiet med vælgernes magt finder avisen det ekstra vigtigt at tydeliggøre for læserne, når strukturen bliver fremmed for politikerne, avisens læsere og borgerne i Roskilde, der for størstepartens vedkommende udgør vælgerkorpset.

Del III

Kapitel 4: Politisk kommunikation

4.1 Postmodernismens valgkamp

Formålet med den politiske kommunikation er i al sin enkelthed at kommunikere politik. Men hvad er politik? Orla Vigsø svarer på dette ved at tage udgangspunkt i Pierre Bordieus forståelse af felt og habitus. Dermed mener han, at politik udgør et felt, som er et struktureret rum med sin egen logik, hvori aktører med den samme habitus agerer. Habitus opstår, når medlemmerne i en bestemt klasse deler erfaringer og praksis, hvilket gør dem parate til at acceptere de spilleregler, der gør sig gældende inden for feltet, eksempelvis politik (Vigsø, 2004: 33-34). På den baggrund illustrerer Vigsø politik som et marked hvor leverandører (de politiske partier) tilbyder varer til købere (vælgere) i bytte for støtte.²¹ Denne form for markedstækning bliver ofte forvekslet med en kynisk professionalisme, der skal lokke vælgere til at sætte kryds ved et parti, på samme måde som købere bliver lokket af en ivrig sælger til at købe et produkt, de egentlig ikke har brug for. Vigsø afviser dog, at det kun handler om at sælge politikken som en vare, men i højere grad om at imødekomme vælgernes ønsker om en bestemt vare som det bliver gjort gennem markedsføring. *”Försäljningsstrategin satsar på att sälja så mycket som möjligt av en given produkt till så många som möjligt med alla till rådighet stående medel, medan marknadsföringen försöker att få produkten att i högre grad tillmötesgå kundernas önskemål.”* (Vigsø, 2004: 50).

Strategien med markedsføring er især udbredt i det, Pippa Norris har kaldt den postmoderne kampagne. Her foregår valgkampen konstant mellem kandidater og vælgere i modsætning til tidligere tiders begrænsede kampagneperiode. Norris inddeler den politiske kommunikation i tre faser:²²

Den præmoderne fase: Kommunikationen mellem kandidaten og vælgere er personlig, alsidig og direkte. Valgkampen er præget af kortsigtet ad hoc planlægning, topstyret fra den lokale partiledelse og afhængig af frivillig arbejdskraft fra græsrodderne, mens partipressen står for kontakten mellem partiet og offentligheden. Perioden varer fra stemmerettens indførelse i midten af 1800-tallet til 1950'erne.²³

²¹ Med denne definition af politik står Vigsø i kontrast til eksempelvis Jürgen Habermas' definition med inddelingen af den private og offentlige sfære, hvor politikken traditionelt hører til i den borgerlige offentlighed.

²² En fuld skematisk oversigt over de tre faser kan ses i bilag A.

²³ Norris undersøger, hvad hun kalder postindustrielle samfund. Dette inkluderer de daværende 29 medlemslande i Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), hvilket giver en nogenlunde ensartet udvikling, selv-

Den moderne fase: Kommunikationen bliver ensidig og centralt styret fra partiledelsens hovedkvarter, mens valgkampen har flere langsigtede løsninger og er præget af professionelle konsulenter, der rådgiver kandidaterne. Den primære kontakt mellem partiet og offentligheden sker gennem landsdækkende fjernsyn, hvilket mindsker gruppeloyaliteten for et parti blandt vælgerne og gør dem passive i valgdebatten. Samtidig falder medlemstallene i de politiske partier drastisk. Perioden varer fra starten af 1960'erne til slutningen af 1980'erne.

Den postmoderne fase: Kommunikationen bliver individuel og i højere grad styret af markedsmentalitet og tilpasning til nyhedsmedierne, eksempelvis gennem centralt styrede målgruppeanalyser og effektiv koordinering af lokale aktiviteter. Valgkampen er blevet en permanent tilstand, hvor kontakten mellem partiet og offentligheden foregår gennem et fragmenteret mediesystem, som kan bringe nyheder til vælgerne hvor som helst og når som helst. Kandidaterne bliver rådgivet af flere professionelle konsulenter og spindoktorer, der blandt andet er behjælpelige med at målrette personlig henvendelse til de grupper af vælgere, som er særligt modtagelige for kandidatens budskaber. Perioden tager sin begyndelse i 1990'erne og er under stadig udvikling.

Fælles for de tre faser er, at de alle er udviklet i løbet af de sidste halvanden hundrede år, hvor stemmeretten bliver indført til en større del af befolkningen, samtidig med at medierne løbende styrker deres parløb med politikerne. Det betyder, at politikken breder sig fra at være forbeholdt mænd fra en snæver kreds af det velhavende borgerskab med samme baggrund som politikerne til at omfatte en almen vælgergruppe, der forholder sig til principper og imagebevidste partier i stedet for individuelle politikere gennem et skiftende net af medier. Hele udviklingen betegner Norris som en evolution i den politiske kommunikation mellem partiorganisationerne, nyhedsmedierne og vælgerkorpset. (Norris, 2000: 137,139).

4.1.1 Tilbage til rødderne

Når politikerne i den postmoderne fase bedriver politik ved at udbyde varer med medierne som mellemhandler, er det relevant at stille spørgsmålet, hvad disse varer består af? Vigsø mener, at udbudet og efterspørgslen på det politiske marked drejer sig om en bestemt vare; ord. Dette specificerer han videre til ”(...) *språkligt formulerade representationer av världen, visioner för framtiden, löften, möjligheter för identifikation*” (Vigsø, 2004: 40).

om eksempelvis det nøjagtige år for indførelse af stemmeretten varierer. For Danmarks vedkommende skete det i 1915, da også kvinderne fik ret til at stemme.

Indholdet i DAGBLADET Roskilde lever godt op til dette. Temaerne viser, at valget i 1997 giver løfter om en tryk fremtid, mens nye visioner i høj grad gør sig gældende, da de borgerlige kommer til magten i 2001. Når kommunesammenlægningen gør fremtiden usikker igen i 2005, er der brug for at sætte identifikationen i højsædet. Gennem den postmoderne fase begynder politikerne langsomt at vise mere af deres menneskelige jeg, tanker og følelser, og det gør læserne opmærksomme på, at politikerne også er usikre på fremtiden. Set fra en demokratisk synsvinkel gør det den hierarkiske afstand i magten mellem kandidaterne og deres vælgere mindre.

Ifølge Norris er det bevis for, at udviklingen i den politiske kommunikation ikke er lineær. Tværtimod er den postmoderne fase et udtryk for en tilbagevenden til nogle af de elementer, der kendetegnede valgkampen i den præmoderne fase. *"Instead of being a linear development, the postmodern campaign symbolizes a return to some of the more localized and interactive forms of communication that were present in the premodern period."* (Norris, 2000: 149). Som eksempel nævner hun diskussionsforums på Internettet, hvor alle politikere og borgere kan deltage på lige fod i en direkte debat med hinanden, og kandidaternes muligheder for at oprette e-postlister for at få direkte kontakt med deres vælgere. Samtidig gør øget brug af målgruppeanalyse det muligt at målrette kommunikationen til en bestemt gruppe af mediebrugere, der derved får større lyst til – og teknisk mulighed for – at deltage aktivt i debatten ved computerskærmen i modsætning til deres passive forgængere foran fjernsynet i den moderne fase. Derimod giver det en vis lighed med vælgermøderne fra den præmoderne tid, hvor politikere og borgere mødtes ansigt til ansigt.

I artiklerne fra DAGBLADET er temaerne i sig selv ikke et bevis på en øget direkte debat, men som næranalysen har vist, er der blandt kandidaterne i valgkampens kulmination opstået en større ivrighed for at komme i øjenhøjdekontakt med borgerne. Dels gennem direkte møder lørdagen inden valget på Stændertorvet og med de unge førstegangsvælgere på gymnasiet²⁴, dels gennem indirekte henvendelser i tekstens til læserne af avisen gennem artiklernes indforståede meninger i præsuppositionerne og inferens. I det sidste tilfælde bliver læseren og kandidaten fortrolige, fordi de deler en fælles underforstået viden. Ifølge Vigsø kan dette være med til at smigre læseren ved, at han eller hun kommer til at fremstå som ekstra kompetent. Når kandidaternes henvender sig til vælgere med indforståede fraser, mener han det sker med bagtanken: *"Vi behöver inte skriva ut alla mellanleden, du är smart nog att själv fylla i dem."* (Vigsø, 2004: 209).

²⁴ I modsætning til begivenhederne på Stændertorvet er et vælgermøde på gymnasiet ikke noget nyt fænomen. Det nye ligger derimod i, at de vælger at afholde det så sent som dagen før valget med førstegangsvælgerne som det primære publikum. Som analysen har vist kan det være en indikation på, at kandidaterne ønsker at komme tættere på de vælgere, der endnu ikke er blevet trætte af valgkampen, for at sikre sig ekstra stemmer dagen inden valget.

4.1.2 Fjernsynet snyder

Ved indgangen til den postmoderne fase i 1989 er især to medieformer blandt topscorerne i informationskilder omkring valget; fjernsynet og avisen. I Danmark svarede 54 procent, at fjernsynet er den bedste informationskilde, når beslutningen om, hvor krydset skal sættes, skal tages. På en klar andenplads kommer de skriftlige medier i form af aviser og magasiner med 32 procent. (Norris, 2000: 158). Som tidligere beskrevet arbejder medierne i Danmark ud fra den vertikale kommunikationsproces, hvor aviser er en fremtrædende kilde til nyheder og information for en meget bred del af befolkningen, mens Norris fastholder, at dagbladene i midten af 1990'erne havde det suverænt bedste marked i Nordeuropa. *"according to the 1996 Eurobarometer survey, about a quarter of all citizens in southern Europe read a newspaper every day, compared with half of those in western Europe, and two-thirds in northern Europe."* (Norris, 2000: 70). Alligevel er fjernsynets popularitet og troværdighed som nyhedskilde forblevet intakt op gennem det postmoderne årti. Anker Brink Lunds 'Projekt Nyhedsuge' viser, at 58 procent siger, de har fået døgnet to vigtigste nyheder gennem fjernsynet, mens 32 procent mener der sker gennem dagbladene (Brink Lund, 2000: 144). Han mener det skyldes en fejltagtig opfattelse hos mediebrugerne af, at de elektroniske medier altid er foran, selvom det i virkeligheden er agenda-setting fra de landsdækkende morgenaviser, der ofte smitter af på tv-nyhederne om aftenen. *"(...) som følge af det tekniske forspring i form af permanent opdatering, vil det ofte se ud som om kopisten er langt foran originalen, når det gælder nyhedsformidling"* (Brink Lund, 2000: 147). Opfattelsen kan også stamme fra fjernsynets storhedstid i den moderne fase. Her kunne en historie fra aftennyhederne på den landsdækkende tv-kanal være så godt som sikker på at sætte agendaen i næste morgens aviser. (Norris, 2000: 145).

Men på trods af mediebrugernes opfattelse har aviserne i dag en væsentlig betydning, når det kommer til agenda-setting i fjernsynets aftennyheder, og derfor er efterspørgslen på ord i løbet af et døgn på det politiske marked høj. Men den kan reguleres af de politikere, som skal levere og afsætte ordene til vælgerne, eksempelvis når parti X kommer med et udspil om et emne i medierne. Det er parti Y nemlig nødt til at forholde sig til efterfølgende, og dermed har parti X opnået to fordele. For det første er emnet kommet i medierne og dermed på den offentlige agenda, og for det andet har parti X skabt en efterspørgsel, fordi emnet nu er blevet så vigtigt, at alle andre partier også må tage stilling til det. Vigsø mener, at dette er kernen i agenda-setting (Vigsø, 2004: 41). Han konkluderer, at den politiske kommunikation og profilering i den postmoderne fase sker som et led i markedstilpasningen og hovedsageligt består af agenda-setting i stedet for den traditionelle opsamling af vælgergrupper fra de to tidligere faser (Vigsø: 2004: 209).

4.1.3 Hvis den frie debat lukker

Med den konklusion in mente kan temaerne fra DAGBLADET ses som et forsøg på at sætte kandidaterne selv på agendaen med hele deres personlighed. I den præmoderne fase blev vælgergruppen forenet via partipressen, mens partiets centrale hovedkvarter forsøgte at forene vælgerne på landsplan gennem fjernsynet i den moderne fase. Begge dele resulterer på sin vis i et demokratisk grundlag, da vælgerne får et tilhørsforhold hos partiet og de ligesindede vælgere, der støtter op om partiet og giver dem magt i kraft af omfanget af tilhængere. I begge tilfælde er medierne uundværlige medspillere, som Nygren har udtrykt det: *”De lokala medierna är också viktiga för den lokala identiteten, för människors anknytning till det lokala samhället och därmed för den lokala demokratin.”* (Nygren, 2004: 309).

Men i den postmoderne fases fragmenterede mediebillede bliver sammenholdet mellem de ligesindede vælgere mere diffust, mens DAGBLADETs temaer altså også viser en tendens mod en mere personlig henvendelse til de enkelte vælgere fra begge partifløje. Dette kan på den ene side fremme det direkte demokrati, fordi vælger og kandidat ikke længere står med en central strategi eller en partipresse mellem sig, men i højere grad kan identificere sig med hinanden. I princippet kan de mødes uden for avisen, hvor som helst og når som helst, og frit diskutere den aktuelle agenda. På den anden side kan det vise sig at være en falsk garanti for demokratiet, hvis det samtidig betyder, at kandidaterne kommer til at virke så følelsesmæssigt påvirkede, at vælgerne ikke tør stole på dem til at varetage det politiske arbejde i en tilstrækkelig professionel grad. Desuden kan Norris' formodning om fremtidens debatter på Internettet for specielt indsnævrede målgrupper resultere i debatter, der bliver så indsnævrede, at debatten lukker sig om sig selv og ikke tillader anderledes synspunkter at betræde forummet. Det fælles lokale identitet, sammenhold og demokrati mellem lokalpolitikere og borgere kan næppe holde til, at de snævre målgrupper bliver til isolerede grupperinger. Og så ender evolutionen måske med at blive til en revolution, hvor kun den stærkeste gruppering overlever.

Del IV

Kapitel 5: Resultater

5.1 Konklusion

Mit formål med den lingvistiske næranalyse har været at sammenligne temaerne fra indholdet af udvalgte artikler i det lokale dagblad ved kulminationen af den kommunale valgkamp i Roskilde i 1997, 2001 og 2005, som tilsammen udgør den postmoderne fase i politisk kommunikation i dansk kontekst. Hovedvægten har jeg lagt på de aktører i den politiske kommunikation, som jeg anser for vigtigst på dette tidspunkt af valgkampen; de to stridende borgmesterkandidater.

Analysen viste, at temaerne kunne inddeles i tre sammenlignelige kategorier under overskrifterne tryghed (1997), fornyelse (2001) og usikker fremtid (2005). Disse overskrifter besvarer problemformuleringens første spørgsmål og fælles for dem er, at de er opstået på baggrund af de overordnede temaer i artiklerne, som journalisterne på DAGBLADET Roskilde ubevidst har ladet de to borgmesterkandidater skabe i teksten via den politiske kommunikation. En kommunikation som langsomt er blevet mere fokuseret omkring de enkelte kandidater i valgkampen frem for partiet som helhed. I undersøgelsesperioden steg antallet af artikler, hvor borgmesterkandidaterne har fået lov til at optræde subjektivt, fra 23 procent i 1997, over 25 procent i 2001 til 32 procent i 2005. Temaerne i disse artikler illustrerer ligeledes i format og indhold, at borgmesterkandidaterne ikke kun er politikere, men også mennesker, der i stigende grad blander professionel strategi med personlige visioner, følelser og tanker i ønsket om at møde deres vælgere.

Norris ser den postmoderne fase som en tilbagevenden til nogle af de strategier, der blev anvendt i den præmoderne fase, hvor den direkte kontakt mellem de lokale politikere og borgerne var i højsædet. Som min analyse har vist, er det også tilfældet i Roskilde. Når de gamle mønstre i den politiske ledelse af Roskilde kommune brydes, og fløjene skærpes gennem det postmoderne årti, prøver borgmesterkandidaterne i højere grad at møde deres vælgere i øjenhøjde. Det sker dels gennem direkte henvendelse på Stændertorvet eller ved sidste-øjeblikks-debatmøder med de unge vælgere, og dels ved at bruge DAGBLADET som talerør for en mere indirekte tiltale. Norris' påstand om en tilbagevenden til rødderne bliver altså bekræftet i DAGBLADET, hvilket ikke er overraskende, da den lokale kommunikation mellem politikere og borgere giver avisens journalister mulighed for at imødekomme en del af det behov for identifikation og lokale nyheder, som læserne efterspørger. Dette kunne også minde om brugen af partipressen for snart hundrede år siden, dog med den væ-

sentlige forskel at intet i min analyse tyder på en gennemgående favorisering af et bestemt parti eller politisk fløj fra den traditionelle Venstre-avis, som DAGBLADET ellers er.

Når emnerne bliver sat på agendaen i Roskilde gennem den daglige avis, sker det netop som følge af temaerne i de forudgående artikler, så på den måde får tematiseringen indflydelse på agendaen og dermed på sigt borgernes tankegang i demokratiet. Samlet set kan den postmoderne udvikling i indholdet af den lokale avis derfor have både demokratiske fordele og ulemper, hvilket ses i følgende besvarelse af problemformuleringens andet spørgsmål.

I den postmoderne fase er det ikke længere det vigtigste for en borgmestercandidat at samle alle sine støtter omkring sig. I stedet for partipressens formelle barriere og fjernsynskampagnens afstand mellem kandidat og vælgere er nærheden kommet i centrum, når kandidaten vil møde vælgerne lokalt og individuelt. Den øgede nærhed mellem politikere og borgere, som min analyse har påvist, kan især være en fordel for begge parter, når de mangler klare svar på, hvad der vil ske efter kommunesammenlægningen. Nærheden kan give den lokale fællesskabsfølelse, som gør en usikker fremtid mere tryk, og ruster politikere og borgere til fælles kamp for de lokale værdier, hvilket igen passer godt ind i lokalpressens tendens til kampagnejournalistik mod udefrakommende magtfaktorer. På den måde finder lokale aktører – politikere og borgere – sammen som 'os' mod den ofte udefinerbare fjende i 'dem', hvorved nærheden bryder med det formelle skel mellem privat og offentlig sfære, fordi private følelser blander sig med offentlig politik. Det kan være en styrke, når det sker i en lokal avis, fordi den fælles lokale identitet, borgere og politikere henter gennem avisen, styrker den lokale tilknytning og dermed lysten til at deltage i lokaldemokratiet. For den politiske kommunikation betyder det, at den politiker, der formår at kommunikere nærhed når længst i DAGBLADETs spalter, hvorimod det er mere tvivlsomt, om han eller hun også når helt ud til den politiske bevidsthed hos kernelæserne af DAGBLADET.

På den anden side er der nemlig en risiko for, at vælgerne bliver bange for, at borgmestercandidaterne ikke længere er professionelle nok, når de nu tilsyneladende lægger så meget af deres personlighed og følelser i de politiske projekter. Det skyldes, at mange af DAGBLADETs læsere jo er vokset op i den moderne fase, hvor politikere var professionelt styrede fra partiets centrale hovedkvarter med en langsigtet, men stadig tidsbegrænset, strategi lagt af medierådgivere og ført ud i praksis på landsdækkende tv. At den konstante iscenesættelse af nærheden i den lokale indlevende personlighed i lige så høj grad er udtryk for en professionel ledelse, skal læseren have en vis indsigt i medie- og kommunikationsstrategier for at forstå. Og da ikke alle læsere af DAGBLADET nød-

vendigvis har dette²⁵, er de heller ikke alle i stand til at læse artiklerne med en kritisk tilgang til den politiske kommunikation, hvilket er nødvendigt, for at kommunikationen kan foregå på lige vilkår til alle læsere. Uden lige vilkår er demokratiet nemlig ilde stedt med de postmoderne præmisser, og så bliver det unægteligt svært for den lokale presse at sætte agendaen med emner, der kan bringe nærheden, trygheden og sammenholdet hele vejen rundt i lokalsamfundet.

5.2 Diskussion og perspektivering

I det følgende afsnit vil jeg uddybe mine svar fra konklusionen og diskutere konsekvenserne af disse. Herunder vil jeg komme ind på den postmodernes fases medieprofessionalitet og den personlige tematiserings betydning for demokrati og agenda-setting. Afslutningsvis vil jeg give mit bud på dystopi gennem en fjerde og fremtidig fase.

Når borgmesterkandidaterne op gennem den postmoderne fase viser deres mere personlige side i DAGBLADET, sker det ikke kun, fordi de prøver at komme tættere på deres potentielle vælgere gennem læserskaren. Med den postmoderne fases konstante valgkamp, skal politikerne nemlig vænne sig til altid 'at være på', hvorfor personligheden også bliver mere blottet. Ingen er jo i stand til at gå rundt med et evigt beskyttelsesskjold, der skal sætte personen bag politikerens uden for mediernes rækkevidde. Det betyder, at politikerne må udvikle en vis form for rutine i håndtering af medierne i hverdagen. Norris bruger de britiske partier som eksempel: "*British parties have also been transformed by the gradual evolution of the permanent campaign in which the techniques of spin-doctors, opinion polls, and professional media management are increasingly applied to routine everyday politics.*" (Norris, 2000: 173). Med udsagnet 'professional media management' falder hun for fristelsen til at konkludere, at politikerne som en del af den rutineprægede mediehåndtering i den postmoderne fase opfører sig mere professionelt i omgang med medierne end deres forgængere gjorde. Denne opfattelse er udbredt blandt medieteoritikere verden over, men betyder det så, at politikerne fra den præmoderne fase og den moderne fase har opført sig uprofessionelt i forhold til medierne? Medieforsker Ralph Negrine mener ikke, det er tilfældet.

Ifølge Negrine har politikerne altid opført sig 'professionelt' i deres håndtering af medierne i en valgkamp. Især lokalaviserne er genstand for stort set samme slags politiske fodarbejde som for 30

²⁵ Mange af DAGBLADET's faste læsere tilhører en generation, hvor det ikke var kutyme at blive undervist i mediebrug og -analyse i skolen. I modsætning hertil står de yngre generationer, der alle har haft medier på skoleskemaet i en eller anden form, eksempelvis i forbindelse med dansktimerne i folkeskolens ældste klasser. Dette skal ikke forstås som en generalisering, der afskriver den ældre generations evne til at forholde sig kritisk til medierne, da dette naturligvis også afhænger af videre uddannelsesvalg. Men kun de yngre generationer besidder en obligatorisk procentdel af disse kritiske evner, fordi medierne er blevet en del af den grundlæggende undervisning, alle har pligt til at deltage i.

år siden; kandidaten sender en pressemeddelelse eller information om sig selv eller en begivenhed, han eller hun agter at deltage i, gerne i en form, der gør det nemt at trykke i avisen forholdsvis uredigeret. Samtidig sørger kandidaten for løbende at holde en personlig kontakt til den oftest ene journalist, der dækker kommunalpolitikken. Med andre ord er det ikke i de såkaldte professionelle metoder, at den store forandring fra en fase til en anden er at finde. "(...) *the basic methods used to get the message across to the local voters have changed little over the last 30 years, contrary to the idea that we now have a greater professionalization of political communication.*" (Negrine/Lilleker, 2002: 315). Når mange forskere og studerende i medievidenskaberne alligevel tror det, mener Negrine, det skyldes, at de fokuserer for meget på politikernes praktiske færdigheder og undlader at analysere selve niveauet af de færdigheder, der tages i brug på et bestemt tidspunkt i mediehistorien. Dette niveau vil nemlig altid tilpasse sig udviklingen i teknologi og mangfoldighed, som medierne har været igennem det seneste århundrede. (Negrine/Lilleker, 2002: 311).

Det forklarer, hvorfor jeg alligevel har kunnet se en forandring i den politiske kommunikation gennem den postmoderne fase. I de tre undersøgte valgkampe har det gennemgående tema centreret sig om en magtfuld borgmester, men gennem tematiseringen ændrer politikerne sig fra en samlet fløj til fløje af vindere og tabere, som får deres spidskandidaters person mere og mere frem i mediernes rampelys, når valgkampen kulminerer i lokalavisen. Mens de basale færdigheder, kandidaterne bruger for at komme i kontakt med avisen, altså ikke forandrer sig betydeligt, sker forandringerne i avisens indhold, når den tager politikernes kommunikation under behandling.

5.2.1 At levere varen - delvist

I min afhandling argumenterer jeg via Norris' tre faser for, at de indholdsmæssige forandringer hænger sammen med en øget markedsføringsstrategi i den postmoderne fase. På sin vis dokumenterer det en forandring i kandidaternes færdigheder, hvilket jeg dog tilskriver den niveaumæssige forskel, som er beskrevet ovenfor. I et årti med stadig større fokus på den individuelle forbruger og flere specialtilpassede reklamespots, er det kun naturligt, at markedsføringsstrategien og dens metoder også finder vej til politikken, som skal sælges til vælgerne. Det har Vigsø påvist ved at betragte politik som et marked og gøre agenda-setting til hovedessens i den politiske kommunikation. Som sagt sker det, uden de grundlæggende metoder for kontakt til lokalavisen ændres radikalt. Det afgørende spørgsmål må derimod være, om markedsføringsstrategien kan give demokratisk bagslag?

Da de postmoderne tendenser for alvor slår igennem i Roskilde i 2005, siger Bjørn Dahl klart og tydeligt til DAGBLADET Roskilde: Jeg har leveret varen. Fra den anden fløj kalder Poul Lindor

Nielsen sig selv en bondeknold. Ingen af de to artikler bliver suppleret med en grundig uddybning af den politik, der ligger bag disse personlige udsagn, hvorfor de begge står til åben fortolkning for politiske forbundsfæller og modstandere blandt læserne. Og det kan faktisk være et problem for demokratiet, fordi de to kandidaters konkrete politik ikke kommer sammenhængende ud til vælgerkorpset i Roskilde. Deres politiske budskab rammer derved kun den del af læserne, der er stand til at sammenkoble tidligere tiders politik med kandidaternes opfattelse af dem selv i den konkrete situation i timerne efter valgresultatets offentliggørelse. Kandidaterne bliver en slags følelsesmæssige påklædningsdukker, som læserne kan klæde på med en politik, som de vælger til eller fra. Derfor resulterer de mange individuelle påklædninger næppe i den samme politiske konklusion. Samlet set betyder det et ringere stillet demokrati, fordi læserne, som potentielle vælgere og deltagere i demokratiet, ikke går ind til den nye valgperiode på de samme faktuelle grundvilkår. Deres personlige politiske påklædning af kandidaterne leder til en fortolkning farvet af sympati for den ene eller anden kandidat, hvilket ikke klæder dem særligt godt på som deltagere til den samfundsfaglige debat i Roskilde, der er grundlaget for det næste demokratiske valg.

Et modargument her vil være, at begge kandidater allerede har offentliggjort en mere konkret politik på et tidligere tidspunkt i valgkampen. Men da denne politik er opstået som følge af en løbende konkurrence mellem de emner, der har været på agendaen i Roskilde, har al den politiske omtale næppe været samlet på én bestemt dag på én bestemt side i avisen. Læserne har derfor løbende måttet orientere sig over flere dage i DAGBLADET eller andre lokalmedier, men alle ud fra deres individuelle behov og verdensbillede, der igen fortolkes individuelt i hver læsers kontekst. Det gavner ikke de omtalte artikler, da det bringer problematikken tilbage til læsernes personlige fortolkninger. Derudover har min analyse vist, at den konkrete politik ikke er blevet behandlet ret meget i avisen i min undersøgelsesperiode ved valgets kulmination, så hvis læserne skal forholde sig til den, når de sætter krydset, kræver det, at de tænker i et større perspektiv end de seneste udgaver af DAGBLADET.

På den anden side kan den meget åbne mulighed for politisk fortolkning blive en demokratisk fordel for borgerne, der får den lokalpolitiske debat tæt ind på livet. DAGBLADET's position som den eneste daglige avis gør det jo muligt at sætte en agenda i området uden monopol på en bestemt partipolitik. Samtidig er avisen kun overgået af fjernsynet som den mest benyttede informationskilde til de daglige nyheder og information omkring en valgkamp, hvilket åbner muligheden for adgang til en større målgruppe, der ikke føler sig bundet af avisens partipolitiske historie.

Alligevel har DAGBLADET et tydeligt problem i forhold til læserne, der føler de mangler lokalstof i avisen, og dermed falder oplagstallene markant. Som jeg har beskrevet tidligere, mener blandt andre Brink Lund, at løsningen er at tage mere hensyn til lokal identifikation og nærhed, hvis lokalavisen skal overleve økonomisk, hvilket er nøjagtigt, hvad journalisten har valgt at gøre ved at lade kandidaternes meget personlige 'varelevering' og 'bondeknold' stå centralt i artiklerne. Men uden en fasttømret målgruppe af kernelæsere, må det nødvendigvis gøres med en identifikation, der kan ramme alle lige godt – eller lige dårligt – med en enkelt og central citeret linie.

5.2.2 I temaets bureaukrati

De enkle citerede linier opstår ofte i forlængelse af de temaer, Altheide mener, fungerer som miniframes. I mit speciale har jeg beskrevet, hvordan disse netop findes i forbindelse med mediedækningen af en valgkamp. Som eksempel brugte Altheide temaerne 'underdog' og 'David og Goliath', der kunne ligge under framen 'valgkampen er den lilles sejr' for at tydeliggøre, hvordan den lille kandidat med udholdenhed og snedighed vinder over den store mod alle odds. Når Bjørn Dahl leverer varen, og Poul Lindor Nielsen er en bondeknold, er det udtryk for en tilsvarende miniframe, hvor den lille, beskedne mand fra landet, overraskende vinder over den store, sejr sikre bykonge. På samme måde blev Socialdemokratiet dømt til at være taber i 2001, mens den borgerlige fløj fik rollen som det friske og meget tiltrængte pust i Roskildes lokalpolitik. Tilbage i 1997 så rollefordelingen lidt anderledes ud med alle de rutinerede politikere i samlet flok mod Dansk Folkeparti, men ikke desto mindre viste temaet i alle artiklerne en kamp, som kunne miniframes som 'de gode mod det onde' under den overordnede frame 'valgkamp er al magt til sejrherren'.

Fordelen med at ramme denne, for journalisten ubevidste tematisering, er, at læseren hurtigt kan skabe sit eget overblik over, hvem der er værd at holde med – den gode eller den onde. Hvem der er hvem, vil naturligvis variere efter læserens politiske overbevisning og erfaring fra vedkommendes omverden. Eksempelvis lægger dækningen fra 1997 op til en tolkning med Dansk Folkeparti, som et ondt parti, når nu alle vil udelukke det, men det modsatte med Dansk Folkeparti, som bliver mobbet ud af det fine, men ondsindede, selskab kan også være en mulig tolkning. På den baggrund har journalisten gode muligheder for at arbejde med identifikationskriteriet i sine valgartikler, hvilket appellerer til læseren og unægtelig er noget nemmere at gå til end en tør valgstatistik.

Desværre er der også en ulempe forbundet med den kategorisering af personerne, som opstår, når et tema fungerer som miniframe. Fordi miniframen, ligesom alle temaer, opstår ubevidst i journalistens arbejde, betyder det, at den ikke bare kan vælges til og fra, hvis den først er opstået. Med

andre ord bliver de personlige udtryk, kandidaten kommer ud med til journalisten i sin markedsføring af sig selv, sat fast i den tematisering, der allerede er skabt omkring kandidaten. Bjørn Dahls tema som en stærk leder, der har 'leveret varen' passer altså godt til at stå over for den mere beskedne og smule naive 'bondeknold' fra Ramsø, som Poul Lindor Nielsens tema fungerer i. Her behøver virkeligheden ikke stå i vejen for temaet, da 'varen' aldrig bliver specificeret som andet end de gamle floskler om bredt samarbejde, og 'bondeknolden' faktisk har mange års erfaring som borgmester. Det kan journalisten med rimelighed forvente, at de fleste læsere allerede er klar over. Men hvad nu hvis tematiseringen bider sig så meget fast på de emner, der skal danne en ny agenda, at kandidaterne bliver ude af stand til at optræde nyskabende i avisen på grund af det fastlåste image, temaet har skabt for dem? Hvis Dansk Folkeparti per definition er onde, Socialdemokraterne er nogle tabere og den konkrete politik forsvinder i valgkampens kulmination, er avisen tilbage til et bureaukrati, som ligner partipressens. Blot med tematiseringen som erstatning for partifarvens betydning for, hvem der udtaler sig om hvad. Tilstanden bekræfter sociologen Niklas Luhmanns teori om, at identiteten kun kan opstå i massemedierne som følge af konfirmering og generalisering. *"That which is identified is transferred into a schema or associated with a familiar schema. It is marked and thereby confirmed, such that it is able to retain the same meaning for other uses in other situations."* (Luhmann, 2000: 36-37). En udvikling, der næppe gavner den demokratiske debat i Roskilde.

Måske var det frygten for dette, der fik de engelske journalister til at ændre drastisk på valgdækningens gamle vaner i begyndelsen af den postmoderne fase. I 1992 fandt de det svært at imødekomme den på det tidspunkt nye markedsføringsstrategi, som kandidaterne forventede dækning af, samtidig med, at læserne forventede en upartisk politisk linie fra avisen. Resultatet blev, at nogle aviser åbenlyst erkendte deres sympati for den ene politiske fløj, mens andre gjorde et stort nummer ud af at dække begge fløje ligeligt. Det sidste medførte både en nøjagtig opmåling af millimeter spalteplass, såvel som tilbud til kandidaterne om fri udnyttelse af spalteplass uden journalistisk indblanding (Franlin/Parry, 1998: 212).

Så vidt er det endnu ikke kommet i de hjemlige omgivelser, men da den postmoderne fase først lige har taget sin begyndelse i Danmark, er det ikke umuligt, at journalisterne også her må til at redefinere deres syn på dækningen af en valgkamp.

5.2.3 Fremtidens fjerde fase

I forhold til kontakten med lokalaviserne er der tale om justeringer gennem de tre forskellige faser i den politiske kommunikation, da kandidaternes metoder til at bruge avisen i en valgkamp som sagt ikke har forandret sig nævneværdigt. Til gengæld er nye metoder opstået med den postmoderne fases teknologiske udvikling mod elektroniske postlister og diskussionsforums på Internettet, hvilket kan bringe den politiske kommunikation tilbage til den direkte dialog mellem kandidater og vælgere.

På den baggrund kan jeg forestille mig en fjerde og fremtidig fase i den politiske kommunikation, hvor valgkampen er forsvundet helt fra avisen og i stedet foregår udelukkende på Internettet. Her kan vælgerne frit klikke sig rundt på de forskellige kandidaternes profiler og chatte med dem i åbne forums, hvis de har lyst. På den måde undgås, de begrænsninger, aviserne har set sig nødsaget til at pålægge sig selv i England i begyndelsen af den postmoderne fase. Den engelske model tager skridtet fra nyhedsformidler til opinionspresse igen, men i modsætning til for to hundrede år siden sker det denne gang uden journalisternes indblanding eller samtykke, da mange af dem føler deres pressefrihed angrebet.

Naturligvis får borgerne direkte adgang til de politikere, de vælger til at varetage demokratiet i deres sted, hvilket på papiret ligner demokrati i sin rene form. Men det er det ikke. Min analyse har vist, at en stor del af at være lokalpolitiker, drejer sig om at få magten med borgmesterposten, hvilket ikke får politikerne til at handle efter fællesskabets – og dermed demokratiets – bedste. Derfor vil den fjerde fases agenda-setting i høj grad komme til at foregå på politikernes personlige præmisser uden øje for den politiske helhed. Vigsø mener, at den politiske kommunikation i den tredje og postmoderne fase hovedsageligt består af agenda-setting, men hvis den politiske kommunikation flytter væk fra pressen, er det sandsynligt, at agendaen flytter med. Derfor kræver denne fjerde fase et ualmindelig kritisk vælgerkorps, der på journalistisk manér tager stilling til kandidaternes løfter og ikke blot lader sig spise af med floskler og personlig markedsføringspolitik.

5.2.4 Undgå den fjerde fase

Min analyse har påvist en reel fare for, at både journalister og kandidater i den postmoderne fase forveksler demokratisk dialog og nærhed med blotlægning af personligheden. For nok gør kandidaterne, alt hvad de kan, for at markedsføre deres politik gennem deres personlighed, men avisen bærer også sin del af skylden ved at bruge denne personlighed til at markedsføre sig med den identifikation og nærhed, som de svigtende læsere tilsyneladende tørster efter. Derfor bliver kandidaterne

til personlige roller mere end politikere i medierne, hvilket tematiseringen af DAGBLADET beviser. Men hvordan skal denne gennemgående tematisering gribes an, så den ikke ender med at udvande politikken og flytte den politiske kommunikation ind i dette dystopi af en fjerde fase? På en travl redaktionel hverdag er der næppe tid til lingvistiske analyser med det blotte formål at lade journalistens funktionelle grammatik afsløre hans eller hendes temaer.

Rasmus Jønsson og Ole Larsen beskriver i stedet en række udfordringer, som de mener, politikere, medier og vælgere bør tage op, hvis markedsføringsstrategien ikke skal ende med en tom skal af politik, der er designet ved blindt at følge den aktuelle folkestemning. For det første skal politikere lære at bruge den personlige markedsføring som et professionelt redskab, hvilket vil sige, at der skal være etiske og moralske grænser for brugen. Derudover skal de droppe de hurtige citatlinier til medierne og komme frem med hele nuancen i politikken. For det andet skal medierne lære ikke at lade sig forblinde af lovningen på solohistorier foran konkurrenterne, men i stedet være kritiske over for de vinkler, citater og konflikthistorier, som kandidaterne og en eventuel spindoktor lægger frem. De skal kunne se motivet og beskrive hele nuancen. For det tredje skal vælgerne lære, at politik er en kompleks sag og ikke et tag-selv-bord, hvor der kan vælges til og fra. De skal kræve at få et helhedsorienteret perspektiv fra politikere og medier, hvorfor en vis kompetence til at gennemskue mediernes arbejde med den politiske kommunikation også er påkrævet (Jønsson/Larsen, 2002: 185-187).

På baggrund af min analyse kan jeg kun tilslutte mig disse udfordringer. Jeg er enig i, at det politiske helhedsindtryk med alle fordele, ulemper og nuancer bør være offentligt tilgængeligt i både lokale og nationale valgkampe. Og hvis det skal ske i pressen i stedet for i forums på Internettet uden journalistisk research og baggrundsviden, kræver det, at pressen lever op til sit ansvar som seriøs formidler af den offentlige agenda.

Derfor mener jeg, at første skridt mod helheden og ud af den fastlåste tematisering sker ved, at journalister og kandidater holder op med at bruge valgkampen på at fastholde hinanden i et rollespil, hvor kandidaterne forventes at tage stilling til de mest alvorlige (lokale) samfundsproblemer i samme tempo, som journalisten skal levere nyheder til den daglige deadline. Medieforskning har vist, at det sjældent bringer konkrete resultater til læserne alligevel. *"In the case of certain issues, government commissions are appointed, investigations are conducted, and reports are published and publicized at news conferences, but actual behaviour change does not occur"* (Dearing/Rogers, 1996: 82). Der er derimod brug for tid til eftertanke hos kandidaterne, inden de bliver afkrævet et svar i medierne. I modsat fald bliver resultatet politiske hovsaløsninger, der hastes igennem med en

sjusket behandling. Noget som medlem af Folketingets retsudvalg, Birthe Rønn Hornbeck, tager kraftigt afstand fra: ”*Presset af en formodet folkestemning og journalisternes mani for enkelthistorier drives regering og Folketing til panikagtige initiativer. Særlove og hovsalove er blevet politikernes svar på mediernes jagt på enkeltsager.*” (Rønn Hornbeck, 1997: 9-10). Journalisterne bør derimod bruge den kostbare tid til at blive mere bevidste om deres sprogbrug. Alle journalister ved, at ekstra opmærksomhed på ordvalget i artiklerne er givet godt ud – også op til deadline. Men min undersøgelse har vist, at et ekstra blik på den funktionelle grammatik også kan betale sig nu og da, ligesom en konsekvent øget personificering i samtlige artikler ikke nødvendigvis giver en substans, læserne ønsker at betale for.

Mediedækningen former borgernes holdning til personerne bag den politiske agenda, og hvis en kraftig tematisering resulterer i, at de politiske personligheder alene bliver afgørende for vælgernes kryds, så forsvinder helheden for alvor i politikken. Så mens journalisten giver sig tid til at tænke over grammatikkens funktion, kan redaktøren overveje, om avisen ikke kunne vinde noget af det tabte terræn tilbage ved at satse mindre på at lefle for læseren med politikernes person og i stedet grave i hans eller hendes politik. Det er muligt, at politikken i sig selv ikke sælger aviser, men det gør den ensidede tematiseringen mod politikernes personer åbenbart heller ikke. Nærhed skal være i politikken, ikke i personen. Selvom identifikation i spalterne kan være med til at fastholde læserne, bør de også kunne hente brugbar information om deres lokale område, hvilket lokalavisen er og bliver det oplagte forum til. I modsat fald bør den slet ikke have status som avis, men i stedet fungere som et underholdningsmagasin med lokale personligheder i hovedrollerne. Et produkt som ikke synes helt umuligt at afsætte, så længe det også bliver markedsført som et sådan og ikke som den avis, der tydeligvis sætter andre forventninger i læsernes hoveder, som ikke opfyldes på nuværende tidspunkt, hvis man ser på oplagstallene. I den lokale avis bør man derfor kunne finde professionelt journalistisk arbejde og ikke blot en gengivelse af politikernes markedsførte personlighed eller udsagn, der lige så godt kunne have stået i et forum på Internettet. For hvor kritiske briller Internettets vælgerkorps end vælger at iføre sig i den fjerde fase, vil det aldrig kunne erstatte en professionel journalists skarpe blik. Og det er det blik, der er værd at give penge for. I modsætning til kandidaterne, så kan og bør journalisterne nemlig udvikle deres professionalisme hver eneste dag med et skarpt øje på sprog og grammatik og et blik for nuancerne i den politiske helhed.

Kapitel 6: Formalia

6.1 Litteraturliste

DAGBLADET, Roskilde

Den 17. – 19. november 1997 (begge dage inklusive)

Den 19. – 21. november 2001 (begge dage inklusive)

Den 14. – 16. november 2005 (begge dage inklusive)

DAGBLADET/Frederiksborg Amts Avis: *En medievirksomhed i udvikling.*

DAGBLADET A/S – Årsrapport 2005

Formålsparagraf i vedtægterne for ”Udgiverselskabet DAGBLADET af 27.11.1962 A/S”

Dansk Oplagskontrol www.do.dk

Forsidefoto: www.dagbladetonline.dk / Hans-Jørgen Johansen

Metodelitteratur

Andersen, Vilmer/Gamdrup, Peter, *Om problemformulering og projektarbejde.* s. 33-42,

Andersen, Heine (red.), *Videnskabsteori og metodelære. Bind I Introduktion.*

Samfundslitteratur (1994)

Arnoldi, Jakob, *Medieanalyse og Niklas Luhmanns systemteori.* Kap. 12, s. 255-273,

Järvinen, Margaretha/Mik-Meyer, Nanna, (red.) *Kvalitative metoder i et interaktionistisk perspektiv.*

Hans Reitzels Forlag (2005)

Hansen, Anders, m.fl. (ed.), *Mass Communication Research Methods.* Chap. 4+5, pp. 66-130,

Macmillan Press Ltd, London (1998)

Hellspång, Lennart/Ledin, Per, *Vägar genom texten. Handbok i brukstextanalys.*

Studentlitteratur (1997)

Järvinen, Margaretha/Mik-Meyer, Nanna, (red.) *Kvalitative metoder i et interaktionistisk perspektiv.*

Indledning, s. 9-22,

Hans Reitzels Forlag (2005)

Jensen, Leif Becker, *Indføring i tekstanalyse.*

Roskilde Universitetsforlag (1997)

Jensen, Klaus Bruhn., *The complementary of qualitative and quantitative methodologies in media and communication research.* Chap. 15, pp. 254-272,

Jensen, Klaus Bruhn. (ed.) *A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and Quantitative Methodologies.*

Routledge (2002)

Meilby, Mogens, *Journalistikkens grundtrin: fra idé til artikel,*

Ajour, Århus (1997)

Primærlitteratur

- Altheide, David L., *Qualitative Media Analysis*.
Sage Publications, Inc., Thousand Oaks, CA. (1996)
- Dearing, James W./Rogers, Everett M., *Agenda-setting*.
Sage Publications Inc., Thousand Oaks, CA. (1996)
- Dearing, James W./Rogers, Everett M., *Agenda-setting research: Where has it been, where is it going?*
Graber, Doris A. (ed.), *Media power in politics*.
CQ Press (2000)
- Fishman, Mark, *Manufacturing the News*.
University of Texas Press (1980)
- Franklin, Bob /Murphy, David, *Introduction: Local News in a Cold Climate*, pp. 1-3,
Changing Times: Local newspapers, technology and markets. Chap. 1, pp. 7-23,
Franklin, Bob/Murphy, David (ed.), *Making the Local News: Local Journalism in Context*.
Routledge, London (1998)
- Franklin, Bob/Parry, Jon, *Old Habits Die Hard: Journalism's changing professional commitments and local newspaper reporting of the 1997 general election*. Chap. 16, pp. 209-227,
Franklin, Bob/Murphy, David (ed.), *Making the Local News: Local Journalism in Context*.
Routledge, London (1998)
- Franklin, Bob/Richardson, John, *A Journalist's Duty? Continuity and change in local newspaper reporting of recent general elections*.
Journalism Studies vol. 3, Issue 1, pp. 35-52 (2002)
- Glover Mike, *Looking at the World through the Eyes of ...: Reporting the 'local' in daily, weekly and Sunday local newspapers*. Chap. 9, pp. 117-124,
Franklin, Bob/Murphy, David (ed.), *Making the Local News: Local Journalism in Context*.
Routledge, London (1998)
- Habermas, Jürgen, *The Public Sphere: An Encyclopedia Article*.
New German Critique vol.3, pp. 49-55
- Halliday, M.A.K., *An introduction to Functional Grammar. Second Edition*.
Arnold (1994)
- Hallin, Daniel C./Mancini, Paolo, *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*.
Cambridge University Press, Cambridge (2004)
- Hornbech, Birthe Rønn, *Så gik der politik i det ... Folketinget under anklage*
Gyldendal (1997)
- Horst, M/Pedersen O.K., *Den selvstændige journalistik. Udvikling af den politiske journalistik fra 1958 til 1998*. s. 145-168,
Pedersen, O.K. m.fl. (red.) *Politisk journalistik*.
Ajour (2000)

- Jønsson, Rasmus/Larsen Ole, *Professionel kommunikation. Et studie i 20 dages valgkamp*. Akademisk Forlag (2002)
- Jønsson, Rasmus, *En analyse af de nye tendenser i den kommunale valgkamp 2005*. Notat udarbejdet for Ugebrevet A4, www.ugebreveta4.dk (oktober 2005)
- Jønsson, Rasmus, *Lokalt demokrati og politisk kommunikation*. Kap. 3, s. 43-52, Pedersen, Karsten m.fl., *Offentlig kommunikation i spagat*. Handelshøjskolens Forlag (2006)
- Katz, Per B./Poulsen, Henrik, *Fokus. En grundbog i film, tv og video*. Gyldendal Undervisning (1997)
- Luhmann, Niklas, *The Reality of the Mass Media* Polity Press (2000)
- Lund, Anker Brink, *De journalistiske fødekæder*. Kap. 8, s. 143-152, Lund, Anker Brink (red.) *Først med det sidste*. Ajour (2000)
- Lund, Anker Brink/Larsen, Niels Chr./Lyngbye, Lise, *Lokaljournalistik på Fyens Stiftstidende: Tættere på – og mere, tak. En analyse af nuværende forhold og et idékatalog til fortsatte forbedringer*. Forskningsprojekt på Institut for Journalistik, Syddansk Universitet, Odense (2000)
- McCombs, Maxwell E./Shaw, Donald L. *The Agenda-Setting Function of the Mass Media*. The Public Opinion Quarterly, vol. 36, Issue 2, pp. 176-187 (1972)
- Negrine, Ralph, *The Role of the UK Local Press in the Local Constituency Campaign*. Journalism Studies, vol. 6, Issue 1, pp. 103-115 (2005)
- Negrine, Ralph/Lilleker, Darren G. *The Professionalization of Political Communication*. European Journal of Communication, vol. 73, Issue3, pp. 305-323 (2002)
- Norris, Pippa A *Virtuous Circle. Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge University Press (2000)
- Nygren, Gunnar, *Lokaljournalistiken och den lokala demokratin*. Kap. 12, s. 297-316, Nord, Lars/Strömbäck, Jesper (red.) *Medierna och demokratin*. Studentlitteratur (2004)
- Phillips, Louise/Schrøder Kim, *Diskursanalytisk tekstanalyse*. Kap. 13, s. 275-302, Järvinen, Margaretha/Mik-Meyer, Nanna, (red.) *Kvalitative metoder i et interaktionistisk perspektiv*. Hans Reitzels Forlag (2005)
- Phillips, Louise/Schrøder Kim, *Sådan taler medier og borgere om politik: En diskursanalytisk undersøgelse af politik i det medialiserede samfund*. Aarhus Universitetsforlag (2004)
- Preisler, Bent, *A Handbook of English Grammar on Functional Principles*. Aarhus University Press (1992)

Scheufele, Dietram A. *Framing as a Theory of Media Effects*.
Journal of Communication, pp. 103-122 (Winter 1999)

Tuchmann, Gaye, *Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notion of Objectivity*,
American Journal of Sociology, Vol. 77, Issue 4, pp. 660-679 (1972)

Tuchmann, Gaye, *News as a frame*, Chap 1, pp. 1-14,
Tuchmann, Gaye, *Making News, The Free Press*. The Free Press (1978)

Vigsø, Orla, *Valretorik i text og bild*.
Nordiska Spåk vid Uppsala Universitetet (2004)

Sekundærlitteratur

Denver, Daniel m.fl. *Constituency Campaigning in the 2001 General Election, Summary of research result*.

ESRC project, 19th (April 2004), www.regard.ac.uk/research_findings/R000239396/summary.pdf

Harcup, Tony, *There is no Alternative: the demise of the alternative local newspaper*. Chap. 8, pp. 105-116,

Franklin, Bob/Murphy, David (ed.), *Making the Local News: Local Journalism in Context*.
Routledge, London (1998)

Harrison, Shirley, *The Local Government Agenda: News from the town hall*. Chap. 12, pp. 157-169,
Franklin, Bob/Murphy, David (ed.), *Making the Local News: Local Journalism in Context*.
Routledge, London (1998)

Hjarvard, Stig, *Nærhedens nyheder*, kap. 4, s. 131-161,

Bruun, Hanne/ Frandsen, Kirsten/ Søndergaard, Henrik (red.), *TV 2 på skærmen. Analyser af TV 2's programvirksomhed*.

Samfundslitteratur (2000)

Mathiesen, Sofie Rønde/Juul, Mathilde Moyell, *Madrid-bomberne 11/3/2004 – en europæisk diskurs?*

Specialeafhandling fra Roskilde Universitetscenter (2006)

McNair, Brian, *An Introduction to Political Communication*.
Routledge (2003)

Negrine, Ralph/Stanyer, James, *The Political Communication Reader*, Texts 8, 17, 22, 29, 31, 32, 43 + introductions
Routledge (2007)

Skov-Larsen, Kristian Serge, *Den journalistiske dækning af toppolitikere på turne*.
Journalistica, Nummer 3, s. 87-107 (2006)

6.2 English Summary

This dissertation investigates the content of articles written in DAGBLADET Roskilde during the local electoral campaign in 1997, 2001 and 2005 at the three days before, in and after the election. The purpose of the investigation is to substantiate which major themes are implied in the texts and subsequently outline the democratic consequences of the thematization, related to the readers of DAGBLADET.

In Danish context the time of investigation is part of what Pippa Norris defines as ‘the postmodern phase’ in political communication. Among other things, this phase involves a constant electoral campaign, including additional campaign-politics, agenda-setting and special focus on obliging the wishes of the electorate.

Through Daniel Hallin and Paolo Mancini’s media-cultural studies I define DAGBLADET as a relic from the party press, possessing a vertical process of communication in which citizens and politicians debate on equal terms in the newspaper. I also describe thematization according to David Altheide’s equivocal definition; as a typical thesis or a miniframe of which the typical thesis is crucial to my analysis. My qualitative analysis of the articles is of an inductive nature and focuses upon the functional grammar of the texts, primarily according to Lennart Hellspång and Per Ledin’s model of linguistic textual analysis.

The conclusion is that the discovered themes are classified as follows; security (1997), renewal (2001) and insecure future (2005), including an increasing focus on the two contending candidates for the job as burgomaster, their personality and the power of the electorate. Democratically speaking, this has both advantages and disadvantages. Barriers are broken down between politicians and the readers of DAGBLADET, as the politicians emphasize the importance of communicating with closeness and personality. But not all voters among the readers of DAGBLADET are necessarily comfortable with the much increased personal focus. Partly, because it might seem unprofessional in the eyes of a readership without much knowledge of the current media-strategy, and partly because there is a risk that personalization of the politicians will stand in the way of the political entirety. Personal thematization is possibly stuck with the politicians, which is good to the closeness and campaign-politics, but rubbish to the newspaper’s forum of debate, which will be undermined by the readers’ sympathy or antipathy for the individual politicians.

6.3 Kronik

Følgende tekst kan trykkes som en kronik til debatsiderne i "Berlingske Magasin".

Har du talt med din lokalpolitiker i dag?

Vor tids politikere stræber efter nærhed med vælgerne i et omfang, der sætter personen over politikken. En farlig medieleg, der bør stoppes, mens den endnu er god.

Af Line Frederiksen

Sidder du også med en fornemmelse af, at valgkampen handler mere om politikernes privatliv, glamour og personlige slips end egentlig politik? Så har du fuldstændig ret. Politikernes kontakt med vælgerne, sker oftest gennem massemediernes brogede blanding af tekst, lyd og billeder, hvilket stiller store krav til den enkelte politikers kommunikationsevner. Derfor har en ny strategi også haft held til at bryde igennem den brogede masse af de mange politikermunde.

Strategien handler om marketing og målgrupper. Politik er blevet til et marked i den bedste reklamestil, hvor politikerne afsætter deres ord og løfter til en kundegruppe bestående af vælgere, der er nøje udvalgte som modtagelige for netop denne politikers budskaber. Samtidig sørger mediernes konstante overvågning for, at en politiker ikke bare er en politiker. Nej, en politiker er en kandidat på vej til valg, og derfor må han eller hun altid opføre sig som sådan – uanset om valget er tre år eller to måneder fra at blive udskrevet.

Jeg har skrevet speciale om DAGBLADET Roskildes behandling af de stridende kandidater til borgmesterposten i Roskilde. Mine undersøgelser fra kommunalvalget i 1997, 2001 og 2005 viste en stigende tendens i artiklerne til at sætte kandidaternes personer i fokus på bekostning af politikken.

I det lokalpolitiske miljø trives følelsen af fællesskab og nærhed allerbedst, især når fremtiden truer i form af ukendte udfordringer med en ny kommunalstruktur. Her har politikere og borgere let ved at tale sammen, politikerne kan opbygge og bruge lokale netværk blandt borgerne og de lokale medier kan fungere som et fælles politisk debatforum for begge parter. På de præmisser er flere solgte aviser vejen til en styrkelse af den lokale debat, og hvis man skal tro på mediemoden, kan en personlig fortælling om politikeren snildt medvirke til det. Samtidig med at politikernes og borger-

nes empati over for hinanden bliver større ved blottelse af politikersjælen. Derfor skulle man tro, at politikernes personlige fortællinger ville ende med at styrke det lokale demokrati. Men nej. Desværre trænger virkeligheden sig på. Resultaterne fra mine undersøgelser viser, at nærhed i sig selv ikke kan rette op på faldende oplagstal, og at politik ikke bliver mere demokratisk tilsat ekstra nærhed. Uanset hvor tæt vi som avislæsere og potentielle vælgere kommer på kandidaterne, drejer det sig for dem stadig kun om én ting: at erobre borgmesterposten. En post, der er nøglen til magten – uanset indpakning af valgkampen. Og jagten på magten får ikke en kandidat til borgmesterposten til at handle i fællesskabets og dermed demokratiets bedste, tværtimod.

Løven mod bondeknolden

Scene 1: DAGBLADET efter valget 1997: Henrik Christiansen (S) sidder solidt i sin stol på borgmesterkontoret. Han er rolig, for han ved, at kollegaerne fra alle partier i byrådet bakker ham op, så samarbejdet kan fortsætte som det har gjort ... længe. Måske med en enkelt undtagelse fra det nyankomne medlem af Dansk Folkeparti. Men i fællesskab skal byrødderne nok komme af med ham igen, for det passer jo slet ikke til Roskilde med sådan et parti, der vil skade det gode samarbejde.

Scene 2: DAGBLADET efter valget 2001: Endelig har Roskilde fået en ny borgmester. Efter næsten et kvart århundrede og en fejlslagen valgkamp må socialdemokraterne bide i græsset, for vindene blæser mod et friskt borgerligt pust. Bjørn Dahl (V) og Carsten Wickmann (C) gnubber skuldre, for de vil begge gerne være ny borgmester. Men kollegaerne i byrådet må naturligvis tages med på råd, selvom Bjørn Dahl ser ud til at tage føringen.

Scene 3: DAGBLADET efter valget 2005: Kampen har været hård, men retfærdig. Venstre-løven Bjørn Dahl har vogtet over borgmesterkontoret i fire år. Og gjort det ganske godt, hvis han selv skal sige det. Derfor er skuffelsen stor, da vælgerne vender sig imod ham og i stedet peger på Poul Lindor Nielsen (S), der til gengæld er helt overvældet af sin sejr. Han er jo vant til kun at bære kæden til ære for sin lille Ramsø kommune.

Ovenstående scenarier illustrerer DAGBLADET Roskildes dækning af borgmesterkandidaterne i de tre valg. Fælles for dem er, at kandidaterne anstrenger sig for at være tætte på vælgerne, i mental, men efterhånden også fysisk forstand. Når trygheden med den stabile byfader forsvinder i 1997, og kommunesammenlægningen truer forude, sætter journalisterne vælgerne magt meget mere i fokus. Det betyder, at kandidaterne gerne møder vælgerne (og journalisterne) på torvet lørdag formiddag med favnen fuld af godter, store smil og personlighed, men uden ret meget konkret politik.

Udviklingen i Roskilde følger en stadigt stigende tendens fra det sidste årti. Væk er den svundne tid, hvor hver eneste provinsby kunne bryste sig af fire daglige aviser; en for hvert parti, og hvor græsrodderne stod klar som tro støtter omkring *deres* politiker, når de med største selvfølgelighed kandiderede til titlen som borgmester. Væk er den tid, hvor alle borgere i Danmark, fulde af ærefrygt, indtog deres pladser foran hjemmets allerførste fjernsyn for at følge en valgkampen på landsdækkende tv intenst i de få uger den foregik. I dag er politikerne tilbage på gaden blandt vælgerne, men uden partipressen og græsrodderne i ryggen. Til gengæld er de godt stivet af med et nypudset menneskeligt image i den konstant kørende valgkamp.

De imagebevidste handlinger kulminerer i Roskilde i 2005 med kampen mellem den kampstærke og sejsikre Venstre-løve Bjørn Dahl og Poul Lindor Nielsen, der står med borgmesterkæden og fødderne solidt plantet i mulden fra Ramsø kommune, som snart skulle blive en del af det mægtige Roskilde. Ganske langsomt, og lige så sikkert, forvandler de to ledende politikere sig til fastlåste roller, hvor udsagn som 'jeg har leveret varen' og den selvironiske betegnelse 'bondeknold' er det, der får plads i lokalavisen dagen efter valget. Som et punktum for en personlig fortælling uden politisk indhold.

Pas på helheden

Både kandidaterne og DAGBLADET bærer ansvaret for den manglende politiske substans. Begge er de alt for ivrige i deres bestræbelser på at nå helt ud til henholdsvis vælgere og læsere for at undgå politikerlede og katastrofale oplagstal. Blotlæggelse af kandidatens personlighed og følelser skal skabe identifikation og sympati hos læseren. Resultatet bliver et alt for fastlåst og gennemgående rollespil, hvor kandidaterne virker desperate, og i værste fald ynkelige, i deres forsøg på at tale direkte til avislæsere og vælgere for at stå dem så nær, så nær.

For tiden svirrer valgrygterne på Christiansborgs gange. Derfor er det også på sin plads at slå et slag for Danmarks journalisters kritiske sans og evne til at analysere og fastholde fokus på helhed og substans i politikken. Der er ingen grund til at tro, at Roskildes lokalpolitikere er de eneste, der er klar til at udnytte mediernes jagt på nærhed og identifikationen hos læserne.

Dermed ikke sagt, at det skal være aldeles forbudt for journalisterne at beskrive mennesket bag politikken. Ingen kan være tjent med politikere, der opfører sig som programmerede robotter uden følelse med menneskerne i det omgivne samfund. Men det menneskelige aspekt må aldrig tage overhånd i en grad, der forvandler kandidaterne til underholdningsmarionetter, som hører bedre hjemme i et farvestrålende magasin end i et seriøst dagblad. Aviserne bør tage sig selv meget mere

seriøst som et forum, der skal ruste læserne til den politiske debat. Hvis det ikke sker, risikerer vi, at politikken rykker helt ud af avisspalterne og ind i Internettets jungle af personlige hjemmesider og målgruppestyrede chatforums, hvor kandidaterne kan boltre sig frit uden for rækkevidde af journalisters kritiske pen. Tilbage i lokalsamfundet vil det medføre en ringe politisk kontakt til de trofaste avislæsere, der med et eksamensbevis af ældre dato hverken mestrer Internet eller kommunikationsstrategier til UG, men som til gengæld møder politikernes personlighedsblottelse med en sund skepsis. Her er vælgere, der gerne vil tale med politikerne og lære dem at kende uden for den tidligere så centrale fjernsynsskærm, men de har ikke spor travlt med at blive en del af en marketingsstrategi, der stryger dem så meget med hårene, at de ender med at miste lysten til at give penge for den lokale avis. Hvis journalisterne ikke indser det i tide, ender de med at save den gren af, de har siddet solidt på i lokalavisens hundredårige debathistorie. Og endnu værre – de bliver også skyld i et stort tab af værdifuldt vælgerpotentiale. Rigtig god valgkamp!