



**Roskilde
University**

Valgbarometer FV22

Krisevalget - Et jordskredsvalg mod den politiske midte

Ørsten, Mark; Eberholst, Mads Kæmsgaard

DOI:

[10.5281/zenodo.7351607](https://doi.org/10.5281/zenodo.7351607)

Publication date:

2023

Document Version

Også kaldet Forlagets PDF

Citation for published version (APA):

Ørsten, M., & Eberholst, M. K. (2023). *Valgbarometer FV22: Krisevalget - Et jordskredsvalg mod den politiske midte*. Center for Nyhedsforskning, Roskilde Universitet. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7351607>

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain.
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal.

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact rucforsk@kb.dk providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Valgbarometer FV22: Krisevalget

Et jordskredsvalg mod den politiske midte

Mark Blach-Ørsten

Mads Kæmsgaard Eberholst



CENTER FOR NYHEDSFORSKNING
Roskilde Universitet

Valgbarometer FV22: Krisevalget

Et jordskredsvalg mod den politiske midte

Mark Blach-Ørsten og Mads Kæmsgaard Eberholst

Forskningsrapport støttet af Roskilde Universitets rektorpulje.

Projektet er udført i samarbejde med Infomedia og TV 2 Danmark.

© Ophavsretten til denne publikation tilhører: Forfatterne og Center for Nyhedsforskning

Kontakt:

Mark Blach-Ørsten: oersten@ruc.dk
Mads Kæmsgaard Eberholst: makaeb@ruc.dk

Printed in Denmark 2022
1. udgave, 1. oplag

Online edition
DOI: 10.5281/zenodo.7351607
ISBN: 978-87-973514-2-0

Center for Nyhedsforskning

Institut for Kommunikation og
Humanistisk Videnskab

Roskilde Universitet
Universitetsvej 1
4000 Roskilde

www.ruc.dk/cfn

Resumé af FV22: "Krisevalget"

Et 'ejendommeligt' folketingsvalg 'midt i en international krise – sikkerhedspolitisk, energipolitisk, økonomisk'.¹ Sådan beskrev statsminister Mette Frederiksen Folketingsvalget 2022, da hun udskrev det den 5. oktober 2022, efter at valgkampen havde været uofficielt i gang siden Det Radikale Venstres ultimatum til regeringen i juli 2022. Samtidig kom statsministeren med en overraskende ny udmelding: Socialdemokratiet ville gå til valg – ikke på at fortsætte som etparti-regering – men på at danne en ny bred regering hen over midten af dansk politik. Baggrunden for denne overraskende udmelding var netop de mange 'kriser, der griber ind i hinanden', og som gjorde det nødvendigt at afprøve en ny regeringsform – hen over midten – med partier fra både rød og blå blok. Mette Frederiksen kaldte selv folketingsvalget for et 'tryghedsvalg', men det var kriserne, der kom til at sætte valgets dagsorden; krigen i Ukraine, stigende inflation, energikrise, klimakrise og ikke mindst krisen i den offentlige sektor.

Til valget i 2022 stillede hele 14 partier op, hvilket gav en øget kamp om opmærksomheden, og modsat de sædvanlige to statsministerkandidater var der tre navne på spil i dette valg: Mette Frederiksen (Socialdemokratiet), Jakob Ellemann Jensen (Venstre) og Søren Pape Poulsen (Det Konservative Folkeparti). Af de nye partier i denne valgkamp har opmærksomheden især samlet sig omkring Inger Støjberg og Danmarksdemokraterne samt Lars Løkke Rasmussen og Moderaterne. Før valget blev udskrevet, samlede en stor del af den danske presses opmærksomhed sig omkring Inger Støjberg, mens Lars Løkke Rasmussen og hans projekt om en samlingsregering hen over midten fik mindre opmærksomhed. Med Mette Frederiksens udmelding om en regering hen over midten fik Lars Løkke Rasmussen en ny og central position i valgkampen, mens Inger Støjberg i højere grad blev 'indlemmet' i den blå blok.

Før valgudskrivelsen tegnede det til et regeringsskifte i Danmark. Berlingske kunne således i august fortælle, at Socialdemokratiet stod til det dårligste valgresultat i over 100 år². Samtidig så Det Konservative Folkeparti ud til at blive større end Venstre, og Inger Støjberg og hendes nye parti Danmarksdemokraterne stod til omkring 10 pct. af stemmerne. Undervejs i valgkampen skiftede dette billede dog, og frem mod valgdagen viste meningsmålingerne, at Socialdemokratiet stod til at klare sig bedre eller lige så godt som ved valget i 2019; at Venstre stod til at blive større end Det Konservative Folkeparti, samt at Lars Løkke Rasmussen og Moderaterne stod til at klare sig bedre end Inger Støjberg og Danmarksdemokraterne.

En mulig forklaring på udviklingen af valgkampen – ud over personlige fodfejl fra Søren Pape Poulsens side – kan være, at valget netop blev udskrevet på baggrund af de mange kriser, der greb ind i hinanden: Sikkerhedspolitisk krise, klimakrise, velfærdskrise og økonomisk krise. Dette bagtæppe gjorde det sværere for både Søren Pape Poulsen, der i begyndelsen af valgkampen satte alle sejl til for at tale om 'skattelettelser' og for Inger Støjbergs vedkommende et opgør med 'by og land', fordi ingen af disse 'enkeltsager' passede særligt godt til et krisevalg, hvor en lang række

¹ <https://www.stm.dk/statsministeren/taler/pressemoeede-om-valgudskrivelse-den-5-oktober-2022/>

² <https://www.berlingske.dk/politik/socialdemokratiet-staar-til-laveste-valgresultat-i-over-100-aar-jeg-synes>

– næsten ligeværdige emner – kæmper om opmærksomheden. Omvendt har samme 'krisevalg' været en fordel for statsministeren, fordi kriserne flyttede vælgerens opmærksomhed væk fra 'mink-sagen,' og for Lars Løkke Rasmussen, for hvem de mange kriser var et perfekt bagtæppe for det ønskede samarbejde hen over midten, som Moderaterne var blevet skabt på baggrund af.

Statsminister Mette Frederiksen udskrev som sagt valget på baggrund af en række kriser. I lang tid lå 'klima og miljø'-krisen i toppen af dagsordenen; midt i valget begyndte en forsvars-krise at vise sit ansigt (i form af bogen om FE-sagen), men i valgkampens slutspurt blev det krisen i 'sundhed og ældrepleje', der endte som valgets største tema. Under dette tema er inkluderet spørgsmål om for eksempel en mangelfuld psykiatri, stigende ventelister på hospitaler samt mangel på sundhedspersonale. Klima og miljø endte på andenpladsen, men hvor klimavalgkampen i 2019 i høj grad fokuserede på spørgsmålet om global opvarmning og CO2, så indeholdt emnet klima og miljø i 2022 også et fokus på grøn omstilling og uafhængighed af russisk olie og gas. Sikkerhedspolitiske udfordringer gjorde, at emnet forsvar, med en samlet tredjeplads i omtale, blev langt mere prominent i 2022 end i 2019. Men ser man nærmere på dækningen af dette spørgsmål, så er en stor del af denne dækning forbundet med valgkampens største enkeltsag, den tidligere nævnte såkaldte FE-bog.

Ser vi på den samlede omtale af partier og partiledere, så deles top tre i omtale af de tre statsministerpartier mellem Mette Frederiksen og Socialdemokratiet på førstepladsen, Jakob Ellemann-Jensen og Venstre på andenpladsen og Søren Pape Poulsen og Det Konservative Folkeparti på tredjepladsen. Af de nye partier, Moderaterne og Danmarksdemokraterne, endte Lars Løkke og Moderaterne med at blive mere omtalt end Inger Støjberg og Danmarksdemokraterne.

Rapporten viser desuden:

- At nyhedsmedierne fordeler taletiden mellem blokkene stort set lige.
- At nyhedsmedierne prioriterer forskelligt mellem valgkampens emner. Således vægter Berlingske og Børsen spørgsmålet om økonomi højere end de andre dagblade, mens Information og Politiken vægter klima og miljø og B.T. og Ekstra Bladet vægter sundhed og ældrepleje.
- At tillid til politikere var et emne, som især Jakob Ellemann-Jensen og Sofie Carsten Nielsen talte om – ofte med fokus på Mette Frederiksen.
- At tilstedeværelse og engagement på Facebook var ulige fordelt mellem partilederne. Mette Frederiksen havde det mest positive engagement, mens Morten Messerschmidt og Søren Pape Poulsen fik overvejende negativ respons på Facebook.

I resten af denne rapport vil vi gennemgå, hvordan valgkampen udviklede sig i forhold til mediernes dækning af partiledere, partier og emner. Dernæst vil rapporten se nærmere på, hvordan de enkelte partier og partiledere vægtede de enkelte emner i valgkampen.

Indholdsfortegnelse

Resumé af FV22: "Krisevalget"	3
Indholdsfortegnelse	5
Figurer i rapporten	6
Rapportens metode og samarbejdspartnere	7
FV 22 i hovedtal	8
Valgkampens temaer	14
<i>En tid med mange kriser</i>	14
<i>Emner og blokke, partier og partiledere</i>	16
<i>Forskelle mellem FV19 og FV 22</i>	21
<i>Tillid til de danske politikere</i>	23
<i>Energikrisen</i>	24
<i>Søren Pape Poulsens 'møgsager'</i>	25
<i>Mette Frederiksens totale dominans</i>	26
Litteratur	31

Figurer i rapporten

Figur 1: Partiledere, omtale pr. dag.	8
Figur 2: Samlet omtale af partiledere	9
Figur 3: Partier, omtale pr. dag	10
Figur 4: Omtaler af partier, samlet	11
Figur 5: Blokke, omtale i alt.	12
Figur 6: Politiske blokke fordelt på landsdækkende dagblade	13
Figur 7: Omtale af politiske blokke fordelt på medietyper	13
Figur 8: Emner, omtale pr. dag.	15
Figur 9: Emner, omtale i alt.	16
Figur 10: Valgets emner fordelt på politiske blokke	17
Figur 11: Partilederes citater fordelt på emner	18
Figur 12: Partiers omtale af emner	19
Figur 13: Emner fordelt på medietyper	20
Figur 14: Emner og de landsdækkende medier	21
Figur 15: Forskelle i emner i valget 2019 og 2022	22
Figur 16: Forskelle i emner i valget 2019 og 2022 (forskel i procent)	22
Figur 17: Tillid til politikere fordelt på parti og partileder	24
Figur 18: Energikrise fordelt på valgets temaer	25
Figur 19: Søren Papes medieomtale	26
Figur 20: Omtale af partiledere fordelt på medietyper	28
Figur 21: Sentimentanalyse af engagement på partilederes opslag på Facebook	29

Rapportens metode og samarbejdspartnere

Rapporten bygger på analyse af indholdsdata fra alle danske nyhedsmedier (n=1.463), der kategoriseres i informationsdatabasen 'Infomedia'.

Rapportens bærende analyser udarbejdes ved automatiserede søgninger i Infomedias kategoriserede indhold. Der søges efter partier, partiledere samt udvalgte emner i valget. Der kan foretages krydsanalyser på følgende parametre: Tid, aktør (blok, parti, partileder) og medie (navn, medietype, mediegeografi). Søgestrengene er udarbejdet således, at vi indledningsvist scanner enhver artikel for, om den har relevans til folketingsvalget 2022. Dette gør vi med en række emneord, der skal findes i artiklens tekstkorpus. Indslag fra radio og tv kodes ud fra tekstlige referater, der er udarbejdet af Infomedia og kategoriseret i databasen. Hvis et indholdselement, det være sig artikel eller indslag, har relevans for folketingsvalget 2022, køres der på dette en række automatiserede analyser, der optæller de ovenfor nævnte elementer. Der tages ikke hensyn til dubletter. Således kan en artikel altså godt være bragt som citathistorie i flere medier og dermed tælle med flere gange. Dette er i sig selv kun et problem, hvis man ser på individuelle historier eller medier. Denne rapport ser dog udelukkende på så store mængder, at disse dubletter udgør en mindre del, ligesom det vil være relevant at medtage dubletterne i sådanne beregninger, da man på den måde får et billede af den totale mediedækning, som danske medier har været eksponent for.

Datasættet indeholder i alt 74.320 omtaler af folketingsvalget, 32.301 omtaler af de politiske partier, 32.593 omtaler af partilederne, 26.184 omtaler af emner og 13.980 citater fra partilederne. Datasættet er indsamlet i perioden 5/10 til 1/11 (fra valgudskrivelse til valgdag). Vi slutter vores dataindsamling på valgdagen kl. 8:00, så vi ikke medtager det efterspil, der er, når valgstederne åbner. Derfor kan vi med rette sige, at datasættet er dækkende i valgkampen og ekskluderer valg-handlingen.

Vi indsamler også data fra sociale medieplatforme. Specifikt Facebook og Twitter. Det er kun disse to platforme, vi kan indsamle fra med automatiseret analyse gennem API-adgang. Samtidigt er det begrænset hvilke data, vi faktisk har adgang til over API-adgangen. Vi anvender værktøjet 'Talkwalker'³. Det er begrænset hvor meget data, vi vælger at bruge fra dette værktøj, da data-grundlaget i nogle henseender er usikkert. Vi indsamler data fra partiernes og partilederens åbne profiler.

Undervejs i valgkampen udkom Valgbarometer FV22 med daglige analyser på både sociale medier, gennem pressemeddelelser og med TV 2 som mediepartner, hvor de daglige analyser blev brugt både i tv-programmet News og Co. samt i online artikler på tv2.dk.

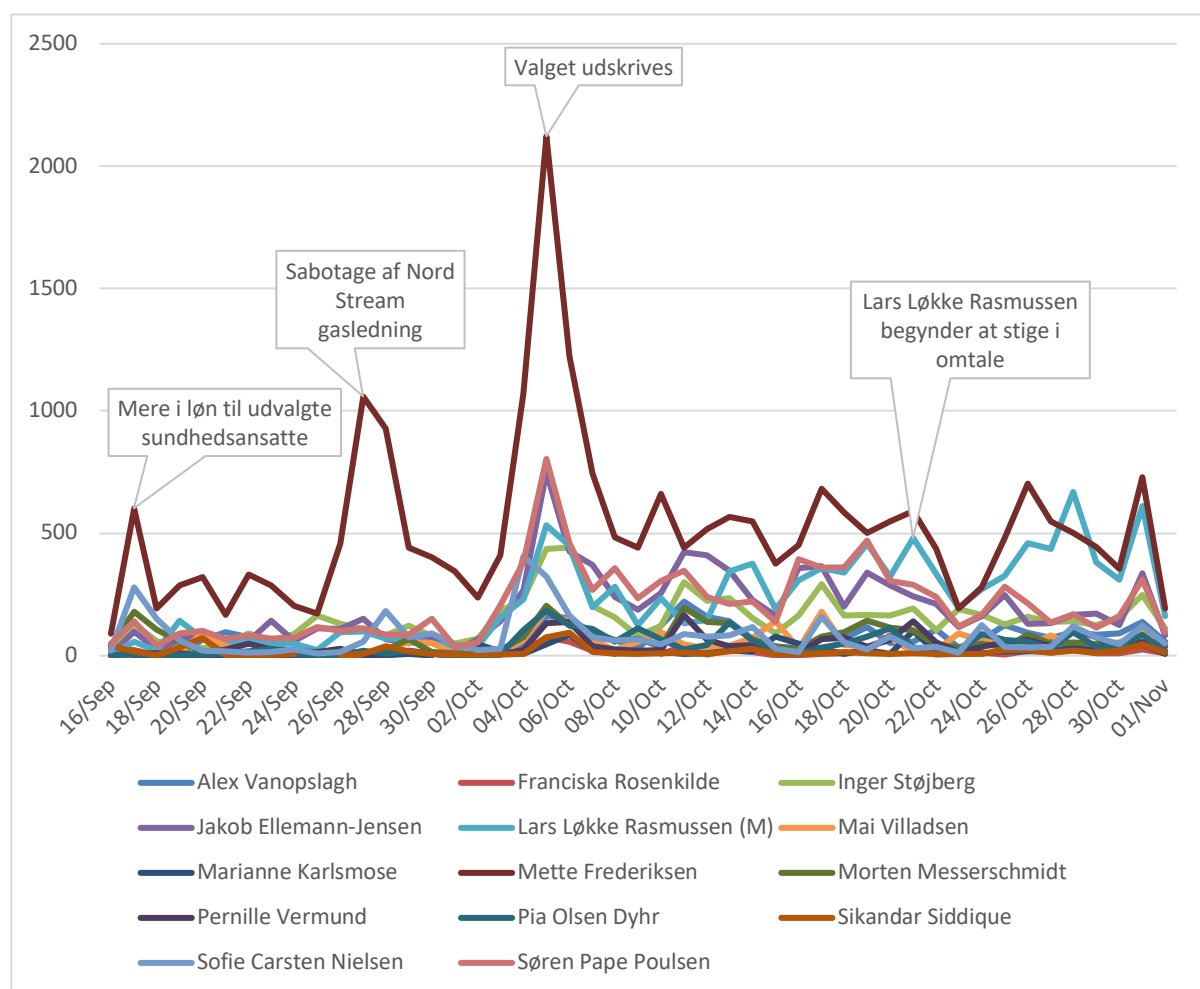
Denne slutrapport er et sammendrag af de daglige analyser, vi har udarbejdet, ligesom det er et tilbageblik på valgkampen som helhed.

³ Læs mere om Talkwalker her: <https://www.talkwalker.com>

FV 22 i hovedtal

I figur 1 ser vi omtalen af partiledere over tid. Figuren tager som den eneste i analysen udgangspunkt i 16. september 2022, da valgkampen havde været i gang et godt stykke tid, før valget blev udskrevet den 5. oktober. Figuren viser, at Mette Frederiksen brugte sin viden om, hvornår valget ville blive udskrevet til at planlægge en kampagne med politiske udspil, så som udspillet den 17. september om højere løn til social- og sundhedshjælpere under uddannelse. Desuden holdt internationale begivenheder, så som sabotage af Nord Stream-gasledningen også Mette Frederiksen højt på mediernes dagsorden, og det kulminerede med udskrivelsen af valget den 5. oktober. Figur 1 viser også, at Mette Frederiksen, gennem stort set hele valgkampen, var den partileder, der opnåede mest omtale, skønt hun mod slutningen blev overhalet af Lars Løkke Rasmussen en kort periode.

Figur 1: Partiledere, omtale pr. dag.

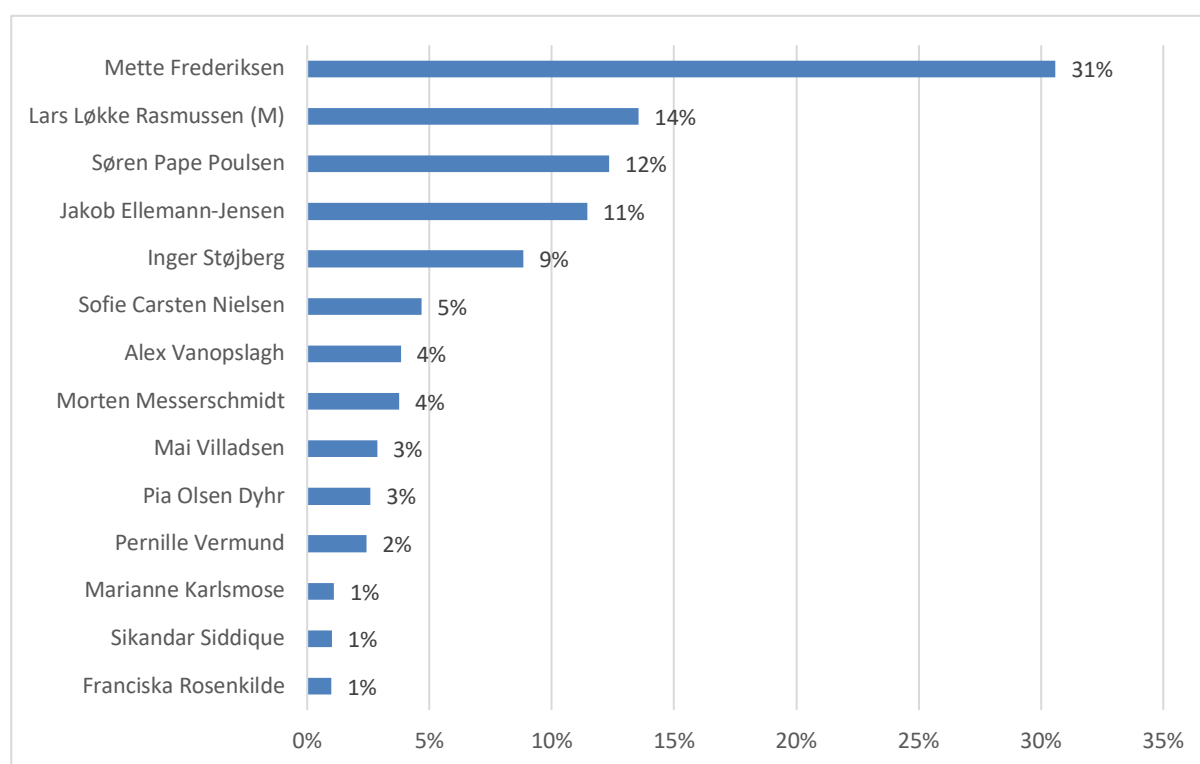


Figur 1: Omtale af partiledere pr. dag. Mette Frederiksen er markeret med rødt. Søren Pape Poulsen markeret med grønt. Jakob-Ellemann Jensen markeret med blå. Lars Løkke Rasmussen markeret med lilla. Data i grafen fra 16/9 til 1/10 2023. n=79.617.

Figur 1 viser samtidig, at frem til omkring 20. oktober stod kampen om omtale af partiledere mellem de tre statsministerkandidater. Søren Pape Poulsen og Jakob Ellemann-Jensen kæmpede således i de første uger om hvem af de to, der skulle være den næstmest omtalte kandidat. Dette skiftede dog efter 20. oktober, hvor Lars Løkke Rasmussen overtog rollen som 'hovedudfordrer' og forblev den næstmest omtalte kandidat frem til valgdagen – og endda med en forholdsvis stor afstand til de to statsministerkandidater.

Figur 2 viser dog i hvor høj grad, at Mette Frederiksen løb med omtalen. Hele 31 % af al omtale af partiledere var således omtale af socialdemokratiets formand. Figuren viser også, at Lars Løkke Rasmussen samlet set fik næstmest omtale og dermed mere omtale end både Søren Pape Poulsen og Jakob Ellemann-Jensen. Lars Løkke Rasmussen fik også mere omtale end Inger Støjberg, der dog så samtidig slog mange andre af de mere etablerede partiledere i omtale. Dermed fik begge de to nye partiledere en succesfuld valgkamp målt på omtale. Omvendt er det værd at bemærke, at de to grønneste partiledere, Sikandar Siddique og Franciska Rosenkilde samtidig er de mindst omtalte.

Figur 2: Samlet omtale af partiledere



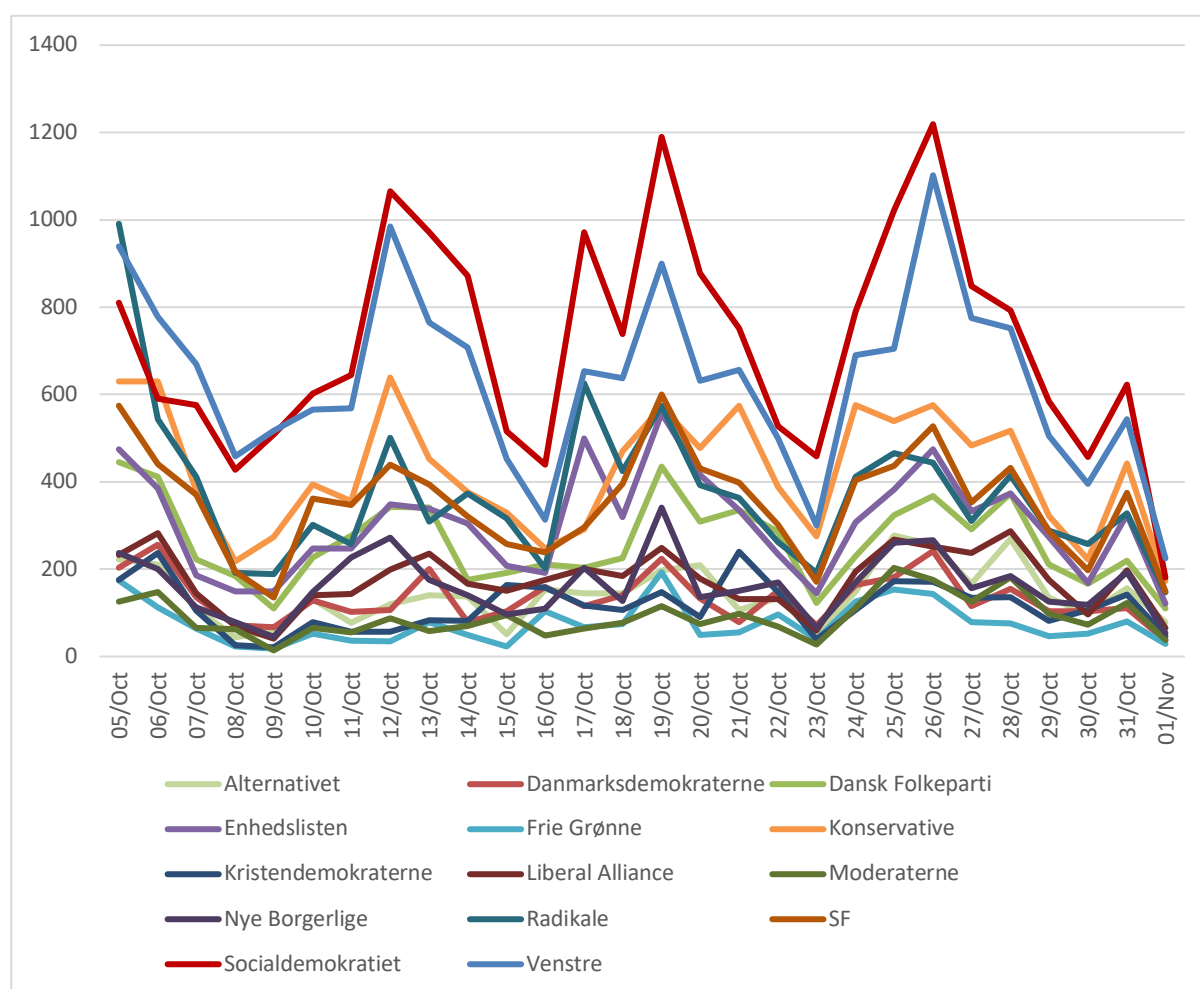
Figur 2: Samlet omtale af partiledere. n=79.617

Fordelingen af omtalen af de tre statsministerkandidater i figur 2 fortjener også en ekstra bemærkning. I tidligere udgaver af Valgbarometer i 2019 samt 2015 har vi set, at statsministerkandidaterne er løbet med omkring halvdelen af den mulige omtale. I 2019 fik Mette Frederiksen 21

% af omtalen, mens Lars Løkke Rasmussen fik 28 % (Blach-Ørsten, Eberholst, Hartley og Stensberg, 2020). I alt 49 %. I 2015 fik Helle Thorning Schmidt 33 % af omtalen, mens Lars Løkke Rasmussen fik 31 % (Blach-Ørsten, Eberholst & Burkal, 2017). I alt 64 %. I 2022 er omtalemængden til de tre statsministerkandidater i alt 54 % og altså nogenlunde på højde med tidligere år. Men fordelingen internt er ikke lige, da de to kandidater fra blå blok synes at dele omtalen mellem sig, mens Mette Frederiksen får lige så stor omtale som tidligere statsministerkandidater.

Vender vi opmærksomheden mod nyhedsmediernes dækning af partierne, både over tid og samlet, så tegner der sig et lignende billede; dog med nogle væsentlige nuancer. I figur 3, der viser omtale af partierne over tid, er det således tydeligt at se, at Venstre som parti klarede sig godt i konkurrencen med Socialdemokratiet gennem hele valgkampen, ligesom det er tydeligt, at Venstre samlet set klarer sig bedre end Det Konservative Folkeparti. Det er desuden værd at bemærke, at det især var mod valgkampens slutning, at både Alternativet og Liberal Alliance begyndte at hæve sig i omtale. Samtidig viser figur 3 også en ganske stabil omtale af Dansk Folkeparti gennem hele valgkampen.

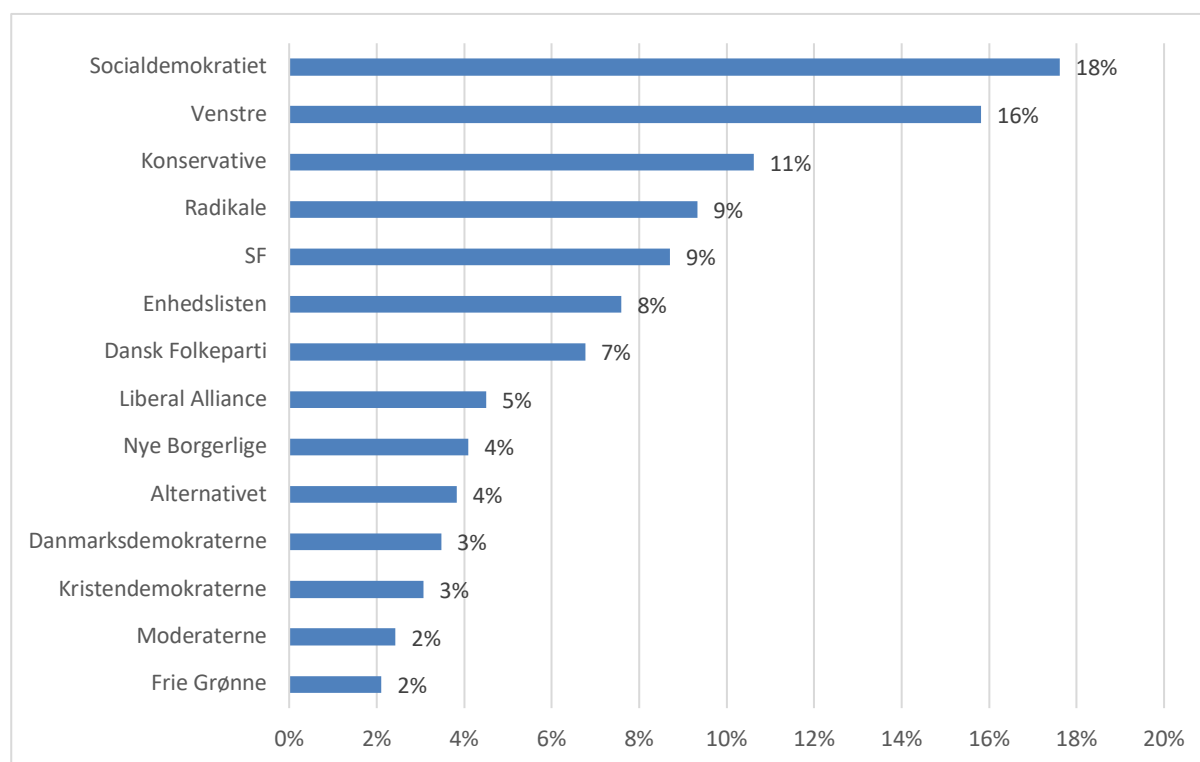
Figur 3: Partier, omtale pr. dag



Figur 3: Omtale af partier pr. dag. N=110.827.

Figur 4 viser den totale omtale af de politiske partier, og her fremgår det også tydeligt, hvordan de tre kandiderende statsministerpartier står for det meste af omtalen. Figuren viser desuden, at de røde støttepartier ligger på de tre næste pladser i omtale: Først Radikale, så SF og derefter Enhedslisten. Efter Enhedslisten er det Dansk Folkeparti, Nye Borgerlige, Liberal Alliance og Alternativet, der besætter de næste pladser. Til sidst ligger Danmarksdemokraterne, Kristendemokraterne, Moderaterne og Frie Grønne. Forskellen i forhold til omtale af partileder og parti er værd at bemærke for både Danmarksdemokraterne og Moderaterne. Den viser, at det for begge partiers vedkommende hovedsageligt var partilederne, Inger Støjberg for Danmarksdemokraterne og Lars Løkke Rasmussen for Moderaterne, der tegnede partiernes profil i medierne.

Figur 4: Omtaler af partier, samlet

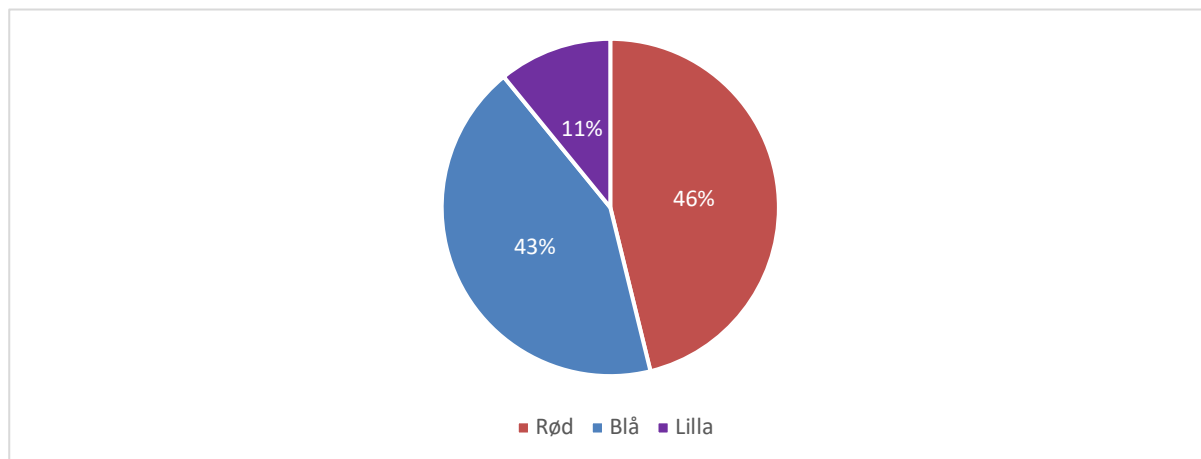


Figur 4: Omtaler af partier, samlet. N=110.827.

Af figur 5 kan vi se, at regeringen fastholdt sin såkaldte regeringsbonus i denne valgkamp (Hopmann, De Vreese & Albæk, 2011). Det vil sige, at den til enhver tid siddende regering typisk 'høster' en bonus i form af meromtale i en valgkamp. Her viser vores analyse en begrænset bonus til rød blok med en samlet omtale på 46 %, mens blå blok står til 43 % og lilla blok til 11 %. Som tidligere vist i figur 1 og figur 3 var denne regeringsbonus meget kraftig fra starten af valgkampen, men aftog frem mod valgdatoen, dog med en blivende overvægt til den samlede røde blok, som det ses i figur 5. Det er klart, at lilla blok 'mudrer' omtalefordelingen mellem rød og blå blok, men

det er ligeledes klart, at den lilla blok, Moderaterne, ikke bare kan lægges til blå blok, da partiet jo gik til valg på en regering hen over midten.

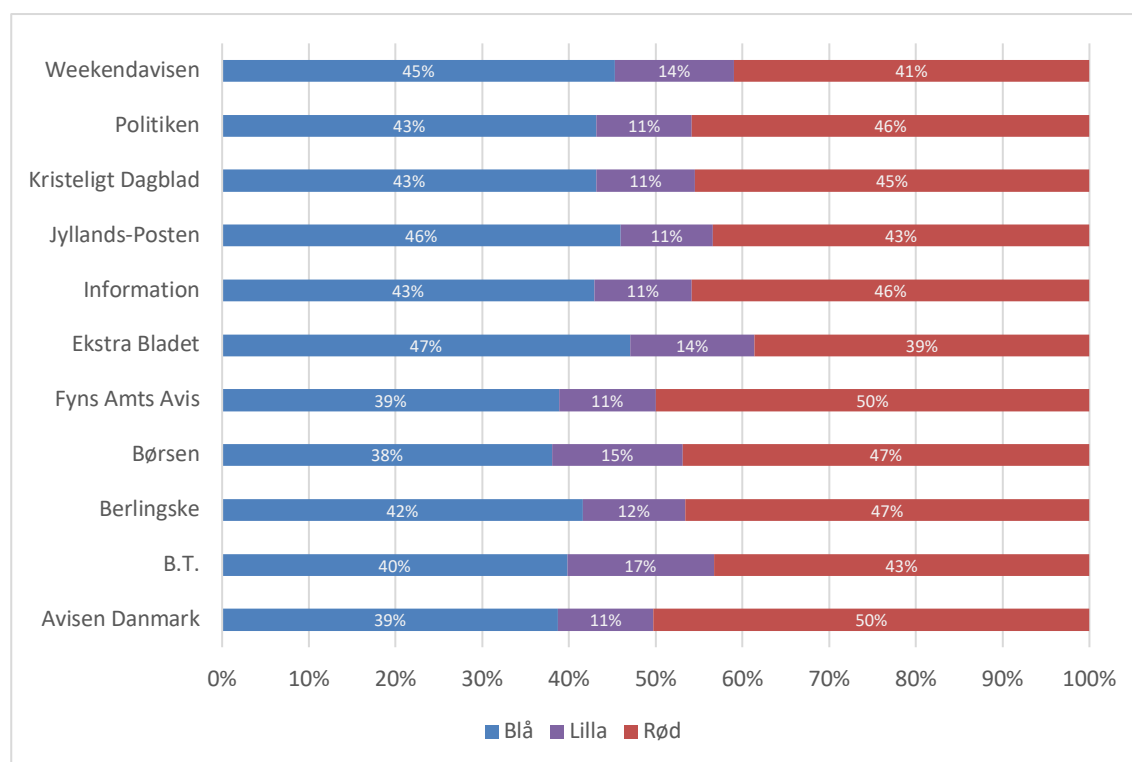
Figur 5: Blokke, omtale i alt.



Figur 5: Omtale af blokke i alt. N=99.433.

Trods den omtalte regeringsbonus, der jo bygger på et samlet resultat, så stræber de enkelte nyhedsmedier traditionelt efter en balanceret politisk dækning ud fra journalistiske idealer om fairness, upartiskhed, tilstræbt objektivitet og alsidighed (Hopmann, 2009; Hopmann & Elmelund-Præstekær, 2010 & Hopmann, Van Aelst & Legnante, 2012). Figur 6 viser, at netop en balanceret dækning mellem de politiske blokke i høj grad også er blevet tilstræbt af de danske aviser under FV22. Således viser figuren en forholdsmæssig lige fordeling mellem rød og blå blok i de fleste medier, skønt denne fordeling fra Ekstra Bladets side ser ud til at falde ud til fordel for blå blok, mens den for Fyns Amts Avis og Avisen Danmark falder ud til fordel for rød blok. Det skal dog bemærkes, at denne optælling ikke tager hensyn til arten af omtale, fx positiv eller negativ, men kun den samlede omtale.

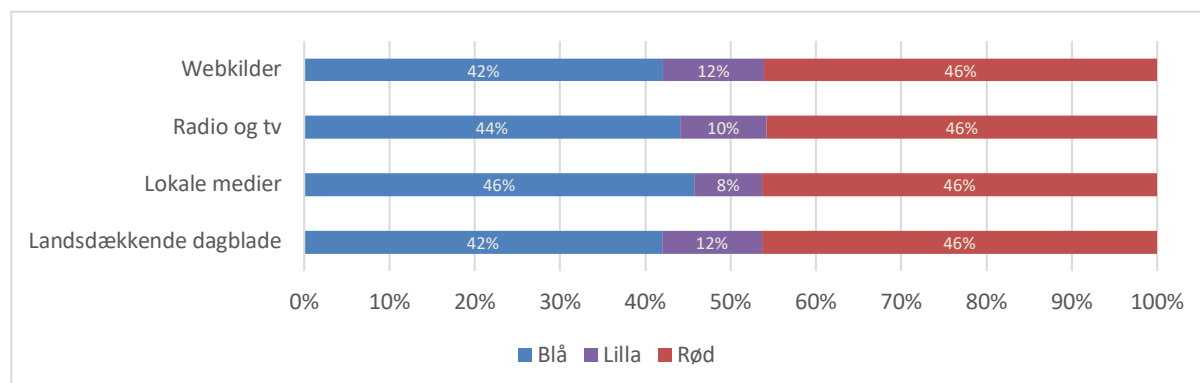
Figur 6: Politiske blokke fordelt på landsdækkende dagblade



Figur 6: Omtale af politiske partier i tilhørsforhold til politisk blok fordelt på landsdækkende dagblade. Procentsatsen angiver den samlede omtale af blokken udregnet som procent af omtaleniveau, ikke artikelniveau. En artikel kan omtale flere blokke. N=5.655.

Figur 7 viser fordelingen af omtale af de politiske blokke fordelt efter medietyper. Her gentages det samme mønster som i figur 6; det vil sige, at der på tværs af de enkelte medietyper er en ganske lige dækning mellem blokkene, men med det tidligere nævnte regeringsbonus til rød blok in mente.

Figur 7: Omtale af politiske blokke fordelt på medietyper



Figur 7: Omtale af politiske blokke fordelt på medietyper. Procentsatsen angiver den samlede omtale af blokken udregnet som procent af omtaleniveau, ikke artikelniveau. En artikel kan omtale flere blokke N= 96.682

Valgkampens temaer

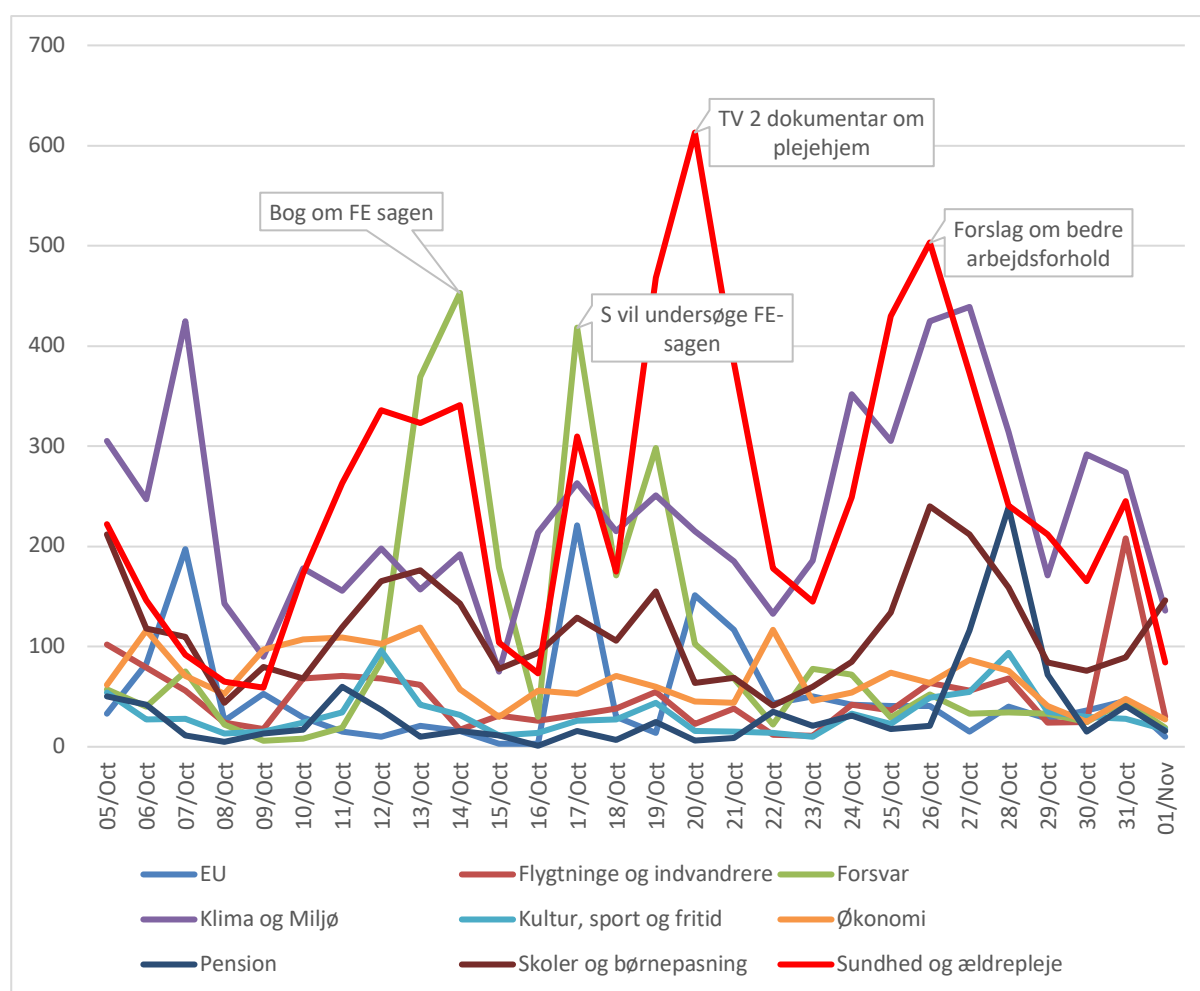
I de følgende afsnit vil vi gennemgå forskellige dele af valgkampen mere tematisk. Vi starter med en overordnet gennemgang af de emner, som kom til at præge valgkampen; men går senere i dybden med en række mere specifikke næranalyser af udvalgte problemstillinger, så som dækningen af Søren Papes skandaler i løbet af valgkampen samt de forskellige partilederes tilstedeværelse på tværs af medieplatforme; i denne kontekst på tværs af traditionelle og sociale medier.

En tid med mange kriser

Mette Frederiksen lagde ikke skjul på, at det efter hendes opfattelse var svære tider, danskerne stod overfor, da hun udskrev valget. Der var kriser næsten overalt, så de mørke tider og de mange kriser kom også til at præge de emner, som valgkampen kom til at handle om. Figur 8 viser udviklingen i omtale af emner fra valgudskrivelsen og frem til valgdagen. Her fremgår det, at klima og miljø lå øverst på dagsordenen de første dage af valgkampen for siden at blive udfordret af emner som forsvar samt sundhed og ældrepleje. Af de kriser, som Mette Frederiksen udskrev valget på baggrund af, blev det således især klimakrisen og krisen i sundhedsvæsenet, der kom til at dominere.

Figuren viser således også den dynamik, der prægede valgkampen, hvor skiftende emner dominerede undervejs. Her skubbede især udgivelsen af FE-bogen og TV 2's dokumentar om plejehjem til den politiske dagsorden; derfor viser figuren også, hvordan nyhedsmedierne med veltilrettede dagsordensættende historier kunne sætte sig på dagsordenen undervejs i valgkampen. Netop disse to historier viser dog også, hvordan hurtige politiske reaktioner kan være med til at lægge en dæmper på sager, der ellers nemt kunne udvikle sig til 'bomber' i valgkampen for de involverede politikere og politiske partier.

Figur 8: Emner, omtale pr. dag.



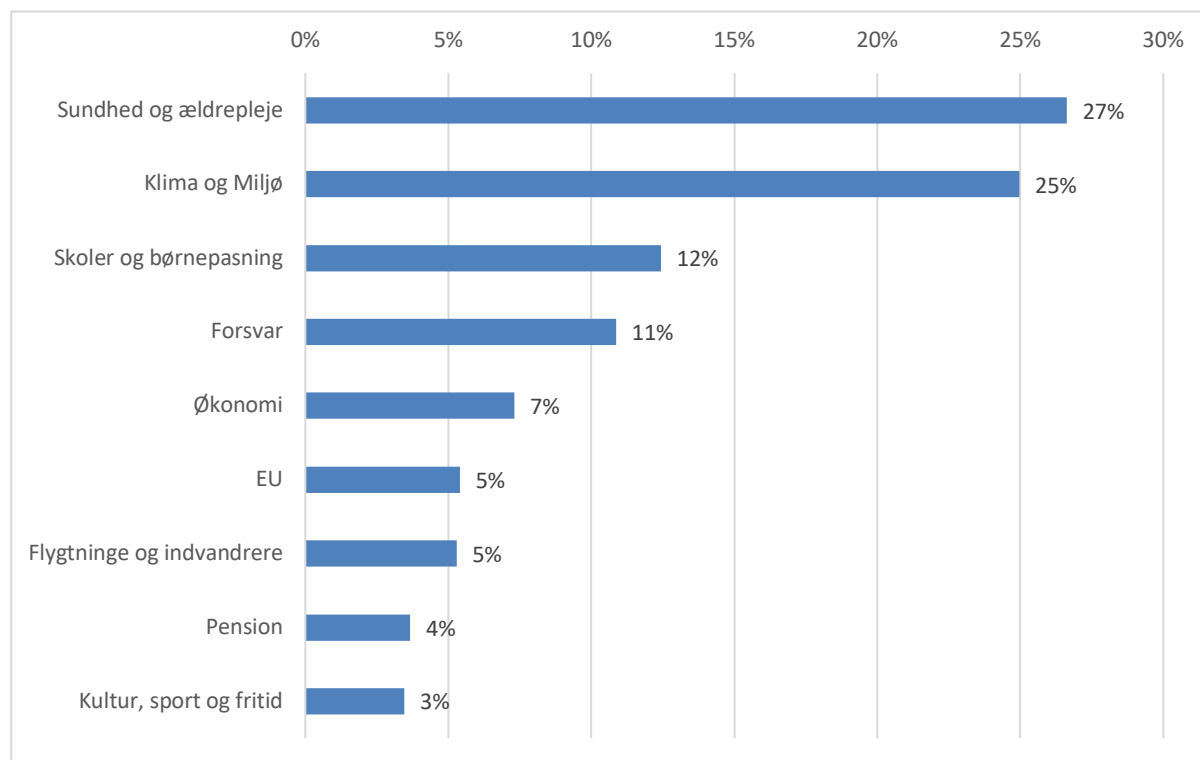
Figur 8: Omtale af emner pr. dag. N=26.184.

Den samlede omtale for valget i 2022 kan ses i figur 9. Den viser tydeligt, at de kriser, som løb med det meste af opmærksomheden i valgkampen, især var sundhedskrisen og miljøkrisen. Emnet sundhed og ældrepleje, der kun spillede en mindre rolle i valgkampen i 2019, blev således det mest omtalte emne i 2022 godt hjulpet på vej af det faktum, at denne krise i forvejen længe har været højt på dagsordenen med sygeplejerskernes strejke, nødråb fra psykiatrien og ikke mindst skyderiet i det københavnske indkøbscenter Fields. Omvendt var klima og miljø det mest omtalte emne i 2019 og det næstmest omtalte emne i 2022. Efter disse to store emner kommer skoler og børnepasning, forsvar og økonomi.

Valgkampens prioritering af emner ligger heller ikke langt fra de mange meningsmålinger, der blevet foretaget op til valgkampen, hvor vælgerne blev bedt om at prioritere hvilke emner, som

var vigtigst for dem. I flere analyser toppede 'sundhed'⁴ også som det højest prioriterede emne, men spørgsmål om klima, miljø og økonomi også lå højt på vælgernes dagsorden.

Figur 9: Emner, omtale i alt.



Figur 9: Omtale af emner i alt. N=26.184.

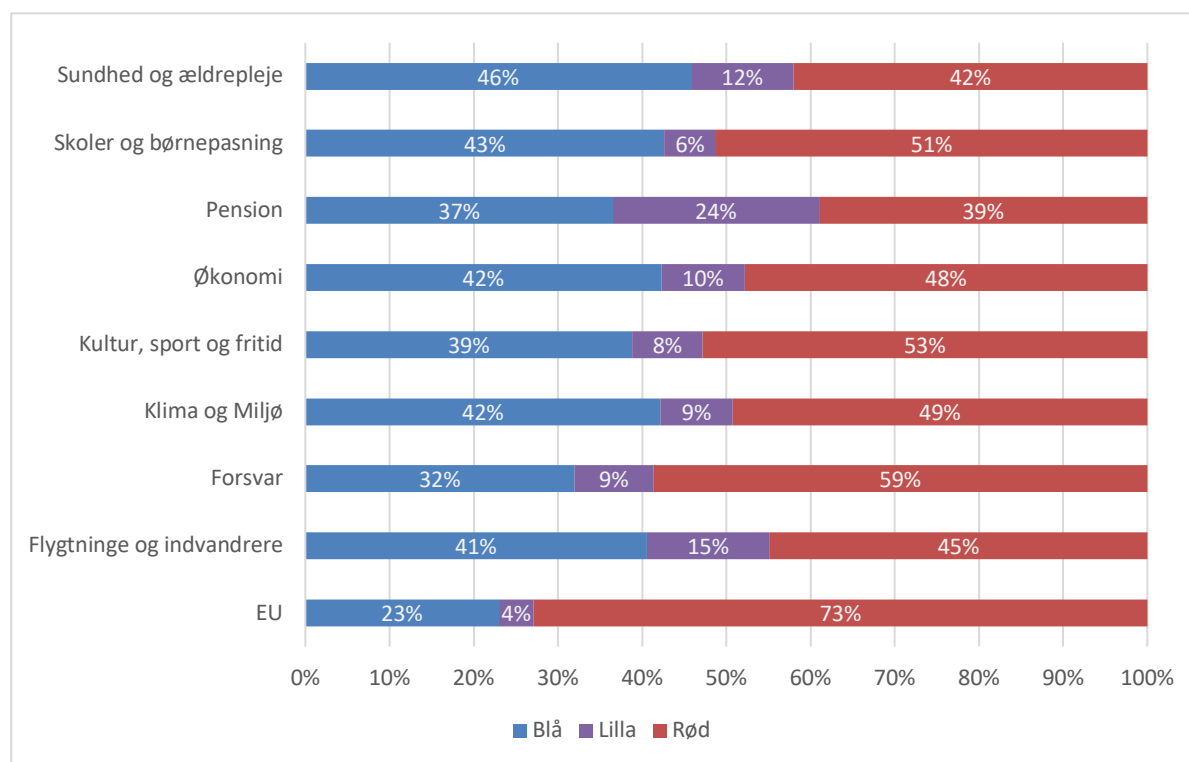
Emner og blokke, partier og partiledere

Inden for forskningen i valgkampe og partier tales der typisk om 'emneejerskab'. Det vil sige, at nogle emner 'naturligt' ejes af bestemte partier. Fx har velfærd historisk set været at betragte som et emne, som rød blok havde emneejerskab over, mens 'økonomi' tilhørte blå blok (Blach-Ørsten et al., 2020). Sådanne ejerskaber kan dog skifte, som det er sket med fx udlændingepolitikken, der blev født i blå blok, men som Socialdemokratiet i dag i lige så høj grad har ejerskab over. Det antages i forskningen, at hvis et parti kan styre en valgkamp i retning af de emner, som partiet har ejerskab over, så vil partiet sandsynligvis få en bedre valgkamp, end hvis emnerne, der kæmpes om, ikke er en naturlig del af de emner, som et parti har ejerskab til. Figur 10 viser, at begge blokke i høj grad kæmper om de samme emner, og at især de tre mest omtalte emner; sundhed

⁴ <https://www.dr.dk/nyheder/politik/et-emne-topper-overraskende-stort-danskernes-liste-over-hvad-de-vil-have-politikerne> eller <https://via.ritzau.dk/pressemeddelelse/ny-stor-maling-den-gronne-dagsorden-er-i-top-3-hos-vaelgerne?publisherId=13559520&releaseId=13660212>

og ældrepleje, klima og miljø samt skoler og børnepasning har en forholdsvis lige fordeling mellem rød og blå blok med en lille overvægt til blå blok, når det gælder sundhed og ældrepleje, og en fordel til rød blok, når det gælder klima og miljø samt skoler og børnepasning. Når det gælder økonomi, er fordelingen også ganske lige, mens forsvar har en klar rød overvægt, hvilket sandsynligvis blandt andet skyldes, at det var den socialdemokratiske forsvarsminister, der var en hyppigt anvendt kilde, når emnet faldt på forsvar.

Figur 10: Valgets emner fordelt på politiske blokke

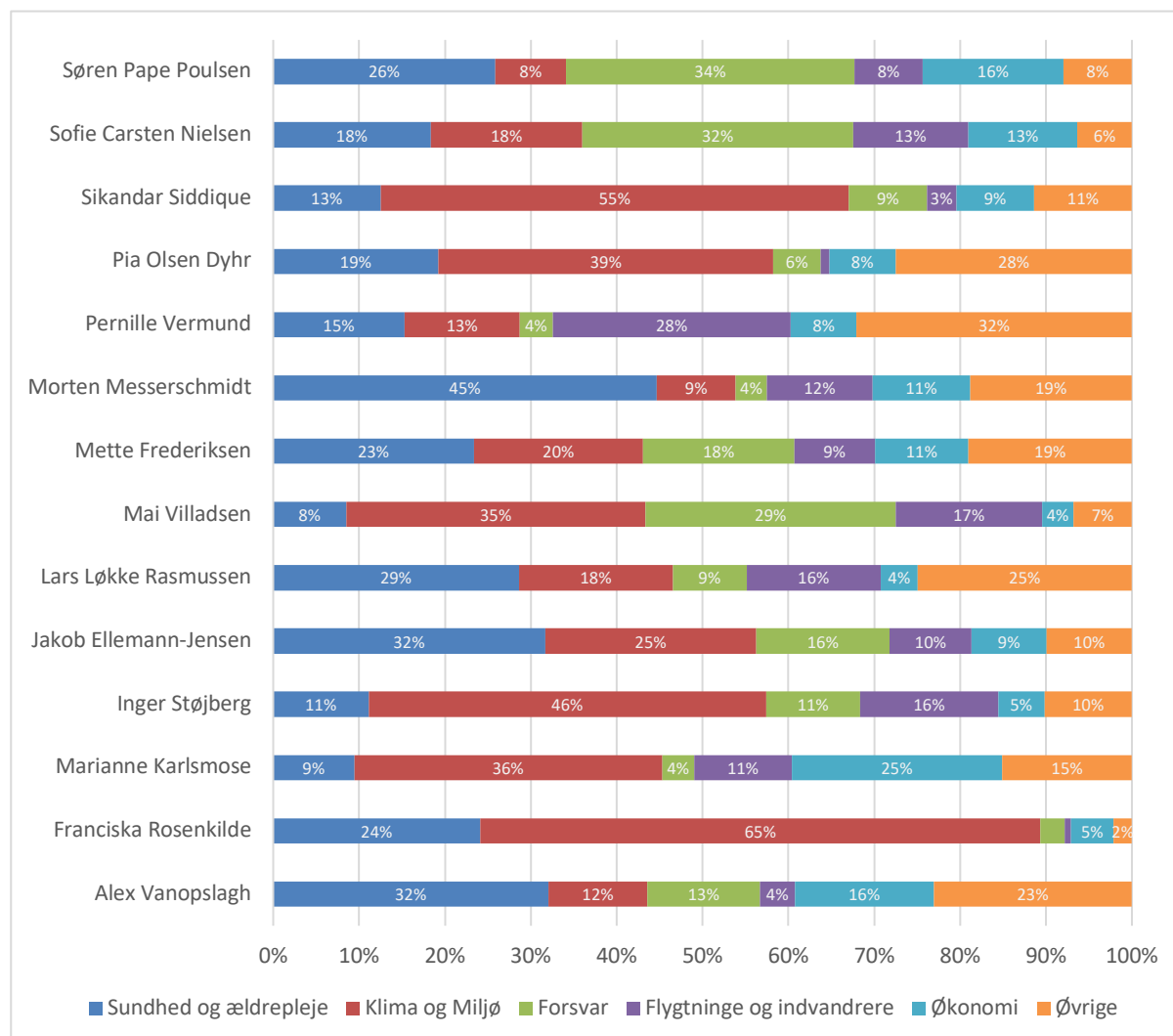


Figur 10: Valgets emner fordelt på politiske blokke. Procentsatsen angiver den samlede omtale af blokken udregnet som procent af omtaleniveau, ikke artikelniveau. En artikel kan omtale flere blokke N= 37.539

Figur 11 viser hvilke emner, som partilederen har udtalt sig om til nyhedsmedierne. Her viser figuren, at sundhed og ældrepleje er det emne, som en lang række af de førende partiledere har udtalt sig mest om. Det gælder for Mette Frederiksen, Jakob Ellemann-Jensen, Lars Løkke Rasmussen, Morten Messerschmidt og Alex Vanopslagh. Mai Villadsen var samlet set den politiker, der talte mindst om sundhed og ældrepleje, hvilket er værd at bemærke i lyset af emnets generelle popularitet hos både vælgerne og de andre partiledere. Klima og miljø var omvendt det emne som Franciska Rosenkilde, Marianne Karlsomse, Inger Støjberg, Mai Villadsen, Pia Olsen Dyhr, Sofie Carsten Nielsen og Sikandar Siddique udtalte sig mest om. Søren Pape Poulsen udtalte sig mest om forsvar, mens Pernille Vermund havde to emner på en delt førsteplads, nemlig flygtninge og indvandrere samt pension. Det er også værd at bemærke, at Pia Olsen Dyhr brugte 16 % af sin

taletid på emnet skoler og børnepasning, mens andre partiledere i gennemsnit kun brugte 5 % på emnet. Emnet er ikke vist selvstændigt i figuren.

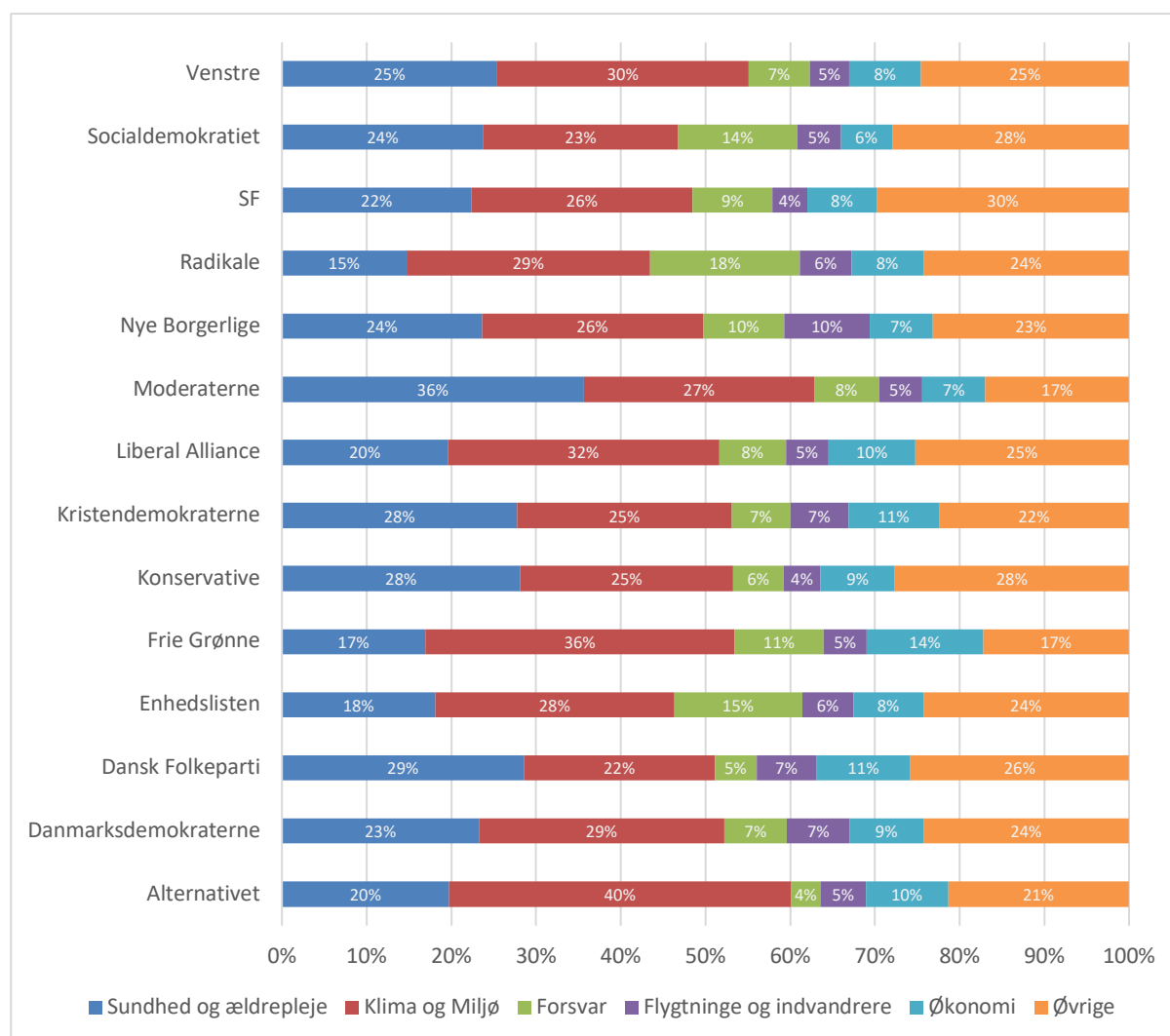
Figur 11: Partilederes citater fordelt på emner



Figur 11: Partilederes citater fordelt på emner. N=8.773

Figur 12 viser, at billedet ikke helt er det samme, når man ser på omtalen af emner i forbindelse med partier frem for kun partiledere. Således stiger fx Enhedslistens, Kristendemokraternes, Det Konservative Folkepartis og Danmarksdemokraternes fokus på sundhed og ældrepleje, når vi ansøger omtalen på dette parameter, mens Venstres fokus på klima og miljø også fremtræder styrket.

Figur 12: Partiers omtale af emner



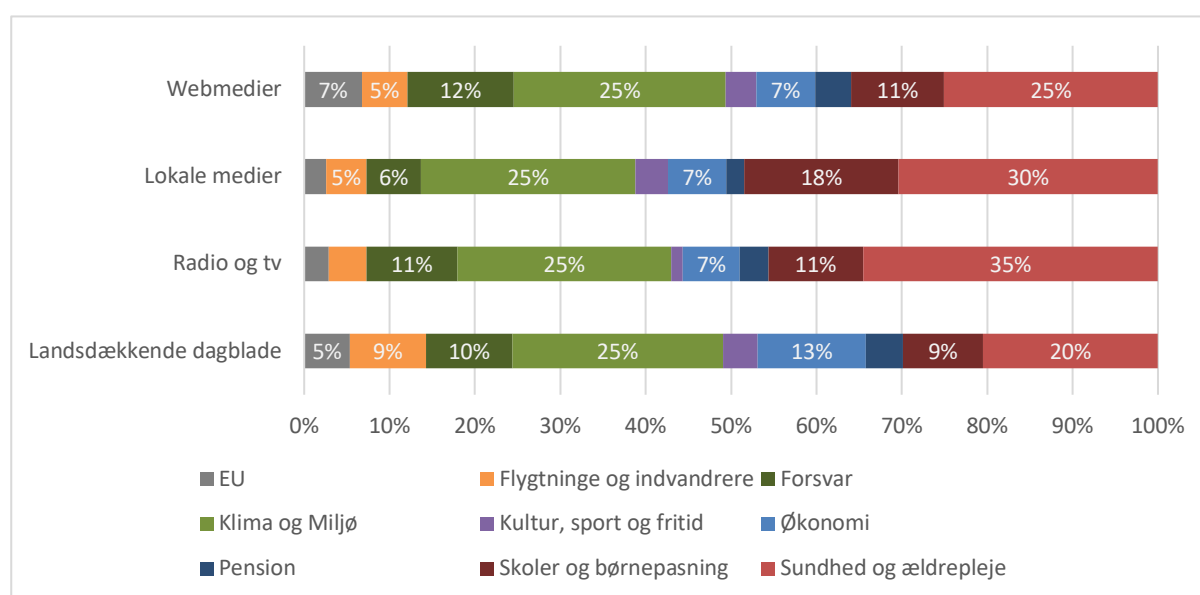
Figur 12: Partiers omtale af emner. N=48.910

Samlet set viser figur 11 og 12, hvordan nyhedsmedierne relaterer valgkampens emner til de forskellige partiledere og partier. Denne kamp om emneejerskab viser også, at der kan være forskel på de emner, som prioriteres af en partileder og de emner, som 'resten' af partiet taler om. I en valgkamp, hvor meget af taletiden er fokuseret på partilederne, ikke mindst i de mange tv-transmitterede partilederdebatte, kan vi dog antage, at det især vil være partiledernes fokus på forskellige emner, som vælgerne vil hæfte sig ved. Ud fra denne antagelse er det således bemærkelsesværdigt i hvor begrænset omfang, Mai Villadsen fra Enhedslisten forbindes med valgkampens største emne, sundhed og ældrepleje, samt i hvor begrænset omfang Søren Pape Poulsen fra Det Konservative Folkeparti forbindes med valgkampens næststørste emne, klima og miljø. Pia Olsen Dyhr fra SF forbindes også kun i begrænset omfang med emnet sundhed og ældrepleje, men i langt højere grad med emnet skoler og børnepasning, som hun til gengæld er forholdsvis alene om at fokusere på.

Emnerne og medietyperne

Hvor der i samlede tal var en klar prioritering i omtalen af emner, så viser figur 13 både forskelle og ligheder mellem dækning af valgkampens emner og de forskellige medietyper. Som fremhævet tidligere var de to dominerende temaer klima og miljø samt sundhed og ældrepleje. Dette ses tydeligt i figur 13, hvor begge emner er repræsenteret med mellem 20-35 % i alle medietyper. Der ses dog også forskelle i dagsordener på tværs af medietyperne. Hvor de lokale medier i 18 % af tilfældene skriver om Skoler og børneoplysning er dette blot tilfældet i 11 % hos webmedierne og i radio/tv og endnu mindre med 9 % i de landsdækkende dagblade. Dette hænger sandsynligvis sammen med, at området er et kerne-velfærdsområde, der typisk er implementeret i kommunalt regi, og derfor i langt højere omfang normalt er et emne, man finder i kommunale valgkampe – og derfor også i lokale medier (Blach-Ørsten & Eberholst, forthcoming). En anden forskel findes i forsvaret som emne. Dette emne fylder blot 6 % i de lokale medier, men fylder 10-12 % i de øvrige medietyper.

Figur 13: Emner fordelt på medietyper

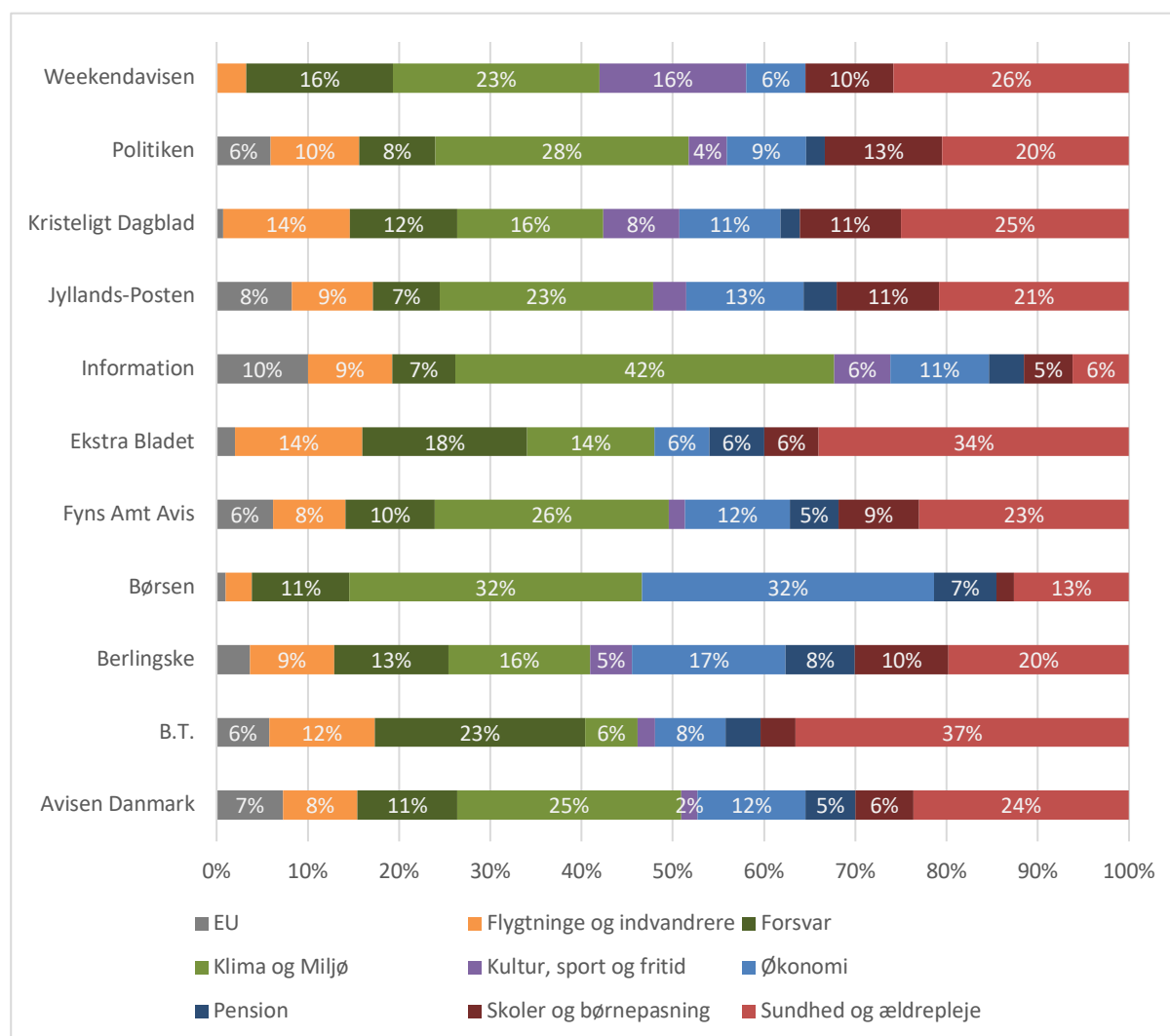


Figur 13: Emner fordelt på medietyper. Procentværdier under 5 % vises ikke. N=25.460

Vender vi os mod dækningen af valgets emner i de landsdækkende medier på titelniveau (figur 14), er der igen tydelige mønstre. Det er tydeligt, at enkelte dagblade sætter deres egen dagsorden. F.eks. kan man se, at Berlingske og Børsen begge har prioriteret økonomi med henholdsvis 32 % og 17 %. Man kan også se, at Politiken og Information har klima og miljø øverst på dagsordenen med hele 42 % dækning i Information og 28 % i Politiken. Trods forskellene er der dog absolut flest ligheder i de store landsdækkende mediers emnefordeling. Dog med nogle undtagelser. Information har stort set ikke omtalt emnet sundhed og ældrepleje. Blot 6 % omtale får emnet. Forsvar, som generelt var det fjerdemest omtalte emne i valget, fylder en del i både tabloiderne og Weekendavisen, men fylder markant mindre i de øvrige medier. Til gengæld er klima og

miljø stort set fraværende i tabloiderne, hvor kun 6 % af B.T.'s og 14 % af Ekstra Bladets spalter har været fyldt med emnet. Forskellene i emnerne er til dels forventelige, og det er ikke nødvendigvis et succeskriterie, at alle medier eller medietyper dækker valg med samme prioriteringer. Derfor er det også væsentligt at fokusere på, at alle medier og medietyper har dækket de fleste af emnerne og ikke ensidigt har fokuseret på enkelte emner i overflod.

Figur 14: Emner og de landsdækkende medier



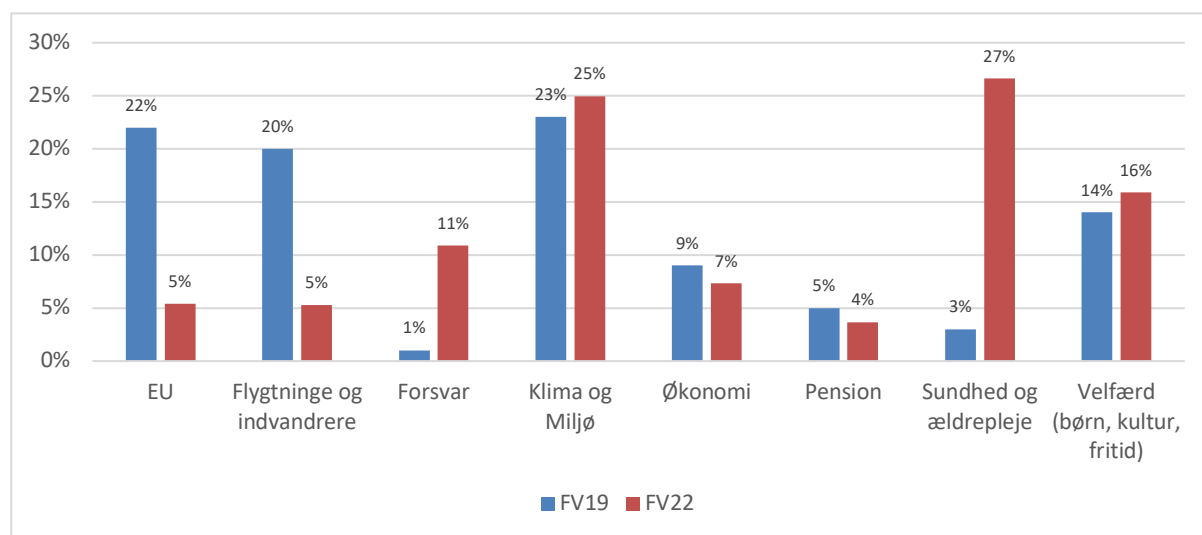
Figur 14: Emner fordelt på landsdækkende medier. Procentværdier under 5 % vises ikke. N=1.825

Forskelle mellem FV19 og FV 22

I figur 15 og figur 16 undersøger vi forskelle og ligheder mellem FV19 og FV22 belyst ud fra de emner, som blev mest omtalt. FV19 blev døbt 'klimavalget' af danske forskere (Blach-Ørsten et al., 2020, Hansen & Stubager, 2021). Men som nævnt indledningsvist blev FV22 udskrevet på en baggrund af lang række både nationale og internationale kriser, hvoraf klimakrisen blot var en enkelt af mange kriser i 2022. Dette fremgår også tydeligt af forskellen i forhold til omtalen af emner i henholdsvis FV19 og FV22. Skønt klima og miljø som emne får meget omtale i både FV19

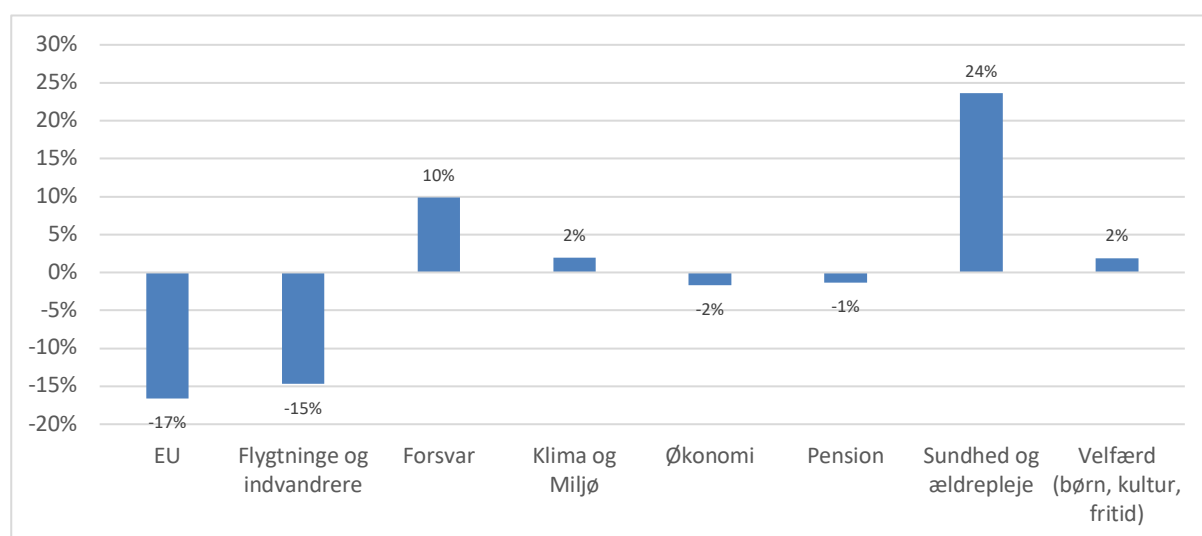
og FV22, så er der andre emner, hvor forskellene mellem de to valgkampe træder tydeligt frem. Det vigtigste emne i FV22, sundhed og ældrepleje, fik kun minimal omtale i FV19, og det samme gælder emnet forsvar, som både på grund af en spektakulær enkeltsag (FE-sagen) og krigen i Ukraine fik langt mere omtale i FV22 end i FV19, dog måske ikke så meget omtale, som man kunne forvente i forhold til det omfang som krigen også udfordrer landets økonomi med, fx høj inflation; noget som ikke afspejles i omtalen af økonomi i valgkampen, der er faldet fra FV19 til FV22.

Figur 15: Forskelle i emner i valget 2019 og 2022



Figur 15: Forskelle i emner i valget 2019/2022.

Figur 16: Forskelle i emner i valget 2019 og 2022 (forskel i procent)



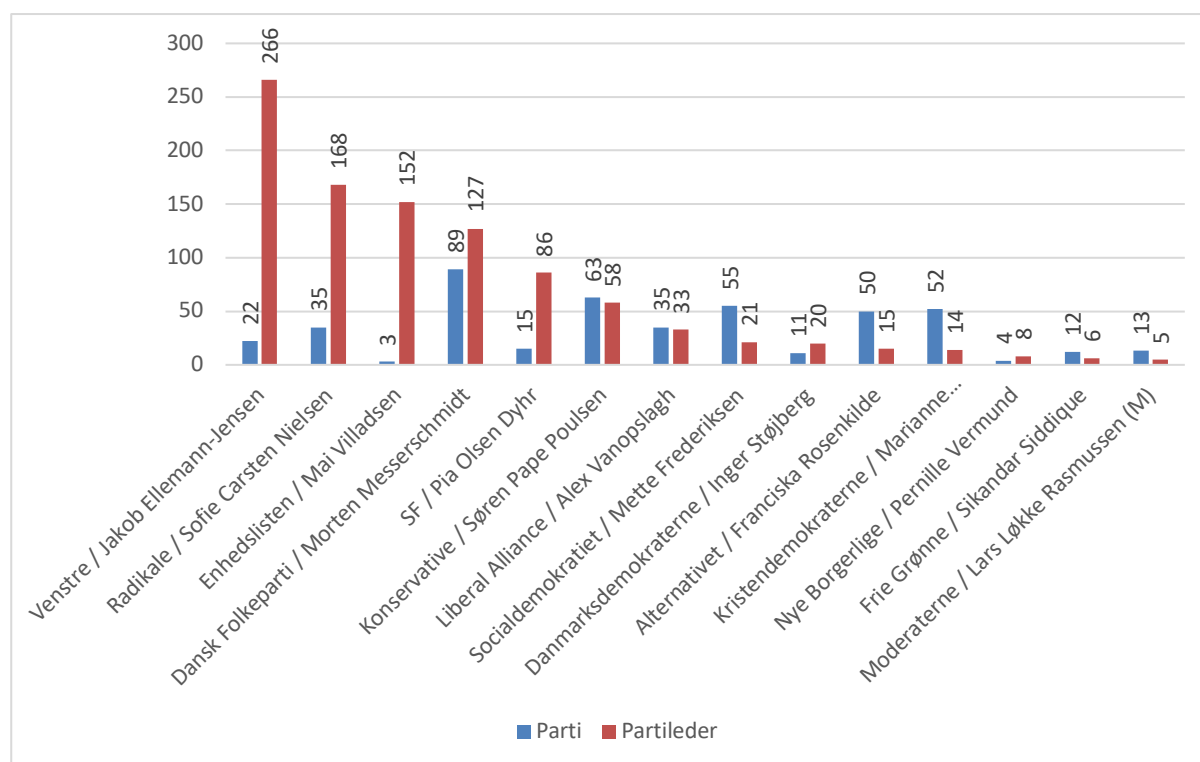
Figur 16: Forskelle i emner i valget 2019/2022. Her vist som procentmæssig forskel.

Et af de steder, hvor der også er en klar forskel på FV19 og FV22 er i omtalen af emnet flygtninge og indvandrere. Emnet, der har været højt på dagsordenen siden 1998, var i valget i 2022 reduceret til en omtale på bare 5 %. I valgkampen 2019 var emnet tredjestørst med en omtale på 20 %. (Blach-Ørsten et al., 2020). Emnet har ikke komplet forladt dagsordenen, men har fra både politisk side og fra vælgernes side fået konkurrence fra en række andre områder, som både vælgere og politikerne prioriterede højere i FV22. Dermed har emnet måske mistet den centrale rolle for magtfordelingen i Danmark, som det ellers tidligere er blevet tilskrevet (Green-Pedersen & Krogstrup, 2008; Green-Pedersen & Otjes, 2019). Et andet emne, der er faldet markant fra 2019 til 2022 er EU, men her er årsagen mere lige til. Det seneste valg til Europarlamentet fandt sted i 2019 omtrent samtidig med folketingsvalget. I 2022 var der intet EU-valg til at skubbe emnet ekstra højt op på dagsordenen.

Tillid til de danske politikere

Folketingsvalget blev udskrevet på baggrund af minksagen og en længerevarende diskussion om en generelt dalende tillid til politikerne og en stigende tendens til magtfuldkommenhed hos Mette Frederiksen og den siddende regering. I den følgende analyse gør vi brug af en sær-søgning på emnet tillid til politikerne i Infomedias database. Analysen i figur 17 viser, at emnet ikke decideret har været fraværende i valgkampen, selvom det er et af de mindre emner. Udviklingen fra sidste folketingsvalg er dog markant. Under valgkampen 2019 var emnet tillid til politikerne repræsenteret 182 gange. I dette års valgkamp var det mere end fordoblet og repræsenteret 380 gange. Der er også klare forskelle i, hvem der tales om, og hvem der taler, når det drejer sig om emnet tillid til politikerne. Det er primært Venstre og Radikale, der taler om emnet, og det er primært Mette Frederiksen, der taler om, skønt Søren Pape får også en stor del af omtalen. I lyset af den dannede regering, der inkluderer Jakob Ellemann-Jensen, er det jo tydeligt i hvor høj grad, det var samme Jakob Ellemann-Jensen, der satte dette emne på dagsordenen under valget, ofte med en henvisning til minksagen og en mulig advokatundersøgelse eller Rigsret.

Figur 17: Tillid til politikere fordelt på parti og partileder

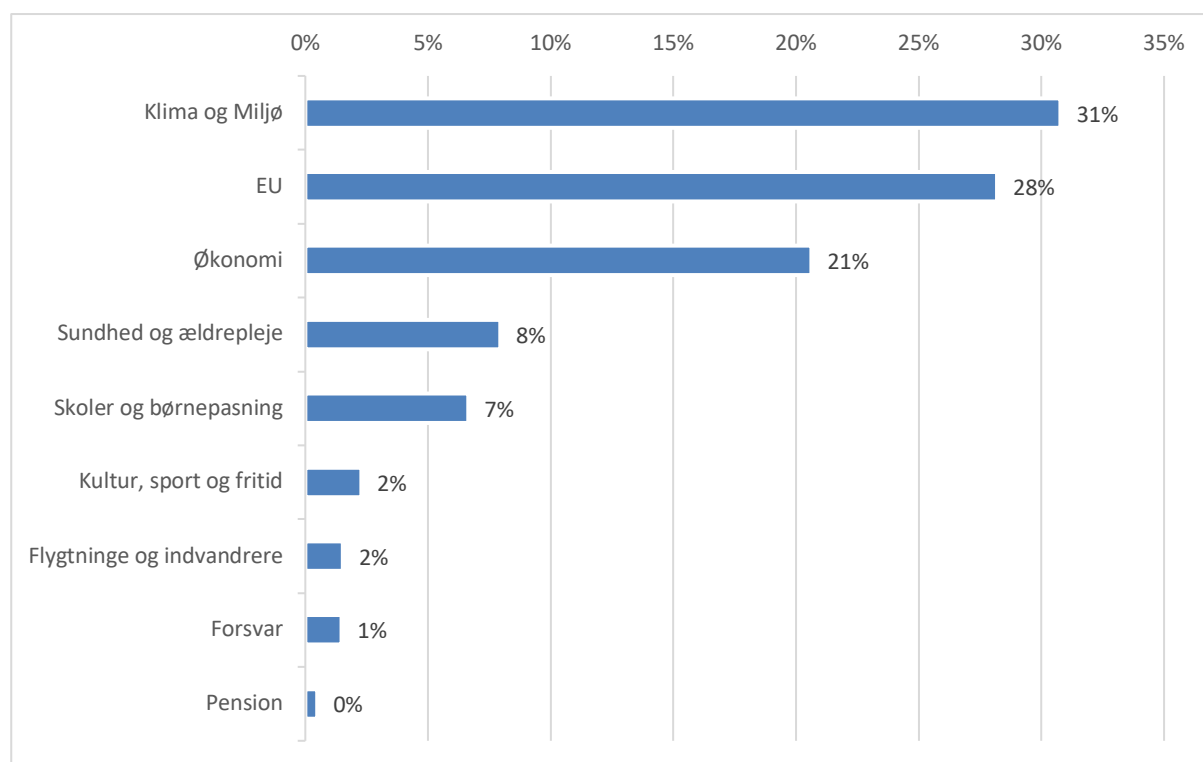


Figur 17: Tillid til politikere fordelt på parti og partileder. N=1.438

Energikrisen

Valget blev indledningsvist kaldt krisevalget og udskrevet på en længere række kriser. Heriblandt forsyningskrisen på energiområdet. Allerede inden valget var dette et tema, og denne dagsorden blev yderligere forstærket kort inden valget, hvor Nord Stream-gasledningen eksploderede med stor både national og international bevågenhed til følge. Hertil rummede perioden omkring valgudskrivelsen nogle af de højeste energipriser nogensinde – både i Danmark og EU. I dette afsnit interesserer vi os for særemnet energikrise. Det er som det tidligere emne, tillid til politikerne, et særemne, som vi ikke følger over tid, men kun følger i denne valgkamp. Emnet er ikke decideret *dårligt* repræsenteret i datasættet, men det er langt mindre repræsenteret, end vi havde forventet indledningsvist. I alt er emnet repræsenteret 2.096 gange, hvilket bringer det på højde med et emne som f.eks. økonomi, der dog som tidligere nævnt i dette års valgkamp er gået tilbage i om-tale. Dette lave niveau undrede os, men forklaringen kan være, at emnet energikrise har store overlap med både økonomi og EU samt klima og miljø, hvilket også kan ses i figur 18.

Figur 18: Energikrise fordelt på valgets temaer



Figur 18: Emnet energikrise fordelt på valgets temaer. N=1.624

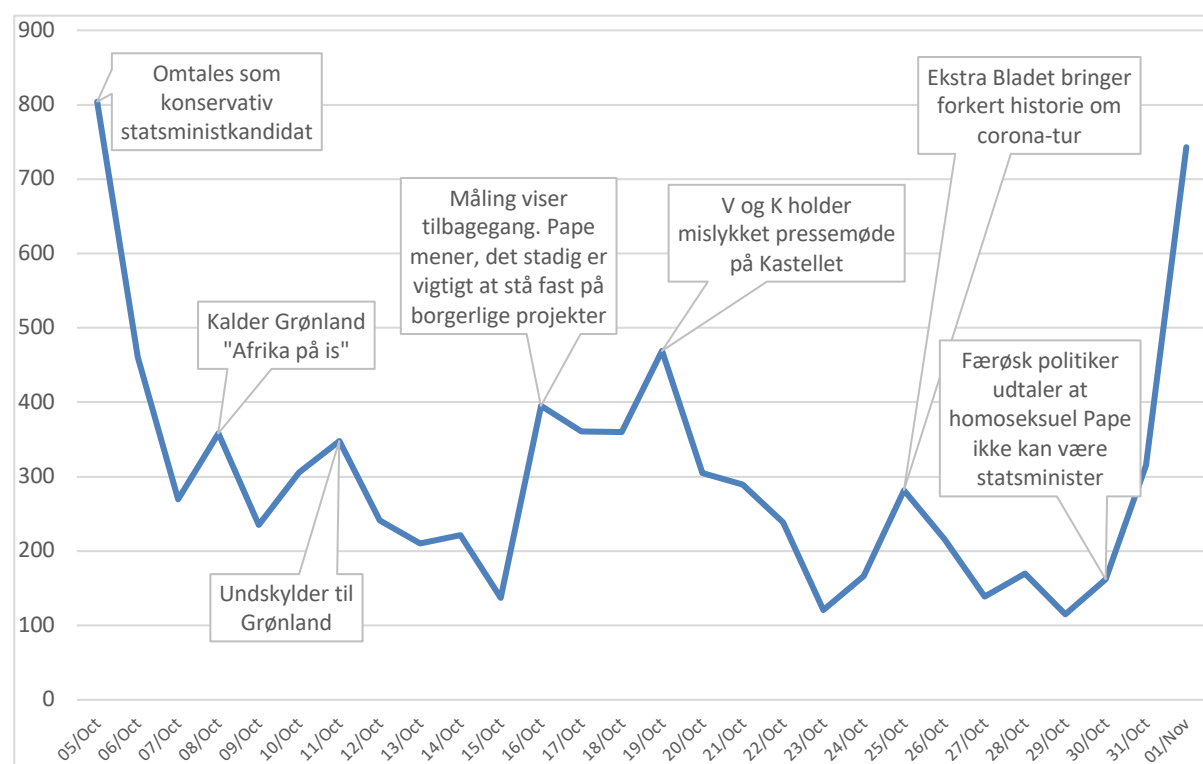
I figur 18 har vi krydset omtalen af emnet energikrise med de øvrige emner i valget. Det står klart, at når vi taler om energikrisen, så taler vi *også* om klima og miljø, EU og økonomi. Dette er måske ikke så overraskende, da emnet i sagens natur har store krydsflader med disse emner, ligesom det er oplagt, at løsningerne på mange af de problemer, der er i energikrisen, skal findes inden for disse emner: Energifikrisen og den høje inflation hænger sammen med økonomien, energikrisens løsning skal findes i den grønne omstilling, og den grønne omstilling er ofte internationalt funderet, når det kommer til løsninger. Når vi finder det relevant at bringe energikrisen som særerne i spil, så er det fordi, det på forhånd var oplagt, at dette emne ville blive meget dominerende i valget. Det blev det, som vi ved nu, ikke, men det var ikke kun, fordi andre kriser overtog dagsordenen. Det var i høj grad fordi, valgets emner i dette tilfælde overlapper og understreger det komplekse i store politiske agendaer, der kræver internationalt samarbejde og tværpolitiske løsninger.

Søren Pape Poulsens 'møgsager'

Hvor denne rapport hidtil har vist, hvordan Mette Frederiksen og Socialdemokratiet havde held til at sætte sig på det meste af omtalen i valgkampen, og samtidig havde held til at sætte en krisedagsorden, som de andre partier stort set alle sammen også talte ind i, så viser figur 19, hvordan omtalen af Søren Pape Poulsen i valgkampen i høj grad blev påvirket af de sager, som dukkede op

undervejs, og som også spejlede den negative spiral i forhold til omtale, som Søren Pape Poulsen allerede var kommet ind i, og som havde forbindelse med sagerne omkring hans skilsmisse⁵. Den negative omtale blev spejlet i partiets vælgertilslutning. Før valget blev udskrevet i august måned, stod de Det Konservative Folkeparti til mellem 15 % og 16 % af stemmerne. Ved valgets afslutning havde kun de fået 5,5 % af stemmerne.

Figur 19: Søren Papes medieomtale



Figur 19: Søren Papes medieomtale i alle medier under valgkampen. N=8438

Skønt forskning i politiske skandaler generelt er varsom med at tilskrive politiske skandaler en stor eller langvarig effekt, især i forbindelse med valgkamp (Blach-Ørsten, 2010, Midtbo 2012; Pollack et al., 2018), så tyder lige præcis dette forløb på, at de mange skandaler omkring Søren Pape Poulsen, der allerede begyndte før valgkampen, kom til at få en klar betydning for hans statsminister-kandidatur og for hele Det Konservative Folkepartis vælgertilslutning.

Mette Frederiksens totale dominans

En moderne valgkamp udspiller sig ikke alene via de traditionelle nyhedsmedier, men også via de sociale medier (Blach-Ørsten, Eberholst & Burkal, 2017; Jensen & Schwartz, 2020, 2021). Derfor har danske politikere også i stigende grad dedikeret både tid og ressourcer til at føre valgkamp

⁵ <https://journalisten.dk/moegsager-under-valgkampen-fik-medieomtalen-af-soeren-pape-til-at-peak/>

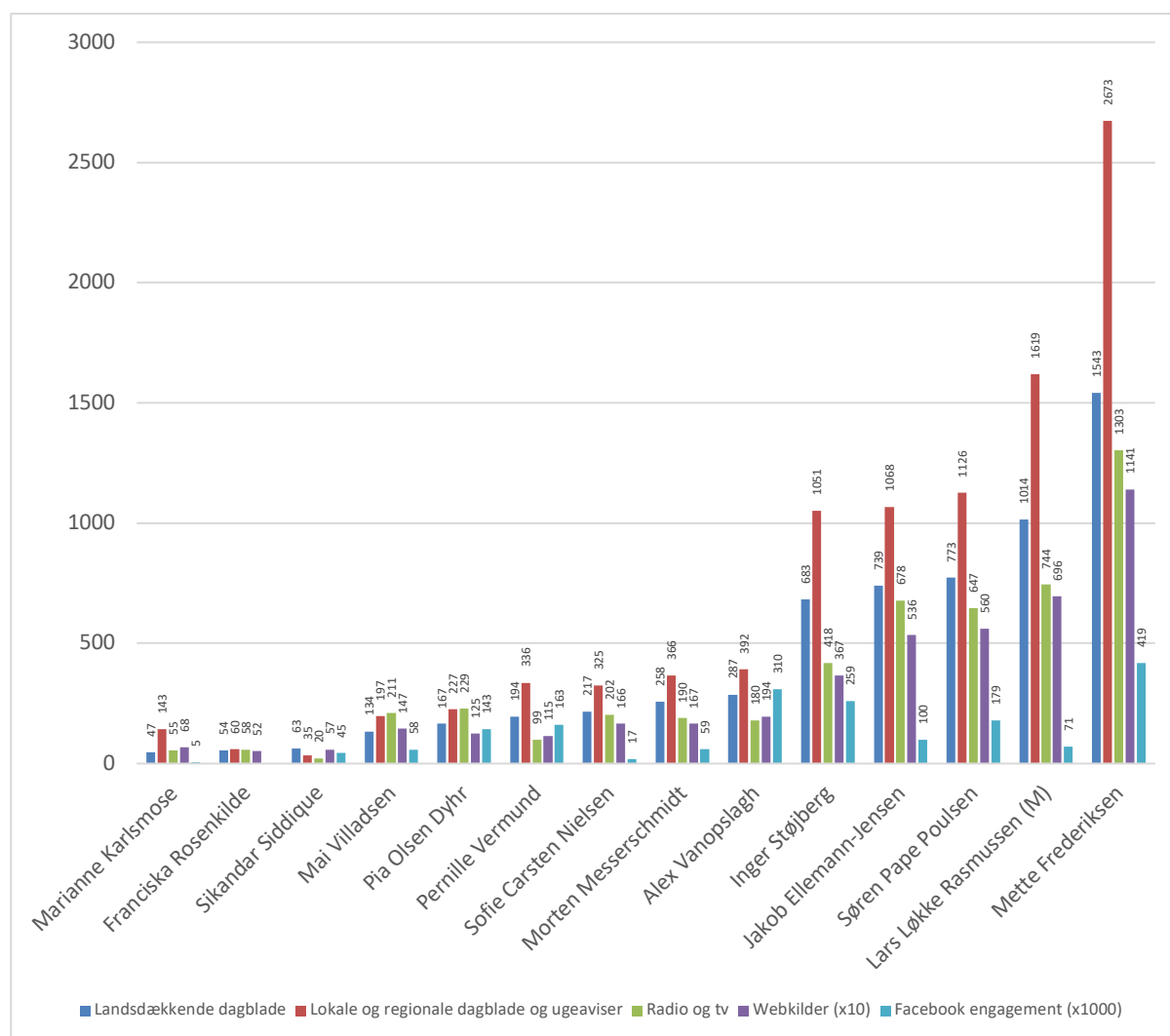
på forskellige sociale medieplatforme. Figur 20 viser omtale af partiledere fordelt på en række platforme, herude både traditionelle nyhedsmedier og sociale medier.

Ifølge de årlige analyser af danskernes brug af nyhedsmedier, så er den danske befolkning forholdsvis traditionel i sit medieforbrug. Det vil sige, at danskerne i høj grad henter deres informationer om politik og samfund fra DR, TV 2, de landsdækkende aviser samt de regionale og lokale nyhedsmedier (Schrøder, Blach-Ørsten & Eberholst, 2022). En høj tilstedeværelse på disse platforme vil derfor, alt andet lige, gavne en politikers eller et partis eksponering. Danskerne har dog også en høj tilstedeværelse på de sociale medier, især Facebook, men hvor danskerne har en høj grad af tillid til nyhedsmedier, har de en lavere grad af tillid til sociale medier (Schrøder, Blach-Ørsten & Eberholst, 2022). Facebook bruges dog af en aldersmæssigt set bredt sammensat del af befolkningen (Ibid.) og har yderligere den fordel, at man som parti/politiker kan betale sig til en meget målrettet eksponering for udvalgte målgruppe - noget som partierne, ifølge Facebooks egne opgørelse, i høj grad har benyttet sig af⁶.

Uanset hvilken platform man ser på, er det svært at slå Mette Frederiksen, hvis dominans er total på alle platforme. Når man bevæger sig længere ned ad ranglisten, er der dog forskelle, som er værd at bemærke. Således ligger Lars Løkke Rasmussen nummer to på flere platforme, ligesom figur 20 viser, at Liberal Alliances Alex Vanopslagh, der i valgkampen fik meget omtale for sine videoer på TikTok, også klarer sig godt på Facebook, hvor han er nummer to målt på interaktioner.

⁶ <https://www.dr.dk/nyheder/politik/folketingsvalg/vanopslagh-og-la-har-brugt-26-millioner-paa-facebook-annoncering-se>

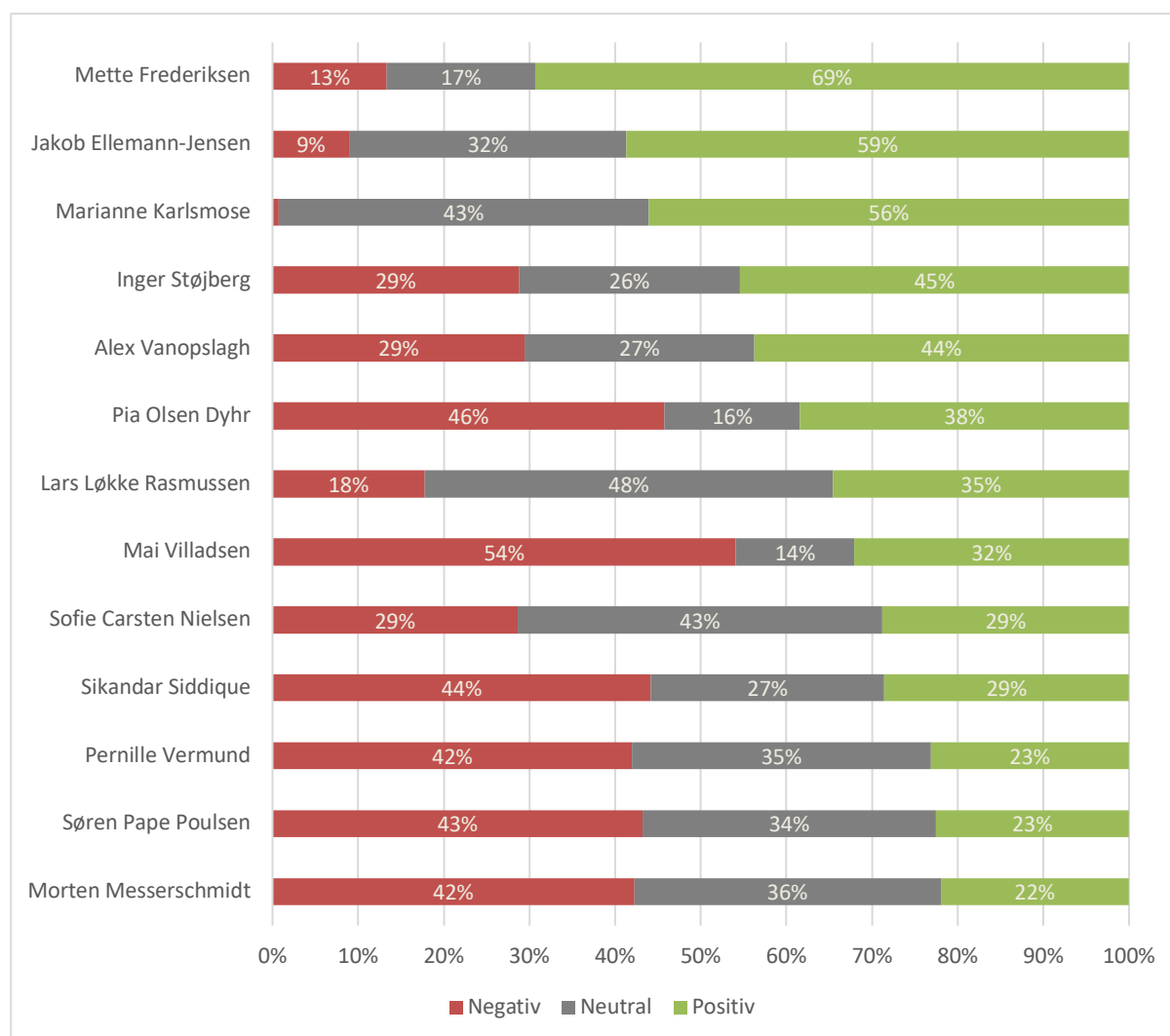
Figur 20: Omtale af partiledere fordelt på medietyper



Figur 20: Omtale af partiledere fordelt på medietyper. Landsdækkende dagblade, lokale og regionale dagblade og ugeaviser, radio og tv, webkilder, n=152.483. Facebook, n=1.826.446. Franziska Rosenkilde vises ikke i Facebook grundet en datafejl.

Hvor selve niveauet af omtale ses i figur 20, kan figurens data ikke sige noget specifikt om hverken debattone eller indhold på de sociale medier. Figur 21 viser publikumsengagementet på Facebook fordelt på en automatiseret sentimentanalyse.

Figur 21: Sentimentanalyse af engagement på partilederes opslag på Facebook



Figur 21: Engagement på partilederes opslag på Facebook fordelt på sentiment. n=1.826.446. Franziska Rosenkilde vises ikke pga. datafejl.

Sådanne automatiserede analyser skal ses med en del forbehold. Alligevel vælger vi at bringe den, da vi finder nogle interessante mønstre, som er værd at fremhæve. Indledningsvist er det værd at bemærke, at Mette Frederiksen og Jakob Ellemann-Jensen i langt overvejende grad har positivt engagement på Facebook-opslag. Bundskraberne i forhold til positivt engagement er Morten Messerschmidt, Søren Pape Poulsen, Pernille Vermund, Sikandar Siddique og Sofie Carsten Nielsen. Tillægges topscorerne af negativt engagement, Mai Villadsen og Pia Olsen Dyhr, kan vi se nogle interessante mønstre. De nævnte partiledere repræsenterer partier på begge fløje, og således er der ikke nødvendigvis noget enkelt specifikt emne, der kan være skyld i dette negative engagement. Typisk vil emner som ligestilling (både ift. køn, seksualitet og etnicitet) samt flygtninge og indvandrere give negativt engagement (Hartley & Eberholst, 2016). Disse emner kan findes på yderkanterne af begge politiske blokke, og derfor kan det heller ikke udelukkes, at det negative engagement kommer som reaktioner på specifikke politiske emner. Men det kan heller

ikke udelukkes, at engagementet skyldes, at de nævnte partiledere kan have anvendt negativ kampagne-strategi, hvor partilederen, fremfor at fremhæve egne styrker, fremhæver konkurrenternes svagheder negativt. Vi ved fra tidligere forskning i debatkultur, at negative opslag avler en negativ debat (Hartley & Eberholst, 2016). Negative kampagner er ofte et redskab, som anvendes af udfordrere i politik, men ikke nødvendigvis anvendes af den siddende regering (Hansen & Pedersen, 2008).

Eftertanken blandt de politiske ledere og deres rådgivere her kan være, om denne strategi er effektiv. Partierne med mindst positivt engagement er således også de partier, der har opnået dårlige valg. Man skal naturligvis ikke tillægge figuren og aktiviteten på sociale medier for meget betydning, da sociale medier kun er ét af mange elementer i en valgkamp, og effekterne af de forskellige elementer stort set er umulige at skelne fra hinanden. Ser man isoleret på figuren er det dog umuligt at undgå at tænke tanken, at negative kampagner avler negativt engagement samt at dette negative engagement snarere skræmmer vælgerne væk fremfor at trække dem til. Modargumentet for dette er naturligvis Jakob Ellemann-Jensen, der ligger på andenpladsen med en langt overvejende del af positivt engagement. Hans og Venstres valg var med stærk tilbagegang.

Derfor må vi igen understrege, at man skal læse figur 20 og figur 21 med en del forbehold, ligesom vi må understrege, at effekten af kampagner på sociale medier ofte overdrives. I en dansk kontekst findes indtil videre kun forskningslitteratur, der viser en begrænset sammenhæng mellem aktivitet på sociale medier og valgbarhed (Blach-Ørsten, Eberholst & Burkal, 2017; Jensen & Schwartz, 2021).

Litteratur

Blach-Ørsten, M. (2011). Politiske skandaler i danske medier 1980–2010. *Tidsskriftet Politik*, 14(3), 7-16.

Blach-Ørsten, M., Eberholst, M. K., & Burkal, R. (2017/2020). From hybrid media system to hybrid-media politicians: Danish politicians and their cross-media presence in the 2015 national election campaign. In *Social Media Campaigning in Europe* (pp. 42-55). Routledge.

Blach-Ørsten, M., Eberholst, M. K., Hartley, J. M., & Steensberg, M. R. (2020). En ny dagsorden?: Valgkampen 2019 i nyhedsmedierne. In *# FV19: Politisk kommunikation på digitale medier* (pp. 69-88). Samfundslitteratur.

Blach-Ørsten, M., Eberholst, M. K. (forthcoming). Journalism and the center-periphery cleavage: How national and local news media covered the 2021 municipal elections in Denmark

Green-Pedersen, C., & Krogstrup, J. (2008). Immigration as a political issue in Denmark and Sweden. *European journal of political research*, 47(5), 610-634.

Green-Pedersen, C., & Otjes, S. (2019). A hot topic? Immigration on the agenda in Western Europe. *Party Politics*, 25(3), 424-434.

Hansen, K. M., & Pedersen, R. T. (2008). Negative campaigning in a multiparty system. *Scandinavian Political Studies*, 31(4), 408–427. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9477.2008.00213.x>

Hartley, J. M., & Eberholst, M. K. (2016). Facebook-debatter. Hvem sætter dagsordenen? In Mark Blach-Ørsten & Ida Willig (Eds.), *Den fælles dagsorden og alle de andre* (First, pp. 83–105). Samfundslitteratur.

Hopmann, D. N. (2009). Public service og politisk balance: En typologi. *Journalistica*, (1).

Hopmann, D. N., & Elmelund-Præstekær, C. (2010). Hvem er medierne i lommen på? Tv-nyhedernes dækning af politikere og emner i folketingsvalgkampe. *Politica*, 42(3), 310-325.

Hopmann, D. N., De Vreese, C. H., & Albæk, E. (2011). Incumbency bonus in election news coverage explained: The logics of political power and the media market. *Journal of Communication*, 61(2), 264-282.

Hopmann, D. N., Van Aelst, P., & Legnante, G. (2012). Political balance in the news: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 240-257.

Jensen, J. L., & Schwartz, S. A. (2020). The 2019 Danish general election campaign: The 'normalisation' of social media channels? *Scandinavian political studies*, 43(2), 96-104.

Jensen, J. L., & Schwartz, S. A. (2021). The Return of the “Lurker”: A Longitudinal Study of Citizens’ Use of Social Media in Danish Elections 2011, 2015, and 2019. *Social Media+ Society*, 7(4), 20563051211063463.

Midtbø, T. (2012). Do mediated political scandals affect party popularity in Norway. *Scandalous*, 151-163.

Pollack, E., Allern, S., Kantola, A., & Blach-Ørsten, M. (2018). The new normal: Scandals as a standard feature of political life in Nordic countries. *International Journal of Communication*, 12, 3087-3108.

Schrøder, K. C., Blach-Ørsten, M., & Eberholst, M. K. (2022). *Danskernes brug af nyhedsmedier 2022*. (1 udg.) Center for Nyhedsforskning, Roskilde Universitet. Danskernes brug af nyhedsmedier <https://doi.org/10.5281/zenodo.7040876>