

Per Rystrom

Medier og politik

– to sider af samme sag

Something is rotten in the State of Denmark. Medier og politikere kan i hvert fald blive enige om en ting: Verden er ikke, som den har været. Det drejer sig om samspillet mellem politik og medier – samspillet mellem den frie presse og den demokratiske beslutningsproces.

På den ene side anklager politikerne medierne for at forfladige diskussionen, forvrænge samfundsdebatten og gå efter sensationsprægede enkeltsager. På den anden side anklager pressen politikerne for at manipulere med virkeligheden. Anklagen lyder, at de såkaldte spindoktorer styrer pressen uden om de reelle problemer for kun at tegne et glorificeret billede af politikerne.

Begge dele er noget vrøvl. Vi har på flere parametre de bedste politikere og den bedste presse, der nogensinde er set. Men omvendt er vilkårene ændret så meget, at nogle markante advarselslamper må blinke. Det ændrede samspil mellem medier og politikere betyder, at man på nogle afgørende stræk må gå nye veje for at sikre demokratiet.

Lad os starte med Radioavisen. Selvom DR nærmest har prøvet at fjerne deres vigtigste indflydelse på dansk politik ved at disintegrere Radioavisen ud i alskens forskellige nyhedsprogrammer, er morgenradioen stadig vigtig for dagens politiske dagsorden.

Danske toppolitikere lever med det hver dag: Truslen eller chancen for at komme i morgenradioavisen. Klokkeren 6:15 ringer Radioavisen til de første politikere for kommentarer til dagens historier. Radioavisens morgenvagt har allerede været på arbejde flere timer og har siddet og



bladret i aviser. De har fundet ud af, hvad de vil have som deres morgenhistorier. Det kan være en forsidehistorie om en ny farlig madbakterie eller en rapport, der afslører svindel hos en offentlig myndighed. Det er muligt, at man kun er halvvejs gennem et nyt forskningsprojekt, men medierne er ligeglade.

Radioavisen beslutter at køre hårdt på. Den ansvarlige minister ringes op med henblik på, at ministeren skal mene noget til Radioavisen klokken 7:00 – uanset om ministeren kender sagen eller ej. I 8-Radioavisen har man så en oppositionspolitiker på banen, som kalder ministeren i samråd. Det kan også være, det først sker i 9-Radioavisen, hvis oppositionen er lidt sløv. Halvdelen af de samråd bliver aldrig indkaldt i virkeligheden, når det efterfølgende viser sig, at problemet måske ikke var så stort.

Men sagen ruller videre. Der skal ske noget nyt inden klokken 12:00, for da kommer næste vigtige radioavis – og tv-avis for den sags skyld. Det nytter ikke noget, at de bare refererer morgenradioavisen, for så er Radioavisen jo ikke først med det sidste. Klokken 12:00 er det rimelig sikkert, at de også har fået fat på de oppositionspolitikere, som sover lidt længe. Dermed kan Radioavisen konstatere, at der nu er et flertal uden om regeringen, som vil gennemføre en ny lov eller tage et andet initiativ til at løse problemet.

Ministeren har samtidig fået travlt, for han/hun skal i løbet af eftermiddagen snakke med de forskellige dagbladsjournalister, som skal have hver deres vinkel på sagen. Hvad betyder det for erhvervslivet? Hvad betyder det, at bakterier nu kommer ind med mælken fra Sverige via Øresundsforbindelsen? Efter dagbladene kommer turen til tv-journalisterne, og diverse live-link i løbet af aftenen. Sidst på aftenen sidder ministeren i TV2's 22-nyheder, eller Deadline på DR 2, hvor journalisterne på seernes vegne spørger: "Hr./fru minister, nu har vi kendt det her problem hele dagen. Hvorfor har du ikke gjort noget ved det endnu?". Ministeren er klart i defensiven: Der er flertal uden om regeringen, der kommer snart popularitetsmålinger (dem læser statsministeren), og der er også snak om en regeringsomdannelse. I den situation er der mange, der spiller med på mediernes betingelser. De hiver et nyt





initiativ op af lommen: "Vi laver en ny lov", eller "jeg bevilger 50 millioner kroner til en ny handlingsplan".

Sådan bliver meget politik lavet i Danmark! Det kan være, det sker over to dage eller en uge. Det kan også være, at ministeren kan annoncere den nye lovgivning allerede fra morgenstunden, hvis sagen er ordentligt plantet. Men dynamikken er den samme: Et medieegnet problem kræver medieegnedede løsninger.

Er det så godt eller skidt? Det er jo fremragende, hvis historien handler om et reelt problem, f.eks. en bakterie, som rent faktisk er farlig, og som myndighederne har overset. Så er det godt, at vi har nogle vågne medier og oppositionspolitikere til at presse regeringen til handling. Men det er ikke sikkert, at det forholder sig sådan. Ofte viser det sig efterfølgende, at de historier medierne bringer ikke indeholder de dramatiske sider, der først blev fremhævet.

Pointen er, at det bliver en lille smule vilkårligt, hvad der sker. Det bliver dem, som formår at råbe pressen op, der er med til at sætte en dagsorden. Og det bliver de områder, som er velegnede til at skabe medieproblemer: Enkeltsager, hvor mennesker er kommet i klemme, eller sager, der berører mange mennesker i deres hverdag. Abstrakte problemer som globale miljøproblemer skal der nærmest en Bjørn Lomborg til for at gøre medieegnede.

En anden væsentlig pointe er, at i mange sager er den politiske proces og mediernes behandling en integreret proces. Politik bliver ikke kun dannet i lukkede rum, hvor der forhandles mellem eksperter og politikere. Medierne indgår i forhandlingerne, og de, der formår at påvirke medierne, står bedre i forhandlingerne.

Men har det ikke altid været sådan? Til en vis grad, men der er samtidig sket en række ting i den danske politiske journalistik, som har betydning for politikdannelse i Danmark.

Udviklingen i de danske politiske medier

De danske politiske medier er under konstant forandring. Særligt fire træk har været kendetegnende for de senere års udvikling.





For det første er de danske politiske medier i det store hele blevet afpolitiseret. Den gammeldags partipresse er væk, og vi har i dag nogle medier og nogle politiske journalister, der minder ekstremt meget om hinanden. Hvis man tager en tilfældig artikel fra hhv. Politiken, Berlingske Tidende og Jyllands-Posten, vil de ofte minde meget om hinanden. Journalistikken er blevet mere ens. Udgangspunktet tages ikke i et partipolitisk syn, men i stedet i en række nyhedskriterier (se nedenfor). Det er som udgangspunkt en positiv udvikling, da den stiller pressen uafhængig af politiske interesser. Men den indebærer også nogle problemer, som jeg vil komme nærmere ind på senere.

Den seneste tid har vist en lille smule opløsning i tendensen. Jyllands-Posten bragte den sidste søndag før seneste folketingsvalg en stort opsat artikel, som skulle være med til at sætte asylfup på dagsordenen. Tilsvarende har Berlingske Tidendes chefredaktør tilkendegivet, at artiklerne i avisen vil blive skrevet ud fra et klart borgerligt udgangspunkt.

Det andet udviklingstræk i danske politiske medier er den skærpede konkurrence. For 15 år siden så alle det samme tv-program – det var TV-Avisen kl. 19.30. Nu er der mange tv-kanaler, som sender nyhedsprogrammer, og der er intens konkurrence om seerne for at få fat i hhv. annonce- og licenskroner. Nye elektroniske medier fra lokalradioer til internettet har også skærpet konkurrencen om lyttere/seere og annoncekroner. Også på dagbladsområdet er der kommet skærpet konkurrence, ikke mindst som følge af et vigeende annoncesalg. Det har flere steder betydet redaktionelle nedskæringer. Før i tiden kunne en journalist bruge flere dage på at researche en artikel og dermed komme bedre til bunds i en problemstilling. Nu skal journalisterne dagligt producere nyheder – og helst solonyheder, som de andre medier ikke har. Det giver et helt andet pres på journalister, og medfører helt naturligt, at de bliver mere modtagelige over for alle mulige “onde” spindoktorer og “farlige” interesseorganisationer. Den skærpede konkurrence har altså en række negative effekter. På den positive side har konkurrencen bidraget til den føromtalt afpolitisering.





Det tredje udviklingstræk er mediernes stadig stigende konfliktfokus. Det er vanskeligt at få en journalist til at beskæftige sig med et emne, hvis der ikke er en betydelig uenighed om det. Det er ikke altid et problem, for det er selvfølgelig centralt at få belyst de steder, hvor der er uenighed. Problemet er, at det nogle gange giver et forvrænget billede af virkeligheden. Når der f.eks. i en ny lovgivning fokuseres entydigt på konflikter, går helhedsbilledet tabt. Det ses ofte i forbindelse med større finanslovsforlig, politiske pakkedninger eller tilsvarende.

Det fjerde udviklingstræk i den danske politiske presse er, at den er blevet ekstremt procesorienteret. Procesorienteret vil sige, at den politiske journalistik handler om den politiske proces, snarere end den handler om det politiske indhold. Det er historier om, hvem der forhandler med hvem om finansloven, snarere end om hvor nedskæringerne rammer. Det er historien om tonen i valgkampen snarere end om politikken i valgkampen. I Storbritannien er der i forbindelse med de seneste to parlamentsvalg lavet omfattende undersøgelser af pressedækningen. Resultaterne fra disse undersøgelser er entydige: Langt over halvdelen af historierne om valgkampen var proceshistorier om selve valgkampen snarere end om partiernes og kandidaternes politiske holdninger. Pressen dækkede valgkampen i 1997, og igen i 2001, som en boksekamp.

Det samme gjorde sig gældende under valgkampen til folketingsvalget 2001 herhjemme. Ud af 60 forsider, som de tre store morgenaviser udkom med under valgkampen, drejede de 40 sig om valget. Ud af disse var de 19 vinklet som proceshistorier og 21 vinklet som substanshistorier. Det betyder, at den politiske journalistik i Danmark bidrager til en øget fokusering på form snarere end indhold. Det er udmærket, at læserne får indblik i den politiske proces gennem talrige analyser i dagbladsspalterne. Men det sker for ofte på bekostning af substansen.

De fire tendenser i den politiske journalistik (afpolitisering, konkurrence, konflikt- og procesorientering) har alle betydning for den måde, medierne udfylder deres rolle i det danske demokrati.





Mediernes rolle i demokratiet

I et demokrati spiller mediernes en afgørende rolle. Det er der ikke noget nyt i. Men det er ikke en entydig rolle, som man kan sige, at de klarer enten godt eller skidt. Der er snarere tale om fem forskellige funktioner, mediernes skal varetage – og som de politiske partier skal være opmærksomme på, om mediernes varetager:

- ❶ Medierne skal afsløre magtmisbrug
- ❷ Medierne skal pege på reelle samfundsproblemer og konsekvenserne af politiske handlinger
- ❸ Medierne skal fortælle vælgerne om forskellige politikeres præferencer
- ❹ Medierne skal fortælle politikerne om vælgernes præferencer
- ❺ Medierne skal skabe et rum for den samfundsmæssige debat

Medier som vagthund

Den første funktion er som vagthund mod magtmisbrug. De skal holde øje med politikerne: Er der sammenhæng mellem handlinger og ord? Bliver politiske embeder misbrugt? Er der svind med offentlige midler? Det er en vigtig rolle, som danske medier generelt er meget bevidste om. Sager som BT's afsløring af Brixtoftes handlinger i Farum viser, at det fra tid til anden lykkes for mediernes at udfylde deres rolle som vagthund ganske effektivt.

Om mediernes er gode nok til at agere vagthund, er vanskeligt at vurdere. Det kræver en form for objektiv viden om det potentielle antal sager, som mediernes kunne afsløre. Det paradoksale i at evaluere mediernes rolle som vagthund er, at hver gang rollen udføres med succes, kan man bruge det som belæg for to modsatrettede konklusioner. Farum-sagen viser på den ene side, at mediernes fungerer som vagthund. På den anden side kan man spørge, hvorfor sagen ikke blev afsløret tidligere og hvilke andre sager, der ligger skjulte hen.

Generelt må det dog siges, at mediernes – hele vejen rundt – er meget bevidste og bruger en del ressourcer på rollen som vagthund. For socialdemokrater – og andre politikere – betyder det kort sagt, at man skal opføre sig ordentligt. Større problemer er der med mediernes næste funktion i demokratiet.





Reelle samfundsproblemer

Den anden funktion er, at pressen skal kunne påpege nogle reelle samfundsproblemer, sætte dem på dagsordenen og belyse konsekvenser af forskellige politiske løsninger. Her har vi en god presse på nogle punkter og en dårlig presse på andre. Det springende punkt er, hvilke typer problemer, der er tale om, for pressen egner sig bedst til en bestemt type sager – ofte sager med konflikter bestående af enkeltpersoner med gode billeder i. Som beskrevet ovenfor bliver meget politik dannet gennem mediepres på at finde politiske løsninger.

Der er en del af det organiserede Danmark, der er væsentligt bedre til at skabe det pres og sætte ting på dagsordenen i pressen. *Det er et af de største demokratiske problemer i Danmark.* Der er ikke noget bestemt mønster i, hvem det er. Det er ikke altid erhvervslivet og heller ikke altid lønmodtagerne. Det er mere diffust. Det er dele af fagbevægelsen og dele af arbejdsgiverne, det er dele af miljøbevægelsen og andre interesseorganisationer. Nogle virksomheder er gode til det, andre er dårlige. Men mediedagsordenen bliver sat af en række organisationer, der på kryds og tværs har lært mediernes spil, har opbygget netværk med de rigtige journalister og som er i stand til at levere varen til dem i form af hårde nyheder. Det er godt en gang imellem, men det er aldrig godt hele vejen, fordi det betyder en skævvridning af demokratiet. Det drejer sig kort sagt om, hvem der bedst definerer bestemte problemstillinger som afgørende samfundsmæssige problemer. Et eksempel er arbejdsgiverorganisationernes held til at definere mangel på kvalificeret arbejdskraft som et afgørende samfundsproblem. Problemet kunne lige så godt defineres modsat: At der mangler job til de kompetencer, som der er i samfundet. Andre eksempler kan findes inden for sundhedsområdet, hvor alliancer mellem bestemte patientforeninger og medicinalfirmaer har forsøgt at forrykke prioriteringsdiskussionerne. Pointen er her, at hvis det lykkes at få flere penge til området, er det i hvert fald delvist andre patientgrupper, der kommer til at bidrage via nedskæringer på deres område.

Her mangler pressen noget at stå imod med. I den skærpede konkurrence er der ikke tid (og lyst) til at vurdere de mange solohistorier, de bliver præsenteret for dagligt. I den hårde konkurrence vil mange





journalister hellere end gerne skrive den nemme historie om den nye undersøgelse foretaget af foreningen for yngre skobrugere, der viser at mange unge får sociale problemer pga. for dyre sko. Hvis de ikke skriver den, får konkurrenten den bare.

Mediernes informationsforpligtelse

Den tredje funktion er, at pressen i et demokrati har en informationsopgave. Politikernes syn på verden skal formidles til vælgerne, så sidstnævnte kan foretage rationelle valg – eller hvad de nu har lyst til at gøre med den information. Den rolle spiller pressen umådeligt dårligt. Der er ikke meget prestige i at være mikrofonholder i dansk journalistik, selvom det ud fra et demokratisk synspunkt *også* er en vigtig funktion. Det var de bedre til i gamle dage. Når man (gen)ser klip fra 30 år gamle indslag i TV-Avisen, ser man en tv-journalist spørge ministeren om det nye lovgivningsinitiativ, hvorefter der kommer fem minutters enetale med forklaringer og udredninger, før journalisten slutter af med et ærbødigt “tak hr. minister”. Lidt karikeret, men alligevel. Det er ikke nødvendigvis den situation, vi skal have igen, for der er som nævnt også brug for kritisk journalistik. Men det betyder, at partierne må sikre, at vælgerne bliver informeret uden om medierne. Kombinationen af internet og øget partistøtte har muliggjort noget af den opgave, men det er vigtigt at fastholde fokus. Hvis ikke vælgerne kan få viden om de politiske partier, kan de heller ikke træffe ordentlige valg. Derfor bør der laves flere tværpolitiske samarbejder, som det f.eks. er set i husstandsomdelte aviser op til valg og folkeafstemninger. Et selvstændigt problem er naturligvis, at mange ikke gider beskæftige sig med politik. Men hvis de ikke længere får “proppet” politisk information ned i halsen, må man finde andre metoder.

Medierne som borgernes talerør

Ligesom pressen skal formidle politikernes holdninger til befolkningen, skal det også gå den anden vej. Dermed bliver den fjerde rolle for pressen at formidle befolkningens holdninger til politikerne.

Politikere i Danmark (og andre steder) har en meget hård normdannelse, når det drejer sig om at lytte til befolkningens ønsker. På den ene





side er det klart forkert, populistisk og svagt, når politikere benytter sig af instrumenter som meningsmålinger og fokusgrupper, når der skal fastlægges politiske udspil. Omvendt er politikeres yndlingsanklage mod hinanden, at modparten er helt ude af trit med, hvad der rører sig i befolkningen – selvom man altså ikke må bruge målinger for at finde ud af det. Politikere skal åbenbart helst være født med en tankelæsende urkraft. Ikke desto mindre er det vigtigt, at politikerne har informationer om vælgernes holdninger.

Er pressen så god til den rolle? Pressen kan forsøge at formidle borgernes holdninger på forskellige måder. Læserbrevene er ikke særlig gode til det. En væsentlig del af læserbrevene er initieret af læserbrevsnetværk, som er mere eller mindre centralt organiseret af diverse politiske organisationer. En stor del af resten er skrevet af en mindre gruppe, som lever og ånder for at få læserbreve i aviserne – man kan kalde dem professionelle meningsdannere eller kværunter, alt efter temperament. Den sidste del af læserbrevene er skrevet af ganske almindelige mennesker, som gerne vil påvirke samfundsdebatten. Men den sidste gruppes læserbreve er der alligevel ingen politikere som læser, fordi de tror, at det er de andre to grupper, som skriver dem.

Læserbrevene er altså ikke særlig gode til at få ting, der foregår i befolkningen, frem til politikere og magthavere. Pressen bringer meningsmålinger om, hvad befolkningens holdning er til det ene eller det andet. Og det kan være godt nok. Anvendt rigtigt er det et stærkt demokratisk instrument, da man rent faktisk lytter til nogle ganske almindelige mennesker. Meningsmålinger bliver desværre ofte brugt langt ud over, hvad den enkelte måling kan holde til. Det repræsentative grundlag for at sige at "CDs kvindelige, jyske vælgere under 25 år mener..." er mildt sagt mangelfuldt.

Nogle medier prøver med læserhøringer eller ring-til-arrangementer at bringe politikere i kontakt med vælgerne. Gode initiativer, men de kan ikke ændre på det faktum, at systematisk arbejde med at formidle befolkningens syn ikke står højest på mediernes dagsorden. For politikerne betyder det, at man må gå andre veje, lige fra forsamlingshusmøder til fokusgrupper.





Medierne og den samfundsmæssige debat

Og dermed er vi ved den femte og sidste funktion, som medierne skal udfylde i demokratiet. Medierne skal skabe et rum for debat, hvor holdninger og idéer fra eksperter, borgere, politikere, kan brydes. Den rolle er godt på vej, hvis ovenstående fire funktioner er udfyldt. Men det er ikke nok at formidle f.eks. politikernes syn på en sag. Medierne skal sørge for, at synspunkterne bliver konfronteret med ekspertudsagn, som igen bliver konfronteret med andre eksperter og vurderinger. Er danske medier særligt gode til det? Det er de nogle gange, når der satses offensivt på et enkelt område. Fokusjournalistik kalder Berlingske Tidende det. Problemet er, at det ofte bliver vigtigere for medierne at sætte deres egen dagsorden end at lade andre komme til orde.

Nye tendenser – som public journalism, hvor medierne går i dialog med borgere og beslutningstagere – er dukket frem og bidrager til at skabe debatrum. Men samlet set er der stadig brug for politiske beslutningsrum uden for medierne. Det er der også i dag, men mange af dem foregår i lukkede forhandlingsrum, organisationsforhandlinger og høringsrunder. Socialdemokraterne forsøgte for et par år siden at etablere folkehøringer. Et fremragende initiativ, der gik delvist tabt i beskyldninger om, at der var tale om en skueproces, der skulle markedsføre den daværende regering. Flere af folkehøringerne formåede ellers netop at konfrontere politikere, eksperter, faglige interessenter og borgere med hinanden. Mere af den slags, tak.

Har vi de medier, vi har fortjent?

Er de politiske medier så samlet set gode eller dårlige i Danmark? De er på en gang blevet både bedre og dårligere. Det afhænger af, hvilket aspekt man fokuserer på.

Vi har nogle medier, som er gode til at afsløre politiske skandaler. Det er positivt, at pressen er blevet uafhængig af politiske interesser. Det er også positivt, at medierne i en række situationer forstår at oversætte komplekse problemer til enkle billeder. For eksempel er der man-





ge, der siger, at medierne går alt for meget op i enkeltsager. Men enkeltsager er helt nødvendige, hvis medierne skal opfylde den funktion, der handler om at belyse komplekse samfundsproblemer. Vi lever i et land med en meget kompleks lovgivning, hvor mange systemer spiller sammen. Den eneste måde at gennemskue alle disse samspil på, er ofte gennem enkeltsager. Et enkelt individ eller sagsforløb kan illustrere dybere problemer i systemerne. Det kan f.eks. være patienten, der får foretaget en dyr operation, men derefter ikke kan blive genoptrænet, fordi det ansvar ligger hos en anden myndighed. Her kan enkeltsagen være den nødvendige murbrækker.

Men mediernes virkemåde efterlader en række problemer for den demokratiske proces, som vi bliver nødt til at gøre noget ved, og som vi skal have en debat om. Interesseorganisationerne er stærke og gode til at trænge igennem til medierne og sætte dagsordenen. Det bliver der brugt flere og flere ressourcer på. Det er ikke særlig godt for demokratiet, fordi det er skævt, hvad der foregår – og det er ligegyldigt om det foregår via dygtige pressemedarbejdere (de famøse spindoktorer), andre ansatte eller ekstern hjælp fra diverse PR-bureauer. De store organisationer i Danmark har alle opprioriteret dette område de senere år. Før arbejdede man mere med direkte påvirkning af centraladministrationen; i dag går man i langt højere grad via pressen, og det er en udvikling som tager til. Det mangler vi politiske svar på. Hvor er den tilsvarende oprustning af det politiske system? Skal vi have den? Eller skal vi hellere klæde de mindre ressourcestærke interesseorganisationer på til selv at tage debatten?

Næste bølge bliver, at internationaliseringen også rammer dette område. Når EU spiller en rolle i den globale meningsdannelse og i regulering af virksomhedernes adfærd qua WTO-aftaler, så er det oplagt, at stærke interesser vil forsøge at påvirke holdningsdannelsen i EU. Det gør man muligvis hurtigst ved at tage direkte til Bruxelles, men man gør det mest effektivt, hvis man kan påvirke debatterne i de 15 medlemslande. Også her har vi brug for demokratiske bolværk, hvis ikke pressen selv formår at skabe dem.





Politik og medier hænger sammen

Socialdemokraterne skal kunne operere og agere på mediernes præmisser. Partiet bliver nødt til at kæmpe kampen i medierne og tilbageerobre noget af den dagsorden, som politikerne har tabt. Det gør man ved at tænke medier, kommunikation og politik langt mere integreret, end tilfældet er i dag. Det gør man ved at ansætte spindoktorer. Det kan aldrig blive en trussel mod demokratiet, at de folkevalgte politikere får hjælp til at trænge igennem medierne. Derfor er det ikke mærkeligt, at den nye regering har ansat lidt flere medierådgivere end den foregående havde. Det forunderlige er, at de ikke har ansat mange flere – og at de ikke har integreret dem langt stærkere i centraladministrationen. Når der bliver sat en politisk dagsorden i morgenradioavisen, der i sidste ende kan føre til ny lovgivning, så må ministre og deres rådgivere have værktøjer og ressourcer til at kunne påvirke den proces. Og det samme skal oppositionen selvfølgelig have.

Socialdemokraterne skal ikke bare bruge flere ressourcer på at påvirke mediernes dagsorden. Partiet skal også bruge flere kræfter på at gå uden om medierne. Som beskrevet ovenfor, er der en række demokratiske funktioner, som medierne ikke opfylder fuldt ud. Mange af disse kan sikres ved at gå uden om medierne. Det er ikke nogen mirakelkur. Det er hårdt arbejde, der går ud på at bygge netværk på kryds og tværs. Tag en bus og kør rundt til samtlige uddannelsesinstitutioner for at diskutere kvalitet i uddannelserne. Eller lav nye folkehøringer. Eller fortsæt med at skabe dialog og debat på nettet. Der er ingen patentløsninger, men behovet er der.

Politik og medier hænger sammen, og det ikke bare i morgenradioavisen, når ministeren kommer i modvind. Der bliver også skabt store samfundsændringer udelukkende gennem medierne. Talrige finans- og økonomiministre har gennem medierne forsøgt at ændre på den politiske udvikling ved at tale et opsving i gang. Historiske billeder som Thorkil Kristensens livrem, der skulle stramme ind, eller Knud Heinesens udsagn om, at vi var på vej imod kanten af afgrunden, har alle haft en selvstændig betydning for den samfundsøkonomiske udvikling. De har påvirket den adfærd, som virksomheder og forbrugere lagde for dagen.





Tilsvarende er det på mange andre områder. Skærpede straffe mod grov vold, der skal virke præventivt, virker utvivlsomt langt bedre, hvis medierne er med til at bringe budskabet igennem. Man kan måske oven i købet gå så langt som at sige, at det meste af effekten opnås allerede den dag, hvor pressen kan annoncere, at straffene vil blive skærpet, selvom der endnu er lang vej til lovgivningen træder i kraft.

Derfor skal politikere – og dermed også Socialdemokraterne – blive bedre til at indtænke pressen som en integreret del af politikdannelsen. Men det skal ske med en klar erkendelse af mediernes fejl og mangler. Her må Socialdemokraterne som nævnt gå i spidsen for at opbygge andre kommunikationsmetoder, hvad enten det drejer sig om folkehøringer, elektroniske debatter, tværpolitiske netværk eller en helt fjerde variant.

Men Socialdemokraterne skal også tage kampen med medierne. De problemer, der påpeges i denne artikel, kan man på nogle fronter gøre noget ved. Medierne kan også ændres og påvirkes. Noget er forsøgt med de nye journalistuddannelser. Jeg tror desværre ikke, at de grundlæggende dynamikker i medierne kan ændres ved, at enkelte journalister bliver mere belæste.

Man skal gå nogle andre veje. For det første skal vi tage debatten med journalisterne. Journalister er en af de faggrupper, som har den stærkeste demokratiske fornemmelse. De kan faktisk få dårlig samvittighed, når man påpeger, at de har været med til at forvride en debat.

For det andet handler det om økonomi. I dag er der en forholdsvis stor støtte til medierne; indirekte i form af bl.a. momsfratagelse og direkte i form af bl.a. licensen. Førstnævnte bliver givet automatisk uden nogen form for vurdering af, hvad der kommer ud af det. Man kunne tage en del af disse penge og bruge dem som udviklingsmidler. De midler, der ligger i Dagspressens Finansieringsinstitut, er små i forhold til momsfordelene. En start kunne være at udskrive en stor konkurrence: Hvem i dette samfund har lyst til at lave et nyt medie? Man kan få støtte til det, men ud fra en række kriterier. Det primære må være, at der er en form for lødighed (f.eks. vurderet af et forskerpanel), og at oplaget er så stort som muligt. Særlig støtte kan fås, hvis mediet når ud til nye grupper af brugere. Ud fra denne tankegang ville





metroXpress og Urban have fået statsstøtte. De to aviser – og de foreløbige læseranalyser – er et af de største demokratiske fremskridt, der er sket i medieverdenen de sidste mange år.

Der er meget at gøre. Et enkelt initiativ gør det ikke alene, og vi har brug for at fortsætte debatten. Som konsekvens af ovenstående kunne en fempunktsplan for Socialdemokraterne lyde:

1. Bliv bedre til at sætte en socialdemokratisk dagsorden i medierne
2. Kommunikér uden om medierne via andre kanaler
3. Skab nye politiske rum for debat i stil med folkehøringerne
4. Lav et værn mod interessevaretagelse, der skævvrider den demokratiske debat
5. Påvirk medierne ved at tage debatten med journalisterne, og flyt penge fra momsfrigørelse til nye udviklingsprojekter, der kan udbrede seriøse medier til en større kreds.

PER RYSTRØM er tidligere pressechef for Henrik Dam Kristensen. Underviser i politisk kommunikation og strategi på Institut for Statskundskab på Københavns Universitet. Indehaver af firmaet Koras, som rådgiver om strategisk kommunikation.

