

Mediestormens politiske indflydelse og anatomi

CHRISTIAN ELMELUND-PRÆSTEKÆR & CHARLOTTE WIEN

Den 23. maj 2006 brød en mediestorm løs i Danmark. En journalistpraktikant havde ladet sig ansætte som vikar på plejecenteret Fælledgaarden og havde gennem et par måneder filmet med skjult kamera. Udvalgte klip blev vist på landsdækkende TV. Klippene afslørede, at de ældre på plejecenteret blev behandlet yderst uværdigt af personalet. I løbet af blot en uge genererede sagen mere end 100 artikler i landets fem største landsdækkende dagblade.

Nok så interessant var det, at denne mediestorm både hvad vedrører emnet og forløbet rummede en række slående ligheder med andre mediestorme på ældreområdet i Danmark. Eksempelvis Kærbosagen, som begyndte den 19. januar 2000, og som udsprang af en bacheloropgave: En RUC-studerende havde foretaget tidsstudier som skjult observation på plejecenteret Kærbo. Konklusionen var, at to tredjedele af arbejdstiden på centeret gik med at drikke kaffe og diskutere, hvor travlt man havde frem for at tage sig af de ældre.

Et de af spørgsmåle, der naturligt rejser sig i forbindelse med sådanne mediestorme, er spørgsmålet om deres betydning: Hvordan påvirker de det ældrepolitiske arbejde, nationalt som lokalt? Får stormene politiske konsekvenser, og hvis de gør, betyder det så, at medierne i kraft af mediestorme kan opnå reel politisk magt ved at presse politikerne til at gøre noget ved sagen?

Et andet mindst ligeså interessant spørgsmål vedrører mediestormene som fænomen. Har de et særligt forløb, en særlig struktur og dynamik? De få undersøgelser, der tidligere har været lavet om mediestorme, tyder på det: De opstår pludseligt og samtidigt på flere redaktioner på en gang, de har et klart starttidspunkt, som får særligt stor mediemæssig opmærksomhed, og de opstår igen og igen inden for de samme emneområder (Jørgensen & Rasmussen, 2001; Pedersen & Kjær, 2000b; Vasterman, 2005)

De eksisterende studier har imidlertid langt fra fortalt hele historien om mediestormen som fænomen og i endnu mindre grad om mediestormens magt – eksempelvis skriver Vasterman, at der er behov for yderligere empiriske undersøgelser. Formålet med denne artikel er dobbelt: Dels ønsker vi at undersøge mediestormen som fænomen for herigennem at besvare spørgsmålet om, hvorvidt mediestorme har en række fællestræk i form af en særlig dynamik og en særlig struktur, herunder også om der kan identificeres særlige mønstre i de forskellige mediers redaktionelle linier. Dels ønsker vi at undersøge, i hvilket omfang mediestormene har politiske konsekvenser.

Artiklen er delt i fire sektioner: Den første diskuterer det teoretiske udgangspunkt for analysen. Dernæst beskrives datavalget og undersøgelsens metode, og i den tredje sektion analyseres resultaterne. Endelig konkluderer vi på de tre undersøgelsesspørgsmål i den fjerde og sidste sektion.

Teoretisk guideline

Som udgangspunkt forstår vi en mediestorm som en periode, hvor "*daily news media suddenly generate surprisingly high news waves on one specific story*" (Vasterman, 2005:508).¹ Netop fordi mediestormen udspringer af hverdagsjournalistikken og kun adskiller sig fra denne ved sit større omfang, finder vi det frugtbart at tage teoretisk afsæt i den eksisterende teori om det journalistiske virke og studiet af mediernes dagsorden.

Litteraturen om dagsordenfastsættelse er overoverordentligt omfattende med mere end 400 internationalt publicerede undersøgelser siden 1972 (McCombs, 2005:555). Men at litteraturen er omfattende har ikke nødvendigvis gjort forskningsresultaterne mere entydige eller for den sags skyld skabt et korpus af klare og veldefinerede begreber eller klare

grænser mellem forskning i dagsordenfastsættelse og anden medieforskning. Således er studiet af dagsordener så rummelig en tradition, at den kan omfatte en række selvstændige begreber, som eksempelvis gatekeeping, stereotyper, tavshedsspiralen (McCombs, 2005:546) og for nyligt også ideen om priming og framing (Weaver, 2007:142ff).

Denne artikel sigter derfor ikke på at teste det samlede korpus af teori om dagsordenfastsættelse. Vi forsøger heller ikke at presse vores undersøgelse ind i en snæver ramme om dagsordenfastsættelse, men vi ønsker at bruge litteraturen som en teoretisk værktøjskasse, der skal hjælpe os til at reducere virkelighedens kompleksitet og svare på de to undersøgelses-spørgsmål om henholdsvis mediestormens eventuelle politiske indflydelse og dens anatomi. I de følgende vil vi således præsentere de teorifragmenter, som vi finder relevante og som på kalejdoskopisk vis kan være med til at skabe et overblik over de dele af den eksisterende litteratur, vi trækker på.

Om politisk indflydelse

Studiet af mediernes dagsorden har fra starten været optaget af spørgsmålet om mediernes politiske indflydelse. Således argumenterede allerede McCombs & Shaw (1972) for, at offentlighedens dagsorden kan anskues som et spejl af mediernes prioritering af emner. Derved får medierne stor indflydelse på befolkningens meningsdannelse og derigennem indirekte politisk indflydelse. Siden dette pionerstudie er de kausale relationer blevet nuanceret, og mediernes magt over borgernes holdninger og politikernes prioriteringer er nedtonet (nyttige oversigter findes hos Dearing & Rogers, 1996; McCombs, 2005; Newton, 2006; Takeshita, 2005; Weaver, 2007).

Mediernes magt er i dansk sammenhæng undersøgt af Magtudredningen, hvor Togeby (2003:221) konkluderer, at medierne ”indimellem får politiske konsekvenser.” Nogen entydig konklusion er, som det fremgår, vanskeligt at nå frem til. Det kan skyldes, at empiriske studier af magt er overordentligt vanskelige, og at det er svært at sammenligne de eksisterende undersøgelses resultater, fordi de bygger på vidt forskellige typer metoder, typer af empiri og teori (jf. Walgrave & Aelst, 2006).

Ser man specifikt på mediestormens magt, argumenterer Vasterman (2005) for, at de kan skabe ”a spiral of social amplification”, der transformerer enkelt-sager til generelle sociale problemer. Problemer, som det politiske niveau føler sig nødsaget til at imødegå, hvorved mediestormen i højere grad end hverdagsjournalistik kan have en direkte politisk effekt. På samme måde hævder Pedersen & Kjær

(2000b:221), at mediestormene giver medierne en direkte indflydelse på det politiske arbejde.

Ingen af de to undersøgelser forklarer imidlertid, hvad de præcis mener med ”påvirkning af det politiske arbejde”. For at imødegå den empiriske og begrebsmæssige forvirring, der, som nævnt, hersker på området, forsøger vi at gøre vores magtdefinition mere klar. Vi anvender den klassiske distinktion mellem ord og handling. Således betragter vi det ikke som en påvirkning af det politiske arbejde, hvis en minister for åben mikrofon eksempelvis lover at igangsætte en undersøgelse, øge budgetterne eller ændre loven, hvis den konkrete handling udebliver. På den anden side antager vi, at konkrete handlinger efterlader sig en form for skriftligt vidnesbyrd, hvis de faktisk blev gennemført. Således antager vi, at en undersøgelse munder ud i en skriftlig rapport, at ændringer i budgetter kan ses på disse, at et forslag om lovændring udmønter sig i et lovforslag, der behandles i Folketinget og så fremdeles.

Den konkrete analyse af mediestormens politiske indflydelse gennemføres således ved, at vi først finder alle de politiske løfter, der blev fremsat i mediestormen. Vi diskuterer dernæst, hvorvidt disse løfter var foranlediget af stormen, og endelig undersøger vi, om løfterne efterfølgende blev ført ud i virkeligheden. Det betyder, at vores undersøgelse ikke kan konkludere noget om indirekte effekter af mediestormene, eller for den sags skyld langsigtede effekter af gentagne mediestorme inden for et givent område.

Om mediestormens anatomi

For at en mediestorm i det hele taget kan opstå, er det nødvendigt, at journalisterne sænker nyhedstærsklen og tillader, at historien bliver tildelt spaltecentimeter og sendetid. Hvis kampen om pladsen på mediernes dagsorden er et nul-sums spil (jf. Zhu, 1992), må historien bag en mediestorm nødvendigvis prioriteres på bekostning af en anden historie. Den nyhed, der lægger grunden til en mediestorm, må derfor have nogle særlige kvaliteter, der gør den værd at satse på og som retfærdiggør den fremtrædende plads i nyhedsstrømmen.

Spørgsmålet er så, hvad disse kvaliteter er? Spørgsmålet om prioritering af sager i hverdagsjournalistikken er relateret til de såkaldte journalistiske nyhedskriterier, men der er ”[...] no objective standards here” (Lippmann, 1991 [1922]:354). Schultz (2007:199ff) viser dog, at der i hvert fald i en dansk sammenhæng findes en række konventioner for begivenheders nyhedsværdi, de såkaldte VISAK-kriterier (Væsentlighed, Identifikation, Sensation, Aktualitet og Konflikt).²

Til de klassiske nyhedskriterier mener Schultz, at yderligere mindst et nyhedskriterium bør føjes, nemlig kravet om eksklusivitet. Dette nyhedskriterium synes umiddelbart at fungere som begrænsende for mediestormenes opståen eftersom en del af definitionen af en mediestorm jo netop er, at den opstår samtidigt på flere nyhedsredaktioner. Dermed er der tale om et paradoks: Hvordan kan medierne *både* være enige om at dække samme historie og samtidig leve op til et krav om eksklusivitet? Vi studerer paradokset empirisk ved hjælp af analyse af forskellige redaktionelle linier på de forskellige medier, som gør det muligt at dække samme begivenhed forskelligt.

Det bringer os videre til en diskussion af den begivenhed eller den redaktionelle enhed, der starter mediestormen. Stormens startpunkt kaldes dens *key event* (Vasterman, 2005) eller *trigger event* (Cobb & Elder, 1972). Vi foretrækker den sidste betegnelse, fordi den klart illustrerer, at der er tale om den gnist, der antænder det mediemæssige uvejr. Spørgsmålet er, hvad der gør, at nogle begivenheder kan være trigger event for en mediestorm, mens andre ikke kan?

Hvilke særlige kvaliteter en sådan *trigger event* skal indeholde, kan man søge viden om i et af standardværkerne inden for dagsordenfatsættelse: Dearing & Rogers (1996:78) skriver således, at en *trigger event* kan simplificere et komplekst emne ind i en form, som let kan forstås af publikum. Men bortset fra de klassiske nyhedskriterier, kravet om eksklusivitet og kravet om at et komplekst emne sættes i en forståelig ramme, forbliver det forholdsvist uklart, hvad det er for særlige kvaliteter, en *trigger event* skal have for at være i stand til at starte en mediestorm.

Metode

Som allerede nævnt, har vi valgt ældreområdet i Danmark som udgangspunkt for vores undersøgelse. Ældreområdet er dels valgt, fordi det giver det noget at studere: Vi vidste på forhånd, at der var opstået flere

mediestorme på dette område inden for de seneste år. Vi har således adgang til en række sammenlignelige eksempler på mediestorme, hvilket giver mulighed for at generalisere resultaterne af vores andet undersøgelsesspørgsmål (vedrørende mediestormens anatomi).

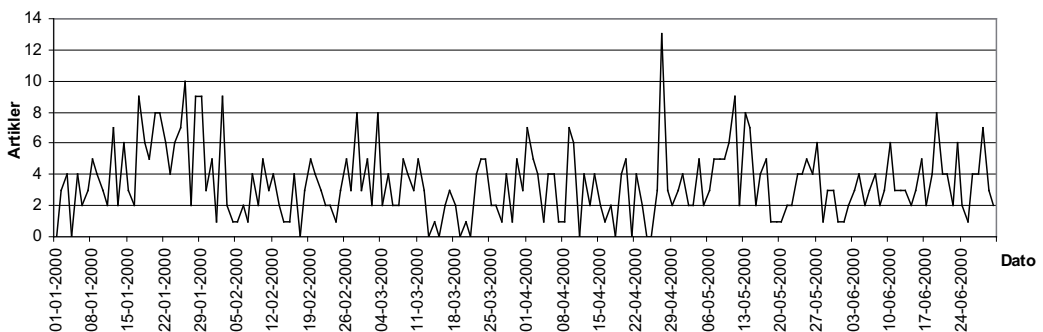
Dels er ældreområdet valgt, fordi det giver gode generaliseringsmuligheder i forbindelse med vores andet undersøgelsesspørgsmål (vedrørende mediestormens magt): Eftersom de fleste har en relation til de ældre,³ og eftersom en acceptabel ældrepleje er en form for grundforudsætning de politiske partier, må man forvente, at systematiske fejl, forsømmelser og svigt i ældreplejen i Danmark tiltrækker sig meget opmærksomhed, både fra offentligheden, politikerne og medierne. Hvis end ikke et så højspændt emne, hvorom der hersker noget nær konsensus, kan få politikerne til at reagere på mediestorme, må man samtidig forvente, at storme på andre og mindre konsensusprægede områder har samme begrænsede – eller måske endnu mindre – politiske effekt (jf. Przeworski & Teune, 1970).

Analysen er afgrænset til perioden 2000 til 2005. Endvidere er dataindsamling begrænset til alene at omfatte de tre største morgenaviser (*Jyllands-Posten*, *Berlingske Tidende* og *Politiken*) og de to tabloidaviser (*Ekstra Bladet* og *B.T.*). Da mediestorme netop er kendetegnet af at rase i mange medier, antager vi, at vi ikke overser nogen mediestorme ved alene at studere aviser.⁴

Til identifikation af mediestormen anvendte vi fuldtækt avisdatabasen InfoMedia. I udarbejdelsen af en søgestreng tog vi udgangspunkt i en undersøgelse af, hvilke samlebetegnelser medierne har brugt og bruger om ældre mennesker (Wien, 2005: bilag B).⁵ Denne søgning resulterede i omkring 7.000 artikler, hvis fordeling over undersøgelsesperioden er illustreret i figur 1.

Da mediestorme er defineret ved kvantitativt at fylde meget i medierne, udvalgte vi den ene procent

Figur 1. Oversigt over søgeresultat, første halvår 2000



af dagene i perioden, hvor den indledende søgning fandt flest artikler. Vi kiggede således nærmere på de 30 dage, hvor der blev fundet flere end 10 artikler. I 25 af tilfældene viste det sig, at der var tale om tilfældige sammenfald, mens der i de resterende fem tilfælde var tale om artikler omhandlende samme sag, og dermed en egentlig mediestorm.⁶

For hver af de fem mediestorme nærlæste vi materialet et par dage før og efter den dag, der blev identificeret som mediestormens højdepunkt. Herved fandt vi dels stormens *trigger event*; dels indsamlede vi yderligere søgebegreber til en ny og mere præcis søgning i en kortere periode omkring stormens *trigger event*. På den måde har vi udviklet yderligere fem – en for hver mediestorm – nye søgestrengte.⁷ Således fandt vi omtrent 1.200 avisartikler, hvilke er analysens empiriske grundlag. Figur 2 er et eksempel på, hvordan vi kvantitativt har fremstillet de enkelte storme.

Analysen af de fem mediestorme sker i fire trin: Først beskriver vi de fem mediestorme. Dernæst analyserer vi i de følgende to afsnit de to overordnede undersøgelsesspørgsmål om henholdsvis mediestormene politiske indflydelse og deres anatomi. Endelig beskriver vi som en ekskursion de forskellige avisers forskellige redaktionelle linier. Slutteligt konkluderer vi på disse analyser (for en detaljeret analyse af de forskellige elementer se Elmélund-Præstekær & Wien, 2006).

De fem storme

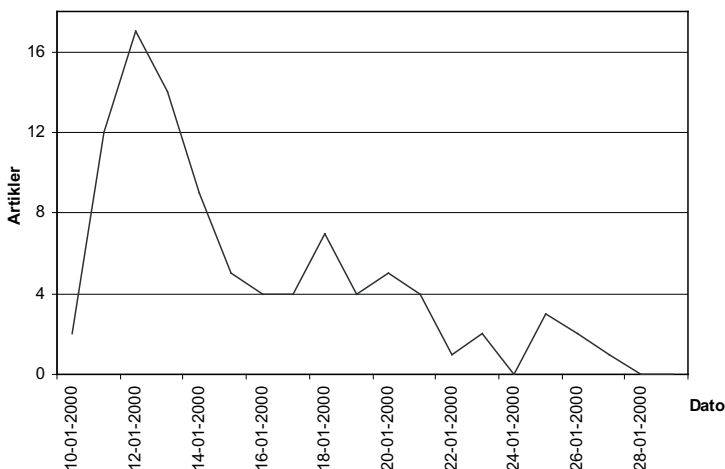
Den første mediestorm, Kærbosagen, brød ud i januar 2000. Anledningen var, at en RUC-studerende havde sendt sin eksamensopgave til *Jyllands-Posten*. Heri havde han foretaget skjulte tidsmålinger

af, hvad arbejdstiden på plejecenteret gik med og konkluderede, at hele to tredjedele blev brugt til at drikke kaffe i personalestuen og klage over, hvor stressende arbejdet var. I de efterfølgende tre uger var mediedækningen meget intens: I begyndelsen var det på skift plejecenterets ledelse og de ansatte, der blev anklaget, men både fagforeninger, regering og opposition blandede sig i debatten og derved blev sagen mere og mere politisk. Særligt oppositionen (dengang de borgerlige) havde et stærkt ønske om at fjerne ansvaret for tilsyn med plejesektoren fra kommunerne, der også havde ansvaret for driften.

Den anden mediestorm udspillede sig i august 2001 og havde ligesom Kærbosagen sit udspring i København. Den adskilte sig fra de øvrige storme i vores undersøgelse ved i realiteten at have to *trigger events*. Den første var en artikel med titlen ”Ældre lever i skidt og stank”, som blev trykt i *Berlingske Tidende*. Artiklen analyserede konsekvenserne af ændringer i normeringerne på ældreområdet set i lyset af en stribe klager fra ældre borgere. Skæbnen ville, at der blot et par dage senere blev fundet et flere uger gammelt lig af en ældre mand i en lejlighed i byen: Et kommunikationssvigt i ældreplejen var skyld i, at den afdøde var ikke var blevet afhentet og begravet. Igen udviklede sagen sig til en politisk konflikt på nationalt niveau: De borgerlige krævede flere penge til ældreplejen, mens den socialdemokratisk ledede regering lovede bedre intern organisering og bedre uddannelse af lederne og de ansatte i plejesektoren.

Vores tredje mediestorm adskiller sig på ét punkt væsentligt fra de to foregående, idet dens *trigger event* var et politisk partis handlinger og ikke fra en skandalesag i den sociale sektor. En måned før finanslovsforhandlingerne i november 2002 havde

Figur 2. Kvantitativ oversigt over mediestormen vedrørende Kærbo, januar 2000



Dansk Folkeparti (støtteparti for den nye borgerlige regering) krævet, at der skulle udbetales en såkaldt ældrecheck til de 200.000 fattigste ældre i Danmark. Oppositionspartierne afviste forslaget og hævdede, at det ikke ville gavne de dårligst stillede ældre. I dette tilfælde giver det kun ringe mening at diskutere, hvordan mediernes dagsorden påvirkede den førte politik, eftersom kausalsammenhængen er vendt: Her var det politikerne, der påvirkede mediernes dagsorden.

Den fjerde mediestorm blev også delvist startet af politikerne. Det skete i maj 2003, da *Berlingske Tidende* trykte et par sider fra en bog under udgivelse om den danske statsminister. I dette uddrag gjorde statsministeren sig til talsmand for, at pensionsalderen måske i fremtiden burde hæves i takt med den stigende levealder. På den måde ville Danmark kunne udvide arbejdsstyrken og samtidig spare på pensionsudgifterne. Oppositionen forsøgte at fordreje ideen: Den prøvede at få statsministerens forslag gjort til et brud på et løfte om ikke at forringe den danske efterlønsordning. Når det var ulejligheden værd for den socialdemokratiske opposition, skyldtes det, at netop et sådant løftebrud havde kostet Socialdemokratiet magten et par år tidligere. Statsministeren blev dog siddende og fik senere hen gennemført en revideret version af sin grundlæggende tanke om en variabel tilbagetrækningsalder.

Den sidste af vores mediestorme fandt sted i januar 2005, blot tre uger før et folketingsvalg. Mediestormen var et resultat af en slags paradoks: Under valgkampagnen til det foregående folketingsvalg i 2001 havde den daværende borgerlige opposition kritiseret den socialdemokratiske regering for at anvende et umenneskeligt og rigoristisk – stregkodebaseret – system til at måle og kvalitetssikre indsatsen i den sociale sektor. ”Stregkodesystemet” var blevet en slags offentlig metafor for et meningsløst minuttyranni, umenneskelighed og overadministration i plejesektoren. Tre uger før valget i 2005 kunne to af de landsdækkende aviser (*Berlingske Tidende* og *Politikken*) afsløre, at stregkodesystemet stadig – nu under den nye borgerlige regering – blev anvendt på trods af de samme partiers skingre udfald mod det få år tidligere.

Mediestormenes politiske indflydelse

Det korte svar på spørgsmålet om, hvorvidt mediestormene formår at påvirke det politiske arbejde direkte, er ”nej”. Vi har ikke fundet overbevisende belæg for, at mediestormene medfører reel politisk handling. Så med en parafrase af det berømte Cohencitat (Cohen, 1963:13) synes medierne ikke at have det store held til at fortælle politikerne, hvad de skal

mene, men nok til at instruere dem i, hvad de skal mene noget om.

På trods af at medierne satte en klar dagsorden, som de fik politikerne til at forholde sig til, havde medierne altså ingen umiddelbar magt over ældrepolitikken i forbindelse med mediestormene. Mediostormene fungerede altså i denne sammenhæng nærmere som det lippmanske fyrtårn ved at kaste lys over bestemte emner og aktører, men belysningen ændrede ikke på aktørernes adfærd.

Det er mere retvisende at se mediestormene som anledninger (jf. Kingdon, 1995 [1984]), som politikerne kan udnytte til at præsentere velforberedte politiske planer eller fremføre allerede kendte politiske holdninger. Vi har således fundet mange eksempler på, at partier har genfremsat lov- eller beslutningsforslag i anledning af en mediestorm, og at mærkesager eller konkrete valgløfter – som allerede var formuleret – blev konkretiseret i forbindelse med mediestormene. At mediestormene i flere tilfælde blæste inden for de samme substantielle problematikker (fx servicesvigt i hjemmeplejen) understreger samtidig, at problemerne ikke blev løst i første omgang: Stormene identificerede nok problemer i den offentlige service, men de bragte ikke nødvendigvis løsninger med sig.

Hvis vi tager mediestormen vedrørende den københavnske hjemmepleje i 2001 som eksempel, så foreslog den borgerlige opposition i begyndelsen af august en række konkrete ændringer i organisationen og finansieringen af ældresektoren. Man lovede blandt andet at tilføre området en halv milliard kroner ekstra og at indføre valgfrihed mellem privat og offentlig hjemmehjælper. De fleste af disse ideer blev skrevet ind i Anders Fogh Rasmussens første regeringsgrundlag, og man kunne derfor fristes til at konkludere, at denne mediestorm satte endog ret dybe aftryk i den efterfølgende ældrepolitik. Men de borgerliges idéer var en del af en større pakke af politiske initiativer, som var udtænkt inden mediestormen brød ud (se fx L198 af 20. marts 2001, B50 af 21. november 2000 og B51 af 21. november 2000). Mediostormen fungerede således mest af alt som en aktuell og konkret anledning for (gen-)præsentation af politiske ideer.

Ligeledes fandt vi et par tilfælde, hvor journalisterne manipulerede nyhederne således, at det i nyhedsdækningen kom til at *se ud som om*, at en politisk handling var et direkte resultat af en mediestorm selvom handlingen og mediestormen reelt intet – eller kun meget lidt – havde med hinanden at gøre: Eksempelvis berettede medierne i mediestormen vedrørende Kærbo, at socialministeren var kaldt i samråd den 20. januar i socialudvalget. Men mødet var indkaldt inden Kærbosagen brød ud, og det

handlede om et helt andet plejecenter. I mediernes dækning blev Kærbo og samrådet ikke desto mindre kædet sammen. Først den 24. februar blev socialministeren kaldt i samråd for at besvare spørgsmål vedrørende Kærbo. Men dette samråd fik, så vidt vi kan se, ingen medieomtale.

Formodentlig er dette et journalistisk forsøg på at omgå den tidsforskydning, der er mellem mediernes dagsorden og den politiske ditto. Politikere kan ganske enkelt ikke nå at formulere forslag, diskutere dem og fremlægge eventuelle forslag for Folketinget, før mediestormen er forbi. Journalisterne kan derfor vælge at lave en løs kobling mellem aktiviteterne i det politiske liv og *trigger eventen* i den journalistiske bearbejdning.

Vores undersøgelse tyder desuden på, at politikere opnår fordele af mediestormene: Mediestormen betyder, at journalisterne sænker nyhedstærsklen for et særligt emne – i dette tilfælde plejen af de ældre. Da dette emne ellers kun opnår ganske lille opmærksomhed, kan politikere betragte mediestorme på ældreområdet som en anledning til at opnå mediemæssig opmærksomhed. Mediestormen giver nemlig ministre og politiske ordførere lejlighed til at præsentere og fremme ideer, konkrete forslag på området for et stort publikum og i øvrigt tiltrække medieopmærksomhed omkring det arbejde, han/hun udfører i det daglige. Der er således tale om en form for symbiose, hvor politikere så at sige præsenterer gammel vin på nye flasker, og medierne sætter flaskerne på salgshylderne.

De få direkte effekter, vi har fundet, eksisterer på det lokalpolitiske niveau. To af de undersøgte mediestorme rasede både lokalt og nationalt. På det nationale niveau havde de samme minimale effekt som de andre storme, men på kommunalt niveau gjorde de en forskel: Sagen vedrørende svigt i den københavnske hjemmepleje mundede ud i en ekstrabevilling på 81 mio. på det kommunale budget. Penge, som efter alt at dømme ikke var blevet fundet, hvis stormen ikke havde raset. Ligeledes foranledigede mediestormen vedrørende stregkoder i hjemmeplejen i Aabenraa hjemmehjælperne til at strejke, og strejken kom til at virke som løftestang for en dialog med den politiske ledelse af kommunen – og forkastelse af planen om at indføre stregkoder. Faktisk kan dette – at de lokale politikere handler, mens de nationale ikke gør – være et tegn på et sundt politisk system: De fleste af de services som i Danmark tilbydes de ældre administreres netop af kommunerne, hvorfor problemerne bedst løses lokalt og ikke gennem national lovgivning.

Sluttelig må vi også understrege, at vi alene har set på direkte og umiddelbare effekter af mediestormene, og at vor konklusion derfor alene gælder

disse. Vi har ikke beskæftiget os med indirekte effekter, ligesom vi ikke kan udelukke effekter på lang sigt. Det er både muligt og sandsynligt, at stormene kan have en politisk effekt, når man ser på dem i et langtidsperspektiv: De kan være med til at skabe en særlig ”stemning” eller tidsånd, som over en længere periode kan få politikere og partier til at igangsætte politiske initiativer, som de ellers ikke ville have iværksat, sådan som resultaterne i undersøgelsen af medie billedet af de ældre gennem 50 år tyder på (Wien, 2005: 139ff). Vi kan eksempelvis ikke afvise, at Venstre og De Konservative havde valgt at satse på netop ældreområdet op til valget i 2001, fordi flere mediestorme havde sat fokus på åbenlyse problemer og mangler i denne sektor (fx Kærbo-sagen i 2000). Man kan samtidig se mediestormen i 2003 om en variabel tilbagetrækningsalder som en forløber for regeringens senere forslag om en velfærdsreform, der blev vedtaget i juni 2006, og i hvilken tilbagetrækningsalderen var central.

Mediestormenes anatomi

Det fremgår af den korte gennemgang af de fem mediestorme i forrige afsnit, at der er åbenlyse forskelle mellem dem. Samtidig rummer de en række fællestrek, og det er derfor muligt at beskrive en mediestorms generelle anatomi. Vi har således fundet fællestrek hvad angår stormenes *trigger event* og deres forløb, hvilket vi studerer nærmere i de to følgende underafsnit.

Trigger event

I overensstemmelse med teoridannelserne på området viser vores undersøgelse, at en *trigger event* må leve op til de almindelige nyhedskriterier for at kunne udvikle sig til en mediestorm. Desuden synes i hvert fald fire faktorer at have betydning for, at journalisterne sænker nyhedstærsklen og lader en mediestorm udvikle sig:

Først og fremmest må *trigger eventen* være egnet til offentlig debat: Den skal omhandle et emne, hvor flere og legitime holdninger eller interesser kan blive præsenteret af medierne og dermed diskuteret offentligt. Hvis ingen har interesse i at diskutere emnet, kan en mediestorm ikke udvikle sig. Omvendt er det en forudsætning, at der er en villighed til offentlig debat af emnet, og at der findes en stribe aktører (enkeltpersoner, organisationer, politiske partier, partskilder mv.), der er villige til at deltage i den offentlige debat.

Dernæst – og i overensstemmelse med det foregående punkt – er det vigtigt, at *trigger eventen* kan

fortolkes inden for flere forskellige rammer: Ved begyndelsen af en mediestormens står de forskellige aviser i et dilemma: På den ene side ærgrer det dem at se konkurrenten have en ”god historie”. Man på den anden side vil man nødigt springe med på vognen og kopiere de andres historie. Man vil helst have sin egen historie (jf. Schultz, 2007:199ff). Hvis man vil beskæftige sig med stormen, må man derfor anlægge en anden vinkel på den samme historie. Det er ganske tydeligt i vores materiale, at de fem aviser vælger op til fem klart forskellige måder at dække den samme storm på. Hvordan det mere konkret kommer til udtryk, vender vi tilbage til.

For det tredje rummer alle fem *trigger events* en form for normbrud. Eksempelvis var det et normbrud, når en studerende foretager skjulte tidsmålinger på arbejdspladsen og får resultaterne trykt i en landsdækkende avis uden kollegernes viden eller accept. Omvendt var det også et normbrud, hvis de ansatte rent faktisk drak kaffe to tredjedele af arbejdstiden, mens de klagede over stress. I denne forbindelse er det værd at bemærke, at Luhmann (2000:29ff) argumenterer for, at normbrud er en særlig slags nyhedskriterium, som ofte er til stede i nyheder, der får intens medi-dækning. Vores resultater støtter denne observation.

Endelig er *trigger events* nødt til at kunne kondensere et komplekst problem til et enkelt slående billede, sådan som Vasterman (2005:514) påpegede. Et sådan slående billede kan blandt andet skabes ved at trække på de stereotype forestillinger, der allerede eksisterer i publikums hoveder. Et eksempel kunne være den klassiske forestilling om de dovne offentligt ansatte og udelige offentlige ledere, som Kærbosagen kunne trække på. Eller den tilsvarende modstereotyp i samme mediestorm, nemlig den unge student uden erfaring, der dømmer kollegerne for dovenskab og ledelsen for svaghed.

Forløb

Ingen af vores mediestorme optrådte samtidig eller samtidig med storme på andre områder. Til gengæld optrådte de med relativt stor præcision én gang om året. Vi ser dette som et tegn på, at der indtræder en form for mathed hos medieerne, hos publikum og hos aktørerne efter hver mediestorm.

Det er samtidig klart, at denne årlige opmærksomhed har nogle klare grænser: Alle fem mediestorme varede omtrent tre uger, og de synes at ebbe ud, når der opstår en form for konsensus mellem aktørerne, og/eller når emnet udvandes, og/eller fordi de politiske aktører bliver enige om at gøre *noget*.⁸ Varigheden på omkring tre uger er også observation af andre studier (Lund, 2000; Pedersen & Kjær, 2000b;

Vasterman, 2005), dog uden at de kommer en forklaring nærmere. På baggrund af det foreliggende materiale kan heller ikke vi give en endelig konklusion, men vi vover en stump af pelsen og foreslår en mulig forklaring:

Under mediestormene synes forskellige typer af journalistiske kilder at blive inddraget i en særlig rækkefølge: I dagene lige efter *trigger eventen* trækker journalisterne kraftigt på politikere, interesseorganisationer, ansatte i servicesektoren og pårørende.⁹ Efter nogle dage vender journalisterne sig til eksperter for at få fakta om sagen. Men der er som bekendt ikke noget så ødelæggende for en god diskussion som fakta, og da mediestormen henter sin energi fra debat, diskussion og præsentation af konfliktende holdninger fra fx politikere og interesseorganisationer, har de fakta, som eksperterne kan bidrage med, en tendens til at kvæle diskussionen og dermed at tage luften ud af mediestormen. Eksperterne kan også tage luften af stormen ved at illustrere kompleksiteten af den grundlæggende sag, ved at give flere mulige forklaringer og fortolkninger af begivenheden, eller påpege at sagen i virkeligheden handler om noget helt andet og så videre. Mediostormen er således ikke længere i stand til med Vastermans (2005:514) ord at kondensere et komplekst problem i et enkelt slående billede, hvorfor den dør ud.

At stormen lodder af kan formentlig ses som et udtryk for, at mediestormen får et emne til at bevæge sig gennem Downs (1972:39) *issue attention cycle* fra trin to, ”alarmed discovery and euphoric enthusiasm” frem mod det tredje trin ”realizing the cost of significant progress.” På trin tre identificerer eksperterne de forskellige løsningsmodeller og deres eventuelle pris, ligesom det tredje trin markerer, netop en løsning på et givent problem, hvorfor der ikke længere behøver at være stor offentlig debat om det.

Hvad angår mediestormenes kvantitative anatomi tegner vores undersøgelser et mønster, hvor *trigger eventen* genererer den første og typisk største bølge af artikler i aviserne. Derpå følger en eller to mindre bølger med aftagende intensitet (se figur 2). Dykker man ned i nyhedsdækningen under de forskellige bølger, viser det sig, at de mindre bølger opstår, når et nyt tema bliver indoptaget i mediestormen: Hvis vi igen tager Kærbosagen som eksempel, så opstod en af de mindre bølger, da det videnskabelige samfund begyndte at diskutere de etiske aspekter af skjult observation som videnskabelig undersøgelsesmetode.¹⁰

Ekskurs: Redaktionelle linier

Avisernes beslutning om at vælge unikke redaktionelle linier, løser, som tidligere nævnt, isoleret set

eksklusivitetsparadokset, da de gør det muligt for aviserne at dække den samme historie uden at skrive de samme artikler. I vores analyse har det imidlertid vist sig, at medierne i deres stræben efter eksklusivitet konsistent valgte den *samme* redaktionelle linie i alle fem mediestorme. Denne (uforudsete) adfærd finder vi så interessant, at vi i dette afsluttende afsnit i forsøget på at give en forklaring herpå, begiver os ud på en ekskurs i forhold til vores to undersøgelses-spørgsmål.

Vi kan konstatere, at aviserne i deres valg af vinkler, kilder, eksperter, læserbreve – bevidst eller ubevidst – lod sig styre af en stabil, gennemgående politisk orientering: *Berlingske Tidende* og *Jyllands-Posten* valgte konsekvent redaktionelle linier, som i større eller mindre grad favoriserede de borgerlige partier i Folketinget. *Jyllands-Posten* var generelt mest positiv overfor Dansk Folkeparti og Venstre, mens *Berlingske Tidende* var mest positiv overfor De Konservative. *Politikens* valg af redaktionel linie lagde vægt på temaer og argumenter, som også venstrefløjen og i særdeleshed De Radikale, Socialdemokraterne og fagbevægelsen lagde vægt på. De to formiddagsblade var i så henseende apolitiske, og anlagde en borgernær linie, som gav ”den lille mand” mulighed for at tale magteliten imod.

Ser man eksempelvis på mediestormen vedrørende den variable tilbagetrækningsalder, er det tydeligt, at *Berlingske Tidende* fandt statsministerens idé både fornuftig og nødvendig. Efter at have ironiseret over at pensionsalderen i Danmark 2003 var den samme, som da Bismarck indførte statsfinansieret pension i 1889, argumenterede avisens leder den 11. maj for at indretningen af det danske velfærdssamfund simpelthen ikke er langtidsholdbar. Alt sammen helt i overensstemmelse med de politiske ideer, De Konservative stod for under mediestormen.

Jyllands-Posten brugte markant mere spaltepads i starten af mediestormen til at rapportere om de knapt så positive reaktioner på statsministerens forslag. Imidlertid bemærkede avisen i en nyhedsanalyse den 14. maj det triste i, at statsministerens forslag havde rykket debatten og velfærdsreformer baglæns, da den kun havde fået politikerne til endnu stærkere end tidligere at tage afstand til forringelse af efterlønsordningen. *Jyllands-Posten* placerede sig således i en midterposition, hvor avisen på den ene side var kritisk over for efterlønnen, men på den anden side anerkendte argumenterne for bevarelse af ordningen. Således dækkede *Jyllands-Posten* fint både Venstres moderate forandringslyst og Dansk Folkepartis opmærksomhed på de svageste ældre på arbejdsmarkedet.

Politiken citerede, som den eneste morgenavis, en økonom, som *ikke* så grund til at afskaffe efterløns-

ordningen. Denne mere positive indstilling til efterlønnen som en velerhvervet velfærdsrettighed genses i avisens valg af læserbreve: Næsten alle debatindlæg (10 i alt) forholdt sig kritisk til spørgsmålet om at fjerne eller reformere efterlønnen – det ville skabe arbejdsmarkedsmæssige problemer, mente mange. Selvom *Politikens* leder mod afslutningen af mediestormen gav udtryk for nogenlunde samme holdning som *Jyllands-Posten*, må man sige, at avisen i sin øvrige dækning var mere positivt stemt over for den eksisterende orden end de andre to morgenaviser. Hvor *Berlingske Tidende* og *Jyllands-Posten* bragte forskellige varianter af borgerlig argumentation til torvs, sikrede *Politiken* den modsatte blok spaltepads.

Både *B.T.* og *Ekstra Bladet* valgte en populistisk vinkel, hvilket ikke mindst kom til udtryk i en række voxpops, hvor de adspurgte borgere ikke udtrykte megen lyst til at forandre noget som helst. Formiddagsavisernes fokus på læsernes holdninger ses endnu mere tydeligt, når man ser på læserbrevenes vægt i forhold til den redaktionelle dækning: Ser man bort fra voxpop-artiklerne, var over halvdelen af de resterende enheder i *B.T.* læserbreve, mens det gjaldt 14 ud af 17 enheder i *Ekstra Bladet*. Læsere i *B.T.* ville beholde efterlønnen, og mistilliden til anbefalinger og beregninger fra eksperter, akademikere og politikere var udbredt, særligt blandt *Ekstra Bladets* læsere. De to avisers debattører tog således udgangspunkt i deres egen situation, som de gerne ville belyse for andre.

At dømme efter avisernes valg af redaktionelle linier under de fem mediestorme løser avisernes altså eksklusivitetsparadokset ved at genoplive de gamle partibånd: Da mediestorme per definition udelukker eksklusivitet, er aviserne nødt til at vælge forskellige måder at dække den centrale historie på. Og i det valg falder aviserne tilsyneladende tilbage til de politiske standpunkter, som de historisk har promoveret.

Konklusion

Analysen af de fem mediestorme på ældreområdet i Danmark i perioden 2000-2005 har tilføjet et omfattende empirisk materiale til den (stadig) lille videnskabelige litteratur om fænomenet mediestorm. Vi har haft to ambitioner med arbejdet: Dels at analysere mediestormens politiske indflydelse. Dels at beskrive dens anatomi.

Det korte svar på det første undersøgelses-spørgsmål, er ”nej”. På trods af at vi har valgt et emneområde, hvor både politikere og vælgere ser strengt på mangler, svigt og dårlig service, har vi ikke fundet direkte politiske effekter af mediestormene på det nationale niveau. I modsætning til hvad Vasterman

(2005) og Pedersen og Kjær (2000b) argumenterede for – men i overensstemmelse med øvrig litteratur om medieeffekter – synes mediestormene ikke at have den store politiske betydning. Vi har ikke fundet noget belæg for, at medierne udøver nogen form for direkte politisk magt eller indflydelse på den nationale politiske scene.

På det kommunalpolitiske niveau ser det anderledes ud: To ud af tre mediestorme, som vedrørte såvel det nationale som det kommunale niveau, foranledigede de lokale politikere til at handle. Denne forskel mellem de to niveauer er ikke overraskende, eftersom ældrepleje administreres af kommunerne, og eftersom mediestormene ofte spinder sig omkring enkeltsager, der udspiller sig på individuelle plejecentre. Og sådanne problemer løses bedst netop lokalt og ikke gennem national lovgivning.

I forhold til mediestormens anatomi bekræfter vores analyse åbenlyst, at en mediestorm begynder med en *trigger event*. Et nødvendigt men ikke tilstrækkeligt grundvilkår er, at denne begivenhed lever op til mediernes almindelige nyhedskriterier. Derfor vil der oftest være brug for at bygge historien op omkring et normbrud af den ene eller anden slags. Den udløsende *trigger event* skal samtidig være egnet til offentlig debat, hvilket forudsætter, at forskellige aktører har en interesse i at deltage og give journalisterne mulighed for at dække historien fra forskelle – gerne modstridende – vinkler eller synspunkter.

Når stormen først raser, bliver den ved i omkring tre uger. Et lignede resultat er også afrapporteret af andre studier, uden hverken disse eller nærværende analyse kan forklare hvorfor. Vi ønsker imidlertid at

give et kvalificeret bud: De analyserede mediestorme blæser i to eller tre bølger, og hver bølge er drevet af nye oplysninger, afsløringer eller lignede. Inden for hver bølge gør en bestemt sekvens af aktører og kilder sig gældende: I de første dage citeres de politiske aktører, hvorefter der gives plads til eksperter, som typisk tager luften ud af den diskuterede historie. Der er øjensynligt ikke mere journalistisk energi tilbage i den oprindelige historie, når denne sekvens har gentaget sig tre gange, hvorfor mediestormen død efter netop tre uger.

Gennem vores analyse viste det sig, at paradokset mellem kravet om eksklusivitet i nyhedsdækningen og mediestormen som fænomen blev løst ved, at aviserne søgte at differentiere sig via forskellige redaktionelle linier. Dette skete efter et fast mønster, der nøje svarede til de enkelte dagblades historiske og politiske udgangspunkter.

Afslutningsvis bemærker vi, at mediestormene kan ses som en slags fornuftsægteskab mellem politikere og journalister, og at stormene som sådan siger mere om moderne politisk kommunikation end den socialpolitiske virkelighed, de udspiller sig i: Ved at fokusere intenst på én bestemt sag på ét bestemt område i en bestemt periode kan journalisterne få det til at se ud som om, at deres artikler og indslag er med til at sætte den politiske dagsorden og udrydde uretfærdighed. Omvendt har politikerne stor fordel af mediestormene, da de giver næsten fri adgang til at (gen-) præsentere initiativer og forslag, som de ellers ville skulle kæmpe hårdt for at gøre offentligt kendte. Set lidt på afstand er mediestorme således mest af alt stor ståhej for ingenting.

Noter

1. Vi vil anvende denne pragmatiske definition, vel vidende at der i nordisk sammenhæng findes alternativer. Eksempelvis skelner Pedersen & Kjær (2000a; 2000b) mellem mediestorme og medieorkaner. Mediestorme opstår løbende inden for de samme emneområder og tiltager og aftager løbende. Begrebsligt er dette snit rent, men der gives ingen operationelle anvisninger på, hvordan man i praksis kan skelne. Samtidig er det svært at forsvare en sådan opdeling i et caseorienteret tværnsnitstudie, som netop er kendetegnet ved ikke at følge en eller flere sager over længere tid – hvilket jo er forudsætningen for, at man kan skelne tilbagevendende storme fra unikke orkaner (se Elmelund-Præstekær & Wien, 2006:27-29).
2. Disse fem kriterier er til løbende debat (se fx Kramhøft, 2000:46-77).
3. Enten tilhører man selv gruppen, har en slægtning der gør, eller også forventer man selv at blive ældre en gang i fremtiden.
4. Når vi således ser bort fra både en række skrevne og elektroniske medier, ser vi uundgåeligt bort fra en række redaktionelle enheder, som alt andet lige ville kunne give ekstra empiriske nuancer. At vi vælger netop aviserne som udgangspunkt for analysen skyldes, at avismediet fortsat befinder sig nederst i den journalistiske fødekæde: Langt de fleste nyheder i de elektroniske medier har tidligere været bragt i aviserne (Lund, 2000:145). Samtidig er det vanskeligt at inddrage de elektroniske medier, eftersom der ikke findes en samlet og søgbar database over nyhedsindslag fra radio og TV. Vi har på den baggrund vurderet, at den ekstra nuance, de elektroniske medier vil give vores analyse, ikke står mål med det store ekstra arbejde, den ville implicere.

5. ("Ældre", "Ældres", "ældre", "ældres", pensionist, folkepensionist, senior, pensioneret, bedstefar, bedstemor) <in> (rubrik, underrubrik)
6. For at sikre, at ingen mediestorme blev overset, brugte vi to forskellige årbøger som kontrol: Lars Billes halv-årlige politiske kronikker tidsskriftet *Økonomi & Politik* samt Politikens *Hvem Hvad Hvor*: Der blev ikke fundet flere mediestorme.
7. Søgningen anvendt i forbindelse med Kærbosagen var eksempelvis: ("Ældre", "Ældres", "ældre", "ældres", pensionist, folkepensionist, senior, pensioneret, bedstefar, bedstemor) <in> (rubrik, underrubrik) <or> (kærbo <or> albrecht). Se en udtømmende beskrivelse i Elmelund-Præstekær & Wien (2006: bilag 2)
8. For en diskussion af mediernes konsensusbyggende rolle (se Takeshita, 2005:285)
9. Kun i meget sjældne tilfælde inddrages de ældre selv.
10. Vi ser én undtagelse fra dette mønster: Den sidste af stormene har et næsten omvendt forløb, idet stormen vedrørende stregekoder i ældreplejen intensiveres over de tre uger. Årsagen er formentlig, at stormen fandt sted under en valgkamp, og at oppositionspartierne benyttede den som et emne i en negativ kampagne mod regeringen.

Referencer

- Cobb, R. & Elder, C. (1972) *Participation in American Politics: The Dynamics of Agenda Building*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Cohen, B. (1963) *The Press and Foreign Policy*. Princeton: Princeton University Press.
- Dearing, J.W. & Rogers, E.M. (1996) *Agenda-Setting*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications.
- Downs, A. (1972) 'Up and Down with Ecology: The "Issue-Attention Cycle"', *The Public Interest* 28(3):38-50.
- Elmelund-Præstekær, C. & Wien, C. (2006) *Mediastormens Magt. Om mediestorme på ældreområdet og deres indflydelse på ældrepolitikken*. Odense: Syddansk Universitetsforlag.
- Jørgensen, J.P. & Rasmussen, T.M. (2001) 'Mediastorme' in: Nielsen, M. F. (ed.). *Profil og offentlighed*. Roskilde: Samfundslitteratur.
- Kingdon, J. W. (1995 [1984]) *Agendas, Alternatives, and Public Policies*. New York: Longman.
- Kramhøft, P. (2000) *Journalistik med omtanke: Arbejdsmetoder i udredende og analytisk journalistik*. Århus: Ajour.
- Lippmann, W. (1991 [1922]) *Public Opinion*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Luhmann, N. (2000) *The Reality of Mass Media: Polity Press*.
- Lund, A. B. (ed.) (2000) *Først med det sidste – en nyhedsuge i Danmark*. Århus: Ajour.
- McCombs, M. (2005) 'A Look at Agenda-setting: Past, Present and Future', *Journalism Studies* 6(4):543-557.
- McCombs, M. & Shaw, D.L. (1972) 'The Agenda-Setting Function of Mass Media', *Public Opinion Quarterly* 36(2):176-187.
- Newton, K. (2006) 'May the Weak Force be with You: The Power of the Mass Media in Modern Politics', *European Journal of Political Research* 45:209-234.
- Pedersen, O.K. & Kjær, P. (2000a) 'De mange enkeltsager. Mediastormen – om genteknologi og grundvand' in: Pedersen, O.K., Kjær, P., Esmark, A., Horst, M. & Carlsen, E.M. (eds.). *Politisk Journalistik*. Aarhus: Forlaget Ajour.
- Pedersen, O.K. & Kjær, P. (2000b) 'Enkeltsagen – Når medieorkanen raser – om Rushdie-sagen' in: Pedersen, O.K., Kjær, P., Esmark, A., Horst, M. & Carlsen, E.M. (eds.). *Politisk Journalistik*. Århus: Forlaget Ajour.
- Przeworski, A. & Teune, H. (1970) *The Logic of Comparative Social Inquiry*. New York: John Wiley & Sons.
- Schultz, I. (2007) 'The Journalistic Gut Feeling: Journalistic Doxa, News Habitus and Orthodox News Values', *Journalism Practice* 1(2):190-207.
- Takeshita, T. (2005) 'Current Critical Problems in Agenda-setting Research', *International Journal of Public Opinion Research* 18(3):275-296.
- Togeby, L., Andersen, J.G., Christiansen, P.M., Jørgensen, T.B. & Vallgård, S. (eds.) (2003) *Magt og demokrati i Danmark. Hovedresultaterne fra Magtudredningen*. Århus: Aarhus Universitetsforlag.
- Vasterman, P.L. M. (2005) 'Media-Hype: Self-Reinforcing News Waves, Journalistic Standards and the Construction of Social Problems', *European Journal of Communication* 20(4): 508-530.
- Walgrave, S. & Aelst, P. V. (2006) 'The Contingency of the Mass Media's Political Agenda Setting Power: Toward a Preliminary Theory', *Journal of Communication* 56:88-109.
- Weaver, D. H. (2007) 'Thoughts on Agenda Setting, Framing and Priming', *Journal of Communication* 57:142-147.
- Wien, C. (2005) *Ældrebilledet i medierne gennem 50 år. En undersøgelse af ældrestereotyper i dagbladene fra 1953 til 2003*. Odense: Syddansk Universitetsforlag.
- Zhu, J.-H. (1992) 'Issue Competition and Attention Distraction: A Zero-Sum Theory of Agenda-Setting', *Journalism Quarterly* 69(4):825-836.

CHRISTIAN ELMELUND-PRÆSTEKÆR, M.Sc., Ph.D. Student, Institut for Statskundskab, Syddansk Universitet, Campusvej 55, DK-5230 Odense M, cel@sam.sdu.dk

CHARLOTTE WIEN, Ph.D., Lektor, Institut for Statskundskab, Syddansk Universitet, Campusvej 55, DK-5230 Odense M, chw@sam.sdu.dk