



Diskurser om klima

- En undersøgelse af politisk kommunikation omkring klima- og energipolitik i det senmoderne samfund

Speciale af Anne Christine Thorsen - juli 2008

Humanistisk Informatik - Kommunikation

Institut for Kommunikation

Aalborg Universitet

Diskurser om klima

- En undersøgelse af politisk kommunikation omkring klima- og energipolitik i senmoderne samfund

Speciale i kommunikation, under humanistisk informatik ved Institut for kommunikation på Aalborg Universitet.

Dato: 31. juli 2008

Skrevet af: Anne Christine Thorsen

Vejleder: Søren Linhart
Censor: Henrik Dahl

104 normalsider
Oplag til aflevering – 2 stk.
Antal bilag: 32
Antal appendiks: 3

Abstract

This thesis takes its starting point at an interest in modern political communication – which is often unfolded as marketing – in relation to politics about climate and energy. Climate change is one of the most important issues on the political agenda, and it is important to have an efficient politic on this area. It is, however, equally important that the information produced by political parties about climate change enlightens the citizens so they are well-informed about the different parties' political strategies and solutions concerning global warming.

Accordingly, political communication is crucial in order to enable the voters to comprehend and evaluate whether or not the politicians are taking care of the voter's interests and the common well of society. Political communication should thus inform about politics and its reasons in stead of what politicians think are popular among their voters.

In relation to this premise, I propound two theses regarding how political communication is conducted today. First of all, I argue that political communication is unfolded as marketing with the purpose of selling politics as an article to the voters, and that this makes it difficult to set up long-term strategies in the common interest of a society, because politics is centered on short-term economic aims and the fulfillment of the wishes and needs of the voters regarding their everyday life. Secondly, I argue that political communication as marketing makes it difficult for the voters to see trough the political communication in order to understand the differences between the various parties, and the consequences their politics.

On the basis of these initiating reflections, the thesis analyses the communication of the two Danish political parties The Liberal Party (Venstre) and The Socialist People's Party (Socialistisk Folkeparti, SF). Theoretically, I have been inspired by critical theory and the examination is based on Norman Faircloughs critical discourse analysis and its three-dimensional model, which involves discourse as text, as discursive praxis and as social praxis. On the basis of the three-dimensional model, I examine how the two political parties inform about politics of climate and energy on their websites. Furthermore, I explore the historical views on politics of climate and energy in a theoretical context of the relation between politicians, media and voters in the late modern society.

The analysis of the political communication on the websites of Venstre and SF confirms the hypothesis. It is concluded that SF's communication about politics of climate and energy informs both thoroughly about global warming and dramatizes the representation of the problems attached to climate changes, but it results mainly in superficial political

representations of how their goals, in relation to mitigate global warming, will be realized into strategies and proposals. The few proposals that are highlighted are for the most part concerned with advantages for the consumer. On the other hand, Venstre's information is more toned down in its representations of the problem of global warming, but is still acknowledging the problem. In relation to this Denmark's actions related to climate change is put forward as an example – despite the fact that Denmark is one of the countries in the world that has the highest emission of CO₂. Venstre also set up strategic goals, but when it comes to fulfilling these goals the information looks remarkably like the information produced by SF. Information about real politics is therefore very symbolic, superficial and focused on the advantages of the consumer.

Based on the outcome of the analysis, it is concluded that there is a need of change of the use of political communication, in order to reestablish a democratic society, where the voters are approached as authoritative citizens in stead of consumers. Political communication must focus on solving common problems like the global warming in order to create the best conditions for everybody in society and in the world.

Forord

Dette speciale udgør slutning på en lang uddannelse inden for humanistisk informatik og kommunikation. En rejse som har bragt mig mange steder hen, i forhold til forskellige aspekter af kommunikation både udenfor og indenfor medieverdenen. De sidste år af studiet har jeg for sat fokus på den medieformidlede kommunikation, hvor jeg har været omkring oplevelsesøkonomi, for derefter, i min praktik, at bevæge mig ind i spændingsfeltet mellem kunst og erhvervsliv, for på mit 9. semester at skrive projekt om modkulturens samspil med medieverdenen, markedsføring og forbrug.

Den røde tråd igennem de forskellige emner har været en stigende bevidsthed og interesse for samspillet mellem kommunikation, medier og forbrugerkultur, som mere eller mindre synes at have vist sig inden for alle de emner, jeg har arbejdet med. I oplevelsesøkonomien handlede det om at se og kommunikere omkring oplevelser som en vare, der kunne sælges til forbrugeren, i praktikopholdet skulle kunsten og kulturen formidles som et produkt, der kunne sælges til virksomhederne. Mit 9. semesterprojekt om modkultur og markedsføring var centreret om, den rebelske modkultur, som med sine medierede budskaber om bæredygtighed, plads til forskellighed og antikapitalisme appellerer til individualiserede moderne individer, som i flok søger identitet igennem ting, der er unikke, og som sælges i stor stil på livsstilsmarkeder rundt om i verden.

Bevidstheden om ovenstående har udmøntet sig i en stigende fascination, forundring og foruroligelse over, hvor meget forbruget fylder i både medier, kommunikation og i den enkeltes liv i en verden, som er ved at bukke under for menneskers forbrug med følger som fattigdom, miljøkatastrofer og global opvarmning. Dette har også sporet mig ind på specialets emne.

I specialet har jeg således ønsket at sætte fokus på politisk kommunikation, i forhold til hvordan orienteringen imod forbrug/market kombineres med at fremme et bæredygtigt samfund. Inden for politik, synes man netop at kunne arbejde med begrænsninger i markedet som kan fremme bæredygtigheden. Men kombinationen af hensynet til markedet/forbruget og til bæredygtigheden rummer store modsætninger, og det er interessant, hvordan disse udmøntes i kommunikationen, hvis kommunikationen skal være med til at fremme en verden, som også kan bestå i fremtiden.

Jeg har på baggrund af ovenstående valgt at sætte fokus på Venstre og SFs politiske kommunikation med fokus på deres klima- og energipolitik, som den blev formidlet på de to partiers hjemmesider ved folketingsvalget i 2007.

Med specialet ønsker jeg således, at opnå indsigt i og diskutere både formidling af og indhold i politisk kommunikation omkring klima- og energipolitik i det senmoderne samfund, i relation til at fremme en mere holdbar samfundsudvikling. Mit hovedsigte med projektet er således ikke at skabe den videre samfundsudvikling men at undersøge virkeligheden inden for politisk kommunikation, som den ser ud i dag. Dermed kan den oparbejdede og nedskrevne indsigt bidrage til oplysning, som kan skabe et grundlag for videre udvikling.

Jeg vil gerne takke alle, som har støttet og hjulpet mig undervejs i processen og rette en særlig tak til vejleder Søren Linhart for særdeles kvalificeret og engageret vejledning, Johanne Hjort, som har læst korrektur og givet konstruktiv kritik, Søren Viktor Jensen, som har været der hele vejen, samt min familie, som også har hjulpet og taget sig godt af lille Augusta i travle stunder.

Der er af Peter Øhrstrøm blevet givet dispensation for antallet af sider således, at specialet må fylde 100 sider(Se bilag 0, angående dispensation)., hvilket jeg tilnærmelsesvist har holdt mig til, og derved fylder specialet 104 normalsider.

Dato

Anne Christine Thorsen

Læsevejledning

- Jeg har i relation til konklusionen formidlet et 'Udblik', hvor det kort er reflekteret over, hvordan der kan arbejdes videre med politisk kommunikation ud fra den viden, som er akkumuleret i specialet. Som følge af projektets begrænsning har jeg flyttet dette 'Udblik' til specialets appendiks, hvor det kan findes i appendiks 3.
- Alle citater fra anvendt teori er sat i kursiv og i citationstegn.
- Vigtige teoretiske begreber vil blive sat i kursiv første gang, de nævnes. I analysen vil de teoretiske begreber, som anvendes fra teorien også stå i kursiv.
- Alle websider, som anvendes i beskrivelsen af specialets case og som empirisk materiale i analysen er bilagt. I analysen er citaterne fra websiderne yderligere sat i figurer, hvorved de ikke tælles med i det samlede sideantal.
- Alle de websider, som analyseres i relation til projektet, er politisk kommunikationsmateriale som kunne ses under valget i 2007. Siderne er imidlertid først downloadet siden hen, men de lå også på Internettet i forbindelse med valget. Dette har jeg fået SF til at bekræfte over mail (Bilag 6a), men det var desværre ikke muligt at få Venstres bekræftelse heraf, da den ene person, som står for websiden hos Venstre, har haft ferie flere uger inden og op til specialeafleveringsdatoen. Men jeg har ved eftersyn selv kontrolleret, at materialet som er hentet fra hjemmesiderne i forbindelse med analysen er det samme som, jeg så på hjemmesiden under valget. Det fremgår også tydeligt af meget af materialet, at det er valgmateriale. Dog har jeg fået en af Venstres medarbejdere til, på mail, at bekræfte enkelte oplysninger om Venstres hjemmeside ved valget (Bilag 5e), som kort anvendes i forbindelse med specialets 'Udblik', der som nævnt ligger i appendiks 3.

Indholdsfortegnelse

Indledning	15
Specialets udgangspunkt og problematikker	22
Problemformulering	26
Case og baggrund for klima- og energipolitik	28
De udvalgte partier	28
Baggrund	32
Opsamling - baggrund	39
Metodiske overvejelser	40
Overordnet struktur	40
Epistemologisk udgangspunkt	43
Kommunikationsforståelse	47
Kritisk diskursanalyse	49
Den tredimensionelle model	51
Det senmoderne samfund	53
Overordnede samfundstendenser	53
Grundstenene i politik	56
Mediernes betydning for politik og politisk kommunikation	58
Opsamling – Det senmoderne samfund	65
Metodisk udgangspunkt for analyse	67
Tekstanalyse	73
Problem og visioner	75
Mål	87
Midler og konsekvenser	92
Opsamlende refleksioner over tekstanalysen	102
Den diskursive praksis	105
Klima- og energipolitisk mediediskursorden	105
Genre	105
Diskurser i klimapolitikken	107
Opsamling - diskursiv praksis	116
Den sociale praksis	117
Venstre	117
SF	121
Opsamling på den sociale praksis	124
Konklusion	127
Litteraturliste	132
Bøger	132
Internethenvisninger	136
Appendiks og Bilag	136

Oplysning er menneskets frigørelse fra dets selvforskyldte umyndighed. Umyndighed er den manglende evne til at betjene sig af sin forstand uden en andens ledelse. Selvforskyldt er denne umyndighed, når man er nødt til at lade sig lede af andre ikke på grund af mangel på forstand, men af mangel på vilje og mod. Sapere aude! Hav mod til at bruge din egen forstand, det er altså oplysningens valgsprog.”
(Immanuel Kant)

Indledning

Dette speciale tager udgangspunkt i emnet politisk kommunikation, på baggrund af en undren omkring den måde, politik formidles på i dag. Denne interesse er bundet sammen med et ønske om at undersøge, hvordan den politiske kommunikation foregår inden for klima- og energipolitik. Klimaet og den globale opvarmning er et fælles samfundsmæssigt problem, som synes at kræve en stor politisk indsats. Ifølge min egen optik handler politik om at skabe nogle gode forhold for os alle sammen nu og i fremtiden, hvorfor en god klimapolitik også er utrolig vigtig. I den forbindelse finder jeg det mindst lige så vigtigt, at jeg som vælger kan gennemskue og finde oplysninger om de forskellige partiers klimapolitik, meninger og strategier for at vurdere, hvem jeg synes, gør det bedst. Men den måde, hvorpå politik opfattes og formidles på i dag, synes i henhold til ovenstående at være problematisk. Johannes Andersen, samfundsforsker på Aalborg universitet, skriver netop om denne problematik i artiklen 'Politik i det knuste spejl', hvor han henviser til at udviklingen inden for den moderne politiske kommunikation har undergået en forandring. Siden 1980'erne og ikke mindst i de sidste 6-7 år har kommunikationen omkring politik bevæget sig fra primært at være informativ til at blive mere æstetiseret og strategisk. Den er ifølge Andersen blevet markedsorienteret og orienteret imod vælgere som i stigende grad handler og tænker som forbrugere, hvor den primære interesse omhandler egne behov og krav (Bilag 1; 3,6ff.). Denne baggrund synes ikke at efterlade meget plads til fælles projekter og til at informere ordentligt om dem. Selvfølgelig skal samfundet være et godt sted for den enkelte og skabe nogle gode rammer og muligheder for individet, hvilket også synes at være en vigtig del af politik. Men hvis vi ikke kan tage vare på samfundet som helhed og de udfordringer, vi står over for i denne henseende, så kan vi jo heller ikke gøre det godt for den enkelte på lang sigt. I forbindelse med ovenstående problemstilling er det også relevant at se nærmere på den arena og det samfund, som den politiske kommunikation foregår i. Stort set alle de politiske budskaber, som formidles til vælgeren er mediebarne. Selvom modtager også har muligheder for at blande sig på forskellig vis, så er kommunikationen via medierne primært udformet som envejskommunikation frem for dialog, hvilket John B. Thompson, professor i sociologi, skriver i bogen 'Medierne og moderniteten' (Thompson, 2001; 35). Denne kommunikationsform gør det ikke umiddelbart nemmere at få afklaret spørgsmål om politikernes forslag, strategier og meninger, og derfor synes det netop vigtigt, at

kommunikationen er gennemskuelig og kan give et ordentligt grundlag for, at vælgeren kan overveje problemer, løsninger, politiske holdninger osv. Medieringen af politik har været under udvikling i de sidste århundreder, og den skærpede udvikling inden for de sidste årtier, som Andersen også påpeger, har ifølge Thompson stor betydning for, hvordan de politiske budskaber udformes. Den mediebårne kommunikation skaber netop en stor afstand mellem politiker og vælger, og politikerne kan hverken kontrollere, hvordan medierne eller befolkningen vil modtage og fortolke de politiske budskaber, som denne sender ud. Derfor må politikere i højere grad tænke strategisk i den politiske kommunikation (Thompson, 2001; 153ff), hvilket Andersen som nævnt også beskriver. I den forbindelse skriver Andersen, at behovet for at tænke strategisk yderligere forstærkes af, at politiske budskaber i dag skal stille op i køen om opmærksomhed og konkurrere med andre budskaber om at sælge varen inden for medieverdenen (Bilag 1; 6ff.). Her vil mediefolk i stigende grad have tendens til at jage den gode historie og fokusere på politikerne som person frem for det, denne laver. Netop derfor må politikerne søge hjælp hos spindoktoren, i markedsføringsverdenen og hos andre kommunikationsfolk, som kan hjælpe med at tænke strategisk og skabe et troværdigt image omkring et parti eller den enkelte politiker, hos vælgerne (Ibid., 9ff).

Hele markedsføringstendensen og den strategiske tankegang synes yderligere forstærket af at politik, som så meget andet, også er blevet genstand for kommercialisering. Det at stemme på en politiker eller på et parti beskrives af sprog- og kommunikationsforsker Orla Vigsø som en form for forbrug, hvor politik ses som marketing, og det at stemme på et parti er ligesom at købe en vare:

”Det politiske felt kan betragtes som et marked hvor partierne (og andre konkurrerende aktører) tilbyder varer (løfter om ønskeopfyldelse, gruppeidentitet og repræsentation) til vælgerne, som ”køber” varerne – viser – sine præferencer – ved at stemme på partiet eller på anden måde vise sin støtte” (Vigsø, 2004; 2).

I den forbindelse er det også interessant, at forbrug i det moderne forbrugersamfund ses som en handling, der konstituerer mennesker som individer. Forbrug er ikke blot en tilfredsstillelse af elementære behov. Alt er forbrug, både dagligvarer, uddannelse og arbejde er en slags forbrug, og det har en central betydning i forhold til at definere, hvem vi er, hvilket mediesprogsforsker Finn Frandsen mfl. beskriver i bogen *’International Markedskommunikation’* (Frandsen et al, 2004; 7). I denne sammenhæng bliver politik også en kanal til forbrug, hvorigennem individet kan skabe sin identitet. Derfor synes det også

essentielt, at det parti, vælgeren stemmer på, fremstår etisk og ansvarligt, så vedkommende kan skabe sig en identitet som ansvarlig borger. Men da vælgeren jævnfør ovenstående jo er en forbruger, er der også andre motiver, som dominerer dennes valg. Ifølge Nudansk Leksikon er forbrugeren en person ”... som erhverver varer og tjenesteydelser med henblik på at tilfredsstille egne behov.” (Pallesen et al, 2002; 370), hvilket også kaldes en ”konsument” (Ibid.; 655). Det handler altså ikke kun om, hvad der er bedst for samfundet, men også om, hvad der er bedst for det enkelte individ.

Når individet primært orienterer sig imod egne behov, så sætter det ifølge Johannes Andersen grænser for, hvad der kan mobiliseres af ”... udvikling og diskussion af fælles perspektiver for en fremtidig samfundsudvikling(...). Derimod er det nemmere at mobilisere til kortvarig støtte i forhold til konkrete forslag, som giver konkrete grupper mulighed for at forfølge konkrete krav.” (Bilag 1; 5).

Hvis vi som vælgere ikke er klar forandring eller kan ikke overskue noget, som rækker langt ud i fremtiden, og som kræver en større forpligtigelse, og hvis ikke politikerne tør stille sig op og for alvor fortælle om deres meninger og strategier, men blot tækker vælgerne i en markedsført politik, hvad fører dette så med sig rent politisk? Bliver politik mere end blot statusmarkeringer og positionering, som ikke er til at gennemskue og tage stilling til og som måske ikke fordrer reelle løsninger på vigtige problemer?

Denne problemstilling finder jeg som nævnt yderst interessant at undersøge lige netop i forhold til klima- og energipolitikken. Klimaproblemerne er blevet en af hvor tids største udfordringer. I 2007 udkom FN's klimapanelers klimarapport, som fastslog, at den globale opvarmning med sikkerhed er menneskeskabt. Den globale opvarmning ansues primært som en meget sandsynlig følge af vores store forbrug af fossile brændstoffer, der leder enorme mængder af CO₂ ud i atmosfæren med drivhuseffekten til følge (Internethenviisning 1; 5f.). Vi står, ifølge rapporten, overfor en temperaturstigning på mindst 2 grader celsius, hvilket vil medføre ændringer i økosystemer mm. og kræve tilpasning (Ibid.; 14). Hvis vi ikke når at bremse opvarmningen, vil det få katastrofale følger i forhold til tyfoner, afsmeltning af poler, stigning i vandstanden på havene, tørke og vandmangel osv. varierende alt efter størrelse i temperaturstigning (Ibid.; 10). Klimapanelet påpeger blandt andet der er muligheder i forhold til rent økonomisk at opmuntre til brug af alternative energikilder, i forhold til beskatning af fossile brændstoffer mm. (Ibid.; 15ff.). På forskellige måder kan man altså økonomisk skabe et incitament for blandt andet at spare på bestemte energi og bruge af alternative former. Det

synes derfor essentielt, at man rent politisk tager problemet alvorligt og tør gå ind og tage et ansvar for en drastisk sænkning af vores CO2-udslip, og specielt i Danmark, hvor vi har et af verdens højeste udslip per indbygger¹. I den forbindelse synes netop klima- og energipolitikken at være et område, hvor der kan sættes ind i forhold til den globale opvarmning. På det klimapolitiske område synes der mulighed for at skabe et overordnet fokus på klima, hvor der inden for energipolitikken synes at kunne arbejdes specifikt med energiforbrug mv.².

Men hvordan ser klimapolitikken egentlig ud i Danmark? Har vi et beredskab, som er gearret til en sådan indsats – til at bidrage til at løse nuværende og kommende generationers klimaproblemer, eller fortsætter vi i samme stil som hidtil, med et eskalerende CO2-udslip til følge? Kan der i Danmark mobiliseres kræfter til at løfte denne opgave, eller vægtes de kortsigtede behov og krav højere? Formidles der inden for den politiske kommunikation reelle løsninger på klimaproblemerne eller handler det stadig blot om at tilfredsstille forbrugers kortsigtede behov?

Idéudvikler Joakim Nielsen ser positivt på emnet. I oktober 2007 skriver han et læserbrev om økotalisme som en ny ideologi, der har fundet vej til Christiansborg – et system som kan skaffe os varer nok uden at nedbryde vores planet; *”Og økotalismen stikker allerede sit kønne ansigt frem på Christiansborg: Enhedslisten har med udspring i bl.a. diverse miljøbevægelser altid været bevidste og drømmer kun i teorien om at afskaffe markedet. SF kører biograffilm om global opvarmning og drømmer om ministerbiler. Socialdemokraterne har defineret miljø som et af tre fokusområder (...) Radikale har meldt tydeligst ud og har defineret 'Bæredygtig fremtid' som partiets overordnede vision (...) Ny Alliance er klar med grønne afgifter, Konservative polerer ugentligt den grønne profil med det nye grønne logo og Connie Hedegaard som miljøminister. Venstre er der, hvor stemmerne er. Og hvis det der miljø er populært, stiger statsministeren gerne på et skib til Grønland. DF er undtagelsen, der bekræfter reglen. Forurening går jo på tværs af landegrænser, og man kan ikke forpligte over evne.”* (Bilag 2).

Ifølge Joakim Nielsen er økotalisme en måde, hvorpå man politisk kan gribe ind og styre markeds kræfterne i en bæredygtig retning. Han forklarer endvidere, at økotalisme handler om,

¹ I Bogen 'Økologisk modernisering på dansk fra 2007 skriver Jesper Holm med flere, at Danmarks CO2-udslip pr. indbygger er et af verdens højeste og kun overgås af USA, Canada og de olieproducerende lande i Mellemøsten (Holm et al, 2007; 30).

at man fra politisk side via statsindgreb, som skatter, afgifter og mærkninger, effektivt kan gøre det mere rentabelt at købe økologisk, køre i hybridbiler, købe el fra vindmøller osv. Økotalismen synes at foreskrive markedsregulering ud fra et princip om bæredygtighed. Ifølge denne idé er der altså mulighed for, at forbrugeren stadig kan tilfredsstille sine behov på markedet, om end mulighederne begrænses eller omlægges sådan, at forbrugers handlinger gøres bæredygtige.

Bæredygtighedsprincippet blev oprindeligt defineret i Brundtlandrapporten i 1987, som foreskriver at *"Menneskeheden har muligheden for at gøre udviklingen bæredygtig - til at sikre at den imødekommer de øjeblikkelige behov uden at gå på kompromis med de fremtidige generationers mulighed for at sikre deres behov. Begrebet bæredygtig udvikling indebærer visse grænser - ikke absolutte grænser men begrænsninger som den eksisterende teknologiske situation og sociale organisation pålægger miljøressourcerne, og begrænsninger som hænger sammen med biosfærens evne til at absorbere virkningerne af menneskenes handlinger."* (Internethenvisning 2).

Vi må altså begrænse vores udnyttelse af miljøets ressourcer sådan, at fremtiden også sikres for de kommende generationer. Det fremhæves i rapporten, at *"I sidste ende er bæredygtig udvikling dog ikke nogen endegyldig tilstand af harmoni, men snarere en ændringsproces hvor udnyttelsen af ressourcerne, styringen af investeringerne, retningen for den teknologiske udvikling og institutionelle ændringer kommer i overensstemmelse med fremtidige såvel som nutidige behov."* (Ibid.)

Der synes altså at lægges vægt på en udviklingsproces, hvor vi altid må indtænke bæredygtighed i alle elementer af samfundet, og her synes økotalismen at være et supplement, som kan gøre markedet mere bæredygtigt. Vi har altså at gøre med en ideologi, som kan knytte kapitalisme og bæredygtighed sammen via reguleringer og indgreb i markedet, og som også synes at kunne styrke det enkelte partis image hos vælgerne som blandt andet fremtidsorienteret og miljøbevidst. Joakim Nielsen slutter sin artikel af med en bemærkning om, at *"Hvis de fleste politikere kan enes om økotalisme, er ideologi måske alligevel ikke noget bras?"* (Bilag 2).

Det virker i oplagt, at man rent politisk via eksempelvis skatter og afgifter kan gå ind og regulere vores forbrug og skabe et grundlag for, at vi kan bremse klimaforandringerne som en del af en strategi, der skal nedbringe vores CO₂-udslip. Dette lyder også fornuftigt ud fra en erkendelse af, at vi som forbrugere måske gerne vil fremstå som mennesker, der handler etisk

og ansvarligt, men måske alligevel, når vi skal ud og handle, også tænker i egen vinding og økonomi.

I den forbindelse skriver fremtidsforsker Jesper Bo. Jensen, at man ikke kan opdrage forbrugere til på lang sigt at handle rigtig i forhold til klimaet. Det kan godt være, at forbrugeren i en periode følger en trend og dermed forbruger mere klimavenligt, men trends er det kun modebranchen, som får noget ud af, og når trenden er ovre, kan man ikke regne med at forbrugerne bliver ved med at handle i overensstemmelse med et hensyn til klimaet. Derfor skal alle andre ifølge Jensen tænke fornuftigt, strategisk, og teknisk hvad angår indsatsen på klimaområdet (Bilag 3). Her kan det også nævnes, at sociolog og samfundsdebattør Henrik Dahl, i bogen 'Hvis din nabo var en bil', påpeger, at vanen og vores daglige rutiner har en stor betydning i vores liv og kan gøre, at vi ikke altid handler ud fra det, vi siger vi gør. Med andre ord siger vi ofte ét og gør noget andet (Dahl, 2003; 38). De sidste par år har klimaet faktisk været en vigtigt prioriteret hos vælgerne, både i forhold til det personlige ansvar og i forhold til politiske indgreb³. I den forbindelse kan man altså forestille sig, at sidstnævnte giver mest afkast frem for at regne med, at borgere i Danmark vil ændre deres vaner radikalt og permanent. I den forbindelse skriver journalist Lars Dahlager mfl. i bogen 'Global Feber', at vi samtidigt med, at vi handler grønt, ved eksempelvis at skifte alle vores elpærer ud med sparepærer, også gør en masse klimamæssigt forkerte handlinger som at flyve til Thailand på ferie (Dahlager et al, 2007; 146). Derfor ville det sikkert være nemmere at spare på energien, hvis der var et reelt og håndgribeligt økonomisk incitament for at gøre det i forhold til en stigende el-regning, dyre flybilletter eller billige a-mærkede produkter og afgiftsfrie hybridbiler osv. Det lyder altså fornuftigt, at en del af strategien i forhold til at mindske klimaforandringer kunne være at udarbejde nogle rammer, som skaber et økonomisk incitament for en klimavenlig adfærd i samspil med andre politiske tiltag.

Men det synes at kræve, at vi kan håndtere de modsætninger, som findes i det moderne samfund mellem den individuelle orientering imod markedet og vores fælles interesser i samfundet og ikke mindst i samspillet mellem medier, politik og vælgere. Dette forholder Jesper Holm, lektor på institut for Miljø, Samfund og Rumlig Forandring på RUC, mfl. sig til i bogen 'Økologisk modernisering på Dansk'. Ifølge Holm mfl. har vi i Danmark gennemgået

³ I bogen 'Global Feber' af Lars Dahlager mfl. beskrives en meningsmåling fra August 2006, hvor klimaet er topprioritet hos vælgerne (Dahlager et al, 2007; 130f.), og en Gallupundersøgelse fra 2007 viser yderligere, at der både er vælgere, som er indstillede på at betale mere for deres elforbrug, og vælgere som vil tage et ansvar selv (Bilag 4).

en økologisk modernisering, der gør op med tidligere forestillinger blandt andet om at miljøhensyn står i modsætning til indtjening og udbytte. Den økologiske modernisering forudsætter også;

”at markedet, hverdagslivet, reguleringen, og kommunikationen integrerer miljøovervejelser og derigennem forandres.” (Holm et al, 2007; 24). Men en fare ved denne modernisering er ifølge Holm mfl., at den i kommunikationen i medierne bliver en simulation – den bliver løsrevet fra reel kontrol med samme kommunikation, som ikke længere er rettet imod bæredygtig social praksis, men mod vedligeholdelse af markeder (Holm et al, 2007; 97f.). Yderligere påpeges det, at *”kommunikationen bærer på to meget modsatrettede budskaber og definitioner af kollektiv identitet, når både miljøansvarlighed og grænseløs selvrealisering etableres som kerneværdier. Heri består simulationen for ikke at sige skizofrenien.”* (Ibid., 98).

Ovenstående synes også at betegne de modsætningsforhold, som ses i det moderne samfund og som den økotalistiske idé forener – nemlig forholdet mellem fællesskabet og det enkelte individs ønske om selvrealisering og dennes orientering imod markedet i sin søgen på identitet. Hvis dette skal kunne lade sig gøre synes der, at skulle indgås kompromisser, og ikke mindst kompromisser til fordel for klimaet som fælles projekt. I den forbindelse er det interessant at se om, der også rent reelt kan spores kompromisser og handling til fordel for klimaet i den politiske kommunikation, eller om den økotalistiske tankegang blot er et markedsføringsstunt. Derfor finder jeg netop den økotalistiske idé interessant at sætte fokus på i en undersøgelse af den politiske kommunikation omkring klima- og energipolitik.

Jeg finder også økotalismen interessant, fordi den synes at være håndgribelig og konkret i forhold til, hvilken betydning den har for vælgeren. Det handler om reguleringer og indgreb i markedet i form af afgifter, prisændringer, mærkninger af produkter, regler for produkter mm. Vi er alle dagligt i berøring med markedet, når vi handler ind, betaler elregningen, køber ny bil osv. En økotalistisk politik synes derfor at handle om emner, som vi kan forholde os til - hvis vi altså bliver informeret om det igennem den politiske kommunikation og dermed får muligheden for at tage stilling.

I kommunikationen kan politikerne fortælle os om de problemer, som findes i klimaøjemed, de rammer de vil stille op, og de spilleregler, som er nødvendige for at kunne afhjælpe vores klimaproblem. Vi kan se, hvilke målsætninger politikerne har, hvilke strategier de vil bruge, og hvordan de fremlægger klimaproblemerne. Vi kan herudfra reflektere over, om

reguleringer og indgreb i markedet potentielt kan føre til en seriøs klimapolitik eller om, den blot bliver en retorisk krølle på den politiske kommunikation.

Specialets udgangspunkt og problematikker

Specialet bygger i henhold til ovenstående på et ønske om at bidrage til viden om og diskussion af, hvordan den politiske kommunikation spiller sammen med medierne og vælgerne i forhold til at varetage den vigtige opgave, som klima- energipolitik er. Det primære fokus ligger altså på kommunikationen fra politisk side, som også bliver omdrejningspunkt for undersøgelsen. Her vil jeg som nævnt undersøge, hvordan begrebet økotalisme fortolkes i den politiske kommunikation. Økotalisme skal her ses som et begreb, der dækker over reguleringer og indgreb i markedet, i bæredygtighedsøjemed og ikke som et eksplicit begreb, den politiske kommunikation tager op og forholder sig direkte til⁴. Her vil jeg yderligere gøre opmærksom på, at reguleringer mm. kun er en del af partiernes samlede klimapolitik, og jeg kan derfor ikke bedømme, om en given tendens vil tegne sig for al information om klima- og energipolitik, men det synes sandsynligt, at den politiske kommunikation også udformes lignende i andre sammenhænge. Yderligere synes reguleringer og indgreb i markedet primært at knytte sig til handlinger, som udføres på baggrund af en bestemt vision eller et bestemt problem. Derfor finder jeg det også relevant, at se på mere generelle problemstillinger, som formidles i forbindelse med den globale opvarmning, og de visioner og målsætninger som formidles i den forbindelse. På den måde skabes i undersøgelsen også en sammenhæng mellem kommunikationen omkring generelle problemer og visioner, og formidlingen af politiske løsninger i forhold til reguleringer og indgreb i markedet.

Jeg har i specialet ladet mig inspirere af den kritiske teori, som Henrik Kaare Nielsen beskriver i 'Konsument eller samfundsborger, indeholdende en emancipatorisk erkendelsesinteresse, som blandt andet er rettet imod at generobre et råderum for fornuftsbaseret kommunikativ interaktion mellem myndige samfundsborgere. Der tages i den forbindelse udgangspunkt i en normativ præmis om ligeværdighed, hvor almenvellet ses som overordnet refleksionshorisont, som den kritiske teori forpligter sig på at reflektere over på et overordnet samfundspolitisk niveau (Nielsen, 2007; 14f). Ifølge Nielsen udgør almenvellet

⁴ Begrebet skal i højere grad ses som en idé, jeg har ladet mig inspirere af, i forhold til specialets undersøgelsesområde.

også kernen i *"den demokratiske politiks kultur, som ikke kun enkeltindividernes adfærd, men også markedets og statsbureaukratiets systemiske, ordensskabende processer skal kunne legitimere sig overfor* (Ibid.; 30). Dette kritisk teoretiske udgangspunkt er derfor heller ikke neutralt, men har et mål om at bidrage til forandring. Her skal det dog nævnes, at den overordnede horisont ikke er partisk, men rummer plads til forskellige synspunkter og måder at leve på (Nielsen, 2007; 30f). Almenvellet udgør dermed *"en diskursiv ramme, inden for hvilken vi strides i fredelige former, indgår, kompromisser, diskuterer og bevæger hinanden til nuancerede læreprocesser"* (Nielsen, 2007; 30).

I forbindelse med ovenstående vil jeg gerne opstille en demokratisk præmis for specialet, som jeg ser som vigtig i forhold til den politiske kommunikation. En præmis som fordrer, information der henvender sig til vælgeren som myndig samfundsborger, og derved bidrager til at skabe en ligeværdig kommunikation mellem politiker og vælger, og dermed er med til at skabe en orientering i samfundet som er rettet imod andet og mere end markedet. Dermed kan det ud fra præmissen efterstræbes at;

- den politiske kommunikation bør indeholde saglig information, som netop giver mulighed for, at vælgerne kan overveje vigtige problemstillinger på et overordnet samfundspolitisk niveau. Immanuel Kant sagde i sin tid, at oplysning fungerer som *"menneskets frigørelse fra umyndighed. Umyndighed er den manglende evne til at betjene sig af sin forstand uden en andens ledelse."* (Jensen et al, 2006; 2360).

Hvis vi alle som vælgere skal kunne argumentere, handle og ikke mindst stemme som myndige samfundsborgere, ud fra almennyttige hensyn, bør vi også få den information, det kræver. I den forbindelse kan det nævnes, at Robert A. Dahl, professor i statskundskab og forsker i sociologi på Yale University, i bogen 'Om demokrati' påpeger, at hvis vi skal kunne deltage på lige fod i en demokratisk proces, må vi alle have mulighed for *"opnåelse af begrundet indsigt"* (Dahl, 1999; 34). Dette medfører, at *"Inden for rimelige tidsrammer må ethvert medlem have mulighed for at blive informeret om den relevante alternative politik og dens sandsynlige konsekvenser."* (Dahl, 1999; 34). I det repræsentative demokrati, som vi har i Danmark, synes informationen endnu vigtigere, fordi vi ikke alle kan sidde med ved forhandlerbordet og høre på argumenter for og imod en bestemt politik (Dahl, 2000; 82f). Netop her bør man også kunne stille krav til, at den politiske kommunikation også formidler information om politiske holdninger, problemer, målsætninger og

handleplaner mm., så vælgeren kan vurdere den og tage stilling til den. Det synes også at virke mere forpligtende overfor vælgerne, når politikernes planer bliver lagt åbent frem, og dermed synes mere saglig information også at fordre mere politisk handling. Specialets formål er i forbindelse med ovenstående ikke at udarbejde retningslinjer for, hvordan kommunikationsfolk inden for det politiske skal opfylde præmissen, men at bidrage til viden om politisk kommunikation, som den foregår i dag på de vilkår, det senmoderne samfund stiller. Præmissen bliver altså et ideal, man kan undersøge virkeligheden ud fra, hvor den viden som akkumuleres i specialet kan ses som et første skridt på vejen imod forandring. Specialet kan altså danne grundlag for videre refleksioner over og undersøgelser af, hvordan den politiske kommunikation af klima- og energipolitik kan optimeres i forhold til præmissen. Ikke desto mindre synes den politiske kommunikation, som det er reflekteret over i det foregående, at være udfordret af den måde politikere, medier og vælgere spiller sammen på i det senmoderne samfund, netop fordi markedets optik synes at have fået så stor en plads. Dette leder mig frem til følgende hypoteser, som jeg vil efterprøve i specialet:

Hypoteser om politik og politisk kommunikation

- Jeg har en formodning om, at politik, der udelukkende skal fungere som markedsføring, kan blive overfladisk og udelukkende symbolsk, og her kan formidling af reelle politiske problemer, som den globale opvarmning er, og strategier til at løse dem, måske gå lidt tabt, og dermed synes der heller ikke at være så stort et incitament for handling.
- I den forbindelse formoder jeg også, at man via en diskursiv orientering imod markedet, som har hovedfokus på at sælge politik som en vare og med et fokus på at imødekomme vælgerens kortsigtede behov og krav, vil have en tendens til at fokusere på løsninger, som ikke nødvendigvis gavner klimaet. Jeg tror, at en overordnet diskursiv orientering imod civilsamfundet⁵, som netop indebærer den overordnede almene refleksionshorisont, i højere grad vil fordre politik, som er orienteret imod at løse klimaproblemerne, hvor konkrete strategier og langsigtede perspektiver synes essentielle.

⁵ Til ordet 'civilsamfund' knyttes også andre betydninger og brugsformer som: "som ikke hører under militær instans", "som er almindelig og følger normen" og 'borgerlig', hvilket fremgår af www.ordbogen.com (Internethenvisning 3). Men disse betydninger anvendes ikke i specialesammenhæng.

Her er det vigtigt at understrege, at begge orienteringer nok altid vil indgå i politik, fordi vi netop både har et marked og et civilsamfund (se også afsnittet 'Espistemologisk udgangspunkt') som basale elementer i samfundet. Kortsigtede eller forbrugerorienterede emner kan i den forbindelse også være relevante i politik, men her formoder jeg, at det er essentielt at skabe den rigtige balance mellem kortsigtede krav og et fælles langsigtet perspektiv, sådan at det overordnede samfundspolitiske ikke tabes af syne.

Det synes i henhold til første hypotese også at være essentielt for et parti at fortælle, hvem de er og skabe en vis identifikation i befolkningen, sådan at de ikke bliver glemt i farten. Derfor vil kommunikationen nok altid kræve både elementer af markedsføring, imagepleje osv. og mere reel informerende kommunikation omkring politiske holdninger og handlinger, som vælgerne kan forholde sig til og vurdere i forhold til hvordan det stemmer overens med egne overbevisninger og om det fører handling med sig ude i samfundet. Det synes altså også i denne forbindelse at være balancen mellem markedsføring og informative træk, som er vigtig i den politiske kommunikation.

Afgrænsning af den konkrete undersøgelse

I forhold til ønsket om at undersøge, hvordan økotalismen fortolkes og italesættes af politiske partier, vil jeg som nævnt beskæftige mig med de politiske budskaber, der kan relateres til den økotalistiske idé om at regulere markedet i forhold til klimahensyn. Her finder jeg det som nævnt relevant både at undersøge, hvordan der generelt informeres om klimaproblemerne, hvilke målsætninger der stilles op for at afhjælpe og lette problemerne, samt hvilke strategier inden for reguleringer og indgreb i markedet, der fremlægges i forhold til at nå målene. Ytringer om ovenstående kan jeg finde på de politiske partiers hjemmesider. Her findes blandt andet politiske holdninger, baggrundstof, principprogrammer, politiske udspil, valgløfter mm, som formidler den officielle politik udadtil. Hermed sikres også, at italesættelserne repræsenterer et givet partis linje og ikke kun et partimedlems individuelle holdning. De politiske tekster, som jeg vil undersøge har ligget på partiernes hjemmesider ved valget i 2007 og kan siges at repræsentere politik som, som vælgerne har kunnet stemme ud fra til valget. I den forbindelse vil jeg pointere, at jeg ikke kan vurdere hvilken indflydelse klima- og energipolitikken har haft på valgets udfald, da den kun er en del af den samlede politiske linje, og dette er heller ikke formålet. Men ikke desto mindre synes det i en valg situation endnu vigtigere, at vælgeren kan vurdere og overskue den politik som føres af de enkelte partier.

Teksterne er selvfølgelig heller ikke repræsentative for al politisk kommunikation, men man kan forestille sig, at de giver et billede på nogle bredere tendenser inden for politisk kommunikation. Tendenser som måske er mere tydelige i forbindelse med et valg, eksempelvis i forhold til, om den fordrer en fælles linje i forhold til klimaet, eller om den blot er med til at opretholde og pleje partiernes image.

Af hensyn til specialets begrænsede omfang vil undersøgelsen omfatte to partiers politik og kommunikation heraf, nemlig Venstre og SF. Jeg har valgt disse partier fordi, de begge er repræsenterede i det danske Folketing og begge har sat klima på dagsordenen. Yderligere synes partierne at have forskellige udgangspunkter for at føre klima- og energipolitik, i forhold til deres forskellige politiske ståsteder, men også ud fra deres historiske baggrund inden for området, hvor de hidtil har været meget uenige. I de seneste år har partierne dog nærmet sig hinanden betydeligt i klimajøjemed (se afsnittet 'Case og baggrund'), og de er i den forbindelse interessante at undersøge i forhold til forskelle og ligheder både i forhold til form og indhold.

Når der i undersøgelsen refereres til afsender, vil der blive refereret til Venstre og SF, selvom de reelle afsendere selvfølgelig er kommunikationsfolk, som repræsenterer SF og Venstre.

Analysen af den politiske kommunikation bygges op omkring Norman Faircloughs kritiske diskursanalyse, og tredimensionelle analysemodel, som beskæftiger sig med sproglig eller diskursiv praksis og dets relation til omverdenen (se også afsnittet 'Kritisk diskursanalyse').

Problemformulering

På baggrund af ovenstående kan specialet afgrænses til en undersøgelse af;

- 'Hvordan henholdsvis Venstre og SF, op til valget i 2007, italesætter og positionerer sig i forhold til deres klima- og energipolitik, samt hvordan kommunikationen er konditioneret af samspillet mellem politikere, vælgere og medier i det senmoderne samfund. '

Specialet vil på denne baggrund skulle give en indsigt i emnet politisk kommunikation. Her vil jeg således undersøge de to partiers italesættelse af deres klima- og energipolitik og sammenligne de to partiers kommunikation i forhold til forskelle og ligheder. Her reflekteres både over indholdet, dvs. de emner som partierne positionerer sig omkring på et overordnet plan og mere specifikt i forhold til reguleringer og markedsindgreb samt de virkemidler, der benyttes til at mobilisere vælgernes opbakning. Virkemidler som både kan knyttes til

markedsføring og kamp om opmærksomhed samt mere informative træk omkring problematikker, visioner og handlinger i forhold til klimapolitik.

Som det fremgår, vil jeg også sætte kommunikationen i relation til dens omverden - nemlig de overordnede tendenser, som ses i det senmoderne samfund, hvor blandt andet medierne og vælgerne har indflydelse på den politiske kommunikation.

Jeg finder det også relevant at sætte den politiske kommunikation i relation til de partier, som står bag kommunikationen samt give et indblik i historiske begivenheder og faktisk viden, som kommunikationen af klima- og energipolitik skal ses i sammenhæng med. Derfor følger herunder et afsnit om specialets case og baggrund, hvorefter der i et metodisk afsnit vil blive redegjort for specialets struktur og teoretiske udgangspunkt.

Case og baggrund for klima- og energipolitik

SF og Venstres politik og kommunikationen heraf må ses i forhold til den politiske, historiske og faktuelle kontekst, de skabes i sammenhæng med. Derfor præsenteres i dette afsnit de to partiers politiske udgangspunkter, hvor det også reflekteres over, hvorfor Venstre og SF er interessante at undersøge, hvorefter der gives et indblik i de sidste årtiers politik, debat, forskning og fakta omkring klimaet og den globale opvarmning.

De udvalgte partier

Jeg ser som nævnt SF og Venstre som interessante at arbejde med i forhold til specialet. Venstre er det mest magtfulde parti med valgsejren ved valget i 2007, og SF havde en fremgang på venstrefløj og er derfor et af de ledende oppositionspartier. I den forbindelse er det interessant, at undersøge to umiddelbart forskellige partier, som begge har en stor appel hos vælgerne. Forskelligheden består blandt andet i, at Venstre italesætter sig selv som *"Danmarks liberale parti"*, hvilket under valget fremgik af bjælken på deres hjemmeside (Bilag 5h) og SF har en mere socialistisk orientering (Bilag 6d; 3f.). Derfor kan de to partier ud fra en klassisk opdeling placeres henholdsvis til højre og venstre for midten.

I den følgende præsenteres yderligere Venstre og SF og deres overordnede politiske ståsted, slogan og holdninger til miljø på et generelt plan, og dermed de to partiers forskellige udgangspunkter for at føre politik. Viden om partierne er primært hentet fra deres respektive principprogrammer, men også fra andre tekster om partiernes generelle politik, som fandtes på hjemmesiden under valget, med undtagelse af tal over Venstre og SF's mandattal efter valget.

*Venstre – "Vi kan gøre det endnu bedre"*⁶

Venstre er det største regeringsparti og havde efter valgsejren i 2007 i alt 46 og fik senere 47⁷ medlemmer af folketinget, hvoraf 11 er ministre og Anders Fogh Rasmussen er statsminister (Bilag 5b).

Venstres fokusområder var under valget

⁶ Sloganet findes blandt andet på siden 'styrket indsats imod klimaforandringer' øverst i venstre hjørne (Bilag 5d).

⁷ Venstre blev senere beriget med et mandat mere, da Malou Aamund gik fra Ny Alliance til Venstre. Derfor refereres der til 47 folketings mandater, på siden 'Venstre i tal', som er redigeret efter valget (Bilag 5b).

"Frihed til forskellighed"

"Bedre rammer for velfærden"

"Nydanskere skal helt med i samfundet"

"vi skal passe bedre på vores klima" (Bilag 5p).

Klimaet er altså et af flere vigtige emner for Venstre under valget.

Partiet har ifølge sit principprogram et liberalt menneskesyn, hvor frihed under ansvar synes at dække partiets overordnede linje:

"Frihed betyder fravær af tvang – men også, at mennesket er frit til at tage ansvar for sit eget liv og medansvar for andre mennesker og fællesskabet."

(Bilag 5c; 3).

Friheden fordrer ifølge Venstre fællesskabet, og de stærkeste fællesskaber bygger ifølge partiet på frivillighed og på en moralsk forpligtelse til at tage hånd om dem, som ikke kan klare sig selv, både fra statens side og privat (Ibid.). Venstre er også fortalende for en fri markedsøkonomi, som partiet mener, kan sikre det enkelte menneskes ønsker og behov, og fordi mennesket har en grundlæggende ret til at indgå aftaler og handler (Ibid.; 29).

Venstre kommer ikke direkte ind på klimaproblemerne i principprogrammet, men det synes at være dækket ind under emner som teknologi og miljø, hvor det blandt andet refereres til, at vi skal bruge teknologiens muligheder i forhold til at blive selvforsynende med energi og arbejde os væk fra fossile brændstoffer, fordi brugen af disse;

"... truer med at forringe miljø og levevilkår for fremtidens generationer" (Ibid.; 26).

Her henvises også til at;

"Liberaliseringer og frie markeder for energi skal sikre en mere effektiv udnyttelse af energiresourcer og øge anvendelse af bæredygtige energiformer." (Ibid.; 26f.).

Venstre refererer også til at markeds løsninger kan mindske miljøbelastningen og i den forbindelse skal miljøafgifter regulere forbruget. Her skriver partiet også, at forbud og påbud kun skal benyttes, der hvor markeds mekanismer ikke fungerer tilfredsstillende (Ibid.; 28).

Venstre ser det også som en opgave at balancere mellem hensynet til miljø og mennesker samt at opnå ønskede miljømålsætninger så effektivt som muligt. Som de selv formulerer det;

"Det vil sige at få mest miljø for pengene." (Ibid.; 27).

Det personlige ansvar er også vigtigt i miljøspørgsmål, hvor der opfordres til;

"...at passe på naturen (...). Ved at spare på ressourcerne, ved at forbruge de mindst miljøbelastende produkter, ved at reducere affaldsmængden (...) kan hver især yde et bidrag til at beskytte miljøet og til at forebygge forurening..." (Ibid.; 28).

Det personlige ansvar er altså også vigtigt i forbindelse i miljøspørgsmål. I forbindelse med den private ejendomsret, ytrer Venstre sig også om, at man har ansvar for at belaste miljøet mindst muligt, og at den der forurener selv skal betale (Ibid.).

I forhold til miljøproblemer, mener venstre også, at vi ikke kan løse dem alene. I den forbindelse påpeger Venstre eksempelvis at; *"EU skal føre en effektiv miljøpolitik..."* og at *"Miljøproblemer kræver en fælles international indsats, hvor EU er et naturligt forum for at sikre miljøet i vores*

del af verden og for at få en bedre forhandlingsposition internationalt..." (Ibid.; 29).

Derved ses miljø altså også som et problem, man må samarbejde om i en større sammenhæng.

SF – 'Det ku være så godt'⁸

SF er det andet største oppositionsparti, og gik ved valget i 2007 frem med 12 mandater og fik i alt 23 folketingsmedlemmer (bilag 6b).⁹

Deres mærkesager var under valget ældrepleje, folkeskolen og klimapolitik, hvilket fremgik af forsiden www.sf.dk (bilag 6a). Dermed kan klimaet også ses som et vigtigt emne for SF under valget i 2007.

SF er som tidligere nævnt et parti, der kan placeres på venstrefløj, som er i opposition til Venstre og de betegner sig selv som;

"et moderne socialistisk parti, der arbejder for en verden, hvor mennesker og miljø kommer før penge og profit".(Bilag 6c).

SF identificerer sig altså som et parti, der vægter verdens almene vel højt. I tråd med dette ser SF ser på mennesker, som værende i stand til at tage magten i samfundet og skabe en ny og bedre fremtid for alle i verden (Ibid.).

I SF's princip- og perspektivprogram fra 2003 tages der udgangspunkt i de udfordringer, vi ifølge partiet står overfor i verden, socialt og miljømæssigt og i en kritik af forskellen imellem rige og fattige lande og den liberalistiske verdensorden, som styrker markedskræfterne og transnationale selskaber (Bilag 6d; 3).

⁸ SF's slogan var 'Det ku være så godt' ved valget i 2007(Bilag 6a).

⁹ Denne side er produceret efter valget.

Ifølge SF står vi ”... overfor så store udfordringer, at en ny social og miljømæssig udvikling er nødvendig, hvis civilisationen skal overleve og hvis der skal skabes anstændige levevilkår for alle.” (Ibid.).

Ovenstående problematiserer den måde verden fungerer på i dag, og i for at skabe forandring forudsætter SF et opgør med kapitalismen og folkelig opbakning bag en ny social udvikling. Her skal blandt andet det menneskelige hensyn og ansvaret overfor miljøet have størst vægt overfor kortsigtede økonomiske interesser (Ibid.).

Ifølge principprogrammet tager SF også udgangspunkt i en udogmatisk socialisme, som stammer fra arbejderbevægelsen og i en marxistisk samfundsforståelse, med rod i en;

”... humanistisk og kulturradikal tradition, der vægter menneskelig udfoldelse og medmenneskelig ansvarlighed”. (Ibid.)

I den forbindelse fremhæves værdier som frihed, lighed, solidaritet og miljømæssig ansvarlighed som højt vægtede hos SF.

SF ønsker gradvist at underlægge de mest essentielle produktionsmidler en demokratisk og samfundsmæssig styring (Ibid.; 5). Markedet skal styres ud fra demokratiske principper og;

”... anvendelse af redskaber som konkurrenceregulering og monopollovgivning, miljøafgifter, forbud/påbud, arbejdstagerrettigheder, sociale minimumsstandarder, arbejdsmiljøkrav etc. skal adfærden på markedet ændres fundamentalt.” (Ibid.; 17).

SF vil altså ikke afskaffe markedet men ændre de betingelser, det skal fungere under.

SF kæmper for en socialistisk samfundsforandring, hvor Danmark kan gå foran og vise vejen i forhold til internationale lande i forhold til et mål om, at den globaliserede verden også skal gennemgå en demokratisk og socialistisk proces (Ibid.; 5).

I forhold til miljø ser SF kapitalismen, industri og masseforbrug som de store syndere i forhold til miljøet og belastningen her. Klimaet nævnes altså ikke heller ikke direkte i SF's principprogram, men indgår under kategorien miljø, som ifølge ovenstående synes at være en central del af SF's politik. Miljøproblemer kan ifølge SF godt løses, men miljøet er generelt et konfliktfyldt område, som sætter den private råderet op over for hensyn til fællesskabet. Miljøproblemer kan godt løses, men det vil ifølge SF kræve en meget stærkere styring samfundsmæssigt, i forhold til produktion og forbrug både på det nationale og internationale plan (Bilag 6d; 11).

Opsamlende kan det fremhæves, at Venstre og SF har forskellige udgangspunkter for at føre politik, hvilket også gælder miljøpolitik, hvorinde for klimaet som nævnt synes at være repræsenteret.

Venstre har et liberalt syn på politik og i denne tilgang ses både liberaliseringer i markedet og afgifter som medspillere i forhold til miljøspørgsmål. Her vægtes også det at balancere mellem hensynet til miljø og menneske, og dermed synes Venstre at modstille disse to størrelser. I denne forbindelse vægtes også miljø overfor økonomi i forhold til at få 'mest miljø for pengene'. Det personlige ansvar er også et gennemgående tema, som kan have indflydelse på klima- og energipolitikken. Herudover ses EU som en vigtig medspiller, i et internationalt samarbejde.

SF's udgangspunkt synes at være anderledes end Venstres både generelt, men også i forhold til miljøet, og dermed også klimaet. SF tager udgangspunkt i den socialistiske grundtanke, hvor menneske og miljø kommer før profit og penge. SF ønsker i den forbindelse ikke at afskaffe markedet men at gøre op med den måde, det fungerer på i dag, hvilket ifølge partiet forudsætter en meget stærkere styring af markedet. I den forbindelse refereres ikke til liberaliseringer, men i højere grad til indgreb i markedet, med blandt andet miljøafgifter som virkemidler. Lige som hos Venstre refereres der også til, at miljøspørgsmål må løses i en international sammenhæng, hvilket for SF betyder, at der i det internationale også må etableres en stærkere styring af markedet.

Om partiernes forskellige udgangspunkter har indflydelse på deres politik og kommunikationen heraf, vil vise sig i selve analysen. I nedenstående introduceres som nævnt den historiske og faktuelle baggrund, som klima- og energipolitik skal ses i lyset af.

Baggrund

Dette afsnit tager udgangspunkt i 1980ernes begyndende opmærksomhed på den globale opvarmning og fører i grove træk læseren igennem de sidste tre årtiers op- og nedture inden for klimapolitik og forskning, hvor det også reflekteres over, hvordan vi i dag står globalt og nationalt i forhold til klimaet. Afsnittet bygger på følgende kilder:

- Lars Dahlager m.fl.s 'Global feber, kampen om klimaet' fra 2007, en journalistisk skrevet bog, som giver et historisk tilbageblik i klimapolitikken og forholder sig til spørgsmålet om, hvorfor det først er nu, at vi for alvor tror på at klimaforandringerne er menneskeskabte.

- Jesper Holm m.fl.s 'Økologisk modernisering på dansk – brud og bevægelser i miljøindsatsen', forholder sig til om de sidste 30 års miljøindsats har fået integreret et miljøhensyn i det danske samfund, og om vi har lært at handle bæredygtigt i alle samfundets forhold, hvor blandt andet produktion, husholdning, teknologi og politik behandles. Herinde for reflekteres også over Danmark og klimaet.
- FN's klimapanels rapport fra 2007, som dokumenterer klimaforandringer og forholder sig til konsekvenserne heraf, til hvordan vi kan tilpasse os forandringerne og bremse dem (Internethenvisning 1).

Klimadebattens begyndelse og foruroligelsen i 1980'erne

Debatten om, hvorvidt mennesket har skabt den globale opvarmning eller ej har foregået i mange år og begyndte helt tilbage til det 19. århundrede (Dahlager et al, 2007; 25ff.). Men der gik en rum tid før, forskerne for alvor blev foruroligede. I 1950'erne fandt de ud af, at havenes optag af CO₂ ikke kunne følge med udledningerne, og i 1980'erne kunne den svenske forsker Bert Bolin dokumentere, at CO₂ ikke var den eneste drivhusgas, men at der også var andre gasser, som bidrog til drivhuseffekten og at man udledte dobbelt så mange drivhusgasser som hidtil beregnet (Ibid.; 28). I 1985 kom der for alvor fokus på problemstillingen, da Bolin bragte det på banen på et møde i oktober 1985 i World Meteorological Organisation i Villach (Ibid.; 28f.). Senere samarbejdede han med den norske socialdemokratiske statsminister Gro Harlem Brundtland FN's Brundtland-rapporten, som udkom i 1987. Ifølge Dahlager mfl. promoverede rapporten; *generelt et helhedssyn og en udvikling, der gavner både økonomien, sociale hensyn og miljøet – både nu og for fremtidige generationer*" (Ibid.; 29). I forbindelse med udgivelsen af rapporten blev det fremhævet, at vi allerede den gang vidste nok til at retfærdiggøre handling i forhold til klimaet (Ibid.).

Dette resulterede i, at der i 1988 i FN blev sammensat et klimapanel, og i at man på klimakonferencen i Toronto samme år satte et ambitiøst mål om at nå en reduktion med 20 % af CO₂-emissionen i 1988. Denne plan ansås af panelet ikke som overambitiøs, da man ikke ville spille hasard med klodens klima. Dog havde perioden også sine skeptikere, og USA's stærke kul og olieindustri nedsatte lobbyvirksomhed og tænketanke, som senere fik stor indflydelse (Ibid.; 31f.).

Danmark i 1980'erne og 1990'erne

I Danmark var dele af befolkningen også optagede af miljø- og klimaproblemer, og i folketinget blev der skabt alternative flertal henover midten, hvor S, R og SF tvang en "energi 2000"-plan med Torontomål for en reduktion på 20 % igennem (Dalhager et al, 2007; 34). Allerede dengang var SF altså på banen i forhold til klimapolitikken i et samarbejde med andre partier.

Men Danmark havde også sine skeptikere. Andersen Fogh Rasmussen som var skatteminister i begyndelsen af 90erne, var meget frustreret over de grønne flertal og udtrykte i 1992 sin frustration i Weekendavisen i artiklen 'Drivhuseffekt eller ej', som handlede om angst for fremtiden og syndfloder, som jo ikke var kommet endnu. Fogh troede ikke på FN's klimapanel og udtalte, at temperaturen ikke steg men faldt (Dahlager et al, 2007; 34f). Dengang antog han altså en noget andet synspunkt end det, Venstre fremlægger i dag.

Riotopmødet

Det kan godt være, at Danmark havde sit alternative flertal, men ved Riotopmødet senere i 1992, blev ambitionerne vedrørende Torontomålene alligevel droslet ned og endte med en opretholdelse af status quo, på opfordring fra USA og ord som 'target', blev skiftet ud med 'aim' (Dahlager et al, 2007; 35). Dermed synes den viden, man allerede havde ikke at veje tungt nok i forhold til andre hensyn.

Nyrupregeringens klimapolitik med Aukens miljøministerium i front

Efter regeringsskiftet i 1995 blev Miljøministeriet i Danmark styrket. Under Nyrupregeringen fik Svend Auken stort politisk råderum i Miljøministeriet, der i den tid blev magtfuldt, med sig selv som miljøminister og hvor SF'eren Steen Gade var direktør for miljøstyrelsen (Dahlager, 2007; 36, 77, 79). Auken fik sat en masse vindmøller op og under pres fra SF og De Radikale stoppet udbygningen af kuldkræft (Ibid.; 36). Han blev yderligere en nøgleperson for klimapolitik med sine ambitiøse mål for EU og spillede ud med en reduktion på 15 % til EU's miljøministtermøde den 3. marts 1997, det sidste møde inden FN's klimakonference i Kyoto (Dahlager et al; 36f)

Kyotoprotokollen

Danmark forpligtigede sig ifølge Holm mfl. endeligt på en reduktion i CO₂-udslippet på 21 % i forhold til 1990 niveau (Holm et al 2007; 30). Men USA havde ifølge Dahlager mfl. på dette tidspunkt stor vækst og var stadig meget skeptiske, hvad angik FN og Brundtland-rapporten og Kyotoaftalen endte med samlet mål på 8 % for EU, 7 % for USA og 6 % for Japan, og som først blev underskrevet syv år senere efter forhandlinger med Rusland (Dahlager et al, 2007; 37f, 109).

Dansk skepsis tiltager

Det var ikke sådan lige til at skabe resultater på klimaområdet. I Danmark synes den politiske skepsis også at tiltage, hvor Bjørn Lomborgs kritiske røst var dominerende. Lomborg skrev fire kronikker i Politiken med modargumenter for, hvad han kaldte ”Klagen” om miljø og ressourcer. I kronikkerne forholdte Lomborg sig meget kritisk til dokumentationen af global opvarmning (Dahlager et al 2007; 44f). Fogh blev også ved at med at bidrage til den skeptiske linje og skrev i 1998 endnu en klimaskeptisk artikel om med overskriften ”Dommedagsteorier skifter med vinden”, hvor han blandt andet påpegede, at man ikke kunne gå og være bange hele tiden (Ibid.; 125).

VK-regeringens klimapolitik

Efter VK-regeringen tiltrædelse i 2001, blev forsker Henrik Svensmark, i tråd med den skeptiske linje som Fogh stod for, sat på finansloven i 2002 for at forske i en solpletteori, som skulle modbevise teorien om den menneskeskabte globale opvarmning (Dahlager et al, 2007; 48f.). Lomborg blev indsat som direktør for Institut for miljøvurdering i februar 2002 og nu stod Miljøministeriet overfor enorme nedskæringsperiode med næsten 250 fyringer. Fogh og Lomborg ville have ”... ’mest miljø for pengene’.” (Ibid.; 75ff.). Nedskæringerne var så massive, at man i Danmark ifølge Dahlager mfl. gik fra at være en del af det gode selskab i udlandet til at være ude i kulden på miljøområdet (Ibid.; 89f.).

Brud med 20 års miljøpolitisk flertal

Ifølge Holm m.fl. udgjorde de massive nedskæringer i kølvandet på regeringsskiftet et brud med mere end 20 års miljøpolitisk flertal. En rapport fra CASA¹⁰ beretter om, at regeringen i

¹⁰ CASA står for Center for Alternativ Samfundsanalyse

den periode flyttede midler fra miljøområdet, men at man flyttede mange flere midler end, der overhovedet blev givet til andre områder. Nedskæringerne blev blandt andet udført på klima- og energiområdet, hvor man satte udbygning af vindkraft i stå og skar kraftigt i støtten til forskning og udvikling i vedvarende energi (Holm et al, 2007; 26f.).

Dahlager mfl. er også inde på dette og påpeger, at man også skar støtte til renere teknologi og i øst-støtten, som ellers gav penge tilbage til erhvervslivet. De undrer sig også over, hvorfor man ikke ville støtte vindmøllerne, som ellers var blevet regulær erhvervssucces (Dahlager et al, 2007 81f.).

Denne periode var præget af finansminister Thor Petersens meget kritiske holdning til, hvorfor man skulle give penge til miljøministeriet. Den daværende formand Hans Christian Schmidt kunne ikke hamle op med Petersen og han har ifølge Dahlager mfl. også være med til sylte flere forskningsresultaters udbredelse til offentligheden. Eksempelvis har han streget i pjecen 'Dansk tilpasning til et ændret klima' som blandt andet skulle oplyse borgerne om en fremtid, hvor malaria kunne komme på tale. Pjecen blev til trods for udstregningerne yderligere syltet i 2002, om end Danmarks Miljøundersøgelser alligevel lagde den ud deres hjemmeside (Ibid.; 93ff.).

Nedtoningen af forskningen i den globale opvarmning blev udført på flere områder og medførte at der i denne periode var der stilhed på klimaområdet, selv om forskningen ifølge Dahlager m.fl. viste et stigende antal beviser for, at den globale opvarmning var menneskeskabt (Ibid.; 95ff.).

Ny klimabevidsthed og planer om klimatopmøde

I 2004 vender billedet, fordi ny forskning viser mere og mere dokumentation for den menneskeskabte globale opvarmning, hvilket også bliver vist i medierne. Yderligere er stemningen også ved at vende i befolkningen, der i stigende grad tager forskningsresultaterne til sig (Dahlager et al, 2007; 107ff.).

På det politiske område vender billedet også og den tidligere konservative og DR-journalist Connie Hedegaard træder som nævnt til som miljøminister og gør klimaet til sin mærkesag. Hun vil gøre viden om klimaet mere håndgribeligt og sender den pjece ud, som Schmidt i sin tid syltede (Ibid.; 106f.). Hun skaber også sammen med Thomas Becker, som er leder af Miljøministeriets Internationale afdeling, en ny strategi for Danmark og inviterer verdens miljøministre til Grønland, med henblik på at de kan få syn for sagen og i den forbindelse

starte en dialog. Man fik 21 ministre med til Grønland i august 2005, og dette overbeviste mange. Senere 'tøede' USA også op ved FN's klimatopmøde, i Montreal i december 2005. Der var efterhånden synlige klimaforandringer i Canada som smeltning af permafrostområder mm., som synes at gøre problemet nærværende for USA (Ibid.; 110ff).

Vilje til forandring?

I 2006 manglede der dog stadig vilje til forandring hos nogle politikere og blandt andet Thor Petersen var svær at overbevise (Dahlager et al, 2007; 116f.). Men Fogh havde trods tidligere modstand alligevel fået øjnene op for klimaproblemernes realitet og et samarbejde med Hedegaard synes muligt. Hedegaard og Becker fortæller Fogh om værtsplan for klimatopmøde i 2009, og får ham med på idéen, selvom det kræver en dyr og progressiv energipolitik. På det tidspunkt er Fogh og andre europæiske ledere optaget af bekymringer for energiforsyningen med gas fra Rusland og olie fra Mellemøsten, som ikke bliver bedre af Muhammedtegningerne og problemer med gasforsyning fra Rusland. Fogh og andre ledere kobler på det tidspunkt forsyningssikkerhed med energipolitikken (Ibid.; 124), hvilket synes at have bidraget til at skabe incitament for at ændre kurs.

Fogh og regeringen vil have førertrøjen

I en progressiv energipolitik ser Fogh muligheder for både at sikre miljø, eksportkroner, energiforsyning og sikkerhed på én gang, og han rejste derfor til USA i sommeren 2006 for at sætte fokus på DK som foregangsland (Dahlager et al, 2007; 128ff.).

Men selvom regeringen havde sat fokus på klimaet blev den kritiseret af fremtrædende industriledere for at være bagstræberisk og uden visioner (Ibid.; 130). Erhvervsfolk, som også havde fået øjnene op for klimaproblemerne, var mere venlig stemt overfor SF's Villy Søvndahl og Steen Gade, som de fandt mere kvalificerede til at håndtere erhvervsliv i sammenhæng med klimapolitik, hvilket gjorde regeringens top endnu mere ivrige efter at gå forrest, og der blev talt om nyt vindmølleeventyr (Ibid.; 130f.). Herudover viste en undersøgelse foretaget af ugebladet A4, at befolkningen prioriterede klimaet meget højt. Der synes altså at være basis for en ændret politisk linje, og for at Fogh gradvist kunne springe *"ud som miljøforkæmper"* (Ibid.).

FN's klimarapport

Da FN's klimarapport udkom i feb. 2007, var budskabet stort set uændret siden en rapport om samme emne som udkom 2001. Men forskerne var nu endnu mere sikre på, at de voldsomme temperaturstigninger, man havde set, ikke kunne være andet end menneskeskabte (Dahlager et al, 2007; 136).¹¹

Yderligere blev det påpeget i rapporten, at vi skal reducere vores udslip med 50-85 % inden 2005, hvor udslippet skal toppe inden 2015, hvis vi vil bevare en temperaturstigning på under 2,4 grader celsius. Ved en mindre reduktion vil vi stå overfor stigninger i temperaturen på mellem 2,4 og 6,1 grader alt efter CO₂-udslippet de næste 50 år, og hvornår det vil toppe (Internethenvisning 1; 20). Som nævnt i indledningen vil en stigning på over to-tre grader have katastrofale følger, og den stigning, vi har nu, vil kræve tilpasninger.

I forbindelse med EU-mødet den 8. marts 2007, kunne regeringen melde klart ud, og Fogh sammenfatter i samarbejde med Frederik Reinfeldt et progressivt debatindlæg, med et ambitiøst udspil om en reduktion i CO₂ (Dahlager et al, 2007; 136). Herefter besluttede EU et bindende mål om en reduktion på 20 % mindre udslip i 2020 end i 1990, og 30 %, hvis der er global tilslutning til idéen (Ibid.; 137).

Men arbejdet omkring strategien var meget kompliceret, og selve strategien krævede milliardbeløb til kommunerne, især til tilpasning af kloaksystemer, hvilket regeringen ikke havde med en befolkning, som var optaget af flere penge til velfærd. Dermed bliver tilpasningsstrategien i september 2007, ifølge Dahlager mfl., *"så ukonkret, at ingeniører og andre fagfolk kalder den ubrugelig."* (Ibid.; 138). Retorikken er i orden, men handlingerne synes stadig at halte. I den forbindelse kan det også nævnes, at CO₂-udslippet i 2003 ifølge Holm mfl. lå 10 % over de forpligtigelser, vi har givet til en EU-reduktion. Tallene har på intet tidspunkt været under det 1990 niveau, vi ifølge Kyotoprotokollen har forpligtet os på at reducere med 21 %. Derudover var vi i 2007 et af de lande i verden, som udledte mest CO₂ pr. indbygger. Kun USA og Canada og de olieproducerende lande i Mellemøsten overgår Danmark. Det går med andre ord ikke ret godt med Danmarks klimapolitiske tiltag, hvilket Holm mfl. også påpeger (Holm et al, 2007; 30).

¹¹ Opvarmningen skyldes som nævnt primært afbrænding med udslip af CO₂ til følge, men også skovrydning medfører øget CO₂ koncentration i luften. Herudover bidrager drivhusgasser som CH₄, og N₂O fra landbrug, affald og energi også til den globale opvarmning (Internethenvisning 1; 5).

Opsamling - baggrund

Som det fremgår af ovenstående har klimadiskussionen udviklet sig meget igennem tiden, og selv om man i 1980'erne vidste nok til at handle i forhold til global opvarmning, var det først i 2004, at det samlede politiske billede begynder at vende. Tidligere har SF, sammen med venstrefløjen og alternative flertal henover midten, været aktive i forhold til at nedbringe CO₂-udslippet, hvor blandt andet Fogh og Venstre har været skeptiske og modarbejdet tiltag i denne retning. Som nævnt er det først i 2004, at billedet vender, hjulpet på vej af bekymringer omkring forsyningssikkerheden, hvor blandt andet Fogh ændrer holdning og lægger op til en forandring rent politisk. Udviklingen peger i forhold til den globale opvarmning i retning af et fælles ståsted for højre og venstrefløjen selvom regeringen stadig beskyldes for kun at have retorikken i orden og ikke handlingerne. I den forbindelse har vælgerne også haft en betydning, netop fordi de både har været optagede af klima og miljø, men også af flere penge til velfærd. Der er altså flere hensyn at tage, som er svære at balancere imellem og som synes at afspejle specialets problemstilling omkring forholdet mellem det markedsorienterede individ og fællesskabet. Problemstillingen synes også at stille krav til politikere, som skal mestre balancegangen mellem vælgernes forskelligt pegende ønsker, og turde føre en politik, som for alvor kan skabe en forandring på området, som gør en reel forskel i klimaøjemed og ikke kun tækkes forbrugerens ønsker.

I den forbindelse synes det som tidligere nævnt også vigtigt, at den politiske kommunikation på henholdsvis Venstre og SF's hjemmesiden fungerer som andet og mere end markedsføring med overfladisk information. Der må blandt andet også indgå formidling af reelle politiske problemer, som den globale opvarmning er, og strategier til at løse dem, som vælgeren kan tage stilling til som myndig samfundsborger. I den forbindelse er det som nævnt også vigtigt, at indholdet i kommunikationen rækker ud over en orientering imod markedet og imod at skabe et overordnet fælles ståsted rent klimapolitisk (jf. specialets præmis og hypoteser om politik og politisk kommunikation i afsnittet 'Specialets udgangspunkt og problematikker').

Ovenstående gav en baggrundsviden omkring den historiske og faktuelle situation på det klimapolitiske område. I det nedenstående vil jeg komme ind på, hvordan Venstre og SF's kommunikation omkring klima- og energipolitik skal undersøges blandt andet i forhold til forandring i henhold til ovenstående refleksioner. Dermed beskæftiger de følgende afsnit sig med, hvordan resten af specialet skal udformes, og hvilke metodiske overvejelser der ligger bag.

Metodiske overvejelser

Dette afsnit skal præsentere specialets struktur samt det teoretiske udgangspunkt, som specialet antager.

Først beskrives specialets overordnede struktur, hvor hvert afsnit præsenteres. Her præsenteres også de teoretikere, som anvendes i de forskellige afsnit. Herefter vil jeg præsentere specialets epistemologiske udgangspunkt i den kritiske teori, specialets kommunikationsforståelse samt metodiske udgangspunkt i den kritiske diskursanalyse. I den forbindelse redegøres der også for, hvordan alle de anvendte teoretikere kan ses i relation hertil og i forhold til hinanden.

Overordnet struktur

Det senmoderne samfund

Dette afsnit skal skabe en teoretisk forståelse af den bredere sociale praksis, som den politiske kommunikation er en del af og spiller sammen med. Afsnittet tager udgangspunkt i specialets hypoteser som ridses op, hvorefter der i underafsnittene redegøres for mere specifikke emner inden for politik og politisk kommunikation i det senmoderne samfund. Underafsnittene introduceres herunder.

Overordnede samfundstendenser

Dette underafsnit påbegyndes med en introduktion til det senmoderne samfund ud fra Anthony Giddens teori om blandt andet adskillelse i tid og rum, udlejring af sociale institutioner, refleksivitet og individualisering. De teoretiske refleksioner er hentet fra i Giddens egen bog 'Modernitet og selvidentitet' samt Heine Andersen m.fl.s udlægning af Giddens teori i bogen 'Klassisk og moderne samfundsteori'. Her suppleres også med Henrik Kaare Nielsens teoretiske refleksioner omkring individualisering fra bogen 'Konsument eller samfundsborger'. Denne introduktion skal give en baggrundsviden, som der bygges ovenpå, i de følgende afsnit.

Grundstenene i politik

Her redegøres ud fra Johannes Andersens artikel 'Politik i det knuste spejl' for nogle vigtige grundelementer i politik som et fælles samfundsmæssigt projekt, og for kommunikationen omkring den. Afsnittet kan ses som en forlængelse af og udvidet refleksion over specialets præmis (jf. afsnittet 'Specialets udgangspunkt og problematikker').

Mediernes betydning for politik og politisk kommunikation

I dette underafsnit arbejdes videre med specialets hypoteser og de problemstillinger de indeholder (jf. afsnittet 'Specialets udgangspunkt og problematikker'). Her reflekteres blandt andet over, hvilken betydning den medierede kommunikation har for politik i forhold til forståelsen af offentlighed og den øgede synlighed, som politikerne har fået. Dette gøres på baggrund af John B. Thompsons 'Medierne og moderniteten' og 'Ideology and modern Culture'. Yderligere reflekteres det, ud fra førnævnte artikel af Johannes Andersen, over, hvordan den politiske kommunikation er blevet mere og mere strategisk, og rettet imod at sælge en vare frem for at informere om politik som et fælles projekt. Her inddrages også Orla Vigsøs syn på politisk kommunikation som markedsføring, hentet i hans workingpaper 'Politisk marketing – en kort introduktion'. Afsnittet afrundes med teoretiske overvejelser over, hvornår politik primært fungerer symbolsk, og hvornår den er realpolitik, ud fra filosofen Mads Storgaard Jensen teoretiske refleksioner herom i bogen 'Når politik bliver pop'.

Opsamling – Det senmoderne samfund

Det samlede afsnit afrundes med en opsamling, hvor der reflekteres over specialets hypoteser, og hvordan de kompromitterer specialets præmis. Til sidst samles de begreber og elementer som er diskuteret i afsnittet, i en figur, med henblik på anvendelse i selve analysen af den politiske kommunikation.

Analyse af den politiske kommunikation

Overordnet set kommer analysen af den politiske kommunikation på Venstre og SF's hjemmesider til at bygge på den kritiske diskursanalyse. Hertil anvendes som tidligere nævnt Norman Faircloughs kritiske diskursanalyse og hans tredimensionelle analysemodel, som bygger på en tekstanalyse, en analyse af den diskursive praksis og en analyse af den sociale praksis, hvor teksten sættes i sammenhæng med omverdenen. I redegørelsen for denne teori, anvender jeg Faircloughs egne bøger 'Critical Discourse Analysis', og 'Discourse and Social Change' samt Marianne Winther Jørgensen m.fl.s 'Diskursanalyse som teori og metode', hvor sidstnævnte blandt andet forklarer den kritiske diskursanalyse og giver et overblik over Faircloughs teoretiske betragtninger og analysemodel.

Metodisk udgangspunkt for analysen

Inden analysen påbegyndes, redegøres mere uddybet for den metodiske fremgangsmåde i analysen, hvor der introduceres analysebegreber fra den kritiske diskursanalyse.

Tekstanalyse

Jeg vil i henhold til Faircloughs model analysere udvalgte tekstdele fra SF og Venstres hjemmesider, som kan sættes i relation til klima- og energipolitik på et tekstnært niveau. Yderligere vil tekstanalysen blive struktureret efter en rationel kalkule, som er hentet fra ovennævnte bog af Mads Storegaard Jensen. Kalkulen skal give et overblik over de udvalgte tekstdele og bidrage til at skabe klarhed over, hvorvidt der i teksterne er en sammenhæng mellem formidling af problemer og visioner og formidling af konkrete målsætninger, midler og konsekvenser, som forslås eller er udført ude i samfundet. Kalkulen bidrager altså til at afgøre om den politiske kommunikation formidler mere andet end blot symbolske tilkendegivelser i forhold til de problemer og visioner, som stilles op.

Den diskursive praksis

Herefter bevæger jeg mig over i analysen af den diskursive praksis der blandt andet skal redegøre for og diskutere hvilke genrer og diskurser, som træder frem i teksten. I refleksionerne over genren inddrages teoretiske refleksioner fra Jens F. Jensens 'Multimedier, Hypermedier, Interaktive medier'.

Analysen af den sociale praksis

Analysen afsluttes med en redegørelse og diskussion af, hvordan teksterne spiller sammen med den bredere sociale praksis. Den bredere sociale praksis er der allerede reflekteret over i indledningen, og i afsnittet 'Case og baggrund for klima- og energipolitik' og vil på et teoretisk niveau blive reflekteret over i afsnittet 'Det senmoderne samfund', som er introduceret i det ovenstående.

Dermed vil dette afsnit skabe en sammenhæng mellem flere forskellige niveauer, hvor det reflekteres over, hvilken betydning samfundet, medierne og vælgerne har for klima- og energipolitikken og formidlingen heraf, og der vil blive samlet op i forhold til specialets hypoteser.

Konklusion

Her samles op på specialet, og konkluderes på dets pointer og resultater.

Epistemologisk udgangspunkt

Dette afsnit skal redegøre, for specialets kritisk teoretiske udgangspunkt. Her vil jeg som nævnt også redegøre for, hvordan de teoretikere, der inddrages i specialet, kan ses i relation til udgangspunktet, og hvordan de er med til at konstituere det. Herefter redegøres for specialets kommunikationsforståelse, hvor der også reflekteres over, hvordan de anvendte kommunikationsteoretikere kan relateres til kommunikationsforståelsen. Afsnittet rundes af med en præsentation af Faircloughs kritiske diskursanalyse, samt en refleksion over, relationen til det epistemologiske udgangspunkt og kommunikationsforståelsen.

Kritisk teoretisk vinkel på den politiske kommunikation

Som det fremgår af indledningen, tager specialet udgangspunkt i et kritisk perspektiv på den politiske kommunikation, hvor der også er anlagt et emancipatorisk perspektiv. Her har jeg, som nævnt, ladet mig inspirere af Henrik Kaare Nielsens ”Konsument eller samfundsborger?”, som søger at analysere kultur- og samfundsudviklingen ud fra et kritisk perspektiv i forhold samtidens centrale konflikt mellem individet henholdsvis som konsument og som samfundsborger. Nielsen tager udgangspunkt i den sene Frankfurterskoles moderat optimistiske relancering af den kritiske teoris oprindelige selvforståelse. Nielsen er blandt andet inspireret af Oskar Negt, Axel Honneth og Jürgen Habermas’ videreudvikling af den kritiske teori med et ønske om *”at sammentænke samfundshistoriske processer og den individuelle livshistorier processer i et overordnet social og kulturelt frigørelsesperspektiv, men uden at reducere dette samspil til enten en økonomisk klassesmatik eller en psykologisk driftsskæbnestese.”* (Nielsen, 2007; 11f.). Her er den overordnede præmis som nævnt at genetablere fornuftsbaseeret interaktion mellem myndige borgere, hvor der refereres til Habermas ’Theorie des kommunikativen handelns’ (Ibid.; 14).

Netop en fornuftsbaseeret kommunikation er også vigtig i forhold til specialets præmis, hvor vælgernes også ses som myndige og ligestillede, hvilket ses som relevant, hvis vi skal bevæge os ud over politisk kommunikation, som har et stort fokus på markedsføring imod den enkelte forbrugers behov (jf. afsnittet ’specialets udgangspunkt og problematikker’). Det er i den forbindelse vigtigt at kommunikationen kan flytte holdninger og bevæge mennesker til netop at se ud over markedets optik. Men som det fremgår af ovenstående behøver kommunikationen heller ikke at handle om klasser og om befrielse fra samfundets bånd, men mere om at bevæge sig videre i en ny retning ud fra den virkelighed, som det senmoderne

samfund kan karakteriseres ved. Denne emancipatoriske interesse synes John B. Thompson også at dele og i bogen 'Medierne og Moderniteten, redegør han for idéen om deliberativt demokrati, hvor individet opfordres til at tænke rationelt, tilegne sig viden og drøfte forskellige politiske holdninger og forslag. Han ser i den forbindelse legitimitet som noget, der skal defineres ud fra drøftelsesprocessen, snarere end blot fra individets egne præferencer (Thompson, 2001; 277f.). Johannes Andersen synes også at dele ovenstående frigørelsesperspektiv, i det han blandt andet taler for, at politik skal handle om at opbygge et fælles beredskab og at politisk magt skal opnås gennem information, som giver vælgeren et indblik i de forskellige partiers holdninger og uenigheder, og som giver denne mulighed for at overskue konsekvenser af politiske initiativer, beslutninger mm. (Andersen, 2007; 2f).

Pluralisme

I forlængelse af ovenstående antages der i specialet et pluralistisk perspektiv som et dannelsesideal, der også er inspireret af Henrik Kaare Nielsen. Dette perspektiv rummer plads til både idealet om unik identitet og selvrealisering, og idealet om ligeværdighed i forhold til almenvellet (Nielsen, 2007; 29ff). Nielsen har ikke noget objektivt ideal for almenvellet, men ser det ideelle som noget, der skal analyseres i empirisk sammenhæng ud fra praksis- og erfaringskategorier (Ibid.; 12f). For nærværende speciale betyder det, at jeg vil analysere den politiske kommunikation omkring klimapolitikken i forhold til den overordnede problemstilling, som er pointeret i specialets hypoteser og som har betydning for den virkelighed vi lever, med den globale opvarmning som et fælles alment problem, der skal løses. I den politiske kommunikation efterlades der i den forbindelse plads til mangfoldige holdninger og forslag til, hvordan man kan løse problemerne, med hensyn til mennesket i samfundet, men hvor det vigtigste synes at være, at der kommunikeres åbent omkring strategier og politiske tiltag i relation til reguleringer og indgreb, der kan retfærdiggøres overfor almenvellet. Den pluralistiske tanke synes også at forekomme hos både Thompson og Andersen, da de begge er fortalere for, at det er vigtigt, at der er plads til uenighed og forskellige holdninger i forhold til politik (Andersen, 2007; 2f., Thompson, 2001; 277ff).

Struktur – aktørforhold

I forholdet mellem struktur og aktør mener Nielsen, at individ og omverden indgår i et dialektisk forhold og er gensidigt konstituerende for hinanden: ”... *processer på samfundsplan*

og på individplan rammesætter og konditionerer hinanden og spiller sammen..." (Nielsen, 2007;12)

De forskellige processer, som foregår på individplan og på samfundsplan, er ikke de samme: *"... de forbliver forskellige procestyper, som endvidere hver især rummer egne konflikter og usamtidigheder, at kultur og samfundsudviklingen tager form – lige fra det enkelte individs sociale identitetsdannelse over udviklingen i fælleskabs- og solidaritetsformer. Og det er ligeledes i dette brydningsforhold, der til stadighed opstår en konfliktuel flerhed af mulige perspektiver for den sociale og kulturelle udvikling."* (Ibid.).

Nielsen ser yderligere størrelserne kultur/identitet og samfund som henholdsvis menings- og ordensskabende fænomener, der også er meget sammenvævede som praksisser, der indgår i en evig strukturationsproces. Her tilslutter Nielsen sig Giddens strukturationsteori, hvor de sociale aktører netop i strukturationsprocessen *"løbende skaber, genskaber og forandrer socialitetens strukturelle egenskaber og meningsforhold"* (Ibid.; 18). Dermed synes konteksten som værende de strukturelle og kulturelle forhold, vi bevæger os inden for, og som danner ramme om vores liv og færd i samfundet som individer, at påvirke os og blive påvirket af vores handlinger. I den forbindelse synes politikerne at være påvirket af omverdenens strukturelle og kulturelle forhold, som denne agerer inden for og i forhold til blandt andet via den diskursive praksis, som den politiske kommunikation udgør. Igennem den politiske kommunikation og politikken kan politikere dermed også påvirke forholdene, via blandt andet italesættelser af forskellige perspektiver på og handling i forhold til dem, og får dermed en vigtig rolle i samfundsudviklingen. Giddens og Nielsens syn på struktur-/aktørforholdet synes altså at falde godt i tråd med hinanden, og derfor har jeg som nævnt også valgt at trække på Giddens teoretiske perspektiver i introduktionen af 'Overordnede samfundstendenser'.

Ikke-essentialisme

I tråd med ovenstående pluralistiske og strukturationsteoretiske perspektiv, arbejder Nielsen også med et ikke-essentialistisk perspektiv, hvorudfra størrelserne kultur og identitet skal forstås. Her ser Nielsen disse størrelser *"som historisk tilblevne og processuelt foranderlige"* (Nielsen, 2007; 23). Derved ses disse størrelser hverken som hos essentialismen, hvor man taler om en folkesjæl eller folkekarakter som faste størrelser, som var hævet over den samfundshistoriske udvikling, eller som hos den mest radikale anti-essentialisme, hvor man i

højere grad ser kultur og identitet som helt tilfældige og udskiftelige betydningssystemer, hvilket blandt andet Jean Baudrillard er fortalende for (Ibid.).

Nielsen definerer mere præcist kultur som *"en dimension af al social praksis (...) 'Kultur' ligger her på niveau med begrebet 'samfund', men begreberne refererer til forskellige dimensioner af den menneskelige praksis. Mens samfund italesætter den objektive institutionelle dimension, som regulerer det sociale samkvem i ordene former, repræsenterer 'kultur' den sociale praksis' subjektive dimension af erfaringsdannelse og skabelse af mening."* (Nielsen, 2007; 17f.). Kultur er altså ikke kunst og kulturliv, men den måde vi interagerer på og danner erfaringer på og som er knyttet til en kollektiv dimension, med fælles præmisser for erfaringsdannelse, hvorudfra der kan skabes ens forestillinger om mening (Ibid.; 18).

Identiteten som Nielsen definerer den, kan både være den individuelle og den kollektive/kulturelle identitet. Selvom de bygger på forskellige processer, henholdsvis psykologiske og sociale, definerer Nielsen identitetsarbejdet som en reaktiv, socialpsykologisk genopretningsimpuls, som *"...udløses i individer og kollektiver, når overleverede erfaringer, vante livverdensstrukturer og værdimæssige pejlemærker destabiliseres eller går i opløsning."* (Ibid.; 25). Her er identitetsarbejdet i udgangspunktet kriseorienteret og retningsløst – ad hoc i interaktion med omverden, i forsøget på at genoprette en balance i udvekslingsforholdet med omverdenen. Identitetsarbejde er både erfarings og kontekstbaseret (Ibid.; 25f.). Denne dynamik synes at kanaliseres ud flere steder, og som nævnt i indledningen kan vi hente identitet som forbrugere, hvor forbruget er med til at signalere, hvem vi er. Identitetsarbejdet kan også kanaliseres ud via den diskursive orientering, som kan gå i flere forskellige retninger.

I forhold til specialet synes de politiske diskursive praksisser i et samspil med den kontekst de indgår i, at være med til at forme den individuelle og kulturelle identitet og dermed at påvirke den måde, hvorpå vi skaber mening, og den måde vi agerer på herudfra. De politiske tekster er dermed også vigtige medskabere af kultur og identitet fordi, de er med til at skabe mening om og danne ramme for, hvilke handlinger der anses som acceptable, og hvilke der ikke gør både på det individuelle og på det kollektive plan. Hvis den politiske kommunikation eksempelvis henvender sig til vælgeren, som var denne en forbruger, så er den politiske kommunikation måske med til at skabe accept omkring vælgeres eget fokus på egne og mere kortsigtede behov og økonomi nu og her, og dermed også på politiske tiltag, som kan tilfredsstille disse

behov. Er kommunikationen i højere grad orienteret imod et mere alment politisk øjemed, så er konstitueres den enkelte og kollektivet måske i højere grad som ansvarlig borger, der også må tænke i langsigtede klimaløsninger, hvor også politiske handlinger må retfærdiggøres i den henseende? Den politiske kommunikation er altså som andre diskursive processer bidragende til forskellige orienteringer i samfundet og dermed også til kultur og identitetsdannelsen. Måske kan også være med til at give et bud på, hvordan man integrerer både en søgen imod unik identitet og ansvaret for fællesskabet?

I det nedenstående vil jeg uddybe forskellige retninger for orientering samt udpege de retninger, der arbejdes med i specialet, hvorinde for det modsætningsforhold, som problematiseres i indledningen, også findes.

Diskursiv orientering i dannelsen af kultur/identitet

I dannelsen af identitet kan individet, ud over orientering mod *markedet*, som fordrer pengemedieret interaktion og rollen som konsument med egne særinteresser i fokus, også orientere sig diskursivt imod *stat og civilsamfund*. Til staten knyttes formalretlig medieret kommunikation, og individets rolle som passiv klient (Nielsen, 2007; 14). Her skal civilsamfundet forstås som "*kommunikativ interaktion der forpligter sig på almenvellet som diskursiv ramme.*" (Nielsen, 2007; 29). I den forbindelse kan kommunikationen omkring klima- og energipolitik eksempelvis danne grundlag for videre interaktion. Ordet civilsamfund dækker som nævnt her over en fælles forpligtelse frem for andre betydninger, som ordet også refererer til. Nielsen påpeger, at den største konflikt ligger mellem marked og civilsamfund, hvilket også er den konflikt, som er i fokus i specialet (se også appendiks 1, om forholdet mellem marked og demokrati).

Kommunikationsforståelse

I forståelse af kommunikation mellem politiker og vælger, trækker jeg på interaktionsparadigmet. Selvom kommunikationen som undersøges i dette speciale primært er rettet fra politiker til vælger ses den alligevel som en to-leddet proces imellem afsender og modtager, hvor begge er aktive fortolkere i kommunikationsprocessen¹². John B. Thompson synes også at dele denne kommunikationsforståelse "Medierne og moderniteten", hvor

¹² Interaktionsparadigmet er beskrevet i Finn Frandsen m.fl.s 'International Markedskommunikation' (Frandsen et al, 2004; 40f.)

kommunikation beskrives som *"frembringelse og udvekslings af information og symbolsk indhold."* (Thompson, 2001; 19).

I udvekslingsprocessen vil informationen og symbolsk indhold således altid være afhængig af, hvordan modtager forstår og anvender kommunikationen og her har konteksten også en vigtig betydning. Ifølge Thompson virker de kontekster, som både afsender og modtager bevæger sig i, konstituerende for både handling og interaktion, men også for produktionen og receptionen af symbolske former (Thompson, 1990; 152).

Det forhold at kommunikationen er medieret og dermed adskiller modtager og afsender i tid og rum er et vigtigt træk ved moderne kommunikation (Thompson, 2001; 20). For den politiske kommunikation synes det at betyde at den direkte dialog udebliver. Men Thompson påpeger, at man altid, når man kommunikerer, gør det med en modtager i bevidstheden, og dermed vil afsender af den politiske kommunikation være bevidst om, hvem denne skriver til. Ifølge Thompson involverer individet forskellige ressourcer samt implementerer forskellige regler og skemaer i hans produktion af symbolske former for en bestemt modtager eller formodet række af modtagere (Thompson, 1990; 152). I den politiske kommunikation har den formodede reception, og den måde politikerer ser på modtager på, altså også en betydning for kommunikationens udformning og indhold.

Men når afsender ikke kan kontrollere det medierede rum og den kontekst, som modtager forstår kommunikationen ud fra, må han tænke strategisk for at sikre, budskaberne forstås som intenderet. Denne pointe er vigtig at holde sig for øje i forhold til problemstillingen om, hvorvidt strategisk og markedsført kommunikation nogensinde kommer ud over blot at være med til at producere og reproducere symboler og holdninger, og rent faktisk formidler reelle politiske indslag. I denne forbindelse har jeg som nævnt valgt at inddrage Johannes Andersen, Orla Vigsø og Mads Storgaard Jensen som kan bidrage til en nuancering af problemstillingen omkring den politiske kommunikation. Andersen forholder sig også kritisk til den markedsførte og strategiske kommunikation til vælgere, som antager en individualiseret forbrugeradfærd med fokus på egne valg og behov (Bilag 1; 3), og synes derfor at kunne fungere i forlængelse af både Thompson og Nielsen. Vigsø fungerer i forlængelse heraf at med refleksioner over hvordan politisk kommunikation fungerer som markedsføring (Vigsø, 2004; 8). Storgaard Jensens bidrag bruges på et pragmatisk og analytisk niveau, i forhold til at adskille symbolsk politik fra real politik (Jensen, 2007; 14ff.), og derfor synes han at kunne anvendes i tråd med ovenstående uafhængigt af hans teoretiske ståsted. Som nævnt inddrages

Jens F. Jensens analyse af hjemmesiden som genre, hvilket giver et overblik over de funktioner, som er vigtige i at holde sig for øje i forhold til specialets fokus. Jensens teoretiske refleksioner fungerer også på et mere pragmatisk plan, og derfor synes han også at kunne anvendes i tråd med de andre teoretikere uafhængigt af hans teoretiske ståsted.

Ovenstående behandlede det epistemologiske udgangspunkt for analysen samt den måde, hvorpå jeg ser på den politiske kommunikation. Som nævnt anvendes Norman Faircloughs kritiske diskursanalyse og tredimensionelle model i forbindelse med analysen af de politiske tekster og deres sammenhæng med omverdenen, hvorfor denne tilgang præsenteres i det følgende afsnit, og sættes i relation til ovenstående refleksioner.

Kritisk diskursanalyse

Fairclough tager sit afsæt i den kritiske teori og synes at dele Nielsens emancipatoriske perspektiv, men med et særligt fokus på diskurs' sammenhæng med social forandring. Den kritiske diskursanalyse er derfor ikke neutral, men politisk engageret i at skabe en frigørende social forandring (Jørgensen et al, 1999; 76). Dermed vil forskningen også være involveret i selve forandringsprocessen og bidrage til den.

Den kritiske diskursanalyse tager udgangspunkt i socialkonstruktivismen og ser derfor diskurs som konstituerende for den sociale verden, men diskurs er ifølge Fairclough ikke den eneste konstituerende faktor (Jørgensen et al; 1999; 13ff). Derfor ser Fairclough i tråd med både Nielsen og Giddens på forholdet mellem aktører og strukturer som dialektisk og dermed som gensidigt konstituerende for hinanden. I den forbindelse ser Fairclough den sproglige praksis som meningsdannende omkring forholdet mellem individet og omverden, hvor diskurs ses som en vigtig form for social praksis, *"som både reproducerer og forandrer viden, identiteter og sociale relationer, herunder magtrelationer, og som samtidigt formes af andre sociale praksisser og strukturer."* (Jørgensen et al, 1999; 77). I den forbindelse synes de politiske tekster også at bidrage til at reproducere og forandre viden, identitet og sociale relationer og ikke mindst magtrelationer. Dette synes også at falde i tråd med Nielsens syn på den diskursive kultur- og identitetsdannelse, hvor den politiske kommunikation er med til at konstituere kultur og identitet og den måde, hvorpå vi skaber betydning og viden omkring omverdenen og agerer overfor hinanden på.

En diskursanalyse af tekstmateriale kan derfor også indfange og fortolke den måde, hvorpå viden og holdninger produceres og reproduceres ud fra bestemte antagelser om verden, som er

konstitueret af bestemte diskursive orienteringer og de magtkampe, der foregår imellem forskellige positioneringer og måder at se på problemerne på.

Grundet det dialektiske forhold synes denne praksis også at påvirke de mere strukturelle udfald af politik og politiske tiltag, som udgør en bredere social praksis. Her synes kampene diskurserne imellem at kunne skubbe balancen mellem forskellige positioner i flere retninger, og det er interessant om den diskursive praksis i de klima- og energipolitiske tekster reproducerer status quo, eller om den bidrager til forandring og fordrer nye politiske tiltag til gavn for klimaet.

Betegnelsen kritisk diskursanalyse bruges også inden for en bredere retning, men Fairclough har udarbejdet den mest udviklede teori inden for området med et sæt filosofiske præmisser, teoretiske metoder, metodologiske retningslinjer og specifikke teknikker til sproganalyse, hvor andre inden for området ikke har en så klart defineret tilgang (Jørgensen et al, 1999; 72). Faircloughs tilgang indeholder som nævnt en tredimensionel analysemodel, og den kan netop behandle den måde sproget hænger sammen med omverdenen på. Modellen indeholder en grundig lingvistisk tekstanalyse, som synes at danne grundlag for videre analyse og fortolkning af den diskursive praksis, som til sidst skal forbindes med den bredere sociale praksis (Ibid.; 79ff.). Den måde, jeg vil bruge Fairclough på, er orienteret imod anvendelse på konkrete tekster, og derfor vil jeg ikke redegøre for alle elementer af kritisk diskursanalyse og tradition herinde for.

Inden der redegøres yderligere for den tredimensionelle model, vil jeg kort uddybe nogle nøglebegreber inden for den kritiske diskursanalyse.

Diskurs og diskursiv praksis

Overordnet set kan diskurs forstås på to forskellige måder. For det første ses diskurs som sprogbrug som social praksis, der som nævnt både konstituerer og er konstitueret af omverdenen og dermed indgår i et dialektisk forhold (Jørgensen et al, 1995; 77). Dette forhold beskriver Fairclough på følgende måde: *"...the discursive constitution of society does not emanate from a free play of ideas in people's heads but from a social practice which is firmly rooted in and oriented to real, material social structures."* (Fairclough, 1992; 66).

Diskurs ses også som en mere specifik måde at forstå og tale om verden på, hvor diskursen får en betydningsdannende funktion inden for et bestemt område eller ud fra en bestemt verdensanskuelse (Jørgensen, 1995; 79), hvilket også fremgår af ovenstående.

I specialet vil det således være relevant både at anskue diskurser som selve den handling, det er at italesætte økotalistisk klimapolitik i det dialektiske forhold med omverden og samfund. Men det er også relevant at anskue diskurs som en bestemt måde at se på verden på, dvs. en bestemt tilgangsvinkel til den globale opvarmning og klima- og energipolitik.

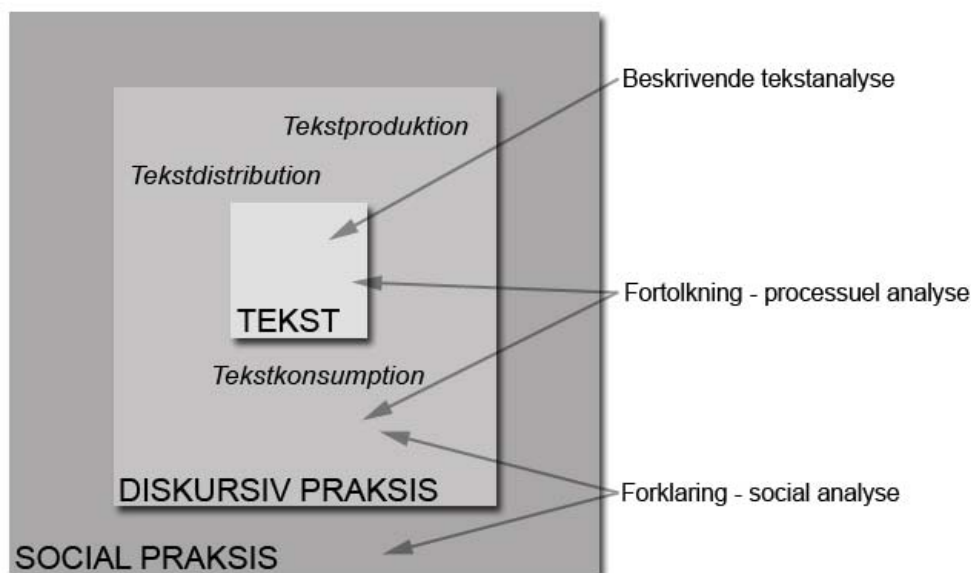
Den tredimensionelle model

Den tredimensionelle model skal kortlægge den diskursive praksis, som skaber sammenhængen mellem tekst og omverden. Her ses selve teksten som en *kommunikativ begivenhed* (Jørgensen, 1999; 79) - i dette speciale er den kommunikative begivenhed derfor de klimapolitiske tekster på henholdsvis SF og Venstres hjemmesider.

Med Faircloughs tredimensionelle model gives et redskab til analyse og fortolkning af den kommunikative begivenhed, som ses bestående af tre dimensioner, der kan analyseres trinvis og som skal forbindes med hinanden:

- ”den er en tekst (tale, skrift, billede eller blanding af det sproglige og det visuelle);
- den er en diskursiv praksis, som indebærer produktion og konsumtion¹³ af tekster; og
- den er en social praksis.” (Jørgensen, 1995; 80).

Dette kan illustreres i denne figur:



Figur 1: Den tredimensionelle model (Hentet fra Jørgensen, 1999; 81, og suppleret med Fairclough, 1992; 73)

På et overordnet plan, viser figuren de tre niveauer i tekst analysen. Specielt det inderste og næste niveau er tæt sammenvævede i virkeligheden, men i analysen adskilles alle tre niveauer

¹³ I den diskursive praksis spiller distributionsforholdene også en rolle, hvilket Fairclough selv pointerer andre steder (Fairclough; 1992; 71 ff.), og vil derfor også blive reflekteret over i forhold til specialets analyse.

(Ibid.; 80f, 88ff). Den inderste del viser tekstanalysen, hvor det er relevant at se på teksten ud fra nogle lingvistiske træk og egenskaber. Her arbejdes primært på et beskrivende plan, om end det synes svært helt at undgå, at der også vil være fortolkende træk her, hvilket primært skyldes at niveauerne ikke er adskilte i virkeligheden.

På næste niveau findes analysen af den diskursive praksis, hvor det er relevant at se på de produktions-, distributions og konsumptionsforhold, som teksten er forbundet med og produceret under, og hvor der i højere grad vil indgå fortolkninger. Den yderste del af figuren fungerer på et mere forklarende plan, hvor teksterne sættes i forbindelse med omverdenen og dermed reflekteres det over, hvordan de er en del af en bredere social praksis. Også her synes fortolkning at have en betydning for hvilke forklaringer, der kommes frem til. I afsnittet 'Metodisk udgangspunkt for analyse' vil jeg som nævnt uddybe og reflektere, de tre niveauer i analysen både på et teoretisk og praktisk plan.

I det følgende afsnit af begyndes udefra i den tredimensionelle figur, hvor det på et teoretisk plan redegøres for de samfundsmæssige tendenser, som danner ramme om den sociale praksis, og som er med til at konstituere og konstitueres af politisk kommunikation.

Det senmoderne samfund

Den bredere sociale praksis må som nævnt analyseres ud fra en teoretisk forståelse af de processer og tendenser, som er i samfundet. I denne sammenhæng vil jeg også undersøge, hvordan den sociale praksis stemmer overens med de hypoteser, som er præsenteret i specialets indledning. Det vil sige om de tendenser, som udspiller sig på overordnet plan, samt i forholdet mellem politik, medier og vælgere er med til at reproducere og fremme den politiske kommunikation som markedsføring, der er æstetiseret, og symbolsk, frem for at være mere informerende omkring problematikker omkring global opvarmning og strategier, som skal til for at løse dem. Jeg vil ud fra hypoteserne også reflektere over om indholdet i den moderne politiske kommunikation ligeledes er påvirket af de samfundsmæssige tendenser derved er centreret omkring en diskursiv orientering imod markedet, med fokus på at sælge politik som en vare, hvor vælgerens kortsigtede behov og krav prioriteres højere end løsninger og handlinger til gavn for klimaet.

For at kunne undersøge ovenstående påbegyndes, som det fremgår af metodeafsnittet, med en redegørelse for og refleksion over, hvad det senmoderne samfund kan karakteriseres ved. Herefter vil jeg kort reflektere over de vigtige grundsten i politik, som synes at blive kompromitteret af samspillet mellem politikere, medier og vælgere. Derpå beskrives den mediemæssige arena, som den politiske kommunikation udspiller sig i, og som har stor betydning for politik og politisk kommunikation. Til sidst vil jeg bevæge mig over i en mere detaljeret redegørelse for, hvordan den politiske kommunikation rent faktisk foregår, hvor jeg vil slutte af med at sætte fokus på symbolsk politik og real politik.

Afsnittet samles herefter op og der reflekteres over, hvordan den sociale praksis kan be- eller afkræfte hypoteserne. Herudover konstrueres en figur, som skal danne overblik over de begreber og elementer, som er beskrevet i afsnittet, og som er vigtige at forholde sig til i den senere analyse af den sociale praksis.

Overordnede samfundstendenser

Anthony Giddens beskriver den moderne verden som *"en løbsk verden"*: Ikke alene er den sociale forandrings hastighed langt højere, dens omfang og den dybde, hvormed den påvirker

tidligere eksisterende sociale praksisser og adfærdsformer, er også langt større (Giddens, 2002; 27). Her ser Giddens tre hovedelementer, som medfører denne enorme forandring.

Adskillelsen af tid og rum og udlejningen af sociale institutioner

Ifølge Giddens behøves vi i dag ikke at være i samme rum eller tid at kunne kommunikere med hinanden (Andersen, 2003; 424). Moderne kommunikationsmedier tilskrives af John B. Thompson stor betydning for forandringen og som værende af væsentlig strukturel betydning for det sociale liv (Thompson, 2001; 21).

Som følge af adskillelsen i tid og rum løftes de sociale institutioner ud af lokal sammenhæng og genskabes på tværs af tid-og rum-områder. I forbindelse med denne udlejring refererer Giddens til udlejring af 'abstrakte systemer' – hvor et af systemerne er udlejring af symbolske tegn, som penge der får en fælles værdi over hele verden. Andre abstrakte systemer er ekspertsystemer, som sætter tid og rum i parentes, fordi der anvendes teknisk viden, som er gyldig lige meget, hvem de bruges af. Disse systemer ses af Giddens som gennemtrængende for alle facetter af det sociale liv, blandt andet i forhold til mad, medicin boliger osv., men også lægen eller psykologens ekspertviden, ses som vigtig i dag (Giddens, 2002; 30f). I projektsammenhæng synes ekspertviden om den globale opvarmning, som anvendes i politik og formidles i den politiske kommunikation, at have en vigtig betydning for det sociale liv nu og i fremtiden.

Institutionel refleksivitet

Transformationen af tid og rum, samt udlejningen af abstrakte systemer har skubbet det sociale liv ud af den form, som det tidligere havde med veletablerede forskrifter og praksisser. Vi bliver konstant bombarderet med ny viden, som forkaster tidligere viden, der ellers ansås for at være sikker viden. Vi kan aldrig vide os sikre på noget, og denne gennemgribende tvivl synes, når den bliver synliggjort at virke eksistentielt foruroligende på individet (Giddens, 2002; 32f.). Med andre ord så synes selv ekspertviden at kunne betvivles og forkastes til fordel for ny viden. Her kan igen nævnes eksemplet omkring den globale opvarmning, der både har været anset en som sandhed, men som også tidligere er blevet betvivlet. Det er først nu, hvor beviserne er meget evidente, at størstedelen af verdens befolkning anerkender denne viden.

Denne institutionelle refleksivitet påvirker også individet, som hele tiden skal tage stilling til ny viden. Individet bliver et *refleksivt individ*, der må træffe nye valg hver dag, om hvordan denne vil leve, klæde sig, indtage af mad og opføre sig (Giddens, 2002; 26). Her er selvidentiteten med til at skabe en rød tråd igennem de forskellige situationer og kontekster, vi måtte befinde os i dagligt, og de valg, vi træffer er med til at opretholde og konstituere vores selvidentitet (Andersen, 2003; 427).

Individualisering

I forhold til ovenstående ses *individualiseringen* af Henrik Kaare Nielsen, som et strukturelt vilkår, der ikke kan udelukkes i det moderne samfund. Her påpeger han at; *"Med individets tiltagende økonomiske og retlige frisættelse fra materiel knaphed og traditionsbestemt tvang fremtræder kanaliseringen af den identitetssøgende dynamik som et påtrængende refleksivt projekt, som den enkelte er henvist til selv at komme til rette med."* (Nielsen, 2007; 27). Her smuldrer tidligere traditioner og overleveringer i forhold til den kollektive identitetsdannelse. Det er op til individet selv at skabe sin *identitet*, hvilket denne som nævnt gør igennem de daglige valg, som træffes. Som det fremgår af indledningen skabes identiteten også i høj grad i gennem vores forbrug på, som jo udgør nogle af de daglige valg, hvilket Nielsen også pointerer (Ibid.; 27). Nielsen påpeger også, at identitetsarbejdet også henter inspiration i tegn, som er hentet fra hele kloden i forskellige subkulturer, etniske selvdefinitioner mm., men det er et opsplittet og skiftende kulturbillede, som ifølge Nielsen alligevel overlader individet til sig selv (Ibid.; 27f.).

Den individualiserede markedsorientering synes at presse orienteringen imod et fælles overordnet perspektiv ud på et sidespor og udgør dermed et vigtigt element i det spændingsforholdet, som er indbygget i den moderne kultur *"mellem på den ene side det demokratiske fællesskabs almene, universalistisk-normative præmis om ligestilling mellem borgerne og på den anden side enkeltindividernes – i udgangspunktet partikulariske – orientering mod at realisere en egen, unik identitet"* (Nielsen; 2007 19).

Giddens tager også dette emne op og påpeger, at markeds kapitalismen har været med til at fremme individualisering fordi, den *"understreger individuelle rettigheder og pligter. I første omgang vedrører dette fænomen dog primært kontraktfriheden og den fri bevægelighed, som er helt fundamentalt for den kapitalistiske beskæftigelse. Senere bliver individualismen udvidet til forbrugssfæren, og betoningen af de individuelle behov bliver en forudsætning for*

systemets kontinuitet. Den markedsstyrede individuelle valgfrihed bliver den altomfattende ramme for individets selvudfoldelse.” (Giddens, 2002; 230).

Her kan det også nævnes at Johannes Andersen påpeger at *”Den moderne livsform er kort sagt kendetegnet ved flere valg og færre forpligtelser.”* (Bilag 1; 3). Denne udvikling sætter ikke fokus på langsigtede perspektiver fordi de perspektiver, som individet ser på verden ud fra er svære at omsætte til fælles interesser og krav, men i højere grad handler om *løsninger for den enkelte i hverdagen* (Andersen, 2007; 5).

Men individualiseringen betyder ifølge Nielsen ikke nødvendigvis, at individet kun orienterer sig i i mod at opfylde egne behov på *markedet* (Nielsen, 2007; 29). Den unikke identitet kan også skabes på baggrund af en orientering imod *civilsamfundet* og *fællesskabet* og de aktiviteter den enkelte indgår i og valg, denne træffer i den sammenhæng. Dette synes også at betyde, at politik heller ikke kun behøves at handle om at tilfredsstille forbrugernes behov på markedet, men at der også kan lægges op til en anden identitets udvikling både hos den enkelte og i forhold til den kollektive identitet og kulturen. Men som nævnt indgår politik også i sammenhæng med omverdenen og er præget af den udvikling samfundet går imod, hvorfor den nævnte identitetsudvikling ikke synes at gøre det nemmere at skabe opbakning omkring løsning af fælles problemstillinger.

I det foregående skitseredes nogle grundvilkår for moderniteten, som er af betydning for den kulturelle og individuelle identitetsdannelse og dermed også for den politiske kommunikation. I det følgende vil jeg redegøre mere specifikt for, og diskutere de moderne kommunikationsmediers betydning for samfundet og deres samspil med politik og politisk kommunikation. Men først skitseres nogle vigtige elementer i politik og politisk kommunikation, i forhold til at mobilisere opbakning omkring fælles politiske problemstillinger, som klimaforandringerne er.

Grundstenene i politik

En vigtig del af politik er ifølge Johannes Andersen, *uenighed*:

”Når man snakker politik, bliver man hurtigt uenige med nogen. Man diskuterer og prøver synspunkter af. Man henter argumenter og man hidser sig op, i et forsøg på at overbevise eller skræmme modstandere. Og det man grundlæggende er uenige om, er hvordan man skal indrette samfundet og hvordan man skal leve. Uenighed er kort sagt politikens dynamik.” (Bilag 1; 2).

Som det fremgår af ovenstående er det altså vigtigt, at man inden for politik kan diskutere og være uenige og derved fremme forskellige synspunkter omkring en given sag. I den forbindelse beskriver Andersen yderligere politik ”... som aktiviteter, gennem hvilke mennesker skaber, bevarer og fornyer deres generelle livsbetingelser. Da der er tale om generelle betingelser indebærer det, at der er tale om fælles anliggender. Politik indebærer at der skal snakkes, og at der skal handles. Nogle holdninger og vedtagelser forudsætter, at man opbygger et fælles beredskab, der er i stand til at løse givne opgaver i forhold til fællesskabet.” (Ibid.; 2). Dette syn på politik stemmer også overens med projektets emancipatoriske interesse i en kommunikation, hvor almene problemstillinger kan tages op og diskuteres i forhold til at overordnet samfundspolitisk niveau. Det synes også at være på et sådant niveau, klimaproblemerne skal diskuteres.

Politik handler ifølge Andersen også om *magtrelationer* og om mobilisering af givne ressourcer, som penge, medlemmer og vælgere. Inden for det parlamentariske demokrati er det primært de sidstnævnte elementer, som er i spil. Men i takt med, at medlemmerne af politiske organisationer og partier bliver færre og færre, så får penge også en større rolle i forhold til at mobilisere vælgere eksempelvis under et valg (Ibid.; 2).

Magt handler også om *krav til politik*, og at man både som borger og som partier overvejer, hvad man finder vigtigt at støtte og kæmpe for. Her nævner Andersen, at man traditionelt set har kunnet navigere efter højre- og venstrefløjen og på den måde måske bedre gennemskue, hvem man deler interesser med (Ibid.; 3).

Sidst men ikke mindst handler magt om at *kunne overskue og vurdere* de virkninger og konsekvenser, givne politiske tiltag har i forhold til de fælles anliggender. Her påpeger Andersen, at hvis man ikke kan overskue et givent partis politik, og om en regering gør det godt eller dårligt, så kan man ikke gennemskue, hvem man skal stemme på, ”og så er det hele lige fedt”, som han udtrykker det (Ibid.).

Disse præmisser for politik er også vigtige elementer for nærværende speciale, hvor grundpræmissen som nævnt er, at den politiske kommunikation skal fungere som oplysning, der henvender sig til vælgeren som myndig samfundsborger, der kan tænke fornuftigt og rationelt i forhold til almene problemstillinger i samfundet (jf. afsnittet ’Projektets udgangspunkt og problematikker’).

I forbindelse med ovenstående påpeger Andersen, grænsen for politik er nået, hvilket ”skyldes at en eller flere af de nævnte dimensioner er blevet svækket så meget, at det politiske har

mistet sin substans. Politik er blevet til overfladiske markeringer uden konsekvens, uden indhold og uden dynamiske uenigheder. Man taler bare for at tale, og lader som om man er uenige, mens man i realiteten forsøger at dække over den politiske forskelsløshed. Hvilket paradoksalt nok er blevet en af de centrale fællesinteresser for mange af de centrale politiske aktører i dagens politik.” (Bilag 1; 3).

Politik synes altså i højere grad at være blevet til symboler, som skal udtrykke forskellighed, men som når det kommer til stykket måske alligevel har fokus på de samme ting, hvorfor det blandt andet synes sværere at skelne mellem højre og venstrefløjens politik. Denne udvikling er ifølge Andersen tæt knyttet til den måde, hvorpå politik medieres i dag, hvilket jeg vil komme ind på herunder, hvor Thompson også inddrages. Herefter vil jeg komme nærmere ind på de ulemper, Andersen ser ved den medierede kommunikation, og hvordan de er med til at svække politik og politisk kommunikation.

Mediernes betydning for politik og politisk kommunikation

Thompson beskæftiger med den betydning, moderne medier har haft for samfundet og det politiske liv. Her definerer han de moderne kommunikationsmedier - også kaldet massemedier som nogle, der beskæftiger sig med *”fremstilling, lagring og distribution af materialer der indeholder betydning for de mennesker som frembringer og modtager dem.”* (Thompson, 2001; 19). Thompson ser massemedier som blandt andet bøger, aviser, fjernsyns- og radioudsendelser som kommunikationsmedier, hvorigennem massekommunikation kan foregå. Thompson ser som nævnt også kommunikationen som en to-leddet proces. Medieinstitutionerne må i den forbindelse forholde sig til, hvad modtagerne gerne vil se, høre og læse samt deres holdninger til medieprodukterne (ibid.; 34ff). Massemedierne har således udviklet sig i en mere interaktiv retning, og denne udvikling har sat en enorm udvikling i gang (Ibid.; 21)

Mediering skaber en ny offentlighed

Medieringen af samfundet medfører også en mediering af politik og demokratiske processer. Hvor essensen af det offentlige tidligere sås ud fra begreberne rum og dialog – altså et offentligt liv, hvor mennesker kommunikerede ansigt til ansigt, ser situationen helt anderledes ud i dag. Netop mediernes adskillelse i tid og rum skaber en ny form for offentlighed, hvilket som nævnt også gælder det politiske liv (Thompson, 2001; 266). Derfor bør man ifølge

Thompson bevæge sig væk fra den gamle offentlighedsmodel og rette opmærksomheden mod den situation, medierne har skabt og analysere svagheder og styrker, farer og muligheder herved.

Den medierede offentlighed skaber et nyt rum for politikerne - *det synliges rum* – et rum som er ikke lokaliserbart (Ibid.; 267f.). Dette rum åbner muligheder, for medierede symbolske former, men adskiller offentligheden fra en fælles lokalitet. I denne *ny offentlighedsmodel* er kommunikationen også *ikke-dialogbaseret* og med en ubestemt mængde af modtagere. Den medierede offentlighed er et *uforudsigeligt rum*, som er kreativt og ukontrollerbart, hvor nye symbolske former kan opstå igennem nye ord og billeder. I tilknytning til den kritiske diskursanalyse, synes dette at betyde, at diskurser hele tiden udfordres igennem brug af referencer og betydningssystemer fra andre diskurser, som giver ny betydning og måske nye ord og begreber (se også afsnittet 'Metodisk udgangspunkt for analyse'). Dermed formes og omformes det offentlige liv hele tiden i gennem medierne og antager nye karakterer og får nye betydninger, hvilket også synes at betyde, at symboler fra den politiske kommunikation hele tiden kan formes og meningsfyldes på nye måder. Derved er det altså i den nye offentlighedsmodel mulighed for forandring - også inden for syn på klimaproblematikkerne. Konsekvenserne kan også bevæge sig i en helt anden retning. Der er nemlig også risici forbundet med den medierede kommunikation. Når symbolske former bliver tilgængelige i medier, kan konsekvenserne ifølge Thompson ikke på forhånd bestemmes, heller ikke for det politiske liv.

Det er altså ud fra ovenstående offentlighedsmodel med både muligheder og risici, at man skal forstå den karakter som det sociale og politiske liv i dag har antaget, hvor der også foregår en kamp om synlighed (Ibid.; 269), hvilket jeg vil komme ind på senere.

Mediernes betydning for politik og demokrati i dag

Medierne fordrer en belysning af sager fra mange forskellige vinkler og synspunkter, hvilket synes at være en af de positive konsekvenser, som følger af medieringen af samfundet. Medierne har ifølge Thompson skabt en øget demokratisering i det 19. og 20. Århundrede, og folk har tilegnet sig nye former for magt og bevidsthed om deres rettigheder (Ibid.; 16f.), hvilket den fri presse synes at have været katalysator for.

Medieringen giver også politikerne en øget synlighed og dermed en mulighed for kunne kommunikere med og til mange mennesker over hele landet, og hele verden, hvilket er en

fordel rent politisk både i forhold til at opnå magt, men også i forhold til at komme ud med sine politiske budskaber. Men de moderne kommunikationsmedier er som et tveægget sværd, der både skaber muligheder og uforudsigelige risici for politikerne. Han kan også komme til at fremstå som inkompetent, dårligt informeret, ude af kontrol i en grad som ikke sås før massemediets fremkomst (Thompson, 1990; 16f.), hvilket også synes at være knyttet til kampen om synlighed og den ukontrollerbarhed og de risici, som medieringen af samfundet medfører. Den politiske magt kan altså bringes i fare på denne måde, hvilket jo på sin vis kan være godt nok, hvis det kan afsløre brodne kar i blandt de politiske aktører. Men mediernes indflydelse bringer som nævnt også andet med sig end øget demokratisering og politisk synlighed i forhold kommunikationen med og til vælgerne. Samspillet mellem medierne og politikerne påvirker også den politiske kommunikation i en retning, som virker mindre befordrende i forhold til grundstenene i politik, som blev skitseret ovenfor. Hvordan kommunikationen påvirkes, vil jeg komme ind på herunder.

Opmærksomhedsøkonomi

Netop den øgede synlighed beskæftiger Johannes Andersen sig også med i sin kritik af den politiske kommunikation i dag, hvor den seneste udvikling i mediebildet også har haft indflydelse her på. Udviklingen i mediebildet inden for de sidste seks til syv år er sket i en rasende fart med en øget fremvækst af nye medier og udviklingen inden for mere traditionelle medier. Her kan som eksempel nævnes de mange nye gratisaviser, som er tilgængelige i landets større byer (Bilag 1; 6). De nye medier og de traditionelle aviser suppleres også med indhold på nettet. Væksten inden for TV- og radiostationer er også i stærk stigning, hvilket suppleres af nyhedsbureauer, journalistiske bureauer mv., som leverer forskellige tilbud til aviser, blade osv., samt af informationsmedarbejdere og spindoktorer inden for politik og foreningsliv. Udbuddet af informationer og folk der arbejder med informationer er altså steget enormt. I den forbindelse påpeger Andersen, at medierne er blevet en del af det, han kalder *opmærksomhedsøkonomien* – endnu et aspekt af samfundsøkonomien, på lige fod med oplevelses- og vidensøkonomi. Opmærksomhedsøkonomien kommer af at de enkelte medier trues af mangel på opmærksomhed grundet den store konkurrence (Ibid.; 6). Her kan refereres til Thompsons '*det synliges rum*', som udgør en vigtig dimension af det sociale og politiske liv, og det synes at være i dette rum at kampen om opmærksomhed finder sted - hvor det er vigtigt at blive set og lagt mærke til, og hvor der synes at være en stor risiko for at drukne i

mængden af informationer. Ifølge Andersen medfører dette, at kampen om opmærksomhed og om at skabe læsere, seere og lyttere intensiveres medierne imellem. Jo flere modtagere – jo flere penge. Denne logik gælder også public service medier, som findes under DR, fordi at antallet af modtagere giver offentlig og sikrer finansiering fra staten. Det handler om at klare sig i konkurrencen fra andre medier, og i denne kamp handler det for medierne om at agere strategisk. Tidligere bestod mediernes opgave i højere grad i at *informere* borgerne om ting, der skete – i forhold til det politiske liv. Her havde forskellige medier en tendens til at berette om de samme nyheder. Men i kampen om opmærksomhed handler det ikke kun om information. Det handler om at fortælle noget spændende, raffineret og noget særligt. Medierne skal kunne fortælle historier, som ingen andre medier bringer (Ibid.; 7). Dette gælder også politik, hvor medier og mediefolk for at skabe en unik historie må bevæge sig uden for de formelle sammenhænge og finde *personen bag politikerne*. De bevæger sig med andre ord ind på det, Andersen kalder *mellemscenen* (Ibid.; 7) En scene, der er placeret imellem det, der kaldes frontscenen og bagscenen – den formelle scene og det private. På mellemscenen kan politikerne offentliggøre noget af det private, om end det stadig er en iscenesat privathed og forsøge skabe et troværdigt billede af sig selv som person. Denne iscenesættelse gør jagten på personen bag politikerne endnu større, fordi man ønsker at komme endnu tættere på. Derved skabes et meget personliggjort billede af politik. Udvalgte politikere får meget opmærksomhed, i bytte for de gode historier og afsløringer. Men i kampen om opmærksomhed, og som følge af den personliggjorte politik, bliver fremstillingen af det politiske ifølge Andersen også *”mere og mere usammenhængende og dramatisk.”* (Ibid.; 8.). Medierne sætter alle sejl til, når de finder noget dramatisk og ekstraordinært, hvilket medfører at fokus rykkes og billedet af politik fordrejes (Ibid.). Derved synes det at blive svært for vælgeren at overskue det enkelte partis politik.

I denne udvikling bliver medierne ifølge Andersen selv politiske aktører, som har stor indflydelse på det politiske liv, og her bliver politikerens evne til at tænke og agere strategisk og bevare kontrollen med situationen og undgå afsløringer, som er u hensigtsmæssige for det politiske i stigende grad vigtig (Ibid.; 8f.). Politikere må altså med andre ord i gardere sig mod den øgede risiko, som synligheden giver. Ovenstående omhandlede primært, mediernes betydning for fremstilling af politik og for den enkelte politiker. Men den øgede strategiske tænken og handlen gælder både politikerne som personer og deres partiers kommunikation udadtil, hvilket uddybes herunder.

Spin, følelser og markedsføring

Den personificerede politik, som er beskrevet ovenfor, betyder for den enkelte politiker, at dennes troværdighed som person bliver afgørende. I et forsøg på at kontrollere sit image, benytter politikerne sig derfor i stigende grad af spindoktorer i forsøget på at styre billedet af dem selv (Bilag 1; 9f.). Dette synes også at gælde de politiske partier. Spin kan defineres som ”... *udveksling af information med henblik på at opnå omtale.*” (Ibid.; 9). I den forbindelse er kontrollen med informationerne vigtigt i forhold til pressemateriale, udtalelser og måden man siger ting på, sådan at det kun er de positive informationer, mediefolkene får fat i, og dermed forhindres pressen i at grave skidt frem (Ibid.).

Venstre har præget udviklingen inden for den strategiske kommunikation, hvor partiet blandt andet ved valget i 2001 kørte med de samme 5-6 politiske temaer, som man stort set kun forholdte sig til i hele valgkampen. Budskaberne blev gentaget igen og igen, hvor man også valgte ord, som var blevet positivt modtaget af fokusgrupper. Denne strategi kaldes *papegøjemetoden*, og skal få synspunkter til at trænge igennem anden støj på linjen, som uenigheder, fortalelser, uld i mund mm. På den måde *primer* man valgkampen og giver den en bestemt grundtone, som fremmer bestemte synspunkter for partierne. De politiske aktører benytter sig i den forbindelse også af branding for at styrke partiets troværdighed og opbygge et bestemt image og indgå i en bestemt kontrakt med vælgerne, og at det i den forbindelse kan betale sig at færdigpakke politiske budskaber og designe politikken, så den imødekommer en forventet efterspørgsel i befolkningen. I Den forbindelse anvendes eksempelvis korte budskaber omkring få emner, som gentages mange gange (Ibid.; 11).

I den forbindelse taler Andersen om en *æstetisering af politik*, som også fremmer *følelsernes positionering* i det politiske. Her kan det fremhæves, at partierne nu i højere grad benytter sig af *patos og ethos* i den politiske retorik, hvor det før var *logos og ethos*, der dominerede. Det var før den formelle status, der var essentiel, frem for den personlige karakter (Ibid.; 11f.).

I forbindelse med ovenstående kan det også nævnes, at Orla Vigsø har lavet en analyse af politiske kampagner, hvorfra han blandt andet konkluderer, at det i dag handler om at gøre produktet kendt for køberen og *positionere* sig overfor andre konkurrerende produkter og vise forskellen mellem det produkt, som skal markedsføres, og andre produkter. I forhold til det politiske handler det således om at skabe overensstemmelse mellem politiker/parti og den mulige vælgerkreds og vise en forskel til konkurrenterne. Der lægges altså vægt på interaktion mellem partierne og vælgerne fordi, man forsøger at ”*lære vælgerne at kende - og forstå hvad*

de ønsker, hvordan de prioriterer, hvad de ser som de vigtigste problemer – med det dobbelte formål at kunne tilpasse sig og kunne påvirke” (Vigsø, 2004; 8), hvorfor man også anvender opinionsundersøgelser (Ibid.; 11), og som det er nævnt i ovenstående prøver budskaber af på fokusgrupper. Det handler altså om at markedsføre de politiske sager, som varer til vælgerne, der ses som forbrugere. Dette forstærkes også af, at vælgeren, som det er fremhævet tidligere, i stigende grad agerer som forbruger, hvilket jeg vil komme ind på herunder.

Vælgeren som forbruger

I forbindelse med ovenstående er Andersen også inde på, at den politiske kommunikation i høj grad henvender til sig vælgerne som *utilfredse brugere* med en masse legitime behov, som skal dækkes (Bilag 1; 12). Politik synes altså, ud over at være meget strategisk, i stigende grad at fungere som et *servicekoncept*, man kan vælge at stemme på og derved få nogle ydelser igen. Den strategiske tænkning er også under stadig større indflydelse af vælgernes adfærd, i takt med, at de som følge af individualiseringen bliver mere og mere individualistiske og orienterede imod egne *valg og behov*, frem for forpligtelser (Ibid.). Her argumenterer Andersen for at; *”Den moderne identitetsudviklingen sætter altså grænser for, hvad der kan mobiliseres omkring, når det drejer sig om udvikling og diskussion af fælles perspektiver for en fremtidig samfundsudvikling. Tilløb hertil ødelægges af det grundlæggende perspektiv, hvor ’jeg vil have mit og du vil have dit’.”* (Ibid.; 5)

Det synes at være i denne kontekst, at Andersen mener, grænsen for politik er nået. Den politiske kommunikation er blevet overfladisk og uigennemskuelig og henvender sig til vælgeren som forbruger, med individuelle uopfyldte behov, som skal opfyldes, frem for som samfundsborger med et ansvar, hvorfor forskellige politiske holdninger og forslag kan blive svære at spore. Derved kan man ikke på samme måde navigere rundt i forhold til højre og venstrefløj. Samtidigt opfører vælgeren sig også som forbruger ansporet af den stigende individualisme og orientering imod markedet. De skitserede grundprincipper for politik og politisk kommunikation, bliver således svækket af samspillet mellem politikere, medier og vælgere i dag.

Symbolpolitik vs. realpolitik

Mads Storgaard Andersen beskæftiger sig også med ovenstående problemstilling i bogen *”Når politik bliver pop”*. Denne bog tager netop fat i den salgs politik som ikke kommer ud

over symbolikken, og bliver til virkelige politiske resultater og konsekvenser i samfundet. Andersen beskæftiger sig altså med *symbolpolitik* i forhold til *real politik* (Jensen, 2007; 13ff).

Symbolpolitikken kommer ifølge Jensen "*ind der hvor politikerne slækker på det politiske håndværk og i stedet tænker i kommunikation eller strategi*" (Jensen, 2007; 12). Her beskæftiger de politiske aktører sig med alt det, der foregår omkring politik, som er beskrevet i ovenstående, hvor der er fokus på markedsføring, følelsespositionering, papegøjemetode mm. Symbolpolitikken har ifølge Jensen blot til formål at promovere et givent parti, men den repræsenterer den form for politisk kommunikation, som ingen pragmatisk fundering har i virkeligheden (Jensen, 2007; 13ff). Symbolpolitikken står ifølge Jensen i modsætning til realpolitik, som ifølge Jensen "... *har til formål at give samfundets borgere de bedst tænkelige rammer, som borgerne kan udfylde deres liv inden for.*" (Jensen, 2007; 9), hvilket Johannes Andersen som nævnt også ser som vigtigt i politik. Realpolitikken arbejder med reelle problemer, som skal afhjælpes i samfundet eller visioner for fremtidens samfund. I forbindelse med problemet eller visionen har man i det realpolitiske arbejde også opsat målsætninger, midler til at komme i mål, og politikken skal også have en konsekvens ude i samfundet. Både problemer, målsætninger osv., videre kan være komplekse og svære at identificere, men alligevel, synes det at være karakteristisk at "*hvis man blot reklamerer med glørlørdige mål uden at forklare, hvordan de skal nås, så er der tale om symbolpolitik*". (Jensen, 2007; 15).

Her finder jeg det vigtigt at pointere, at al kommunikation foregår via symboler, og derfor består politisk kommunikation også af symboler (jf. afsnittet 'Kommunikationsforståelse'), som er med til at skabe identitet, image, men også fortælle om målsætninger, strategier, løsninger på problemer osv. Men det er netop når politikerne ikke løser problemerne og skaber resultater i samfundet at politikken bliver kaldt symbolpolitik. I forhold til nærværende projekt er det også vigtigt at klimapolitikken rent faktisk bliver til reelle løsninger i samfundet, og dermed vigtigt at den kommer ud over blot at være symbolpolitik og derfor skal der i analysen den kommende analyse også tages højde for netop om den politiske kommunikation også formidler reale politiske handlinger, hvilket jeg vil komme nærmere ind på i selve analysen.

Opsamling – Det senmoderne samfund

Opsamlende vil jeg fremhæve at forholdet mellem marked og civilsamfund, med almenvellet som en fælles demokratisk reference ramme har indflydelse på den måde, vi skaber identifikation på i samfundet. Som det fremgår af ovenstående er balancen mellem marked og civilsamfund i dag rykket sådan at forbrugeren får en større og større plads. Denne tendens synes kun at forstærkes af den medieverden hvori politik udspiller sig og bliver mere og mere markedsført og orienteret i mod forbrugers krav osv. Den teoretiske baggrund synes altså at bekræfte projektets hypoteser (jf. afsnittet 'Specialets udgangspunkt og problematikker'). Det vil sige, at den form den politiske kommunikation har antaget, som udgør den strategiske, æstetiserede kommunikation af symbolsk og markedsført politik, gør formidlingen af politiske emner overfladisk og symbolsk og dermed uigennemskueligt for vælgeren at skulle navigere inden for. Dermed synes vælgeren også i højere grad at være sat uden for spillet. Han kan ikke gennemskue konsekvenserne eller manglen på samme i politikken og dermed synes der heller ikke at være så stor mulighed for at hænge partierne op på, hvordan deres handlinger i forhold til de holdninger som italesættes. Denne udvikling er præget af mediernes jagt på opmærksomhed og unikke historier og af partiernes strategiske kommunikation for at gardere sig imod pressen.

Men også indholdet har fået et fokus, der ikke handler så meget om fællesskabet. Politikken er varegjort, hvor vælgerens egne behov og kortsigtede mål er centrale, frem for at have et fælles udgangspunkt i nogle overordnede og mere langsigtede projekter og problemer. Denne udvikling stammer også fra det senmoderne samfunds vilkår med individualisering, frisættelse fra traditioner og økonomiske begrænsninger mm. Her er tendensen generelt til i stigende grad at orientere sig imod markedet i identitetsdannelsen, hvor status, penge osv. er karakteristiske, hvilket også præger vælgerens interesser og derved kan projektets anden hypotese også bekræftes på i forhold til ovenstående teoretiske refleksioner.

Fra de tre afsnit har jeg draget de begreber og betegnelser ud, som jeg vil arbejde med i analysen af den sociale praksis, hvilket fremgår af nedenstående figur 2:

Afsnit	Overordnede samfundstendenser	Grundstenene i politik	Mediernes betydning for politik og politisk kommunikation
Begreber mv.	<i>Individualisering</i> <i>Identitet og kultur</i> <i>Konsument</i> <i>Orientering imod markedet</i> <i>Flere valg og færre forpligtigelser</i> <i>Løsninger for den enkelte i hverdagen</i> <i>Orientering imod fællesskabet og civilsamfundet</i>	<i>Uenighed</i> <i>Skabe, bevare, forny generelle livsbetingelser</i> <i>Opbygge fælles beredskab</i> <i>Overskue og vurdere konsekvenser og virkninger af politik</i> <i>Magtrelationer: Mobilisering af ressourcer</i> <i>Krav til politik som partierne og vælgerne stiller til, hvad der er vigtigt at støtte og kæmpe for</i>	<i>Medieret offentlighed</i> <i>Det synliges rum</i> <i>Uforudsigeligt rum</i> <i>Risici</i> <i>Opmærksomhed-søkonomi;</i> <i>Strategiske medier</i> <i>Usammenhængende og dramatisk information om politik</i> <i>Strategisk kommunikation</i> <i>Papegøjemetoden</i> <i>Priming</i> <i>Æstetisering</i> <i>Følelsernes positionering</i> <i>Logos, pathos og Ethos</i> <i>Positionering</i> <i>Politik som et servicekoncept og som branding</i> <i>Vælgeren som forbruger</i> <i>Fokus på egne valg og behov</i> <i>Symbolpolitik</i> <i>Realpolitik</i>

Figur 2: Analyseredskaber

Efter ovenstående diskussion af og redegørelse for den sociale praksis på et teoretisk niveau, vil jeg bevæge mig over i selve analysen af den politiske kommunikation.

Metodisk udgangspunkt for analyse

I det forrige blev den sociale praksis diskuteret og beskrevet på et overordnet niveau, hvor samfundsmæssige og mediemæssige forhold for den politiske kommunikation har været i centrum. Det følgende vil tage udgangspunkt i analysen af de politiske tekster som diskursiv praksis og kommunikativ begivenhed, der skal ses i sammenhæng med omverdenen. Herunder vil beskrives på et metodisk niveau, hvordan analysen er bygget op omkring Faircloughs tredimensionelle model.

Tekstanalysen (det beskrivende plan)

Inden for den kritiske diskursanalyse ses tekst primært som lingvistisk, men der også kan udvikles analysemetoder til andre semiotiske former, som er sameksisterende med sproget (Fairclough, 1995; 4), som eksempelvis kan være fotografier. I denne del af analysen vil jeg primært beskæftige mig med det rent sproglige, dvs. de formale træk i teksten, som i følge Fairclough skaber diskurser og genrer lingvistisk (Jørgensen et al, 1999; 82). Der forekommer billeder på partiernes hjemmesider, som kan bidrage til at forstærke de tekstuelle træk, men disse inddrages ikke i analysen, da projektets omdrejningspunkt primært er på politisk kommunikation på et sprogligt plan i forhold til italesættelser af politik mm. Dog refereres der et enkelt sted til en video på SF's hjemmeside, som uddyber noget i teksten.

Tekstanalysen foregår primært på et beskrivende plan. Men da teksten som nævnt er uløseligt forbundet med den diskursive og sociale praksis (jf. afsnittet 'Kritisk diskursanalyse'), kan det ikke undgås, at jeg også vil fortolke og forklare i tekstanalysen. I den forbindelse vil jeg flere steder referere til afsnittet 'Baggrund' for at underbygge tolkninger mm.

Herunder nævnes de analysebegreber, som anvendes i tekstanalysen. For uddybning af begrebernes betydning henvises til appendiks 2.

Begreber:

- Ordvalg
- Modalitet – kategorisk og objektiv
- Transitivitet
- Argumentation – påstand, belæg, hjemmel, rygdækning,
- Logos-appel, pathos-appel og ethos-appel
- Præsuppositioner

Struktur på tekstanalysen

Tekstanalysen bygges op omkring Mads Storgaard Jensens rationelle kalkule, som beskæftiger sig med symbolpolitik versus realpolitik (Jensen, 2007; 16f.). Den rationelle kalkule kan i nærværende projekt ikke afgøre om politikken, som formidles på Venstre og SF's hjemmesider primært er symbolsk eller realpolitisk i forhold til de reelle handlinger, som sker ude i samfundet. Jeg kan ikke alene ud fra kommunikationen vurdere dette. Men jeg kan undersøge om, der skabes sammenhæng mellem de forskellige dele af teksten. Altså om der ud fra de problemer og visioner, som fremlægges på hjemmesiderne, også formidles nogle konsekvenser i form af politiske tiltag, måder hvorpå partierne vil opnå forbedringer osv. Kalkulen kan dermed bidrage til at give svar på, om kommunikationen i sig selv er symbolsk, og om den formidler et realpolitisk indhold. Jo flere indikatorer på handling, jo større sandsynlighed synes der at være for, at der handles i virkeligheden.

Den rationelle kalkule indeholder følgende kategorier:

Problem/vision – politiske forslag tager udgangspunkt enten i et konkret problem, eller en overordnet vision for samfundet.

↓

Mål – politiske forslag skal også have nogle målsætninger i forhold til et konkret problem eller en vision. Målene kan ifølge Jensen være mere eller mindre abstrakt formulerede. Her henvises yderligere til vigtigheden i at have problemet på plads, for at kunne udstikke konkrete mål. Her synes det også vigtig - rent analysemæssigt - at forholde sig til, hvordan målsætningerne viser tilbage til de konkrete problemer.

↓

Midler – med problem og målsætning på plads kan man også beskæftige sig med hvilke midler, der skal til for at realisere målet.

↓

Resultat – for at et mål kan siges at være realiseret skal det gerne have en konsekvens i samfundet. (Jensen, 2007; 16f.). Derfor har jeg også valgt at omdøbe kategorien til **'Konsekvenser'**. Som nævnt kan konsekvenserne i nærværende speciale kun vurderes ud fra formidlingen. For SF's vedkommende er der nok heller ikke så mange konkrete resultater, fordi de ikke sidder i regering. Men alligevel synes det vigtigt, at man både hos SF og Venstre beskriver præcist, hvad man vil gøre, så vælgeren kan vurdere og tage stilling til politikken og dens kvalitet og effekt på CO₂-udledning og dermed også, om de vil stemme på dem.

De fire kategorier i kalkulen er tæt sammenvævede i teksten, og det er nogle steder svært at adskille de forskellige kategorier. Specielt synes midler og konsekvenserne svære at skille ad, og disse to har jeg også valgt at slå sammen i én kategori.

Herunder beskrives hvilken slags tekst, jeg vil arbejde med inden for de forskellige kategorier.

- I forhold til *problem og visioner* vil jeg primært inddrage tekst, hvori SF og Venstre formidler de problemer, Danmark og resten af verden står overfor i forhold til den globale opvarmning, og hvordan de ser Danmarks rolle i den henseende.
- I forhold *mål* vil jeg fokusere på de målsætninger og tal partierne fremlægger i forhold til, hvor store reduktioner i CO₂-udledning, hvor stor andel af vedvarende energi, vi skal have, og hvor meget energiforbruget skal reduceres.
- I relation til *midler og konsekvenser* vil jeg se på, hvilke midler partierne fremlægger for at opnå deres mål, og hvordan eller om der beskrives en reel konsekvens eller gives konkrete eksempler på præcist, hvad det vil betyde for vælgeren. Jeg vil her beskæftige mig med tekst, som er knyttet til den økotalistiske idé om markedsregulering og indgreb ud fra bæredygtighedsprincippet.

Via det overblik, kalkulen skaber, kan jeg også identificere de steder, hvor SF og Venstre italesætter deres politik og positionerer sig på lignende måder, og der hvor de er forskellige og fremhæve emner, som træder frem og som er spændende at arbejde videre med.

Diskursiv praksis (det fortolkende plan)

Den diskursive praksis knytter sig til både produktion, distribution og konsumtion og er, som nævnt, den praksis, der knytter teksten til den sociale praksis. I analysen af denne praksis undersøges hvordan både producenten – SF og Venstre - trækker på allerede eksisterende diskurser og genrer for at skabe en tekst. Jeg undersøger ikke empirisk vælgerens konsumtion af teksterne, men jeg vil forholde mig til, hvordan afsender appellerer til modtageren ud fra bestemte diskursive orienteringer og dermed kan være med til at konstituere og påvirke dennes holdninger, identitet mv. Analysen vil ligeledes indeholde refleksioner over distributionen i forbindelse med refleksioner over genren, eksempelvis i forhold til, hvordan forskellige genrer inden for medieverdenen har indflydelse på teksten.

Som kommunikativ begivenhed skabes teksten inden for en bestemt diskursorden:

Diskursordenen er summen af diskurstyper, som bruges inden for en social institution eller et socialt domæne. Diskurstyper udgøres af de diskurser og genrer, som bruges inden for en social institution eller et socialt domæne (Jørgensen et al, 1999; 80).

Genren kan i denne forbindelse karakteriseres som *"en sprogbrug som er forbundet med og konstituerer en del af en bestemt social praksis som fx en interviewgenre, nyhedsgenre eller en reklamegenre..."* (Jørgensen et al, 1999; 80).

Dermed vil jeg i analysen af den diskursive praksis også redegøre for, hvilken diskursorden de analyserede tekster kan placeres inden for og kort diskutere hjemmesiden som genre, samt hvilke andre genrer som synes at træde frem i teksten. I en forbindelse anvendes som nævnt Jens f. Jensens teori, men der trækkes også på begreber fra det foregående teoretiske afsnit.

Herudover vil jeg i redegørelsen for de diskurser, som træder frem i teksten, trække på begreberne *styrke*, *intertekstualitet* og *interdiskursivitet*. Forståelsen af begreber er uddybet i appendiks 2.

Social praksis (det forklarende plan)

Det er i analysen af den sociale praksis, at specialets hypoteser for alvor skal stå deres prøve. Her sættes SF og Venstres kommunikation i sammenhæng med omverdenen. Det handler med andre ord om, hvordan den diskursive praksis *"... reproducerer og forandrer viden, identiteter og sociale relationer, herunder magtrelationer, og som samtidigt formes af andre sociale praksisser og strukturer."* (Jørgensen et al, 1999; 77). Her kombineres tekstanalysen med en socialanalyse, på et makrosociologisk og forklarende plan, hvor tekst og diskurs sættes sammenhæng med samfundsmæssige og kulturelle processer og strukturer (Jørgensen et al, 1999; 78).

I analysen af den sociale praksis, vil jeg således reflektere over, hvordan den historiske og baggrundsmæssige viden fra afsnittet 'Case og baggrund' og de teoretiske refleksioner over samfund, kommunikation, medier osv. kan ses i sammenhæng med Venstre og SF's formidling af klima- og energipolitik. Tekstanalysen og analysen af den diskursive praksis vil danne fundament for en refleksion over hvorvidt, og hvordan den diskursive praksis reproducerer og/eller forandrer den måde, moderne politisk kommunikation foregår på i dag og derved om kommunikationen er med til at etablere en ny retning - et fælles klimaberedskab, og som formidles det til myndige samfundsborgere, eller om man opretholder den mere markedsorienterede kommunikation.

Netop fordi den diskursive praksis kan reproducere og forandre magtrelationer, vil jeg inddrage begrebet ideologi. Ideologi skal ses som betydning, der er med til at konstituere og vedligeholde magtrelationer (Jørgensen et al, 1999; 86f.)¹⁴. Ifølge Fairclough kan alle diskurser ses som ideologiske, hvori subjekter er ideologisk positionerede, hvilket ifølge Jørgensen mfl. kan gøre det "... svært at skelne, hvad der er ideologi, og hvad der ikke er det" (Ibid.; 86). Derfor trækker Fairclough på John B. Thompsons ideologibegreb, hvor ideologi ses mere pragmatisk - som praksis, der skaber betydningssystemer, som er med til at opretholde og vedligeholde magtrelationer (Ibid.; 86f.). Her nævner Thompson fem måder (på engelsk "*modes of operation*") med dertilhørende strategier, som kan fungere ideologisk (Thompson, 1990; 60ff.). I den forbindelse skal det også påpeges, at det ikke er sikkert, at strategierne er ideologiske. De givne omstændigheder for konstruktionen af strategierne, og modtagelsen af dem har betydning for, om der oprettes og vedligeholdes magtforhold (Thompson, 1990; 61). I nærværende speciale handler de magtforhold, der etableres og opretholdes som nævnt blandt andet om at mobilisere vælgerens opbakning og stemme inden for politik. Hvis der i den forbindelse anvendes ideologiske strategier, synes det blandt andet at kunne mindske vælgerens evne til at gennemskue kommunikationen og dermed mindskes også dennes deltagelse i demokratisk øjemed, hvilket som nævnt ses som en vigtig præmis i den politiske kommunikation, og for specialet. Dermed kan rollen som myndig samfundsborger også kompromitteres. Men som tidligere nævnt har vælgeren også selv en betydning i kommunikationssituationen. Vælgeren kan måske gennemskue konstruktionerne og derved nedbryde givne forsøg på magtudøvelse, og han kan selv stille krav til politik. I den forbindelse kan vælgeren som modtager af den politiske kommunikation også få betydning for om magtforhold etableres og opretholdes, men også i forhold til at kræve forandring i en ny retning både i forhold til form og indhold. Vælgerens betydning, kan jeg dog kun komme ind på rent teoretisk, da analysen som nævnt har sit omdrejningspunkt om produktionen af teksten, og derfor ligger fokus i analysen på at påpege de magtforhold, som fra politisk side forsøges etableret og opretholdt via betydningskonstruktioner i teksten. Jeg kan derfor kun reflektere over, hvilke symbolske konstruktioner som har ideologisk potentiale og dermed gøre givne diskurser mere ideologiske.

¹⁴ Dermed kan denne forståelse af ideologi skelnes fra den, som blev antydnet i indledningen, hvor økotalismen også blev betegnet som en ideologi, men i den forbindelse refererede begrebet i højere grad et idégrundlag.

Thompson kalder de fem måder, hvorpå ideologi potentielt kan operere for *legitimering, dissimulation, unifikation, narrativisering og reifikation* (Thompson, 1990; 60ff), hvilket er uddybet i appendiks 2. Inden for disse findes forskellige strategier, som er med til at oprette og vedligeholde ulige magtforhold. Ifølge Thompson er ovenstående måder for ideologi ikke de eneste, som har ideologisk potentiale i en tekst (Ibid.; 60).

I forhold til ovenstående vil jeg også diskutere, hvordan diskurserne står i forhold til hinanden. Ved at se på det indbyrdes og dialektiske forhold diskurserne imellem kan jeg også se, hvilke diskurser som indgår i hegemoniske kampe med hinanden og, hvilke der fremstår som de mest dominerende, og dermed har størst indflydelse på de holdninger og handlinger som formidles i den politiske kommunikation og derved hvilke holdninger og handlinger, som anses for mest acceptable hos henholdsvis SF og Venstre. Begrebet *hegemoni* er forklaret i appendiks 2.

Tekstanalyse

Denne analyse indeholder som nævnt en gennemgang af teksterne på SF og Venstres hjemmeside i forhold til klima- og energipolitikken, med særligt fokus på regulering og interventioner i markedet i klimaøjemed. Med udgangspunkt i den rationelle kalkule vil partiernes tekster blive gennemgået hver for sig inden for hver kategori i kalkulen og herefter blive sammenlignet inden en ny kategori gennemgås. Tekstanalysen munder ud i en refleksion over interessante elementer, som træder frem i teksterne. Refleksionen skal lede videre til analysen af den diskursive praksis.

Herunder nævnes først de tekster, som vil blive analyseret, og som er fundet på henholdsvis SF og Venstres klima- og energirelaterede sider, hvorefter tekstanalysen påbegyndes.

Venstres hjemmeside ved valget

Som nævnt var et af Venstres fokusområder ved valget i 2007, at *"Vi skal passe bedre på vores klima"*, hvilket blandt andet fremgik af siden 'Fokusområder' (Bilag 5p).

Der fandtes på daværende tidspunkt følgende tekster om klima og energipolitik på Venstres hjemmeside:

Fra forsiden var der link til siden 'Styrket indsats imod klimaforandringer' (Bilag 5d), med link til en pjece og til Venstres politiske udspil.

- Pjecen 'Vi skal passe bedre på vores klima' produceret for Venstre i 2007 (Bilag 5e).
- Venstres klimaudspil 'Styrket indsats mod klimaforandringer' (Bilag 5f).
- Venstre klimaannonce 'Vi skal passe bedre på vores klima' (Bilag 5g).

Klimaet indgik også i Venstres valgløfter:

- Siden 'Valgløfter' indeholdte blandt andet en introduktion til valgløftet 'Styrket indsats imod klimaforandringer' (Bilag 5h), men yderligere link til nedenstående tekst;
- Længere beskrivelse af valgløftet 'Styrket indsats imod klimaforandringer' (Bilag 5i).

Herudover fandtes seks spørgsmål under kategorien afsnit, miljø og energi', som var direkte relateret til klimaet:

- 'Hvornår får vi biobrændstof?' (Bilag 5j).
- 'Hvad gør I for at bremse de menneskeskabte klimaforandringer?' (Bilag 5k).

- 'Står skattestoppet i vejen for grønne afgifter og et renere miljø?' (Bilag l)
- 'Hvad mener Venstre om miljørigtig energi, som vindmøller og solenergi?' (Bilag 5m)
- 'Har I afsat en ny miljømilliard?' (Bilag 5n).
- Kan Danmark gøre en forskel?' (Bilag 5o).

Da mange af Venstres tekster gentager de samme budskaber, er det ikke alle de ovennævnte tekster, som er anvendt i analysen.

SF's hjemmeside

Klimapolitik er en af SF's tre mærkesager, som det fremgik af forsiden (Bilag 6a)

På SF's side findes følgende tekster, vedrørende klima- og energipolitik.

- 'SF's klimapolitik' (Bilag 6e) - som der blev linket til fra forsiden.
- 'Bæredygtig klima- og energipolitik' (Bilag 6f).
- 'SF's energipolitik' (Bilag 6g).
- 'Klima - spørgsmål og svar' (Bilag 6h).
- 'Kort om SF's energipolitik' (Bilag 6i).
- '100 konkrete forslag fra SF' "*... et fireårsprogram for en anden regering,*", hvor der også findes forslag relateres til klima og energi-politik (Bilag 6j).
- 'Pris på SF's klimapolitik' (Bilag 6k) (anvendes dog ikke i analysen, men lå der under valget.)

Udover ovennævnte tekster fandtes under valget også andre links til tekst om klima og energi:

- Ca. 30 links til beskrivelser af blandt andet arrangementer, debatindlæg, forskningsresultater, foredrag, klimaspil, politik og økonomi, som kan ses i relation til klima- og energiområdet.

Disse sider har jeg valgt ikke at medtage, af hensyn til specialets begrænsning og fordi disse tekster mere synes at udgøre ekstra information, som ikke nødvendigvis var et udtryk for SF's politiske holdninger.

I det følgende vil tekstanalysen påbegyndes med udgangspunkt i ovennævnte tekster.

Problem og visioner

Følgende afsnit beskriver først de problemer, som i teksterne knyttes til den globale opvarmning, hvorefter jeg vil komme ind på, hvordan henholdsvis Venstre og SF ser på Danmarks rolle og hvilke visioner, de har om Danmark som foregangsland.

Som nævnt gennemgås partierne hver for sig, hvorefter der samles op i slutningen af afsnittet.

Venstre og klimaproblemerne

Venstre anerkender, at vi har et problem med klimaet, hvilket nævnes flere steder på deres hjemmeside. Eksempelvis skriver de i pjecen, at:

"Vi skal passe bedre på vores klima"

Figur 3: (bilag 5e; 2)

og at

"Det er fastslået, at en del af årsagen til den globale opvarmning er menneskeskabt. Den del har vi et stort ansvar for at reducere."

Figur 4: (Bilag 5e; 2)

Første sætning synes at referere til Venstres lignende slogan *"Vi kan gøre det endnu bedre"* (jf. afsnittet 'Case og baggrund'). Sætningen synes at præsupponere, at *"vi"* allerede gør det godt selvom, vi kan gøre det bedre. I den forbindelse synes stedordet *"vi"* både at kunne referere til Venstre og modtageren - vælgeren i forhold til det *"ansvar"*, der berettes om. Dermed synes det både at kunne skabe et fællesskab mellem Venstre og vælgerne, men det kan også gøre det sværere at spore hvem af dem, som har ansvaret. Herudover skabes der en objektiv modalitet omkring *"den globale opvarmning"* som menneskeskabt, fordi passivsætningen *"Det er fastslået"* ikke refererer til Venstres subjektive holdning, men synes at præsupponere, at vi alle ved, at man her refererer til klimapanelets resultater, som en generelt anerkendt viden. Her vil jeg også fremhæve, at det *"ansvar"* der tales om, i forhold til en reduktion af den globale opvarmning, kun synes at gælde en *"del"* af opvarmningen, hvilket kan modificere anerkendelsen af ansvaret en smule.

I Venstres klimaudspil 'Styrket indsats imod klimaforandringer' knyttes klimaforandringerne til brugen af fossile brændstoffer, og her benyttes mere eksplicit ekspertviden i form af en direkte reference til både FN's klimapanel og Det Internationale Energiagentur til at fastslå problemets grund, som er at vores forbrug af:

"olie, gas og kul er langt den største kilde til udledning af drivhusgasser"

Figur 5: (Bilag 5f; 1)

I den forbindelse refereres der til FN's klimapanels resultater:

"FN's klimapanel fastslår, at menneskelig aktivitet har haft betydelig indvirkning på klimaet gennem de sidste årtier."

Figur 6: (Bilag 5f; 1)

Her bruges ekspertviden til at dokumentere problemet på baggrund af anerkendte fakta og dermed synes logos-appellen at være fremtrædende, hvilket kan få Venstre til at fremstå mere veldokumenteret og dermed også mere troværdig.

Venstre beskriver også konsekvenserne af klimaforandringerne, selvom beskrivelserne dog skal findes i bilaget til udspillet 'Styrket indsats imod klimaforandringer', hvor den globale opvarmnings følger nævnes:

"FN's Klimapanel har dokumenteret, at den globale opvarmning fortsat øges, og det går langt hurtigere end hidtil antaget. Følgerne heraf vil lokalt være dramatiske og uigenkaldelige. Værst ser det ud for de fattigste udviklingslande – og dét selvom de har bidraget mindst til problemet"

Figur 7: (Bilag 5f; 1)

FN's klimapanel bruges igen som autoritet, og hvilket også støttes op af ordet "dokumenteret" om den globale opvarmning som "øges" og "går hurtigere". Disse ord indikerer et drama, som venter, hvis vi ikke handler. Også ordene "dramatiske" og "uigenkaldelige" kan vække uro og angst, og dermed synes Venstre at anvende kraftig pathos-appel her. Yderligere anvendes det modale hjælpeverbum "vil", som skaber en kategorisk modalitet, og giver fuld tilslutning til udsagnet. Pathos-appellen ses også i referencen til "de fattige udviklingslande" og deres uforskyldte skæbne, som kan være med til at vække sympati og medfølelse for dem.

Her udover arbejder Venstre med et tidsperspektiv i forhold til, hvad vi kan se frem til, hvis der ikke sker noget:

"Samtidigt forventer det Internationale Energiagentur, at Verdens energiforbrug vil vokse med mindst 50 procent frem til 2030, hvis vi ikke ændrer politik."

Figur 8: (Bilag 5f; 1)

Sætningen bygger også på logos-appel, fordi ytringen om, at vi skal ændre politik underbygges med faktabaseret viden fra det Internationale Energiagentur. Her knyttes ansvaret for energiforbruget mere eksplicit til det politiske. Stedordet "vi" synes i denne forbindelse at kunne referere til politikere, i Danmark og i resten af verden, selv om det ikke fremgår helt tydeligt.

Venstre om energi og ressourcer

Energiforbruget knyttes af Venstre ikke kun til den globale opvarmning, men også til problemer omkring forsyningssikkerheden:

"Den globale olie- og gasproduktion bliver i stigende grad koncentreret i få og desværre ofte politisk ustabile lande og regioner. Dermed stiger verdens økonomiske afhængighed af disse lande. Afhængigheden af én leverandør og én energiform kan gøre os sårbare i fremtiden. Energipolitik og sikkerhedspolitik kan ikke adskilles."

Figur 9: (Bilag 5f; 1)

Her skabes en objektiv modalitet, fordi der bruges verbet "bliver" om olie og gasproduktionens koncentration i ustabile lande. Ved brug af ordet "desværre" gives et indtryk af, at det ikke er noget Venstre ønsker, men at det er et faktum, der ikke kan gøres noget ved, og som vi må forholde os til. Sætningen synes at danne belæg for de næste sætninger, omhandlende økonomisk afhængighed og sårbarhed. Her gøres problemerne globale, fordi "verden" og "os" drages ind i sammenhængen. Men dette "os" synes kun at omfatte de lande, som er afhængige af olien og ikke selve olie- og gaslandene, som i den forbindelse synes at sættes i en anden kategori under betegnelsen "én leverandør". Denne sætning kommer også til at virke som belæg for, at sikkerhedspolitik og energipolitik ikke kan skilles ad. Hele argumentationen benytter sig primært af ethos-appel, da den synes at ville slå på fornuftsbaserede ræsonnementer. Derved kan den få Venstre til at fremstå som velovervejede og ansvarlige i forhold til fremtidens udfordringer. Men Venstre synes også via ordene "ustabile lande og regioner" og "sårbare" at benytte sig af pathos-appel, som kan skabe en ængstelighed omkring Danmarks situation på sigt. Her synes Venstre indirekte at referere til tidligere kriser, som har stillet Danmark i sårbar position, som eksempelvis Muhammedkrisen.

Herudover fokuserer Venstre på udviklingslandene som problematiske;

"Verdens udviklingslande vil allerede i 2010 udlede mere end halvdelen af verdens drivhusgasser. Klimaforandringer er altså en global udfordring, som skal løses globalt."

Figur 10: (Bilag 5f; 3)

Her gøres der opmærksom på, at problemet ikke kun er dansk, men globalt. Udsagnet danner belæg for, at klimaforandringerne er globale, og problemerne skal løses globalt. Via nutidsformen "er" om klimaforandringer skabes en kategorisk modalitet omkring udsagnet, som også er objektiv og fremstilles som en almen gyldig sandhed ved, at afsender udelader personligt stedord i sætningen og derved ikke knytter udsagnet til sig selv.

Venstre og transportsektoren

Venstre forholder sig også til transportsektoren som et problem. Dog beskrives problemet meget nøgternt og konstaterende, hvilket kommer til udtryk i følgende citat, fra Venstres klimaudspil:

"Transportsektoren er i dag næsten 100 pct. afhængig af oliebaseerede brændsler og står for omkring 60 pct. af det samlede danske olieforbrug. Denne andel ventes at stige til 73 procent i 2030. Derfor har venstre en række konkrete forslag."

Figur 11: (Bilag 5f; 3)

Her anvendes af logos-appel til at redegøre for transportsektorens forbrug af fossile brændstoffer, fordi der atter bruges faktabaserede udsagn. Problemerne omkring transportsektoren bliver dog ikke uddybet yderligere, men de danner, som det fremgår af ovenstående, baggrund for nogle forslag¹⁵.

Venstre om Danmarks rolle og visioner for fremtiden

Venstre ser positivt på Danmarks nuværende rolle i forhold til klimaforandringerne, hvilket også træder frem i deres visioner for fremtiden. Overordnet set er partiet tilfreds med Danmarks energiforbrug. De mener, det er en flot bedrift, at DK ikke har øget sit energiforbrug siden 1970'erne, men at vi stadig kan gøre det bedre, hvilket blandt andet fremgår af pjecen 'Vi skal passe bedre på vores klima' (Bilag 5e; 2).

Under spørgsmålskategorien afsnit, miljø og energi' refereres også til Danmarks bedrifter i forbindelse med klima og energi. Her besvares spørgsmålet:

¹⁵ Venstres forslag vil blive taget op i afsnittet 'Midler og konsekvenser'.

"Hvad gør I for at bremse de menneskeskabte klimaforandringer?"

Figur 12: (Bilag 5k)

Blandt andet besvares ovenstående med at

"Vi gør en ambitiøs indsats..."

Figur 13: (Bilag 5k)

Der refereres også til, at det er et internationalt problem, som Venstre "presser på" for at skabe en fælles EU-politik omkring (Bilag 5k).

Den ambitiøse indsats beskrives ikke yderligere på siden, men der refereres til Danmarks rolle i forhold til klima og energipolitik:

"Danmark er i dag foregangsland. Vi er udstillingsvindue for, hvordan en ambitiøs energipolitik kan omsættes til virkelighed. Vi har i praksis demonstreret, hvordan fossile brændstoffer kan erstattes af vedvarende energi uden CO₂-udledninger. Med over 15 procent af energiforbruget baseret på vedvarende energi er Danmark blandt de lande i verden, der har den største andel af energiforsyningen baseret på vedvarende energi."

Figur 14: (Bilag 5k)

Venstre vedkender sig i første omgang kategorisk vores titel som foregangsland og udstillingsvindue, via modaliteten "er". Denne påstand underbygges med belægget om at vi har erstattet fossile brændstoffer med over 15 % vedvarende energi. Her benyttes også metaforen "udstillingsvindue" indikerende, at Danmark også er en forretning, hvor vi kan tjene på de energirigtige løsninger, vi udvikler og benytter os af og på den måde sættes Danmark og den indsats, der allerede gøres, i et positivt lys

I pjecen beskrives også Venstres visioner om Danmark, hvor der findes tilkendegivelser, som sætter Danmark i et positivt lys blandt andet ved at betegne landet med metaforen "rollemodel" (Bilag 5e; 2). Der argumenteres også for, at vi i Danmark kan:

"...gå forrest som et godt eksempel og vise resten af verden, at det er muligt at kombinere økonomisk vækst med en ansvarlig og fremadrettet klimapolitik."

Figur 15: (Bilag 5e; 1)

I denne passage refereres ikke direkte til, hvad "ansvarlig og fremadrettet klimapolitik" er. Men, som det fremgår, knyttes klimapolitik til "økonomisk vækst", som derved synes at blive fremhævet som vigtigt også i forhold til klimapolitik, hvilket kan indikere at visionerne også

skal være økonomisk rentable for at kunne realiseres. Andetsteds i brochuren beskrives Danmark som et foregangsland, hvor der mere direkte refereres til vores energiforbrug:

"Solen opvarmer Jordens overflade, som til gengæld sender energi tilbage til rummet. Denne energistråling, som udgør næsten hele det infrarøde spektrum, bliver fanget i atmosfæren af drivhusgasser som CO₂."

Figur 16: (Bilag 5e; 2)

Et uændret energiforbrug er altså en *"bedrift"* i sig selv, som underbygger påstanden om, at Danmark er et foregangsland. Dog efterlades der også plads til forbedringer i sætningen *"Men vi kan gøre det endnu bedre"* – som næsten er en ordret gentagelse af Venstres slogan, og som derved synes at styrke Venstres image som blandt andet ansvarlige og fremadrettede og skaber en sammenhæng i teksterne.

Vestre utrykker i deres klimaudspil også visioner i forbindelse med klimapolitikken, i tilknytning til problemerne med klima og energi:

"Derfor har regeringen præsenteret en ambitiøs klima- og energistrategi, som er styrket indsats mod klimaforandringer. Venstre ønsker at indfri de ambitiøse mål, som energistrategien sætter gennem en målrettet dansk klima- og energipolitik."

Figur 17: (Bilag 5f; 1)

Her knyttes *"regeringen"* transitivt via relationen *"har"* til en ambitiøs *"klima- og energistrategi"*, som de betegner som *"styrket indsats"*, der synes at præsupponere, at allerede gør en indsats men, at denne skal styrkes. Overordnet set synes ord som *"ambitiøs"*, *"strategi"* og *"styrket"* at skabe ethos-appel, der skal give regeringen (herunder Venstre) et troværdigt image, som nogen der allerede gør noget, og som tager ansvar for fremtiden, hvor der indirekte synes at blive svaret tilbage på den kritik, som har været af Venstre i forhold til nedskæringer inden for klima- og miljøområdet (jf. afsnittet 'Baggrund'). I næste sætning synes denne erklæring dog at svækkes lidt, ved at partiet anvender den transitive relation *"ønsker"*, som ikke synes at forpligte så meget som eksempelvis *"vil"* eller *"agter"*.

Ovenstående omhandlede Venstres syn på klimaproblemerne og deres visioner for fremtiden. Herunder vil jeg gennemgå SF's kommunikation omkring disse emner.

SF og klimaproblemerne

SF er knap så nøgterne i deres beskrivelser af klimaproblemerne. Generelt bruges der mere pathos-appel i SF's beskrivelse af klimaproblemerne. De indleder deres klimapolitiske

refleksioner på siden 'SF's klimapolitik', hvor klimaforandringerne knyttes til forskellige naturfænomener, som vi allerede ser i dag:

"Algesuppe, juleaften i regnvejr, oversvømmelser i Sydtyskland og Indien."

Figur 18: (Bilag 6e)

Med metaforen "Algesuppe" og ordet "oversvømmelser" skabes der en stærkt pathos-appel, som i denne forbindelse kan fremkalde nervøsitet og urovækkende følelser hos læseren. I denne forbindelse skriver SF også, at:

"Klimatruslen er en realitet og skal bremses."

Figur 19: (Bilag 6e)

Dette citat synes indirekte at gendrive eventuelle modargumenter i forhold til at se den globale opvarmning som menneskeskabt, og der synes dermed indirekte at blive refereret til tidligere skeptiske holdninger, som har været i klimadebatten (jf. afsnittet 'Case og baggrund'). Her skabes yderligere pathos-appel med ordet "trussel" som noget, der skal "bremses", hvilket kan forstærke bekymringen.

SF benytter sig af mange videnskabelige informationer som primært dokumenteres med referencer til klimapanelets rapporter, men der refereres også til andre videnskabelige tekster inden for klimaområdet. På siden afsnit – spørgsmål og svar' berettes blandt andet om drivhusgasser, tidshorisonter, konsekvenser mm. (Bilag 6h). Derved bygges argumentationen også på logos-appel. Et eksempel herpå, er hvordan der berettes om drivhuseffekten:

"Solen opvarmer Jordens overflade, som til gengæld sender energi tilbage til rummet. Denne energistråling, som udgør næsten hele det infrarøde spektrum, bliver fanget i atmosfæren af drivhusgasser som CO₂."

Figur 20: (Bilag 6h)

På siden refereres til kilden <http://environment.newscientist.com/home.ns> (Bilag 6h).

De mange videnskabelige referencer, som skaber logos-appellen synes at skulle få SF til fremstå som veldokumenterede og velinformerede på området. Logos-appellen kan derfor bidrage til et mere troværdigt image. I den forbindelse nævnes også klimapanelets guidelines¹⁶ i forhold til et tidsmæssigt perspektiv, og her holdes politikerne ansvarlige:

¹⁶ Her angiver SF kilde, som er klimapanelets rapport 'Mitigation of Climate Change', maj 2007, <http://www.ipcc.ch/SPM040507.pdf>

"Hvis der skal være en rimelig chance for at holde temperaturstigningerne under faregrænsen på to grader, skal verdens udledning af drivhusgasser begynde at falde senest fra år 2015, og omkring 2050 skal udledningen være reduceret med 50-85 % i forhold til år 2000. Med fastlæggelsen af de næste to-tre årtiers klimapolitik bliver nutidens politikere ansvarlige for, hvor varm en klode de næste generationer må acceptere."

Figur 21: (Bilag 6h)

Her kombineres videnskabelige fakta med pathos-appel via ordene "rimelig chance" og "faregrænsen", og der rundes af med en skærpet tidshorisont og påmindelse om ansvaret for fremtiden, som manifesteres via vendinger som "hvor varm en klode" og "de næste generationer må acceptere". Her synes SF at appellere til modtagerens medfølelse og moral. Som det også fremgår af citatet knyttes ansvaret direkte til "nutidens politikere" via relationen "bliver", hvor politikerne både synes at kunne være SF's egne folk, politikere generelt i Danmark og i resten af verden. Transitivitetten synes derved at være høj og skabe sammenhæng mellem politikere og ansvaret for klimaet, selvom det ikke præciseres hvilke politikere, der er tale om.

SF forholder sig også til økonomien i forhold til den globale opvarmning, hvor der også refereres til FN's klimapanel:

"... det kan blive endnu dyrere ikke at gøre noget."

Figur 22: (Bilag 6h)

I den forbindelse beskrives det, at infrastrukturen i verden, vil låses fast i et CO₂-forurenende energiforbrug, hvis der ikke handles nu, hvorefter det manifesteres at:

"... Senere indgreb vil således kræve langt mere dramatiske og dyre indgreb."

Figur 23: (Bilag 6h)

Ovenstående synes at gendrive modargumentation for, at vi ikke skulle have råd til at sikre os imod klimaforandringer, fordi det blot vil blive dyrere, hvis vi venter.

I forbindelse med ovenstående beskrives konsekvenserne af klimaforandringerne mange steder. Der introduceres også på siden SF's klimapolitik', hvor der argumenteres for, at problemet er globalt:

"Det er globalt og kan få katastrofale konsekvenser for hele verden."

Figur 24: (Bilag 6e)

Her synes SF indirekte at referere til FN's klimapanel's rapport, og der bruges kategorisk modalitet via verbet "er". Der anvendes også objektiv modalitet ved, at man udelader personligt stedord og bruger "Det" i stedet for "Vi mener, det er" eller lign. Derved beskrives ovenstående som noget, der er almen konsensus omkring. Yderligere skabes pathos-appel via ordene "katastrofale følger", som synes at understrege alvoren i udsagnet.

Denne kombination af faktabaserede oplysninger og pathosappell kan findes flere steder i SF's beskrivelser af klimaproblemerne og deres konsekvenser, hvilket synes at kunne skabe opmærksomhed omkring klimaproblemerne og vække bekymring hos modtageren.

SF og energi og ressourcer

På siden 'Energipolitik' forholder SF sig til problemet med forsyning i forhold til verdens stigende afhængighed af fossile brændstoffer, skadevirkningerne af dem og om vores ansvar for fremtiden:

"Vi bliver stadig flere mennesker på kloden og alle har behov for adgang til energi. Men kul, gas og olie er begrænsede ressourcer, den stigende efterspørgsel presser priserne op og skadevirkningerne ved forsat afbrænding af fossile brændsler i form af global opvarmning og lokal luftforurening er veldokumenterede. Energipolitik handler derfor i høj grad om, hvilke vilkår vi byder vor egen generation om blot 15-25 år og i særdeleshed de kommende generationer."

Figur 25: (Bilag 6g)

Her sammenkædes energiproblemer med ord som "mennesker på kloden", "priserne presses op", "skadevirkninger", "global opvarmning" og "luftforurening". Her trækkes på pathos-appel, som yderligere synes at kunne oprøre og skabe frustration over tingenes tilstand. Til sidst synes teksten at trække mere på ethos-appel med ordene "egen generation" og "kommende generationer" som kan vække moralske tanker og sympati med hinanden og derved også styrke SF's image som et ansvarligt parti, der tænker fremad både på os selv og andre. Her skabes også en kategorisk og objektiv modalitet omkring "Energipolitik" og dets tilknytning til de ovennævnte generationer via ordet "handler", som står i nutid og ved at udelade reference til afsender via personligt stedord. Herudover knyttes "vilkår" til "vi", via verbet "byder", og derved fremhæves aktøren i sætningen, som både synes at kunne referere til SF's folk og andre politikere i verden.

Herudover knytter SF, på siden 'Kort om SF's energipolitik', også energiforsyningerne til de politisk ustabile lande.

"Det er vigtigt at være så uafhængig af importerede brændsler som muligt. Afhængighed af importerede brændsler som olie, gas og kul giver alt for stor risiko på grund af faren for prisudsving eller ligefrem forsyningsstop. En meget stor del af verdens reserver af olie og gas findes i områder, der er politisk ustabile ligesom de i vid udstrækning ejes eller kontrolleres af store monopoler, der i kraft af dominansen har kontrol over priserne."

Figur 26: (Bilag 6 i)

Ovenstående forklarer, hvilke farer som ses i forbindelse med de politisk ustabile lande, hvor ordet "risiko" opgraderes ved at sætte "alt for stor" foran og dermed forstærkes modaliteten i udsagnet. Ved at bruge ordene "politisk ustabile" om forsyningsområderne skabes pathos-appel, som kan skabe en frygt for disse lande med "store monopoler" og "kontrol over priserne". Disse sidste oplysninger synes også at danne belæg for påstanden om risikoen for "prisudsving" og "forsyningsstop", hvilket igen danner belæg for, at vi skal være uafhængige af importerede brændsler.

SF og transportsektoren

SF ser også transporten som et problem og kritiserer i den forbindelse regeringen for ikke at have handlet på problemet, hvilket blandt andet fremgår af siden 'Klima – spørgsmål og svar':

"Trafikområdet er energiområdets problembarn. Vejtransporten står for 60% af det samlede olieforbrug i EU. Hvis ikke vi gør noget drastisk her, får vi aldrig bremset den globale opvarmning. Og Regeringen har intet gjort for at bremse denne udvikling."

Figur 27: (Bilag 6h)

Der refereres til den store andel af energi som transportsektoren står for, og området betegnes med metaforen "problembarn", hvilket synes at konnotere trafikken som et genstridigt område, der kan være svært at håndtere. I den forbindelse appellerer SF til, at vi skal gøre noget "drastisk", som synes at skabe patosappel omkring vigtigheden af handling, som forstærker kritikken af regeringen i den sidste sætning, hvor rollen som opposition også manifesteres. Den sidste sætning synes også at præsupponere, at SF taler om et politisk ansvar, fordi de kritiserer regeringen for ikke at have gjort noget.

SF om Danmarks rolle og visioner for fremtiden

SF ytrer sig også omkring Danmarks udvikling inden for vedvarende energi, hvor der blandet andet på siden 'Energipolitik' sættes fokus på vores forbrug af fossile brændstoffer:

"Danmark er kendt for sine mange vindmøller, men faktisk kommer 85 % af vores energi fra fossile brændsler (kul, gas og olie)."

Figur 28: (Bilag 6g)

I den forbindelse beskrives det også, at transportsektorens forbrug er værst.

Yderligere fortælles det her, at:

Vores udslip af CO2 pr. indbygger er et af verdens højeste og også derfor skal Danmark gå i front med udbygning med vedvarende energi og effektiv anvendelse af energi."

Figur 29: (Bilag 6g)

Den første sætning synes at gendrive det positive fokus på vindmøllerne, fordi andelen af fossile brændstoffer er meget højere, og derved sættes Danmarks indsats på klimaområdet i et mere negativt lys. Dette underbygges også af sætningen omkring CO2-udslippet pr. indbygger, hvor der skabes en objektiv modalitet ved at udelade at bruge personligt sted ord i tilknytning til udsagnet, og dermed refereres der til denne oplysning som en almenyldig sandhed.

SF ser også på vores uændrede energiforbrug som et problem, der skal gøres noget ved:

"Bruttoenergiforbruget (det vi fyrer ind i kedlerne og i transportsektoren) har været stort set uændret i 25 år. Nu er opgaven at få det ned."

Figur 30: (Bilag 6g)

Ud fra ovenstående ytring fremgår det, at succeskriteriet for SF er at få energiforbruget reduceret. Igennem ordet "opgaven" synes de at ville inkludere et nedsat energiforbrug i dagsordenen omkring den retning, Danmark skal gå i. Ved netop at bruge ordet "opgaven" synes SF også at skabe en nominalisering, fordi aktøren udelades i sætningen. Via denne udeladelse skabes også en objektiv modalitet, der synes at forstærke udsagnet som en almenyldig sandhed. I den forbindelse kan det også fremhæves, at SF som tidligere nævnt refererer til FN's klimapanel's anvisninger om, at vi skal reducere vores forbrug med 50 – 85 %, hvilket kan underbygge udsagnet.

I forhold til at ændre politik kritiserer SF, på siden 'SFs klimapolitik', regeringen for ikke at have gjort nok de sidste seks år, og forpligter sig selv på at gøre mere for klimaet:

"SF er parat til at tage ansvar for en langt mere realistisk og ambitiøs klimastrategi, som ikke alene retter op på seks års forsømmelser, men som også bringer Danmark i front, når det gælder klimavenlig trafik, forsyningssikker vedvarende energi og effektiv udnyttelse af energi."

Figur 31: (Bilag 6e)

SF benytter sig af ord som "ansvar", "realistisk", "ambitiøs" i forhold til at rette op på "forsømmelser". Citatet benytter sig med andre ord af ethos-appel, som kan skabe troværdighed omkring SF, og de positionerer sig overfor regeringen, herunder Venstre, som i samme sætning indirekte forbindes med "seks års forsømmelser". Via ordet "er" opbygges en kategorisk modalitet, som viser fuld affinitet for udsagnet omkring SF's planer, som også til sidst forbindes med ord som "klimavenlig trafik", "forsyningssikker" og "effektiv udnyttelse". Her synes SF også at trække på ethos-appel, som kan få SF til at fremstå som et bedre alternativ end regeringen.

Herudover tilkendes det kategorisk via nutidsudsagnet, at disse planer "bringer Danmark i front".

Opsamlende kan det siges, at SF og Venstre er meget forskellige i deres fremlæggelse af problemer og visioner i forbindelse med klimaet. SF benytter sig i høj grad af pathos-appel, kombineret med mange faktabaserede eksempler fra FN's klimapanel, hvor der skabes logos-appel. Denne blanding synes at give et nuanceret, men også meget dramatisk billede af klimaproblemerne. I den forbindelse drages også verdensbefolkningernes stigende behov for energi og forsyningsproblemerne ind i billedet. Som det fremgår, anvender SF også ethos-appel, som kan skabe et billede af dem som ansvarlige og ambitiøse, eksempelvis via ord som "ansvar", "klimavenlig trafik" og "effektiv udnyttelse", og derved som nogen, der kan gøre det bedre en regeringen.

Venstre er mere afdæmpede og kortfattede omkring klimaproblemerne og knytter det ligesom SF til forsyningsproblemer og verdens stigende energiforbrug. I den forbindelse problematiseres også vores stigende energiforbrug og de fattige landes stigende forbrug. Venstre benytter sig også af informationer fra FN's klimapanel, som er med til at skabe logos-appel og dermed dokumentere de problematikker der tages op. Herud over anvendes også ethos-appel eksempelvis ved brug af ord som "ansvar", "ambitiøs" og "fremadrettet",

hvilket kan bidrage til et troværdigt og ansvarligt image. Som det fremgår anvendes også mange gentagelser, blandt andet i form af vendinger, der minder om Venstres slogan, og som derfor yderligere synes at skulle styrke Venstres image. Pathos-appellen er som nævnt også brugt enkelte steder, men ikke i så høj grad som hos SF.

Partierne synes at positionere sig meget forskellige i forhold til situationen i Danmark og landets rolle som foregangsland. Dette ses blandt andet ved at Venstre ser det uændrede energiforbrug som en succes, hvor den stigende vækstkurve fremhæves, mens SF finder det mere problematisk, at vi i 25 år ikke har nedsat vores forbrug. Ligeledes synes de også at være uenige om, hvorvidt andelen af vedvarende energi er tilfredsstillende eller ej, hvor Venstre fokuserer på de 15 % vedvarende energi og SF på de 85 % fossile brændstoffer.

Derved synes partierne både at have nogle punkter, hvor de er enige, og nogle hvor de er meget uenige samtidigt med at der er forskel på den måde, problemer, visioner og Danmarks rolle fremlægges på. Om dette kommer til udtryk i målsætningerne vil fremgå af nedenstående.

Mål

Venstres og energibesparelser

Venstre italesætter både overordnede mål samt en mere konkret målsætning for energibesparelser, der blandt andet ses i klimaudspillet 'Styrket indsats imod klimaforandringer':

"Venstres mål er, at energiforbruget samlet skal falde (ekskl. Transport)."

Figur 32: (Bilag 5f; 2)

Ovenstående synes rent transitivt via verbet "er" at forpligte Venstre på målet om et "samlet" fald, hvilket synes at indikere en forpligtigelse.

I pjecen er der også fokus på energiforbruget, men her synes væksten at være vigtigst. Venstre skriver at:

"Også i de kommende årtier skal vi have økonomisk vækst, uden at vi bruger mere energi."

Figur 33: (Bilag 5; 2)

Denne sætning synes primært at forpligte Venstre på vækstområdet, men ikke på et fald i energi, og derfor synes Venstre på et overordnet plan at sende lidt tvetydige signaler.

Ovenstående afspejler meget generelle målsætninger, hvor det er svært at spore reelle tilkendegivelser, men Venstre har også en konkret målsætning, som formidles flere steder, blandt andet under klimaudspillet 'Styrket indsats imod klimaforandringer':

"Venstre vil blandt andet: Sikre gradvise energibesparelser ved at øge målet for energispareindsatsen til 1,4 procent årligt."

Figur 34: (Bilag 5f; 2)

Via verbet "vil" bruges en kategorisk modalitet, der viser høj affinitet for at "Sikre" "energibesparelserne", og der kommer konkrete tal på den årlige besparelse. Her tilkendegiver Venstre en forpligtelse på handling i forhold til energireduktion.

Venstre og vedvarende energi

Venstre har også sat sig mål omkring vedvarende energi både på et overordnet og langsigtet plan og på et mere konkret plan. På den langsigtede side, ytres det blandt andet i klimaudspillet at:

"Venstres langsigtede mål er, at vi skal være helt uafhængige af fossile brændsler."

Figur 35: (Bilag 5f; 1)

Her benyttes en kategorisk modalitet til at vise høj affinitet for udsagnet om Venstres mål. Dog synes dette modereret noget ved brug af ordet "langsigtede", som ikke fortæller præcist hvornår denne plan skal sættes i værk. Så selvom Venstre her taler om langsigtede mål, så synes denne målsætning ikke at skabe nogen reelle forpligtelser for Venstre.

Venstre fremlægger også, på siden 'Styrket indsats imod klimaforandringer' det langsigtede mål, at:

"Vi ønsker, at Danmark på langt sigt skal være selvforsynende med vedvarende energi."

Figur 36: (Bilag 5i)

Endnu et langsigtet mål, men hvor netop ordne "på lang sigt" gør transitiviteten svagere, fordi de repræsenterer et forbehold. Men der følges op af mere konkrete målsætninger. Venstre italesætter i forbindelse med ovenstående følgende målsætning omkring vedvarende energi:

"Derfor vil vi fordoble andelen af vedvarende energi, så vi når op på mindst 30 procent i 2025."

Figur 37: (Bilag 5i)

I denne sammenhæng synes ordet "vi" at vise tilbage til Venstre, som via "er" forbinder sig selv med handlingen "fordoble", og derfor skaber denne ytring en større forpligtelse fra Venstres side. Andre steder bruges ordet "foreslår" om fordoblingen og her er transiviteten svagere i forhold til forpligtelsen (Bilag 5e; 2).

Venstre og reduktion i CO2

Venstre udtaler sig også om målsætninger i forbindelse med en reduktion i udledningen af CO2, hvor der refereres til Kyoto-protokollen:

"Desuden har Danmark i perioden 2008-2012 forpligtet os til at reducere udledningen af CO2 med 21 procent. Dermed er Danmark – sammen med Tyskland – blandt de lande, som har forpligtet os til den største CO2 reduktion under Kyoto-protokollen. Det er der mange lande, der misunder os – og gerne vil lære af. Men vi kan gøre det endnu bedre."

Figur 38: (Bilag 5f; 1)

På baggrund af ovenstående kan det fremhæves, at forpligtelsen på de 21% er noget Venstre fremhæver som misundelsesværdigt, hvor de indirekte synes at referere til positionen som foregangsland. Venstre kommer ikke direkte ind på, hvorvidt denne reduktion er noget, de selv vil forfølge. Man kan dog ud fra udsagnet "Men vi kan gøre det endnu bedre", som er endnu en gentagelse af Venstre slogan, formode, at de vil gøre en indsats i forhold til forpligtelsen.

Venstre og transportsektoren

Venstre fremlægger også målsætninger omkring transportsektoren om end, de er meget overordnede. I klimaudspillet udtaler Venstre, i afsnittet "En mere bæredygtig transportsektor", følgende;

"På sigt skal vi være uafhængige af fossile brændstoffer. Det kræver, at vi finder måder at nedbringe transportsektorens totale afhængighed af olie."

Figur 39: (Bilag 5f; 2)

Her synes Venstre at skabe en transitiv forpligtelse på uafhængigheden via det modale hjælpeverbum ”skal”, som knytter ”vi” med handlingen ”være uafhængige”. Stedordet ”Vi” synes i denne forbindelse at referere til hele Danmark som samfund. Men der modereres også via forbeholdet ”på sigt”. Yderligere bruger Venstre også forbeholdet om, at ”det kræver...måder” for nedbringelse og derved synes tilslutningen til handlingen i udsagnet at modereres, og derved svækkes transitiviteten. Forpligtelsen, der ligger i denne målsætning, kan med andre ord betegnes som vag og ukonkret.

Ovenstående repræsenterede Venstres målsætninger og i det følgende vil jeg gennemgå og reflektere over SF’s målsætninger.

SF og energibesparelser

SF har også mål omkring energibesparelser, og fremlægger i den forbindelse mange forskellige tal på målsætninger. Dette kan virke forpligtende, men også forvirrende.

På siden ’Energipolitik’ italesættes ”SF’s bud” på en energistrategi, hvor de nævner, at bruttoenergiforbruget næsten har været uændret i 25 år (Bilag 6g). I den forbindelse skriver de at:

Vi skal have bruttoenergiforbruget ned med 20 % i 2025 - målt i forhold til forbruget i 2005.”

Figur 40: (Bilag 6g)

Energiforbruget er altså et af de parametre, som skal få CO₂-udsplippet ned. Noget som de via verbet ”skal” synes at skabe en høj transitivitet omkring, selvom stedordet ”vi” ikke præciseres og både kan referere til SF selv og til os alle sammen. Men i og med at der fremlægges konkrete tal synes det nemmere at hænge SF op på forpligtelsen i en situation, hvor SF kom i regering.

I et af de 100 konkrete forslag er SF også inde på tal omkring energibesparelser:

”I 2015 skal der spares 40 pct. af det samlede energiforbrug udenfor transportsektoren. I fireårsperioden opnås halvdelen af dette mål og der vedtages planer for besparelser på 50 pct. i 2025 sammenlignet med 2004.”

Figur 41: (Bilag 6j)

Ovenstående udsagn synes at være lidt diffust formuleret, og det er uklart, om de 50 % også er uden for transportsektoren. Tallene synes heller ikke at hænge sammen med ovenstående tal,

men dette skyldes nok, at man i ovenstående regner transportsektoren med. Årstallet, hvorfra man måler, er også forskelligt fra ovenstående, og kan derfor også forvirre lidt og sløre budskabet, hvilket ikke synes at fremme SF's troværdighed.

SF og vedvarende energi

SF har sat sig mål omkring vedvarende energi i 2025, som synes at være lidt højere end Venstres, men tallene er heller ikke helt nemme at forstå. Her fremlægges nogle tal, som er lidt højere end Venstres. På siden 'SF's energipolitik', fremlægges i afsnittet "*SF's bud på en energistrategi*" mål om:

"Vedvarende energi: 45 % af energiforsyningen (el, varme og transport) skal komme fra vedvarende energi i 2025."

Figur 42: (Bilag 6g)

Ovenstående vidner om, at man fra SF's side arbejder med lidt højere målsætninger end Venstre, om end det stadig kun er formuleret som "*bud*", hvilket synes at svække forpligtelsen til målsætningen lidt. I forbindelse med SF's mål for vedvarende energi formidles også andre tal i forbindelse med SF's 100 forslag:

"... 50 pct. af energiforsyningen og 80 pct. af elforsyningen skal komme fra vedvarende energi (VE) i 2025."

Figur 43: (Bilag 6j)

Her fremlægges igen tal som ikke synes at stemme overens med ovenstående eller i hvert fald er regnet ud på en anden måde, hvilket synes at skabe forvirring om, hvad SF egentlig mener, og derfor kan det også sløre tilslutningen til eget udsagn.

SF og reduktion af CO₂udslip

I tråd med ovenstående findes der også på siden 'SF's energipolitik' "*bud*" på en reduktion i CO₂:

"CO₂-reduktion: 50 % reduktion af CO₂-udslippet i 2025."

Figur 44: (Bilag 6g)

CO₂-udslippet synes at være det overordnede mål, der kan nås igennem de øvrige målsætninger om vedvarende energi og energibesparelser.

SF og transportsektoren

SF formulerer sig lidt kortfattet og ukonkret, når det gælder målsætninger omkring transportsektoren. På siden 'Energipolitik' indgår den også som et af "SF's bud på en energistrategi", hvilket fremgår af nedenstående:

"Transportsektoren: Biler skal køre længere på literen – meget længere. Gennemsnittet for en ny bil er i dag ca. 15 km pr. liter."

Figur 45: (Bilag 6g)

Der gives ikke nogle overordnede målsætninger på området i forbindelse med de klimapolitiske tekster, og dette "bud" synes at være formuleret meget overordnet og fremstår derved som et ukonkret forslag. Dog følges der op på forslaget, hvilket jeg vil komme ind på i afsnittet 'Midler og konsekvenser'.

Opsamlende kan det siges, at SF har nogle lidt højere målsætninger omkring energibesparelser og vedvarende energi end Venstre, hvilket også synes naturligt, når nu SF forholder sig mere kritisk til Danmarks rolle i forhold til klimaet. Begge partier synes også på nogle områder at være ukonkrete i deres målsætninger, og hos SF er der også forvirrende oplysninger. I forhold til CO₂-udslip formidler Venstre kortsigtede mål i forhold til år 2012 og SF på mere langsigtede til år 2025 og derfor synes sammenligningen vanskelig. Men på transportområdet er begge partier meget tilbageholdende med at love noget konkret. I det nedenstående vil jeg som nævnt fremlægge Venstre og SF's italesættelse af de midler, som skal opfylde målsætningerne, og hvilke konsekvenser, de har for vælgerne.

Midler og konsekvenser

Dette afsnit tager som nævnt udgangspunkt i de midler og konsekvenser af politik, som er tilknyttet reguleringer og indgreb i markedet på forskellig vis. Gennemgangen repræsenterer som tidligere nævnt ikke alle Venstre og SF's midler og konsekvenser i forhold til klima- og energipolitik, men man kan forestille sig, at den udvalgte tekst, også giver et billede af, hvordan resten af politikken formidles.

Venstre overordnet om reguleringer og markedsindgreb

Venstre ytrer sig omkring forskellige former for reguleringer og indgreb i markedet i klimaøjemed. På siden 'Står skattestoppet i vejen for grønne afgifter og et renere miljø' skriver Venstre eksempelvis følgende herom:

"Derfor ønsker Venstre, at energiafgifterne fremover skal følge prisudviklingen. Hvad der hentes i energiafgifter, gives tilbage via lavere skat på arbejde. Skattestoppet hindrer ikke, at man omlægger skatten, så det gavner miljøet hvis hver en krone gives tilbage ved at sænke andre skatter og afgifter."

Figur 46: (Bilag 5l)

Selve ytringen om, at energiafgifterne skal følge prisudviklingen, synes Venstre, ved brug nutidsverbet "ønsker", at vedkende sig kategorisk. Men netop ordet "ønsker" antyder også et forbehold, frem for hvis man havde brugt "vil gennemføre" eller lign., og derved synes forpligtelsen i udsagnet at blive svækket lidt.

I ovenstående gendriver Venstre også eventuelle skeptikers modargumenter for energiafgifterne, og her er vendingen "hver en krone" med til at forsikre vælgeren om, at denne ikke mister penge i den forbindelse.

Venstre om energibesparelser

I forbindelse med ovenstående giver Venstre også mere konkrete bud på energiafgifter, der kan få os til at spare. Blandt andet vil de:

"Regulere energiafgifterne årligt, så de følger inflationen. Dermed kan det betale sig at spare på energien."

Figur 47: (Bilag 5f; 2)

Ovenstående synes at være et middel, der er lidt mere konkret, fordi det knytter sig til inflationen og dermed indikerer en stigning i priserne. Men det beskrives ikke hvilke energiafgifter, der skal reguleres i forhold til hvilke energiformer, og præcist hvordan man gør dette.

Men Venstre har også flere planer for, hvordan vi skal spare på energien, hvilket fremgår af partiets pjece:

"Energiselskaberne skal spare mere på energien. Virksomheder og private skal have mulighed for at købe og sælge energisparebeviser. Og en kampagne skal få flere husholdninger til at udskifte udtjente oliekedler med energieffektive varmepumper."

Figur 48: (Bilag 5e; 2)

Den første sætning synes primært at være en konkretisering af, hvem som skal spare. Her knyttes *"Energiselskaberne"* transitivt via relationen *"skal"* til handlingen at *"spare"*. Næste sætning synes mere konkret at være en konsekvens af, at vi skal kombinere vækst med at spare, hvor *"Virksomheder og private"*, som bliver aktørerne i sætningen, skal opmuntres til at spare igennem energisparebeviser. Hvordan dette skal udformes, fremgår ikke af hjemmesiden, og derfor synes det at være diffust, hvilken konsekvens dette vil skabe for vælgeren, og vi får her ikke noget konkret billede af, hvad Venstre har af planer omkring dette. Herudover synes *"en kampagne"* også i højere grad at fungere som en opfordring frem for en reel konsekvens i samfundet. I den forbindelse synes der også at ske en nominalisering ved at afsender fjernes i sætningen, og aktøren synes at blive *"en kampagne"* der via relationen *"skal"* knyttes til handlingen *"få"* og endeligt til *"husholdningerne"*, som bliver aktører også. Derved bliver handlingen i højere grad knyttet til nogle ting, frem for Venstre. I forhold til varmepumperne skriver Venstre også i deres klimaudspil, at de vil

"... gøre det attraktivt at etablere flere varmepumper i husholdningerne."

Figur 49: (Bilag 5f; 2)

Ovenstående konkretiseres heller ikke yderligere, og det er svært at vide, om Venstre reelt vil skabe incitament for handling eller om, det er ovennævnte kampagne, der refereres til, og denne måde at formidle politik på synes at være et generelt træk hos Venstre.

Venstre og vedvarende energi

I forhold til at fordre den vedvarende energi via markedet forholder Venstre sig også på det overordnede plan, hvor det primært synes at være midler, som italesættes. Dette ses i klimaudspillet:

"Venstre vil blandt andet: Forøge støtten til biogas... gennemføre rationalisering af afgiftssystemet...og fortsætte liberaliseringen af reglerne for anvendelse af brændsler i el- og varmeproduktion."

Figur 50: (Bilag 5f; 2)

Venstre benytter sig af relationen *"vil"*, som skal knytte Venstre med de løfter, de fremsætter blandt andet i forhold til handlingen *"forøge"*, og dermed øges transitiviteten i første omgang. Venstre synes altså at forpligte sig på at gøre noget, eksempelvis andet igennem en øget støtte til biogas, hvilket synes at kunne gøre den mere attraktiv at købe og udvikle. Men igen findes ikke nogle tal for, hvor meget de vil øge støtten med, og derfor synes udsagnet at blive mindre

konkret. Ligeså synes ”rationalisering” og ”liberalisering” at være abstrakte begreber, som ikke konkretiseres yderligere, og hvor konsekvensen for vælgeren ikke ekspliciteres. Ovenstående emner synes at indikere fordele for forbrugeren, i form af økonomisk vinding i forhold til biogas og varmepumper, men hvor stor en fordel fremgår ikke. Ligeledes synes en rationalisering heller ikke at afsløre hvorvidt, det betyder fordele eller ulemper for forbrugeren, og hvilken effekt det muligvis måtte have for klimaet. Grundet de uklare udsagn synes at blive svært for vælgeren at gennemskue, hvad Venstre forpligter sig på, ud fra hjemmesidens informationer. Dog er der også enkelte mere konkrete eksempler, hvoraf jeg vil komme ind på nogle i nedenstående afsnit.

Venstre og transportsektoren

I forhold til målet om at nedbringe transportsektorens afhængighed af fossile brændstoffer, fremlægger Venstre flere midler, som også følges op af mere konkret beskrevet konsekvenser af politikken. I den forbindelse skriver Venstre i klimaudspillet om iblanding af biobrændstof i benzin og diesel. Denne form for indblanding kan også ses som et indgreb i markedet, fordi man sætter regler op for produkter, som skal sælges til forbrugeren:

”Venstre vil blandt andet: Fremme brugen af biobrændstoffer, så vi i 2010 iblander 5,75 procent biobrændstof i al benzin og diesel. Denne andel skal øges til 10 procent i 2020. Forudsat at der er udviklet tilstrækkeligt samfundsøkonomisk konkurrencedygtige og miljømæssigt bæredygtige teknologier, så er Venstre klar til at sætte bindende delmål tidligere end 2020.”

Figur 51: (Bilag 5f; 2)

Venstre synes i forbindelse med ovenstående transitivt at forpligte sig selv på at ville blande biobrændstof i benzin og diesel ved brug af verbet ”vil” i relation til ”Venstre”. Forpligtelsen på de mere ambitiøse 10 % inden år 2020 modereres dog via betingelsen om, at der skal udvikles teknologi til det.

Et andet mere konkret eksempel på et middel i klimaøjemed er, at Venstre også vil:

”Afgiftsfritage biler, der anvender brint som drivmiddel. Dette vil gøre Danmark særligt interessant for udvikling af denne teknologi.”

Figur 52: (Bilag 5f; 2)

Her fremlægges midlet om en reel fordel for forbrugeren, som får en billigere bil, og det knyttes an til Danmarks vækst, fordi netop ny teknologi synes at kunne sælges i udlandet.

Venstre formidler, på siden 'Står skattestoppet i vejen for grønne afgifter og et renere miljø?', også et konkret tiltag, som allerede er gjort:

"Eksempelvis har vi omlagt bilbeskatningen, så miljøvenlige biler er blevet over 20.000 kroner billigere og de mest forurenende biler er blevet markant dyrere."

Figur 53: (Bilag 5l)

Dette er en af de mest konkret beskrevne konsekvenser ude i samfundet, som formidles på Venstres hjemmeside, hvor også partiet som aktør træder frem via stedordet "vi", som via relationen "har" knyttes til handlingen "omlagt". Konsekvensen af handlingen udgør en fordel for forbrugeren, når denne skal købe ny bil og overvejer, hvilken der er mest rentabel. Dog synes ytringen om, at de mest forurenende biler er blevet dyrere at være mere ukonkret i forhold til, hvor meget dyrere de forurenende biler er blevet.

Venstre og det personlige ansvar

Selv om der foreslås reguleringer og markedsindgreb, så lægger Venstre også vægt på det personlige ansvar, hvilket som nævnt også fremgår flere steder i principprogrammet. I forhold til energiforbruget skriver Venstre følgende i pjecen:

"Samfundet kan investere, støtte og presse i den rigtige retning. (...) Men vi kan ikke regulere os ud af alting. Vi har hver især et personligt ansvar for en mere klimavenlig adfærd. I vores transport, i vores personlige energiforbrug og i vores indkøb."

Figur 54: (Bilag 5e; 2)

I den første sætning synes Venstre at træde ind i en mere opdragende og belærende rolle, som en aktør der ved, hvordan samfundet fungerer og belærer borgerne herom. Her synes ethos-appellen at være fremtrædende, og den kan få Venstre til at fremstå som fornuftig. Specielt ordene "regulere os ud af alting" synes at positionere Venstre i en mere alvidende rolle, hvor det også præsupponeres, at Venstre faktisk regulerer rigtig meget allerede. Om de rent faktisk også gør det, kan være svært at efterprøve da der, som det fremgår af ovenstående, ikke findes ret mange konkrete eksempler på reguleringer, hvor det virkelig er tydeligt, hvilke konsekvenser de vil have i samfundet og for vælgeren.

I næste sætning opfordres til det personlige ansvar. Her er knyttes "vi" via relationen "har" til "et personligt ansvar for en klimavenlig adfærd". I denne henseende er "vi" altså ikke kun politikerne, men alle borgere. Via ordene "klimavenlig" og "adfærd" manifesteres den

opdragende funktion, som skal forsøge at få vælgerne til at handle fornuftigt, på baggrund af nævnte argumentation.

I det følgende vil jeg komme ind på, hvordan SF italesætter midler og konsekvenser i deres politik.

SF overordnet om reguleringer og markedsindgreb

SF ytrer sig ligesom Venstre overordnet om indgreb i markedet, og her på siden 'Kort om SF's energipolitik' udtaler partiet sig både om mærkninger af produkter og afgifter, som er skatteneutrale:

"Produkter skal mærkes så man klart kan se deres energiforbrug (mærkning). Dette skal kombineres med produktafgifter, der gør de bedste produkter billigere og de dårligst dyrere. Det er skatteneutralt, da der er tale om en omfordeling mellem produkter"

Figur 55: (Bilag 6i)

I ovenstående kan konsekvenserne af "mærkning" og "produktafgifter" være svære at gennemskue, fordi der ikke står præcist, hvilke produkter som skal mærkes og hvilke afgifter på hvilke varer, der omtales. Herudover gendrives også eventuelle modargumenter for produktafgifter, og her kan ordet "skatteneutralt" være med til at sætte afgifter i et positivt lys, fordi det herved bliver pointeret, at der ikke skal betales flere penge, selv om man anvender produktafgifter.

SF omtaler også grønne afgifter på siden '100 konkrete forslag fra SF', hvor partiet foreslår, at man gennemgår de grønne afgifter i miljøet og sundhedens favør. I denne forbindelse synes partiet også at komme eventuelle modargumenter i forkøbet i følgende sætning:

"Hvis de mindste indkomster belastes heraf skal de kompenseres via personfradraget eller på anden vis"

Figur 56: (Bilag 6j)

Netop ved at de lægger vægt på, at nogle borgere kan "kompenseres", synes disse grønne afgifter at indikere, at der er tale om prisstigninger frem for lettelser, men det er ikke noget, som bliver udfoldet konkret i teksten.

SF og vedvarende energi

Af SF's hjemmeside fremgår ikke mange forslag, som direkte kan knyttes til reguleringer og indgreb, som kan fremme vedvarende energi, ud over i forbindelse med transportsektoren, som vil jeg komme ind på senere. Dog findes der et enkelt forslag på siden 'Kort om SF's energipolitik', som handler om krav til bebyggelse. Her "vil" SF at:

"Kravene til ombygninger og nybyggeri skærpes, så vi stiler mod lavenergibygninger og på sigt bygninger, der selv kan producere energi"

Figur 57: (Bilag 6i)

Dette forslag synes yderligere at manifestere den overordnede linje omkring de forslag, der italesættes. Hvad ordet "skærpes" præcist betyder synes ikke at fremgå af teksten, og konsekvensen af forslaget kan derfor være svært at gennemskue ud over, at det vil fremme bæredygtige boliger.

SF og energibesparelser

Om energibesparelser skriver SF på siden 'SF's klimapolitik' blandt andet at:

"SF vil arbejde for: (...) Energisparende forbrug gøres billigt - alle elpærer skiftes til sparepærer."

Figur 58: (Bilag 6e)

Her knyttes "SF" transitivt via relationen "vil" til handlingen "arbejde". Dermed forpligter de sig på at ville arbejde for en regulering i forhold til energiforbruget og elsparepærene. Igen er beskrivelsen dog meget overordnet, og det er uklart, hvad det billige energisparende forbrug indebærer, hvor lidt skal man bruge, før det er billigt, og hvor meget før det bliver dyrt osv. Forslaget med sparepærene konkretiseres lidt mere i en video, som ligger på siden, hvor Anne Grete Holmsgaard taler om, at SF vil have glødepæren og halogener ud af markedet, med undtagelse af nogle få som bruges i særlige formål og skifte dem ud med apæren og diodepæren (Bilag 6e). Hvordan dette skal ske berettes der dog ikke om. I forbindelse med ovenstående skriver SF på siden 'Kort om SF's Energipolitik' også, at de generelt mener, at man bør fjerne de mest energiforbrugende produkter fra markedet (Bilag 6i).

Ovenstående viser, at SF visse steder er mere konkrete i italesættelserne af de indgreb, som ønskes foretaget, men det synes stadig ikke at give vælgeren et fingerpeg om den samfundsmæssige betydning.

SF og transportsektoren

I forhold til transportsektoren har SF flere forslag til midler, som kan nedbringe energiforbruget og CO₂-udslippet. Her nævnes blandt andet bilafgifterne flere steder, og biobrændstof i benzinen er også nævnt. Et eksempel herpå er følgende udsagn:

"Bilafgifterne ændres, så det bliver billigere, at vælge en bil, der kører langt på literen og dyrt at vælge en benzinsluger. Der skal tilsættes 5 % biobrændstof til benzin i 2010 og 2. generations biobrændstof skal hurtigst muligt ind på markedet."

Figur 59: (Bilag 6g)

Ovenstående synes at ligne Venstres forslag, da SF også her både nævner bilafgifter og biobrændstof. Forslaget synes at tilgodese forbrugeren, som kan se frem til en billigere bil, hvis denne køber en, som kører langt på literen og en dyr, hvis han vælger en "benzinsluger". Metaforen "benzinsluger" skaber en negativ betydning omkring biler, som bruger rigtig meget benzin, og som SF derved synes at tage afstand fra. Dog er forslaget ukonkret, fordi der ikke sættes tal på initiativets videre implikationer. I forslaget om biobrændstof ligger ambitionerne lidt lavere end hos Venstre, men forslaget suppleres her med et forslag om mere 2. generations biobrændstof, som dog heller ikke konkretiseres yderligere.

SF argumenterer også på siden '100 konkrete forslag fra SF' for at gøre biobrændstof i benzinen "obligatorisk" (Bilag 6j), og dermed kan forbrugeren se frem til en lidt bedre samvittighed, når han kører bil, hvis SF får forslaget igennem. Her udover fremsætter SF også et helt konkret forslag om, at

"Rabatten på registreringsafgiften for biler på gule plader fjernes."

Figur 60: (Bilag 6j)

Dette forslag synes at give forbrugeren en mere nøjagtig viden, om hvad det vil betyde for ham, hvis han vælger en anden regering. Det er yderligere et forslag, som måske ikke vil falde i lige så god jord, som de andre forslag på siden.

Klima- og energipolitik inden for transportsektoren vedrører også den kollektive trafik. I den henseende forholder SF sig også til, hvordan politiske ændringer inden for den kollektive trafik kan bidrage til at mindske CO₂-udslippet i klima- og energipolitikken. Dette fremgår blandt andet på siden '100 konkrete forslag fra SF':

"...bus og tog. Taksterne i den kollektive trafik sættes ned med mindst 20 pct."

Figur 61: (Bilag 6j)

Her udover indeholder siden 'SF's klimapolitik et endnu mere konkret bud på prisen på en busbillet:

"...hvis det står til SF - 10 kroner for en busbillet i byerne."

Figur 62: (Bilag 6e)

Den første passage synes at give et generelt billede af SF's ambitioner, mens ytring nummer to giver et helt konkret eksempel på, hvad det vil betyde for forbrugeren. Via forbeholdet, "hvis", svækkes forpligtelsen dog og synes indirekte at henvise til, at SF ikke er i regering. SF synes - som det fremgår - at have mange forslag, men de stranded, med nogle enkelte undtagelser lidt som hos venstre, når de skal til at være konkrete.

SF og det personlige ansvar

Det område, hvor SF synes at være mest konkret, er i forhold til at italesætte det som, den enkelte kan gøre i forhold til at afhjælpe klimaproblemerne, hvilket fremgår af siden 'Kort om SF's energipolitik':

"Den bedste energienhed er den vi slet ikke behøver at bruge, fordi vi har indrettet os på en måde, hvor vi bruger energi med omtanke. Energibesparelser er godt for miljøet og det sparer den enkelte forbruger for udgifter. Nogle energibesparelser kan vi hente hjem ved at ændre adfærd: Huske at slukke for lyset, når vi forlader rummet, huske at slukke for computerskærmen, lukke ned for varmen om natten osv. Andre besparelser forudsætter, at vi bruger de mindst energiforbrugende produkter, når vi køber nyt, bygger om mv., hvad enten det er køleskabe, cirkulationspumper, mobil-opladere, biler eller noget helt femte."

Figur 63: (Bilag 6i)

SF synes ligesom Venstre at træde ind i den opdragende og belærende rolle, som også kan få SF til at fremstå som betænksomme og ansvarlige på borgernes vegne. I første sætning skabes en kategorisk modalitet og dermed høj affinitet for udsagnet om, fordelene ved ikke at bruge energi, via nutidsformen "er". Derved fremstår dette, som noget SF virkelig mener. I anden ledsætning skabes en forbindelse mellem "vi" og "os" via relationen "har" til verbet "indrettet" og derved skabes en fælles forpligtelse på handling, hvor er tydeligt, at ansvaret rettes mod borgerne i forhold til de handlinger, de udfører i forhold til at bruge energi og indkøbe nye produkter. Ord og vendinger som "omtanke" og "godt for miljøet" synes

yderligere at manifestere vigtigheden i at tage ansvar. Yderligere synes passagen at appellere til forbrugeren, fordi der også er nogle fordele ved at spare på energien.

Opsamlende kan det siges, at teksterne både hos SF og Venstre indeholder flere forslag. Men de fleste af dem synes at mangle beskrivelser af præcist, hvordan de vil udføre deres forslag, og hvilken konsekvens det har for samfundet og for borgeren. Nogle steder er det også svært at gennemskue, i hvor høj grad partierne rent faktisk forpligter sig på handling, fordi der netop hos SF og Venstre bruges ord som ”ønsker”, ”bud”, ”hvis” osv., som kan moderere tilslutningen til egne handlinger, hvor det andre steder er mere tydeligt at partierne rent faktisk vil gøre noget eller har gjort det (i Venstres tilfælde). Dog kan ordvalgene også ses som en erkendelse af, at det sjældent er muligt at få alle visioner gennemført i praksis, og at politik handler om kompromisser og handler.

I de enkelte forslag der er også mere konkrete beskrivelser af konsekvenserne af et givent forslag eller tiltag. Her synes det primært at omhandle fordele for forbrugeren i form af prisnedsættelser mm. SF har dog et enkelt forslag omkring gulpladerabatten, som måske ikke falder i så god jord hos forbrugerne.

Venstre SF og Venstre har en del sammenfaldende forslag, blandt andet i forhold til biobrændsel i benzinen, afgiftsændringer til fordel for miljøet mm. Der fremlægges også mere forskelligartede forslag. Eksempelvis ses hos Venstre forslaget om, at energien skal følge inflationen, og hos SF forslaget om, at de mindste indkomster skal kompenseres i forhold til høje energitakster. Dette synes at vidne om, at man henvender sig til forskellige befolkningsgrupper, hvilket jeg dog ikke vil komme nærmere ind på i nærværende speciale.

Herudover er det også interessant, at begge partier lægger vægt på det den enkeltes ansvar for handling, og at det hos SF er et af de steder, hvor partiet er mest konkret og præciserer den ønskelige adfærd.

Opsamlende refleksioner over tekstanalysen

Der er ligheder og forskelligheder i Venstre og SF's politikker, og der hvor de synes at være mest forskellige er i deres udlæggelse af klimaproblemerne. I denne forbindelse lægger SF vægt på at dramatisere problemerne i forbindelse med den globale opvarmning som noget, der kan gøre vores fælles fremtid meget usikker, og som vi har et moralsk ansvar for at rette op på. De problematiserer også Danmarks rolle, hvor de selv positionerer sig som meget mere ambitiøse end Venstre i forhold til den politik, som skal føres. Dermed synes SF i høj grad i italesættelsen af problemer og visioner, at lægge op til handling. Handling som også skal ske fra Danmarks side fordi, vi skal nedbringe vores CO₂-udslip.

I denne forbindelse synes Venstre at forholde sig mere nøgterne og afdæmpede omkring klimaproblemerne, selvom de stadig betragter dem som alvorlige, og som noget vi må tage ansvar for, i hvert fald delvist. Til forskel fra SF synes Venstre at betragte Danmarks rolle i denne sag som en foregangsrolle, og de lægger meget vægt på, at Danmarks vækst er sket uden at øge energiforbruget. Som det fremlægges her, synes der at være lagt mest vægt på den kommercielle succes Danmark har haft de sidste 30 år. Succeskriteriet for fremadrettet klimapolitik synes dermed i den forbindelse at være status quo, hvad angår CO₂-udslip. Et udslip, som i øvrigt synes at have en tendens til at være stigende (jf. afsnittet 'Baggrund'). Ansvar Venstre taler om synes yderligere at være et globalt ansvar, blandt andet med fokus på de fattige udviklingslande, der problematiseres i forhold til deres fremtidige energiforbrug. Det er altså vigtigere, man sætter fokus på de fattige lande, selv om det er lande som Danmark, olielandende og USA, der udleder mest CO₂ per indbygger på verdensplan? (jf. afsnittet 'Baggrund'). Man kunne næsten tro, at Venstre slet ikke ønsker handling, men som nævnt skriver de også, at vi har et ansvar, og at vi kan gøre det bedre. Der lægges også op til handling igennem problematiseringen af olie- og gaslandende som politisk ustabile. Hele gruppen af lande forsyningslande kategoriseres som én leverandør som kan gøre verden sårbar at være afhængig af. En lidt entydig måde at omtale andre lande på, men hos Venstre synes det netop at skabe incitament for handling i forhold til udvikling inden for vedvarende energi. Dermed synes der også hos Venstre at være incitament for handling. Et incitament som SF også deler, synes at skabe nogle tilsvarende generaliseringer omkring i forhold til at kategorisere de fleste forsyningslande som politisk ustabile.

I målsætningerne synes forskellen i problematiseringerne hos de to partier også at kunne spores i forhold til, hvor ambitiøse tal der fremlægges for nedbringelse af CO₂-udslippet. Her er det bemærkelsesværdigt, at Venstre ikke fremlægger egne ambitioner omkring vores CO₂-udslip, men henviser til vores forpligtelse overfor EU, som noget vi kan være stolte af. Yderligere har denne forpligtelse ikke meget hold i virkeligheden, hvis man ser på Danmarks let stigende tal i forhold til udledning af CO₂ (jf. 'afsnittet 'Case og baggrund'). SF fremlægger i den forbindelse egne målsætninger på området. På andre områder arbejder SF generelt med nogle højere tal for nedbringelse af energiforbruget, og for hvor stor en andel af vores energiforbrug, som skal komme fra vedvarende energi. Begge partier er dog tilbageholdende med at love noget angående transportsektoren. Her er målsætningerne meget overordnede og svagt formulerede, og virker dermed ikke så forpligtende overfor vælgerne. I den forbindelse er det interessant, at transportsektoren fremstilles som et stort problem SF, når der ikke for alvor kan findes konkrete med målsætninger i den forbindelse. Dog findes der alligevel flere forslag som retter sig imod transportsektoren hos begge partier.

Der hvor SF og Venstre synes at have flest ligheder er i forhold til de midler og konsekvenser, som fremlægges. Begge partier har forslag til hvilke midler, der skal tages i brug eksempelvis i forhold til afgifter, og her arbejder begge med flere forslag, forslag som måske ikke alle er lige populære, fordi de kan medføre højere afgifter. Men når det skal beskrives præcist, hvordan man vil føre forslagene ud i livet, og hvad det betyder for vælgeren, så er informationerne få. Der, hvor der vises konkrete eksempler på konsekvenser af politikken, handler det primært om de emner, hvor forbrugeren kan drage fordel af konsekvenserne, eksempelvis i form af en billig energivenlig bil eller en billig busbillet. Med andre ord synes begge partier ikke at fremlægge forslag, som griber ind i forbrugers frihed, med undtagelse af SF's enkelte forslag om at fjerne rabatten på biler på gule plader, hvorfor SF fremstår en anelse modigere end Venstre. Men overordnet set er det begrænset, hvor meget partierne tør bevæge sig ud på usikker grund og informere konkret om de konsekvenser, som måske ikke vil være helt så populære hos forbrugeren.

Herudover lægger der både SF og Venstre op til, at man tager et personligt ansvar, hvor der som nævnt hos SF findes meget konkrete beskrivelser af, hvad vælgeren selv kan gøre. Men her er der jo ikke tale om politiske handlinger, men forslag til hvordan vælgeren selv kan begrænse sit energiforbrug, hvilket synes problematisk ud fra de refleksioner, jeg har gjort mig i indledningen.

Samlet set kan det siges, at både problematiseringer, visioner, målsætninger og midler synes at komme lidt til kort, når det gælder formidling af konkrete konsekvenser. For SF betyder det, at der synes at være langt fra problematiseringen af den globale opvarmning og visionerne for Danmark til reel handling. For Venstre synes den mindre radikale fremstilling af problemerne og de positive italesættelser af Danmarks rolle at stemme bedre over ens med den unuancerede beskrivelse af, hvad de vil, og hvordan de vil gøre det. Det er i den forbindelse interessant, hvad det er partierne kalder seriøs politik. Det virker kun som brudstykker af politik, som fremlægges på hjemmesiden - i hvert fald hvad angår reguleringer og indgreb i markedet.

Den diskursive praksis

Ud fra tekstanalysen og ovenstående refleksioner redegøres herunder for de diskurser, som træder frem, og som er interessante at arbejde videre med i forhold til problemformuleringen, som jo netop omhandler italesættelse af og positionering omkring klima- og energipolitik i det senmoderne samfund. Inden der redegøres for diskurserne, vil jeg reflektere over den diskursorden som teksterne distribueres indenfor, og de genrer der trækkes på.

Partierne vil blive gennemgået efter hinanden inden for det enkelte afsnit, hvor der også vil være sammenlignende refleksioner.

Klima- og energipolitisk mediediskursorden

Den diskursorden som hjemmesideteksterne indgår i synes på et overordnet plan at foregå inden for medieverdenens diskursorden, fordi teksterne distribueres iblandt andre medier. Denne diskursorden har også betydning for den måde, teksterne udformes på, hvilket også vil fremgå af nedenstående afsnit om genre. Diskursordenen kan imidlertid afgrænses endnu mere i forhold til de udvalgte tekster, fordi de netop omhandler klima- og energipolitik, hvilket er med til at danne ramme om de emner, der tages op. Derfor har jeg valgt at kalde diskursordenen en klima- og energipolitisk mediediskursorden. Dermed udgør den klima- og energipolitiske mediediskursorden summen af de diskurser og genrer, som trækkes på inden for dette domæne, og som er med til at give mening til og forme ytringerne i de udvalgte tekster, som analyseres.

Genre

Det, at teksterne er hentet fra partiernes hjemmeside, har en betydning for teksterne. Jeg har netop valgt at arbejde med hjemmesiden som genre fordi, den rummer plads til, at afsender kan formulere sig præcist, som han vil og distribuere de budskaber, som denne finder relevant. Der er forskel på mulighederne i en hjemmeside og i en nyhedsartikel, hvor en journalist formidler og fortolker politikerens budskaber og derved også er med til at fratage politikerens noget af kontrollen med budskabet. Hjemmesiden synes også at rumme mulighed for at partierne kan give en mere informativ oplysning omkring holdninger, målsætninger, strategier, konsekvenser af strategierne osv. Med andre ord kan en hjemmeside give mulighed for, at vælgeren kan få et overblik over et partis politik og derud fra overveje om et partiets politik kan varetage vælgerens og samfundets interesser.

Netop fordi hjemmesiden er interaktiv, efterlader den også muligheder for, at vælgeren selv kan søge efter den information, denne ønsker – hvis den altså findes på en given hjemmeside. Dette betegner Jens F. Jensen som *konsultation*, hvilket er en af de funktioner en hjemmeside har (Jensen, 2000; 202). På hjemmesiden er teksten nemlig computermedieret og formet som en hypertext¹⁷, der blandt andet kan defineres ved, at de medier der benyttes er organiseret i en ikke-lineær struktur af links og notes i en computer eller et digitalt miljø (Ibid.; 32f.). Hyperteksten giver dermed mulighed for, at modtageren både kan læse en primær og overordnet tekst, men han kan også forfølge links til mere specifikke forklaringer af strategier mv. uden, at det går ud over det overordnede flow i teksten. Derved muliggøres en bred information om et partis politik, uden at det forvirrer og eller nødvendigvis får vælgeren til at miste interessen i forhold til den mere overordnede information, hvorfor hjemmesiden synes at have et demokratisk potentiale i forhold til projektets præmis om saglig information til den myndige samfundsborger.

Hjemmesidegenren synes på baggrund af ovenstående at afsløre meget om afsenders karakteristika og dermed også om et parti, fordi afsender selv vælger, hvordan denne vil udforme siden og udnytte de muligheder, hjemmesiden indeholder.

SF synes på nogle områder at gøre meget brug af de informative muligheder ved at informere grundigt om problemer i forbindelse med deres den globale opvarmning og argumenter for handling, hvilket fremgår af tekstanalysen. Men informationen kan som nævnt også komme til at fremstå en smule kaotisk med de mange links, som ligger på flere af undersiderne som refererer til alt muligt blandet, og de mange forskellige tal i forbindelse med partiets målsætninger (jf. afsnittet 'Tekstanalyse'). Dette øger ikke vælgerens mulighed for at gennemskue partiets politik.

SF synes også at trække på andre genrer på siden. Eksempelvis benytte som nævnt meget pathos-appel som synes at trække på en mere overordnet mediegenre, hvor *følelsernes appel* og *opmærksomheden* er vigtig (jf. afsnittet 'Problemer og visioner'). I den forbindelse synes SF også at trække på markedsføringsgenren, hvor varen er i centrum, netop fordi, der lægges vægt på de forslag som kommer den enkelte til gode i form af prisnedsættelser mv. I den forbindelse trækkes også flere steder på ethos-appel og logos-appel, som kan skabe et troværdigt image hos SF (jf. afsnittet 'Tekstanalyse').

¹⁷ Hyperteksten kan både forekomme som film, billeder, tekst i traditionel forstand mm(Ibid.; 32f.).

Venstre benytter sig i endnu højere grad af markedsføringsgenren, blandt andet *papegøjemetoden* med mange gentagelser af slogans og lignende sætninger, som en måde at *prime* valget. I den forbindelse har partiet også fokus på forbrugerfordele i form af afgiftsnedsættelser og på at skabe et troværdigt image via den udbredte brug af ethos- og logos appel. De har også informative træk, men informationen er som nævnt på et overfladisk niveau (jf. afsnittet 'Tekstanalyse'), hvorfor logos-appellen ikke synes at fremme den saglige information.

Opsamlende kan det siges, at SF udnytter hjemmesidens informative potentiale mest, men at der også trækkes på andre mediegenerer og markedsføringsgenren, som gør informationen overfladisk på vigtige områder, mens Venstre primært trækker på markedsføringsgenren og generelt har en mere overfladisk tilgang til stoffet.

Diskurser i klimapolitikken

Jeg har fundet frem til seks diskurser, som træder frem i teksterne. Disse diskurser kan med rimelighed placeres inden for de to overordnede rammer som projektets problemstilling rummer. Nemlig henholdsvis inden for en orientering imod almenvellet, hvor fællesskabet, overordnede samfundspolitiske hensyn og langsigtede økonomiske hensyn prioriteres, og inden for markedet, hvor status, vækst, forbrugerens egne særinteresser og mere kortsigtede økonomiske hensyn træder frem (jf. afsnittet 'Epistemologisk udgangspunkt'). Selv om disse diskurser har træk, der kan placere dem inden for de to rammer, er det alligevel svært entydigt at kategorisere de forskellige diskurser, fordi der kan være overlap og træk, som udfordrer de enkelte diskurser. Derfor skal de to rammer også primært ses som et analytisk skel, man kan tale ud fra, og som jeg vil bruge til at kategorisere de forskellige diskurser. De tre første diskurser kan placeres inden for en orientering imod almenvellet, mens de tre sidste diskurser kan placeres inden for en orientering imod markedet.

Videnskabelig klimadiskurs

Denne diskurs er affødt af at både Venstre og SF taler ud fra en anerkendelse af den globale opvarmning, og at den er et menneskeskabt problem, og dermed bekræfter de begge den årelange forskning, som er introduceret i afsnittet 'Baggrund'.

Inden for denne diskurs trækkes på intertekstuelle referencer fra blandt andet FN's klimarapport.

Som det fremgår af tekstanalysen, anerkender Venstre at:

"Det er fastslået, at en del af årsagen til den globale opvarmning er menneskeskabt."

Figur 64: (Bilag 5e; 2)

Her refereres indirekte til FN's klimapanel. Som nævnt i tekstanalysen refereres der også mere direkte til klimapanelet, og derved anvendes også manifest intertekstualitet, hvilket fremgår af følgende citat:

"FNs klimapanel fastslår at menneskelig aktivitet har haft betydelig indvirkning på klimaet gennem de sidste årtier."

Figur 65: (Bilag 5f; 1)

Som nævnt refereres der også i bilaget til udspillet 'Styrket indsats imod klimaforandringer', til virkninger som karakteriseres som "dramatiske" og "uigenkaldelige" (Bilag 5f; 6).

SF ytrer sig også inden for denne diskurs, hvor det blandt andet beskrives, at den globale opvarmning vil:

"...få katastrofale konsekvenser for hele verden"

Figur 66: (Bilag 6e)

Her trækkes indirekte på viden fra FN's klimarapport. SF bruger også mange manifesterede intertekstuelle referencer, hvor der hentes materiale til at beskrive problemets omfang og argumenteres for, at vi skal gøre noget drastisk. På siden 'Klima- spørgsmål og svar' refereres der til FN's klimapanel, blandt andet i følgende udsagn:

"Hvis der skal være en rimelig chance for at holde temperaturstigningerne under faregrænsen på to grader, skal verdens udledning af drivhusgasser begynde at falde senest fra år 2015, og omkring 2050 skal udledningen være reduceret med 50-85 % i forhold til år 2000."

Figur 67: (Bilag 6h)

Forskningen inddrages i stort omfang hos SF, og forstærkes som nævnt af en udbredt brug af pathos-appel, som kan vække opmærksomhed, og understrege alvoren og nødvendigheden for handling.

Inden for denne diskurs refererer SF yderligere til langsigtede økonomiske perspektiver, som hentes fra FN's klimapanelers rapporter, der som nævnt gendriver en mere kortsigtet økonomisk tankegang, i forhold at:

"... det kan blive endnu dyrere ikke at gøre noget."

Figur 68: (Bilag 6h)

Som nævnt i tekstanalysen udtaler SF, at infrastrukturen kan blive fastlåst i et CO₂-forurenende energiforbrug og at;

"... Senere indgreb vil således kræve langt mere dramatiske og dyre indgreb."

Figur 69: (Bilag 6h)

Dermed synes SF, inden for denne diskurs at lægge op til, at der må gøres noget snart.

Det er også inden for denne diskurs, SF argumenterer for, at Danmark ikke er noget foregangsland og at danske bedrifter på energi- og klimaområdet, ikke er imponerende. Her refereres netop til klimapanelets anbefalinger for reduktion i udslip af CO₂, som er 50-85 %, hvilket synes at kræve mere handling før, Danmark, med sit høje udslip af CO₂ pr. indbygger, kan kalde sig et foregangsland.

Denne diskurs er primært orienteret i forhold til den overordnede ramme, som almenvellet udgør, fordi den refererer til årsagen til global opvarmning og de konsekvenser, som klimaforandringerne får for verden - specielt hvis vi ikke gør noget. SF synes at være mest repræsenteret inden for denne diskurs, blandt andet fordi der på deres hjemmeside anvendes relativt mange videnskabelige referencer - primært fra FN's klimapanel. 'Videnskabelig klimadiskurs' kan således være med til at fremme handling til fordel for klimaet, hvilket nedenstående diskurs også kan.

'Energi- og sikkerhedsdiskurs'

Denne diskurs knytter energiproblemer med sikkerhedspolitik og ses både hos Venstre og SF. Hos Venstre fremgår diskursen eksempelvis af referencer til det Internationale energiagentur og beretter om et stigende energiforbrug, hvor der også er indikeret et politisk ansvar;

"Samtidigt forventer det Internationale Energiagentur, at verdens energiforbrug vil vokse med mindst 50 procent frem til 2030, hvis vi ikke ændrer politik."

Figur 70: (Bilag 5f; 1)

Venstre henter i denne intertekstuelle reference argumenter for politisk handling (jf. afsnittet 'Problem og visioner').

Inden for 'energi- og sikkerhedsdiskurs' trækker Venstre yderligere på interdiskursive referencer fra sikkerhedspolitikken, som eksplicit sættes i forbindelse med energipolitik. Her argumenteres det for, at vi på sigt kan blive økonomisk afhængige af nogle politisk ustabile forsyningslande, hvilket som tidligere nævnt fremgår af følgende citat:

"Den globale olie- og gasproduktion bliver i stigende grad koncentreret i få og desværre ofte politisk ustabile lande og regioner. Dermed stiger verdens økonomiske afhængighed af disse lande. Afhængigheden af én leverandør og én energiform kan gøre os sårbare i fremtiden. Energipolitik og sikkerhedspolitik kan ikke adskilles."

Figur 71: (Bilag 5f, 1)

I citatet problematiseres olie- og gaslandende, hvor der henvises til verdens potentielle "økonomiske afhængighed" som gør, at vi kan blive sat i en sårbar position. Her hentes argumenter ind fra en mere sikkerhedspolitisk diskursorden, hvilket kan udfordre den klima- og energipolitiske mediediskursorden. Dermed kan denne vinkel måske føre til forandring i måden, hvorpå vi ser på vores klima- og energipolitik, og skabe mulighed for at tænke langsigtet.

SF italesætter også en 'energi- og sikkerhedsdiskurs', hvilket eksempelvis fremgår af følgende udsagn:

"Men kul, gas og olie er begrænsede ressourcer, den stigende efterspørgsel presser priserne op."

Figur 72: (Bilag 6g)

SF refererer altså også til de begrænsede fossile brændstoffer, som gør olie og gas dyrt. Som det fremgår af tekstanalysen refererer SF yderligere til "afhængigheden af importerede brændstoffer" med risiko for "prisudsving" og "forsyningsstop" som følge af, at brændstofferne hovedsageligt findes de "... områder, der er politisk ustabile." (Bilag 6i).

SF anvender altså ord og argumenter, der ligner Venstres, men relationen til sikkerhedspolitik ses dog ikke ses helt så eksplicit som hos Venstre, hvorfor de interdiskursive referencer er mere implicite.

Diskursen er både for SF og Venstre et ståsted, hvorfra man kan argumentere for fornuften i at fremme vedvarende energiformer som eksempelvis biobrændstof og kan dermed også for handling på længere sigt.

Ansvar for fællesskabet diskurs

I teksterne træder også en diskurs frem, som binder i ansvaret for fællesskabet, hvor der argumenteres for, at vi også har et ansvar for hinanden og de fremtidige generationer. Et ansvar som inden for denne diskurs primært ses som politisk, om end det kan være lidt tvetydigt hos Venstre. Denne diskurs bidrager til at producere og reproducere et moralsk grundlag for handling, hvor den videnskabelige diskurs i højere grad hentede grundlaget i forskningen. I den forbindelse bliver fællesskabet og ansvaret for fremtiden det, virkeligheden konstrueres ud fra, og det som skal motivere til handling. Hos Venstre kan nævnes en sætning som:

"Vi skal passe bedre på vores klima"

Figur 73: (Bilag 5e; 1)

Ovenstående synes at referere til et fælles ansvar, hvilket ligeledes ses i nedenstående udsagn;

"Den del har vi et stort ansvar for at reducere."

Figur 74: (Bilag 5e; 2)

I denne forbindelse kan "vi" som nævnt både referere til vælgere og til politikere, og det er derfor ikke helt tydeligt, hvad Venstre mener, men som nævnt i 'energi- og sikkerhedsdiskurs' knyttes ansvaret også til politik via sætningen "hvis vi ikke ændrer politik", og dermed kan ansvaret også ses som politisk. Venstres slogan "Vi kan gøre det endnu bedre" (Bilag 5d), synes ligeledes at referere til at partiet vil gøre endnu mere.

Venstre referer som nævnt også mere direkte til regeringens ansvar, som motiv for handling;

"Derfor har regeringen præsenteret en ambitiøs klima- og energistrategi, som er styrket indsats mod klimaforandringer. Venstre ønsker at indfri de ambitiøse mål, som energistrategien sætter gennem en målrettet dansk klima- og energipolitik."

Figur 75: (Bilag 5f; 1)

Men steder andre ligger ansvaret i det globale samarbejde;

"Verdens udviklingslande vil allerede i 2010 udlede mere end halvdelen af verdens drivhusgasser. Klimaforandringer er altså en global udfordring, som skal løses globalt."

Figur 76: (Bilag 5f; 3)

I ovenstående problematiseres som tidligere nævnt de fattige lande som argument for at italesætte et globalt ansvar.

På baggrund af ovenstående kan det dermed siges, at ansvaret for fællesskabet kan motivere til handling. Men ansvaret både kan være politisk og knyttet til regeringen, men det knyttes også implicit til vælgerne, og eksplicit til det globale samfund, og derfor er det ikke helt tydeligt, hvad Venstre mener. Men diskursen synes alligevel at bidrage til at identificere partiet Venstre som ansvarsbevidst i relation til klima- og energipolitik.

SF trækker også på 'ansvar for fællesskabet diskurs', hvorinde for der tydeligere italesættes et politisk ansvar, eksempelvis i følgende passage:

"Med fastlæggelsen af de næste to-tre årtiers klimapolitik bliver nutidens politikere ansvarlige for, hvor varm en klode de næste generationer må acceptere."

Figur 77: (Bilag 6h)

I forbindelse med ovenstående refereres til et moralsk og politisk ansvar, hvilket også fremgår af nedenstående citat:

"Vi bliver stadig flere mennesker på kloden og alle har behov for adgang til energi... Energipolitik handler derfor i høj grad om, hvilke vilkår vi byder vor egen generation om blot 15-25 år og i særdeleshed de kommende generationer."

Figur 78: (Bilag 6g)

Her benyttes "vi" til at gøre problemet til et fællesproblem for hele verden, men ansvaret er politisk og manifesteres via ordet "energipolitik". Diskursen kan også identificere SF som et parti der, der tager ansvar for fremtiden. Dette pointeres også ved, at SF skriver at:

"SF er parat til at tage ansvar for en langt mere realistisk og ambitiøs klimastrategi, som ikke alene retter op på seks års forsømmelser, men som også bringer Danmark i front, når det gælder klimavenlig trafik, forsyningssikker vedvarende energi og effektiv udnyttelse af energi."

Figur 79: (Bilag 6e)

Her benyttes ord som "ansvar", "realistisk", "ambitiøs", som er med til at motivere for handling fra SF's side, hvilket også positionerer dem overfor regeringen og dermed også overfor Venstre. Hos SF italesættes der, ud fra diskursen, dermed et politisk ansvar samtidigt med, at diskursen skal identificere og positionere partiet i relation til klima- og energipolitik.

Ud fra 'ansvar for fællesskabet diskurs' positionerer begge partier sig altså som ansvarlige osv. og diskursen er også med til at manifestere et moralsk ansvar for handling, som er

politisk, om end det også kan tolkes mere tvetydigt hos Venstre. Begge partier italesætter imidlertid også diskurser, som kan fjerne fokus fra handling i politisk øjemed, hvilket nedenstående diskurs er et eksempel på.

Personligt ansvar diskurs

Både hos SF og Venstre italesættes også et personligt ansvar, hvorfor denne diskurs hedder 'personligt ansvar diskurs'. Herudfra italesættes et personligt ansvar for klimaproblemerne, som opfordrer til handling fra vælgerens side. Som nævnt har jeg placeret denne diskurs inden for markedet, fordi et frit marked også medfører et ansvar hos den enkelte (jf. afsnittet 'Overordnede samfundstendenser'). Men denne diskurs er svær at placere, fordi den også referer til et ansvar overfor klimaet og dermed også overfor fællesskabet. Alligevel er det ikke på et overordnet samfundspolitisk niveau, at der skabes incitament for handling. Hos SF træder diskursen frem i de råd, som gives på siden 'Kort om SF's energipolitik':

"Den bedste energienhed er den vi slet ikke behøver at bruge, fordi vi har indrettet os på en måde, hvor vi bruger energi med omtanke. Energibesparelser er godt for miljøet og det sparer den enkelte forbruger for udgifter. Nogle energibesparelser kan vi hente hjem ved at ændre adfærd: Huske at slukke for lyset, når vi forlader rummet, huske at slukke for computerskærmen, lukke ned for varmen om natten osv."

Figur 80: (Bilag 6i)

Her refererer "vi" som nævnt til os alle sammen som borgere og herved anvendes en indirekte brug af styrke, hvor vælgeren også opfordres til handling igennem de råd, som gives og igennem konstateringen af, at det er godt at spare på energien.

Hos Venstre refereres der mere direkte til det personlige ansvar. Venstre skriver som nævnt:

"Men vi kan ikke regulere os ud af alting. Vi har hver især et personligt ansvar for en mere klimavenlig adfærd. I vores transport, i vores personlige energiforbrug og i vores."

Figur 81: (Bilag 5e; 2)

Også her refererer "vi" til borgerne, som gøres ansvarlige for den globale opvarmning og opfordres til at ændre adfærd. Her anvendes også styrke, men på et mere indirekte plan, fordi Venstre ikke direkte opfordrer til at ændre adfærd. Men signalet er tydeligt fordi 'vi' som nævnt sættes direkte i forbindelse med "et personligt ansvar".

'Personligt ansvar diskurs' er altså med til at flytte ansvaret for handling over på borgerne hos både SF og Venstre. Nedenstående diskurs er i tråd med ovenstående med til at opretholde status quo på inden for klima- og energipolitik.

Vækst- og statusdiskurs

Det er kun Venstre, som italesætter 'vækst- og statusdiskurs' og i den forbindelse er diskursen med til at sætte fokus på Danmarks vækst og status, som dermed får en vigtig betydning hos Venstre. Diskursen er yderligere med til at producere og reproducere holdninger om, at Danmark er et foregangsland på inden for klima- og energipolitik. Dette ses blandt andet herunder, hvor Venstre udtaler at;

"Danmarks samlede energiforbrug er ikke steget siden 1970'erne, selv om vi har haft en markant økonomisk vækst. Det er en bedrift, der kun matches af Schweiz og Japan."

Figur 82: (Bilag 5e; 2)

'Vækst- og statusdiskurs' ses også i følgende passage:

"Danmark er i dag foregangsland. Vi er udstillingsvindue for, hvordan en ambitiøs energipolitik kan omsættes til virkelighed. Vi har i praksis demonstreret, hvordan fossile brændstoffer kan erstattes af vedvarende energi uden CO2-udledninger."

Figur 83: (Bilag 5k)

Som det fremgår italesættes herinde for argumenter for, at Danmark allerede er et foregangsland. Det synes også at være ud fra denne optik, at Venstre fremhæver de 15 % vedvarende energi, som Danmark får fra vedvarende energikilder, som noget positivt (jf. afsnittet 'Tekstanalyse'), frem for eksempelvis at fokusere på Danmarks høje CO2-udslip pr. indbygger.

Markedets logik synes i den forbindelse at dominere de holdninger, som produceres og reproduceres inden for 'vækst- og statusdiskurs', hvor væksten og status synes vigtigere en reel forandring på det klima- og energipolitisk område.

Som nævnt er det kun Venstre som trækker på denne diskurs. Men det betyder ikke, at SF ikke taler om, at vi skal være et foregangsland. Men som det fremgår af tekstanalysen er foregangsrollen ikke er noget, vi på nuværende tidspunkt har, men må handle for at opnå (jf. afsnittet 'Problemer og visioner').

Forbrugerdiskurs

Både SF og Venstre taler ud fra 'forbrugerdiskurs, hvilket eksempelvis kommer til udtryk i, at partierne anvender gendrivelse i forhold til, at energiafgifter, grønne afgifter osv. ikke øger skatten. Inden for denne diskurs sikres det, at forbrugeren ved, at han ikke kommer til at betale mere i det samlede regnskab, og at denne også kan få nogle fordele ud af politikken.

Det er som nævnt bemærkelsesværdigt, at de tiltag som både Venstre og SF beskriver i konkrete detaljer, netop er de forslag og tiltag, der tilgodeser forbrugeren.

Et eksempel her på er som nævnt, at Venstre præcist fortæller, hvor meget man kan spare på en miljøvenlig bil:

"... så miljøvenlige biler er blevet over 20.000 kroner billigere..."

Figur 84: (Bilag 5l)

Eksemplet viser, at 'forbrugerdiskurs' har betydning for, hvilke forslag og tiltag som får mest betydning i den samlede kommunikation, og får mere fokus i forhold til andre tiltag.

Hos SF kan det konkrete eksempel med prisen på en busbillet drages frem:

"... hvis det står til SF - 10 kroner for en busbillet i byerne."

Figur 85: (Bilag 6e)

Diskursen kommer hos SF også til udtryk ved, at der lægges vægt på fordelene ved, at det energisparende forbrug;

"... sparer den enkelte forbruger for udgifter."

Figur 86: (Bilag 6i)

Inden for denne diskurs lægges der altså både hos SF og Venstre vægt på at sælge klimapolitikken til forbrugeren i form af gode tilbud eller fordele¹⁸, hvilket også kan være med til at identificere og positionere partierne som forbrugervenlige.

Om ovenstående fordrer handling eller ej, kan diskuteres. Tiltag som er en fordel for forbrugeren er ikke nødvendigvis dårlige tiltag, som ikke kan gøre en forskel i klimaøjemed. Men hvis de tiltag som formidles kun omhandler forbrugerfordele synes det at give et meget unuanceret billede af de reelle muligheder, der ligger i reguleringer indgreb i markedet, og de reelle konsekvenser klima- og energipolitik kan få for vælgeren. Yderligere synes diskursen at være med til at opretholde en forestilling om at bæredygtighed og forbrug uhindret kan gå hånd i hånd og at den globale opvarmning næsten forbedrer vores muligheder på markedet.

¹⁸ Som nævnt findes en enkelt undtagelse hos SF i forslaget om fjernelse af rabatten på biler med gule plader.

Opsamling - diskursiv praksis

Som det fremgår af ovenstående, er der både diskurser, som kan fremme en klimapolitisk forandring og manifestere et politisk ansvar, som dog også nogle steder kan være lidt utydeligt hos Venstre. Der er også diskurser, som er mere orienterede imod det personlige ansvar, markedet, og forbrugeren. Diskurser som i højere grad peger i en anden retning og gør klimaproblemerne til et personligt ansvar og gøre klimapolitik til en forbrugermæssig fordel. Disse diskurser italesættes både hos Venstre og SF. Venstre trækker som nævnt også på den meget markedsorienterede diskurs, hvorudfra der sættes fokus på Danmarks økonomiske vækst, i højere grad end realiteterne i Danmark og dermed denne diskurs er med til at skabe et billede af Danmarks klimapolitik som succesfuld på baggrund af vores vækstkurve.

På denne baggrund kan det siges, at der både findes diskurser, som fremmer forandring og handling i klimaøjemed og diskurser, som opretholder status quo.

Den sociale praksis

Som nævnt er det i denne del af analysen, at hypoteserne skal stå deres prøve. Altså skal analysen give svar på hvorvidt teksterne hos henholdsvis SF og Venstre reproducerer de tendenser som ses inden for politisk kommunikation i relation til den bredere samfundsmæssige kontekst. Altså om kommunikationen fungerer som markedsføring, der udelukkende holder sig på et æstetisk og symbolsk plan eller om de også indeholder mere informerende og realpolitiske træk, hvor der også fremgår konsekvenser af politikken, og derved også indikeres handling i klimaøjemed. Det skal også forklares, hvorvidt de diskurser, som træder frem i teksterne er orienteret imod markedet med fokus på status, kortsigtede gevinster, identifikation af vælgeren som forbruger med fokus på dennes behov og krav behov, eller om der også italesættes et større fælles samfundsmæssigt perspektiv med almenvellet som refleksionshorisont, hvor klimaet også har høj prioritet.

Afsnittet struktureres omkring en gennemgang af diskurserne, hvor det forklares, hvordan de er med til at reproducere og/eller forandre den bredere sociale praksis, både på et teoretisk og praktisk niveau. I relation hertil inddrages en diskussion af, hvordan der i teksterne benyttes ideologiske strategier. Efter gennemgang af hvert parti reflekteres det kort over, hvilke diskurser som har det største hegemoniske potentiale, og derved synes at få størst betydning i teksterne.

Partierne gennemgås som nævnt hver for sig og sammenlignes i en opsamling, hvor der også diskuteres hvorvidt, og hvordan specialets overordnede hypoteser kan be- eller afkræftes.

Venstre

Som nævnt træder seks diskurser frem hos Venstre, hvoraf tre af dem primært er orienteret imod almenvellet og de andre tre imod markedet. Diskurser som både reproducerer og forandrer den sociale verden, og som i større eller mindre grad synes at være ideologiske og trække på ideologiske strategier.

Når Venstre trækker på 'videnskabelig klimadiskurs' anerkendes de resultater, som FN's klimapanels forskere er kommet frem til. Som nævnt er denne anerkendelse forholdsvist ny hos Venstre og bunder i de sidste års forandring fra at være skeptiske overfor den

menneskeskabte globale opvarmning til i dag, hvor de giver klimapanelets forskere ret. Dermed er 'videnskabelig klimadiskurs' et tegn på forandring hos Venstre. En forandring som kan være med til at sætte fokus på klimaet som et *fælles anliggende*, vi må gøre noget ved. Derved kan der måske også skabes baggrund for handling og mere strukturelle ændringer, som politiske strategier kan medføre.

Diskursen er også med til at bidrage til en *identitet* hos Venstre som et mere grønt parti, og dermed kan Venstre *positionere* sig overfor de vælgere, som allerede er grønne, men også være med til at flytte holdninger hos vælgerne, som måske ikke er så klimabevidste og yderligere imødekomme noget af den kritik fra, der har været af partiets klimapolitik.

Ovenstående diskurs er sammen med diskurserne 'energi- og sikkerhedsdiskurs' og 'ansvar for fællesskabet diskurs' med til at fremme Venstres argumentation for, at partiet rent politisk tager et ansvar. Et ansvar, som medfører nogle ændringer på et overordnet plan i forhold til at øge andelen af vedvarende energi og sikre energibesparelser og et reduceret CO2-udslip. På den baggrund er der altså umiddelbart grundlag for, at man kan opbygge et *fælles beredskab*.

Inden for 'energi- og sikkerhedsdiskurs' synes Venstre også at anvende en ideologisk strategi, som skal styrke denne diskurs ved netop at generalisere alle forsyningslandene til "*én leverandør*", der betegnes som "*ustabile*". Dermed anvendes den ideologiske måde, Thompson kalder *Fragmentering*, hvorinde for strategien *udelukkelsen af andre* kan få alle forsyningslande til at fremstå som en trussel. Derved konstrueres et antagonistisk forhold mellem forsyningslandene og resten af verden, og derved skabes et 'os' og et 'dem', som styrker resten af verdens sammenhold imod denne gruppe. Denne baggrund er med til at styrke politiske strategier, der skal gøre os uafhængige af disse lande. Som nævnt kan denne diskurs være med til at fremme et hensyn til almenvellet, i forhold til klimaet, men den fremmer ikke forholdet mellem Danmark og forsyningslandene eller vælgerne's åbenhed overfor disse lande.

Hvor ovenstående diskurs, selvom den trækker på ideologiske strategier, kan styrke klimapolitikken, så er der i 'ansvar for fællesskabet diskurs' træk, som svækker tilslutningen til diskursen hos Venstre. Dermed svækkes også det umiddelbare grundlag som diskursen ellers kunne skabe i forhold til at opbygge et *fælles beredskab*.

Diskursen indeholder både elementer, hvor Venstre beretter om deres ambitiøse strategi og på den måde synes at vedkende sig et politisk ansvar, men som nævnt er der også ytringer, som

slører tilslutningen til diskursen og det moralske ansvar. Blandt andre er brugen af "vi" hyppig uden dog at adressere dette "vi" til en bestemt aktør eller en gruppe. Dette ses som nævnt flere steder i forbindelse med "*Vi kan gøre det endnu bedre*", "*Den del har vi et ansvar for...*" osv. I den henseende synes det i højere grad at handle om, at Venstre vil *positionere* sig som ansvarlige og klimavenlige, ved blandt andet at anvende *papegøjemetoden* og sætte fokus på et bestemt tema igennem de mange lignende ord, begreber og sætninger. Men denne strategi synes også at fungere ideologisk, som *dissimulation*, med brug af en *synekdoke* som strategi fordi, betegnelsen "vi" i denne sammenhæng refererer til en større enhed som identificeres med ansvaret frem for, hvis Venstre refererede til sig selv som aktør. Derved sløres *gennemsækeligheden*. Netop dette forhold omtaler Johannes Andersen som nævnt også, og i den forbindelse bliver det sværere for vælgerne at bedømme den reelle politik og gøre Venstre ansvarlig for deres tilkendegivelser.

Netop 'ansvar for fællesskabet diskursen' synes også at være under indflydelse af 'personligt ansvar diskurs', hvorfra Venstre som nævnt taler for, at "vi" som borgere også har et personligt ansvar for at ændre adfærd og dermed flyttes fokus fra det politiske ansvar. Inden for denne diskurs antager Venstre som nævnt en mere alvidende rolle, i forhold til vælgeren, der opfordres til at ændre adfærd. Denne måde at henvende sig til vælgeren på synes også at have ideologisk potentiale. Her synes partiet at anvende den ideologiske strategi *legitimering*, hvor man via strategien *rationalisering* argumenterer for, at "... *vi kan ikke regulere os ud af alting*". En påstand der som nævnt præsupponerer, at der reel gøres meget i reguleringsøjemed. Men vælgeren har som nævnt ikke, på baggrund af materialet på hjemmesiden, så stor mulighed for at *gennemskue* og *vurdere* disse reguleringer, da beskrivelserne af dem ikke er konkrete i ret mange tilfælde. Med andre ord anvendes der argumenter, som vælgeren ikke for alvor kan efterprøve, hvor ud fra det personlige ansvar legitimeres. Derved kompromitteres også vælgerens autonomi og indflydelse i demokratisk sammenhæng.

'Personligt ansvar diskurs', synes yderligere at være med til at reproducere den *individualisering*, som ses i samfundet, hvor individet er overladt til sig selv, selv må tage ansvar for eget liv og træffe egne valg, hvilket både Anthony Giddens, Henrik Kaare Nielsen og Johannes Andersen refererer til. Nielsen påpeger, at det er afgørende, hvordan individet skaber *identitet* enten som via orientering imod *marked* eller *almenvællet*. I den forbindelse er

'forbrugerdiskurs' og 'vækst- og status diskurs' begge orienterede imod markedet og trækker derfor identitetsdannelsen både på det kollektive og det individuelle plan i denne retning.

'Forbrugerdiskurs' er som nævnt også repræsenteret flere steder hos Venstre. Diskursen synes at være med til at forstærke den tendens, som ses i samspillet mellem politikere og vælgere netop fordi, den er orienteret imod at opfylde vælgerens *legitime behov*, som Andersen påpeger og derved konstitueres en *konsumentidentitet*, som Nielsen er inde på. På den måde forstærkes en identifikation af *vælgeren som forbruger* og af Venstres politik som et *servicekoncept*. Der kan også argumenteres for at diskursen reproducerer opfattelsen af, at man både kan handle klimavenlig og fortsætte forbruget som hidtil, netop fordi partiet ikke beretter eksplicit om de begrænsninger, som hentydes til i form af eksempelvis energiafgifter. Som nævnt gendrives også angsten for at skulle betale mere i skat, sådan forbrugeren får vished om, at denne ikke får færre kroner på lommen. Forbrugerdiskursen synes dermed også at reproducere tendensen til de mange *valg og færre forpligtelser*, som Johannes Andersen beskriver. Selvfølgelig refererer 'personligt ansvar diskurs' til individets eget ansvar, hvilket kan ses som en personlig forpligtelse, men en forpligtelse som overlader individet til selv at ændre adfærd. En adfærd, som vi ifølge Jesper Bo Jensen kan ændre i en periode, fordi det kan være en del af en trend at handle klimavenlig, men som vi ikke kan opretholde i det øjeblik at klimatrenden skulle være ovre (jf. afsnittet 'Indledning').

Ovenstående diskurser understøttes som nævnt også af 'vækst- og statusdiskurs', hvor der argumenteres for, at Danmarks kan ses som et foregangsland, så længe vi har vækst uden at bruge mere energi. Ud fra denne diskurs synes netop begreberne vækst og foregangsland at være vigtigere end det fundament, som de skal bygges på - nemlig bæredygtigheden. Om end det er sat på spidsen, så synes ovenstående at være med til at etablere og opretholde opfattelsen af, at bæredygtighed kan fungere på markedets præmisser, hvor vækst og status har størst prioritet. 'Vækst og status diskurs' synes også at indeholde en ideologisk strategi, netop fordi status quo inden for energiforbrug *legitimeres* med den vækst, Danmark har haft. Med andre ord anvendes strategien *rationalisering* fordi, der skabes rationelle argumenter for, at Danmark allerede er et foregangsland på klimaområdet, en status som synes at være løsrevet fra de fakta, som er fremlagt i afsnittet 'Baggrund', hvor der eksempelvis er beskrevet de store nedskæringer, den nuværende regering har udført i forhold til prioritering af miljø og klima samt, at Danmark har et højt CO₂-udslip pr. indbygger. Dermed synes Venstre i italesættelsen af 'vækst- og statusdiskurs' ligeledes at reproducere orienteringen

imod markedet, og bekræfte forbrugerne i, at de blot kan fortsætte som hidtil, så længe de også tænker på deres eget ansvar.

Hegemoni i diskurserne hos Venstre

På baggrund af ovenstående kan det konkluderes, at de seks diskurser påvirker hinanden på forskellig vis. Som nævnt findes der både diskurser, der er orienterede imod almenvellet og diskurser, som er orienteret imod en vedligeholdelse af markedet. Med andre ord indeholder teksterne hos Venstre det modsætningsforhold, som ses i det senmoderne samfund mellem marked og civilsamfund. Et modsætningsforhold som også er repræsenteret i idéen om økotalisme, og som kan argumenteres at være forudsætningen i forholdet mellem marked og bæredygtighed. Men som nævnt er det balancen mellem de to, som er vigtige for hvilket budskab, der sendes ud til vælgeren.

I den forbindelse er der en tendens til, at de markedsorienterede diskurser har størst hegemonisk potentiale. Selvfølgelig har de andre diskurser også en plads, i hvert fald i forhold til statuering af holdninger, og derfor indgår markedsdiskurserne også i et hegemonisk forhold med de diskurser som er rettet imod fællesskabet, hvor klimaet netop har høj prioritet. Men i og med at der kun ses få konkrete forslag og ikke nogle forslag, som for alvor refererer til begrænsninger i forbrugerens udfoldelse på markedet, så fremmer markedsorienteringen tendensen til at tro, at bæredygtighed ikke medfører begrænsninger eller ændringer i den enkeltes liv og ud over det personlige ansvar.

Med andre ord synes forandringspotentialet ikke at række langt ud over muligheden for at Venstre kan positionere sig som et klimavenligt parti. I hvert fald når det gælder forslag til og beskrivelser af udførte markedsreguleringer. Her kan det også tilføjes at Venstre jo italesætter sig selv som et liberalt parti, hvorfor en mere gennemgribende regulering i markedet ikke synes at stemme overens med deres politiske udgangspunkt.

SF

Som det fremgår af redegørelsen for den diskursive praksis, trækker SF på fem diskurser. I den forbindelse har 'videnskabelig klimadiskurs' en stor plads i de samlede tekster. Denne diskurs synes også at fungere ideologisk. Blandt andet anvendes meget stærkt *pathos-appel* eksempelvis i ord som "*faregrænsen*" og "*katastrofale*". Der findes også mere tydelige

ideologiske træk som eksempelvis, at SF anvender ordet "*Algesuppe*" til at betegne den situation, som ses i havene, hvilket er en stærk metafor, som skaber et negativt og skræmmende billede af havmiljøet. Brugen af denne diskurs er derfor *æstetiseret* og skaber en *følelsernes positionering*, som kan bidrage til at identificere SF som meget klimabevidste og som skeptiske overfor den udvikling, der finder sted. Denne diskurs støttes også op af 'ansvar for fællesskabet diskurs' der hos SF og skaber en stærk moralsk fundering i samvittigheden overfor vores egen og næste generationer, samt de fattige lande. SF bruger som nævnt også ovenstående diskurser til at *positionere* sig overfor regeringen, herunder Venstre, som ud fra ovenstående direkte adresseres i forhold til manglende handling på området. Dermed portrætteres SF også som et mere klimabevidst parti end regeringspartierne. Men det handler ikke kun om følelsernes positionering, da teksterne også indeholder mange *informationer* af videnskabelig karakter med nuancerede beskrivelser af problemer i forbindelse med global opvarmning og energiforsyning. Hermed kan det argumenteres at teksterne udgør viden om vigtigheden i forhold til politisk handling og kan fremme vælgernes forståelse for problemerne.

Som det fremgår trækker SF, ligesom Venstre, på 'energi- og sikkerhedsdiskurs', hvor ud fra der argumenteres for, at verden skal være uafhængig af fossile brændstoffer, med bevæggrund i de politisk ustabile lande. SF benytter også måden *fragmentering*, med strategien *udelukkelse af andre*, som konstruerer en fjende i de "*områder*" der betegnes, som "*politisk ustabile*", hvilket som nævnt adskiller disse områder fra resten af verden. Der er dog en nuancering af beskrivelsen af forsyningslandene fordi, SF refererer til de politisk ustabile lande som "*en meget stor del*" og derved også efterlader plads til, at der også er forsyningslande, som er mere stabile og demokratiske. Men det ændrer ikke på det faktum, at den del, der omtales, stadig forbindes med ord som "*risiko*" og "*faren*". Dermed italesættes denne diskurs også ved brug af ideologiske strategier, som ligner Venstres. Diskursen kan som hos Venstre måske også være med til at sætte klima- og energipolitik i et nyt perspektiv, som kan skabe forandring, og den kan skabe en sympati hos modtagere, der deler denne holdning og bekræfte denne identifikation af disse lande.

Ovennævnte diskurser synes, ideologiske eller ej, at have potentiale for at fremme en handling i klimaøjemed og dermed fremme hensynet til *almenvellet*. Men som det fremgår af tekstanalysen, fører denne markante positionering inden for ovenstående diskurser ikke til mange flere indikationer på konkrete forslag eller handling end hos Venstre, der rækker ud

over det overfladiske plan. Derved synes de informative træk primært at gælde problematiseringen af klimaet og situationen i Danmark, hvor informationerne om den reelle politik synes at være af mere overfladisk karakter. Som nævnt fokuseres der primært på forslag, som tilgodeser forbrugeren, om end forbrugeren måske er en lidt anden end den, Venstre henvender sig til og også udgør "... *de mindste indkomster*...", som skal kompenseres i forhold til øgede energiafgifter. I den forbindelse anvendes også argumentet om, at borgerne ikke kommer til at betale mere i skat, hvilket forsikrer forbrugeren om, at han ikke begrænses af klimapolitikken, hvorfor forbrugeren forsat kan sætte fokus på egne *behov* og *krav*. 'Forbrugerdiskurs' får altså også en vigtig plads i kommunikationen hos SF sammen med 'personligt ansvar diskurs'. I forhold til sidstnævnte diskurs udtaler partiet, sig som nævnt også meget konkret i forhold til de energibesparelser, vælgeren selv kan gøre, og som oven i købet kan spare forbrugeren penge. Dermed er de også med til at reproducere tendenser til *individualisering*, hvilket som nævnt lader det være op til individet selv at træffe beslutninger i forhold til fællesskabet. De reelle handlings- og forandringspotentialer er altså præget af sidstnævnte diskurser, hvor det personlige valg, og friheden til at begå sig på markedet ikke begrænses synderligt og derfor synes mere almennyttige diskurser primært at fungere som positionering overfor regeringen og til at skabe identifikation af SF som klimabevidst. Dermed reproduceres også hos SF nogle tendenser til en mere overfladisk og symbolpolitisk fremstilling af den reelle politik.

Hegemoni i diskurserne hos SF

Som det fremgår af ovenstående, repræsenterer SF's tekster både en orientering imod almenvellet og en orientering imod markedet og dermed også de modsætninger, det indebærer. Den diskursive orientering imod almenvellet er som nævnt stærk hos SF og synes også at have en betydning i forhold til den partiets identitet både som et socialistisk og klimavenligt parti. I den forbindelse fungerer de tre førstnævnte diskurser primært som platform for, at SF kan informere om klimaproblemerne osv., men også for at partiet kan *positionere sig* overfor vælgeren og i forhold til andre partier. Men i forhold til formidling af konkrete forslag, har 'forbrugerdiskurs' og 'personligt ansvar diskurs', som det fremgår af ovenstående en større betydning i teksten og derved også synes potentialet for handling primært at ligge i de forslag, som tilgodeser forbrugeren. Den hegemoniske kamp mellem orientering imod marked og bæredygtighed, falder derfor primært ud til markedets fordel,

netop fordi de diskurser, som er orienteret herinde for, er udslagsgivende for de forslag som formidles nuanceret.

Opsamling på den sociale praksis

På baggrund af ovenstående kan det fremhæves, at der er både forskelle og ligheder hos Venstre og SF. Hvor Venstre eksempelvis forholder sig noget mere positivt til Danmarks rolle som foregangsland i forhold til de bedrifter, som er opnået på området, ser SF negativt på Danmarks energiforbrug osv. Venstre orienterer sig også i højere grad inden for markedet end SF. Forskellene synes dog primært at tjene til at partierne skal *positionere* sig henholdsvis i forhold til rollen som regeringsparti og som opposition, og til at fremme det enkelte partis identitet som klimavenlige på hver sin måde. Som regeringsparti sætter Venstre Danmarks indsats på klimaområdet i et positivt lys, og som opposition sætter SF fokus på manglen på handling i forhold til klimaet. Her anvendes yderligere forskellige virkemidler, eksempelvis anvender Venstres *papegøjemetoden* og SF forsøger at skabe *opmærksomhed* blandt andet ved brug af pathos-appel.

Men forskellene kommer kun til udtryk på et *symbolsk* og et diskursivt plan, blandt andet fordi begge partiernes forskelle ikke udmøntes i midler og konsekvenser som er forskellige. Som nævnt arbejder partierne med en del forskellige politiske forslag, strategier og bud på politik, men konsekvenser for vælgeren og for klimaet kommer ikke for alvor til udtryk, og derved er det svært at gennemskue, hvor partierne er forskellige. Forslagenes potentiale for handling synes også at være mindsket i og med, at de ikke for alvor udfoldes og forskelligheden i dem udviskes. Der hvor partierne faktisk beskriver midler og konsekvenser på et lidt mere nuanceret niveau er som nævnt primært er tiltag, der tilgodeser forbrugeren. Dette betyder yderligere at Venstre og SF måske ikke er så *uenige*, som de umiddelbart fremstår. I den forbindelse findes der tilmed flere eksempler på, at Venstre og SF også anvender de samme argumenter, eksempelvis i forhold til at begge partier gendriver angsten for at skulle betale mere i skat. På baggrund af ovenstående kan det argumenteres, at de tilsyneladende uenigheder som udtrykkes hos SF og Venstre, er med til at dække over at begge partier er centreret om, at tilgodese vælgerens behov og krav og derved synes at være centreret omkring midten af dansk politik, hvilket Johannes Andersen påpeger som karakteristisk for politik i dag. Hvis partierne havde gjort mere ud af at beskrive og forklare de andre midler og konsekvenser heraf, som bliver overfladisk beskrevet i kommunikationen,

så ville det være nemmere for vælgeren at gennemskue, hvad partierne egentlig står for. Derved havde billedet måske set anderledes ud og netop skabt en større mulighed for at navigere rundt inden for politik og navigere i forhold til højre og venstrefløjen, som Andersen udtrykker det. Kommunikationen havde derved også givet et mere helstøbt billede af de muligheder, som ligger inden for reguleringer og indgreb i markedet og derved havde der også været en bedre mulighed for, at vurdere den politik partierne står for og for at forlange, at de vil tage et ansvar for det, de positionerer sig på. Med andre ord havde der været tegn på, at den diskursive praksis kunne bidrage til at forandre den måde, hvorpå moderne politisk kommunikation foregår i dag. Forandringen kunne både være til fordel for demokratiet, fordi vælgeren i højere grad blev inddraget i beslutningsprocesserne, og forandring til fordel for fællesskabet, og almenvellet og klimaet, fordi politikken havde været funderet i et bredere udvalg af muligheder. Men sådan er det som nævnt ikke. I den forbindelse synes brugen af ideologiske strategier yderligere at være med til at sløre billedet af politik og sætte vælgeren i en position hvor det, hvis strategierne virker, kan blive endnu sværere at gennemskue forskellige politiske motiver og bevægegrunde for politik, hvilket kan bidrage til skabe et ulige forhold mellem vælger og politiker. Ideologierne synes tilmed at kunne præge holdninger og tendenser i befolkning på en lidt ufin måde, eksempelvis i forhold til vores syn på forsyningslandende. Ideologiske strategier kan nok ikke undgås i politisk kommunikation, såvel som i andre forhold mellem mennesker, men de synes at kunne blive forstærket af den måde partierne i forvejen kommunikerer strategisk på.

Yderligere kan det siges, at partiernes fokus på forbrugerfordele er med til at reproducere tendenser i den moderne identitetsudvikling, hvor individet henter *identitet* i forbruget med fokus på egne valg og behov, i højere grad end som *myndig samfundsborger* som også har forpligtelser overfor almenvellet. Forbruget kan tilsyneladende fortsætte næsten som hidtil uden nogen begrænsninger – begrænsninger som Brundtlandrapporten ellers foreslog i sin tid (jf. afsnittet 'Indledning'). For Venstres vedkommende styrkes denne forestilling yderligere ved, at man sætter fokus på Danmarks vækst, der som nævnt bliver et succesparameter løsrevet fra den faktuelle situation, hvor nedskæringer i klimapolitiske tiltag og et højt CO₂-udslip er virkeligheden. Dermed ikke sagt at vækst ikke har nogen betydning, men det synes uhensigtsmæssigt ikke at se væksten i relation til virkeligheden. Derved synes det også i højere grad at være klima på markedets præmisser end omvendt, hvilket er med til at

legitimere forbrug og vækst uden den store forandring i forhold til klimaet og dermed reproduceres status quo.

SF ser måske ikke på vækst og status lige som Venstre gør, men så længe de heller ikke nuancerer deres politiske kommunikation mere, så synes de også at være med til at reproducere denne udvikling.

På baggrund af ovenstående synes begge projektets hypoteser at kunne bekræftes både hos SF og Venstre.

Derved fungerer både Venstre og SF's fokus på at positionere sig og skabe identitet som klimavenlige primært som markedsføring, og forbliver på et symbolpolitisk plan, som kan gøre det svært for vælgeren at gennemskue partiernes politik.

Yderligere synes partiernes overvejende fokus på forbrugerens fordele at sætte fokus på at opfylde kortsigtede behov og krav, i højere grad end at fremme et landsigtet perspektiv. For SF's vedkommende kan man dog håbe på, at de mange oplysninger, som findes omkring klimaproblemerne kan føre til, at vælgerne bliver mere bevidste herom og måske begynder at stille flere krav til politikerne om, uddybet information i forhold til handlingsplaner og forslag og derved måske også fremme forandring og handling i forhold til klimaet.

Konklusion

Specialets undersøgelse tager som nævnt sit udgangspunkt i politisk kommunikation omkring klima- og energipolitik. Et politisk felt, hvor udviklingen af en seriøs politik er essentiel i henhold til de resultater, som FN's klimapanel er kommet frem til. I den forbindelse blev der opstillet en præmis om, at det er vigtigt, at politikken formidles på en måde, så vælgeren får mulighed for at tage stilling til problemet og dets omfang, samt til de forslag, strategier og politiske handlinger som udføres for at bekæmpe klimaforandringerne og dermed henvender sig til vælgerne som myndige samfundsborgere, der er i stand til at se ud over deres identitet som forbrugere.

Som nævnt har jeg i specialet på et generelt plan undersøgt formidling af problemer, visioner og målsætninger i relation klimaforandringerne og på et mere specifikt plan sat fokus på midler og konsekvenser, der kan sættes i relation til økotalismen. Økotalismen indebærer en forening af marked og bæredygtighed i form af reguleringer og indgreb, som kan sikre en bæredygtig adfærd og handel. Denne kombination samler som nævnt modsatrettede orienteringer imod marked og bæredygtighed. Modsætningen ses også i samfundet på et mere generelt plan, hvor konflikten mellem marked og almenvellet har en central plads i samtiden både i forhold til identitetsdannelse, kultur og politik. Konflikten også påvirket af medieringen af samfundet, hvor opmærksomhed er blevet en eftertragtet vare, som både medier og politikere må tænke strategisk for at opnå, men som politikerne også må gardere sig imod.

Som det fremgår i indledningen er det også denne konflikt, specialets hypoteser er bygget op omkring, hvor det, kort sagt, antages, at en æstetiseret og markedsført kommunikation kan få betydning i forhold til formidlingen af politik, og at orienteringen imod markedet får indflydelse på politik. Netop disse hypoteser danner også baggrund for specialets problemformulering, som konklusionen skal besvare.

Som det fremgår af afsnittet 'Case og baggrund' er den politiske kommunikation indlejret i et partipolitisk og historisk perspektiv, som spiller en rolle for den politik, som formidles på SF og Venstres hjemmesider. I dette afsnit er der etableret en viden og ramme om den partipolitiske, historiske og faktuelle kontekst, som kommunikationen foregår i. Her fremgår det blandt andet, at Venstres politiske udgangspunkt er liberalt, og hvor det fri marked har en vigtig rolle, mens SF's ståsted er socialistisk, og hvor fokus ligger på at etablere og

opretholde kontrol med markedet i relation til fællesskabet. Herudover er det i afsnittet en vigtig pointe, at den politiske historik inden for klima- og energipolitik udgør en broget vej, med op - og nedture. Opture, som primært kan tilskrives den politiske venstrefløj og nedture, som kan tilskrives højrefløjen. Men det pointeres også at Venstre, som en del af højrefløjen, har ændret kurs i de sidste par år. Dermed anerkender både venstre og højrefløjen i dag, at klimaproblemerne er menneskeskabte, og at der må handles på dem. Men på trods af denne enighed, er der flere indikatorer, der peger på, at der ikke for alvor sker noget i forhold til klima- og energipolitikken, men at forandringen primært foregår på det retoriske plan. Dette indikerer yderligere, at politikken for øjeblikket foregår som symbolpolitik, der skal markedsføres til vælgere, som er bekymrede for klimaet, men som i ligeså høj grad er optaget af velfærd, med goder og friheder, som de måske ikke vil opgive til fordel for klimaet.

I afsnittet 'Metodiske overvejelser' blev der som nævnt redegjort for og reflekteret over det kritisk teoretiske grundlag, som specialet tager udgangspunkt i. Et grundlag, med et indbygget emancipatorisk perspektiv om forandring imod en mere fornuftsbaseret kommunikation mellem myndige samfundsborgere, med almenvellet som overordnet refleksionshorisont. I relation til specialet betyder dette en forandring i den politiske kommunikation imod information om klima- og energipolitik til vælgere, der anses som myndige samfundsborgere. Almenvellet udgør ikke en færdigformet horisont, men efterlader plads til forskellige måder at se på verden på og skabe identitet på.

Ud fra ovenstående emancipatoriske udgangspunkt er specialet ikke neutralt, men er påbegyndt ud fra et ønske netop at sætte fokus på de ovennævnte problemstillinger, og med et ønske om, at en sådan indsigt kan skabe baggrund for videre refleksion og udvikling i relation til politisk kommunikation. I tråd med den kritiske teori blev analysen udformet efter Norman Faircloughs kritiske diskursanalyse og tredimensionelle model, som påbegyndes ude fra med en teoretisk indføring i det senmoderne samfunds tendenser og udvikling i relation til politisk kommunikation.

I afsnittet 'Det senmoderne samfund' blev der på et teoretisk plan reflekteret over de komponenter, som spiller ind i forhold til politik og politisk kommunikation, og som udgør den bredere sociale praksis. I den politiske kommunikation er der som nævnt tre vigtige aktører – nemlig medier, politikere og vælgere. Som det blandt andet fremgik, er det moderne individ et refleksivt individ, som selv må skabe sin identitet igennem de valg, denne træffer. Her har forbruget, i relation til markedet, en stor plads i identitetsdannelsen. Dette kan som

nævnt være med til at flytte fokus fra det større perspektiv og til egne dagligdagsproblematikker og behov. Men der er også muligheder for at orientere sig i andre retninger nemlig i mod civilsamfundet, hvor kommunikationen kan være mere fornuftsbaseret og forpligtet på almenvellet.

Som det også fremgik skaber medierne nyt rum for politik – nemlig det synliges rum – et rum hvor kampen om opmærksomhed har stor betydning for, hvad der bliver distribueret til seere, lyttere og læsere. Et rum, som både skaber muligheder og risici i politisk øjemed, og som har betydning for den politiske kommunikation, der er blevet meget strategisk. Med andre ord er kommunikationen blevet æstetiseret og udformet som markedsføring, hvilket som nævnt gør det svært for vælgeren at gennemskue. I den forbindelse blev det konkluderet, at kommunikation der primært fungerer som markedsføring til vælgere, som primært tænker som forbrugere og på egne behov, sætter grænser for, hvad der kan opnås inden for politik, i forhold til at skabe et fælles og langsigtet perspektiv.

Af tekstanalysen fremgår det, at Venstre og SF i udgangspunktet begge forholder sig til den globale opvarmning som problematisk, men at de har forskellige måder at fremlægge problemerne på og se Danmarks rolle på. SF anvender mere dramatiske virkemidler i beskrivelsen af de problemer, som er knyttet til den globale opvarmning, hvor Venstre forholder sig noget mere kortfattet, gentagende og nøgternt til problemerne, omend de stadig tages alvorligt. I beskrivelsen af Danmarks rolle på det klimapolitiske område forholder SF sig meget kritisk og kritiserer regeringen for at ikke at have gjort nok, mens regeringen ser meget positivt på Danmarks rolle og indsats hidtil, og dermed er det også en måde, hvorpå SF positionerer sig overfor regeringen. I den forbindelse synes SF's kritiske tilgang til den globale opvarmning og Danmarks rolle i klimaindsatsen at udmøntes i nogle lidt mere ambitiøse målsætninger end hos Venstre. I forhold til hvilke midler og konsekvenser, der kommer ud af SF og Venstres politik, synes begge partier at være meget tilbageholdende med de helt konkrete forslag, som der kun er få af. Ellers er forslag og strategier primært formuleret på et overordnet plan, som gør dem svære at gennemskue og vurdere for vælgeren. De mere konkrete forslag og tiltag er i den forbindelse, primært centreret om de reguleringer og indgreb i markedet, som også fungerer som forbrugerfordele frem for tiltag, der eksempelvis kunne påvirke borgerens pengepung i en negativ retning.

I analysen af den diskursive praksis reflekteres det over, at hjemmesiden som genre og distributionsplatform efterlader plads til, at et givent parti kan styre den kommunikation, som

bliver offentliggjort, og det står dem frit for at bevæge sig op på et mere informerende plan. Hjemmesiden synes netop at have et demokratisk potentiale for en bredere og mere tilbundsående information, som udnytter hjemmesidens muligheder for at skabe et godt flow, som ikke får vælgeren til at tabe interessen. Men også hjemmesiderne er påvirkede af resten af medieverdenen og skal konkurrere om opmærksomhed, positionere partierne, markedsføre dem overfor vælgerne osv., hvilket ses på SF og Venstres hjemmesider. Blandt andet bruger SF brug meget pathos-appel og positionerer sig eksplicit overfor regeringen, og Venstre bruger mange gentagelser og ethos-appel. Det ses også ved partiernes begrænsede information om deres reelle politik og dennes konsekvenser i samfundet, og deres fokus på at formidle fordele økonomiske fordele for vælgeren.

Herudover fremanalyseres der seks diskurser hos Venstre, hvor der kun findes fem af dem hos SF. Hos Venstre findes tre diskurser, som primært er orienterede imod markedet, og tre som er orienterede i mod almenvellet. Hos SF er der kun to, som er orienterede i mod markedet og tre imod almenvellet.

I analysen af den sociale praksis findes flere ideologiske træk inden for diskurserne, som blandt andet kan være med til at sløre budskaberne og dermed også etablere og vedligeholde ulige magtforhold både mellem politikere og vælgere. Men ideologierne kan også påvirke andre områder i samfundet, som eksempelvis forholdet mellem Danmark og forsyningslandene. Det er en måde at tænke strategisk på, som kan sætte vælgeren i en position, hvor det bliver sværere at bedømme politik, hvilket også kan påvirke den kulturelle og individuelle identitet på en ufin måde blandt andet ved at bidrage til en 'os og dem-kultur' i forhold til forsyningslandene og resten af verden.

I analysen fremgår det yderligere, at der trods orienteringen imod almenvellet, som findes både hos SF og Venstre, stadig er en tendens til, at orienteringen imod markedet har det største hegemoniske potentiale. Dette kommer til udtryk i de konkrete forslag og resultater, der findes i kommunikationen, som er orienterede i mod at tilfredsstille forbrugeren og dermed også opretholder en tro på, at man både kan handle bæredygtigt og fortsætte en næsten ubegrænset selvrealisering på markedet blandt andet i forhold til at øge bilparken derhjemme med en ekstra, billig, men dog mere miljøvenlig bil. Det konkluderes også, at når kommunikationen både hos Venstre og SF ikke er mere nuanceret og overvejende har symbolpolitiske træk, så vil tilkendegivelser som findes hos begge partier omkring den globale opvarmning primært fungere som positionering og image pleje frem for handling og

forandringspotentialer. Dermed er den politiske kommunikation på SF og Venstres hjemmesider med til at opretholde status quo, i højere grad end at skabe forandring.

Det er også på baggrund af ovenstående, at hypoteserne bliver endeligt bekræftet, og at begge partiers kommunikation er markedsorienteret og dermed ikke fremmer klima- og energipolitik, som kan være med til at skabe de bedste betingelser for almenvellet og fællesskabet, og på et nuanceret plan formidler politik til vælgere som myndige medspillere, der har krav på at vide, hvilken politik de stemmer på, så de kan tage stilling.

Se yderligere appendiks 3 for 'Udblik'.

Litteraturliste

Bøger

Andersen et al, 2003

Andersen, Heine mfl.

Klassisk og moderne samfundsteori

Forfatterne og Hans Reitzels forlag A/S

2. reviderede udgave, 4. oplag, 2003

ISBN 87 412 2660 7

Dahl, 2003

Dahl, Henrik

Hvis din nabo var en bil

Akademisk Forlag A/S 1997

1. udgave, 7. oplag 2003

ISBN 87 500 3277 1

Dahl, 2000

Dahl, Robert A

Om demokrati

Yale University Press 1999

Nyt Nordisk forlag Arnold Busk A/S 2000

ISBN 87 17 07010 4

Dahlager et al, 2007

Dahlager, Lars og Rotenborg, Michael

Global feber – Kampen om klimaet

Politikken 2007

ISBN 978 87 85090 17 1

Drotner et al, 2002

Drotner, Kirsten, Jensen, Claus Bruhn, Poulsen Ib, Schrøder, Kim
Medier og kultur – En grundbog i medieanalyse og medieteor
Borgens Forlag 1996
1. udgave, 7. oplag 2002

Fairclough, 1992

Fairclough, Norman
Discourse and Social Change
Polity Press 1992
ISBN 0 7456 1218 0

Fairclough, 1995

Fairclough, Norman
Critical Discourse Analysis – The Critical study of Language
Longman Wesley Group Limited 1995
ISBN 0 582 21984 1Ppr

Frandsen, 2004

Frandsen, Finn
Winni Johansen
Anne Ellerup Nielsen
International markeds kommunikation – i en postmoderne verden
System Academic 1997
1. udgave, 4. oplag 2004
ISBN 87 7675 142 2

Giddens, 2002

Giddens, Anthony
Modernitet og selvidentitet – Selvet og samfundet under sen-moderniteten
Polity Press, Cambridge 1991
Hans Reitzels Forlag A/S 2002
6. oplag

ISBN 87 412 3016 7

Holm et al, 2007

Holm, Jesper

Økologisk modernisering på dansk

Frydenlund 2007

ISBN 987 87 7887 549 5

Jensen et al, 2006

Jensen, Hans Siggaard, Knudsen, Ole, Stjernfelt, Frederik m.fl.

Tankens magt – Vestens idéhistorie

Bind 3

Lindhart og Ringhof 2006

ISBN 10) 87 595 2671 8

Jensen, 2000

Jensen, Jens F.

'Multimedier, Hypermedier, Interaktive medier

Aalborg universitetsforlag 1998

ISBN 87 7307 612 0

Jensen, 2007

Jensen, Mads Storgaard

Når politik bliver pop – om symboler, identitet og branding i dansk politik

Gyldendal 2007

ISBN 978 87 02 06379 0

Jørgensen et al, 1999

Jørgensen Marianne Winther, Phillips, Louise

Diskursanalyse som teori og metode

1. udgave 1999

Roskilde universitetsforlag 1999

ISBN 87-7867-075-6

Nielsen, 2007

Nielsen, Henrik Kaare

Konsument eller samfundsborger? - Kritiske essays

Klim 2007

ISBN 978 87 7955 560 0

Pallesen et al, 2002

Pallesen, Bolette Rud., Becker-Christensen, Christian mfl..

Politikkens Nudansk Leksikon

Politikkens Forlag A/S 2002

1. udgave, 1. oplag 2002

ISBN 87 567 6600 9

Thompson, 1990

Thompson, John B.

Ideology and Modern Culture - Critical and Social Theory in the Era of Mass communication

Polity Press 1990

ISBN 07456 0081 6

Thompson, 2001

Thompson, John B.

Medierne og moderniteten – En samfundsteori om medierne

Polity Press 1995

Hans Reitzels Forlag A/S 2001

ISBN 87 412 2569 4

Vigsø, 2004

Vigsø, Orla

Politisk marketing – en kort introduktion – Workingpaper nr. 5

Center for Virksomhedskommunikation 2004

Handelshøjskolen i Aarhus

ISBN 87 90626 17 6

Internethenvisninger

Internethenvisning 1:

Climate Change 2007 – Synthesis, Report, Summary for Policymakers.

http://www.ipcc.ch/pdf/assessment-report/ar4/syr/ar4_syr_spm.pdf (9/4 20008)

Internethenvisning 2:

Citater fra brundtlandrapporten på miljøministeriets hjemmeside.

<http://www2.mst.dk/common/Udgivramme/Frame.asp?pg=http://www2.mst.dk/udgiv/Publikationer/1998/87-7909-200-4/html/kap01.htm> (18/2 2008)

Internethenvisning 3:

(<http://www.ordbogen.com/opslag.php?word=civilsamfund&dict=auto>) (21/5 2008)

Appendiks og Bilag

Appendiks og bilag følger herefter i selvstændigt bind.