

**Aalborg Universitet København**

Studie: Kommunikation 10. semester

Gruppe Nr.: 8

Fag: Speciale

Vejleder: Camilla Dindler

Titel: Mediernes framing af negative kampagner ved folkeafstemningen om retsforbeholdet

Afleveringsdato: 31. maj 2016

Anslag: 137.549 svarende til 57,5 normalsider

---

Jeppe Schmidt  
(studie nr. 20103774)

## **Abstract**

### **Media framing of negative campaigning at the Danish European Union opt-out referendum in December 2015.**

News media often use the strategic game frame when covering politics and give coverage to negative campaigns. However, very little research has been done on the relationship between negative campaigns and the strategic game frame. This thesis investigates the relation between negative campaigning and media use of the strategic game frame in the coverage of the Danish European Union opt-out referendum in December 2015. A qualitative content analysis of articles in Danish newspapers in the week leading up to the referendum was done using theory about politicians' incentive to appeal to negative emotions such as fear and anxiety. Theory about the strategic game frame and the findings are then discussed using theory about political culture and media systems.

The thesis finds that there were many examples of politicians appealing to fear and anxiety especially in relation to what would happen if Denmark were unable to remain a member of Europol. Politicians appealed to fear and uncertainty by speculating about the future. There were many examples of politicians speculating about what will happen to Denmark, and what implications the referendum could have to the security of the people. The thesis confirms previous studies, which show that the strategic game frame is prevalent in media framing. In the analysis of media use of the strategic game frame, politics was often presented as a competition to get the most votes and framed through sports and war metaphors. Politicians and political parties were framed as boxers in a fight or nations going to war. The strategy of the politicians was emphasized at the expense of the issues and the political ideals and visions. In articles with a strategic game frame the focus was on politicians attacking their opponents personally, criticizing their campaign form, often with accusations of scare campaigns. Several of the politicians' negative campaigns was speculation about the future, where they tried to appeal to fear and uncertainty and these opinions were given a very prominent place in the media coverage. Despite the fact that several of the papers recommended either a "yes" or a "no" at the

referendum, their coverage of the referendum was more characterized by an ideal of journalistic independence through the use of the strategic game frame than of political bias.

# Indhold

<b>Indledning</b> .....	<b>2</b>
Problemfelt og problemformulering .....	3
Undersøgelsens relevans og opbygning .....	3
<b>Danmark i EU</b> .....	<b>5</b>
Det Europæiske Fællesskab .....	5
De fire forbehold .....	6
Retsforbeholdet .....	6
Danmark i EU 1992-i dag .....	13
Opsummering .....	15
<b>Negative kampagner</b> .....	<b>16</b>
Indledning .....	16
Definition af negative kampagner .....	16
Negative kampagner som amerikansk forskningsfelt .....	18
Negative kampagner som dansk forskningsfelt .....	20
Opsummering .....	23
<b>Teori</b> .....	<b>25</b>
Negative kampagner og den politiske kultur i USA .....	25
Mediesystemer .....	26
Kommercialiseringen af de danske aviser .....	27
Professionel distance og strategi frames .....	29
De danske mediers EU-dækning .....	31
Strategiframes .....	32
Vælgernes aversion mod tab .....	34
Appel til usikkerhed, frygt og angst .....	35
<b>Metode</b> .....	<b>38</b>
Begrundelse for valg af empiri .....	38
Undersøgelsens empiri .....	40
Negativitet i forskellige kommunikationskanaler .....	41
<b>Politiske kampagner og magt</b> .....	<b>42</b>
<b>Analyse</b> .....	<b>47</b>
Politikernes brug af negative kampagner .....	47
Delkonklusion: politikernes brug af negative kampagner .....	55
Mediernes brug af strategiframes .....	56
Delkonklusion: mediernes brug af strategiframes .....	62
Negative kampagner og strategi frames .....	62
Diskussion: kultur og mediesystemer .....	64
<b>Konklusion</b> .....	<b>68</b>
<b>Litteraturliste</b> .....	<b>70</b>
<b>Bilag</b> .....	<b>76</b>

## Indledning

Folkeafstemningen om Danmarks EU-retsforbehold fik i tiden op til afstemningen omfattende medieomtale (Skjoldan 2015a). Der var i medierne flere beskyldninger om, at ja siden førte skræmmekampagner (Selmer 2015). Ja siden kritiserede også nej siden for at føre skræmmekampagne og Venstres Inger Støjberg udtalte om nej sidens kampagne, at "den er falsk, den er uhæderlig, og den bidrager til at skabe mistillid til det politiske system" (Crone 2015). I samme artikel karakteriserede journalisten Støjbergs udtalelse som en del af et "bandeopgør" og skrev, at "angrebet vil blive hævnnet" (Crone 2015). Artiklen er et eksempel på, at politikerne brugte negative kampagner og angreb hinanden og at medierne samtidigt fremhævede kritikken ved at bruge krigsmetaforer og tale om politikernes udtalelser fra et strategisk synspunkt. Ifølge Jønch-Clausen (2012) bruger journalister strategi frames mere under valgkampe, end ellers fordi valgkampe er en kamp om at få flest stemmer og derfor kan ses som en konkurrence, og derfor er det oplagt at frame valgkampe som en kamp med vindere og tabere (Jønch-Clausen 2012). Nu var afstemningen om EU-retsforbeholdet ikke en traditionel valgkamp, hvor kandidater direkte konkurrerede om, at vinde en plads i Folketinget eller EU-parlamentet. Men det kan argumenteres, at folkeafstemningen delte mange ligheder med en traditionel valgkamp både hvad angår politikernes kommunikation og mediernes dækning. De politiske partier kæmpede enten for et ja eller et nej og førte kampagne for deres synspunkter. De danske politikere stillede op til debatter mod hinanden forskellige steder i landet, der var partilederdebatter på TV op til afstemningen, og der blev foretaget meningsmålinger, som fortalte vælgerne om den indbyrdes konkurrence mellem ja og nej siden (Gjertsen 2015a, Skjoldan 2015a). Det er derfor ligeså oplagt, at undersøge brugen af strategi frames på afstemningen om EU-retsforbeholdet, som på en traditionel valgkamp, da man må formode, at journalisternes brug af strategiframes også vil være udbredt i denne sammenhæng.

### **Problemfelt og problemformulering**

Forskningen i strategiframes og negative kampagner, som er politikeres kritik af modstandere eller deres politik (Lau & Pomper 2001), har for det meste været adskilt fra hinanden og forskningen i negative kampagner har ikke systematisk undersøgt de frames medierne bruger til at dække negative kampagner. Tidligere beskæftigede forskningen i strategiframes sig med konflikt, som også er en del af negative kampagner, men siden er forholdet mellem negative kampagner og strategiframes ikke blevet undersøgt (Pedersen, 2014). Det meste af forskningen i politiske kampagner har fokuseret på effekten af negative kampagner (Ansolabehere & Iyengar 1995, Norris 2000, Lau & Pomper 2001, Brooks 2006, ), og man ved ikke så meget om, hvorfor politikerne bruger negative kampagner som de gør. Samtidigt viser undersøgelser af de danske medier, at strategiframes er noget medierne i høj grad benytter sig af (Hansen & Pedersen 2008, Pedersen 2012, Jønch-Clausen 2012). Det synes derfor relevant at undersøge, hvorfor politikerne argumenterer som de gør og hvilken sammenhæng det har med mediernes brug af strategiframes.

Ovenstående betragtninger leder frem til følgende problemformulering:

*Hvordan gjorde JA-siden brug af negative kampagner i afstemningen om retsforbeholdet og hvilken relation havde de til mediernes framing af politik som strategi?*

### **Undersøgelsens relevans og opbygning**

Forskningen i politisk kommunikation er af Nielsen (2014) blandt andet blevet kritiseret for, at være for bundet op på "the effects tradition of mass communication research" (Nielsen 2014 s. 7). Forskningen er ifølge Nielsen (2014) blevet for ensporet, og manglen på diversitet i undersøgelserne har medført at vigtige spørgsmål som langsigtede ændringer i organisationer og institutioner, og hvilken betydning det har for borgerne. For meget af forskningen har, ifølge Nielsen (2014), fokuseret på de kortsigtede ændringer i den individuelle borgers holdninger og adfærd (Nielsen 2014 s. 7). Ifølge Nielsen, er vigtige fag som retorik og sociologi, der har spillet en vigtig rolle i udviklingen

af forskningen i politisk kommunikation, fraværende i forskningen i dag (Nielsen 2014). Nielsen (2014) kritiserer også, at det meste forskning kun benytter sig af kvantitative metoder, samt, at så lidt af forskningen inddrager relevante perspektiver som ny institutionel teori og forskning i medialisering indenfor den politiske kommunikation er nærmest ikke eksisterende (Nielsen 2014 s. 10). I min undersøgelse, vil jeg forsøge at imødekomme Nielsens kritik af forskningen i politisk kommunikation. Forskningen i negative kampagner har især undersøgt effekten, men der er ikke forsket i de historiske institutionelle betydninger i mediedækningen eller hvorfor politikerne kommunikerer som de gør og jeg vil derfor komme omkring disse aspekter af brugen af negative kampagner. Jeg vil først give et historisk oprids af Danmarks forhold til EU, hvordan restforbeholdet er opstået og, hvad der skulle stemmes om, for at forklare baggrunden for folkeafstemningen. Empirien i undersøgelsen er avisartikler fra de landsdækkende dagblade i ugen op til folkeafstemningen, som jeg vil lave en kvalitativ analyse af. Til at undersøge politikernes brug af negative kampagner vil der blive anvendt teori om politikeres argumentation og retorik. Mediernes framing af de negative kampagner vil blive undersøgt med udgangspunkt i teori om strategiframes. Derefter vil jeg diskutere sammenhængen mellem politikernes brug af negative kampagner og mediernes framing samt mediernes dækning af afstemningen med udgangspunkt i teorier om mediesystemer og politisk kultur.

## Danmark i EU

Jeg vil i det følgende afsnit forsøge at give et overblik over, hvordan Danmarks forhold til det europæiske samarbejde har været historisk set og hvordan forbeholdene blev til. Herunder vil jeg komme ind på den politiske, parlamentariske baggrund og historie for Danmarks fire forbehold, særligt retsforbeholdet, der skulle stemmes om den 3. December 2015.

### Det Europæiske Fællesskab

Da man først etablerede Det Europæiske Kul- og Stålfællesskab efter anden verdenskrig, som senere blev til EF - Det Europæiske Fællesskab, var der udelukkende tale om et økonomisk samarbejde. Formålet med samarbejdet var, at gøre det så let som muligt at tage arbejde eller sælge varer i andre medlemslande. Fordi det udelukkende var et fællesskab med fokus på økonomiske forhold, lå det retlige samarbejde, med områder som asyl og indvandring, civilretlige og strafferetlige forhold, udenfor samarbejdet i EF. det blev i stedet håndteret i Europarådet som et mellemstatligt samarbejde. Fordi det retlige samarbejde udelukkende fungerede på mellemstatligt niveau, kunne Danmark ikke blive pålagt nogen forpligtelse fra EF på et overstatsligt niveau og derfor gav idéen om et retsforbehold ikke mening (Sørensen 2015 s. 21).

Fordi der blev tættere og tættere samhandel mellem medlemslandene, opstod der et behov for, at kunne gennemføre civilretlige krav i andre lande. Hvis et firma solgte en vare til en kunde i et andet medlemsland, og kunden ikke betalte regningen, havde sælgeren behov for at kunne få hjælp til at få sine penge tilbage. Den slags problemer opstod oftere og oftere, i takt med den øgede samhandel mellem landene. Derudover, kunne kriminelle begå alvorlige forbrydelser i et medlemsland, og derefter udnytte de åbne grænser i Schengen-samarbejdet, til at flygte til et andet land. Den slags situationer var uacceptable, og man ønskede fra EF's side at gøre noget ved problemet ved at indføre lovgivning på områderne. Dette arbejde begyndte i 1992 med Maastricht-traktaten. Med denne traktat omdannedes EF til den Europæiske Union, og samarbejdet ændrede sig fra at handle om økonomisk udvikling til et



samarbejde om udviklingen af en Europæisk Union. derfor indeholdt Maastrichttraktaten et afsnit om bestemmelser om retlige og indre anliggender. Disse bestemmelser muliggjorde, at der kunne etableres et civilretligt og strafferetligt samarbejde og at indvandring, asyl, grænsekontrol og politisamarbejdet kunne inddrages i samarbejdet (Sørensen 2015 s. 22).

### **De fire forbehold**

Danmark stemte imidlertid nej til Maastrichttraktaten i 1992. Det danske nej betød at traktaten ikke kunne indføres, hverken i Danmark eller de andre EU-lande. Et flertal af Folketingets partier lavede derfor en ny aftale som skulle føre til en ny afstemning (Folketinget 2015c). I aftalen var formuleret fire områder i traktaten, som man ønskede at Danmark skulle stå udenfor. I stedet ville man have en samarbejdsaftale på de fire områder. Det var områderne unionsborgerskabet, euroen, forsvarssamarbejdet og samarbejdet om retlige og indre anliggender. De andre EU-lande accepterede forbeholdene og traktaten kunne igen komme til afstemning. I 1993 stemte danskerne ja, og traktaten kunne træde i kraft med de fire forbehold (Folketinget 2015c).

### **Retsforbeholdet**

Danmark har siden 1993 haft et forbehold overfor retlige og indre anliggender i EU, hvilket vil sige EU's retspolitiske samarbejde. Området dækker over de opgaver der traditionelt varetages af politiet og de retlige myndigheder. "Det handler bl.a. om samarbejdet på udlændingeområdet, samarbejdet om grænsekontrol, politi- og kriminalsamarbejde og det civil-, handels- og familieretlige samarbejde" (Folketinget 2015c s. 1). Forbeholdet betyder, at Danmark ikke er med til at lovgive på området, samt at den lovgivning der vedtages, ikke er gældende i Danmark (Folketinget 2015c). Den 3. December 2015 skulle Danmark ved en folkeafstemning vælge, om forbeholdet skulle laves om til en tilvalgsordning, hvor et flertal i Folketinget fremover kunne tilvælge de områder af det retlige samarbejde, som de ønskede at være med i. De fem partier, der havde indgået en aftale om at sende retsforbeholdet til folkeafstemning, havde bestemt, at Danmark skulle tilvælge 22 retsakter inden for strafferet, politisamarbejde, civil-, familie- og handelsret, hvis der blev flertal

ved folkeafstemningen samt at politikerne i fremtiden kan tilvælge retsakter hvis der er flertal for det i Folketinget. De 22 retsakter indeholdt ikke lovgivning om asyl og udlændingepolitik, der fortsat bestemmes fra Danmark (Folketinget 2015d).

De 22 retsakter var som følger:

- Direktivet om den europæiske efterforskningskendelse i straffesager  
Direktivet bestemmer, at medlemslande kan anmode andre medlemslandes hjælp til at indsamle bevismateriale i straffesager.
- Direktivet om den europæiske beskyttelsesordre  
Reglerne betyder, at politiet skal beskytte personer, som f.eks. er udsat for forfølgelse og trusler, uanset hvilket medlemsland de opholder sig i.
- Menneskehandelsdirektivet  
Direktivet går ud på at bekæmpe menneskehandel og beskytte ofre for menneskehandel.
- Direktivet om seksuelt misbrug af børn  
Direktivet handler om straf, forebyggelse og efterforskning af seksuelt misbrug, seksuel udnyttelse af børn, og børnepornografi.
- Cybercrimedirektivet  
Direktivet bestemmer, hvornår insiderhandel, kursmanipulation og videregivelse af intern viden skal straffes og hvor hårdt.
- Direktivet om markedsmisbrug  
Direktivet bestemmer, hvornår insiderhandel, kursmanipulation og videregivelse af intern viden skal straffes og hvor hårdt.
- Direktivet om falskmøntneri  
Direktivet bestemmer, hvilke former for falskmøntneri, der som minimum skal straffes, og hvordan det skal straffes.

- **Konkursforordningen**  
Forordningen bestemmer, hvordan sager om insolvente personer eller virksomheder skal behandles, hvis sagen vedrører flere medlemslande.
- **Bevisoptagelsesforordningen**  
Forordningen fastlægger regler for, hvordan en domstol i et EU-medlemsland kan få optaget beviser til brug i en sag på det civil- og handelsretlige område i et andet medlemsland.
- **Betalingspåkravsforordningen**  
Forordningen skal forenkle sager om ubestridte pengekrav på tværs af grænser.
- **Småkravsforordningen**  
Forordningen omhandler en europæisk procedure for behandling af krav på under 2.000 euro, som en part i et medlemsland har på en part i et andet medlemsland.
- **Forordningen om indførelse af et europæisk tvangsfuldbyrdsdokument for ubestridte krav**  
Forordningen indfører et standarddokument, der kan ruges når en person eller virksomhed i et andet land skylder penge.
- **Mæglingsdirektivet**  
Direktivet skal forsøge at lette og fremme konfliktløsning gennem mægling i tvister på tværs af landegrænser i EU. Direktivet omfatter mægling i konflikter inden for f.eks. handel og familieret.
- **Rom II-forordningen om lovvalg uden for kontrakt**  
Forordningen handler om, hvilket lands regler, der gælder i sager på tværs af grænser, hvor der ikke er en kontrakt.

- Forordningen om bilaterale aftaler om lovvalgsregler  
Forordningen fastsætter en procedure for, hvordan EU kan give medlemslandene bemyndigelse til at indgå bilaterale aftaler med tredjelande om lovvalgsregler på det civil- og handelsretlige område.
- Kontosikringsforordningen  
Forordningen indfører en EU-procedure, hvor hensigten er at gøre det lettere, hurtigere og billigere at inddrive grænseoverskridende gæld på det civil- og handelsretlige område.
- Arveretsforordningen  
Forordningen skal gøre grænseoverskridende arvesager mindre komplekse gennem fælles regler.
- Bruxelles IIa-forordningen  
Forordningen forsøger at forenkle behandlingen af sager om forældreansvar, børnebortførelse, separation og skilsmisse i grænseoverskridende sager.
- Underholdspligtsforordningen  
Forordningen handler om børnebidrag og ægtefællebidrag på tværs af grænser i EU.
- Forordningen om bilaterale familieretlige aftaler  
Forordningen handler om muligheden for, at EU's medlemslande indgår aftale med lande uden for EU om forældreansvar, skilsmisse og ægtefællebidrag.

(Folketinget 2015d)

Derudover ville aftalepartierne også tilvælge tre retsakter, som stadig er forslag, der ikke er vedtaget endnu:

- Forslag til Europol  
Europol støtter landenes politimyndigheder med at forebygge og bekæmpe organiseret kriminalitet, terrorisme og andre former for grov, grænseoverskridende kriminalitet.
- Forslag til Europæisk PNR-samarbejde  
Forslaget handler om indsamling og behandling af flypassagerlisteoplysninger (såkaldte PNR-oplysninger) til brug for bekæmpelsen af terror og grov kriminalitet.
- Forslag til Eurojust  
Forslaget gør Eurojust-samarbejdet mellem de nationale anklagemyndigheder til etagentur. Der sker primært ændringer af den måde, Eurojust er organiseret på (Folketinget 2015d).

Fordi samarbejdet om retspolitikken er blevet udvidet i de senere år, betyder det at flere og flere ting håndteres i EU fremfor på nationalt niveau (Folketinget 2015a). Da Danmark indførte sit forbehold i 1993 foregik alt det retlige samarbejde på det mellemstatslige niveau. Derfor havde det danske forbehold ikke nogen egentlig effekt på samarbejdet med EU. I 1999 blev Amsterdam-traktaten imidlertid indført. Med traktaten overgik meget af det retlige samarbejde til et overstatsligt niveau og det aktiverede Danmarks retsforbehold, hvilket betød at vi ikke længere deltog i den del af samarbejdet. Områderne der blev ændret til overstatsligt niveau var samarbejdet om grænsekontrol, udlændingepolitik, asylpolitik og civilret. Tilbage var politi- og det strafferetlige samarbejde, men da Lissabontraktaten trådte i kraft i 2009 var Danmark heller ikke del af det samarbejde (Folketinget 2015c). Baggrunden for afstemningen om retsforbeholdet er altså, at mere og mere af samarbejdet i EU er blevet overstatsligt.

Danmarks retsforbehold blev som nævnt først aktiveret med Amsterdam og Lissabon-traktaterne. Derfor deltager Danmark stadig på flere områder på trods

af forbeholdende, fordi den tidligere lovgivning stadig gælder for eksisterende aftaler. Men nye bestemmelser på de områder vil ikke blive implementeret i Danmark på grund af forbeholdet. Et eksempel på dette, som fyldte meget i debatten er det europæiske politisamarbejde Europol. EU er ved at vedtage en ny forordning, der betyder at Danmark ikke umiddelbart vil kunne deltage i politisamarbejdet (Folketinget 2015c). Der er dog stadig mulighed for at Danmark kan deltage i det retlige samarbejde gennem parallelaftaler. Det sker ved at Danmark, efter at et forslag er vedtaget i EU, beder om at blive del af aftalen på mellemstatligt niveau, som det f.eks. er tilfældet med Norge, som ikke er medlem af EU. For at en parallelaftale kan komme på plads, skal kommissionen imidlertid tillade det. Det er dog ikke altid at parallelaftaler tillades, da de anses som ekstraordinære og midlertidige (Folketinget 2015c).

Tilvalgsordningen betyder at Danmark som udgangspunkt står uden for samarbejdet om retlige og indre anliggender, men at Folketinget i hver enkelt sag vil kunne beslutte om de vil være en del af EU's samarbejde om retlige og indre anliggender på overstatsligt niveau. Det er ikke et krav i tilvalgsordningen, at Danmark efter et vist tidsrum tilvælger en retsakt, så Danmark kan også vælge at stå udenfor permanent. Storbritannien og Irland har en tilsvarende tilvalgsordning til den Danmark skulle stemme om (Folketinget 2015c).

Der er to måder Danmark kan tilslutte sig et forslag. Enten kan Danmark tilslutte sig et forslag inden det vedtages i EU, senest tre måneder efter, at Kommissionen har fremsat forslaget. Ved denne løsning deltager Danmark i forhandlingerne, vedtagelsen og eventuelle afstemninger i Rådet og forpligter sig dermed også til at være del af det endelige resultat, uanset om Danmark får sine ønsker igennem i forhandlingerne eller ej. Den anden mulighed er, at Danmark venter til retsakten er blevet vedtaget i Parlamentet og Rådet. Så kan Danmark selv vælge om det ønsker at deltage i den vedtagne retsakt og der er ingen tidsfrist (Folketinget 2015a).

Danmark har ifølge EU-traktaten mulighed for til enhver tid at afskaffe retsforbeholdet. Det kræver ifølge grundlovens §20 enten 5/6 flertal i

Folketinget eller flertal i en folkeafstemning. Dette er fordi at når Danmark tilslutter sig overstatsligt samarbejde indebærer det at EU kan indføre retsakter med direkte effekt i Danmark. Disse beføjelser ligger normalt hos den danske lovgivningsmagt og der er derfor tale om suverænitetsafgivelse (Folketinget 2015b). En ændring af retsforbeholdet til en tilvalgsordning betyder ikke i sig selv, at Danmark afgiver suverænitet. derfor kræver det ikke i sig selv en folkeafstemning eller et 5/6 flertal i folketinget, hvis Danmark tilslutter sig en tilvalgsordning. §20 gælder først i det øjeblik, at Danmark ønsker at gøre brug af tilvalgsordningen indenfor retlige eller indre anliggender (Folketinget 2015b s. 2).

Der var to måder Danmark kunne tilslutte sig tilvalgsordningen:

1. Danmark tilslutter sig uden §20 proceduren. Hver gang regeringen ønsker at benytte sig af tilvalgsordningen skal der enten være 5/6 flertal i Folketinget eller være flertal ved en folkeafstemning.
2. Der gennemføres en folkeafstemning om tilvalgsordningen én gang for alle. Ved denne løsning er det Folketinget der kan overdrage beføjelser til EU. På den måde er det et almindeligt flertal i Folketinget som fra sag til sag bestemmer om der skal afgives suverænitet til EU. Man kan sige at Danmark på den måde overdrager suverænitet på forhånd, i og med, at det er Folketinget som tager beslutningen på vegne af befolkningen (Folketinget 2015b s. 2).

Det var mulighed 2, som danskerne skulle stemme om den 3. december 2015.

Folkeafstemningen blev afholdt den 3. december 2015 og resulterede i en afvisning af tilvalgsordningen, da 53,1% af de afgivne stemmer var imod forslaget, mens 46,9% var for. 71,9% af de stemmeberettigede deltog i folkeafstemningen (Folketinget 2015d).

## Danmark i EU 1992-i dag

Der har historisk set været en kløft mellem den danske befolkning og den politiske elite i spørgsmål om det europæisk samarbejde. Op gennem 1990'erne hvor Danmark havde socialdemokratiske regeringer, var der et ønske om, at placere Danmark mere centralt i det Europæiske samarbejde. Mange danskere var så EU-skeptiske, at det ikke lykkedes de socialdemokratiske regeringer, at afskaffe de danske forbehold, der blev opfattet som begrænsende for dansk EU-politik. Siden afstemningen om Maastricht-traktaten i 1992 og frem til 2001, var Danmarks EU-politik styret og præget af de socialdemokratiske regeringer. Det var med til, at skaffe flere tilhængere på venstrefløj, fordi EU-politikken i højere grad tilgodeså disse partiers holdninger. Det medførte dog en større borgerlig skepsis og den borgerlige skepsis er fortsat med at vokse efter de borgerlige igen kom til magten i 2001. Da Fogh-Rasmussen dannede regering i 2001 blev der lagt en yderligere dæmper på danske EU-profil. Det skyldtes formentlig til dels at regeringens støtteparti, Dansk Folkeparti, var og er meget EU-kritisk. Men det handlede også om, mener nogle, at Fogh ikke var så glødende europæer som sin forgænger, Uffe Ellemann-Jensen. (Olesen 2013)

I Nyrup-regeringen og i Udenrigsministeriet blev forbeholdene set som en begrænsning af regeringens mulighed for at deltage aktivt og øge indflydelse i Bruxelles. Man ønskede derfor at få forbeholdene fjernet, men det var svært, fordi forbeholdene blev set som afgørende i den 'kontrakt' der var indgået mellem politikerne og befolkningen ved Edinburgh-afstemningen i 1993. For at bringe Danmark tættere på EU, valgte Nyrup-regeringen i 2000 at lave en folkeafstemning om Danmarks indtræden i ØMU'ens tredje fase. Hvis Danmark blev en del af ØMU'ens tredje fase ville det betyde, at Danmark skulle indføre Euroen som betalingsmiddel og ville få mulighed for at øve mere indflydelse på området, fordi man ville kunne deltage i de møder hvor beslutninger om penge- og rentepolitik blev taget. (Olesen 2013)

Flere opinionsmålinger viste i starten af 2000, at befolkningen delte regeringens ønske om at indtræde i ØMU'ens tredje fase, og det var en afgørende faktor for, at regeringen sendte forslaget til afstemning. Imidlertid endte afstemningen i september 2000 med et nej og det var der flere grunde til. Politisk var der



splittelser internt mellem ja-partierne og samtidig begyndte Euroen at falde i kurs, hvilket fik den til at fremstå som en ustabil valuta. Regeringens kampagne havde netop kørt på, at et Nej ville svække Danmarks økonomi, men det viste sig at den danske økonomi klarede sig bedre end EU-gennemsnittet både før og efter afstemningen (Olesen 2013) Mange i befolkningen var derfor kritiske overfor regeringens kampagne, hvilket kan have bidraget til en dybere kløft mellem den politiske elite og befolkningen.

Danmarks Nej til ØMU'ens tredje fase var et hårdt tilbageslag for de pro-europæiske partier i Danmark. Da den borgerlige Fogh-regering kom til magten i 2001 med Dansk Folkeparti som støtteparti, blev Danmarks forhold til EU mere kritisk og forbeholdent. Dansk Folkeparti profilerede sig som et nationalt og traditionsbundet parti, og er kritiske overfor EU. Det begrænsende Fogh-regeringens muligheder for at handle på EU området og førte til en forbeholden EU-politik. På trods af de fire danske forbehold, spillede Fogh-regeringen en stor rolle i udvidelsen af EU mod øst. Under Danmarks EU-formandskab i 2002 var regeringen med til at færdiggøre processen af integreringen af 12 øst- og centraleuropæiske lande (Olesen 2013)

Efter man havde udvidet det europæiske samarbejde med 12 nye medlemslande, ville man implementere en ny forfatningstraktat for at reformere EU's institutioner, så de var klar til de nye medlemslande. Traktaten blev sendt til afstemning i Holland og Frankrig, der begge forkastede den nye forfatning. Ifølge Olesen (2013) tydede afvisningen på, at borgerne var kritiske overfor et så stærkt symbolsk integrationstiltag som indførslen af en forfatning ville være: "Forfatninger er i udgangspunktet noget stater har, mens traktater er noget, der indgås mellem stater" (Olesen 2013). På trods af forfatningskrisen fungerede EU's daglige arbejde, men der var behov for at finde en løsning på de politiske udfordringer. Det førte i 2007 til en revideret aftale, Lissabon-traktaten, som blev underskrevet af EU-medlemslandenes regeringer i 2007. Regeringen og Folketinget vurderede at traktaten ikke skulle til folkeafstemning, da aftalerne i traktaten ikke indebar at Danmark afgav suveræniteten. I Irland blev traktaten imidlertid sendt til afstemning, og her stemte vælgerne nej. Det betød at traktaten ikke kunne ratificeres i de andre EU-lande, fordi alle lande skulle

underskrive aftalen før den kunne træde i kraft. To år senere blev en revideret aftale sendt til folkeafstemning i Irland og denne gang var der flertal i befolkningen og aftalen kunne dermed træde i kraft i hele EU (Olesen 2013).

### Opsummering

Jeg har i dette afsnit forsøgt at berøre nogle af de store politiske emner som har fyldt i EU for at tegne et billede af EU, Danmarks rolle i EU og hvordan Danmark og de danske politikere har forholdt sig til EU og hvordan retsforbeholdet er opstået. Danmark har siden 1993 haft et forbehold overfor retlige og indre anliggender i EU, hvilket vil sige EU's samarbejde om retspolitik. Den 3. December 2015 skulle Danmark ved en folkeafstemning vælge, om forbeholdet skulle laves om til en tilvalgsordning, hvor et flertal Folketinget fremover kan tilvælge de områder af det retlige samarbejde, som de ønsker at være med i. Derudover skulle danskerne stemme om, hvorvidt de ville tilvælge 22 retsakter inden for strafferet, politisamarbejde, civil-, familie- og handelsret, som et flertal i Folketinget havde udvalgt. Som gennemgangen af Danmarks forhold til EU peger på, har det europæiske samarbejde været præget af interne uenigheder. Også Danmarks syn på og rolle i EU er splittet. I Danmark, som de fleste andre europæiske lande, er der en kløft mellem den brede befolknings holdning til EU og den politiske elites holdning til EU. Samtidig tyder den senere udvikling på, at også eliten er blevet mere delt i spørgsmålet om, hvor meget EU skal bestemme. Splittelsen i spørgsmålet om EU kan ifølge flere teoretikere betyde, at politikeres kampagner bliver mere negative, fordi ideologiske forskelle og politisk konflikt fører til øget negativitet (Elmelund-Præstekær & Svensson 2014).

## Negative kampagner

### Indledning

I det følgende afsnit vil jeg redegøre for begrebet negative kampagner og forklare hvilken definition af begrebet der er valgt i specialet. Derefter vil jeg gennemgå den væsentligste litteratur om negative kampagner i den amerikanske og den danske forskning og de vigtigste kontroverser i forskningen vil blive diskuteret. Desuden vil jeg diskutere, hvordan min undersøgelse placerer sig i forhold til den eksisterende forskning.

Jeg vil i min gennemgang ikke komme ind på den omfattende forskning i politiske skandaler som Ørsten (2012) og Pollack og Allern (Pollack & Allern 2009) har undersøgt i henholdsvis dansk og skandinavisk sammenhæng. Der kan dog være tilfælde, hvor politiske skandaler og negative kampagner overlapper hinanden. Politiske skandaler indeholder blandt andet følgende: overtrædelse af værdier, normer eller moralregler, et element af hemmeligholdelse og desuden en afsløring af skandalen som offentligheden misbilliger (John B. Thompson 2000). En politisk skandale vil således godt kunne kategoriseres som negative kampagner, hvis en politiker kritiserer sin modstander for en skandale de har været indblandet i. Men ofte handler negative kampagner om at kritisere sin modstander på baggrund af politiske overensstemmelser som ikke sker på baggrund af en afsløring af en skandale.

### Definition af negative kampagner

Begrebet negative campaigning er i den danske forskning blevet oversat til negative kampagner (Hansen 2008, Præstekær 2010, Pedersen 2014). Der er ikke tale om politiske kampagner som helhed, men derimod de udsagn politikerne giver. Ordet negative kampagner kan have negative konnotationer, men som min diskussion af begrebet vil vise, handler mange definitioner ikke nødvendigvis om beskidte personangreb eller ufine metoder. Når et udsagn kategoriseres som negativ kampagne handler det om, hvorvidt modstanderen eller modstanderens politik nævnes og det er altså ikke en vurdering af, om et udsagn subjektivt vurderes som negativt. Som Hansen og Pedersen (2008) skriver, er negative kampagner en analytisk distinktion, ikke en normativ

distinktion. Skelnen mellem negative kampagner og positive kampagner, fortæller derfor ikke noget om, hvorvidt negative kampagner er gode eller ønskelige i et demokrati (Hansen & Pedersen 2008 s. 409). Jeg vil også nævne, at "Negative campaigning is not lying and stealing and cheating, it is criticizing the opponent" (Lau & Pomper 2001 s. 81). Negative kampagner er altså ikke at lyve og snyde, som man måske kan få indtryk af gennem mediernes dækning af valgkampe. Pedersen (2014) pointerer at det er vigtigt at skelne mellem mediernes dækning af negative kampagner, og negative kampagner i sig selv. Det er politikerne, der laver negative kampagner, som medierne så framer og dækker på en bestemt måde. Min undersøgelse behandler begge dele, men det er to forskellige ting.

Der er to aspekter af negative kampagner. Der er retningen af det udsagn der gives – man taler om sin modstander, og så er der den evaluerende mening, hvor man giver udtryk for sin holdning til sin modstanders politik. I dette speciale har jeg valgt at tage udgangspunkt i den retningsbestemte del af negative kampagner, ikke den evaluerende del. De to dele er nemlig ikke nødvendigvis forbundne (Lau & Pomper 2001). Det vil sige, at når et udsagn er blevet udvalgt som værende en negativ kampagne, kræver det blot, at en politiker har nævnt sin modstander eller deres politik, de behøver ikke at have talt dårligt om modstanderen.

Jeg tager udgangspunkt i Lau og Pompers (2001) definition af negative kampagner som er:

*"Negative campaigning is talking about the opponent - criticizing his or her programs, accomplishments, qualifications, and so on. Positive campaigning is just the opposite: talking about one's own accomplishments, qualifications, programs, etc." (Lau & Pomper 2001 s. 805-806)*

Ved at bruge en definition som kun er retningsorienteret undgår jeg subjektive vurderinger af, hvorvidt et budskab skal evalueres som negativt. Det skal blot konstateres om modstanderen bliver nævnt eller ej, for at kunne karakteriseres

som negativt. Lau og Pomper (2001) definition er personorienteret, som de skriver fokuserer deres definition på "[...] his or her programs, accomplishments, qualifications and so on." (Lau & Pomper 2001 s. 805-806) Deres fokus er på kandidater, fordi de har undersøgt valgkampe til det amerikanske senat, hvor personer fører valgkamp mod hinanden. Jeg vil i mit speciale undersøge afstemningen om Danmarks retsforbehold, hvor det ikke er personer, som stiller op til et valg, men, hvor det er et forbehold, noget lovgivning som politikere og partier fører kampagne for eller imod. Fordi der i afstemningen om retsforbeholdet ikke var kandidater, der kæmpede mod hinanden om at få en plads i Folketinget eller EU-parlamentet, er det muligt at der vil være færre direkte personangreb end ellers.

### **Negative kampagner som amerikansk forskningsfelt**

Det meste af den amerikanske forskning har undersøgt effekten af negative kampagner på vælgerne (Ansolabehere & Iyengar 1995, Lau & Pomper 2001, Brooks 2006). Det er især spørgsmålet om, hvorvidt negative kampagner påvirker, hvor mange der stemmer til et valg, som har fyldt meget i forskningen. Et af de mest omdiskuterede studier er Ansolabehere og Iyengar (1995) hvis undersøgelse viste, at negative reklamer betød, at færre vælgere stemte ved valg (Ansolabehere & Iyengar 1995). De konkluderede, at vælgere ikke kan lide de negative kampagner og at de negative kampagner forårsager, at færre vælgere stemmer til valgene. Dette kaldes demobiliseringshypotesen. Ansolabehere & Iyengar anbefaler, at brugen af negative kampagner mindskes, da de mener, at flere så vil engagere sig i valg og stemme (Ansolabehere & Iyengar 1995). Ansolabehere & Iyengars demobiliseringshypotese er blevet udfordret af flere senere undersøgelser. Pippa Norris (2000) konkluderer, at: "those most exposed to the news media and party campaigns consistently proved more knowledgeable, not less; more trusting towards government and the political system, not less; and more likely to participate in election campaigns, not less" (Norris 2000 s. 314). Hendes undersøgelse viste, at disse positive resultater fandtes i flere samfundsmodeller, både i Europa og USA, på trods af strukturelle forskelle og holdninger, som kunne påvirke mediebrug, deltagelse og engagement i valgkampe (Norris 2000 s. 314).

Lau og Pomper (2001) har specifikt undersøgt negative kampagner i senatsvalg over en tiårig periode og effekten af dem. Deres undersøgelse viste også, at negative kampagner stimulerer valgdeltagelsen, så flere møder op og stemmer (2001 s. 804). Dog har negative kampagner en negativ effekt på én gruppe vælgere: de uafhængige vælgere, som hverken identificerer sig som demokrater eller republikanere: "A 10% difference in turnout between strong partisans and independents at low levels of campaign negativism grows to over 30% at high levels of campaign negativism" (Lau & Pomper 2001 s. 817-818). Demobiliseringshypotesen gælder altså, ifølge Lau og Pomper (2001), stadig for en lille gruppe vælgere.

Brooks (2006) har med udgangspunkt i Ansolabehere & Iyengars (1995) eget datasæt konkluderet, at amerikanske vælgere "are resilient when it comes to the effects of negative campaigning" (Brooks 2006 s. 685). Der kan ifølge Brooks ikke være nogen tvivl om, at negative kampagner ikke har en negativ effekt på, hvor mange der stemmer til et valg. Brooks gør dermed op med teorien om negative kampagners demobiliserende effekt på vælgerne. Hun efterspørger samtidig mere forskning omkring, hvorvidt negative kampagner har en mobiliserende effekt, noget hun mener den eksisterende forskning givet et tvetydigt svar på (Brooks 2006 s. 694).

Geer (2006) giver i sin bog 'In defense of negativity', en gennemgang af brugen af negative kampagner i amerikansk politik siden landet blev grundlagt. Geer konkluderer, at negative kampagner altid har været en del af amerikansk politik, og de har, ifølge ham, i høj grad en positiv effekt på demokratiet (Geer 2006). Geer argumenterer for, at negative kampagner ikke bare er godt for demokratiet, de er også nødvendige; "Without negativity, no nation can credibly think of itself as democratic" (Geer 2006 s. 10). Kritik og negative kampagner er, ifølge Geer, kernen i et demokrati. Geer's (2006) konklusion skyldes, at et ideelt demokrati, ifølge ham, kan karakteriseres som et deliberativt demokrati. I et deliberativt demokrati er det vigtigt, at beslutninger diskuteres af offentligheden og at diskussionerne bidrager til en bedre forståelse for de værdier, der ligger til grund for diskussionen (Strombäck 2005 s. 336).

Kun enkelte forskere har undersøgt retorikkens betydning i valgkampe (Cobb & Kuklinski 1997) mens langt størstedelen af forskningen fokuserer på effekten. Der er kun tale om enkelte studier som Cobb & Kuklinski (1997) og Jerit (2004), og de fylder meget lidt i forskningen, som mest fokuserer på effekten af negative kampagner.

### **Negative kampagner som dansk forskningsfelt**

Forskning i negative kampagner i en dansk kontekst er et nyere felt. Den første forskningsartikel der blev publiceret i Danmark er fra 2008 (Hansen & Pedersen 2008). Hansen og Pedersen (2008) konkluderer, at negative kampagner ikke er så udbredte i danske valgkampe, og det skyldes flere årsager. For det første, har Danmark et flerpartisystem, modsat det amerikanske to partisystem, er der ikke den samme fordel i negative kampagner. I et to partisystem kan man kun flytte vælgerens stemme ét sted hen – til den der angriber. Hvis man ved et dansk Folketingsvalg overbeviser en vælger om at flytte sin stemme, kan den flyttes til et af de mange andre partier, og vælgeren stemmer ikke nødvendigvis på det parti, der fører negative kampagner (Hansen & Pedersen 2008) Det er, ifølge Hansen og Pedersen (2008) en klar svækkelse af incitamentet til at bruge negative kampagner i en dansk sammenhæng. Desuden er den politiske kultur, ifølge Hansen og Pedersen (2008), kendetegnet ved en tradition for en meget upersonlig og civiliseret debatform, hvor man ikke kommer med så hårde angreb på sine politiske modstandere, sammenlignet med lande som Storbritannien, Australien og USA (Hansen & Pedersen 2008). En anden forklaring er, at man i skandinaviske valg har mere fokus på parti overfor parti, end kandidat overfor kandidat. Da mange negative kampagner er personlige, kan dette også være en forklaring på, hvorfor negative kampagner ikke er så udbredte i en dansk kontekst. En anden ting der kan forklare, hvorfor negative kampagner ikke er så udbredt i en dansk sammenhæng, sammenlignet med USA, er lovgivningen omkring brug af politiske kampagner i medierne. I Danmark er der forbud mod politiske reklamer på både public service Tv-stationer og radiostationer (Hansen & Pedersen 2008). Det er ikke tilfældet i USA, hvor man gerne må reklamere på TV. Det er væsentligt at tage højde for denne forskel når man sammenligner

undersøgelser mellem brugen af negative kampagner i henholdsvis Danmark og USA.

Hansen og Pedersen (2008) var de første, der undersøgte brugen af negative kampagner ved et dansk folketingsvalg. Brugen af negative kampagner blev undersøgt i annoncer indrykket af politiske partier eller kandidater i de danske dagblade, valgvideoer, partilederdebatte på Tv og nyhedsartikler om folketingsvalget (Hansen & Pedersen 2008). Deres undersøgelse af folketingsvalget i 2005, viste at medierne gav mere omtale til de få negative kampagner der var end til de positive kampagner. Det kan tilskynde partierne til at være mere negative fordi de så får mere omtale. Teorien om at udfordrere er mere negative end de regerende (Lau & Pomper 2002, Fridkin & Kenny 2004) blev også undersøgt. Deres konklusion var, at teorien også holder i en dansk kontekst. Oppositionspartierne var markant mere negative i deres kampagner end regeringen (Hansen & Pedersen 2008 s. 408). Som kritik kan man indvende, at Hansen og Pedersen kun har undersøgt valgkampen i 2005 så det vides ikke om det samme har været gældende i andre valgkampe til Folketinget.

Elmelund-Præstekær (2010) undersøgte brugen af negative kampagner ved at gennemgå valgkampene til folketingsvalgene i 1994, 1998, 2001 og 2005 (Elmelund-Præstekær 2010). Elmelund-Præstekær (2010) undersøgte hypotesen om, hvorvidt politikeres brug af negative kampagner er afhængig af hvilken kommunikationskanal der benyttes. En af årsagerne kan være at de politiske partier har forskellige mål, afhængig af, hvilken kommunikationskanal de benytter. Nogle kommunikationskanaler, som partimanifester, er gode til at præsentere partiets politik, mens andre kommunikationskanaler, som Tv-debatte og avisannoncer er bedre til interaktion og angreb på andre politikere (Elmelund-Præstekær 2010). Undersøgelsen viste, at "the channels facilitating direct interaction among parties are more negative than the channels in which the parties merely present their platforms" (Elmelund-Præstekær 2010 s. 152). der er altså, ifølge Elmelund-Præstekær, en sammenhæng mellem graden af negativitet og hvilken kommunikationskanal der benyttes. Ifølge Elmelund-Præstekær er nogle kanaler bedre til at undersøge graden og årsagerne til



negativitet end andre. I det Præstekær kalder 'deliberative' kanaler, så som TV-debatter og læserbreve, er tonen påvirket af mange faktorer i konteksten, som kan være svære at konkludere noget universelt ud fra. I medier som er kontrolleret af partiet derimod, så som reklamer og manifeste, kan partierne kommunikere uden indblanding, og derfor, argumenterer Præstekær, repræsenterer de bedre end andre kanaler, partiets "calculus to go negative or stay positive" (Elmelund-Præstekær 2010 s. 152). Elmelund-Præstekær (2011) har også undersøgt om brugen af negative kampagner kan forklares ved, hvorvidt et parti har ejerskab over et politisk emne. Elmelund-Præstekær (2011) undersøgte fire valgkampe til Folketingsvalg, og konkluderede at partier der har ejerskab over et emne er mere positive i deres kommunikation. Hvis et parti for eksempel står stærkt på skatteområdet, vil de være mindre negative end hvis de står svagt på området (Elmelund-Præstekær 2011).

Elmelund-Præstekær og Svensson (2013) sammenlignede valgkampen til Folketinget i 2011 med de fem foregående valgkampe. valgkampen var blevet beskyldt for at være den retorisk hårdeste i mange år. Men en sammenligning med de fem foregående valgkampe viste, at politikerne ikke er blevet mere negative i deres kommunikation, tværtimod var de lidt mindre negative i 2011 end i de foregående valgkampe. De kom blot til at fremstå mere negative fordi medierne i stigende grad fremhæver de negative kampagner (Elmelund-Præstekær & Svensson 2013)

Elmelund-Præstekær & Svensson (2014) undersøgte brugen af negative kampagner ved danske Folketingsvalg fra 1971 og frem. De konkluderer at kampagner ikke er blevet mere negative med tiden. Desuden bekræfter deres undersøgelse en række teorier om, hvornår der bruges negative kampagner heriblandt, at kampagnerne bliver mere negative jo større ideologiske forskelle der er på de politiske partier og jo større politisk konflikt der er op til valget (Elmelund-Præstekær & Svensson 2014).

Pedersen (2014) har undersøgt mediernes dækning af flere valgkampe til det danske folketingsvalg. Han argumenterer, at "consumer demand and norms of

journalistic independence might induce the news media outlets to cover negative campaigning with a strategic game frame” (Pedersen 2014 s. 898). Det konkluderes at medierne bruger strategi frames i langt højere grad i artikler, hvor de dækker negative kampagner, end i artikler hvor de dækker positive kampagner.

Elmelund-Præstekær og Svensson (2013) mener at mediernes øgede fremhævelse af negative kampagner muligvis har lagt en dæmper på politikernes angrebslyst, fordi de kan blive hængt ud som ukonstruktive og mudderkastende (Elmelund-Præstekær & Svensson 2013). Siden Folketingsvalget i 1994 har medierne i stigende grad forstærket politikernes negativitet ved at fremhæve negative historier mere end positive. Det konkluderer Elmelund-Præstekær og Svensson (2013), på baggrund af, hvilke udtalelser fra afslutningsdebatter, der citeres i medierne. I Tv-debatterne var omkring en tredjedel af politikernes udtalelser negative, men i citater i aviserne var det næsten to tredjedele (Elmelund-Præstekær & Svensson 2013).

### Opsummering

I den amerikanske forskning er langt den største del af forskningen fokuseret på effekten af negative kampagner (Ansolabehere & Iyengar 1995, Norris 2000, Lau & Pomper 2001, Brooks 2006). Der ser nu ud til at være gjort op med ideen om den demobiliserende effekt af negative kampagner (Brooks 2006), som hidtil har fyldt meget i forskningen. Enkelte studier har undersøgt retorikken i valgkampe (Cobb & Kuklinski 1997, Jerit 2004) og de vil blive uddybet i mit teoretiske afsnit. Den danske forskning i negative kampagner viser at politikerne er mere negative i kommunikationskanaler, der redigeres af medierne (Elmelund-Præstekær 2010), at oppositionen er mere negativ end regeringen (Hansen & Pedersen 2008), at politikere er mere negative, hvis de ikke har ejerskab over et issue (Elmelund-Præstekær 2011), at politikerne ikke er blevet mere negative i deres kommunikation (Elmelund-Præstekær & Svensson 2013) og at medierne giver mere omtale til negative kampagner end positive kampagner når de bruger strategiframes (Pedersen 2014). De fleste har beskæftiget sig med folketingsvalg, mens et enkelt studie har undersøgt et valg til Europaparlamentet. Der er ikke

forskning, der har undersøgt en folkeafstemning om EU-forbehold eller direktiver. Der findes i den danske forskning heller ikke undersøgelser af politikernes retorik og appelformer i sammenhæng med negative kampagner. I min undersøgelse laver jeg en kvalitativ analyse af afstemningen om EU-restforbeholdet. I min analyse vil jeg se på udvalgte avisers dækning af afstemningen om EU-retsforbeholdet og på politikernes retorik omkring negative kampagner og hvordan den hænger sammen med mediernes dækning af denne.

## Teori

### Negative kampagner og den politiske kultur i USA

I USA har der siden de første politiske kampagner været en tradition for negative kampagner og hårde angreb på politiske modstandere og i midten af 1800-tallet var det populært at fremstille sine politiske modstandere som alkoholikere eller skørtejægere (Mark 2009 s. 18). Religion har ofte spillet en stor rolle og især forskelle mellem protestanter og katolikker har været genstand for negative kampagner. I 1656 måtte en præsidentkandidat benægte, at han var katolik, fordi det blev set ned på af de protestantiske vælgere og så sent som i 1960 måtte John F. Kennedy forsikre, at han ville repræsentere den amerikanske befolknings interesser og ikke Vatikanet, for at beskytte sig mod angreb fra politiske modstandere (Mark 2009). Lige siden landets grundlæggelse har sammenligninger og kontraster fyldt meget i den politiske diskurs. I 1796, ved det tredje amerikanske præsidentvalg, var der stærke ideologiske forskelle mellem føderalisterne som ønskede en stærk centraliseret stat og de demokratiske republikanere, der ønskede en løsere sammenslutning af stater. De stærke ideologiske forskelle førte til hårde og negative angreb imellem de to lejre. Denne politiske diskurs kan på mange måder ses som frontløberen til de senere negative kampagner i amerikansk politik (Mark 2009). De politiske kampagner blev i starten af det nittende århundrede mere civile og det skyldtes en kombination af ting. Indtil da var det især aviser der som håndlangere førte kampagner og ikke politikerne selv. Aviserne var ofte meget grove og negative i deres kritik af politiske modstandere. Da politikerne istedet selv begyndte at lede deres kampagner og fungere som direkte afsender af deres budskaber, krævede det lidt pænere og mere civiliseret retorik. Samtidig førte en ændring i avismarkedet til at de i stigende grad blev uafhængige af partierne og blev mere objektive i deres dækning (Mark 2009). Et eksempel på en negativ kampagne fra de seneste år, er en politiker, der beskyldes for, at "aiding and abetting terrorism and genocide" (Mark 2009 s. 243), fordi han tillod pensionsselskaber at investere i virksomheder i diktaturstater. Hans politiske modstander lavede en Tv-reklame, hvor man ser en atombombe eksplodere, mens man ser billeder af forskellige diktatorer fra Nordkorea og Mellemøsten (Mark, 2009). Det er et af mange eksempler på voldsomme personlige angreb på politiske modstandere, og

de er ifølge Mark (2009) typiske for amerikansk politik. Ser man på den udbredte brug af negative kampagner i USA, er der altså både historiske og mediesystemiske faktorer, som påvirker omfanget. De store ideologiske forskelligheder i landet, og den politiske kultur siden landets grundlæggelse, samt avisernes rolle i dækningen af politik påvirker brugen af negative kampagner.

### Mediesystemer

Som nævnt i gennemgangen af litteraturen, er der forbud mod brug af reklamer for politiske kampagner på public service TV og radio kanaler i Danmark (Hansen & Pedersen 2008). Men der er andet end lovgivning, der påvirker brugen af negative kampagner i de danske medier, som en mere civiliseret og upersonlig debat i Danmark, modsat USA. Der eksisterer også nogle institutionelle forskelle, der betyder, at mediernes rolle i de to lande kan være forskellige. Set fra et nyt institutionelt perspektiv (Cook, 1998), er nyhedsorganisationer selvstændige politiske institutioner, og deres rolle kan variere i forskellige mediesystemer. Systemernes opbygning er styret af historiske betingelser samt forholdet mellem nyhedsmedier og det politiske system. Fokus indenfor forskningen i ny institutionalisme, er nyhedsmediernes evne til at strukturere og påvirke, hvordan regeringer og politiske aktører handler og dermed nyhedsmediernes indflydelse på den politiske agenda og framingen af politik (Allern & Ørsten 2011).

Der findes tre modeller i de vestlige samfund, som beskrevet af Hallin og Mancini (2004): en nordatlantiske eller liberale model, en middelhavs eller polariseret pluralist model og en nord/central europæiske eller demokratisk korporativ model. Danmark tilhører, ifølge Hallin og Mancini (2004), den korporative model, som er kendetegnet ved:

“three coexistences”: simultaneous development of mass-circulation commercial media and media tied to political and civil groups; the coexistence of political parallelism and journalistic professionalism; and, the coexistence of liberal traditions of press freedom and a tradition of strong state intervention in the media as a social” (Allern & Ørsten 2011 s.

92).

USA tilhører den liberale model, der er kendetegnet ved et privatiseret mediemarked med mindre offentlig støtte end i den korporative model og hvor medierne er mere kommercialiserede og styret af markeds kræfter (Allern & Ørsten 2011).

Nyhedsinstitutionen er kendetegnet ved, at have et særligt nyhedsparadigme som er en "common understanding of certain basic genre rules, news values, tacit procedures and conventions regarding what journalism must observe, report and how it should be presented" (Allern & Ørsten 2011 s. 94). Derudover, har nyhedsinstitutionen også særlige historisk betingende karakteristika. Over en lang periode har nyhedsmedier udviklet særlige ideer omkring etiske normer, forståelse for, hvad der er god journalistisk praksis og hvilke roller journalister og redaktører forventes at udfylde. Et tredje karakteristika, er den rolle nyhedsmedierne spiller som kanal og arena for kommunikation i det offentlige rum herunder: "ideas concerning the notion of journalism as a prerequisite for political democracy: information about public affairs, scrutiny of the wielders of power, and public debate" (Allern & Ørsten 2011 s. 94).

### **Kommercialiseringen af de danske aviser**

Avisernes dækning og ejerskab har ændret sig markant siden starten af det 20. århundrede, hvor de fleste danske aviser blev grundlagt. De fleste aviser blev startet af politiske partier, som en måde, at have en dialog med sine vælgere på og var afhængige af støtte fra de politiske partier eller fagforeninger. Aviserne var koncentreret om et begrænset geografisk område og i de fleste danske byer havde de politiske partier en avis, der repræsenterede dem. Ikke alle aviser var direkte ejet af et politisk parti, men de var altid loyale overfor det parti de repræsenterede, så aviserne var i høj grad kanaler kontrolleret af de politiske partier (Allern & Ørsten 2011). I årtierne omkring 2. verdenskrig, var de fleste af aviserne stadig styret af partierne, og de få uafhængige aviser der eksisterede, var små. Der var dog stadig flere aviser, som tonede deres politiske profil ned, for at få flere læsere udenfor gruppen af politiske tilhængere. Med tiden opstod der

en presse, uafhængig af de politiske partier. det var en lang proces, som skyldes flere faktorer. en af årsagerne var en økonomisk vækst i avisindustrien og grundlæggelsen af uddannelsesinstitutioner for journalister. Men også det faldende antal medlemmer i de politiske partier og en svækkelse af de politiske partiers organisation, spillede en rolle. En anden vigtig faktor var, at der blev grundlagt statsejede public service medier som definerede sig som neutrale overfor de politiske partier. Helt frem til 1960'erne var den politiske dækning stærkt begrænset på TV og radio, og de politiske partier havde stor kontrol over valgprogrammer. I slutningen af 1960'erne begyndte der at ske ændringer og nyhedsbilledet blev i højere grad formet af professionelle, journalistiske kriterier. Denne udvikling opfordrede til og stimulerede efterspørgslen efter en uafhængig og balanceret dækning og kritisk og undersøgende journalistik (Allern & Ørsten 2011).

Historisk set har den korporative model stået i kontrast til den liberale model, men ifølge Hallin og Mancini (2004) vil forskellene med tiden blive mindre, i takt med, at det danske mediemarked bliver mere kommercialiseret. Det vil føre til at journalistens rolle ændres fra at have en social rolle, hvor målet er at dele information og skabe social konsensus omkring dem, til at det i højere grad handle om, at producere underholdning og information, der kan sælges til forbrugere (Allern & Ørsten 2011). I Danmark har man set en stigende kommercialisering der startede i årtierne efter 2. verdenskrig, hvor flere og flere medier blev aktieselskaber, ejet af private investorer. Det er ifølge Allern og Ørsten (2011) for tidligt at konkludere, om disse strukturelle faktorer nødvendigvis vil føre til en total overgang fra den korporative til den liberale model, da nyhedsmedier har en dobbeltnatur og er forbundet til og påvirkes af flere institutioner. På den ene side er nyhedsmedier forretninger som producerer varer, både information og underholdning og er derfor styret af love, normer og reguleringer, som gælder for økonomiske institutioner. på den anden side, repræsenterer nyhedsmedierne en social institution, der påvirker vores opfattelse og forståelse af virkeligheden. Set som en social institution, er nyhedsmedierne styret af samfundets politiske og kulturelle historie. Der

eksisterer altså et særligt forhold og en spænding mellem økonomisk og kulturel påvirkning af nyhedsinstitutionen (Allern & Ørsten 2011).

### **Professionel distance og strategi frames**

Der er i det liberale mediesystem et ønske om, at have en professionel distance til politikerne og det er normen blandt journalister, at man ønsker at være uafhængige og kritiske overfor politikerne. Strategi frames er en nem måde for journalisten at sikre denne uafhængighed, for ved at spekulere i politikernes strategi og taktik, viser journalisterne, at de ikke er ukritiske talerør for politikerne. Journalisten ville også kunne opnå uafhængighed ved kritisk, at undersøge den politiske substans. Men det er der flere udfordringer forbundet med. For det første kræver det meget viden om området og for det andet risikerer journalisten at blive angrebet for politisk bias. Strategiframen har den fordel, at den er apolitisk og journalistens fortolkninger af politikernes jagt på magt og indflydelse kan bruges uanset om en politiker ligger til højre eller venstre på det politiske spektrum (Pedersen 2014).

Selvom aviserne i dag er uafhængige af de politiske partier, har de fleste aviser stadig en politisk profil og flere aviser definerer sig som liberale, socialdemokratiske eller konservative. Indholdsanalyser af skandinaviske aviser har vist, at der stadig kan konstateres politiske tilhørsforhold, og at avisernes historiske tilknytning til partier og politiske organisationer stadig spiller en rolle (Allern & Ørsten 2011).

Som ovenstående afsnit har vist, har forholdet mellem medier og politik i Danmark gennemgået forskellige faser. I den første fase var medierne kontrollerede og afhængige af de politiske partier, og statsejede public service medier var under streng politisk kontrol. Med opløsningen af partipressen, og TV blev udbredt, blev disse mediesystemer vigtige arenaer for politisk debat. Det førte til en større grad af politisk pluralisme indenfor medierne og en styrkelse af medierne som en selvstændig politisk institution. Medierne har idag i højere grad en "proactive, interpretive and directing role in their relations with governments and parties" (Allern & Ørsten 2011 s. 99-100). Medierne er blevet



mere uafhængige af de politiske partier, og politikerne er nu afhængige af medierne for at få adgang til befolkningen. Medierne har fået stor magt over og indflydelse på, hvilke emner der kommer på dagsordenen. De politiske partiers forhold til medierne er blevet beskrevet som “a fear-based state of dependence” (Allern & Ørsten 2011 s. 100). fra at have været afhængige af de politiske partier, er medierne nu i konkurrence med de politiske partier. Medierne sætter ting på dagsordenen, kommer med løsningsforslag, og forsøger at samle opbakning omkring deres løsningsforslag (Allern & Ørsten 2011). Det kan for eksempel ses ved, at flere af de danske aviser anbefalede enten et ja eller et nej til afstemningen om retsforbeholdet. Jyllands-Posten anbefalede et ja, og det samme gjorde Berlingske og Politiken, mens Ekstrabladet anbefalede et nej (Davidsen-Nielsen 2015).

**TABLE 1**

Four phases in the relationship between media and politics in the Scandinavian countries

<b>Period</b>	<b>Main role of the media</b>	<b>Period characteristics</b>
Phase I: 1920–1959	Channel	A loyal party press, development of omnibus papers, the breakthrough of radio and attempts of journalistic professionalism.
Phase II: 1960–1969	Arena	A loyal party press under pressure and the advent of public service television.
Phase III: 1970–1989	Actor	The last “golden age” of the Scandinavian daily press. Dissolution of the party press and the beginning of the television era. The end of broadcasting as a state monopoly. Increased journalistic professionalism with a strong focus on independence from political actors. State subsidies to the press.
Phase IV: 1990–	Director and interpreter	Television dominates. Advent of the Internet and digital media, establishment of media houses publishing on several platforms. Increased focus on interpretive journalism. Media intervenes in and directs the political debate. Alternative public arenas are marginalized.

*Tabel 1 – Fire faser i forholdet mellem medierne og det politiske system i de skandinaviske lande (Allen & Ørsten 2011 s. 99)*

### De danske mediers EU-dækning

Fordi dette speciale beskæftiger sig med pressens dækning af afstemningen, vil jeg kort redegøre for, de danske mediers EU dækning. Studier har vist, at medierne ofte spiller en større rolle i at forme vælgernes i holdninger i udenrigspolitiske spørgsmål, end i indenrigspolitiske spørgsmål (Norris, 2000). Det skyldes, at vælgere i deres hverdag, oplever konsekvenserne af skatter, priser og kriminalitet. Borgere har personlig kontakt med offentlige instanser som jobcentre, hospitaler og skoler. Selvom EU også spiller ind på flere af disse områder, virker deres institutioner ikke særligt forbundet til borgerene og borgerne opfatter ofte ikke EU som værende en del af disse hverdagsting fordi de bliver implementeret gennem national lovgivning og lokale instanser. En undersøgelse viste, at kun 3 procent af de adspurgte havde haft kontakt med EU inden for de seneste tre måneder. derimod havde over 75 procent af de adspurgte set noget om EU på TV og over halvdelen havde hørt radioprogrammer om EU eller læst artikler om EU i aviser (Norris 2000, s. 185-186). At EU institutionerne virker distancerede fra danskernes hverdag kan også skyldes mediernes dækning. Der er f.eks. 180 danske journalister på Christiansborg men kun 10 journalister i Bruxelles. Andre argumenterer dog for, at antallet af journalister i Bruxelles alene, ikke kan vise hvor god dækning EU får. DR havde i forbindelse med valget til EU-parlamentet en redaktion på over 100 medarbejdere. (Andreassen, 2015).

Ifølge Mark Ørsten (2004a) udgjorde EU-stoffet fra 1991-2001 mellem 4-13 procent af avisstoffet og 3-7 procent af TV. Udover at prioritere EU-stoffet for lidt, kritiserer han medierne for, at politiske debatter og argumenter for eller imod ny EU-lovgivning ikke får nok plads. En gennemgang af mediernes dækning fra 1979 og frem, viser at mediernes dækning af EU har været faldende, med undtagelse af Europaparlamentsvalget i 2004 (Ørsten 2004b). De danske medier prioriterer altså ikke EU-dækningen særligt højt, men sammenligner man med andre lande, ligger Danmark som et af de lande, som prioriterer dækningen højest (Ørsten 2006). Danmarks dækning er relativt høj, og Holland, Tyskland og Danmark er de mest europæiserede i mediedækningen, hvilket vil sige, at de tager en Europæisk vinkel på historierne. Der er også en stigende europæisering

i mediedækningen, men den kommer dog ikke nødvendigvis til udtryk i en større dækning, men mere i en europæisk vinkling af de emner der dækkes. Den stigende europæisering af den danske presse, kan skyldes, at EU's institutioner er blevet en afgørende del af den forhandlingsøkonomiske proces, som den danske politikudvikling har været præget af siden etableringen af det indre marked i 1986. Indførelsen af det indre marked har betydet, at politikere og interesseorganisationer i stigende grad, har gjort EU-politikken til en del af de daglige forhandlingsrutiner, hvilket har ført til, at EU også fylder mere i de danske mediers politiske dækning (Ørsten 2006). De mere kommercielle medier, som de danske aviser, der ikke er licensfinansierede, anses for ofte at dække EU mindre, da man formoder, at EU ikke står så højt på læsernes dagsorden, og derfor prioriterer, man det ikke, fordi målet for kommercielle medier typisk er høje læsertal (Ørsten 2006).

### **Strategiframes**

Det centrale i fremstillingen af nyhedshistorier er ifølge Bell (1991), at maksimere nyhedsværdien ved at øge underholdningsværdien. Det gøres ved, at gøre indledningen iøjnefaldende, kildernes udtalelser mere skarpe, sproget gøres mere levende og energifyldt og der appelleres generelt til læserens nysgerrighed (Bell 1991). I amerikanske medier er der, især siden slut 1970'erne, sket en ændring i mediedækningen fra at være fremet på issue eller emne til at være fremet på strategi (Capella & Jamieson 1997). Historier med strategi frames, er kendetegnet ved, at fokusere på, hvem der er foran og hvem der er bagud i meningsmålingerne og strategien og taktikken der ligger bag de politiske kampagner (Capella & Jamieson 1997). Undersøgelser af de danske medier viser, at også her er brugen af strategi frames noget medierne i høj grad benytter sig af (Hansen & Pedersen 2008, Pedersen 2012, Jønch-Clausen 2012). Jønch-Clausen skriver: "Færre artikler vinkler på den politiske sag, mens fokus er rykket til den politiske proces, strategier og vælgerudvikling samt på politikerne som personer" (Jønch-Clausen 2012 s. 70). Det politiske indhold i medierne handler altså i stigende grad om strategi, magtkampe og konflikt, fremfor politisk indhold.

Begrebet om mediernes fremstilling af politik som en strategisk kamp om magten er udviklet af Jamieson og Capella (1997) i en undersøgelse af de amerikanske mediers dækning af reformen af det amerikanske sundhedsvæsen i 1993-1994 (Jamieson & Capella 1997). Deres undersøgelse viste, at størstedelen af journalistikken omtaler politik med et strategisk udgangspunkt. Politik fremstilles som en konkurrence om at få flest vælgere, og omtalen er præget af krigs- og sportsretorik. Det er politikernes strategi og indbyrdes konkurrence, der fremhæves, på bekostning af det politiske indhold og politikernes idealer og visioner. Politikerne fremstilles som værende mere interesseret i at fremme egen position og besejre modstanderen, end at skabe et bedre samfund for borgerne at leve i. Medierne har også tendens til at give plads til ekstreme synspunkter og at lade negativitet fylde meget i dækningen, hvilket får politikere til at fremstå meget negative (Jamieson & Capella 1997).

Strategiframes er ifølge Capella og Jamieson (1997) kendetegnet ved:

- *Politikeren som vinder og taber:* Politikerne fremstilles som del af et kapløb, dvs. som potentielle vindere eller tabere.
- *Krigs-,sports-,og spil-metaforer:* Politik frames ved hjælp af krigsmetaforer (han gik til angreb, hun skød tilbage, kampen var hed) samt sportsmetaforer (runden endte uafgjort, hun havde rendyrket sin taktik, det var fair, de klarede det på målstregen)
- *Et forløb med performere, kritikere og publikum:* Politik fremstilles som et drama, hvor politikere er skuespillerne, journalisterne kritikere og vælgerne publikum.
- *Fokus på kandidaternes stil og personlighed:* Politikerne fremstilles ikke kun som politiske aktører, men også som personligheder, hvis karaktertræk og personlige stil – både ift. opførsel, udseende og privatliv – fremhæves.
- *Fokus på meningsmålinger:* Opinionsmålinger der viser, hvordan partierne og politikere klarer sig, fylder meget og tillægges stor betydning. (Capella & Jamieson (1997) i Jønch-Clausen 2012 s. 62-63).

Brugen af strategi frames påvirker, hvordan vælgerne opfatter politikerne, da det oftest er gennem medierne vi præsenteres for politikerne og deres arbejde. Journalisternes fremstilling af politikerne fortæller os, hvad politikerne er optaget af og prioriterer i deres arbejde. Ved at bruge strategi frames flyttes fokus fra vigtige samfundsmæssige udfordringer og over på det "som mange Christiansborg-journalister kender til og interesserer sig for: nemlig spillet om magten" (Jønch-Clausen 2012 s. 65).

### **Vælgernes aversion mod tab**

Cobb og Kuklinski (1997) Har undersøgt retorikken i amerikansk politik i forbindelse med en diskussion om frihandelsaftaler og sundhedsydelse. Deres undersøgelse viste, at omkring begge emner var argumenter mod både frihandelsaftaler og sundhedsydelse særdeles effektive (Cobb & Kuklinski 1997). Undersøgelser har vist, at mennesker forsøger, at undgå tab i stort set alle områder af deres liv. Mennesker tillægger større betydning til begivenheder der har negative implikationer, end de gør til begivenheder der har positive implikationer for deres liv. Når vi tager beslutninger, lægger vi mere vægt på at undgå potentielle tab end på at opnå potentielle gevinster og indtryk der er dannet på baggrund af negativ information, huskes længere og er sværere at ændre (Cobb & Kuklinski 1997).

En anden grund til at negative argumenter skulle være effektive, er, at en stor del af politik handler om fordelingen af en begrænset mængde ressourcer og før eller siden, er der nogen som vil lide tab på grund af noget ny lovgivning. Konsekvensen heraf er at mange vælgere mister tillid til regeringen og bliver kritiske overfor nye lovforslag: "[...] especially when those initiatives are complex and the future consequences unknown. Under these circumstances, one argument against a proposal will speak more loudly than several in support" (Cobb & Kuklinski 1997 s. 91). Det sidste argument, kan være sværere at overføre til afstemningen om retsforbeholdet. I afstemningen var det for eksempel mere uklart hvad de direkte konsekvenser er for den enkelte vælgere, da afstemningen ikke kun handlede om at tilvælge bestemte retsakter, men i høj grad også handlede om, hvordan lovgivning skal kunne ændres i fremtiden.

Havde det været et spørgsmål om f.eks. skattelettelser eller hævnning af skatten, ville det formentlig være langt mere simpelt for den enkelte vælger, at se, hvad de direkte konsekvenser af den ene eller anden politik ville have.

### **Appel til usikkerhed, frygt og angst**

Jerit (2004) har undersøgt brugen af retoriske strategier i en valgkamp i Canada. Hun har undersøgt, hvilke retoriske strategier som kandidater benytter sig af og hvordan medierne dækker en valgkampagne og dermed påvirker hvilke retoriske strategier kandidaterne med fordel kan bruge. Jerit (2004) kritiserer at det meste forskning i politiske kampagner har fokuseret på effekten af kampagnerne (Ansolabehere & Iyengar 1995, Norris 2000, Lau & Pomper 2001, Brooks 2006, ). Man ved ikke så meget om det retoriske indhold i kampagnerne. Hun undersøgte derfor, hvilke appelformer som er mest effektive. 'Effektiv' definerer hun som "the repeated or sustained use of an argument throughout the course of a campaign" (Jerit 2004 s. 563). Hun undersøgte politiske kandidaters brug af argumentation, der fremmer følelser som vrede, frygt og angst, og vurderede, at argumenter som er meget følelsesladede ville overleve længere end andre former for argumenter (Jerit 2004). Hendes tese var, at de argumenter, der fyldte mest i debatten, ville være de mest effektive, fordi politikerne tilpasser deres argumenter til vælgerne så de mest effektivt kan overbevise dem (Jerit 2004). Undersøgelsen viste, at de argumenter der fyldte mest i debatten, var argumenter, som appellerer til følelser som frygt og angst og at politikerne har et incitament til at bruge en negativ retorik, der appellerer til vælgerens følelser, fordi den type argumenter, virker til at påvirke vælgerne mest i en valgkamp (Jerit 2004).

Ifølge Jerit (2004) tyder mere og mere på, at specifikke følelser har forskellig effekt på menneskers dømmekraft og valg. Vrede og frygt har f.eks. markant forskellig effekt på beslutningstagen. Personer som er meget styret af frygt ser større risici i nye situationer hvilket får dem til at forsøge at undgå risici. Mennesker der er styret af vrede, derimod, har typisk en følelse af vished og individuel kontrol som gør, at de tager flere valg forbundet med risici (Jerit 2004). Dette kan bruges strategisk i den politiske kommunikation:

“Rhetoric that highlights the frightening consequences of a particular course of action can be used to block political change if it makes the electorate risk-averse. On the other hand, arguments that cause citizens to feel angry might inspire them to mobilize for—or against—a particular candidate” (Jerit 2004 s. 566).

Der er ifølge Jerit flere årsager til, at politikere har fordel af at appellere til følelser som frygt eller vrede. Vælgere stoler ofte på deres følelser når de skal evaluere politisk stimuli. selv når vælgere ikke er klar over det, spiller følelsesmæssige minder en stor rolle og derfor har politikere som bruger følelser i deres sprog, lettere ved at komme igennem til vælgerne end politikere som ikke bruger følelser i deres sprog. en anden grund er, at politikere kan udnytte at de kan lægge vægt på værdier og mål som alle deler og opfatter som vigtige. Et eksempel er Lyndon Johnson som i en reklame i en valgkamp forsøgte at indgyde frygt ved at argumentere for, at hans modkandidat, Barry Goldwater ville gøre unødigt brug af atomvåben. Reklamen havde bred appel fordi den appellerede til værdier som fred og sikkerhed, som alle vælgere lægger vægt på (Jerit 2004).

Argumenter, der appellerer til følelserne er særligt gode til at mobilisere borgeren fordi det giver fornemmelsen af at der er meget på spil, og at det derfor er vigtigt at borgerene deltager aktivt. For personer der allerede støtter partiet, kan vrede over modkandidatens person eller holdninger være med til at fremhæve forskelle og give et incitament til at deltage. Desuden kan følelser bruges til at mobilisere de borgere der ikke har bestemt sig for hvem de støtter (Jerit 2004).

Som Jerit (2004) selv påpeger, er der også andre faktorer der påvirker, hvilke argumenter der fylder i valgkampe. Den regerende part kan bruge sin position til at påvirke nyhedsbilledet. For eksempel ved at omtale projekter de har gang i eller ting de har opnået. Derfor kan argumenter fylde meget i debatten, alene af den grund at den regerende kan bruge sin position til at påvirke nyhedsbilledet (Jerit 2004). Det så man for eksempel, da chefen for det europæiske

politisamarbejde, Europol, var inviteret til Danmark. Her udtalte han, at hvis der blev flertal for et nej, vil vi ikke være sikre på fortsat at kunne deltage i politisamarbejdet. Udtalelsen talte klart til fordel for ja siden og var den historie om retsforbeholdet, der fik mest omtale i medierne i dagene efter begivenheden (Skjoldan 2015a). Desuden ændrer kandidater fokus eller argumentation alt efter, hvad vælgerne mener om de forskellige emner i valgkampe (Jerit 2004).



## Metode

I dette afsnit vil jeg redegøre først redegøre for udvælgelsen af empiri med udgangspunkt i teorien om, udfordrerens brug af negativitet i politik. Derefter redegøres det for, hvordan empirien er samlet og hvilke forbehold, der må tages i forhold til den udvalgte empiri.

## Begrundelse for valg af empiri

I amerikanske valg har man begreberne challenger (udfordrer) og incumbent (regerende). Indenfor den amerikanske forskning i negative campaigning har man påvist, at den udfordrende er mere negativ end den regerende, fordi det har en bedre effekt på vælgerne, når udfordrerens er negativ (Lau & Pomper 2001, Lau & Pomper 2002, Fridkin 2004). Den regerende part kan henvise til alle de positive ting vedkommende har udrettet mens de har været valgt ind. Udfordrerens derimod kan ikke henvise til noget de har udrettet, fordi de ikke har været valgt ind, og må derfor angribe den regerende for ikke at have gjort det godt nok og for at have gjort det dårligere end udfordrerens ville kunne gøre, hvis de blev valgt ind. Den regerende leder kan fremhæve de love de har gennemført eller deres indsats mod indførelsen af upopulær lovgivning. Udfordrerens har ikke den samme vægt bag sine ord:

“As such, the challengers’ promises will tend to be rather abstract and insubstantial compared to the incumbents’ tangible and proven record” (Hansen & Pedersen 2008 s. 411). Det fører til at udfordrerens bliver mere defensiv og samtidig vil det også “set an election agenda largely framed around the record of the incumbent, leaving the challengers little choice but to criticise the incumbents’ record” (Hansen & Pedersen 2008 s. 411).

Denne tese har Hansen og Pedersen (2008) forsøgt at overføre til en dansk kontekst ved, at undersøge om oppositionspartierne er mere tilbøjelige til at være negative end regeringspartierne og dens støttepartier (Hansen & Pedersen 2008 s. 411). Hansen og Pedersens (2008) undersøgelse viste, at oppositionspartierne var markant mere negative end regeringspartierne og deres støttepartier. I de avisannoncer de politiske partier havde indrykket var 14

procent af oppositionspartiernes negative, mens det kun var tilfældet i 4 procent af regeringspartiernes annoncer. I TV dækningen af valget var 3 procent af regeringspartiernes budskaber negative, for oppositionen var det 8 procent af budskaberne. I den sidste partilederdebat inden valget benyttede oppositionen sig af negative budskaber dobbelt så ofte som regeringspartierne (Hansen & Pedersen 2008 s. 420). De konkluderede derfor at tesen om at udfordrere er mere negative end de regerende også holder i en dansk kontekst.

Jeg mener at begreberne challenger og incumbent kan oversættes til henholdsvis ja og nej siden forstået på den måde, at ja siden skulle overbevise vælgerne om, at en ændring af retsforbeholdet ville føre noget bedre med sig. Nej siden derimod kunne fremhæve alle de ting som de mente var gode ved det eksisterende forbehold og kunne fremhæve hvad de var lykkedes med under det eksisterende forbehold. Derfor har jeg i min undersøgelse valgt at analysere ja sidens kommunikation for negative kampagner.

Yderligere kan det argumenteres, at teorien om at udfordrere er mere negative bedre kan overføres på afstemningen om retsforbeholdet end på et dansk folketingsvalg. Hvis man i et dansk folketingsvalg overbeviser en vælger om at flytte sin stemme, kan den flyttes til et af de mange andre partier, og vælger ikke nødvendigvis at stemme på det parti, der førte en negativ kampagne (Hansen & Pedersen 2008 s. 422) Det er, ifølge Hansen og Pedersen (2008) en klar svækkelse af incitamentet til at bruge negative kampagner i en dansk sammenhæng. Som tidligere beskrevet gælder det ikke for min undersøgelse af folkeafstemningen om EU-retsforbeholdet, fordi vælgerne i den situation skulle vælge mellem ja og nej. Der burde i afstemningen om EU-retsforbeholdet derfor være et større incitament end ved et folketingsvalg, til at benytte sig af negative kampagner. Som Hansen og Pedersen (2008) skriver, kan en anden forklaring være, at man i skandinaviske valg har mere fokus på parti overfor parti, end kandidat overfor kandidat. Da mange negative kampagner er personlige, kan dette også være en forklaring på, hvorfor negative kampagner ikke er så udbredte i en dansk kontekst. Denne faktor burde også mindske de negative

kampagner i afstemningen om EU-retsforbeholdet, da der også her skulle stemmes om en politik overfor en anden, og ikke om kandidater.

### Undersøgelsens empiri

Undersøgelsens empiri udgøres af artikler i ugen op til afstemningen. Artiklerne er indsamlet gennem en søgning i Infomedia databasen på ordene "retsforbehold" og "retsforbeholdet." Artiklerne er fra perioden 27/11 – 3/12 2015 og indeholder mindst et af søgeordene. Jeg har udvalgt artikler fra medierne Politiken, Jyllands Posten, Information, Berlingske, Ekstra Bladet og BT. De nationale medier er udvalgt fremfor lokale medier, da jeg måtte udvælge de væsentligste og de nationale medier når ud til flere læsere. Dækningen kan muligvis have været anderledes i de lokale medier. 43,7 % af befolkningen læste et trykt dagblad i hver dag i 2015 og 29,3 % af befolkningen besøgte dagligt et landsdækkende dagblads hjemmeside (Kulturstyrelsen 2015). Dagbladene når altså ud til relativt mange vælgere gennem deres trykte avis og desuden publiceres mange af artiklerne også i deres online avis.

Jeg har derefter udvalgt artikler der matchede ovenstående kriterier efter, om en politiker fra ja siden er citeret og udtaler sig om en politiker fra nej siden eller deres politik eller også skal de have forfattet artiklen. Det skulle enten være et medlem af Folketinget eller Europaparlamentet fra ja siden. De udvalgte artikler kan altså være læserbreve, kronikker eller debat artikler skrevet af politikere fra ja siden eller artikler, hvor politikerne fra ja siden interviewes om EU-restforbeholdet. Partierne som var for et ja var Socialdemokratiet, Venstre, Alternativet, Radikale, Socialistisk Folkeparti, Det Konservative Folkeparti. Partier på NEJ-siden var: Dansk Folkeparti, Liberal Alliance og Enhedslisten (Folketinget, 2015e). Jeg vil ikke undersøge interesseorganisationer, NGO'ere, eller andre der førte kampagne for ja siden. De eneste der bliver undersøgt er politikere som er valgt til Folketinget eller Europaparlamentet for et af ja-partierne.

I udvælgelsen af empiri er brugt hvad Bryman (2012) kalder generic purposive sampling:

“Generic purposive sampling may be employed in a sequential or in a fixed manner and the criteria for selecting cases or individuals may be formed a priori (for example, socio- demographic criteria) or be contingent or a mixture of both” (Bryman 2012 s. 422)

I min undersøgelse er empirien udvalgt efter faste kriterier. De er dog ikke decideret valgt apriorisk, da jeg som tidligere nævnt har gjort mig teoretiske overvejelser i udvælgelsen. For eksempel har teorien om at udfordrere er mere negative haft betydning for udvælgelsen. Min empiri er udvalgt efter bestemte kriterier, hvilket Bryman (2012) kalder criterion-sampling. At empirien er udvalgt efter bestemte kriterier giver undersøgelsen en bedre validitet og mulighed for at efterprøve studiet. Fordi empirien er udvalgt efter tydelige kriterier, som medie, periode, hvem der er citeret eller har forfattet artiklen gør, at undersøgelsen lettere vil kunne efterprøves.

Som Bryman (2012) skriver, er det vigtigt at overveje mængden af empiri, der samples. Der skal være en balance mellem på den ene side at få data til at kunne sige noget klart i sammenhold med teorien, på den anden side, må der ikke samples så meget, at man ikke kan lave en grundig case-orienteret analyse (Bryman 2012). Jeg har i min undersøgelse stræbt efter at opnå denne balance og med 41 udvalgte artikler, er der på den ene side data nok til at kunne sammenholde det med teorien, og på den anden side ikke flere samples, end at der kan laves en grundig analyse af empirien.

### **Negativitet i forskellige kommunikationskanaler**

I forhold til undersøgelsen af politikernes brug af negative kampagner i avisartikler må der tages forbehold for, at graden af negativitet kan variere. Ifølge Elmelund-Præstekær (2010) kan graden af negativitet variere forskellige kommunikationskanaler. I det Elmelund-Præstekær (2010) kalder ‘deliberative’ kanaler, så som Tv-debatter og læserbreve, er tonen påvirket af mange faktorer i konteksten, som kan være svære at konkludere noget universelt ud fra:

“Individual authors of letters might adopt different rhetorical styles, and individual journalists or journalistic setups may prompt parties and party

leaders to employ a more or less negative rhetorical strategy” (Præstekær 2010 s. 152). I medier som er kontrolleret af partiet derimod, så som reklamer og manifeste, kan partierne kommunikere uden indblanding, og derfor, argumenterer Elmelund-Præstekær, repræsenterer de bedre end andre kanaler, partiets “calculus to go negative or stay positive” (Elmelund-Præstekær 2010 s. 152). Der må derfor tages højde for, at politikernes udtalelser i den udvalgte empiri kan være påvirket af mediet og journalistens ønske om at være negativ.

## **Politiske kampagner og magt**

I min gennemgang af forskningslitteratur om negative kampagner har der været forskellige perspektiver på, hvad kommunikation er, og hvordan det kan analyseres. I dette afsnit vil jeg dels kort argumentere for, hvilke forskellige perspektiver, der ligger til grund for det omtalte, dels hvilket perspektiv dette speciales analyse tager. Lukes (1974) analyse af magtbegrebet er anvendeligt her, fordi det udfra et magtperspektiv belyser, hvordan man kan analysere kommunikation på forskellige måder. Jeg vil derfor indledningsvis beskrive Lukes’ udlægning, hvorefter jeg vil redegøre for, hvordan de forskellige magtbegreber relaterer sig til forskellige tilgange i undersøgelsen af negative kampagner.

Lukes (1974) kritiserer tidligere perspektiver på magt og argumenterer for et udvidet syn på magt. Det første magtperspektiv som Lukes kritiserer er det endimensionelle magtperspektiv, som Dahl er fortalende for. Her er fokus på observerbare konflikter mellem to eller flere parter. Dahl definerer magt som følgende: A har magt over B hvis han kan få B til at gøre noget som han ellers ikke ville gøre (Lukes 1974). Dahls (Lukes 1974) fokus når han observerer magt er på, hvordan personer opfører sig, og hvordan deres opførsel ændres når der udøves magt. Det er en meget behavioristisk tilgang til magt, hvor magt opfattes som observerbar konflikt, hvor A kan få B til at handle på en bestemt måde. Det kan argumenteres at effektstudier inden for negative kampagner (Ansolabehere & Iyengar 1995, Lau & Pomper 2001, Brooks 2006) beskæftiger sig med denne form for magt, hvor det undersøges, hvilken effekt politikernes kommunikation har på vælgerne. Det samme gælder Cobb & Kuklinski (1997) og Jerit (2004)

med deres teori om vælgernes tabsaversion og politikernes appel til frygt, angst og andre negative følelser. De har også en behavioristisk tilgang, hvor det antages at politikernes retorik direkte påvirker, hvad vælgerne stemmer. Heri ligger en antagelse om, at politikerne og medierne gennem retorik og framing kan få vælgerne til at handle på en bestemt måde. Der kan indvendes flere kritikpunkter mod den behavioristiske tilgang til magt som Lukes betegner det endimensionelle perspektiv. Med denne definition af magt vil man kun opdage de observerbare, eksplicitte konflikter som finder sted. Hvis der ikke er en konflikt som kan observeres, så udøves der, ifølge denne definition, ikke magt. Men som Lukes (1974) skriver, så artikulerer folk ofte ikke deres holdninger, og de er heller ikke altid klar over hvad deres egentlige holdning eller interesse er (Lukes 1974 s. 14). Desuden kan det også være svært at måle skjult magt. Det er ikke altid at der er en konfrontation man kan observere. man må også se på de strukturer, som favoriserer bestemte grupper og interesser.

Det kommer Lukes ind på i det næste perspektiv på magt, som er det todimensionelle. Bahrach og Baratz (i Lukes 1974) udvider i deres kritik af det endimensionelle perspektiv, magt til også at omfatte de værdier og strukturer, som gavner bestemte personer eller grupper på bekostning af andre. (Lukes 1974 s. 16) De definerer magt som: "a set of dominant values, beliefs, rituals, and institutional procedures ('rules of the game') that operate systematically and consistently to the benefit of certain persons and groups at the expense of others" (Lukes 1974 s. 17).

Det er her teori om nyhedsmediet som institution og den politiske kultur i Danmark (Allern & Ørsten 2011) er relevant at inddrage. For hvor man ud fra det endimensionelle magtperspektiv, kun kan undersøge, hvor meget medierne dækker bestemte issues og hvordan det direkte påvirker vælgernes adfærd, kan man ud fra det todimensionelle perspektiv undersøge, hvorfor politikerne bruger negative kampagner som de gør, og hvorfor medierne dækker negative kampagner som de gør. Mediesystemer og politiske systemer har bestemte kulturer med idéer og forestillinger, som de reproducerer. nyhedsinstitutionen er kendetegnet ved, at have en have forståelse af, hvad der er god journalistik,

hvordan den skal laves, og hvad der skal dækkes. Derudover, har nyhedsinstitutionen over en lang periode udviklet særlige ideer omkring etiske normer, forståelse for, hvad der er god journalistisk praksis og hvilke roller journalister forventes at udfylde (Allern & Ørsten 2011 s. 94). F.eks. er der i den liberale model et ønske fra journalisten om, at have en professionel distance til politikerne og det er normen blandt journalister, at man ønsker at være uafhængige og kritiske overfor politikerne (Pedersen 2014).

De kulturelle og historiske omstændigheder, der ligger til grund for nyhedsinstitutionen er relevante at undersøge, fordi jeg her vil kunne se på de værdier og strukturer, der fremmer en bestemt dækning af politikernes negative kampagner. De værdier, holdninger, ritualer og institutionelle procedurer, der er fremherskende i medierne, påvirker, hvordan politik dækkes og fremstilles. Jeg tager i mit speciale en konstruktivistisk tilgang til politikernes og mediernes kommunikation. Indenfor den socialkonstruktivistiske tilgang ser man samfundsmæssige fænomener som historisk betingede. Fænomener er derfor ikke faste, men foranderlige, da de netop er betinget af historiske omstændigheder. Det gælder også politikernes og mediernes retorik, der er opstået under bestemte historiske omstændigheder og strukturer. Sproget er historisk og kulturelt betinget, og er med til at forme hvordan vi ser verden, og sproget har konsekvenser for vores sociale verden og hvordan vi handler i den (Fuglsang, Olsen & Rasborg 2013). Et andet aspekt af socialkonstruktivismen, er at man ikke kan tale om verden uden samtidig at konstruere den (Fuglsang, Olsen & Rasborg 2013). Politikere og medier er med deres udsagn med til at konstruere verden. Politikerne er med deres udtalelser og brug af negative kampagner med til at påvirke, borgernes opfattelse af politik. Det samme gælder nyhedsmedierne, som former borgernes syn på politik gennem deres fremstilling af politikerne. Deres fortolkning og udlægning af politiske begivenheder, og den betydning begivenheder tillægges, former, hvad politik er. Hver gang politikerne udtaler sig eller medierne fremstiller politik på en bestemt måde, reproduceres de kulturelle ideer og tanker om, hvad politik er. Ved at se på de kulturelle og historiske aspekter af politik og medier i Danmark, vil jeg undersøge de

strukturer og betingelser, der former politikernes retorik og mediernes dækning af politik.

Lukes (1974) kritiserer det todimensionelle perspektiv for, ligesom det endimensionelle perspektiv, at have for stort fokus på behaviorisme fordi den antager at en ikke-beslutning også er en form for beslutning. Bahrach og Baratz mener at " (if) there is no conflict, overt or covert, the presumption must be that there is concensus on the prevailling allocation of values, in which case non-decision-making is impossible." (i Lukes 1974 s. 19-20) Hvis en gruppe accepterer en beslutning uden protest, og der ikke er en tydelig konflikt som kan observeres, så er det ifølge Bahrach og Baratz (i Lukes 1974) umuligt at bestemme, hvorvidt denne accept skyldes enighed mellem parterne eller om den ene part har tvunget den anden part til at acceptere deres beslutning. (Lukes 1974).

Kritikken af det endimensionelle og det todimensionelle magtperspektiv, leder Lukes frem til en tredje tilgang til magt, nemlig det tredimensionelle perspektiv. Lukes kritiserer de to første tilgange på magt fordi de tager udgangspunkt i konflikter som kan observeres. Men for det første involverer manipulation og autoritet ikke nødvendigvis konflikt, og derfor slår Lukes fast at "A may exercise power over B by getting him to do what he does not want to do, but he also excercises power over him by influencing, shaping or determining his very wants." (Lukes 1974 s. 23) Det tredimensionelle perspektiv på magt fokuserer på, hvordan magt udøves ved at påvirke andres tanker, ønsker og behov. Ifølge Lukes (1974) er dette den mest effektive form for magt fordi man forhindrer at der overhovedet opstår en synlig konflikt. Konflikt undgås fordi man kan styre andre i samme retning som en selv, så de overtager ens egne holdninger og ønsker. Det falder ikke andre ind, at de kan tænke eller mene anderledes. Magt udøves ved at andre opfatter status quo som det eneste tænkelige system. Som noget givet og naturligt der ikke kan ændres ved og som et system der gavner dem selv (Lukes 1974).



Det todimensionelle syn og det tredimensionelle syn har ligheder, og teorien om mediesystemers kultur og de historiske omstændigheder de opererer under, er også relevant set udfra et tredimensionelle syn på magt. Nyhedsmedierne i Danmark og det system de er en del af, opererer som tidligere nævnt under en bestemt praksis. Denne praksis bliver så bestemmende for, hvordan politik dækkes i medierne, og bliver opfattet som en helt naturlig måde, at tale om politik og negative kampagner på. Dermed påvirker praksis, politikere og borgere til at tænke på en bestemt måde, og praksis opfattes som en naturlig måde at dække politik på. I forbindelse med det tredimensionelle perspektiv er det relevant at se på, hvilke historier og vinkler på emner som medierne ikke dækker i min empiri og hvilke emner eller sager, der ikke italesættes.

## Analyse

Jeg vil i min analyse først undersøge politikernes brug af negative kampagner og undersøge om de i deres brug af negative kampagner bruger argumenter, der appellerer til frygt for tab og negative følelser som usikkerhed, frygt og angst. Derefter vil jeg analysere artiklerne for brug af strategiframes og undersøge, hvordan politikernes negative kampagner frames. Efterfølgende vil sammenhængen mellem negative kampagner og strategiframes blive diskuteret og til sidst vil jeg diskutere brugen af negative kampagner og strategiframes ud fra forskellige teorier om mediesystemer og politisk kultur.

### Politikernes brug af negative kampagner

Forskning inden for psykologien har vist, at argumenter mod en sag ofte veje tungere for vælgere end argumenter for, fordi mange er mere optaget af, hvad de kan miste end hvad de kan vinde (Cobb & Kuklinski 1997). Det burde give politikerne incitament til at bruge negative kampagner, der appellerede mere til vælgernes frygt for tab, hvis nej siden vandt, mere end, hvad de kunne opnå eller vinde, hvis ja siden vandt.

I artiklen "Danmark er for lille til at stemme nej" (Schilder 2015) udtalte Martin Lidegaard (RV), at "Jeg vil være uendelig trist, hvis Danmark sender et negativt signal, for jeg er bange for, at det ville blive opfattet som Pia Kjærsgaards nej, også selv om der vil være mange forskellige nej'er bag" (Schilder 2015). Han udtalte også, at "jeg er bange for, at vi er på vej mod mere nationalkonservatisme og nationalsocialisme" (Schilder 2015). Her er der en klar brug af politikerens egne følelser i argumentationen og det er et ud af mange eksempler på, at politikerne giver udtryk for deres personlige følelser omkring afstemningen, og at det følelsesmæssige aspekt er en integreret del af deres kommunikation.

I samme artikel kommer Martin Lidegaard også med appeller til værdier og mål som er vigtige for alle borgere. F.eks. sikkerhed og tryghed i forhold til kriminalitet i Danmark. Da spørgsmålet om Danmark fortsat ville kunne deltage i det Europæiske politisamarbejde var centralt i afstemningen, var der meget fokus på hvad det ville betyde for kriminaliteten i Danmark og politiets

muligheder for at efterforske kriminelle, hvis nej siden vandt. Når politikerne fra ja siden skulle argumentere for deres sag kom de ofte med eksempler der appellerede til danskernes utryghed og ønske om sikkerhed. For eksempel udtalte Martin Lidegaard om konsekvensen af et nej til direktivet om cyberkriminalitet, der også var en af de 22 retsakter, der skulle stemmes om: "Hvis ikke vi lægger straffen indenfor de samme rammer som de andre lande, eller hvis et andet EU-land pludselig stikker helt af, så vil de jo udøve deres kriminalitet dér, hvor der er den laveste straf" (Schilder 2015), Nick Hækkerup (S) udtalte, at: "hver eneste gang, at nye områder flyttes over, er der en risiko for, at kriminelle bander får lettere spil" (Kongstad 2015).

Appeller til danskernes utryghed og frygt ses også i de eksempler på historier om kriminalitet i Danmark som politikerne bruger. Socialdemokraternes formand, Mette Frederiksen fortæller i en artikel om, hvordan en international tyvebande røvede en smykkeforretning i Danmark. Tyven blev ikke fanget under indbruddet, men en dna-prøve fra gerningsstedet matchede med en person som var registreret i Europols database (Frederiksen 2015). historien brugte hun til at illustrere konsekvenserne, hvis danskerne stemte nej og Danmark dermed risikerede at ryge ud af Europol. Hendes og andre politikere fra ja sidens brug af negative kampagner indeholder generelt mange appeller til en generel følelse af utryghed hos vælgerne. Et ja vil, ifølge dem, give politiet bedre mulighed for, at passe på danskerne så de føler sig trygge.

At der bliver appelleret til frygt og angst, er der også flere eksempler på. Morten Løkkegaard (V) skriver i sit læserbrev "Løb ikke bagmændenes ærinde" (Løkkegaard 2015), at de kriminelle bare venter på, at danskerne stemmer nej, så de kan komme i gang med at begå kriminalitet:

"Hvad, der bekymrer mig, er, at der i Europa findes kyniske bagmænd for organiserede kriminelle aktiviteter, der bare håber på, at vi [...] ikke stemmer ja den 3. december. For så kan de fortsætte med at blive bekræftet i, at grænseoverskridende kriminalitet sætter grænser for lovens arm" (Løkkegaard 2015).

De kriminelle sidder rundt om i Europa, og nærmest gnider sig i hænderne, og ser frem til at begå en masse kriminalitet i Danmark. Løkkegaard appellerer både til vælgernes frygt for kriminalitet ved sit eksempel, men også ved at udtrykke sin egen bekymring over situationen. Det er med til at identificere ham med vælgerne, som et menneske med følelser, der også bliver påvirket af usikkerheden omkring konsekvenserne ved et Nej. Påstanden om, at et nej vil betyde mere kriminalitet uddybes senere i artiklen, hvor han skriver:

”Et nej er et fravalg af disse samarbejdsformer. Og alternativet [...] vil være, at dansk politi skal bruge forældede redskaber – bl.a. en Europarådskonvention fra 1959 – når de kriminelle smutter over grænsen”  
(Løkkegaard 2015).

Løkkegaard tegner et billede af et Danmark der ikke har mulighed for at bekæmpe kriminalitet, og må se magtesløse til, mens de kriminelle plyndrer og hærger landet. Det er en appel til negative følelser som angst og frygt for, hvad de kriminelle bander kan gøre ved Danmark. Derudover er der også en appel til frygten for hvad vælgerne kan tabe ved at stemme nej, nemlig det trygge Danmark som de kender. Billedet af det magtesløse danske politiske tegner også Søren Pind (V) i artiklen ”Jeg mener egentlig der bliver mere Danmark” (Haslund 2015), hvor han udtaler: ”der har ikke været den politistation, jeg har besøgt, hvor politifolk ikke har set skrækslagne ud ved tanken om, at vi ikke skulle blive i Europol” (Haslund 2015). Der er altså en kæmpe usikkerhed og frygt forbundet med et nej og befolkningen har grund til at føle sig truet på sikkerhed og tryghed.

Et andet argument, der blev brugt flere steder i artiklerne er det tidspres Danmark vil komme under, hvis afstemningen endte med et nej. Flere politikere udtalte, at Danmark kun har begrænset tid til at forhandle en parallelaftale, hvilket er reelt nok, men i politikernes retorik dramatiseres det for at få tidspreset til at virke mere dramatisk. Søren Pind udtaler for eksempel, at “[...] det er ikke sikkert, at alle har tid til at redde Danmark ud af vores problematik” (Haslund 2015). Her præsenteres Danmark som et land, der ved et nej skal reddes ud af problemerne af EU og som ikke selv kan afgøre sin skæbne. At Danmark ikke selv ville være herre over egen skæbne, i forhold til at få en

parallelaftale på plads, hvis afstemningen endte med et nej, gav også Lars Løkke Rasmussen (V) udtryk for. Det gjorde han i artiklen "Et ja med forbehold" (Rasmussen 2015a), hvor han udtalte:

"Nej siden hævder, at vi i stedet kan få en parallelaftale. Men det vil for det første være en ringere ordening og desuden vil det skulle afgøres af EU-Kommissionen, 751 medlemmer af Europa-Parlamentet samt 27 medlemslande. Jeg er altså mere tryk ved at lade danskerne træffe den beslutning selv" (Rasmussen 2015a).

Igen forsøges der at skabe en utryghed, for hvem vil ikke gerne kunne bestemme selv, og ikke være afhængig af andres beslutning. Et andet eksempel på en appel til utryghed er Søren Pind (V), der i artiklen "Hvad sker der, hvis vi ikke får tilvalget" (Pind 2015), beskriver, hvordan deling af data med andre EU-lande med informationer om flypassagerer, vil kunne være med til at stoppe terrorister. Eksemplet med register over flypassagerer er nok ikke tilfældigt udvalgt, for hvem kan ikke forholde sig til at sidde på et fly, hvor der er terrorister ombord, fordi Danmark ikke har adgang til informationer, som kunne have forhindret det. Eksemplet er med til at underbygge den utryghed og usikkerhed som et nej til afstemningen vil medføre for borgerne.

Der var mange forskellige retsakter danskerne skulle stemme om inden for vidt forskellige områder som politisamarbejde, virksomheders handel på tværs af lande og familieret (Folketingets EU-oplysning 2015b). På trods af de mange forskellige emner, gik ja sidens kommunikation hovedsageligt på direktiverne om cyberkriminalitet, politisamarbejdet i Europol og indsamling og behandling af flypassagerlisteoplysninger til bekæmpelse af terror (Schilder 2015, Frederiksen 2015, Løkkegaard 2015, Haslund 2015, Pind 2015). At der blev fokuseret på direktiverne om politisamarbejde, cyberkriminalitet og data om flypassagerer til bekæmpelse af terror skabte, i kombination med politikernes udtryk for egen frygt for Danmarks fremtid, en appel til utryghed og angst hos vælgerne, og en frygt for, hvor sikker Danmark ville være, hvis det blev et nej ved folkeafstemningen.

Politikerne argumenterede for, at hvis Danmarks strafferamme var anderledes

end de andre EU-lande vil flere kriminelle komme til Danmark og begå kriminalitet (Schilder 2015), at alvorlig kriminalitet begået i Danmark ikke vil kunne opklares fordi politiet ikke har adgang til de nødvendige data i Europol (Frederiksen 2015), samt at de førnævnte problemer deles af politiet, der også frygter for, hvordan de skal kunne udføre deres arbejde (Haslund 2015).

En måde politikerne appellerede til frygt og usikkerhed hos vælgerne var ved at spekulere om fremtiden. Jakob Ellemann-Jensen (V) udtalte i artiklen "Nejsiden uden klar nejløsning", at:

"Skulle det gå hen og blive et nej, vågner resten af Europa op, som om intet var hændt. Det er den virkelighed, resten af Europa er i. Så vil vi herhjemme vågne op med en stor hovedpine i form af vores egen bekymring. Det er lidt udtryk for en god dansk blanding af storhedsvanvid og mindreværd, at Dansk Folkeparti på den ene side ikke mener, at Danmark har noget at skulle have sagt i EU og på den anden side er overbevist om, at alle de andre vil falde over hinanden for at tilbyde Danmark en parallelaftale" (Klarskov & Bæksgaard 2015).

Og Ellemann-Jensen tilføjer:

"Selvfølgelig vil vi finde en form for løsning. Men det bliver en løsning, der ikke er lige så god som den, vi har nu. En løsning, hvor det ikke er os, der bestemmer" (Klarskov & Bæksgaard 2015).

Danmark ville ifølge Ellemann-Jensen helt sikkert få en dårligere løsning, og det vil samtidigt være en løsning som vi ikke selv har indflydelse på og det kan skabe en usikkerhed og frygt hos vælgerne. Et andet eksempel er Søren Pind, der udtalte i artiklen "Jeg mener egentlig, at der bliver mere Danmark" (Haslund 2015), da han bliver spurgt, hvad der vil ske, hvis danskerne stemmer nej til folkeafstemningen:

"Der skal opfindes en ny konstruktion og det i en tid, hvor Europa har udfordringer med grænserne, og EU skal til at genforhandle med Storbritannien. Så det er ikke sikkert, at alle har tid til at redde Danmark ud

af vores problematik” (Haslund 2015).

Igen spekuleres der om fremtiden og Søren Pind spiller på usikkerheden ved, Danmarks fremtid, og at EU er travlt optaget med andre vigtige sager, så Danmark risikerer at blive glemt.

I artiklen “Nedtælling mod en mulig dansk exit fra Europol er sat i gang” (Kongstad & Plougsgaard 2015) er det igen Søren Pind, der spekulerer om fremtiden:

“Nu tikker uret, og vi skal ikke have en periode, hvor Danmark ikke er med i Europol eller sætte vores medlemskab af Europol på spil. Nu bliver vi nødt til at tage stilling. Sagen er, at det kan være, at det render fra os” (Kongstad & Plougsgaard 2015).

Pind spekulerer om mulige fremtidsscenarier og appellerer samtidig til borgernes usikkerhed ved at nævne terrorangrebet i Paris og at franskmændene har travlt med at få en ny aftale om Europol på plads, noget man ifølge Søren Pind “bør hæfte sig ved” (Kongstad & Plougsgaard 2015). Han appellerer indirekte til risikoen for et terrorangreb i Danmark, ved at nævne angrebet i Paris, og de begrænsninger det ifølge ham, sætter for det danske politis arbejde.

Også Martin Lidegaard spekulerer om politiets fremtid når han udtaler, at et nej vil have “[...]vidtgående betydning for dansk politis mulighed for at forsvare danske interesser” og Nick Hækkerup (S) tilføjer, at ”hver eneste gang, at nye områder flyttes over, er der en risiko for, at kriminelle bander får lettere spil” (Kongstad 2015). Igen er der tydelig spekulation fra politikernes side i forhold til politiets muligheder for at bekæmpe kriminalitet. Og Nick Hækkerups udtalelse om at kriminelle får lettere spil er en klar appel til utryghed.

I artiklen “Vil et ja ved EU-afstemningen betyde mere fred og sikkerhed i Europa?” (Østergaard & Kari 2015) diskuterer de to politikere Morten Østergaard (RV) og Rina Ronja Kari (Folkebevægelsen mod EU), hvad konsekvenserne bliver af henholdsvis et ja eller et nej ved afstemningen. Morten Østergaard udtaler, at et ja er ”bestemt med til at øge sikkerheden for EU-

borgerne” og tilføjer at vi ved et nej “[...] vil stå udenfor og gå glip af nogle rettigheder, som vi ellers ville få” (Østergaard & Kari 2015). Igen spekuleres der i sikkerhed for borgerne og hvilke risici man ifølge politikerne løber, ved at stemme nej.

Også statsminister Lars Løkke Ramussen (V) spekulerer om fremtiden, når han udtaler, at “Man kommer til at stå med en risiko for at være betydeligt afklædt og ende som asylmagnet i større omfang, end hvis man vælger det andet spor (tilvalgsordningen, red.)” (Rytgaard & Hvass 2015). Danmark kan altså ende som en ”asylmagnet” ved et nej, og billedet bringer straks associationer til de sydeuropæiske lande, hvor mange har søgt asyl, og hvor man har svært ved at kontrollere egne grænser. Igen kan det skabe en usikkerhed og frygt hos vælgeren for, hvad konsekvenserne er for fremtiden, ved et stemme nej.

Indholdsmæssigt var politikernes negative kampagner begrænset til meget få af direktiverne og fokuserede især på Europol samarbejdet. Størstedelen af de 22 direktiver omtales ikke af politikerne. Et mindre antal af politikernes negative kampagner handlede om modstandernes stil eller personlighed, for eksempel modstanderens retorik eller stil. For eksempel Martin Lidegaard, der i artiklen ”Ja-siden sakker for alvor bagud i afstemningens slutspurt” udtalte:

”Vi bliver nødt til at gå imod de skræmmekampagner, som nej-siden kommer med. Vi skal fremhæve de positive potentialer, men vi bliver altså nødt til at slå hårdere tilbage på de vrangforestillinger, som nej-siden fører frem. Nej-siden kører voldsomt frem med mærkelige konspirationsteorier om, hvad vi vil bruge et ja til, og hvad EU vil pådutte danskerne. Og så bliver vi nødt til at sige, at det i virkeligheden er lige omvendt” (Crone & Jensen 2015).

Martin Lidegaard kritiserer nej sidens måde at føre kampagne på, og kalder det ”skræmmekampagner”, ”vrangforestillinger” og ”konspirationsteorier” (Crone & Jensen 2015). Hans udtalelser handler ikke om indholdet i afstemningen og der nævnes ikke nogle af de 22 direktiver. Jakob Ellemann-Jensen kommer med en enkelt udtalelse, der kritiserer Dansk-Folkepartis synspunkter i forhold til



forhandling af en parallelaftale, men de fleste udtalelser i artiklen handler om modstanderens kommunikation. Rasmus Nordquist (ALT) kritiserer både ja og nej sidens retorik:

“Denne valgkamp bør udløse selvransagelse uanset udfaldet, uanset hvem der vinder. Det virker, som om vi er bange for at tage diskussionen om, hvordan vi skal samarbejde og bidrage i EU. Nuancerne mangler i begge siders skræmmekampagne” (Crone & Jensen 2015).

Igen er udtalelserne en kritik af retorikken op til afstemningen og der tales ikke om indholdet i afstemningen, men både modstandere og allierede beskyldes for at føre skræmmekampagne.

I artiklen “udsigt til en EU-valggyser” (Jessen & Nielsen 2015) har journalisterne interviewet Jakob Ellemann-Jensen, for at kommentere på ja og nej sidens kampagner:

“Tydeligvis har nej-siden haft større gennemslagskraft med deres kampagne. Den har i høj grad gået på ’nej til mere EU’, men det stemmer vi sådan set ikke om. Vi skal bruge den sidste tid på at skyde myter ned og være den side, der fører den saglige kampagne” (Jessen & Nielsen 2015).

Igen er de negative kampagner fokuseret på, hvordan modstanderen har ført kampagne, og ikke på modstanderens politik. Morten Messerschmidts (DF) personlige troværdighed, bliver der også stillet spørgsmål ved, da Jakob Ellemann-Jensen bliver spurgt, hvad den største myte ifølge ham har været i nej-sidens kampagne:

“I min optik er det Morten Messerschmidts garanti om, at Danmark kan blive i Europol på samme måde som i dag. Han kan ikke give den på vegne af EU-Kommissionen, 27 regeringer og Europa-Parlamentet. På vegne af flere end 800 andre politikere. Det har bare ikke gang på jord” (Jessen & Nielsen 2015).

I den sidste udtalelse forsøger Ellemann-Jensen at få Morten Messerschmidt til at fremstå utroværdig ved at sætte hans mulighed for at gennemføre politiske

forslag op mod Europa-Parlamentet og EU-Kommissionen. Han er oppe imod politiske institutioner, der har langt mere magt og indflydelse end ham, og derfor er hans forslag utroværdigt, ifølge Ellemann-Jensen.

I artiklen "Hvordan skal man så have tillid til de aftaler, man indgår med dig" (Kaae 2015) kritiserer Thulesen Dahl Lars Løkkes politiske aftaler og det får Lars Løkke til at gå til modangreb:

"Nej, nej, jeg har hørt dig sige det der før, og det er ikke fair" og fortsætter: "Det, der gør mig så oprigtig ked af det, det er, når du så åbenlyst står og siger, at du ingen tillid har til en politisk aftale, der er indgået mellem en bred kreds af partier – hvordan skal man så have tillid til de aftaler, man indgår med dig?" (Kaae 2015).

Her går Lars Løkke Rasmussens negative kampagne tydeligvis på Kristian Thulesen Dahl som person. Thulesen Dahl angriber ifølge Lars Løkke en politisk aftale indgået af et flertal i Folketinget. Angrebet på flertallet i Folketinget får Lars Løkke til at stille spørgsmål ved Thulesen Dahls egen troværdighed, for hvis man ikke kan regne med denne aftale indgået i Folketinget, hvordan skal man så kunne regne med andre aftaler, som Thulesen Dahl selv har indgået i Folketinget og derfor stiller han spørgsmålstejn ved Thulesen Dahls troværdighed.

### **Delkonklusion: politikernes brug af negative kampagner**

Den første del af analysen har set på, hvad der kendetegner politikernes brug af negative kampagner. Analysen viser at politikernes brug af negative kampagner er kendetegnet ved at appellere til, hvad vælgerne vil tabe, hvis ikke Ja-siden vinder. I artiklerne er der mange eksempler på at politikerne appellerer til frygt for danskernes sikkerhed (Haslund 2015, Pind 2015, Frederiksen 2015, Løkkegaard 2015) Schilder 2015), især i forhold til, hvad der vil ske, hvis Danmark ryger ud af det europæiske politisamarbejde, Europol. Risikoen dramatiseres, og der bruges historier som eksempler, og nævnt skrækslagne politibetjente som også frygter, hvad der vil ske.

Politikerne appellerer til frygt og usikkerhed ved at spekulere om fremtiden. Der

er mange eksempler på at politikerne spekulerer i, hvad der vil ske med Danmark, især hvis de ryger ud af Europol, og hvad det vil betyde for Danmarks sikkerhed. Politikerne forsøger også at appellere til vælgernes følelser og politikerne bringer også deres egne følelser i spil. De taler om deres egen frygt og bekymring over fremtiden (Haslund 2015, Pind 2015, Rasmussen 2015a). Politikernes negative kampagner, var i mange tilfælde kendetegnet ved, at de forsøgte at vække følelser i vælgerne, både ved at bruge eksempler og historier, der talte til følelserne, men også ved at involvere deres egne følelser i argumentationen.

Et andet aspekt, der kendetegner politikernes brug af negative kampagner er, at de appellerer til værdier og mål som alle opfatter som vigtige. Det kan som førnævnt være tryghed, sikkerhed og fred. Politikerne kan med fordel appellere til disse værdier, da disse værdier er vigtige for alle i befolkningen (Jerit 2004). Det er der illustrationerne med kriminelle bander eksempler på, men også når politikere fra Ja-siden beskriver den situation Danmark vil komme i, hvis vælgerne stemmer nej. Danmark vil komme under stort tidspres og i problemer og Danmark vil ikke selv kunne afgøre udfaldet, det er derimod op til EU (Pind 2015, Rasmussen 2015a).

Der er også flere eksempler på at politikerne angriber deres modstanderes personligt, og kritiserer deres retorik og måde at fremføre deres politik på. Heriblandt en del beskyldninger om skræmmekampagner og personangreb.

### **Mediernes brug af strategiframes**

Jeg vil i det følgende afsnit undersøge, hvordan strategiframes blev anvendt i mediernes dækning af afstemningen. Jeg vil i min analyse undersøge de udvalgte artikler udfra Cappella og Jamiesons (1997) fem punkter: politikeren som vinder og taber, krigs- sports- og spilmetaforer, et forløb med performere, kritikere og publikum, fokus på kandidaternes stil og personlighed og fokus på meningsmålinger.

Der er i artiklerne masser af eksempler på krigs- sports- og spilmetaforer.

Kampmetaforerne er med til at fremstille politikerne som nationer i krig, bokserere i kamp eller spillere på en bane. Der bruges metaforer som "allieret" (Kongstad & Rytgaard 2015), "afværges" (Rytgaard & Hvass), "mavepuster" (Carlsen 2015), "trumfkort" (Heinskou & Skærbæk 2015), "ryge ud", "står på spil" (Kongstad 2015), "Overhalet, "indhentningsspurt", "dramatisk", "sejr", "højt spil" (Crone & Jensen 2015), "Duellen" (Gjertsen 2015b), "kæberasler" (Klarskov & Petersen 2015), "skudt ned" (Klarskov & Bæksgaard 2015), "kaster sig ind i slutspurten." (Rytgaard 2015). I artiklerne er krigsmetaforer ofte blandet med sportsmetaforer. At medierne blander de to typer metaforer, er der ifølge Jønch-Clausen (2012) flere grunde til. For det første, er sport en form for krig, hvor modstandere kæmper mod hinanden, for det andet er sport blevet så alvorlig en disciplin, at det er blevet mere som krig end sport, og derfor har journalisternes metaforer også rykket sig og fremhæver de voldelige aspekter af sport fremfor holdånd eller passion. Journalister dækker politik med den indstilling, at det handler om at vinde (Jønch-Clausen 2012).

Et eksempel på brug af sportsmetaforer er artiklen "Dagbog: forsmag på Thulesen vs. Løkke" (Gjertsen 2015b). Artiklen fremstiller Lars Løkke Rasmussen (V) og Kristian Thulesen Dahl (DF) som var de to partiledere bokserere i kamp:

"Aftenens duel på DR kl. 21.00 har en anden stemning af knald eller fald over sig, og det er ikke hver dag, en statsminister stiller op til duel med en modstander, som ikke selv er statsministerkandidat. Alt sammen blot som forsmag på slutspurten mellem V og DF" (Gjertsen 2015b).

Der bruges flere kampmetaforer som "duel" og knald eller fald" og debatten frames som en kamp, hvor der bliver en vinder og en taber. Artiklen er et referat af en Tv-debat og fremstiller debatten som var det en boksekamp hvor seerne er tilskuere til kampen mellem politikerne. Journalisten skriver, at "Seere, der fulgte med, da TV 2 lørdag kl. 11.00 sendte valgkampens første partilederdebat, vil vide, at duellen mellem Løkke og Thulesen meget vel kan blive intens" (Gjertsen 2015b). Igen fokuserer udtalelserne fra politikerne på kritik af den

politiske modstander fremfor indhold. Kristian Thulesen Dahl startede med at beskyldte Løkke for ikke at kunne garantere, at Danmark i fremtiden kan bestemme sin asylpolitik, hvis det blev et ja ved afstemningen. Lars Løkke svarede igen og kritiserede Thulesen Dahl: "Jeg står ikke og kører op i hovedet på dig, om du har ment nogle ting omkring efterløn og dagpenge historisk. Og afgivet nogle løfter og sådan noget. Det er ikke det, det handler om" (Gjertsen 2015b). Igen er de negative kampagner meget personfokuserede og nævner slet ikke direktiverne der stemmes om.

Der er i journalisternes framing et fokus på betydningen af meningsmålinger. I artiklen "Jeg mener egentlig, at der bliver mere Danmark" (Haslund 2015), skriver journalisten:

"Mens uret tæller ned til folkeafstemningen på torsdag, og meningsmåling efter meningsmåling spår dødt løb, er valgkampen tydeligvis gået ind i slutspurten. Hårde meldinger, skærpet retorik og anklager flyger frem og tilbage mellem nej-fløjen og ja- fløjen" (Haslund 2015).

Det samme gælder artiklen "Udsigt til en EU-valggysser" (Jessen & Nielsen 2015), hvor journalisterne skriver, at en ny "[...]Gallup-måling viser, at 38 pct. og dermed et lille flertal af de afklarede vælgere vil stemme nej ved torsdagens EU-afstemning. De fortsat mange tvivlere hælder svagt mod et ja" (Jessen & Nielsen 2015).

I artiklen "Ja-siden sakker for alvor bagud i afstemningens slutspurt" (Crone & Jensen 2015) fokuseres der også på meningsmålinger. Overskriften henviser til en ny meningsmåling, der viser, at ja-siden har er gået tilbage, så det nu er nej-siden, der ligger til at vinde afstemningen. Journalisterne skriver yderligere om afstemningens sidste fase: "11. time. Slutspurten op til folkeafstemningen kan næppe blive mere dramatisk. Nej-sidens føring bider sig fast, mens ja-partierne varslers, at de vil gå i offensiven mod nej-sidens garantier" (Crone & Jensen 2015). Her sættes resultaterne fra meningsmålingen i en frame der handler om politikerne som vindere og tabere. Der bruges også metaforer fra sport og krig og afstemningen frames som et løb eller en kamp mellem de to sider.

I artiklen “udsigt til en EU-valggyser” (Jessen & Nielsen 2015) fremstilles afstemningen som en krig. Journalisterne starter artiklen:

“Da statsminister Lars Løkke Rasmussen (V) sparkede EU-afstemningen i gang efter sommerferien, introducerede han samtidig befolkningen for sine allierede i kampen for et ja til at droppe retsforbeholdet og i stedet indføre en tilvalgsordning” (Jessen & Nielsen 2015).

Løkke og hans politiske samarbejdspartnere præsenteres som soldater, der skal i krig. Ifølge journalisterne, blev Løkkes forslag ved lanceringen regnet for “lidt af en genistreg” og “dagen efter kvitterede hele 58 pct. af danskerne [...] med, at de ville stemme ja ved afstemningen” (Jessen & Nielsen 2015). Løkkes forslag lanceres og alt er godt. Ja siden fører stort og det ligner en sikker sejr. Imidlertid er billedet vendt og situationen er alvorlig for tre måneder senere er “Løkkes allierede helt forsvundet fra medie billedet [...] (Jessen & Nielsen 2015). Artiklen sætter ja sidens kampagne i en strategiframe, hvor der bruges masser af krigsmetaforer.

I artiklen “Nejsiden uden klar nejløsning” (Klarskov & Bæksgaard 2015), sættes to politikere op mod hinanden, som repræsentanter for de to sider. I artiklen er det igen Kristian Thulesen Dahl (DF) og Lars Løkke Rasmussen (V), der frames som repræsentanter for de to sider og de to politikere omtales som “de to siders topfigurer” (Klarskov & Bæksgaard 2015). Artiklen indledes med at journalisterne diskuterer, hvordan nej siden forventer, at statsminister Lars Løkke Rasmussen skal handle, hvis nej siden vinder. I artiklen “Ja-siden sakker for alvor bagud i afstemningens slutspurt” (Crone & Jensen 2015). sættes flere politikere fra ja- og nej-siden også op mod hinanden og diskuterer frem og tilbage. Der udvælges flere politikere fra hver lejr som skal repræsentere sin side. I artiklen udtaler Kenneth Kristensen Berth (DF) sig og han omtales som “[...] nej-sigernes galionsfigur” (Crone & Jensen 2015), som han så repræsenterer ved sine udtalelser.

Noget der fyldte en del i valgkampen var diskussionen om tillid til politikerne (Kaae 2015), måske fordi afstemningen til dels handlede om, hvad politikerne skulle kunne bestemme i fremtiden, uden at sende politiske forslag til folkeafstemning. I artiklen "Hvordan skal man så have tillid til de aftaler, man indgår med dig" (Kaae 2015), hvor Lars Løkke Rasmussen (V) debatterer med Kristian Thulesen Dahl (DF), hvor førstnævnte angriber sidstnævnte, fremstilles debatten tydeligvis som et forløb med performere, kritikere og publikum. Artiklen indledes med ordene: "Det var tirsdag aften, og Thulesen Dahl havde netop forklaret publikum i DR's koncertsal og tv-sofaerne [...]" (Kaae 2015). Publikum er vælgerne der deltager ved debatten og alle seerne der følger med på TV. De er publikum til kampen mellem de to politiske ledere. Lars Løkke kritiserer Thulesen Dahl og her kommer publikum igen i spil når journalisten skriver, at "Thulesens svar druknede i første omgang bogstaveligt talt i bifaldet fra salen" (Kaae 2015). Her bruges bifaldet til at antyde hvem der er vinder og taber i duellen mellem de to politiske ledere. Herefter giver Mette Frederiksen (S) udtryk for sin kritik af Løkkes og Thulesen Dahls diskussion: "Kristian, i al respekt. Du står og siger til den statsminister, som Dansk Folkeparti peger på, at man ikke kan regne med det, han siger. Det er dog en mærkelig samarbejdsmetode i blå blok" (Kaae 2015).

Mette Frederiksens kritik og de andre personangreb, hvor politikerne kritiserer hinandens troværdighed, bruges til at understrege journalisternes pointe om, at uanset hvem af politikerne, der vinder afstemningen "ledsages de af en dyb mistillid, der ikke kun udspiller sig mellem partilederne. Den stortrives også i vælgerhavet" (Kaae 2015). Der er lav tillid til politikerne og politikernes indbyrdes retorik kan ses som et billede på befolkningens syn på politikerne, der er præget af mistillid og manglende troværdighed.

I artiklen "Åben krig i blå blok" (Crone 2015) indledes artiklen med at stille afstemningen om retsforbeholdet i en strategiframe, ved at tale om den som en krig:

"[...] i søndags udbrød der krig mellem regeringspartiet Venstre og dets parlamentariske grundlag, Dansk Folkeparti, en krig der kan række langt

ud over det, som kombattanterne kæmper om lige nu: Folkeafstemningen om retsforbeholdet på torsdag” (Crone 2015).

”Krigen”, der ifølge journalisten er udbrudt, understreges med et citat fra Inger Støjbergs (V) tale på Venstres landsmøde i Herning, hvor hun kritiserer Dansk Folkepartis: ”Normalt har stor respekt for Dansk Folkeparti”. ”Men jeg har ikke respekt for den kampagne, de fører frem mod folkeafstemningen. Den er falsk, den er uhæderlig, og den bidrager til at skabe mistillid til det politiske system” (Crone 2015). Inger Støjberg høstede store klapsalver for sin kritik af Dansk Folkeparti. Men ifølge journalisterne vil Dansk Folkeparti ikke finde sig i hendes angreb: ”Da klapsalverne var døet ud, stod det klart som i et bandeopgør, at angrebet ville blive hævnnet” og ”Dansk Folkeparti satte hurtigt modangrebet ind” (Crone 2015). Krigsmetaforerne er tydelige og den politiske kamp præsenteres ligefrem som et bandeopgør. Til at underbygge journalisternes strategiframes har man fået politisk kommentator Hans Engell til at udtale sig, og han kalder Inger Støjbergs kritik for ”ekstremt hårde stød direkte i solar plexus” og samtidig udtaler, at diskussionen ”[...] handler ikke længere om politisk uenighed men om personspørgsmål og moral” (Crone 2015). Udtalelserne fra den politiske kommentator underbygger journalistens fokus på strategi fremfor indhold og i kombination med politikernes negative kampagner tegner der sig et billede af en afstemning, der handler mere om personlige konflikter end politisk indhold.

Et andet punkt, der er fremtrædende i journalisternes framing er spekulation om fremtiden. Det nævnes ikke i Jamieson og Capellas (1997) model, men er et væsentligt punkt at komme omkring fordi det er meget fremtrædende både i politikernes negative kampagner og i journalisternes dækning. Journalisterne giver plads til spekulation om fremtiden og det ses i overskrifter som:

”Nedtælling mod en mulig dansk exit fra Europol er sat i gang” (Kongstad & Plougsgaard 2015), ”Løkke: Danmark kan blive flygtningemagnet med et nej” (Rytgaard & Hvass 2015), ”Eksperter: et nej vil tvinge Danmark ud af langt mere end Europol” (Kongstad 2015). Politikernes udtalelser om fremtiden handlede i mange tilfælde om Europol samarbejdet, og konsekvenserne for Danmark, hvis de røg ud af samarbejdet. Selvom de handlede om et emne som Europol vurderer jeg ikke, at det kan karakteriseres som en issue frame. Udtalelserne fra



politikere og mediernes framing handlede ikke om at informere vælgerne, men om at skabe en usikkerhed og frygt for fremtiden, ved at spekulere i fremtiden. For man kan ikke informere om fremtiden og tale indhold, når man ikke kender fremtiden. Fordi udtalelserne om fremtiden er spekulationer, kan det argumenteres at de hører under strategiframes fordi de bruges bevidst som strategi til at påvirke vælgeren og appellere til en usikkerhed hos vælgeren. Spekulation om fremtiden kan derfor ses som et nyt punkt under Cappella og Jamiesons (1997) model over strategiframes.

### **Delkonklusion: mediernes brug af strategiframes**

I analysen af journalisternes brug af strategiframes, er der mange eksempler på, at politik fremstilles som en konkurrence om at få flest vælgere, og at omtalen særligt er præget af krigs- og sportsretorik, hvor politikere frames som soldater i krig eller bokserere i kamp. Det er politikernes strategi og indbyrdes konkurrence der fremhæves, på bekostning af det politiske indhold og politikernes visioner. Politikere frames også som vindere og tabere og fremstilles som værende mere interesseret i at fremme egen position og besejre modstanderen, end at skabe et bedre samfund for borgerne at leve i. Der spekuleres også i fremtiden, og spekulation fra politikernes side får fremtrædende plads i journalisternes dækning af de negative kampagner. Meningsmålinger bruges til at fremstille afstemningen som en kamp om at få flest stemmer. Der er også eksempler på, at afstemningen frames som et forløb med performere og kritikere og hvor vælgerne er publikum til politikernes indbyrdes kampe.

### **Negative kampagner og strategi frames**

I dette afsnit vil jeg opsummere analysen af sammenhængen mellem negative kampagner og strategiframes. Jeg har udvalgt eksempler fra de andre analyseafsnit, hvor artikler har strategiframes og hvor fokus er på politikernes negative kampagner. Jeg vil derefter sammenligne min undersøgelse med andre undersøgelser af negative kampagner og diskutere, hvilke nye spørgsmål det stiller til negative kampagner, og hvordan de kan undersøges.

Der er i min empiri eksempler på alle fem punkter i Cappella og Jamiesons (1997) teori: politikeren som vinder og taber, krigs- sports- og spilmetaforer, et forløb med performere, kritikere og publikum, fokus på kandidaternes stil og personlighed og fokus på meningsmålinger. Det mest fremtrædende punkt i artikler med strategiframes er imidlertid krigs- og sportsmetaforer og jeg vil derfor fokusere mest på dette punkt i min diskussion om sammenhængen mellem negative kampagner og strategiframes. Journalisterne benytter metaforer som: "allieret" (Kongstad & Rytgaard 2015), "mavepuster" (Carlsen 2015), "trumfkort" (Heinskou & Skærbæk 2015), "ryge ud", "står på spil" (Kongstad 2015), "Overhalet", "indhentningsspurt", "sejr", "højt spil" (Crone & Jensen 2015), "Duellen" (Gjertsen 2015b), "kæberasler" (Klarskov & Petersen 2015), "skudt ned" (Klarskov & Bæksgaard 2015) og "kaster sig ind i slutspurten" (Rytgaard 2015). Adskillige artikler er fremet som boksekampe, dueller, krige eller bandeopgør mellem politikerne fra nej-siden og ja-siden.

I artikler med strategiframes er politikernes udtalelser kendetegnet ved personfokuserede angreb på modstanderen. Det gælder for stort set alle artiklerne med strategiframes, at citater fra politikerne går på kritik af modstanderen. Der tages udgangspunkt i et angreb fra en politiker mod en anden, men ofte fylder den politiske substans ikke meget og fokus er på politikernes konflikt, strategi og det indbyrdes magtforhold. Når journalisterne bruger en strategiframe, er de citater, de har udvalgt, nogle hvor politikerne angriber deres modstandere personligt, kritiserer deres kampagneform, ofte med anklager om skræmmekampagne, eller spekulation om fremtiden. Flere af politikernes udtalelser var spekulation om fremtiden, hvor de forsøgte, at appellere til frygt og usikkerhed og disse udtalelser fik en meget fremtrædende plads i mediernes dækning.

Min undersøgelse bekræfter tidligere undersøgelser, der viser, at strategi frames i høj grad er noget medierne benytter sig af (Hansen & Pedersen 2008, Pedersen 2012) og at det særligt er sports- og krigsmetaforer, som er udbredte i de danske mediers dækning af politik (Jønch-Clausen 2012). Jerits (2004) undersøgelse viste, at de mest effektive argumenter i politikernes kommunikation er

følelsesladede argumenter, der appellerer til negative følelser som frygt, angst og usikkerhed. I min undersøgelse var der mange eksempler på, at politikerne brugte denne form for argumentation, når de udtalte sig om konsekvenserne af et ja eller nej ved afstemningen om retsforbeholdet. Cobb og Kuklinskis (1997) undersøgte retorikken i amerikansk politik og konkluderer, at argumenter, der går på, hvad vælgerne kan tabe, er særdeles udbredte. I min undersøgelse, var der også mange eksempler på, at politikerne argumenterede for, hvad danskerne ville kunne tabe, hvis de stemte nej og der var en udbredt brug af argumenter, der skulle påvirke vælgernes tabsaversion.

Elmelund-Præstekær (2010) argumenterer for, at graden af negativitet i politikeres udtalelser kan variere i forskellige kommunikationskanaler. Min undersøgelse lægger derfor op til en undersøgelse af politikernes brug af negative kampagner i andre kommunikationskanaler. Det er derfor oplagt at undersøge politikernes brug af negative kampagner i andre materialer som partimanifester og annoncer. Min undersøgelse er lavet på baggrund af en begrænset mængde avisartikler, og da der er forskel på graden af kommercialisering i de forskellige medier kan der også være forskel i brugen af strategiframes. Det kunne derfor være interessant at undersøge andre mediers dækning af afstemningen som TV og public-service medier, hvor der kan være en mindre grad af kommercialisering. Spekulation om fremtiden havde en meget fremtrædende plads i mediernes dækning.

### **Diskussion: kultur og mediesystemer**

Jeg har i de tidligere afsnit undersøgt mediernes dækning af afstemningen med udgangspunkt i de enkelte journalisters framing af afstemningen. I det følgende afsnit vil jeg diskutere forskellige teorier om politiske og kulturelle strukturer, der kan have påvirket politikernes brug af negative kampagner og mediernes framing af negative kampagner.

I min undersøgelse af politikernes kommunikation var der generelt få hårde personlige angreb på modstandere. Hansen & Pedersen (2008) argumenterer

for, at der i den politiske kultur i Danmark, er tradition for en meget upersonlig og civiliseret debatform, hvor man ikke kommer med så hårde angreb på sine politiske modstandere, sammenlignet med lande som Storbritannien, Australien og USA. I USA derimod, mener flere teoretikere som Mark (2009) og Geer (2006), at voldsommere politiske angreb på modstandere er mere udbredte og det er der, ifølge dem, flere grunde til. De store ideologiske forskelligheder i landet, og den politiske kultur siden landets grundlæggelse, samt avisernes rolle i dækningen af politik har påvirket den udbredte brug af negative kampagner med voldsomme personangreb.

Blumler & Gurevitch (2001) skriver i deres diskussion af amerikanisering af medier, at mange elementer fra amerikansk dækning af politik er ved at blive universelle, fordi der med globaliseringen er sket det, at mediesystemerne på tværs af lande er begyndt at ligne hinanden mere og mere.

Men på trods af Blumler og Gurevitchs (2001) antagelse om stigende ligheder i mediesystemerne, kan de forskelle, der eksisterer i den politiske kultur, ifølge Allern & Ørsten (2011) være en af grundene til, at man ikke ser samme angreb som i USA. Nyhedsinstitutionen er påvirket af den politiske kultur og har særlige historisk betingende karakteristika. Over en lang periode har nyhedsmedier udviklet særlige ideer omkring etiske normer, forståelse for, hvad der er god journalistisk praksis og hvilke roller journalister og redaktører forventes at udfylde. Det kan være del af årsagen til, at de personangreb der var i artiklerne ikke var så voldsomme som man kender det fra amerikansk politik.

Pedersen (2014) diskuterer i sin undersøgelse af journalisters ønske om professionel distance som årsag til den udbredte brug af strategiframes. I de fleste mediesystemer er der et ønske om, at have en professionel distance til politikerne og det er normen blandt journalister, at man ønsker at være uafhængige og kritiske overfor politikerne. Strategi-rammen er en måde for journalisten at sikre sin uafhængighed, for ved at spekulere i politikernes strategi og taktik, viser journalisterne, at de ikke er ukritiske talerør for politikerne. Strategiframmen er apolitisk og kan anvendes på politikere uanset, hvor de ligger på det politiske spektrum (Pedersen 2014). På trods af, at flere af

aviserne anbefalede enten et ja eller nej til afstemningen, var dækningen i de udvalgte artikler mere præget af et ideal om uafhængighed end af politisk bias.

På trods af de kulturelle forskelle der stadig eksisterer, betyder den øgede kommercialisering af medierne, ifølge Hallin og Mancini (2004), at journalistens rolle ændres fra at have en social rolle, hvor målet er at dele information og skabe social konsensus omkring dem, til at det i højere grad handler om, at producere underholdning og information, der kan sælges til forbrugere (Allern & Ørsten 2011 s. 94). Strategiframen kan bruges til at skabe underholdningsværdi, når politikerne frames som vindere og tabere og de politiske debatter som krige eller boksekampe. Der er også sket den udvikling i medierne, at de er gået fra at have rollen som informationskanal, til at de i dag i højere grad har en "proactive, interpretive and directing role in their relations with governments and parties" (Allern & Ørsten 2011 s. 99-100). Strategiframen er et værktøj, der kan bruges til at instruere og fortolke politikernes negative kampagner. Når journalister framer politikerne som vindere og tabere eller bruger publikums reaktion på politiske debatter til at vise, hvem der er vinder og taber, tager de en instruerende og fortolkende rolle. Men på trods af Hallin og Mancini's (2004) teori om mindskede og udviskede forskelle mellem det korporative og det liberale mediesystem, kan det argumenteres, at der stadig er markante forskelle på negative kampagner i dansk og amerikansk politik (Deer 2009). Det kan måske forklares med Allern og Ørstens (2011) teori om, at nyhedsinstitutioner på den ene side både er forretninger, der er styret af normer, der gælder for økonomiske institutioner, men samtidig også er sociale institutioner, der er styret af samfundets politiske og kulturelle historie. der er en spænding mellem de to sfærer som nyhedsinstitution er en del af.

Mediernes præference for drama, har ifølge Jerit (2004) også betydning for politikernes kommunikation og for hvordan politik dækkes. Politikerne brugte meget følelseladede argumenter og talte om emner, der kunne dramatiseres. For eksempel Danmarks risiko for at ryge ud af Europøl, og det kan ifølge Jerits (2004) teori skyldes, at medierne har en præference for drama og spænding. Hvis argumenter lægger op til, at der kræves hurtig handlen, eller, at der

potentielt kan opstå en krise, så er medierne mere tilbøjelige til at dække historien. Direktiverne om "lovvalg uden for kontrakt" eller "Forordningen om indførelse af et europæisk tvangsfuldbyrdsdokument" er af teknisk juridisk karakter og kan derfor være svære at forklare for vælgerne og desuden vil direktiverne formentlig have minimal påvirkning i den enkelte væggers hverdag eller kun påvirke en meget lille vælgergruppe som virksomhedsejere. Det var derfor mere oplagt, for politikerne at tale om direktiver, der påvirker størstedelen af danskerne og som kan dramatiseres. Der var i medierne tendens til at dække emner, der kunne dramatiseres og journalisterne gav en fremtrædende plads til stærke følelsesmæssige argumenter i deres framing, som

## Konklusion

Jeg vil i min konklusion svare på problemformuleringen:

*Hvordan gjorde JA-siden brug af negative kampagner i afstemningen om retsforbeholdet og hvilken relation havde de til mediernes framing af politik som strategi?*

Jeg har i min undersøgelse analyseret avisartikler for politikernes brug af negative kampagner med udgangspunkt i teori om appeller til følelser som frygt, angst og usikkerhed. Min undersøgelse viser, at der er mange eksempler på, at politikerne appellerer til frygt for danskernes sikkerhed (Haslund 2015, Pind 2015, Frederiksen 2015, Løkkegaard 2015) (Schilder 2015), især i forhold til, hvad der vil ske, hvis Danmark ryger ud af det europæiske politisamarbejde, Europol. Politikerne appellerer til frygt og usikkerhed ved at spekulere om fremtiden. Der er mange eksempler på at politikerne spekulerer i, hvad der vil ske med Danmark, især hvis de ryger ud af Europol, og hvad det vil betyde for Danmarks sikkerhed. Politikerne forsøger også at appellere til vælgernes følelser og politikerne bringer også deres egne følelser i spil. De taler om deres egen frygt og bekymring over fremtiden (Haslund 2015, Pind 2015, Rasmussen 2015a). Politikernes negative kampagner, var i mange tilfælde kendetegnet ved, at de forsøgte at vække følelser i vælgerne, både ved at bruge eksempler og historier, der talte til følelserne, men også ved at involvere deres egne følelser i argumentationen.

Derefter blev det undersøgt, hvordan medierne bruger strategiframes i deres dækning af politikernes negative kampagner. Min undersøgelse bekræfter tidligere undersøgelser, der viser, at strategi frames i høj grad er noget medierne benytter sig af (Hansen & Pedersen 2008, Pedersen 2012, Jønch-Clausen 2012). I analysen af journalisternes brug af strategiframes, er der mange eksempler på, at politik fremstilles som en konkurrence om at få flest vælgere, og at omtalen særligt er præget af krigs- og sportsretorik, hvor politikerne frames som soldater i krig eller bokkere i kamp. Det er politikernes strategi og indbyrdes

konkurrence, der fremhæves, på bekostning af det politiske indhold og politikernes idealer og visioner. Politikerne frames også som vindere og tabere og fremstilles som værende mere interesseret i at fremme egen position og besejre modstanderen, end at skabe et bedre samfund for borgerne at leve i. Der spekuleres også i fremtiden, og spekulation fra politikernes side får fremtrædende plads i journalisternes dækning af de negative kampagner. Meningsmålinger bruges til at fremstille afstemningen som en kamp om at få flest stemmer. Der er også eksempler på, at afstemningen frames som et forløb med performere og kritikere og hvor vælgerne er publikum til politikernes indbyrdes kampe.

I artikler med strategiframes er politikernes udtalelser kendetegnet ved personfokuserede angreb på modstanderen. Det gælder for stort set alle artiklerne med strategiframes, at citater fra politikerne går på kritik af modstanderen. Der tages udgangspunkt i et angreb fra en politiker mod en anden, men ofte fylder den politiske substans ikke meget og fokus er på politikernes konflikt, strategi og det indbyrdes magtforhold. Når journalisterne bruger en strategiframe, er de citater, de har udvalgt, nogle hvor politikerne angriber deres modstandere personligt, kritiserer deres kampagneform, ofte med anklager om skræmmekampagne, eller spekulation om fremtiden. Flere af politikernes udtalelser var spekulation om fremtiden, hvor de forsøgte, at appellere til frygt og usikkerhed og disse udtalelser fik en meget fremtrædende plads i mediernes dækning. Politikernes udtalelser om fremtiden handlede i mange tilfælde om Europol samarbejdet, og konsekvenserne for Danmark, hvis de røg ud af samarbejdet. På trods af, at flere af aviserne anbefalede enten et ja eller nej til afstemningen, var dækningen i de udvalgte artikler mere præget af et ideal om journalistisk uafhængighed end af politisk bias.



## Litteraturliste

- Allern, S., & Pollack, E. (red.) (2009). *Skandalenes markedsplass: politikk, moral og mediedrev*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Andreassen, A. (2015). Medier grillet om EU: Vi havde 150 indslag om EU på en uge. Journalisten.
- Ansolabehere, S. & Iyengar, S. (1995). *Going Negative: How Political Advertisements Shrink and Polarize the Electorate*. New York: Free Press. Auken, M. (2015). Stem ja i morgen - det er dårligt for Danmark at være udenfor. Information.
- Beim, J. & Bæksgaard, A. (2015). DF opfordrer Løkke til fælles EU-aftale. Politiken.
- Beim, J. & Bæksgaard, A. (2015). Regeringen kan blåstemple EU-regler uden flertal. Politiken.
- Bell, A. (1991). *The language of news media*. Oxford, UK: Blackwell.
- Bloch, C. & Jensen, S. (2015). Gruppen af tvivlere er skrumpet markant. Berlingske Tidende.
- Bloch, C. & Jensen, S. (2015). Nej-siden stormer frem. BT.
- Blumler, J. G., Gurevich, M. (2001). Americanization reconsidered: UK-US Campaign Communications Across Time. In Bennett, W. L., Entman, R. M. (eds.), *Mediated Politics: Communication in the future of democracy*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Brooks, D. J. (2006). 'The Resilient Voter: Moving toward Closure in the Debate over Negative Campaigning and Turnout', *Journal of Politics* 68, 684–96.
- Bryman, A. (2012). *Social research methods*. Oxford: Oxford University Press.
- Cappella, J. & Jamieson, K. (1997). *Spiral of cynicism: The press and the public good*. New York: Oxford University Press.
- Carlsen, J. (2015). Dagbog: Afstemningens nye favoritter afkræves svar. Politiken.
- Cobb, D. & Kuklinski, J. (1997). Changing Minds: Political Arguments and Political Persuasion. *American Journal of Political Science*, vol. 41, no. 1, pp. 88-121.
- Cook, T. E. (1998). *Governing with the news: The news media as a political institution*. Chicago: University of Chicago Press.
- Crone, M. & Jensen, S. (2015). Ja-siden sakker for alvor bagud i slutspurten. Berlingske Tidende.

- Crone, M. (2015). Åben krig i blå blok. Berlingske Tidende.  
danmarkshistorien.dk/leksikon-og-kilder/vis/materiale/danmark-i-eu-1993-2012/  
(sidst tilgået 22/05/16)
- Davidsen-Nielsen, H. (2015). Lidenskaben forsvandt i mediernes anbefaling af et ja, nej eller tja. Politiken
- Dyhr, P. & Dahlerup, D. (2015). Skal vi afskaffe retsforbeholdet for at bekæmpe menneskehandel bedst muligt? BT.
- Elbæk, U., Lyhne, A. (2015). "Bør man stemme nej i morgen, hvis man ikke forstår, EU-afstemningen?". BT.
- Elmelund-Præstekær, C. (2010). Beyond American negativity: toward a general understanding of the determinants of negative campaigning.
- Elmelund-Præstekær, C. & Svensson, H. (2014). Ebbs and flows of negative campaigning: A longitudinal study of the influence of contextual factors on Danish campaign rhetoric. *European Journal of Communication* 2014, Vol. 29(2) 230–239
- Elmelund-Præstekær, C. & Svensson. (2013). Negativ og personfokuseret kampagne-retorik. Partiernes kommunikation og mediernes dækning ved folketingsvalg 1994-2011. *politica*, 45. årg. nr. 4 2013, 480-501
- Elmelund-Præstekær, C. (2011). Issue ownership as a determinant of negative campaigning. *International Political Science Review* 32(2) 209–221
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), pp. 51-58.
- Folketinget. (2015a). Europaudvalget 2014-15 (2. samling) EUU Alm.del EU Note 11.  
<http://www.ft.dk/samling/20142/almdel/euu/eu-note/11/index.htm> (sidst tilgået 22/05/16)
- Folketinget. (2015b). Europaudvalget 2014-15 (2. samling) EUU Alm.del EU Note 7  
<http://www.eu.dk/samling/20142/almdel/EUU/eu-note/7/1543577.pdf> (sidst tilgået 22/05/16)

- Folketinget. (2015c). EU fakta nr. 18. [http://www.eu.dk/da/publikation-mappe/~media/files/eu/publikationer/eu\\_fakta\\_nr\\_18.ashx](http://www.eu.dk/da/publikation-mappe/~media/files/eu/publikationer/eu_fakta_nr_18.ashx) (sidst tilgået 22/05/16)
- Folketinget. (2015d). [retsforbehold.eu.dk/da/folkeafstemning/aftalen/tilvalgte](https://retsforbehold.eu.dk/da/folkeafstemning/aftalen/tilvalgte) (sidst tilgået 22/05/16)
- Folketinget. (2015e). [retsforbehold.eu.dk/da/jaellernej/partier](https://retsforbehold.eu.dk/da/jaellernej/partier) (sidst tilgået 22/05/16)
- Frederiksen, M. (2015). Hjælp Politiet - stem ja. Jyllands-Posten.
- Frederiksen, M., Risgaard, L., Christensen, P., Jensen, C. (2015). Ja til redskaber mod social dumping. Politiken.
- Fridkin, K. (2004). Do Negative Messages Work?: The Impact of Negativity on Citizens' Evaluations of Candidates. *American Politics Research*, 32(5), 570-605.
- Fuglsang, L., Olsen, P. B., & Rasborg, K. (2013). *Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne: På tværs af fagkulturer og paradigmer*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Geer, John (2006). In Defense of Negativity: Attack Ads in Presidential Campaigns. Chicago: The University of Chicago Press.
- Gjertsen, M. (2015a). Dagbog: både ja- og nej-siden udnytter Europol. Politiken.
- Gjertsen, M. (2015b). Dagbog: Forsmag på Thulesen versus Løkke. Politiken.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hansen, D. (2015). 5 skarpe til Søren Pind. BT
- Hansen, K. & Pedersen, R. (2008). Negative campaigning in a Multiparty System. *Scandinavian Political Studies*, Vol. 31 – No. 4
- Haslund, E. (2015). "Jeg mener egentlig, at der bliver mere Danmark. Berlingske Tidende
- Heinskou, N. & Skærbæk, M. (2015). Efterlyst: Hvor blev Mette F. Af? Politiken.
- Jerit, J. (2004). Survival of the Fittest: Rhetoric During the Course of an Election Campaign. *Political Psychology*, 25(4), 563-575.
- Jessen, C. & Nielsen, J. (2015). Udsit til en EU-valggyser. Berlingske Tidende.
- Jessen, C., Nielsen, J. & Domino, S. (2015). V-politikere angriber ja-kampagne. Berlingske Tidende.
- Johansen, M. (2015). "Det er første gang, vi har været så meget i tvivl til en EU-afstemning". Jyllands-Posten.

- Jønch-Clausen, H. (2012). Kamppladser og kommandorum: En analyse af valgreportagens retorik. Syddansk Universitet
- Klarskov, K. & Bæksgaard, A. (2015). Nejsiden uden klar nejløsning. Politiken.
- Klarskov, K. & Heinskou, N. (2015). Venstre: Nej ændrer ikke dansk kurs i EU. Politiken.
- Klarskov, K. & Petersen, M. (2015). Måling: forspring til nejsiden. Politiken
- Kongstad, J. & Kaae, M. (2015). Ja-partierne: Nej i København og ja i Bruxelles. Jyllands-Posten.
- Kongstad, J. & Plousgaard, H. (2015). Nedtælling mod en mulig dansk exit fra Europol er sat i gang. Jyllands-Posten.
- Kongstad, J. & Rytgaard, N. (2015). DF foreslår en tredje vej til Europol. Jyllands-Posten.
- Kongstad, J. (2015). Eksperter: Et nej vil tvinge Danmark ud af langt mere end Europol. Jyllands-Posten.
- Kristensen, K. (2015). Et ja den 3. december vil udløse ny grundlovssag. Information.
- Kulturstyrelsen. (2015). Mediernes udvikling i Danmark 2015.  
[http://slks.dk/fileadmin/user\\_upload/dokumenter/medier/Mediernes udvikling/2015/Resume/Resume\\_2015.pdf](http://slks.dk/fileadmin/user_upload/dokumenter/medier/Mediernes_udvikling/2015/Resume/Resume_2015.pdf) (sidst tilgået 22/05/16)
- Kaae, M. (2015). "De skal stole på deres politikere". Jyllands-Posten.
- Kaae, M. (2015). "Hvordan skal man så tillid til de aftaler, man indgår med dig?". Jyllands-Posten.
- Lau, R. & Pomper, G. (2001), 'Negative campaigning by US Senate candidates', *Party Politics* 7(1): 69–87.
- Lau, R., & Pomper, G. (2002). Effectiveness of Negative Campaigning in U.S. Senate Elections. *American Journal of Political Science*, 46(1), 47.
- Lukes, S. (1974). *Power: A radical view*. London: Macmillan.
- Løkkegaard, M. 2015. Løb ikke bagmændenes ærinde. Jyllands-Posten.
- Mark, D. (2009). *Going dirty: The art of negative campaigning*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Nielsen, R. (2014). Political communication research: New media, new challenges, and new opportunities. *MedieKultur MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*, 30(56), 18.
- Nordqvist, R. & Lindholm, J. 2015. Hvilket land ønsker vi at være? Politiken.

- Norris, P. (2000). *A virtuous circle: Political communications in postindustrial societies*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Olesen, T. (2013). DANMARK I EU: 1993-2012. Danmarkshistorien.dk
- Pedersen, R. (2014) News Media Framing of Negative Campaigning, *Mass Communication and Society*, 17:6, 898-919
- Pind, S. 2015. Hvad sker der, hvis vi ikke får tilvalget? Jyllands-Posten.
- Rasmussen, L. 2015a. Et ja med forbehold. Jyllands-Posten.
- Rasmussen, L. 2015b. Lad fornuften råde. Jyllands-Posten.
- Rasmussen, L., Frederiksen, M., Østergaard, M., Dyhr, P., Poulsen, S. 2015. Sammen for Danmark. Berlingske Tidende.
- Rytgaard, N. & Hvass, J. 2015. Løkke: Danmark kan blive flygtningemagnet med et nej. Jyllands-Posten.
- Rytgaard, N. 2015. V-nestor Bertel Haarder: Løftebrud og bilagssager har skabt mistillid. Jyllands-Posten.
- Schilder, L. 2015. 'Danmark er for lille til at stemme nej'. Information.
- Selmer, C. (2015). Kritik af ja-sidens 'skræmmekampagne': Derfor fejler de. TV2 Nyhederne. <http://nyheder.tv2.dk/2015-11-30-kritik-af-ja-sidens-skraemmekampagne-derfor-fejler-de> (sidst tilgået 22/05/16)
- Serup, S. 2015. Er asyl en del af afstemningen? BT
- Skjoldan, L. (2015a). MEDIERNES DÆKNING AF AFSTEMNINGEN OM EU-RETSFORBEHOLDET. Infomedia. <http://infomedia.dk/media/1406/infomedia-analyse-til-dr-detektor.pdf> (sidst tilgået 22/05/16)
- Skjoldan, L. (2015b). MEDIERNES DÆKNING AF AFSTEMNINGEN OM EU-RETSFORBEHOLDET – slutspurten. Infomedia <http://infomedia.dk/media/1435/dr-detektor-eu-slutspurt.pdf> (sidst tilgået 22/05/16)
- Strömbäck, J. (2005). In Search of a Standard: Four models of democracy and their normative implications for journalism. *Journalism Studies*, 6(3), 331-345.
- Sørensen, H. (2015). *Retsforbeholdet: Hvad, hvorfor og hvordan?* Kbh.: Books on Demand.

- Thompson, J. B. (2000). *Political scandal: Power and visibility in the media age*.  
Cambridge: Polity Press.
- Ørsten, M (2004b). Nyhedsmediernes dækning af valget til Europa-Parlamentet 2004.  
Danmark: Modinet, Center for medier og demokrati I netværkssamfundet.
- Ørsten, M. (2004a). Transnational politisk journalistik: Dansk EU-journalistik fra 1991-2001. (1. Udgave udg.) Danmark: Roskilde Universitet. (Skriftserie for Journalistik på RUC; nr. 1).
- Ørsten, M. (2006). Europæisk offentlighed i danske medier: Danmark som foregangsland for udviklingen af en transnational politisk journalistik. *Journalistica. Tidsskrift for forskning i journalistik*, 1 (2), 103-119.
- Ørsten, M. (2012). *Skandalemaskinen: Politiske skandaler i Danmark*. København: Forlaget columbus.
- Østergaard, M. & Kari, R. 2015. Vil et ja ved EU-afstemningen betyde mere fred og sikkerhed i Europa? BT.