

Pol-Cast: Jagten på en nuanceret politisk debat

En analyse af Mette Frederiksens podcast 'Statsministeren spørger'



Titelblad

Universitet: Aalborg Universitet, København

Studieretning: Kommunikation

Semester: Speciale

Specialet er udarbejdet af:

Asta Alvilde Suneson Aaboer, 20201143, aaaboer20@student.aau.dk

Emma Rose Hansson, 20202000, ehanss20@student.aau.dk

Vejleder: Mikkel Fugl Eskjær

ECTS: 30

Gruppenummer: 1

Titel på speciale: Pol-Cast: Jagten på en nuanceret politisk debat - En analyse af Mette Frederiksens podcast 'Statsministeren spørger'

Forsideillustration: Asmus Helms

I henhold til studieordningen må opgaven i alt maks. fylde antal tegn: 336.000

Den afleverede opgave fylder (antal tegn med mellemrum): 288.092

Ved at underskrive dette dokument bekræfter hvert enkelt gruppemedlem, at alle har deltaget lige i udarbejdelsen af specialet og at alle således hæfter kollektivt for specialets indhold.



Abstract

The media environment is constantly evolving, and the emergence of new (digital) media is changing the possibilities available for communication. Political actors are migrating to new platforms; most recently, Danish Prime Minister Mette Frederiksen launched her own podcast 'Statsministeren spørger'. The podcast was released with the aim to create room for nuances in the political debate. In this thesis, we thus seek to examine the extent to which Mette Frederiksen's podcast reflects the challenges and changes facing political communication today.

Our theoretical framework revolves around literature on the podcast medium and its characteristics, political communication and mediatization. Initially, we consider Mette Frederiksen's podcast in the context of other political podcasts and her broader communication. Next, we conduct a quantitative content analysis to gain insights into which communication strategies Mette Frederiksen most frequently uses to address political issues. Finally, drawing on Norman Fairclough's critical discourse analysis, we examine which political realities Mette Frederiksen constructs through various communication strategies.

The analysis provides insights about some of the challenges in political communication in Denmark today. In her podcast, Mette Frederiksen seeks to create nuance through the iteration of various political issues, but our analysis shows that she reproduces pre-existing discourses and draws on the media logics that she criticizes. The podcast format should allow for this nuance, and the format is used by Mette Frederiksen to facilitate in-depth conversations on complex issues, but it is not fully exploited to enable conflicting views. We conclude that Mette Frederiksen's podcast is an example of a reckoning with political communication in Denmark, but at the same time it is also an example of a number of the challenges against which a reckoning is sought. At the same time, the analysis illustrates how the challenges of political communication are not necessarily solved by politicians taking matters into their own hands. The fact that Mette Frederiksen uses podcasts as a communication channel does not change much in the media picture, but the podcast rather points to a diversification in political communication in the hybrid media system.

Indholdsfortegnelse

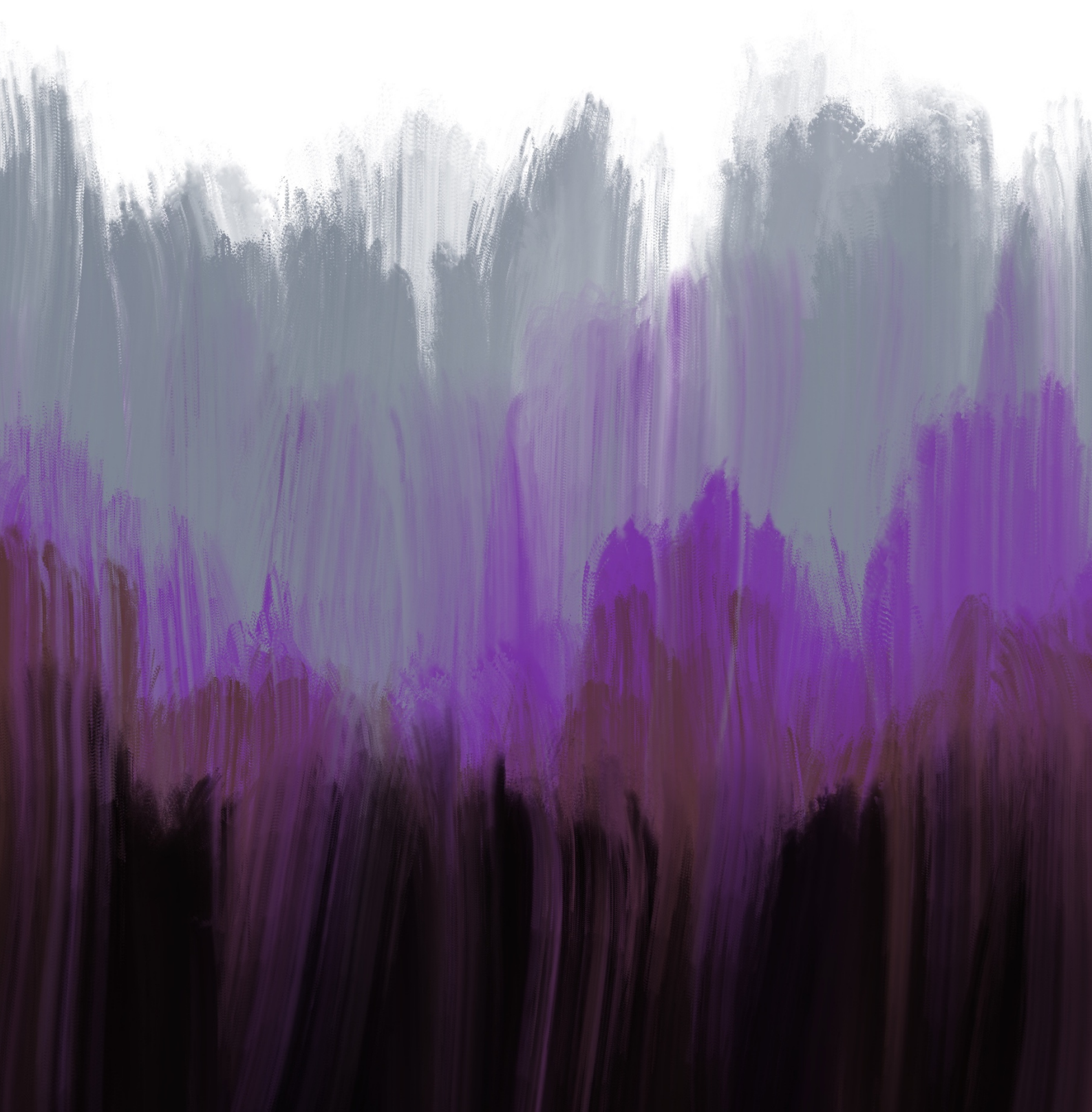
1. INDLEDNING	8
1.1 Problemfelt	8
1.1.1 Problemformulering	9
1.2 Præsentation af empiri	10
1.2.1 Valg af gæster	10
1.3 Afgrænsning	13
2. LITTERATURREVIEW	15
2.1 Litteratursøgningsstrategi	15
2.1.1 Trin 1: Formål og omfang	15
2.1.2 Trin 2: Søgning	15
2.1.3 Trin 3: Selekttering og afgrænsning	17
2.2 Podcast	18
2.2.1 Podcastens oprindelses	18
2.2.2 Podcastens egenskaber	19
2.2.3 Podcasts i et politisk perspektiv	21
2.3 Politisk kommunikation	21
2.3.1 Definition af politisk kommunikation	22
2.3.2 Mediesystemer	22
2.3.3 Politikeres kommunikationsstrategier	27
2.4 Medialisering	29
2.4.1 Samspillet mellem medier og politik	29
2.4.2 Medialisering vs. mediering	30
2.4.3 Definition af medialisering	30
2.4.4 Strukturel kobling	31
2.4.5 Asps medialiseringsspiral	33
2.5 Specialets begrundelse	33
3. METODE	36
3.1 Undersøgelsesdesign	36
3.1.2 Tværsnitsstudie	36

3.2 Kvantitativ indholdsanalyse.	37
3.2.1 Kodning	37
3.3 Sampling	39
3.3.1 Formålssampling	39
3.4 Kritisk diskursanalyse	41
3.4.1 Diskursteori	41
3.4.2. Diskursbegrebet hos Fairclough	44
3.4.3 Hvorfor 'kritisk'?	45
3.4.4 Kritisk diskursanalyse som metode	46
3.4.5 Den tredimensionelle model	47
3.5 Validitet og reliabilitet	49
3.5.1 Reliabilitet	49
3.5.2 Validitet	50
3.5.3 Refleksion over kvantitativ og kvalitativ forskning	51
3.6 Videnskabsteori	52
4. ANALYSE	55
4.1 Podcastens egenskaber samt anvendelse i politisk sammenhæng	55
4.1.1 Podcast som medie	55
4.1.2 Hvem udgiver de danske podcasts?	57
4.1.3 Politiske podcast i Danmark	61
4.1.4 Hvad er en politisk podcast?	63
4.1.5 Mette Frederiksens podcasts placering i forhold til øvrige politiske podcasts	63
4.1.6 Mette Frederiksens øvrige kommunikation	65
4.2 Anvendelse af formidlingsstrategier i kommunikationen om politiske emner	69
4.2.1 Hvilke formidlingsstrategier fylder mest på tværs af afsnit?	69
4.2.2 Hvilke emner fylder mest på tværs af afsnit?	74
4.2.3 Hvilke kombinationer af emner og formidlingsstrategier er mest dominerende?	76
4.3 Mette Frederiksens konstruktion af den politiske virkelighed	79
4.3.1 Præsentation af lingvistiske værktøjer	79
4.3.2 Del 1: Problemidentifikation	83
4.3.3 Del 2: Promovering	94
4.3.4 Del 3: Forsvar	103
4.3.5 Mette Frederiksens konstruktion af den politiske virkelighed	112
5. DISKUSSION	115

5.1 Et mediesystem i udvikling	115
5.2 En forringet offentlig debat	116
5.3 Medialisering	117
5.4 Embedsværk og partipolitik	119
6. KONKLUSION	123
7. LITTERATURLISTE	127

Kapitel 1

Indledning



1. Indledning

Medierne er en del af vores alles hverdag. Det er medier, som ofte faciliterer mødet mellem politikere og befolkningen. Det er medier, der giver politikere en platform, hvor de kan kommunikere deres budskaber. Medier og politik hænger unægteligt sammen. De traditionelle nyhedsmedier har en væsentlig rolle som vagthund i et demokratisk samfund. De informerer borgerne om aktuelle begivenheder og politiske issues, ligesom der er en forventning om, at de stiller sig kritiske over for politikere og magthavere. Det er vigtigt for at opnå en oplyst og nuanceret forståelse af det politiske landskab.

I et hybridt medielandskab i udvikling, hvor det ikke længere kun er de traditionelle nyhedsmedier, der fylder, ændres vilkårene for politikeres muligheder for at kommunikere om politik. Med den udvikling nedbrydes grænserne mellem medier og politik, og politiske aktører bliver i højere grad medieaktører, idet de også kan kommunikere deres budskaber udenom de traditionelle medier. Konkurrencen om befolkningens opmærksomhed er blevet større, som nye kommunikationsplatforme og -muligheder vokser.

1.1 Problemfelt

I det hybride medielandskab kan *alle* deltage i debatten. Det betyder også, at politisk kommunikation ikke længere er isoleret til at finde sted på Christiansborg og i de traditionelle medier. I takt med udviklingen i mediemiljøet benytter de danske politikere sig af de nye muligheder. Politikere er allerede flyttet over på diverse sociale medieplatforme, hvor de kan kommunikere direkte til deres vælgere på en måde, der ikke før er set.

I maj 2022 lancerede statsminister Mette Frederiksen sin egen podcast: 'Statsministeren spørger' - en samtalepodcast, hvor Mette Frederiksen i fællesskab med en række gæster diskuterer verdens dilemmaer og grundlaget for de politiske beslutninger.

Podcastmedie har været i rivende udvikling siden mediets opblomstring i starten af 00'erne. Siden da har mediet været anvendt i mange forskellige sammenhænge, og mediet vokser fortsat i popularitet. Podcastmedier har også været anvendt i politisk sammenhæng, og i dansk kontekst har en lang række politiske partier forsøgt sig med mediet til at kommunikere om politik. At politiske partier har prøvet kræfter med podcastmediet, er ikke overraskende, idet mediets format tillader en vis frihed, hvor der er rum og tid til længere samtaler uden redaktionel indblanding modsat de traditionelle medier. Denne frihed til at kommunikere om nøjagtigt det, man ønsker, er et kendetegn, som også ses ved de sociale medier. Alligevel adskiller podcasten sig fra de sociale medier, idet formatet

netop ikke på samme måde er pladsbegrænset i samme omfang, men i stedet skaber rum til en længerevarende, fri samtale.

Mette Frederiksen er altså ikke den første, der anvender podcastmediet til politisk kommunikation. Hun er dog den første statsminister i Danmark, som gør dette. Ifølge hende selv, skal podcasten bidrage med nuancer til den politiske debat, der til tider er for skarp og går for hurtigt (Facebook, 2022). Mette Frederiksens anvendelse af mediet kan dermed betragtes som en reaktion på den politiske kommunikation i Danmark; en reaktion på noget, hun mener, der skal forbedres eller ændres. Med podcasten skabes et nyt rum for den politiske kommunikation. I dette tilfælde er det et rum, hvor forventningen om rollefordeling i den politiske kommunikation vendes på hovedet. I stedet for at statsministeren svarer på spørgsmål vedrørende udfordringer og politiske beslutninger, er det her statsministeren, som nysgerrigt spørger.

Mette Frederiksen anvender også Facebook og Instagram, men på de platforme fører hun *ikke* profilen som statsminister; hun fører dem som formand for Socialdemokratiet. Derfor er det interessant, at Mette Frederiksen i sin podcast, modsat de øvrige platforme, optræder som den øverste politiske elite, nemlig statsminister. At anvende podcastmediet i sit statsministerembede peger på nye måder at kommunikere om politik på. Mette Frederiksens behov for en ny kommunikationsplatform peger på en oplevelse af den nuværende politiske kommunikation som noget, der kan forbedres eller ændres. Det peger på en ny relation mellem magthavere og medier, hvor magthavere får større råderum til at kommunikere via medier. Dette leder os frem til nedenstående problemformulering:

1.1.1 Problemformulering

I hvilket omfang afspejler Statsminister Mette Frederiksens podcast 'Statsministeren spørger' de udfordringer og ændringer, som politisk kommunikation står overfor i dag?

Vores undersøgelse er struktureret efter en række undersøgelsesspørgsmål. Formålet med undersøgelsesspørgsmålene er dels at give en indføring i podcastmediet og podcast i relation til politik, og dels at give indblik i, hvilken type kommunikation Mette Frederiksens podcast muliggør. Derudover undersøger vi, hvordan kommunikation gennem podcasten bidrager til at italesætte en bestemt politisk virkelighed. Samlet set skal dette til en besvarelse af problemformuleringen.

U1: Hvad er podcast som medie, og hvordan er det blevet anvendt i politisk sammenhæng?

U2: Hvilke formidlingsstrategier anvender Mette Frederiksen til at tale om forskellige emner?

U3: Hvordan bidrager forskellige formidlingsstrategier til at konstruere en bestemt politisk virkelighed?

1.2 Præsentation af empiri

I følgende afsnit præsenterer vi specialets empirigrundlag. For at undersøge ændringer og udviklingen inden for politisk kommunikation tager vi afsæt i podcasten 'Statsministeren spørger'. Podcastens afsender er Socialdemokratiet, og det er dermed dem, der finansierer den. Det første afsnit af podcasten udkom d. 20. maj 2022, og der er p.t. udgivet 12 afsnit. Hvert afsnit har en varighed på ca. 45 minutter og er tilgængeligt på en række streamingtjenester - både på betalingsplatforme og gratis tjenester.

Producenten bag podcasten er det svenske produktionsselskab 'Munck Studios', der producerer både radio, podcast og tv. Det er et internationalt produktionsselskab med hovedsæde i Sverige, men som også har afdelinger i bl.a. Danmark, Norge og Tyskland. I dansk kontekst har produktionsselskabet både stået bag indhold for public service-kanaler som DR, men producerer også for private aktører. Inden for det politiske felt har Munck Studios produceret podcasten 'Hvad mener du egentlig?' for Børne- og Undervisningsministeriet (Munck Studios, u.å.).

I podcasten er det statsminister Mette Frederiksen, der inviterer en række gæster ind til en samtale om forskellige emner. På Socialdemokratiets hjemmeside og på Mette Frederiksens sociale medier præsenteres formålet med podcast. Podcasten er en samtalepodcast, der skal give plads til at tale om de nuancer og dilemmaer, som verden rummer, og som ligger til grund for de politiske beslutninger, der træffes (Socialdemokratiet, u.å.). Mette Frederiksen deler selv på sine sociale medier, at hun med podcasten ønsker at: "[...] skabe et rum, hvor der er lidt mere tid til nogle af de store spørgsmål, som præger vores samfund." (Facebook, 2022). Mette Frederiksen mener, at den politiske debat på Christiansborg kan gå for hurtigt, hvilket resulterer i skarpe budskaber med manglende nuancer, og podcasten skal altså bidrage til en samtale, hvor der er plads til uenighed (Facebook, 2022).

1.2.1 Valg af gæster

I podcasten inviterer Mette Frederiksen som nævnt gæster ind til en samtale om et politisk emne. Tabel 1 viser en oversigt over gæster samt emner:

Tabel 1: Præsentation af gæster og emner i podcasten 'Statsministeren spørger'		
Dato	Gæst	Emne
20/5/2022	Rune Lykkeberg, Chefredaktør på Information	Vestens rolle i verden før og efter krigen i Ukraine Klimaforandringer Europas fremtid
27/5/2022	Helle Thorning-Schmidt, co-chair, Facebook oversight board, tidl. Statsminister (S)	Ligestilling i Danmark Tiden som Statsminister
3/6/2022	Svend Brinkmann, Professor i psykologi	Børn og unges (mis)trivsel
9/6/2022	Pelle Dragsted, folketingspolitiker (Ø)	Fremtidens byer Hvordan får vi plads til alle?
17/6/2022	Søren Pind, best. formand, Danish Cyber Defence, tidligere justitsminister (V)	Frihed Grænser mellem fællesskab og individ
24/6/2022	Sørine Gotfredsen, sognepræst og debattør	Religion Kirken i et moderne samfund
1/7/2022	Bente Klarlund, sundhedsforsker og professor på KU, overlæge på Rigshospitalet	Hvordan gør vi det lettere at leve et sundere liv
26/8/2022	Eva Secher Mathiasen, psykolog og formand for Dansk Psykologforening	Psykiatrien i Danmark
9/9/2022	Dennis Nørmark, antropolog, forfatter, foredragsholder	Pseudoarbejde
23/9/2022	Geeti Amiri, lærer og samfundsdebattør	Folkeskolens rolle i integration
7/10/2022*	Kasper Holten, teaterchef, Det Kgl. Teater	Kunst og kultur
28/10/2022*	Signe Wenneberg, journalist	Tættere på Mette Frederiksen

*Afsnit udkommet efter valgudskrivelse

Om valget af gæster udtaler Mette Frederiksen selv på sin Facebook profil: “[...] mennesker, som jeg stoler på og respekterer.” (Facebook 2022). Mette Frederiksen har selv, formentlig i samarbejde med Socialdemokratiet, udvalgt podcastens gæster. Valget af gæster hænger naturligvis sammen med valget af emner. Der er emner inden for det værdipolitiske område såsom integration, kultur og ligestilling. I podcasten diskuteres der ikke de klassiske fordelingspolitiske emner såsom skattepolitik, men flere af emnerne har en fordelingsmæssig dimension, f.eks. sundhedspolitik og uddannelsespolitik. Nogle af emnerne kommer i kølvandet på begivenheder i samfundet - f.eks. krig i Europa og

psykiatrien, hvor afsnittet med sidstnævnte tema blev udgivet kort efter skyderiet i Fields. Andre af emnerne er ikke lige så kontekstspecifikke som f.eks. religion, integration og sundhed.

Gæsterne er en blanding af forskellige typer af aktører, herunder både aktører fra det politiske felt (aktive og tidligere politikere), en række samfundsdebattører inden for forskellige samfundsområder samt faglige eksperter inden for specifikke felter. Udvalget af gæster kan betragtes som værende elitært, da det ikke er den almene borger, vælger eller repræsentant fra et fagområde, der optræder. I stedet er gæsterne navne, som i forskellige grader er kendte i offentligheden.

Når Mette Frederiksen har besøg af politiske aktører i studiet til en nuanceret samtale om politiske emner, er der ikke tale om direkte politiske modstandere (f.eks. aktive oppositionspolitikere). Gæsterne fra det politiske felt er Helle Thorning-Schmidt, tidligere statsminister for Socialdemokratiet, Pelle Dragsted, folketingsmedlem fra Enhedslisten samt Søren Pind, forhenværende folketingsmedlem fra Venstre. Søren Pind er den eneste, der kan betragtes som "opposition" til Mette Frederiksen, men han er dog ikke aktiv i politik længere. Mette Frederiksen efterspørger som nævnt en samtale med plads til enighed og uenighed, og derfor er det interessant, at hun ikke inviterer mere modstridende synspunkter ind i studiet. Der er naturligvis forskellige grader af uenighed, som også kommer til udtryk i podcasten - f.eks. er Mette Frederiksen og Pelle Dragsted ikke enige i alt, de taler om.

I podcasten har Mette Frederiksen også valgt ikke at invitere medieaktører. Rune Lykkeberg, som dog er chefredaktør på Information, agerer ikke journalist eller medieaktører, men snarere ekspert inden for afsnittets emne. Derudover er en række af gæsterne samfundsdebattører, men de agerer, på samme måde som Rune Lykkeberg, mere eksperter inden for det emne, de beskæftiger sig med. At Mette Frederiksen havde mulighed for at invitere journalister som gæster, men ikke gør det, er ikke nødvendigvis overraskende, idet hun qua sin rolle som statsminister alligevel ofte har mulighed for at udtale sig til journalister. Samtidig taler det ind i Mette Frederiksens formål med podcasten, hvori der netop ligger en implicit kritik af medierne og tonen i den politiske debat.

Når Mette Frederiksen netop vælger gæster med faglig tyngde samt samfundsstatus, bidrager det til en legitimering af den samtale, Mette Frederiksen og gæst har om politiske emner. Selvom Mette Frederiksen er statsminister, betyder det ikke, at hun er ekspert på alle områder. Når hun netop inviterer gæster ind, som ved mere end hende selv, peger det på en vis åbenhed over for selv at blive klogere for at kunne træffe de rigtige politiske valg. Derudover er det formentlig fordelagtigt for Mette Frederiksens egen position, hvis eksperterne siger noget, der understøtter hendes eget politiske ståsted.

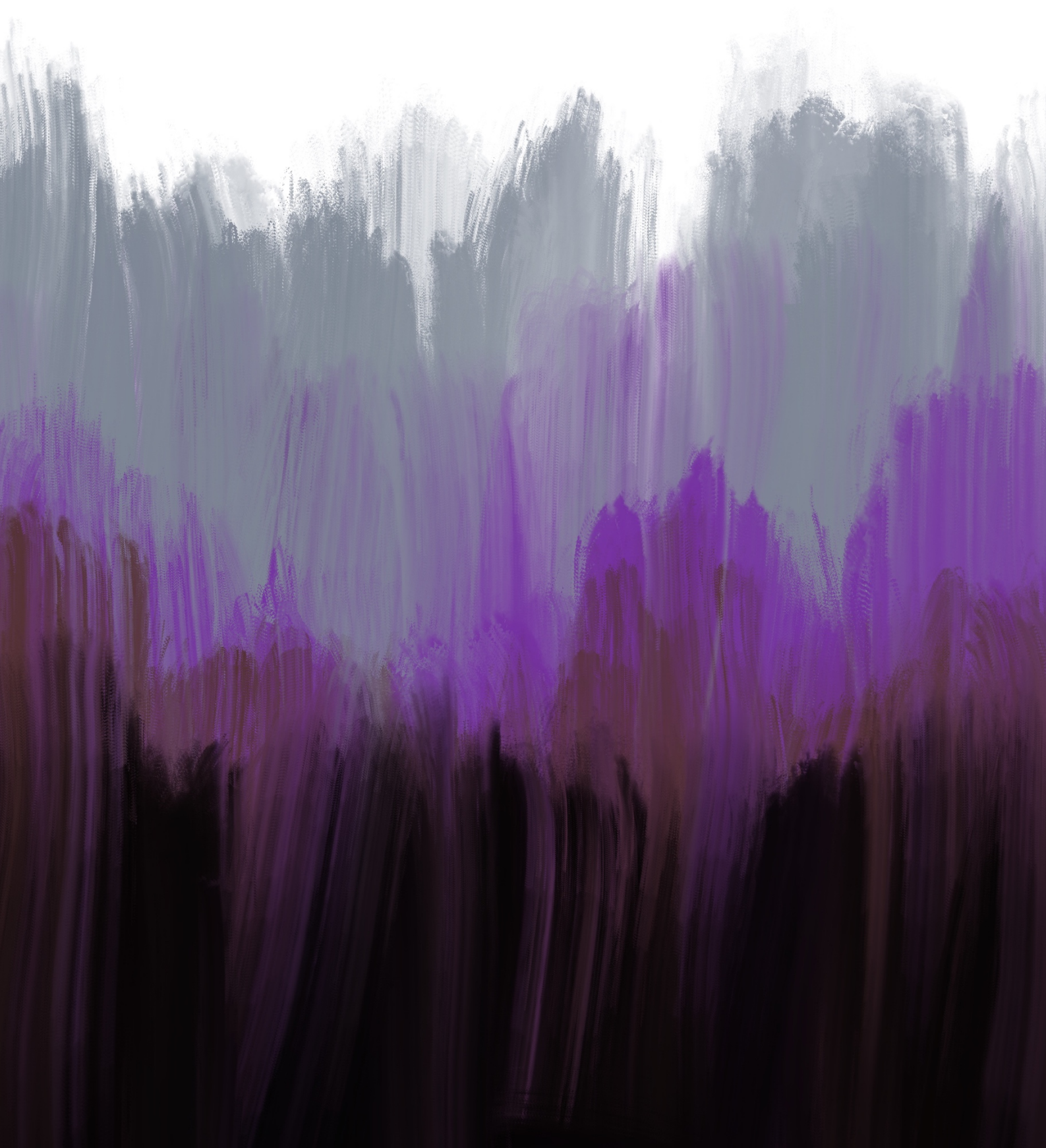
1.3 Afgrænsning

Med afsæt i ovenstående præsentation af empirien vil vi kort redegøre for, hvordan empirien er afgrænset. Det selvfølgelig væsentligt at påpege i relation til vores overordnede problemformulering, at vi udelukkende beskæftiger os med ændringer og udviklinger inden for politisk kommunikation i en dansk kontekst. Som nævnt er der indtil videre udgivet 12 afsnit af podcasten, hvoraf vi beskæftiger os med de første 10 afsnit. Årsagen herfor er, at podcasten er lanceret og udgivet op til udskrivelsen af Folketingsvalg. Da vi ikke undersøger valgkampsperspektiver i relation til podcasten, er afsnit udkommet efter d. 5/10, hvor der blev udskrevet Folketingsvalg, ikke inkluderet i vores analyse. Dermed ikke sagt, at podcasten ikke indgår i en bredere valgkamp – dette er blot perspektiver, der ligger udenfor dette speciales område.

Derudover har vi afgrænset os til udelukkende at beskæftige os med Mette Frederiksens kommunikation i podcasten. Det vil sige, at vi ikke analyserer gæsternes udtalelser, men har frasortet disse. Dog er gæstens udtalelser parafraseret, når en kontekstualisering har været nødvendig. Årsagen til, at gæsternes udtalelser ikke er yderligere inkluderet er, at vi er interesserede i at undersøge, hvordan netop Mette Frederiksen bl.a. konstruerer en politisk virkelighed i sin podcast, og hvordan hendes kommunikation kan illustrere ændringer i den politiske kommunikation.

Kapitel 2

Teori



2. Litteraturreview

Når man foretager en undersøgelse, er det vigtigt at sikre, at man ikke blot gentager allerede eksisterende forskning. For at sikre dette er det essentielt, at man afdækker den eksisterende forskning inden for det område, man undersøger. Litteraturreviewet danner baggrund for vores empiriske undersøgelse samt retfærdiggør og positionerer vores undersøgelses relevans samt betydning inden for forskningsområdet. I gennemgangen af den eksisterende litteratur skal man ikke blot reproducere de eksisterende holdninger og teorier, men også fortolke den eksisterende litteratur for at understøtte og undersøge bestemte synspunkter (Bryman, 2012a, s. 98). Et eksempel er, at vi i vores litteraturreview inddrager litteratur om sociale medier i relation til politisk kommunikation til trods for, at vi ikke beskæftiger os med sociale medier. Alligevel finder vi i vores fortolkning nogle af synspunkterne og de teoretiske pointer relevante for vores undersøgelse. I dette kapitel gennemgår vi vores strategi for litteratursøgning samt eksisterende forskning på området.

2.1 Litteratursøgningsstrategi

Litteratursøgningen bør være guidet og formet af ens undersøgelsesspørgsmål. Selve litteraturreviewet af den eksisterende litteratur skal demonstrere, hvorfor netop ens undersøgelse er aktuel (Bryman, 2012a, s. 99). Der findes flere strategier for litteratursøgning, og vi anvender den systematiske tilgang. Det systematiske litteraturreview er en proces, som skal være videnskabelig transparent, så det er muligt at gentage den. Formålet med det systematiske litteraturreview er at mindske forskerens bias gennem grundig litteratursøgning samt en gennemgang af, hvordan litteraturen er søgt og udvalgt (Bryman, 2012a, s. 102).

2.1.1 Trin 1: Formål og omfang

Litteratursøgningen består af flere trin. Det første trin er at definere litteraturreviewets formål og omfang (Bryman, 2012a, s. 103). Vores problemformulering samt undersøgelsesspørgsmål centrerer sig om de udfordringer og ændringer, politisk kommunikation står over for i dag, og hvordan Mette Frederiksen's podcast kan illustrere disse. Dette er udgangspunktet for litteratursøgningen.

2.1.2 Trin 2: Søgning

Næste skridt er søge og identificere studier, der er relevante for vores undersøgelsesspørgsmål. Søgningen er baseret på både søgeord og kriterier udvalgt med henblik på at besvare problemformuleringen (Bryman, 2012a, s. 103).

Vores litteratursøgning centrerer sig om tre overordnede kategorier: podcastmediet, politisk kommunikation og medialisering. For at afdække eksisterende forskning inden for de tre områder har

vi anvendt en række søgeord inden for hver kategori. Kategorierne bidrager til at strukturere vores litteratursøgning og -review. Det er dog vigtigt at pointere, som det også fremgår af tabel 2, at trods vi har inddelt søgestrengene i tre, går søgeord igen på tværs af kategorier. Tabel 2 bidrager til at skabe gennemsigtighed, så søgninger kan gentages.

Tabel 2: Oversigt over litteratursøgning			
Kategori	Podcastmediet	Politisk kommunikation	Medialisering
Søgeord	‘podcast’	‘political communication’	‘Politics’
	‘political’	‘political journalism’	‘new media’
	‘podcasting’	‘news making’	‘media logic’
	‘new media’	‘journalistic roles’	‘democracy’
	‘intimacy’	‘new media’	‘journalism’
	‘political leader’	‘journalism’	‘political logic’
	‘political parties’	‘politics’	‘mediatization’
	‘political communication’	‘personalization’	
	‘politician’	‘communication strategies’	
		‘new media’	
		‘podcast’	
		‘politician’	

2.1.2.1 Databaser

Som nævnt skal søgningen også baseres på kriterier for den relevante litteratur. Vi har anvendt databasen EBSCOhost, da dette er en paraplydatabase, som giver os mulighed for at søge på tværs af en række forskellige databaser. Vi har ikke inkluderet databaser indenfor sundhed/medicin, historie, business og sport, således at vi udelukkende søger i relevante databaser.

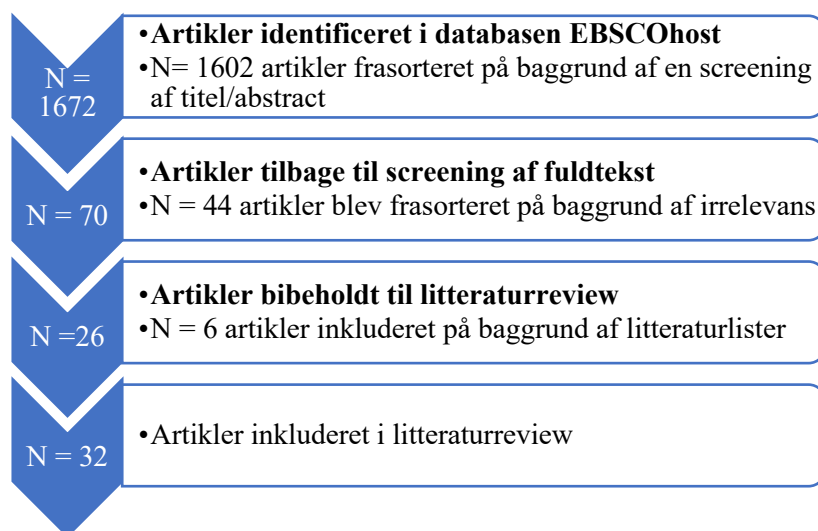
2.1.3 Trin 3: Selekttering og afgrænsning

I litteratursøgningens tredje trin selekteres litteraturen på baggrund af en række formulerede kriterier. Et eksempel på et kriterium for vores søgning er, at vi har valgt at inddrage litteratur, som er mere end 10 år gammelt – til trods for at vi beskæftiger os med politisk kommunikation i en digital tidsalder. Det skyldes, at vores forskningsområde relaterer sig til ændringer, og derfor er det væsentligt at inddrage litteratur fra en bredere periode for netop at kunne illustrere disse ændringer. Derudover har kriterier gældende for alle tre kategorier været, at sproget var enten dansk eller engelsk og at teksterne var peer-reviewed. Desuden har vi afgrænset os til bøger og akademiske tidsskrifter. Nedenstående screenshot er et eksempel på en søgning med søgestrengen 'mediatization' AND 'democracy' AND 'politics' i EBSCOhost, som gav 47 resultater.

The screenshot shows the EBSCOhost search interface. At the top, the search bar contains the query 'mediatization AND democracy AND politics'. Below the search bar, there are options to 'Select a Field (optional)' and a 'Search' button. The results section shows 'Search Results: 1 - 10 of 47'. The first result is titled '1. "Mediatization" of politics: a challenge for democracy?' by MAZZOLENI, Gianpietro; SCHULZ, Winfried. The second result is titled '2. Media-centric and Politics-centric Views of Media and Democracy: A Longitudinal Analysis of Political Communication and the International Journal of Press/Politics' by Bucy, Erik P.; Evans, Heather K. The left sidebar shows 'Refine Results' with filters for 'Current Search', 'Boolean/Phrase', 'Expanders', 'Limiters', 'Source Types', and 'Language'.

Efterfølgende har vi yderligere udvalgt litteratur på baggrund af først titel og dernæst abstract, hvilket har resulteret i et litteraturgrundlag, der er relevant for problemformuleringen. Desuden har vi orienteret os i udvalgte artiklers litteraturlister, hvori øvrig litteratur er fundet. Eksempler på dette er litteratur om medialisering (f.eks. Asp, 2014) eller litteratur om politisk kommunikation (f.eks. Blulmer og Kavanagh, 1999). Nedenstående flowchart (Figur 1) illustrerer vores litteratursøgning og -udvælgelse.

Figur 1:



2.1.4 Trin 4: Sammenfatning af resultater

Det sidste trin i litteratursøgningen er at sammenfatte forskningens pointer og synspunkter i en syntese (Bryman, 2012a, s. 103). Måden, hvorpå vi har struktureret vores litteraturreview, er i overensstemmelse med organiseringen af søgeord i de tre overordnede kategorier: podcast, politisk kommunikation og medialisering. Litteraturen er både empirisk og teoretisk funderet. Forskningen, der centrerer sig om podcast, er hovedsageligt empirisk funderet, hvor medialisering er teoretisk funderet. Forskningen i politisk kommunikation består af både teoretisk og empirisk viden.

2.2 Podcast

Indledningsvis vil vi redegøre for forskningen, der omhandler podcastens oprindelse, tidlige fase samt udvikling. Det er væsentligt at klargøre, at der ved podcastens introduktion ikke var de samme medieteknologier tilgængelige, som der er i dag. Udviklingen af smartphones, apps mv. har derfor naturligvis haft en indflydelse på den senere brug samt udviklingen af podcast.

2.2.1 Podcastens oprindelses

I 2004 anvendte journalist Ben Hammersley for første gang begrebet 'podcast' til at beskrive distribution af digitale lydfiler (The Guardian, 2004; Sterne et al., 2008, s. 3). Navnet 'podcast' er en kombination af de engelske "iPod" og "broadcasting". Tidligere MTV VJ Adam [red] Curry er en væsentlig figur i podcastens oprindelse (McClung & Johnson, 2010, s. 83; Bottomley, 2015, s. 164).

Curry var i 2004 frustreret over den tidskrævende proces, det var at uploade og downloade lydfiler til hjemmesider samt computeren. Derfor valgte han at anvende samme teknologi, som blev brugt på online blogs - nemlig Really Simple Syndication (RSS) til at automatisere processen.

Hermed skabte Curry et program, hvor teknologien kunne bruges til at identificere og downloade MP3-filerne på computeren automatisk. Curry tilbød programmet til softwareudviklere, som udviklede den første podcast-software 'iPodder' (McClung & Johnson, 2010, s. 83).

Podcastfænomenet voksede i takt med, at MP3-afspillere blev billigere og mere tilgængelige, hvormed internettet skabte en opblomstring af 'selvbetjent brug af lydmedier' (Markman & Sawyer, 2014, s. 20). Podcastvæksten tog især fart, da Apple i 2005 gjorde det muligt at downloade podcasts gennem iTunes, hvilket gjorde det at lytte til podcast til en langt mere flydende proces, som den gennemsnitlige bruger kunne navigere i. Sidenhen har udviklingen af iPods og iPhones gjort denne proces endnu nemmere og mere tilgængelig (Berry, 2015, s. 172).

Podcast var i den indledende fase ofte produceret af amatører, men som mediets udvikling tog fart, begyndte mainstream medier også at producere podcasts – f.eks. radiostationer, der lavede podcasts for at øge lyttertallene. Også ikke-medieorganisationer begyndte at producere podcasts – heriblandt NASA og Pentagon (McClung & Johnson, 2010, s. 83). En milepæl i podcastens udvikling repræsenteres af mange med true-crime podcastserien 'Serial' fra 2014. Med dens fremkomst bevægede podcasten sig fra at være en mere nichepræget aktivitet til at blive en mainstream medieplatform. Dog er det væsentligt at understrege, at Serial ikke er den eneste faktor i podcastens øgede popularitet; teknologisk udvikling spiller også en væsentlig rolle (Berry, 2015, s. 171; Bottomley, 2015, s. 165; McHugh, 2016, s. 2).

2.2.2 Podcastens egenskaber

I den tidlige forskning blev podcast i høj grad sammenlignet med den traditionelle broadcasting. Forskningen er også fra en tid, hvor medieteknologien så markant anderledes ud end i dag. I forskningen lægges der vægt på podcasten som et momentum til, at der kunne produceres niche-indhold, hvilket ikke i samme grad gør sig gældende i dag.

Forskningen indenfor podcast spænder vidt. Der er både forsket i podcast i relation til journalistik og nyhedsmedier, som centrerer sig om podcastens rolle i forhold til den traditionelle radio, ligesom der er forsket i podcasten i et kulturelt perspektiv med fokus på personlig storytelling (Nee, Santana, 2022 s. 1563f).

Trods podcasten har eksisteret i knapt to årtier, mener flere forskere, at det fortsat er vanskeligt at definere det som medie (Llinares et al., 2018, s. 3; Markman & Sawyer, 2013, s. 21). Podcast er nemt at sammenligne med radiomediet, men podcastmediet udspringer netop fra et ønske om at kunne navigere uden om radioens medierede praksisser. I litteraturen adskilles podcast og radio bl.a. ved, at podcastmediet giver amatører mulighed for at producere indhold, at indholdet ikke reguleres,

ligesom selve typen af indhold varierer (Llinares et al., 2018, s. 3, 5; McClung & Johnson, 2010, s. 82; Swiatek, 2018, s. 173; Sterne et al., 2008, s. 3).

Med podcastens opblomstring virkede mediet umiddelbart som en trussel mod den traditionelle radio, men det viste sig dog i stedet at være en mulighed. Som nævnt er podcasten ikke kun et amatørmedie; også professionelle radiostationer kan producere podcasts og derigennem afprøve nye formater (Berry, 2015, s. 172; Markman & Sawyer, 2013, s. 21). Teknologien bag mediet bidrager til et format, der er konversationelt, informerende og personligt. Podcast giver plads til mere specifikt og nichepræget indhold, og dets åbenhed overfor specialisme giver en følelse af inklusivitet både for producenter og lyttere (Llinares et al., 2018, s. 2). I forskningen om podcast fremhæves særligt én vigtig funktion ved mediet; nemlig fleksibiliteten ved, at man kan lytte til diverse lydfiler på tværs af tid og rum (Tranová & Veneti, 2021, s. 2; Brachter, 2022, s. 189). Podcastmediet er også karakteriseret ved, at lytteren kan udvælge information ud fra det store sortiment af podcasts, der er tilgængeligt (Tranová & Veneti, 2021, s. 2).

Også den lydæstetik, som mediet tillader, bryder med konventionelle regler for både sprog, indhold og varighed (Llinares et. al, 2018, s. 4). Podcasten fordrer, at trofaste lyttere kan skabe bånd med podcastens vært(er), og det kan bidrage til en følelse af, at man er en stiltiende partner i den givne samtale (Tranová & Veneti, 2021, s. 2). Det, podcasten bl.a. kan som format, kan dermed forstås som en slags videreførelse af 'parasocial interaktion', som er et begreb, der opstod i forbindelse med massemedier som radio, fjernsyn og film. Her er der tale om en illusion af en relation mellem den, der optræder i medierne, og publikum (Horton & Wohl, 1997, s. 27). Podcastens intime funktion giver lytteren en fornemmelse af direktehed og tæthed. Mange lytter til podcast i høretelefoner, hvilket betyder, at de bogstavelig talt bliver "hvisket i øret" (Swiatek, 2018, s. 176). Podcastens intime natur hjælper producenter med at bygge loyale relationer til lytterne, og det kan være fordelagtigt fra et kommercielt og marketingsorienteret standpunkt. Det er et effektivt medie, fordi lyttere bruger timer med stemmen i hovedet og vil føle, at de kender podcasteren (Swiatek, 2018, s. 179).

Podcasten er så relativt nyt et medie, at der endnu ikke er fasttømrede regler for, hvordan man egentlig "podcaster". Netop den frihed, mediet tillader, er noget af det, som gør mediet så unikt (Llinares et al., 2018, s. 2, 6). Forskningen peger på forskellige motiver for at producere en podcast. Det kan være alt fra teknologisk interesse til mulighed for kreativitet eller demonstration af ekspertise, der motiverer den enkelte podcaster. Ved podcastformatet er der frie rammer til kommunikation af viden, hvorfor podcast kan derfor være et fordelagtigt medie til at skabe opmærksomhed omkring et

emne, man selv finder relevant, samt promovere indhold (Llinares et al., 2018, s. 2; Markman & Sawyer, 2013, s. 27).

2.2.3 Podcasts i et politisk perspektiv

Som nævnt er podcast ikke blot et medie, der kan benyttes af medieorganisationer. Også politikere, der før har været afhængige af traditionelle medier for at komme ud med deres politiske budskaber, har med tiden fået nye muligheder for politisk kommunikation. Med Web 2.0 har politikere fået mulighed for at give deres vælgere en personlig, informativ og interaktiv type kommunikation (Tranová & Veneti, 2021, s. 5).

Der findes en begrænset mængde litteratur, der omhandler politikeres anvendelse af podcast. Der er f.eks. forsket i forhenværende kansler i Tyskland Angela Merkels kommunikation under coronapandemien, hvor hun bl.a. producerede podcasts (Kneuer & Wallaschek, 2022). Derudover er der lavet et studie af politiske podcasts rolle i det sydkoreanske præsidentvalg i 2012 (Koo et al., 2015). Desuden er der forskning baseret på surveys vedrørende tjekkiske unges lytteroplevelser af politiske podcasts (Tranová & Veneti, 2021).

Det, forskningen peger på, er, at podcast i politisk sammenhæng kan anvendes til at sætte dagsordenen, skabe en relation mellem politiker og lytter, tale om politik på en lettere forståelig måde og give mere nuancerede beskrivelser af politiske emner (Tranová & Veneti, 2021, s. 5, 14f; Kneuer & Wallaschek, 2022, s. 9, 18; Koo et al., 2015, 421f). Som vores senere analyse vil vise, er der flere af disse kendetegn, der i mere eller mindre grad gør sig gældende i podcasten 'Statsministeren spørger'.

2.3 Politisk kommunikation

Traditionelt har forskningen i politisk kommunikation centreret sig om interaktionen mellem politiske aktører, medier og borgere (Aagaard & Blach-Ørsten, 2018a, s. 20). I et medielandskab, som er i konstant udvikling, finder vi det relevant at afdække den politiske kommunikations udvikling med udgangspunkt i eksisterende forskning. Hensigten er at pege på ændringer samt implikationer forbundet med relationen mellem politik og medier. Vi vil derfor i følgende afsnit afdække mediesystemer og politisk kommunikation i det danske medielandskab, mediernes rolle i et demokratisk samfund, nyhedsdækning af politik samt politikeres kommunikationsstrategier.

2.3.1 Definition af politisk kommunikation

Forskningen i politisk kommunikation kan spores tilbage til 1920'erne, men det var først i 1970-1990'erne, at forskningen for alvor tog fart og blev udbredt (Albæk & Vreese, 2010, s. 280f; Aagaard & Blach-Ørsten, 2018a, s. 20). Institutionelle udviklinger samt verdenssituationen betød, at der opstod en stigende interesse for relationen medier og politik (Albæk & Vreese, 2010, s. 281). I nogle dele af forskningen defineres politisk kommunikation som kommunikationens rolle i den politiske proces (Albæk & Vreese, 2010, s. 282). Dog påpeges det, at denne definition i et forskningsperspektiv bør specificeres yderligere for at uddybe, hvad kommunikation og politik egentlig består af. Forståelsen af politik bør ikke blot centrere sig om politiske eliter såsom partier og kandidater, ligesom fokus ikke blot bør være et politisk outcome som f.eks. et valg. Politik indebærer også borgerdeltagelse, interesseorganisationer mv. og skal betragtes som et bredere samfundsengagement (Albæk & Vreese, 2010, s. 282). I dette speciale er politisk kommunikation primært anvendt i en kontekst, hvor kommunikationen foregår *fra* politikere *gennem* medier *til* borgere. Dog vil specialet ikke blot fokusere på en kommunikationshandling, men også den praksis, hvori kommunikationen finder sted, samt kommunikationens betydning på samfundsmæssigt niveau.

2.3.2 Mediesystemer

Det er gennem medierne, at politikerne traditionelt har kommunikeret til deres vælgere, og derfor er det relevant at karakterisere mediernes rolle i samfundet. Dette gør vi med begrebet mediesystemer. Kommunikationsforskere Frederick Siebert, Theodore Peterson og Wilburg Schramm præsenterede i 1956 fire teorier om pressen: den autoritære, den liberale, den kommunistiske og den sociale ansvarlighedsteori. Inddelingen har dog fået kritik, som beror på, at ideologiske forskelle udgør begrundelsen for de politiske styreformer frem for en reel undersøgelse af relationen mellem medier og politik (Blach-Ørsten & Willig, 2016, s. 16).

Forsker i journalistik og politisk kommunikation Daniel C. Hallin og professor i politisk videnskab Paolo Mancini lancerede i 2004 deres bud på en teori om mediesystemer, der tager udgangspunkt i mediernes strukturelle faktorer - herunder mediepolitik, økonomi og journalistisk professionalisering. Dette resulterede i tre typer af mediesystemer for den vestlige verden: den liberale model, den politisk-pluralistiske model og den demokratisk korporative model, hvor Danmark placeres i sidstnævnte.

De tre modeller adskiller sig inden for fire dimensioner: mediemarkedet (herunder udbud og efterspørgsel), politisk parallelisme (dvs. graden af sammenhæng mellem det politiske system og mediesystemet), professionalisering af journalistikken samt statens rolle (herunder statslig støtte til

medierne) (Blach-Ørsten & Willig, 2016, s. 14). Den tætte sammenknytning mellem stat og private interesser er karakteristisk ved den korporative model, og ligeså er pressens historiske binding til partierne. Staten og medierne har et gensidigt ansvar over for hinanden; staten har ansvar for medierne, og medierne, der fortsat er en selvstændig institution, har ansvar for staten ved at muliggøre den offentlige debat. Dermed illustrerer den korporative model en relation til staten, der både er præget af selvstændighed og afhængighed. Karakteristisk for medierne er den lave kommercialiseringsgrad og journalistisk professionalisme, hvilket sikrer, at medierne ikke er afhængige af politiske partier (Blach-Ørsten & Willig, 2016, s. 18f).

I takt med mediernes udvikling har Hallin og Mancini modtaget kritik for ikke at tage højde for den digitale udviklings betydning for medielandskabet; en udvikling, som for alvor har fundet sted siden årtusindeskiftet (Blach-Ørsten & Willig, 2016, s. 14, 22). Medieforsker Mark Blach-Ørsten og professor i journalistik Ida Willig præsenterer en opdateret model for medielandskabet med udgangspunkt i Hallin og Mancinis dimensioner: mediemarkedet, politisk parallelisme, professionalisering af journalistikken samt statens rolle (Blach-Ørsten & Willig, 2016, s. 31).

Netop som et resultat af digitaliseringen er første dimension, mediemarkedet, væsentligt ændret. Det skyldes bl.a. overgangen fra papiraviser til internettet samt sociale medier og streamingtjenester, der udfordrer de traditionelle medier - både ift. færre annonceindtægter og ændrede forbrugsvaner. Konkurrence mellem medier er blevet større og mere intens (Blach-Ørsten & Willig, 2016, s. 26, 31).

Anden dimension, politisk parallelisme, karakteriseres ved en øget kommercialisering af journalistikken. I nogle dele af forskningen argumenteres der for, at politisk parallelisme fortsat kan findes i medierne, mens anden forskning kritiserer selvsamme synspunkt og i stedet anvender begrebet segmentpresse. Begrebet indikerer, at forskellige medier henvender sig til specifikke befolkningsgrupper. Hermed findes den politiske parallelisme blot i en ny form (Blach-Ørsten & Willig, 2016, s. 27).

Tredje dimension, den journalistiske professionalisering, er også præget af mediemarkedets udvikling. Med tiden er der opstået journalistiske retningslinjer, som nye medier (på internettet) ikke nødvendigvis er underlagt – herunder f.eks. medlemskab af pressenævnet. Udviklingen viser en ulighed i selvreguleringen mellem ældre og nye medier (Blach-Ørsten & Willig, 2016, s. 28).

Siden år 2000 har statens rolle, den sidste dimension, gennemgået store forandringer. Med mediestøtteleven fra 2014 er det blevet muligt for staten at stille større krav til medierne, såfremt de ønsker økonomisk støtte, hvilket indikerer, at staten har indflydelse på kravene til journalistisk

kvalitet samt mediernes demokratiske ansvarlighed. Selvom modeller for mediesystemer konstant er i udvikling, er de korporative elementer fortsat en væsentlig faktor i det danske mediesystem. Udviklingen vedrørende statens rolle gør det relevant at beskæftige sig med nyhedsmediernes autonomi samt relationen mellem stat og medier (Blach-Ørsten & Willig, 2016, s. 29ff).

2.3.2.1 Det danske mediesystem 2.0: Det hybride mediesystem

Med mediernes udvikling har normer og former for nyhedsformidling forandret sig (Bro, 2006, s. 63). Professor i offentlig kommunikation Jay G. Blumler og professor i politik Dennis Kavanagh inddelte i 1999 mediernes politiske kommunikations udvikling i tre aldre, der strækker sig fra efterkrigstiden og frem til slut 90'erne (Blumler & Kavanagh, 1999, s. 211ff). Mark Blach-Ørsten og forsker i politisk kommunikation Peter Aagaard bidrager, på baggrund af Blumler og Kavanaghs arbejde, med en fjerde tidsalder, som er der, vi befinder os i dag. Trods der i litteraturen er uenighed, når det gælder den præcise tidsinddeling af de fire aldre, har de dog nogle fællestræk.

Karakteristisk ved de fire aldre er, at fra omkring midten af det 20. århundrede bevæger mediebilledet sig fra at være dagblade og partipresse til at indeholde TV, der udkonkurrerer aviser, til i dag er være et hybridt mediesystem (Aagaard & Blach-Ørsten 2018a, s. 27; Blach-Ørsten & Mayerhöffer, 2021, s. 101).

Den tidsalder, vi i dag befinder os i, er præget af, at politisk kommunikation er en kakofoni af stemmer, idet alle med nye digitale medier kan deltage i debatten, som også var karakteristisk for den første dimension hos Blach-Ørsten og Willig. Denne tidsinddeling belyser en række perspektiver, som ikke fremhæves i den tidligere nævnte korporative model. Med det hybride mediesystem er befolkningen blevet fragmenteret, og mediesystemet tillader, at nye offentligheder (f.eks. på sociale medier) skabes, ligesom at der er en stigende mistillid til de traditionelle nyhedsmedier og den politiske institution (Blach-Ørsten & Mayerhöffer, 2021, s. 101f). De traditionelle nyhedsmedier har dog stadig en vis tyngde i medielandskabet, men er ikke længere alene om nyhedsformidlingen. Landskabet er netop hybridt; dvs. at de traditionelle platforme er centrale i danskernes nyhedsforbrug, selvom nyheder og viden også er tilgængelige på andre platforme såsom sociale medier (Blach-Ørsten & Mayerhöffer, 2021, s. 99, 114, 118; Aagaard & Blach-Ørsten, 2018b, s. 57f).

For det politiske system spiller udviklingen i det hybride mediesystem en væsentlig rolle. Forsker i politisk kommunikation Andrew Chadwick peger på, at det hybride mediesystem fordrer en fordeling af magt, der ikke er ligeligt fordelt; den, der har ressourcerne og ekspertisen til at infiltrere det hybride flow af politisk kommunikation, får mere magt (Chadwick et al., 2016, s. 19). Chadwick kritiserer tidligere dikotomiske forståelser af hybridisering, hvor der før har været en opfattelse

af, at nye medier enten overtager gamle medier eller overtages af gamle medier. En sådan dikotomi er ikke hjælpsom, såfremt man vil forklare de forandringer, der opstår i det politiske kommunikationsfelt, og Chadwick peger på, at det ikke er så simpelt, men snarere handler om interaktion, tilpasning og udvikling af nye og gamle medielogikker (Chadwick et al., 2016, s. 19).

Anden forskningen peger netop også på, at det hybride mediesystem har medført, at traditionelle nyhedsmedier også er til stede digitalt og sameksisterer med forskellige medietyper (Blach-Ørsten & Mayerhöffer, 2021, s. 99, 114, 118; Aagaard & Blach-Ørsten, 2018b, s. 57f). Altså er medielandskabet i konstant udvikling, idet medieaktører tilpasser sig de nye muligheder, denne udvikling fordrer (Blach-Ørsten & Mayerhöffer, 2021, s. 100).

2.3.3 Medier og demokrati

Når vi beskæftiger os med politisk kommunikation, finder vi det også væsentligt at afdække mediernes rolle i relation til demokratiet. Et demokratisk samfund bygger på både tillid og mistillid. Tilliden er afgørende, såfremt befolkningen skal lade politiske aktører være repræsentanter for dem, hvilket er det grundlæggende i et demokratisk samfund. Mistilliden kommer til udtryk, idet der i demokratiske forfatninger er nedskrevne konventioner om f.eks. ytringsfrihed mv. Det peger på, at magthavere ikke nødvendigvis ville efterleve dette, såfremt det ikke var lovgivning. Dette peger på et paradoks mellem tillid og mistillid (Albæk & Vreese, 2010, s. 286).

Tilliden til demokratiet er noget, som massemedierne som den fjerde statsmagt tilskrives at skabe (Albæk & Vreese, 2010, s. 283). Derudover er medier væsentlige, fordi befolkningen gennem medierne "lærer" at tolerere andre synspunkter. For at medierne kan skabe tillid og tolerance, er det væsentligt, at pluralisme er karakteristisk for det indhold, medierne bringer. Hermed får medierne en menings- og viljedannende funktion, idet de formidler, debatterer og analyserer pluralistisk-demokratiske værdier. Der findes intet (velfungerende) demokrati uden medier, fordi befolkningen får information om politik gennem medier, ligesom politikerne gennem mediernes orienteres om befolkningens holdninger. Journalistikkens vigtige demokratiske funktioner kan kun varetages, såfremt ytringsfrihed og mediernes uafhængighed fra staten opretholdes (Albæk & Vreese, 2010, s. 283ff).

Ovenstående opridser mediernes rolle i et liberalt-borgerligt demokrati, som vi kender i Danmark. Forskningen på området har også beskæftiget sig med, hvordan medierne dækker politik og efterlever deres demokratiske ansvar. Forskningen viser, at den politiske debat i medierne typisk portrætteres med en negativ vinkel. Den journalistiske praksis, herunder nyhedskriterierne, kan forklare, hvorfor konflikt er en væsentlig del i dækningen af politik. Også den øgede konkurrence (forudsat af det hybride mediesystem) i mediemarkedet kan forklare den konfliktprægede dækning. Trods der er

en tendens til en negativt vinklet dækning, er journalistikkens vigtigste rolle også at identificere og kommunikere om samfundsmæssige problemer. Som konsekvens kan denne konfliktprægede nyhedsdækning have indflydelse på vælgernes tillid til politikere (Elmelund-Præstkær & Hopmann, 2016, s. 120f).

Dog viser forskningen også, at journalistikken generelt er i balance, og at medierne hverken fremmer eller negligerer enkelte partier. Når nogle politikere er mere fremtrædende i medierne end andre, drejer det sig i højere grad om, hvilken position den enkelte politiker har frem for dennes partitilhørsforhold. Selvom det kan være noget nær umuligt at give et komplet billede af medielandskabet samt nyhedsdækningen, peger forskningen på, at dækningen af politik efterlever de krav, der er til medierne i et moderne demokratisk samfund (Elmelund-Præstkær & Hopmann, 2016, s. 120ff).

2.3.4 Implikationer

Forskning i politisk kommunikation har i nyere tid især sat fokus på de mange forandringer i det politiske landskab samt medielandskabet. Med afsæt i vores gennemgang af medielandskabets fjerde tidsalder samt det hybride mediesystem vil vi nu inddrage nogle af de perspektiver, der omhandler de implikationer, som medfølger.

Forskningen har peget på tre områder, hvori der er sket ændringer i mediesystemet: konkurrence, tillid og regulering. Det hybride mediesystem, som omfavner digitalisering, bidrager til en fragmenteret offentlighed. Befolkningen har, med det større udbud af medier og medieplatforme, mulighed for at selektere i diverse medier (både sociale, digitale og traditionelle), hvilket skaber en øget konkurrence blandt medierne. Derudover implicerer dette, at befolkningen ikke nødvendigvis eksponeres for samme indhold, ligesom det kan virke overvældende med de mange valgmuligheder.

Samtidig skaber denne øgede konkurrence et rum for niche-indhold, f.eks. når politikere anvender sociale medier, der udfordrer de traditionelle mediers demokratiske funktion som fjerde statsmagt, idet der ikke er samme konventioner og publicistiske krav på f.eks. sociale medier (Aagaard & Blach-Ørsten, 2018a, s. 30, Blach-Ørsten & Mayerhöffer, 2021, s. 100). Netop denne fragmentering forstærkes med befolkningens mulighed for at tilvælge personificeret information (f.eks. fra en politisk aktørs profil på sociale medier), hvilket kan være en trussel mod offentlighedens sammenhængskraft. Dog viser forskningen også, at der ligeledes er positive implikationer ved de nye medier. Gennem nye medier bliver interaktionen mellem borgere og politikere tættere, ligesom nye medier kan bidrage til at mobilisere nye (unge) grupper af vælgere (Jensen, 2016b, s. 281f). Politisk kommunikation i den fjerde tidsalder er altså karakteriseret ved øget konkurrence mellem medieplatforme og ændringer i politiske aktørers brug af medieplatforme (Blach-Ørsten & Mayerhöffer, 2021, s. 103).

Det andet område, hvor der kan identificeres ændringer i mediesystemet, omhandler tillid eller mangel på samme til både medier og politikere (Blach-Ørsten & Mayerhöffer, 2021, s. 100). Selvom forskningen peger på en polarisering af medierne, der skaber mistillid, er polarisering og hyperpartiskhed i medierne ikke et udpræget fænomen i Danmark, hvorfor der fortsat er rum til en demokratisk samtale i det hybride medielandskab i Danmark. Derfor er der ikke samme behov for at forbedre den nuværende mediedagsorden i Danmark, som der f.eks. kan være i andre lande (Blach-Ørsten & Mayerhöffer, 2021, s. 120f). Når det gælder tillid til politikere, viser forskningen, at der er stigende mistillid til, at politiske ledere træffer beslutninger, som bedst tjener den danske offentligheds interesse (Blach-Ørsten & Mayerhöffer, 2021, s. 103).

Det sidste område, hvor der er sket ændringer i mediesystemet, drejer sig om regulering. Der er dels den tidligere nævnte ulighed i selvregulering mellem nye og traditionelle medier, hvilket betyder, at nye medier ikke reguleres i samme omfang som de traditionelle (Blach-Ørsten & Willig, 2016, s. 28). Derudover har vi beskrevet, hvordan forudsætningen for et demokratisk samfund netop er mediernes uafhængighed fra staten samt deres evne til at bringe pluralistisk indhold. Regulering er i den sammenhæng et væsentligt område at forholde sig til, idet forskningen også har påpeget, at staten de seneste år har fået større indflydelse på journalistisk og medier ifm. mediestøtteloven. Det betyder ikke, at medierne ikke længere uafhængige, men blot at stat og medier i den forstand flyder mere sammen end før set (Blach-Ørsten & Willig, 2016, s. 29ff).

2.3.3 Politikeres kommunikationsstrategier

Udviklingen i politisk kommunikation har altid været forbundet med udviklingen af medier - både f.eks. trykkerikunsten og fremkomsten af TV kan ses som milepæle i det politiske system (Lachapelle & Maarek, 2015, s. 1). Politikere tilpasser sig altså de muligheder, som udviklingen giver (Kruike-meier et al., 2013, s. 53). Dermed opstår der nye kommunikationsstrategier, der er anvendelige i politisk kommunikation.

2.3.3.1 Personificering

TV'ets fremkomst skabte øget fokus på personificering, hvor personlig karisma gik forud for politiske partier. Det samme gør sig gældende med fremkomsten af de elektroniske og sociale medier (Lachapelle & Maarek, 2015, s. 2). Et studie fra 2020 sætter fokus på personificeringen af politik, og inddeler det i tre typer: professionel, følelsesmæssig og privat selv-personificering.

Den professionelle personificering handler om kvaliteter og aktiviteter relateret til politikeres officielle virke, hvorimod den følelsesmæssige sætter personlige følelser hos politikere i fokus. Privat

selv-personificering er intim information om politikerens private person (Kruikemeier et. al., 2020, s. 1483). Selvom studiet fokuserer på anvendelsen af sociale medier til politisk kommunikation, finder vi fortsat pointerne om personificering anvendelige, idet en væsentlig faktor ved sociale medier er muligheden for at kunne skabe, udvikle og kommunikere indhold direkte til borgere (Kruikemeier et al., 2020, s. 1481) - en faktor, vi vurderer, også gør sig gældende ved vores empiri.

Ved politisk personificering er fokus på den individuelle politiker frem for partiet, og den politiske personificering bruges ofte som kommunikationsstrategi, da det muliggør, at den individuelle politiker kan fremme en mere personlig agenda ved at dele mere intime og private informationer, hvormed de fremstår som mere "almindelige mennesker". Dette gøres gennem personlige narrativer og følelser (Kruikemeier et al., 2020, s. 1482). Som resultat viser flere studier, at følelsesmæssig og privat personificering har en positiv effekt på publikums engagement, og dermed kan dette som kommunikationsstrategi være et værdifuldt værktøj i politisk kommunikation (Kruikemeier et al., 2020, s. 1491).

2.3.3.2 Pseudo-diskursiv, mobiliserende, følelsesmæssig og underholdende kommunikation

Forskningen der beskæftiger sig med politikeres kommunikationsstrategier i et medielandskab i udvikling, sætter hovedsageligt fokus på de sociale medier. I et studie fra 2018 fremhæves fire kommunikationsformer, der ses blandt politikere på sociale medier. Selvom resultaterne ikke kan oversættes 1:1 til dette speciale, der har podcastmediet i fokus, finder vi fortsat deres konceptualisering af kommunikationsformer relevante.

Med den pseudo-diskursive kommunikationsform lægges der vægt på, at politiske debatter på internettet ofte er iscenesat og konstrueret af politiske aktører for at sprede deres budskaber. Til trods for, at nyere medier lægger op til interaktion og debat, så er det ikke nødvendigvis fokus fra politikernes side. Med den pseudo-diskursive kommunikationsform fremstår politikerne som nogle, der er villige til at engagere sig i offentlig debat uden reelt at være det. Det gør de f.eks. ved at adressere andre politiske aktører eller journalister, hvilket signalerer en villighed til at indgå i en debat med disse (Keller & Königslöw, 2018, s. 361).

Mobilisering som kommunikationsform drejer sig om at lægge op til handling; f.eks. at man bør stemme til et valg. Det kan også dreje sig om, at der lægges op til at interagere med selve indholdet (Keller & Königslöw, 2018, s. 361). Den følelsesmæssige kommunikationsform anvendes især på platforme, hvor der ikke er gatekeepers, fordi der på sådanne platforme ikke er samme forventning til professionelt sprogbrug, men snarere mere autentisk og uformelt sprog. Ved den følelsesmæssige kommunikationsform indgår der typisk information om et politisk issue, men der fokuseres på de

følelser, der er forbundet med det. Dette kan især være anvendeligt i et forsøg på at overtale eller overbevise vælgerne om et bestemt politisk standpunkt (Keller & Königslöw, 2018, s. 362).

Politiske aktører har længe anvendt underholdning som en måde at nå ud til et bredere publikum på, og humor er typisk en integreret del af deres kommunikationsstrategier. Dog behøver den underholdende kommunikationsform ikke at være humoristisk, men kan snarere være baseret på to former for personificering: individualisering eller privatisering, der som tidligere nævnt gør dem mere menneskelige (Keller & Königslöw, 2018, s. 363).

De forskellige perspektiver på politikeres kommunikationsstrategier giver en indsigt i hvordan f.eks. nye medier, såsom de sociale, ændrer politikeres muligheder for at kommunikerer til deres vælgere. Samtidig kan dele af forskningen perspektiveres til podcastmediet og er derfor væsentligt, når vi beskæftiger os med en politikeres kommunikation på nye medier i det hybride mediesystem. Den teoretiske gennemgang giver os indsigt i en række konkrete strategier samt effekten af disse, hvilket er relevant for vores undersøgelse.

2.4 Medialisering

Følgende afsnit har til formål at afdække relationen mellem medier og politik i et medialiseringsspektiv, hvilket bidrager til en forståelse af, hvordan den politiske institution har indflydelse på medieinstitutionen - og omvendt. Medialiseringsteori giver os indsigt i strukturer samt begreber, der kan anvendes til at forstå Mette Frederiksens podcast som eksempel på ændringer i den politiske kommunikation i Danmark. Teorien er traditionelt set udviklet til at beskrive forholdet mellem nyhedsmedier og politik, og trods vi i specialet ikke har nyhedsmedier som hovedfokus, er perspektivet dog alligevel relevant, da det kan illustrere nogle af de forandringer og dynamikker, der gør sig gældende. I nyere tid er det ikke banebrydende, at medier og politik er i en relation med hinanden, men alligevel finder vi denne gennemgang væsentlig, idet medialisering er et grundlæggende element for vores forståelser af politik og medier i dette speciale.

2.4.1 Samspillet mellem medier og politik

Som vores hidtidige litteraturreview viser, er der en gensidig afhængighed mellem medier og politiske aktører. At medierne dækker politik, er en væsentlig del af et demokrati. For at dække politik har medierne brug for politikere. Samtidig ønsker politikere at kommunikere til deres vælgere, hvilket traditionelt set er foregået gennem medierne (Green-Pedersen, 2016, s. 101).

Medierne kan betragtes som et system med en række mekanismer, de navigerer efter. En af disse mekanismer er f.eks. nyhedskriterierne. De politiske partier er på samme måde et system, hvor

der internt er en strategisk konkurrence mellem partierne. Disse mekanismer danner rammerne for, hvordan de to systemer kan påvirke hinanden. Hvis en sag i medierne er fordelagtig for et parti at udnytte, vil partiet formentlig forsøge at fremme den sag, ligesom at medierne vil dække en sag fra det politiske system, såfremt den f.eks. lever op til nyhedskriterierne. Nyhedsdækningen er et væsentligt input til det politiske system, hvilket kan indikere en væsentlig indflydelse fra medierne på politik. Dog er der mange begivenheder udenfor mediernes kontrol, hvorfor det kan være vanskeligt at argumentere for “den store medieindflydelse”. Omvendt har selektion og vinkling i nyheder en afgørende betydning for fremstillingen af begivenheder. Denne dynamik illustrerer altså, at medier og politik ikke er to lukkede systemer (Green-Pedersen, 2016, s. 102).

2.4.2 *Medialisering vs. mediering*

Den ovenstående beskrivelse af dynamikken mellem politik og medier refererer forskningen til som ‘medialisering’. Indledningsvis vil vi dog skelne mellem begreberne ‘medialisering’ og ‘mediering’.

Mediering er et deskriptivt begreb, som centrerer sig om selve brugen af medier til at kommunikere. Det kan f.eks. være en politisk tale, der medieres gennem fjernsynet, hvor mediet her både har muligheder og begrænsninger for dels indhold samt relation mellem modtager og afsender. Med medialisering anlægges derimod et mere procesorienteret blik på kommunikationen; hvordan kultur og samfund over tid forandrer institutioner og interaktionsmåder (Hjarvard, 2009, s. 14). Årsagen til at det er relevant at arbejde med medialiseringsbegrebet frem for medieringsbegrebet er, at det at beskrive politisk kommunikation som værende medieret er en forsimplet, deskriptiv tilgang (Block, 2013, s. 268). Med medialiseringsbegrebet får vi derimod indblik i, hvordan forskellige institutioner og aktører er i en gensidig relation og tilpasser sig hinandens logikker.

2.4.3 *Definition af medialisering*

I midten af 1980’erne blev medialiseringsbegrebet af medieforskeren Kent Asp brugt til at beskrive måden, hvorpå relationen mellem politisk kommunikation og medier kunne forstås (Asp, 2014, s. 349). Asp præsenterer medialiseringprocessen i et tidsperspektiv, der strækker sig helt tilbage til 1960’erne og frem til nu, hvor udviklingen i mediemiljøet og det journalistiske felt har ført til, at medier nu anses som en integreret del af politiske institutioner, og de er gensidigt afhængige af hinanden.

Asp anlægger således et institutionelt perspektiv på medialisering (Asp, 2014, s. 349, 355). Asp pointerer, at sammensmeltningen af institutioner skaber en konkurrence om opmærksomhed fra offentligheden, hvor politiske aktører, for at få mediernes opmærksomhed, må tilpasse sig mediernes

logikker (Asp, 2014, s. 355). Ligesom Asp anlægger professor i kommunikation Stig Hjarvard, hvis definition er vores udgangspunkt, også et institutionelt perspektiv på medialisering. Hjarvards definition af medialisering hviler på nyinstitutionalismen, hvilket kommunikationsforsker, Timothy E. Cook, beskriver som relationen mellem nyhedsinstitutioner og politiske institutioner. Cooks definition af institutioner bygger på et fælles sæt af praksisser og normer, der fungerer på tværs af organisationer. Politiske aktører kan tilpasse sig nyhedsinstitutionens praksisser, og aktører fra nyhedsinstitutionen kan modificere politiske budskaber (Cook, 2006, s. 160f).

I et medialiseringsspektiv betyder det, at medieinstitutioner fungerer som værende selvstændige institutioner, som samfundets øvrige institutioner må tilpasse sig, men ligesom andre institutioner kan være underlagt medielogikker, kan medieinstitutioner også være underlagt øvrige institutioners logikker. Hermed er medieinstitutionen i en gensidig relation med de øvrige institutioner (Hjarvard, 2009, s. 6, 13). For Hjarvard er medialiseringprocessen altså en dobbeltsidet proces, der er tids- og kulturbunden (Hjarvard, 2009, s. 9f).

2.4.4 Strukturel kobling

Medielogikker anses som uformelle måder, hvorpå mediesystemer opererer og former både offentlige definitioner og opfattelser af sociale problemer og værdier; en tilgang, der bl.a. er dominerende hos Hjarvard, og som gør det muligt at forstå dynamikken i mediesystemet, og hvordan dette integreres i andre systemer. Medielogik-begrebet har dog været under kritik for at fordre en for lineær konceptualisering af medialisering, fordi det indebærer en idé om en envejs tilpasning til medielogik. Samtidig opstår der spørgsmål om andre institutioners autonomi, når de underlægges mediernes logikker. Lektor i kommunikation Mikkel Fugl Eskjær mener, at den tidligere kritiks fokus på linearitet kan nuanceres, idet medialiseringen samt medielogikker fortsat kan være et værdifuldt analyseværktøj, såfremt man adresserer den institutionelle autonomi (Eskjær, 2018, s. 86, 90).

Eskjær anvender begrebet strukturel kobling, der med afsæt systemteori beskriver interaktionen mellem operationelt lukkede systemer og deres omgivelser. Begrebet stammer oprindeligt fra biologien, men har senere været anvendt på andre områder af systemtænkning. Udgangspunktet er, at alle systemer er defineret ved adskillelsen mellem system og omgivelser: Omgivelser er en konstituerende del af et system, men selve identiteten i et system, herunder interne strukturer og organisering, definerer dets omgivelser, og hvordan systemet interagerer med dem (Eskjær, 2018, s. 92).

Begrebet strukturel kobling refererer til interaktionen mellem autonome sociale systemer (det, medialiseringsteorien betegner som institutioner). På strukturelt niveau er sociale systemer afhængige af hinanden og derfor åbne systemer. På operationelt niveau forbliver systemerne uafhængige,

autonome og selvregulerende og dermed lukkede. Strukturel kobling beskriver, hvordan grænserne til et system inkluderes i et andet systems struktur. F.eks. er en ekspert en strukturel kobling mellem politik og videnskab, ligesom et galleri er en strukturel kobling mellem kunstsyste­met og det økonomiske system (Eskjær, 2018, s. 93).

Medialisering kan ses som strukturel kobling mellem mediesystem og andre systemer (Eskjær, 2018, s. 93f). Det væsentlige er dog, at medielogik *aldrig* er operationaliserende i andre sociale systemer; det aktiverer en reaktion, som enten er at tilpasse sig eller afvise logikken. Reaktionen leder til selv-transformation; f.eks. medietræning, skift til nye platforme eller ændring i kommunikationsstrategier. Det leder til nye strukturelle interaktioner med omgivelserne. Medialisering repræsenterer en forhøjet kompleksitet i det kommunikative miljø. For at kunne interagere funktionelt med omgivelserne, skal denne kompleksitet reflekteres i interne strukturer og organisering i et givent system (Eskjær, 2018, s. 96). I denne sammenhæng giver det mening at betragte mediesystemet som delt i tre: nyhedsmedier, underholdningsmedier og reklame. Det betyder også, at sociale systemer er strukturelt koblet til forskellige domæner indenfor mediesystemet, hvor det politiske system primært er orienteret mod den logik, der tilhører nyhedsmediernes. Det politiske system kan dog også sagtens orientere sig mod de andre domæner (Eskjær, 2018, s. 96).

Begrebet strukturel kobling åbner op for en konceptualisering af medielogik som et pluralistisk fænomen. I relation til den institutionelle tilgang til medialisering er det vanskeligt at tale om én overordnet medielogik. Det giver snarere mere mening at tale om en specifik nyhedslogik, der relateres til formater, rutiner mv. i nyhedsinstitution (Eskjær, 2018, s. 96). Den konceptualisering af medialisering åbner op for en dynamisk forståelse af interaktionen mellem medier og ikke-mediesystemer (Eskjær, 2018, s. 94).

Med begrebet strukturel kobling kommer den tidligere kritik til livs; sociale systemer er i højere grad blevet strukturelt koblet til mediesystemer, men de opretholder deres operationelle autonomi (Eskjær, 2018, s. 86). Vi finder dette område væsentligt; dels fordi vi placerer os i den institutionelle tilgang til medialisering, hvor medielogikkerne fylder (Eskjær, 2018, s. 88), og dels fordi denne tilgang anerkender den forhøjede indflydelse fra mediesystemer uden at underkende autonomien i andre systemer. At se medialisering og medielogikker som strukturel kobling viser et skift i perspektiv, hvor medialisering er en forandring i omgivelserne, som systemer kan reagere på - enten ved at tilpasse sig eller ignorere forandringer. I denne tilgang ses medialisering som en strukturel drift, hvor de fleste systemer tilpasser sig medielogikker og -praksisser (Eskjær, 2018, s. 95). Et optimistisk syn på den strukturelle drift foreslår, at medieindflydelse vil blive afbalanceret af politisk

logik og reguleres af traditionelle journalistiske værdier, så medialiseringen ikke blot “løber afsted”. Et mere pessimistisk syn ses hos Asp, der mener, at man vil ende op i en såkaldt medialiseringsspiral, hvor der ikke er en balance i medialiseringprocessen (Eskjær, 2018, s. 96).

2.4.5 Asps medialiseringsspiral

Drivkraften bag medialiseringen er, ifølge Asp, netop den dynamik, der findes mellem mediemiljøet og andre institutioners tilpasning til dette miljø (Asp, 2014, s. 352). Tilpasningen er netop den kausale mekanisme i medialiseringprocessen, og graden af medialisering hænger direkte sammen med graden af tilpasning. Derudover betyder denne præmis, at jo flere aktører fra andre institutioner der “tvinges” til at tilpasse sig mediemiljøet, jo mere magtfulde kan medierne betragtes at være (Asp, 2014, 352).

Ifølge Asp er langt de fleste postindustrielle samfund nået dertil, hvor medier er blevet en integreret del af den politiske institution, og det efterlader et væsentligt spørgsmål: Er medialiseringprocessen nået til vejs ende? Asp mener, at det er tilfældet for den politiske sfære; integration er den logiske endestation og medialiseringen er komplet. Det må dog ikke forstås som enden på mediernes magt (Asp, 2014, s. 367f).

Medialisering er en tovejs proces: Politikere lærer at tænke og agere i overensstemmelse med medielogik, men medierne lærer også at tænke som politikere. Som konsekvens vil medierne over tid blive bedre til at se, hvornår de udsættes for manipulation og spin, hvormed politikerne endnu engang må udvide deres repertoire af tricks, hvilket så igen fører til, at medierne må finde nye måder at undgå politikernes spin. Denne tovejslæringsproces kalder Asp for en medialiseringsspiral. Asp understreger, at politikere vil være mere udfordrede med at forudse mediernes handlinger end omvendt. Med denne spiral bliver det tydeligt, at adaptionprocessen er dynamisk. Mediesystemer er ikke isolerede, men en del af en større social kontekst. Det betyder, at så længe samfundet udvikler sig, så gør medierne det også, og når mediemiljøet ikke er statisk, så finder medialisering sted. Så længe medier er en uafhængig social institution med egen logik, lige så længe vil medialisering være en del af et samfund (Asp, 2014, s. 367). De fremhævede perspektiver finder vi relevante i en forståelse af, hvordan Mette Frederiksens podcast kan ses som et eksempel på udviklinger inden for den politiske institution som følge af medieudviklingen.

2.5 Specialets begrundelse

Med ovenstående gennemgang har vi fået indblik i den eksisterende forskning indenfor de tre overordnede kategorier: podcast, politisk kommunikation og medialisering.

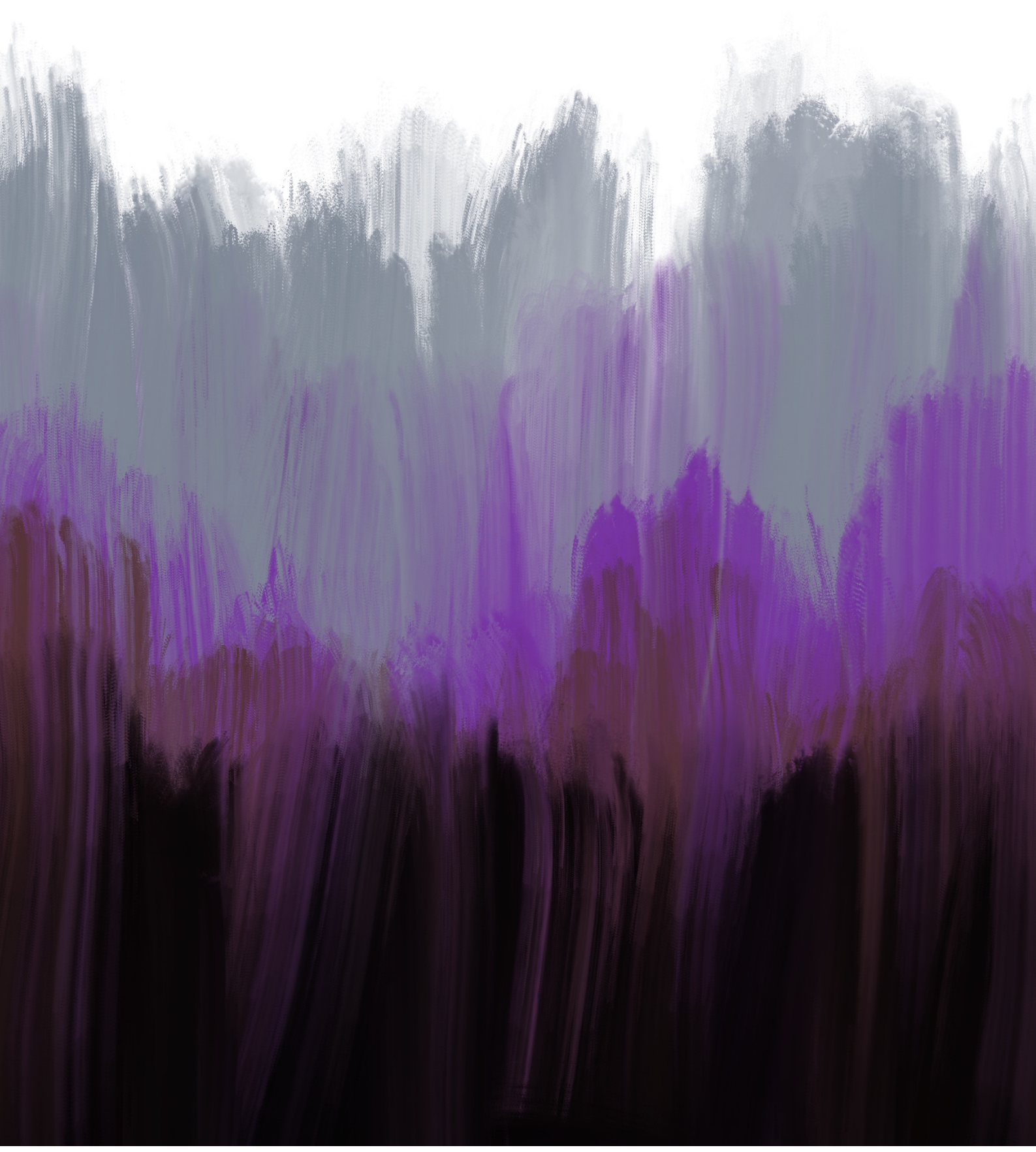
Der findes et væld af litteratur om podcasten som medie, men dog findes der ikke meget litteratur om brugen af podcast i politisk sammenhæng - særligt ikke blandt den politiske elite og slet ikke i dansk kontekst. Dette er interessant, idet podcast er et medie i stigende popularitet. Derudover ser vi i Danmark for første gang en statsminister producere sin egen podcast, hvilket lægger op til en undersøgelse af dels, hvad der ligger til grund for, at statsministeren har et behov for at have sin egen podcast, og dels en undersøgelse af, hvorvidt dette illustrerer ændringer i den politiske kommunikation.

Den eksisterende forskning indenfor politisk kommunikation og mediesystemer er langt fra underbelyst. Alligevel er mediesystemerne i konstant udvikling, hvor nye teknologier konstant ændrer mulighederne for politisk kommunikation. Derfor er det interessant at undersøge podcastens egenskaber i politisk sammenhæng. Forskellige typer af medier har forskellige betydninger for borgernes politiske viden og deltagelse, og fordi politisk viden er afgørende for et sundt demokrati (Aarøe, 2016, s. 174), er de nye mediers karakteristika og egenskaber væsentlige at undersøge.

At politikken er medialiseret er ikke banebrydende, men nærmere et vilkår for den digitale tidsalder, vi lever i. Den konstante udvikling gør også, at der altid vil være plads til nye perspektiver på nye medier i et medialiseringsperspektiv. Vi ser nu et nyt medie, som anvendes i politisk sammenhæng, og det kan vi med medialiseringsteorien anvende til at illustrere udviklingen i grænserne mellem politik og medier. Den begrænsede forskning om podcast og politisk kommunikation samt det faktum, at der aldrig før i Danmark har været en politisk leder, som har haft sin egen podcast, placerer vores speciale i et indtil nu relativt uudforsket område, som skal bidrage til en forståelse for politisk kommunikation i konstant forandring.

Kapitel 3

Metode



3. Metode

I dette kapitel vil vi gennemgå vores undersøgelsesdesign, samplingstrategi, kvantitativ indholdsanalyse samt Norman Faircloughs kritiske diskursanalyse, der tilsammen danner grundlag for specialets empiriindsamling og analytiske tilgang. Afslutningsvis vil vi reflektere over specialets validitet og reliabilitet samt videnskabsteoretiske afsæt.

3.1 Undersøgelsesdesign

Vores undersøgelse er struktureret ud fra tre spørgsmål (tabel 3). I følgende afsnit vil vi derfor afdekke, hvordan vi metodisk besvarer disse.

3.1.2 Tværsnitsstudie

Vores undersøgelse bygger på en indholdsanalyse med både kvantitative og kvalitative elementer. Undersøgelsesdesignet er således baseret på et tværsnitsstudie, hvor ‘politisk kommunikation’ er fænomenet, vi undersøger, og Mette Frederiksens podcast er et illustrativt eksempel på ændringer og udfordringer inden for fænomenet. Således undersøger vi blot et udsnit af den politiske kommunikation i Danmark gennem podcasten.

Karakteristisk for tværsnitsstudier er, at man netop undersøger et givent fænomen på et specifikt tidspunkt, hvorfor resultater af et sådant studie vil vise et øjebliksbillede af fænomenet (Bryman, 2012a, s. 59). Dog går vores undersøgelse en anelse ud over det traditionelle tværsnitsstudies rammer, idet vi beskæftiger os med ændringer inden for et fænomen. Derfor vil vi kontekstualisere disse ændringer gennem historiske perspektiver på politisk kommunikation samt mediesystemer. Nedenstående tabel viser en oversigt over undersøgelsesspørgsmål samt metodisk tilgang til hvert enkelt.

Tabel 3: Oversigt over undersøgelsesdesign		
Undersøgelsesspørgsmål		Metodisk tilgang
UI	<i>Hvad er podcast som medie, og hvordan er det blevet anvendt i politisk sammenhæng?</i>	- Analyse af podcastmediet samt afdækning af aktører og emner på det danske podcastmarked - Identificering af forskellige typer af politiske podcasts - Kontekstualisering af ‘Statsministeren spørger’ og dennes placering i Mette Frederiksens øvrige kommunikation

U2	<i>Hvilke formidlingsstrategier anvender Mette Frederiksen til at tale om forskellige emner?</i>	• Kvantitativ indholdsanalyse af formidlingsstrategier samt emner
U3	<i>Hvordan bidrager forskellige formidlingsstrategier til at konstruere en bestemt politisk virkelighed?</i>	• Maximum variation sampling af lydsekvenser baseret på resultater fra U2 • Kvalitativ indholdsanalyse med udgangspunkt i kritisk diskursanalyse

3.2 Kvantitativ indholdsanalyse.

I besvarelsen af undersøgelsesspørgsmål 2 foretager vi en kvantitativ indholdsanalyse. Den kvantitative indholdsanalyse stammer fra den massemedierede kommunikation, men i den proces, hvor mediesystemer og medier har forandret sig, har metoden og dens brug udviklet til også at være anvendelig i forbindelse med analyser af øvrige medietyper (Eskjær & Helles, 2015, s. 9).

Vores empirigrundlag består af 10 afsnit fra podcasten 'Statsministeren spørger' på omkring 45 minutter hver. Fordi vi foretager en kvalitativ indholdsanalyse, har det været nødvendigt at bearbejde og sortere i dataet via kodning. I undersøgelsesspørgsmål 2 ønsker vi at undersøge frekvensen af både emner og formidlingsstrategier samt kombinationer af disse, hvilket netop er det, som den kvantitative indholdsanalyse kan bidrage til. Vi anvender metoden til at kvantificere og oversætte podcastens budskaber til tal (Eskjær & Helles, 2015, s. 10f).

3.2.1 Kodning

Vores data i den kvantitative indholdsanalyse skal struktureres i en række kategorier. I en sådan forbindelse er det væsentligt at arbejde systematisk (Eskjær & Helles, 2015, s. 11).

I den proces har vi udformet et kodeskema samt en kodningsmanual (Bilag 1). Vores kodeskema har to akser og er sat op i et regneark. På y-aksen er de forskellige lydsekvenser (mindre bidder af vores analyseenheder) markeret med en tidskode. På x-aksen findes variable og værdier, hvor variable er de aspekter, hvis forekomst vi undersøger. En variabel i vores undersøgelse er f.eks. 'emne'. Det er væsentligt her at pointere, at denne variabel, ligesom de øvrige variable, har forskellige værdier; f.eks. koder vi variabelen 'emne' efter værdier som 'politik i Danmark', 'integration' og 'kultur'.

For at skabe gennemsigtighed omkring måden, man koder på, samt sikre, at undersøgelsen kan replikeres, bør man udarbejde en kodningsmanual (Eskjær & Helles, 2015, s. 68). Da vi koder latent indhold, er kodningsmanualen (Bilag 1) især vigtig for at sikre, at vi internt koder efter de samme principper. Det latente indhold fremgår ikke nødvendigvis eksplicit, men ligger snarere mellem linjerne (Eskjær & Helles, 2015, s. 13). F.eks. har vi en række værdier inden for variabelen

‘formidlingsstrategi’, der som latent indhold forudsætter en fortolkning. I kodningsmanualen fremgår de specifikke kriterier for denne fortolkning. Et eksempel er formidlingsstrategien ‘udtrykker besvær’, hvor kriteriet for en kodning af denne værdi er, at Mette Frederiksen eksplicit giver udtryk for, at et problem/aspekt af hendes politiske virke har været særligt udfordrende/næsten umuligt, eller at hun giver udtryk for, at der har været flere mulige handlinger/løsninger i en situation, som har været vanskelige at vælge imellem.

Måden, vi har identificeret værdierne på, er ved at kode empirien to gange. Først lyttede vi i fællesskab alle 10 afsnit igennem, hvor vi løbende noterede og organiserede empirien efter snævre emner (f.eks. ‘pseudo-arbejde’, ‘kristendom’, ‘by/hovedstad’) samt formidlingsstrategier som f.eks. ‘problemidentifikation’ eller ‘kritik’. Kodningen resulterede i 37 emner og 15 formidlingsstrategier. Da emner var relativt snævre, organiserede vi dem efterfølgende i 14 underkategorier. Efterfølgende kodede vi empirien igen med udgangspunkt i de 15 formidlingsstrategier og 14 emner. Det vil sige, at vores analysekategorier (emner og formidlingsstrategier) i første omgang er opstået i selve empirien, og dernæst har de været ramme for, hvordan vi har organiseret og analyseret empirien. Dermed er det væsentligt at pointere, at f.eks. ‘humor’ kun optræder en enkelt gang og først i afsnit 5. For at sikre, at denne værdi ikke blot kodes fra afsnit 5 og frem, har vi i anden kodning (hvor vi også kodede efter de brede emner) arbejdet med den samlede liste af formidlingsstrategier og altså haft øje for, om formidlingsstrategier, der først umiddelbart opstod i de senere afsnit, også kunne identificeres i de tidligere afsnit.

Analyseenhederne kan have elementer af flere værdier; f.eks. kan ‘sundhed’ og ‘børn og unge’ optræde i samme lydsekvens. Derfor har vi kodet vores empiri binært og dermed kategoriseret analyseenhederne efter den dominerende værdi. Forekomsten af en værdi inden for de to variable ‘emne’ og ‘formidlingsstrategi’ markeres med ‘1’. Ved at krydstabulere det kodede data får vi indsigt i de væsentlige variationer, som danner grundlag for udvælgelsen af lydsekvenser i undersøgelsesspørgsmål 3.

De enkelte sekvenser er i anden kodning tidsmæssigt kodet ud fra, hvornår de enkelte værdier inden for de to variable optræder: start- og sluttidspunkt. F.eks. tidskoden ‘02:39-02:40’, som er kodet med formidlingsstrategien ‘opfølgende spørgsmål’ inden for emnet ‘uddannelse’. Den næste tidskode (02:41-03:38) har samme emne, men formidlingsstrategien er her ‘gæst taler’. Eksemplet illustrerer, at hhv. emne og formidlingsstrategi er styrende for tidskodningen, og når en af værdierne skifter, kodes der efter en ny tidskode. Fordi tidskoderne har forskellige værdier, har vi også kodet antallet af sekunder som værdi for tidskoden, da dette gør det muligt for os at identificere, hvor meget værdier

samt kombinationer af disse fylder tidsmæssigt på tværs af afsnit. Sekundtal er relative - dvs. at vi kun ved, hvor meget f.eks. 57 sekunder er i relation til det øvrige indhold, hvis vi relativiserer sekundtallet efter det samlede antal sekunder på tværs af afsnit. Derfor er sekundtallene også organiseret i procentsatser i den følgende analyse, da dette giver et bedre overblik over andelen af lydsekvenser inden for en given kombination af værdier.

3.3 Sampling

I det følgende afsnit vil vi gennemgå de samplingprincipper, der er relevante for at besvare undersøgelsesspørgsmål 3. Sampling er en strategi, som både egner sig til den kvantitative og kvalitative forskning. Inden for den kvantitative forskning vil man ofte beskæftige sig med sandsynlighedssampling, imens man inden for den kvalitative forskning ofte vil beskæftige sig med formålssampling (Bryman, 2012c, s. 416).

3.3.1 Formålssampling

Vi benytter os i dette speciale af formålssampling, da denne samplingstrategi drejer sig om at indsamle enheder, der refererer direkte til forskningsspørgsmålene (Bryman, 2012c, s. 416). Formålssampling er en ikke-sandsynlighedsbaseret form for sampling, og målet er en strategisk indsamling af enheder, der er relevante for at kunne svare på undersøgelsesspørgsmålene. Ofte vil man sørge for, at der er en variation i de enheder, der samples, så analyseenhederne differentierer fra hinanden og dermed giver en variation i empirien. Forskeren skal arbejde med et klart sæt af kriterier, som kan anvendes til at inkludere og ekskludere analyseenheder. Fordi det ikke er sandsynlighedsbaseret, tillader formålssampling *ikke* generalisering til en bredere population (Bryman, 2012c, s. 418). Vores formål med analysen er ikke at bidrage med en konklusion vedrørende ændringer i politisk kommunikation, der skal være gældende for andre tidspunkter eller anden empiri, ligesom vi blot ønsker at give et øjebliksbillede af den politiske kommunikation. Den politiske kommunikations muligheder og begrænsninger ændrer sig med mediebildets udvikling over tid, og det, vi ønsker, er med dette relativt nye empiriske materiale at illustrere nogle af de ændringer.

3.3.1.1 Maximum variation sampling

Der findes forskellige typer af formålssampling, som er med til at definere, hvilke analyseenheder man beskæftiger sig med. Vi anvender 'maximum variation sampling', der er en proces, hvor analyseenheder samples med henblik på at sikre en bred variation inden for forskningsfeltet (Bryman, 2012c, s. 419). Der findes inden for denne type sampling forskellige måder, hvorpå analyseenheder

kan udvælges, og dermed kan resultaterne variere alt efter hvilke kriterier, der opstilles for samplingen. I det følgende afsnit vil vi gennemgå de aspekter, som vi har taget højde for i vores sampling.

I besvarelsen af undersøgelsesspørgsmål 2 har vi foretaget en kvantitativ indholdsanalyse af de formidlingsstrategier samt emner, der optræder i podcasten, hvilket har resulteret i forskellige kombinationer samt et indblik i, hvor hyppigt disse kombinationer optræder. Det er med udgangspunkt i resultater fra undersøgelsesspørgsmål 2, at vi i forbindelse med undersøgelsesspørgsmål 3 foretager en maximum variation sampling.

Måden, vi har samlet vores empiri på, er først og fremmest at lade formidlingsstrategierne være det styrende. Årsagen herfor er, at vi i dette speciale ønsker at undersøge, hvilken kommunikation der muliggøres af podcastens format, når podcast anvendes i politisk sammenhæng. Hermed er vi mere interesseret i at undersøge, *hvordan* der tales om et emne frem for, *hvilke* emner der tales om. Baseret på forskningslitteraturen om politisk kommunikation samt podcast bunder vores interesse i en antagelse om, at man som politiker kan kommunikere anderledes, når man f.eks. ikke er underlagt traditionelle mediegatekeepers og -formater. Derfor er det de tre mest anvendte formidlingsstrategier, som er genstand for vores analyse i undersøgelsesspørgsmål 3. Årsagen til, at vi har afgrænset os til tre formidlingsstrategier, er, at vi har prioriteret en dybdegående, nærsproglig analyse af de udvalgte formidlingsstrategier frem for en mere overordnet analyse af samtlige strategier.

For at opnå en variation i analysen af anvendelsen af formidlingsstrategier inkluderer vi de to emner, der hyppigst optræder inden for hver af de tre formidlingsstrategier. Da vi undersøger modalitet, deiksis og præsuppositioner, er det interessant og relevant at undersøge, hvordan Mette Frederiksen rent sprogligt konstruerer forståelser af forskellige politiske issues samt befolkningsgrupper, hvorfor det har været væsentligt at inddrage mere end et emne indenfor den samme formidlingsstrategi.

Det er denne udvælgelse baseret på den kvantitative indholdsanalyse, der gør det muligt at anvende maximum variation sampling til at udvælge de specifikke lydsekvenser inden for de forskellige kombinationer, som er genstand for vores analyse i undersøgelsesspørgsmål 3. Vi anvender maximum variation sampling dels, fordi samplingprincippet sikrer, at vi udvælger de analyseenheder, som bedst muligt kan anvendes til at besvare vores problemformulering, og dels fordi samplingprincippet sikrer, at der er variation i de analyseenheder, vi beskæftiger os med.

3.4 Kritisk diskursanalyse

I følgende afsnit gennemgår og kontekstualiserer vi Norman Faircloughs kritiske diskursanalyse i relation til forskellige typer af diskursteori. Vi vil løbende inddrage videnskabsteoretiske perspektiver på diskursteori. Derudover gennemgår vi baggrunden for den kritiske diskursanalyse, da den som metode er bundet til et teoriapparat - modsat andre metoder som f.eks. interview. Afslutningsvis præsenterer vi Faircloughs tredimensionelle model.

3.4.1 Diskursteori

Der findes ikke én definition på begrebet diskurs, og det er et begreb, som ofte anvendes i mange sammenhænge uden nogen egentlig enighed om, hvad det helt konkret betegner (Jørgensen & Phillips, 2010a, s. 9f).

Lingvist, Ferdinand de Saussure, lancerede ideen om, at virkeligheden får betydning gennem sociale konventioner; de enkelte tegns betydning eksisterer kun i relation til andre tegn, og det er i de enkelte tegns forskellighed, at deres værdi kommer til udtryk (Saussure & Saussy, 2011, s. 42). Der er således tale om en sprogstruktur. I strukturalismen skelnes der mellem *langue*, som er sprogets struktur, og *parole*, som er det konkrete sprogbrug (Saussure & Saussy, 2011, s. 23). Med inspiration fra strukturalismen udsprang poststrukturalismen, hvor ideen om, at tegn var forbundet i et strukturelt netværk, blev videreført. Dog tog poststrukturalismen afstand fra at se sprog som en uforanderlig struktur samt strukturalismens skelnen mellem *langue* og *parole*. Derimod anses det i poststrukturalismen som værende i selve *anvendelsen* af sproget, at strukturer skabes, reproduceres og forandres, ligesom der ikke er tale om ét betydningssystem, men snarere flere systemer (diskurser), hvori betydningen af sproget skifter (Jørgensen & Phillips, 2010a, 19ff).

Betydningen af 'diskurs' afhænger af, hvilken af de mange forskellige tilgange til diskursteori, man beskæftiger sig med. Selvom de diskursteoretiske tilgange er forskellige, er de i varierende grad inspirerede af samme teoretiske ophav. Filosofen Michel Foucault er i høj grad den, som mange andre diskursteoretikere skeler til i udviklingen af deres teori. Dermed ikke sagt, at andre diskursteoretikere partout er enige i hans betragtninger, men de har dog det tilfælles, at de følger hans syn på, at betydninger konstrueres diskursivt (Jørgensen & Phillips, 2010a, s. 22).

For at illustrere forskellen på nogle af de forskellige tilgange kan de placeres på en akse, der i den ene ende har diskurs som *konstituerende* og i den anden ende har diskurs som *konstitueret*.



(Jørgensen & Phillips, 2010a, s. 29)

Politiske filosoffer, Ernesto Laclau og Chantal Mouffe, befinder på sig på den ene pol: diskurs som konstituerende. Det vil sige, at der i deres tilgang ikke skelnes mellem diskursive og ikke-diskursive praksisser; alt er diskursivt konstitueret (Jørgensen & Phillips, 2010a, s. 29).

Den anden pol, diskurs som konstitueret, er ikke diskursanalytisk, idet diskurs i dette perspektiv ses som en replikation af andre sociale praksisser. Befinder man sig på denne pol, er det ikke aktuelt at foretage en diskursanalyse. Hos filosoferne, Antonio Gramsci og Louis Althusser, der fremhæves i modellen, ses økonomien som determinerende for sociale praksisser, og hermed er det ikke relevant at lave en diskursanalyse, men i stedet en økonomisk analyse (Jørgensen & Phillips, 2010a, s. 29f).

Mellem de to poler befinder Fairclough sig; i hans optik er diskurs både konstituerende og konstitueret. Når Fairclough betragter diskurs som både konstituerende og konstitueret, trækker han på Anthony Giddens' sociologiske teori om strukturer som betingende for social handlen, men også social handlen som en replikation af disse strukturer. Det vil sige, at der i Faircloughs teori både findes diskursive praksisser og anden social praksis. De diskursive praksisser centrerer sig i Faircloughs teori udelukkende om tekst, hvor hans tekstbegreb definerer al form for tale, skrift mv. Den diskursive praksis og andre sociale praksisser konstituerer hinanden i et dialektisk samspil. Det betyder, at nogle sociale praksisser fungerer efter andre logikker end den diskursive praksis, og derfor skal undersøges med andre redskaber (Jørgensen & Phillips, 2010a, s. 28; Fairclough, 2010b, s. 38).

På dette område rettes der kritik mod Fairclough, hvor kommunikationsforskere Marianne Jørgensen og Louise Phillips problematiserer opdelingen mellem diskursive og ikke-diskursive praksisser. Jørgensen og Phillips kritiserer denne adskillelse for at være for uklar, idet Fairclough ikke tilstrækkeligt tydeliggør grænsen mellem disse praksisser (Jørgensen & Phillips, 2010a, s. 28f).

Lingvist Brian Poole retter en lignende kritik mod Fairclough, idet han mener, at Faircloughs dobbeltsidede diskursbegreb er tvetydigt. Her fremhæver Poole Faircloughs definition af diskurs som på den ene side abstrakt sprogbrug, der er en del af det sociale liv, og på den anden side som mere

håndgribelige “tælbare objekter”, der er måder at repræsentere verden på; f.eks. når Fairclough referer til forskellige diskurser inden for et givent felt – såsom politisk diskurs. Altså en kritik i tråd med Jørgensen og Phillips’ kritik af opdelingen mellem diskurs som konstituerende og konstitueret (Poole, 2010, s. 141).

I vores anvendelse af Faircloughs diskursanalyse, kan vi delvist genkende kritikken. At nogle praksisser skulle fungere som ikke-diskursive praksisser, er abstrakt, og det er vanskeligt at identificere klare retningslinjer for, hvornår noget er ikke-diskursivt. Samtidig tilslutter vi os Faircloughs dialektiske tilgang, idet vi i vores analyse først og fremmest betragter diskurs som konstituerende. Det gør vi, når vi undersøger Mette Frederikssens sproglige konstruktion af en bestemt politisk virkelighed. Men vi betragter også diskurs som konstitueret, når vi netop undersøger, hvordan forskellige institutioner og praksisser sætter rammerne for og omstrukturerer Mette Frederikssens sprogbrug samt handlemuligheder.

3.4.1.1 Den lingvistisk-orienterede tilgang til diskurs

Foucault har haft stor indflydelse på konceptet ‘diskurs’ og ikke mindst diskursanalyse som metode. Foucaults arbejde er et vigtigt bidrag til en social teori om diskurs i forhold til at undersøge relationer mellem magt og diskurs samt den diskursive konstruktion af sociale subjekter og viden. Fairclough adskiller sig fra Foucault, idet Faircloughs kritiske diskursanalyse lægger væsentlig vægt på det lingvistiske, modsat Foucaults mere abstrakte diskursanalytiske tilgang (Fairclough, 1992b, s. 37f).

Fairclough er ikke den eneste, der har beskæftiget sig med den lingvistiske tilgang til diskursanalyse. I en undersøgelse af en række andre tilgange skelner Fairclough mellem kritiske og ikke-kritiske tilgange. De kritiske adskiller sig, idet de ikke blot beskriver diskursive praksisser, men også viser, hvordan diskurs formes af magtrelationer og ideologier (Fairclough, 1992a, s. 12).

Selvom flere tilgange til diskursanalyse fokuserer på forskelle og ligheder mellem forskellige praksisser og de historiske forandringer, der finder sted heri gennem kampe mellem forskellige sociale kræfter, mener Fairclough ikke, at det er tilstrækkeligt (Fairclough, 1992a, s. 36). Hverken Foucaults perspektiver eller de lingvistisk orienterede diskursanalyser bidrager tilstrækkeligt med perspektiver på måden, hvorpå diskurs både reproducerer og forandrer samfund, som er netop det, Fairclough med sin teori søger at belyse (Fairclough, 1992a, s. 36). Fairclough mener, at den lingvistisk orienterede tradition inden for diskursanalyse er underbelyst og skal styrkes ved at trække yderligere på sprog og diskurs som en social teori (Fairclough, 1992a, s. 35). Dette er for Fairclough formålet med hans kritiske diskursanalyse, der udfolder sig igennem 1980’erne i England.

Den kritiske diskursanalyses udgangspunkt var at forstå, hvordan kapitalisme, herunder den neoliberale kapitalisme, både muliggør og begrænser menneskeligt velbefindende. Den neoliberale kapitalisme er karakteriseret ved en optimering af konkurrencedygtige frie markeder og statens mindskede ansvar for det menneskelige velbefindende (Fairclough, 2010a, s. 11). For Fairclough handler den kritiske diskursanalyse altså om at demaskere den neoliberale ideologis indflydelse på samfundet. Den kritiske diskursanalyse kan netop italesætte de modsætninger, magtforhold og problemer, der er i et neoliberalt kapitalistisk samfund. Fairclough sætter fokus på kapitalismen, fordi det er det dominerende økonomiske system internationalt, og fordi han mener, at karakteristika ved dette system påvirker alle aspekter af det sociale liv. Dermed er formålet med den kritiske diskursanalyse at adressere sprogets involvering i måden, hvorpå kapitalistiske samfund fungerer (Fairclough, 2010a, s. 1).

Brian Poole kritiserer Fairclough med udgangspunkt i dette. Fairclough påstår, at hans største interesse ligger i sproget, hvilket ifølge Poole ikke stemmer overens med hans gennemgående kritik af det kapitalistiske samfund (Poole, 2010, s. 139). Hermed kritiseres Fairclough for at være for politisk motiveret, og at hans politiske standpunkter driver hans analyser mere end selve de lingvistiske pointer (Poole, 2010, s. 146).

Trods vi i specialet beskæftiger os med en politisk "tekst", er Pooles bevæggrunde for kritikken ikke noget, der har indflydelse på vores analyse. Vi anvender Faircloughs kritiske diskursanalyse som en metode til at forstå og fortolke vores empiri, men det er ikke med henblik på at "afsløre" underliggende kapitalistiske strukturer i det danske samfund. Selvom kapitalismen hos Fairclough ifølge kritikken vejer tungere end lingvistikken, gør det sig ikke gældende i vores speciale. Trods vi i vores analyse ikke er interesserede i dette kapitalistiske perspektiv, finder vi alligevel Faircloughs teori relevant og brugbar som metodisk tilgang. Det skyldes, at vi med hans begreber og analysemodel netop får en forståelse for sprogets konstruktion af den politiske virkelighed, Mette Frederiksen i podcasten italesætter, samt hvilke diskurser hun trækkes på.

3.4.2. *Diskursbegrebet hos Fairclough*

For Fairclough kan diskurs ikke forstås som noget isoleret, men er snarere et udtryk for et komplekst sæt af relationer mellem aktører, der kommunikerer. Dog kan det også være relationer mellem selve kommunikationshandlingerne. Fairclough argumenterer dog også for, at det kan være endnu mere komplekse relationer mellem diskursive 'objekter', såsom sprog, diskurs og genre, eller 'objekter' fra den fysiske verden, herunder personer, magtrelationer og institutioner. Ifølge Fairclough er det ikke muligt at svare på, *hvad* en diskurs er - kun i forhold til interne og eksterne relationer mellem disse 'objekter' (Fairclough, 2010a, s. 3).

Relationerne er dialektiske, og netop den dialektik gør det svært entydigt at definere 'diskurs'. I relationerne kan 'objekter' differentiere fra hinanden, men det betyder ikke, at de *ikke* kan sameksistere. Fairclough eksemplificerer dette med 'magt' og 'diskurs' i en moderne stat. En moderne stat kan udtrykke magt gennem diskurs (f.eks. opretholdelse af legitimitet), men staten har også et magt-aspekt, som ikke er diskursivt forankret, f.eks. lovgivning, retsforfølgelse af individer mv. De to forskellige objekter (magt og diskurs) sameksisterer i en social praksis. Dog flyder de to sammen; diskurs kan internaliseres i magt og omvendt. Eksempelvis kan magtstrukturer simplificeres gennem diskurs. Den sociale praksis består dermed af komplekse artikulationer af objekter. Det betyder, at ingen 'objekter' kan analyseres alene, men altid skal forstås i en dialektisk relation til øvrige 'objekter' (Fairclough, 2010a, s. 4)

Jørgensen og Phillips kommer i deres udlægning af Faircloughs diskursteori nærmere en definition på hans diskursbegreb. Fairclough betragter diskurs som en sproglig handling, der påvirker verden, som er historisk og kulturelt forankret. Det skyldes, at Fairclough som nævnt betragter diskurs som både *konstituerende*, men også som *konstitueret*. Det betyder, at viden, relationer og identiteter forandres gennem diskurs (diskurs som konstituerende), men diskursen formes og begrænses samtidig af sociale praksisser og sociale strukturer (diskurs som konstitueret) (Jørgensen & Phillips, 2010b, s. 74, 77).

3.4.3 Hvorfor 'kritisk'?

Inden vi afdækker kritisk diskursanalyse som metode, finder vi det væsentligt at klargøre, hvad Fairclough forstår ved 'kritisk'. Ifølge Fairclough bringer anvendelsen af begrebet 'kritisk' et normativt element ind i analysen. Det vil sige, at der fokuseres på, hvad der er galt med samfundet, og hvordan det kan genoprettes fra et normativt standpunkt (Fairclough, 2010a, s. 7). Dette normative standpunkt udspringer fra den kritiske teori, som Faircloughs arbejde er inspireret af.

Den kritiske teori har det udgangspunkt, at mennesket skal frigøres fra samfundets skævvridninger, der er skjult bag ideologier (Elling, 2004, s. 208). Kritikken vurderer det eksisterende, hvad der kan eksistere, og hvad der bør eksistere baseret på et kohærent sæt af værdier (Fairclough, 2010a, s. 7). Fairclough imødekommer selv en eventuel kritik ved at pointere, at forskellige individer kan have divergerende opfattelser af, hvad der f.eks. er retfærdigt, men formålet med kritikken er at fremhæve de kløfter, der kan være mellem et samfund, der hævder at være retfærdigt, og hvad samfundet reelt er (Fairclough, 2010a, s. 7).

Et af den kritiske diskursanalyses primære foki er effekten af de uligheder, som magtrelationer producerer gennem 'sociale uretfærdigheder'. Mere specifikt, diskursive aspekter ved magtrelationer

og uligheder. Dette inkluderer et spørgsmål om 'ideologi', hvor ideologi forstås som måder, hvorpå aspekter af verden repræsenteres, og repræsentationen operationaliseres i bestemte måder at agere på. Disse måder at agere på bidrager til at opretholde eller konstituere ulige magtrelationer (Fairclough, 2010a, s 8).

Fairclough beskæftiger sig med det teoretiske spørgsmål om, hvilke relationer der er mellem sprog og ideologi, samt de metodiske spørgsmål om, hvordan disse relationer viser sig i en analyse. Ifølge Fairclough er sprog en materiel form for ideologi, og ideologier er placeret på flere niveauer i sproget - både i sprogstrukturer og sproghandlinger (Fairclough, 2010b, s. 56). Ifølge Fairclough er ideologier åbne for kritik på baggrund af, hvad de repræsenterer, hvilket som nævnt er forudsætningen for denne normative kritiske tilgang. Med en sådan kritisk tilgang til analysen produceres der fortolkninger og forklaringer af områder af det sociale liv, der således bidrager til at identificere sociale uretfærdigheder og endda producerer viden, der under de rette omstændigheder kan bruges til at udbedre disse uretfærdigheder (Fairclough, 2010a. s 8).

3.4.4 Kritisk diskursanalyse som metode

Fairclough beskriver tre funktioner ved diskurser, som er relevante, når man foretager en kritisk diskursanalyse: at konstruere sociale identiteter (identitetsfunktionen), at konstruere sociale relationer (den relationelle funktion) og at konstruere videns- og betydningssystemer (den ideationelle funktion). Hermed er disse tre funktioner den viden, man som diskursanalytiker opnår. For at undersøge disse funktioner skal man fokusere på to dimensioner: *den kommunikative begivenhed* og *diskursordenen* (Jørgensen & Phillips, 2010b, s. 79f).

Den kommunikative begivenhed beskriver Jørgensen og Phillips som "[...] et tilfælde af sprogbrug - som en avisartikel, en film, en videoproduktion, et interview eller en politisk tale [...]" (Jørgensen & Phillips, 2010b, s. 79). I vores analyse er det altså Mette Frederikssens podcast, som er den kommunikative begivenhed. Den kommunikative begivenhed består af tre dele: en tekst, den diskursive praksis og den sociale praksis. Disse tre dimensioner er grundstenene i Faircloughs analysemodel, som vi senere vil beskrive (Jørgensen & Phillips, 2010b, s. 80).

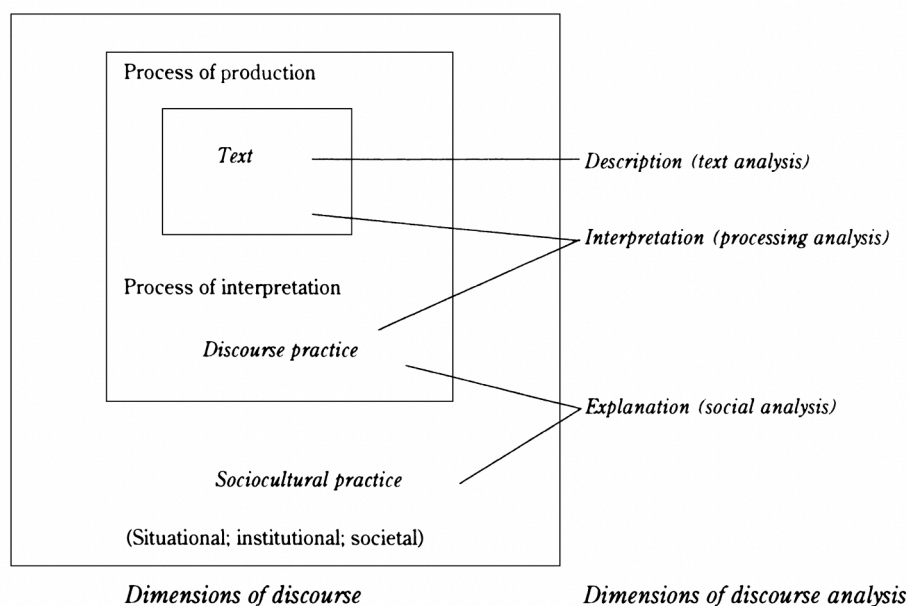
Den diskursive orden beskriver Jørgensen og Phillips som "[...] summen af de *diskurstyper* som bruges inden for en social institution eller et socialt domæne. Diskurstyper består af diskurser og genrer [...]" (Jørgensen & Phillips, 2010, s. 80). Et eksempel er den politiske diskursorden, der bl.a. gør sig gældende i dette speciale. Inden for denne orden er der forskellige diskursive praksisser, hvori der udtrykkes "tekst" - f.eks. et pressemøde, en politisk tale eller en politisk debat. I hver enkel af

disse diskursive praksisser bruges diskurstyper (altså diskurser og genrer) på bestemte måder. 'Genrer' er sprogbrug, der konstituerer og er forbundet med en bestemt social praksis (f.eks. nyhedsgenren) (Jørgensen & Phillips, 2010b, s. 80).

Som nævnt er kritisk diskursanalyse ikke en analyse af diskurs isoleret, men en analyse af dialektiske relationer mellem diskurser og andre objekter. Det er også en analyse af interne relationer mellem diskurser. Fairclough kalder det for en transdisciplinær metodologi. Det betyder altså, at man med kritisk diskursanalyse ikke kun fokuserer på diskurs isoleret, men også trækker på f.eks. sociologiske eller politiske tilgange, der udvider forståelsen, idet den transdisciplinære tilgang tillader forskellige indgangsvinkler til diskursanalysen (Fairclough, 2010a, s. 4f). Denne tilgang gør sig også gældende i vores arbejde, hvor vi supplerer diskursanalysen løbende med teoretiske perspektiver inden for f.eks. medier og politisk kommunikation for at kontekstualiserer vores fund.

3.4.5 Den tredimensionelle model

Fairclough præsenterer en konceptualisering af diskurs og en tilsvarende tredimensionel model til diskursanalyse. Diskurs og alle tilfælde af diskursive praksisser sameksisterer - dvs. at modellens tre niveauer (den kommunikative begivenhed) skal betragtes som en helhed. De tre niveauer er: sproglig tekst (skrift eller tale), diskursiv praksis (tekstproduktion og konsumtion) og sociokulturel praksis. Faircloughs tekstbegreb inkluderer både det skrevne og det mundtlige sprog (Fairclough, 2010c, s. 132), og han ser alle tilfælde af sprogbrug som en kommunikativ begivenhed (Jørgensen & Phillips, 2010b, s. 80). Nedenstående model illustrerer den tredimensionelle model til kritisk diskursanalyse:



(Fairclough, 2010c, s. 133)

De tre niveauer i analysemodellen har tre forskellige formål: en *beskrivelse* af teksten (tekstniveau), en *fortolkning* af relationen mellem diskursive praksisser og teksten (diskursivt niveau) og en *forklaring* af relationen mellem diskursive praksisser og sociale processer (sociokulturelt niveau) (Fairclough, 2010c, s. 132).

3.4.5.1 Tekstniveauet

Tekstanalysen er den kritiske diskursanalyses lingvistiske dimension, hvor man undersøger, hvilke semiotiske 'modes' (sprog, kropssprog, lyde, musik osv.), der anvendes, og hvordan disse artikuleres i relation til hinanden (Fairclough, 2010a, s. 7). Der findes mange metoder til tekstanalyse udviklet over tid, herunder lingvistikken, pragmatikken, sociolingvistikken mv. Fairclough påpeger, at alle disse metoder i princippet kan anvendes inden for den kritiske diskursanalyse, så længe de blot tilpasses kritisk diskursanalyses principper og formål. Hermed afhænger det specifikke udvalg af metoder af den givne analyses formål (Fairclough, 2010a, s. 6f). Vi vil gennemgå delingvistiske værktøjer, vi anvender, løbende i analysen, som vi anvender dem.

3.4.5.2 Det diskursive niveau

Analysemodellens andet lag 'den diskursive praksis' er medierende mellem det tekstuelle niveau og det sociokulturelle niveau (Fairclough, 2010c, s. 132). Væsentligt er det her, at der findes flere tilgange til en analyse af dette niveau. Fairclough benytter sig oftest af en lingvistisk tilgang, hvor genrer og øvrige diskurser er i centrum (Jørgensen & Phillips, 2010b, s. 93f).

For Fairclough er genre et væsentligt begreb, idet det illustrerer, hvordan den diskursive praksis forbundet med tekstproduktion former selve teksten og efterlader spor i overfladen, hvilket har betydning for fortolkningen af teksten (Fairclough, 2010c, s. 132). Det betyder, at man på det diskursive niveau undersøger, hvordan teksten trækker på eksisterende diskurser og genrer. Dog er denne lingvistiske tilgang kombineret med en sociologisk tilgang. Dette indbefatter en undersøgelse af produktionsforhold for en tekst (Jørgensen & Phillips, 2010b, s. 82, 93).

3.4.5.3 Det sociokulturelle niveau

I modellens yderste lag sættes tekst- og diskursniveau i en større sociokulturel kontekst. Det vil sige, at man på det sociokulturelle niveau undersøger, om den diskursive praksis omstrukturerer eller reproducerer den allerede eksisterende diskursorden. Omstrukturering betyder, at der i det diskursive niveau trækkes på genrer og diskurser fra andre diskursordener. En reproduktion betyder derimod, at der i diskursive niveau trækkes på diskurser indenfor den givne diskursorden.

Når vi anvender begrebet diskursorden, skal det forstås som de samlede diskurser, der eksisterer i et givent felt, som sprogbrugen stiller til rådighed. Det vil sige, at diskursordenen både begrænser, hvilke sproghandlinger der er mulige, samtidig med at det skaber mulighed for at ændre diskursordenen, såfremt man trækker på diskurser fra andre felter. Desuden undersøger man, hvilke konsekvenser denne reproduktion eller omstrukturering har eller kan have for den sociale praksis (Jørgensen & Phillips, 2010b, s. 81ff, 84). Denne omstrukturering eller reproduktion betragter Fairclough som et udtryk for en hegemonisk kamp (Jørgensen & Phillips, 2010b, s. 88).

3.4.5.4 Vores anvendelse af den tredimensionelle model

Som Fairclough selv understreger, kan de tre dimensioner i modellen ikke adskilles, og de skal forstås som en helhed. Dette er også årsagen til, at modellen i vores analyse fungerer som en overordnet ramme snarere end som en fastlåst struktur.

I undersøgelsesspørgsmål 3 beskæftiger vi os med tekstniveau og det diskursive niveau i samspil med hinanden. Fairclough fremhæver selv en række lingvistiske træk, som man i en tekstanalyse kan være opmærksom på, og her tager vi udgangspunkt i deiksisforhold, modalitet og præsuppositioner (Fairclough, 1992e, s. 234-237). Vi vil i analysen løbende uddybe begreberne, som vi anvender dem. Til en undersøgelse af det diskursive niveau er der ikke de samme konkrete analyseværktøjer, men det er snarere en analytisk 'linse', der giver os mulighed for at se teksten i et bredere perspektiv end blot på det rent sproglige niveau. Det sociokulturelle niveau inddrages primært i vores diskussion, idet vi med vores afgrænsede empiri ikke kan drage konklusioner på samfundsmæssigt plan.

Samlet set er Faircloughs kritiske diskursanalyse ikke en stringent opdeling af analysen, men snarere en bredere fortolknings- og forståelsesramme for den overordnede problemformulering.

3.5 Validitet og reliabilitet

Når man foretager en undersøgelse, er det vigtigt at reflektere over kvaliteten af denne. Det gør vi gennem en refleksion over specialets reliabilitet og validitet, som er kriterier for at evaluere ens forskning (Bryman, 2012a, s. 77). Her vurderer man pålideligheden af ens undersøgelse samt kausalitet mellem problemformulering, metode, empiri og konklusion.

3.5.1 Reliabilitet

Når man beskæftiger sig med begrebet reliabilitet, drejer det sig om to ting: intern og ekstern reliabilitet. Den eksterne reliabilitet vedrører muligheden for replikation af undersøgelsen (Bryman, 2012c, s. 390). Når man arbejder med humanistisk metode og teori, som vi i specialet gør, vil vores

fortolkning, udvælgelse af empiri mv. uundgåeligt være baseret på specialets formål. Dette vanskeliggør naturligvis at gentage den præcise undersøgelse og finde frem til de samme resultater. Dette er dog sjældent hensigten med den kvalitative forskning. Vores analyse er dels baseret på en kvantitativ metode, som typisk er karakteriseret ved høj ekstern reliabilitet. Vi har formuleret en række kriterier, for det indhold vi koder, som fremgår i vores kodningsmanual (Bilag 1). Det vil typisk være en sådan indsats, der bidrager til en høj ekstern reliabilitet i den kvantitative forskning. Dog er det væsentlige her, at vi i vores kvantitative indholdsanalyse koder latent indhold, der forudsætter en fortolkning, og dermed opnår vi ikke den høje eksterne reliabilitet, da det ikke kan garanteres, at andre vil fortolke empirien på samme måde. Dermed kan kodningsresultaterne variere.

Intern reliabilitet drejer sig om et fælles grundlag for de betingelser, der er for kodningen og analysen (Bryman, 2012c, s. 390). Netop vores kodningsmanual bidrager til at sikre, at vi internt arbejder ud fra samme præmisser og har samme afsæt. Dette har været væsentligt, da alt kodning af data centrerer sig om at fortolke, hvilke kategorier dataet tilhører, hvorfor et fælles udgangspunkt har været nødvendigt. Jævnfør vores gennemgang af kodningsprocessen (jf. 3.2) har vi netop sikret en høj intern reliabilitet, idet al data er kodet over to omgange, hvilket har bidraget til at forstærke den interne reliabilitet.

3.5.2 Validitet

Når man beskæftiger sig med validitetsbegrebet, skelnes der også mellem intern og ekstern validitet. Den interne omhandler kausalitet mellem problemformulering, metodisk afsæt, empiri og konklusion (Bryman, 2012a, s. 47f; Bryman, 2012c, s. 390). Vi har haft en dynamisk tilgang til samspillet mellem empiri og teori i processen. Som udgangspunkt havde vi nogle på forhånd definerede teoretiske retninger, som satte rammen for vores speciale: undersøgelser om podcast, undersøgelser om politisk kommunikation samt medialisering. Samtidig har denne dynamiske tilgang tilladt, at vi løbende har kunne inddrage supplerende forskning for at netop at kunne kontekstualisere de fund, der opstod i analyseprocessen - f.eks. er forskningen om skyldsplacering som en politisk kommunikationsstrategi først inddraget, da det i analysen af empirien blev tydeligt, at dette var aktuelt.

Måden, vi har kodet på, har også bidraget til at sikre en høj intern validitet. Alle værdier er identificeret på baggrund af empirien i første kodning. Derefter har vi sikret, at al data kodes efter samme principper ved at foretage endnu en kodning af samme data. Dette bidrager til at sikre en sammenhæng mellem empirien, måden vi arbejder med den på og konklusionen, vi opnår.

Med vores tilgang til Norman Faircloughs kritiske diskursanalyse som metode har vi arbejdet på en måde, der bidrager til at sikre, at der er kausalitet mellem det, vi undersøger, og hvordan vi

undersøger det - hele tiden med henblik på at opnå det resultat, der bidrager til en besvarelse af problemformuleringen. Det har betydet, at metoden har været en ramme for vores forståelse og fortolkning af empirien, fremfor en fastlåst struktur for analysen, der potentielt ville kunne begrænse vores muligheder for at fortolke empirien i den kontekst, vi finder mest relevant.

Metoden lægger op til at arbejde med en tredelt analysestruktur, hvor man først analyserer tekst, derefter diskursivt niveau og slutteligt sociokulturelt niveau. Den kritiske diskursanalyse som metode fylder primært i undersøgelsesspørgsmål 3, hvor vi netop har arbejdet med både tekst og diskursniveau, idet en adskillelse af disse både ville være vanskelige og skabe redundans. Derudover indgår det sociokulturelle niveau først primært i diskussionen, i og med det relativt afgrænsede empirigrundlag ville gøre det vanskeligt at drage konklusioner på samfundsmæssigt niveau.

Med den eksterne validitet vurderer man undersøgelsens generaliserbarhed (Bryman, 2012a, s. 47f). Vi har en lav ekstern validitet, hvilket dels begrundes af, at vi arbejder med fortolkningsvidenskab, ligesom perioden, vi undersøger, er særlig, da perioden er i optakten til et Folketingsvalg. Det er væsentligt at understrege, at formålet med vores undersøgelse ikke er at finde frem til én endegyldig fortolkning. Med vores analyse ønsker vi at illustrere nogle forandringer i den politiske kommunikation med podcasten som analytisk genstandsfelt. Dermed er det altså ikke et ønske om at pege på en forandring som objektiv sandhed, der gælder på tværs af tid og rum, men snarere et ønske om at illustrere nogle tendenser ud fra den afgrænsede empiri, vi anvender.

Et mere relevant perspektiv er derfor at reflektere over undersøgelsens analytiske generaliserbarhed. Her vurderer vi specialets gennemsigtighed i form af det teoretiske afsæt mv. i tilfælde af, at andre skulle foretage en lignende undersøgelse i en anden periode, med anden empiri (Roald & Køppe, 2008, s. 94). I specialet har vi afdækket en række perspektiver, der er relevante indenfor emnet 'medier og politik', ligesom vi har gennemgået hhv. undersøgelsesdesign og vores metodiske arbejde, hvilket gør det muligt at anvende samme redskaber til en undersøgelse med et lignende empirigrundlag. Den udvikling, der sker inden for både mediesystemer og det politiske system (og dermed også samspillet mellem de to), er dog væsentlig at tage højde for, såfremt formålet, ligesom vores, er at undersøge ændringer inden for området. Dermed vurderer vi, at specialet har høj analytisk generaliserbarhed nu, men samtidig kan kræve nyere forskning om medier og politik på et senere tidspunkt.

3.5.3 Refleksion over kvantitativ og kvalitativ forskning

I specialet arbejder vi både med kvantitativ og kvalitativ metode. Selvom den kvantitative metode har rødder i positivismen, er adskillelsen mellem kvalitativ og kvantitativ metode blevet kritiseret for at

være for låst og ekskluderet fra hinanden. Ifølge Eskjær og Helles behøver den kvantitative og kvalitative tilgang ikke betragtes som to modstridende tilgange. Derimod kan en kvantitativ indholdsanalyse f.eks. bidrage til en kvalitativ fortolkende analyse (Eskjær & Helles, 2015, s. 21f). Netop denne tilgang har også været fordelagtigt i vores analytiske arbejde, hvor den kvantitative indholdsanalyse ikke blot har givet os et overblik over empirien, men tillige har været springbræt og forudsætning for vores senere kvalitative indholdsanalyse. Det er netop i den kvantitative indholdsanalyse, vi har fået indblik i relationen mellem formidlingsstrategier og emner samt deres frekvens, hvilket har været relevant i vores undersøgelse af Mette Frederiksens kommunikation via hendes podcast.

3.6 Videnskabsteori

I afsnit 3. har vi løbende gennemgået og forholdt os til de videnskabsteoretiske traditioner, Fairclough er inspireret af, ligesom vi har afdækket hans ståsted ift. øvrige diskursteoretikere. Med det in mente vil vi i dette afsnit forholde os til, hvordan vi konkret i specialet opnår viden, og hvilken videnskabsteoretisk tradition vi er inspirerede af i vores brug af Faircloughs kritiske diskursanalyse.

Diskursbegrebet udspringer fra poststrukturalismen, der tog afstand fra strukturalismens skelnen mellem sprogstruktur og det konkrete sprogbrug, men derimod anser sprog som en foranderlig struktur, hvor betydning skabes i anvendelsen af sprog. I ovenstående afsnit har vi påpeget, hvordan der inden for diskursteori og diskursbegrebet er divergerende tilgange til forståelsen og anvendelsen af dette. Dog har de alle tilfælles, at sprog i varierende grad er konstituerende for mening.

Som vores gennemgang af Faircloughs kritiske diskursanalyse viser, udspringer hans teori af både marxismen og den kritiske teori, hvorfor den kritiske diskursanalyse har det normative udgangspunkt, den har. Netop Faircloughs inspiration fra marxismen er et af de steder, hvor han grundlæggende adskiller sig fra øvrige diskursteoretikere, herunder Laclau og Mouffe samt Foucault. De væsentlige forskelle drejer sig bl.a. om synet på ideologi. Ifølge Fairclough findes der både ideologiske og ikke-ideologiske diskurser. Helt konkret underlægger én social gruppe sig en anden social gruppe i hans optik, og dermed har han med sit normative udgangspunkt et ønske om at “finde vej ud af ideologien”. De øvrige diskursteoretikere tager alle afstand fra overhovedet at beskæftige sig med begrebet, idet der i deres optik ikke er noget, som er objektivt, og hermed er alt ideologisk forankret. Faircloughs skelnen mellem diskursive og ikke-diskursive ideologer forudsætter, at der findes en “objektiv” sandhed. Dette er noget, han har fået kritik for (Jørgensen & Phillips, 2010a, s. 27-28) af dem der læner sig op ad en diskursteoretisk tilgang, som ligger længere til venstre på akse med diskurs som konstituerende (til venstre) og diskurs som konstitueret (til højre). Vi tilslutter os ideen om, at alt er ideologisk forankret, og dermed betragter vi ikke “sandheder” som objektive. Dette har

rødder i vores egen erkendelsesteoretiske position, hvor vi betragter sprog som konstituerende for mening, og derfor tilslutter vi os ikke i samme grad dette marxistiske/kritisk teoretiske udgangspunkt.

Måden, vi anvender Faircloughs diskursanalyse på, læner sig langt mere op ad hans socialkonstruktivistiske udgangspunkt. Her mener vi netop præmissen for diskursanalysen, som er, at sprog er konstituerende for mening. Det vil sige, at det er gennem sproget og sproglige konstruktioner, vi tilfører mening til befolkningsgrupper, emner mv. I specialet er det netop også det, vi undersøger, når vi analyserer Mette Frederiksens sproglige konstruktion af den politiske virkelighed gennem podcasten. Hermed betragter vi altså sprog som konstituerende for virkeligheden, og derfor er vi inspirerede af den socialkonstruktivistiske tradition. I og med viden og mening skabes gennem sproget og er socialt konstrueret, er begge også foranderlige, og mening vil aldrig være endegyldigt og objektivt (Rasborg, 2004, s. 349; Fuglsang & Olsen, 2004, s. 39). Denne tilgang afspejler sig også i ovenstående afsnit, hvor vi vurderer specialets validitet og reliabilitet.

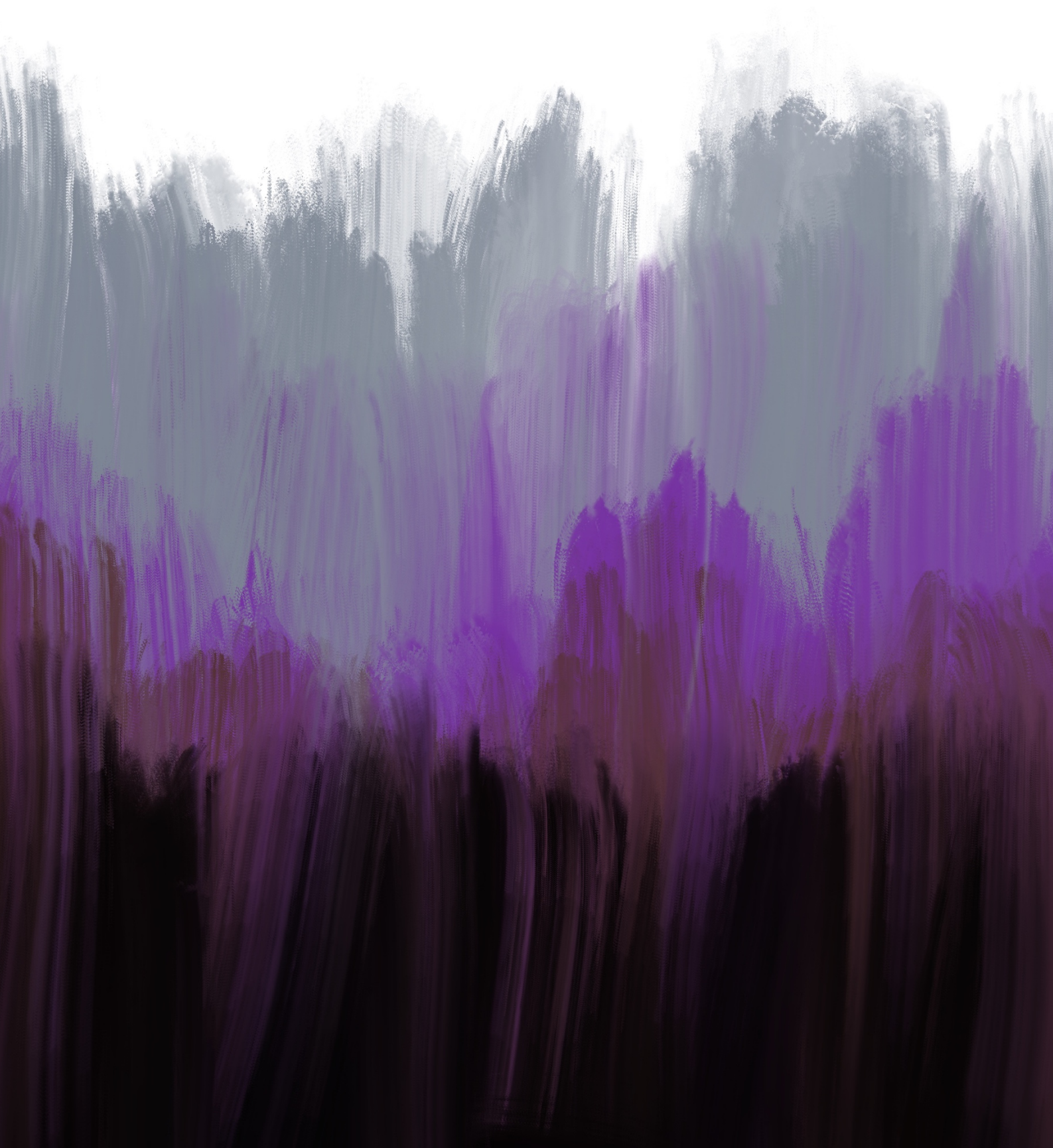
Socialkonstruktivismen har ikke, modsat poststrukturalismen, en "urkilde" (Saussures strukturalisme), og der er uenighed om, hvem der grundlagde socialkonstruktivismen (Esmark et al., 2005, s. 15). Dog var den tyske filosof Immanuel Kant en af de første, som formulerede et opgør med den radikale empirisme tilbage i 1781. Her vendte Kant grundtanken om, og satte den menneskelige erkendelse (herunder sproget) før objektet, hvor objektet ellers før havde været forudgående for den menneskelige erkendelse (Rasborg, 2004, s. 356). Dette er grundtanken i socialkonstruktivismen: At objekters mening og betydning forudsættes af menneskelig erkendelse og sproget.

I specialet er vores ontologiske afsæt, at der ikke er noget, som *er*, og vi har det epistemologiske afsæt, at mening og betydning konstrueres via sproget. Vigtigt er det at understrege, at vores epistemologiske udgangspunkt er, at objekter kan eksistere uden menneskelig erkendelse/sproglig konstruktion, men at det er den menneskelige erkendelse og sproget, som tilfører mening til disse objekter (Rasborg, 2004, s. 352-355). For at kontekstualisere socialkonstruktivismen til vores speciale, er vi f.eks. interesserede i, gennem den kritiske diskursanalyse, at opnå viden om, hvordan Mette Frederiksen gennem forskellige formidlingsstrategier sprogligt konstruerer en mening om f.eks. indvandrerkvinder i Danmark.

I vores analyse læner vi os op ad Faircloughs dialektiske syn på diskurs, hvor han dels ser diskurs som konstituerende, idet vi undersøger, hvordan Mette Frederiksen gennem sproget konstruerer betydninger om politiske issues. Fairclough ser også diskurs som konstitueret. I relation til dette undersøger vi, hvordan øvrige institutioner (såsom den politiske institution) sætter rammerne for og muliggør Mette Frederiksens handlemuligheder.

Kapitel 4

Analyse



4. Analyse

Dette kapitel er struktureret i tre dele efter vores undersøgelsesspørgsmål. Først ønsker vi at give et indblik i podcast som medie samt anvendelse i politisk sammenhæng. Dernæst foretager vi en kvantitativ indholdsanalyse af Mette Frederiksens podcast 'Statsministeren spørger', hvor resultater her vil være afsnit for sidste del, hvor formålet er at undersøge, hvordan Mette Frederiksen konstruerer en bestemt politisk virkelighed.

4.1 Podcastens egenskaber samt anvendelse i politisk sammenhæng

I følgende analysedel ønsker vi at besvare, hvilke egenskaber podcast som medie har, og hvordan podcasts er blevet anvendt i politisk sammenhæng for at kontekstualisere Mette Frederiksens podcast 'Statsministeren spørger'.

4.1.1 Podcast som medie

Podcast er et auditivt medie, som tidligere er blevet sammenlignet med radio. At sammenligne podcasten med radio kan i nogle sammenhænge fortsat være relevant, da der stadigvæk er radioindhold, som efter udsendelse gøres tilgængeligt on demand på podcast tjenester - f.eks. DR's 'Sara og Monopolet', 'Curlingklubben' og 'P1 Morgen'. Dog peger forskningen også på nogle særegne egenskaber ved podcasten. En af de væsentlige er, at man med podcast ikke er underlagt flowradioens skematiske indholdsplan, ligesom podcast ikke nødvendigvis er underlagt samme redaktionelle rammer som traditionelle medier. I den forbindelse vurderer vi, at podcastmediet, i hvert fald i politisk sammenhæng, deler en række fællestræk med sociale medier. Den tidligere forskning peger på, at politikere anvender sociale medier til at komme ud med deres budskaber udenom de traditionelle medie gatekeepers. Hermed deler podcasten og de sociale medier det træk, at de ikke er underlagt samme 'professionelle' retningslinjer som de traditionelle medier, hvilket giver nye muligheder for kommunikation.

4.1.1.1 Personificering og pseudo-diskursivitet

Podcastmediets teknologi lægger op til konversationelt, informerende og personligt indhold, som danner grobund for, at lytteren opnår en følelse af en tæt relation til podcastens vært(er). Denne intime relation mellem lytter og vært kan være afgørende fra et marketingsorienteret standpunkt, og som forskningen også peger på, forstærkes den af, at man som lytter bogstaveligt talt bliver "hvisket i øret", når man lytter til podcast. Selvom det ikke belyses i forskningen vedrørende podcast, så er det selvsagt også fordelagtigt for en politiker netop at kunne skabe denne tætte relation til sine vælgere -

eller i hvert fald følelsen af en tæt relation. Det er netop endnu et fællestræk, som, vi vurderer, podcasten deler med de sociale medier, hvor personificering i politik spiller en væsentlig rolle for at gøre den politiske aktør mere menneskelig og dermed skabe en tættere relation til vælgere.

Et andet sted, hvor podcasten deler træk med de sociale medier, er i forbindelse med tilstedeværelsen af pseudo-diskursiv kommunikationsform i politisk sammenhæng. I forskningen anvendes dette begreb om tilfælde, hvor politiske debatter og diskussioner på sociale medier ofte er iscenesat for at sprede politikerens budskaber frem for egentlig interaktion, som sociale medier ellers lægger op til. Selvom podcasten ikke besidder samme interaktive træk, er der fortsat en vis lighed, idet Mette Frederiksen i sin podcast adresserer eksperter mv. hvilket signalerer en villighed til debat. Samtidig kan dette dog også blot betragtes som værende pseudo-diskursivt, da det lige så vel kan være et greb for at sprede egne budskaber.

4.1.1.2 Format og indhold

Som nævnt er podcastmediet ikke afgrænset til de professionelle medieinstitutioner, men kan også produceres af "amatører". Dette giver bl.a. mulighed for mere nichepræget indhold, hvilket skaber en følelse af inklusivitet for både producent og lytter. Som Mette Frederiksen i sin lancering af podcasten nævner, er podcasten en mulighed for at nuancere og debattere de emner, der ikke er tid og plads til i den ofte hurtige kommunikation på Christiansborg. Hermed giver podcastens niche-karakter netop Mette Frederiksen mulighed for f.eks. at gå i dybden med politiske emner, som ikke nødvendigvis er dem, der fylder i hverken medier eller offentligheden. Det faktum, at podcast ikke har samme begrænsning på både form og indhold som f.eks. radioen eller nyhedsartikler mv. giver Mette Frederiksen andre muligheder for at kommunikere om et givent emne end på sine sociale medier. Sociale medier fordrer en hurtigere og kortere kommunikation, imens Mette Frederiksen i podcasten netop får mulighed for at uddybe og sammen med sine gæster reflektere over politiske emner.

4.1.1.3 Podcast: forskelle og ligheder

Der er en række egenskaber ved podcastmediet, som det har til fælles med både radioen og sociale medier i politiske sammenhæng, men podcastmediet adskiller sig samtidig. Podcasten giver nogle muligheder, som radioen f.eks. ikke fordrer. En af egenskaberne ved podcastmediet er netop undvigelsen fra gatekeepers, som er særligt relevant og interessant, når vi undersøger podcasts i et politisk perspektiv. Det forekommer ikke som et realistisk scenarie, at journalister i de traditionelle medier blot ville agere passive "mikrofonholdere" for Mette Frederiksen. Særligt undvigelse fra gatekeepers giver mulighed for personificering og pseudo-diskursivitet via podcasten. Dog har langt de fleste

danske politikere (inklusive Mette Frederiksen) sociale medieplatforme til rådighed for deres kommunikation, som netop giver mulighed for personificering og pseudo-diskursivitet, så hvorfor også benytte sig af en podcast?

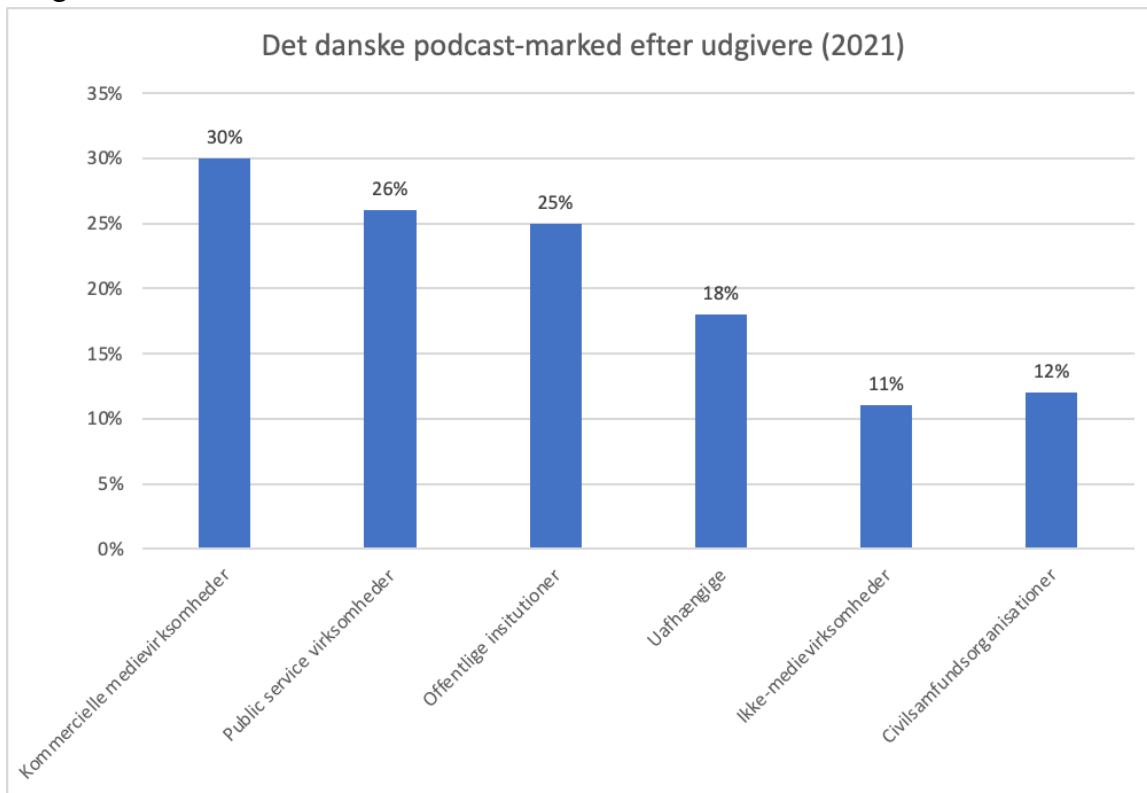
Især ved format og indhold adskiller podcastens egenskaber sig fra radioen, men også de sociale medier. På sociale medier er der en begrænsning på antallet af tegn, man kan skrive, hvor samtalen i f.eks. en podcast ikke er underlagt samme begrænsning. I de traditionelle mediers dækning er der heller ikke samme plads til nuancer, idet journalistiske normer og krav (såsom nyhedstrekanten og nyhedskriterier samt vinkling) gør det vanskeligt at afdække politiske emner i samme omfang, som podcastens format muliggør. Som den senere analyse vil vise, er det muligt for Mette Frederiksen, f.eks. i forbindelse med en samtale om bureaukrati og ældrepleje, både at drøfte problemstillinger og emnets kompleksitet, hvor det sjældent er simple 'ja' eller 'nej' spørgsmål/svar, der fylder.

Altså lader det til, at podcasten deler egenskaber med andre medier, men alligevel også kan noget mere pga. mediets unikke teknologi. Samtidig er mediet endnu så nyt, at der fortsat ikke er fasttømrede regler for, hvordan og hvilke podcasts man kan producere. Altså er det et medie, som tilbyder enorm frihed.

4.1.2 Hvem udgiver de danske podcasts?

Den danske befolkning lytter mindre til flowradio, men lydmediet er ikke ved at uddø - det flytter blot platform. Udbuddet af podcasts er i konstant vækst, og andelen af udbydere er stødt stigende (Kulturministeriet, 2021, s. 29, 32). Diagram 1 viser fordelingen af forskellige typer udbydere på det danske podcastmarked.

Diagram 1:



Kilde: (Podcastindex, u.å.)

Udbyderne varierer fra traditionelle radiostationer, virksomheder og uafhængige enkeltpersoner, til ikke-medievirksomheder og nyhedsinstitutioner mv. (Kulturministeriet, 2021, s. 32f). Ifølge tal fra Podcastindex, som udgiver statistik om udviklingen indenfor podcast i Danmark, var der i 2021 2.529 aktive danske podcasts, og heriblandt var 26% udgivet af public service-medier, imens 30% var udgivet af kommercielle medievirksomheder (Podcastindex u.å.). Her er det, som tidligere nævnt, vigtigt at understrege, at dele af dette indhold består af radioindhold, som er tilgængeligt på podcast tjenester. Hermed er knapt halvdelen af de danske podcasts produceret af professionelle medieorganisationer. Dette er et interessant perspektiv, idet podcastmediet netop lægger op til, at ikke-mediepersoner også kan producere og publicere podcasts. Et studie om podcasts i mediebilledet peger på, at den digitale offentlige sfære ikke er åben og frit tilgængelig for alle, hvilket ellers i forskningen nævnes som et af podcastmediets karakteristika. Studiet viser i stedet, at allerede eksisterende mediehierarkier reproduceres i podcastverdenen, hvor det fortsat er de store medieinstitutioner, der dominerer (Swiatek, 2018, s. 174, 183).

Podcastindex udgiver 'Podcastlisten' og 'Episodelisten', som er data, der beskriver danskeres forbrug af podcasts: "Listerne består af en optælling af antallet af streams og downloads på ugebasis og serie- og kanalniveau. De deltagende podcast-udgivere indberetter selv dataet. Alle udgivere

følger samme regelsæt for opgørelse og indrapportering. Det sikrer valid og transparent statistik” (Podcastindex u.å.). Vi har som supplement til Kulturministeriets undersøgelse foretaget en stikprøve til sammenligningen med udgangspunkt i Podcastindex’ data. Stikprøven er fra uge 42 2022, hvor Kulturministeriets undersøgelse baserer sig på data fra 2020. Diagram 2 viser fordelingen af podcast-udgivelser.

Diagram 2:

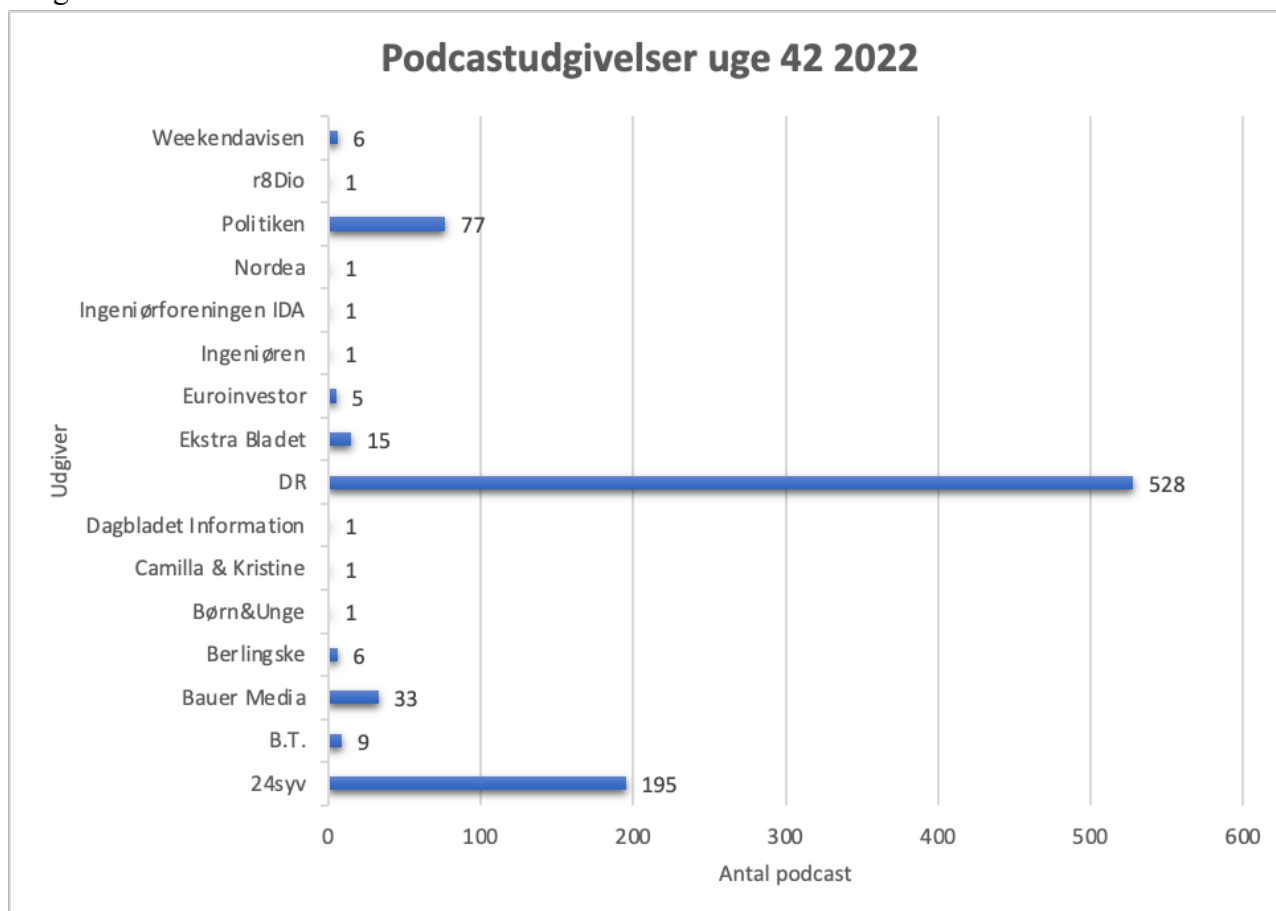
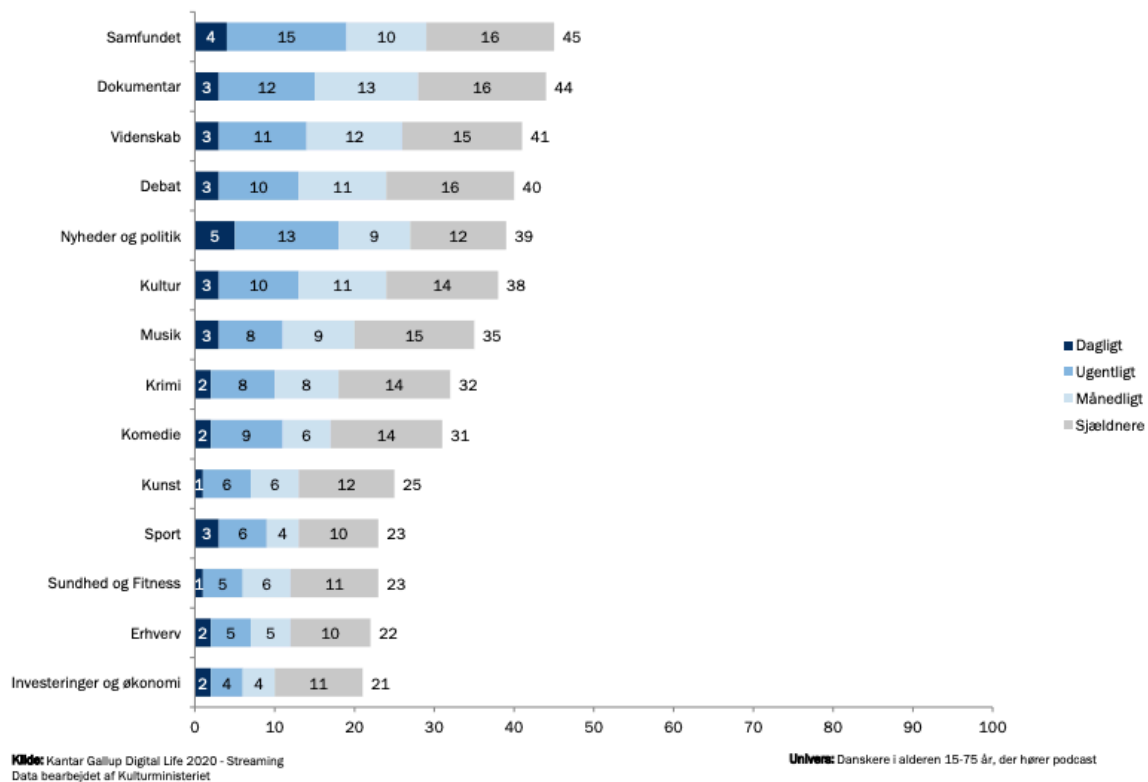


Diagram 2 viser, at DR med længder er den største distributør af danske podcasts. Det er her væsentligt at tage højde for, at det har været op til podcastudbyderne selv at rapportere deres data, og som det fremgår i tallene, er ikke-medieinstitutioner nærmest fraværende. Dog tyder den høje frekvens af f.eks. DR’s udgivelser på, at dataet er i tråd med Kulturministeriets data, da det er vanskeligt at forestille sig, at uafhængige podcasts eller podcasts produceret af enkeltpersoner tilsammen skulle kunne overstige (eller overhovedet nærme sig) den mængde podcasts, medieinstitutionerne tilsammen kan producere.

4.1.2.1 De mest populære danske podcasts

Der er som nævnt en bred vifte af forskellige podcasts indenfor forskellige emner. Dog er det her væsentligt at pointere, at kategoriseringen af emner varierer fra platform til platform. Spotify inddeler f.eks. deres podcast i 8 overordnede kategorier, hvor Podimo har 14 og Apple podcast har 18 forskellige kategorier. Alle har dertilhørende underkategorier, som specificerer emnerne. Variationen i kategorierne indikerer, at det er vanskeligt at give et specifikt bud på, hvilken kategorier der er mest populære, da de forskellige tjenester netop formulerer kategorierne forskelligt. Dog findes der i rapporten om mediernes udvikling 2021 fra Kulturministeriet (Kulturministeriet, 2021) en oversigt over de forskellige emner, danske podcasts omhandler, samt hvor mange der lytter til de enkelte emner. Diagram 3 illustrerer fordelingen:

Figur 33: Andel af danskere podcastlyttere i %, der lytter til diverse emner, fordelt på frekvens. 2020



(Kulturministeriet, 2021 s. 33)

Ifølge undersøgelsen lytter flest danskere til kategorien 'samfund' efterfulgt af 'dokumentar', 'videnskab', 'debat', 'nyheder og politik' og 'kultur'. Selvom 'nyheder og politik' ligger på en femteplads, viser undersøgelsen dog også, at det er det emne, der lyttes næstmest til ugentligt, kun overgået af 'samfund', og er det emne, der lyttes mest til dagligt (Kulturministeriet, 2021, s. 33).

Som nævnt var der i 2020 mere end 2.500 aktive danske podcasts, og ifølge Kulturministeriet var de mest populære podcasts 'Mads og Monopolet', 'Hjerne-kassen', 'Curlingklubben' og 'Orientering'. Alle disse podcasts er udgivet af DR. Først på en femteplads findes 'Mørkeland', der ikke er produceret af DR, efterfulgt af 'Third Ear' og derefter BT's 'Det, vi taler om' på en syvendeplads. Selvom det i rapporten fremgår, at der ikke findes én samlet optælling af danskernes podcastforbrug, og tallene blot er fra et lille udsnit af befolkningen (Kulturministeriet, 2021, s. 29, 33ff), giver denne statistik dog stadig et billede af et podcastlandskab, hvor det fortsat er de store medieinstitutioner, der dominerer.

4.1.3 Politiske podcast i Danmark

For at få et indblik i, hvordan Mette Frederiksen's podcast placerer sig i det øvrige politiske podcastlandskab, skelner vi mellem tre forskellige typer af politiske podcast: Nyhedspodcast, politiske podcast fra ikke-politiske aktører og podcast fra politiske aktører/partier el. lignende.

4.1.3.1 Nyhedspodcast

Nyhedspodcasts inkluderer ikke udelukkende politisk indhold, men er alligevel inkluderet i vores skelnen, idet politik er en stor del af nyhedsdækningen. Samtidig kan denne type podcasts formidle politik på en sådan måde, at det rammer et større publikum, idet nyhedspodcasts ikke er lige så nicheorienterede som de podcasts, der har politik som overordnet tema. Som nævnt kan der ikke laves en samlet opgørelse over podcasts i Danmark, men DR's nyhedspodcast 'Genstart' har, trods den ikke er med på Kulturministeriets rapport fra 2021, ligget nr. 1 på Podcastindex' liste over mest populære podcasts fra uge 42 og 10 uger tilbage (Podcastindex, u.å.).

Der findes i Danmark en lang række nyhedspodcasts, som er udgivet af de traditionelle medier, heriblandt DR's 'Orientering', Politikens 'Du lytter til Politiken', Børsens 'Morgenbriefing', Berlingskes 'Pilestræde' og Informations 'Radio Information'. Derudover findes der mere uafhængige nyhedspodcasts, hvor f.eks. journalister og radioværter Esben Bjerre og Peter Falktofts podcast 'Her går det godt' kan nævnes som nok den mest populære i Danmark. Baseret på de nævnte podcasts egne beskrivelser af indholdet i Apples podcastapp, kan denne type podcast karakteriseres som nyhedspodcasts, der sætter fokus på dagens eller ugens vigtigste nyhedshistorier.

4.1.3.2 Politiske podcasts fra ikke-politiske aktører

Modsat nyhedspodcasts har podcasts indenfor denne kategori udelukkende politik som tema. Ligesom nyhedspodcasts findes der et bredt udvalg af politiske podcasts fra ikke-politiske aktører. Det er

også de traditionelle nyhedsmedier, der er de mest fremtrædende som afsendere af podcasts indenfor denne kategori. Podcastene varierer, idet nogle af dem ugentligt inviterer gæster ind i studiet, mens andre foretager politiske analyser på baggrund af aktuelle politiske nyheder; nogle gange i samarbejde med eksperter, redaktører mv. men dog ikke politiske aktører.

Her kan nævnes komiker og forfatter Michael Schøts 'Schøtministeriet', Radio 4's 'Mandat', Qvortrup Medias 'Borgen Unplugged' og 24syvs 'Mette og magten'. I udvalget af podcasts, der inviterer politiske aktører ind bag mikrofonen, kan nævnes DR's 'Ring til regeringen', hvor podcastens værter taler med regeringens ministre og partiledere. Derudover kan nævnes 'Slottet og sumpen' fra B.T., som er en relativt ny podcast fra september 2022, der op til valget har inviteret partilederne ind i studiet. Desuden er Radio4 i samarbejde med Avisen Danmark udgivere af 'Det blå hjørne' og 'Det røde hjørne', hvor medlemmer fra rød og blå blok deltager i podcasten. Op til valget 2022 har medieorganisationer også produceret podcasts, der dækker folketingsvalget. Heriblandt er Politikens 'Valget' og 24syvs 'Valg i Danmark'.

Udover at de politiske podcasts udelukkende har fokus på politisk indhold, har podcasts indenfor denne kategori det til fælles, at de enten med eller uden gæster tager lytteren med ind i det politiske maskinrum og sætter fokus på de mest væsentlige politiske emner og udfordringer - ofte med et kritisk udgangspunkt.

4.1.3.3 Podcasts fra politiske aktører/partier

Mette Frederiksen er langt fra den første danske politiker, som anvender podcastmediet til at formidle sine politiske budskaber. Andre partier såsom Venstre, Liberal Alliance, Socialistisk Folkeparti, Radikale Venstre og Enhedslisten enten har eller har haft en podcast. Også Folketinget som institution har benyttet sig af podcastmediet med podcasten 'Borgen Backstage', hvor tidligere nævnte Esben Bjerre interviewer folketingspolitikere. Dette viser, at det at anvende podcastmediet i politisk sammenhæng ikke er et nyt banebrydende fænomen. Fælles for de øvrige partiers podcasts er, at de anvender podcasten til at diskutere og kommunikere om egne partipolitiske standpunkter og mærkesager. Vi betragter dette som et udtryk for, at politikere oplever det auditive medie som en mulighed for at være på deres kommunikative hjemmebane, i og med store dele af politik er baseret på mundtlig tale til folk, medier mv. At de selv får mulighed for at sætte rammerne i podcasten, er hermed en egenskab ved podcasten, som kan være fordelagtig i politisk sammenhæng.

4.1.4 Hvad er en politisk podcast?

Ovenstående gennemgang af det politiske podcastlandskab viser, at der findes et stort udbud af podcasts, der i en eller anden form beskæftiger sig med politik. Mængden af podcasts kan illustrere den øgede konkurrence, der er karakteristisk for det hybride mediesystem, idet langt de fleste traditionelle nyhedsmedier har minimum én podcast, der beskæftiger sig med politik. Samtidig ser vi, at det ikke kun er de traditionelle nyhedsmedier, der udbyder podcasts, trods de dominerer markedet. Der ses netop en kakofoni af stemmer, hvor også politikere bidrager til informationsformidlingen. Det, at politikere kan deltage på podcastmarkedet, viser, at podcasten netop muliggør det mere niche-prægede indhold (f.eks. indhold, der er meget partipolitisk), som ikke nødvendigvis får spaltepads i de traditionelle nyheder. Derudover illustrerer det også, hvordan grænserne mellem politik og medier bliver mere flydende.

Med det store udbud af politiske podcasts, er det vanskeligt at give ét entydigt svar på, hvad en politisk podcast er. Dog er der en række fællesnævner, udover det åbenlyse: Det handler om politik. Fælles for de podcasts, som ikke har en politisk aktør/parti som afsender, er, at de (i nogen grad) varetager mediernes kritiske vagthundsfunktion, hvor debat er i fokus med et kritisk blik på det politiske landskab. En funktion, som minder om den klassiske journalistik. Der, hvor podcastmediet kan noget andet end nyhedsartiklen, er, at værterne kan invitere gæster/eksperter ind til en mere dybdegående snak, fordi mediets format tillader dette. Her mener vi, at mediet lægger op til en længerevarende samtale. Netop det gør sig også gældende i politiske aktører/partiers produktion af podcasts.

Karakteristisk for disse podcasts er, at det ofte er egne partipolitiske standpunkter og mærkesager, der er i fokus. At denne promovering af egne sager netop udspiller sig i podcastformat, er ikke overraskende, da der ikke er mange øvrige kommunikationsmuligheder for dette - med undtagelse af sociale medier, hvis format er pladsbegrænset. Det forekommer f.eks. højst usandsynligt, at DR ville invitere en politiker ind og uden afbrydelse eller indblanding lade vedkommende promovere sin egen partipolitik i 45 minutter. Det skyldes, at medierne er uafhængige af stat og politiske interesser, hvilket betyder, at de journalistiske praksisser i høj grad bygger på ikke at favorisere, ligesom medierne skal agere "kritisk vagthund", hvis ansvar er at oplyse borgere og holde øje med politikere for at skabe og sikre tillid i et demokratisk samfund.

4.1.5 Mette Frederiksens podcasts placering i forhold til øvrige politiske podcasts

Vores hidtidige analyse viser, at Mette Frederiksen ikke er den første politiker, der er til stede på podcastmarkedet. Derfor ønsker vi nu at undersøge, hvorvidt hendes podcast adskiller sig fra de øvrige politiske podcasts.

Da Mette Frederiksen lancerede sin podcast d. 19/5/2022, blev det ikke taget godt imod af de danske medier. Alene den første uge efter podcastlanceringen blev der udgivet 131 artikler, hvor 'Statsministeren spørger' var fokus. Det viser en søgning på Infomedia med søgeordene 'Statsministeren spørger' afgrænset i perioden 19/5/2022-26/5/2022. Ordlyden i artiklerne var ikke just positive, hvor vendinger såsom "ikke overbevisende", "man misbruger posten", "svær at blive klog på", "højstemt iscenesættelse", "ret stor risiko", "stunt" og "modvind" fyldte i overskrifterne. Denne kritik er interessant, idet podcasten både i format og indhold har fællestræk med de øvrige politiske podcasts, der har politiske aktører eller partier som afsendere.

Dog afviger Mette Frederiksens podcast på overfladen. Årsagen til kritikken af Mette Frederiksens podcast kan netop være, at det ikke tydeligt er deklareret, at det er Socialdemokratiets politiske interesser, der varetages. Podcasten er betalt af Socialdemokratiet, hvorfor man må antage, at det er en socialdemokratisk agenda, der formidles. Dog optræder Mette Frederiksen i podcasten *ikke* som partiformand, men som statsminister, hvilket hun jo ikke kun er for socialdemokratiske vælgere, men for hele Danmark. Det er hermed qua hendes rolle som statsminister, at podcasten adskiller sig fra de øvrige politiske podcast med partier som afsender. Ingen af de førnævnte partier har siddet på statsministerposten, imens de har produceret podcasts. Det er altså første gang vi ser, at den øverste politiske elite anvender podcastmediet til at kommunikere til sine vælgere og Danmark.

Socialdemokratiet beskriver formålet med podcasten således:

"Der er sjældent én nem løsning på de store spørgsmål, der præger vores samfund. I en række samtaler møder Mette Frederiksen personer, der inspirerer eller udfordrer hende. Til en samtale om de nuancer og dilemmaer, som verden rummer. Og som ligger bag de politiske beslutninger." (Socialdemokratiet, u.å.).

Interessant er det, at Enhedslisten tilbage i 2017 lancerede en podcast med en beskrivelse, der til forveksling ligner Socialdemokratiets:

"Verden er ikke altid sort-hvid, heller ikke for Enhedslistens medlemmer og folketingspolitikere. Og vi oplever alt for tit, at der ikke er rum til tvivl, spørgsmål eller nuancer i medierne. Jeg håber, at vores podcast bliver et indblik bag om kulisserne på Christiansborg og et sted, hvor vi kan snakke om nuancer og usikkerheder også på venstrefløj." (Enhedslisten, u.å.).

En søgning på Infomedia uden tidsafgrænsning viser dog kun ét enkelt resultat med søgeordene 'Enhedslisten' og 'podcast'. Den eneste artikel, der berører dette emne, har overskriften "Sæson 2 af Enhedslistens ukritiske podcast er begyndt" (Journalisten, 2018). Selvom artiklens overskrift er

kritisk, forekommer kritikken ikke overvældende sammenlignet med modtagelsen af statsministerens podcast.

På den ene side kan de to meget forskellige modtagelser pege på, at til trods for at podcast-mediet har eksisteret længe, så er det først indenfor de seneste år, at mediet for alvor har slået igennem, og omtalen omkring de to podcast kan derfor indikere, at timingen ikke har været den rette for Enhedslisten. Derudover er der noget unikt ved timingen af Mette Frederiksens podcast, der blev lanceret på et tidspunkt, hvor der maksimalt ville gå et år, før der blev udskrevet valg, hvilket naturligvis gør det interessant for medierne at beskæftige sig med podcasten.

Først og fremmest er der noget sensationelt ved, at Danmarks statsminister udgiver en podcast, men det er ikke utænkeligt, at medierne også kan være præget en potentiel "frygt" for, at statsministeren, som ikke just er kendt for at udtale sig til traditionelle medier, nu med sit nye medie har endnu større grund til ikke at udtale sig. Det er vanskeligt at konkludere noget endegyldigt om dette, da vi ved, at de traditionelle medier fortsat spiller den største rolle i nyhedsdækningen. Men med det hybride mediesystem er konkurrencen øget, og derfor er det ikke et urealistisk scenarie, at medierne har følt sig "truet", med de nye kommunikationsmuligheder der anvendes af politikere.

Beskrivelserne af de to podcasts er relativt ens, og de tegner et fælles formål. Derfor er det interessant, at modtagelsen i medierne varierer i en sådan grad. Et andet bud kunne være, at mediernes forskellige modtagelser af de to podcasts netop peger på, at det ikke handler så meget om, hvilket parti man tilhører, men nærmere handler om partiets/politikerens position i det politiske landskab og samfundet. Enhedslisten har, sammenlignet med Socialdemokratiet og statsministeren, meget lidt indflydelse, og hermed har det måske ikke skabt samme politiske røre, at de har udgivet en podcast, ligesom at Enhedslisten, modsat statsministeren, ikke skal repræsentere et helt land, men blot et parti.

Trods den kritiske modtagelse af Mette Frederiksens podcast kan hendes podcast også betragtes som et reelt ønske om at skabe nogle andre og nye rammer for den politiske kommunikation, der gør op med den nuværende hurtige, konfliktprægede dækning. Under alle omstændigheder peger ovenstående analyse på, at podcasten 'Statsministeren spørger', til trods for dens fællestræk med øvrige politiske podcasts, er noget helt nyt, som ikke kan partout kan sammenlignes med øvrige politiske podcasts, idet grænserne mellem partipolitik og embedsværk flyder sammen.

4.1.6 Mette Frederiksens øvrige kommunikation

Med henblik på at besvare vores problemformulering og dermed illustrere nogle af de ændringer og udfordringer, som politisk kommunikation står overfor i dag med udgangspunkt i Mette Frederiksens

podcast, ønsker vi at afdække Mette Frederiksens samlede kommunikation via en medieoptælling. Dette med henblik på at placere Statsministerens podcast i den øvrige kommunikations kontekst.

4.1.6.1 Periode og medier

Vi beskæftiger os med perioden fra d. 20/2/2022 - 20/8/2022 - altså en periode på seks måneder. Midt i perioden, d. 20/5/2022, lancerede Mette Frederiksen sin podcast. Vi har udvalgt netop denne periode, fordi tidsperspektivet kan illustrere kommunikationen både før og efter podcastens lancering. For at kunne illustrere, hvordan podcasten placerer sig i Mette Frederiksens øvrige kommunikation, er det vigtigt at have data med fra en periode, hvori podcasten ikke eksisterede.

I vores medieoptælling tager vi udgangspunkt i Mette Frederiksens egne kanaler, herunder podcasten, Facebook og Instagram samt pressemøder og pressemeddelelser. I hhv. pressemeddelelser og til pressemøder er det naturligvis som statsminister, at Mette Frederiksen er afsender. For hhv. Facebook og Instagram fremgår det i beskrivelsen af de to profiler, at Mette Frederiksen er Statsminister og formand for Socialdemokratiet. Dog fremgår det på Facebookprofilen, at Mette Frederiksen ikke fører profilen som statsminister. Hvad denne skelnen indebærer, ligger udenfor dette specialets område. Dog har det i vores hidtidige analyse vist sig muligvis at have en relativ stor betydning for modtagelsen af podcasten, at det er vanskeligt at skelne mellem, hvilken position hun kommunikerer fra.

Udover Mette Frederiksens egne kanaler, har vi i medieoptællingen inddraget kanaler, hvor Mette Frederiksen ikke selv af afsender, men blot udtaler sig eller nævnes. Her inkluderes public service-medier (TV2 og DR) samt følgende landsdækkende dagblade: Politiken, Berlingske, Avisen DK (Fyns Amtsavis, Trekantsområdet, Morgen samt Avisen Danmark), Jyllands Posten, Ekstra Bladet, Kristeligt Dagblad, Børsen, Information, Weekendavisen, Effektivt Landbrug og Licitationen. Dagbladene samt artiklerne er søgt frem i databasen Infomedia. Her har vi søgt i de to pågældende perioder med søgeordet 'Mette Frederiksen', hvortil vi har valgt 'præcis sådan'. Dvs. at søgeordet skal optræde præcis, som vi har skrevet det, og hermed frasorteres artikler, hvor blot 'Mette' eller 'Frederiksen' nævnes. I søgningen valgte vi 'landsdækkende dagblade', som indeholder de nævnte medier. Nedenstående skærm billede illustrerer et eksempel på vores søgning for den ene periode.

The screenshot shows a search bar with the text 'Mette Frederiksen'. To the right of the search bar are three dropdown menus: 'Hvordan' (set to 'Præcis sådan'), 'Hvor' (set to 'Hele artiklen'), and a 'Søg' button. Below the search bar, there are two filters: a date range '20-02-2022 - 19-05-2022' and a category filter 'Landsdækkende dagblade (21)'. A 'Nulstil søgning' link is also present. At the bottom of the search bar area, there is a '+ FOLD UD' button. Below the search bar, it says 'Viser 1-10 af 1803 artikler' and a pagination bar with numbers 1 through 10 and a '...' button.

I vores medieoptælling af Mette Frederiksens omtale samt udtalelser i public service-medier, har vi søgt på nøjagtigt samme måde som i de landsdækkende dagblade. Det eneste, der differentierer, er medier, hvor vi optællingen af benævnelser i public service-medier har valgt medierne Tv2.dk og Dr.dk.

Væsentligt er det at pointere, at vi i medieoptællingen ikke har skelnet mellem omtale og reelle udtalelser fra Mette Frederiksen. Det vil altså sige, at gengivelser fra f.eks. pressemøder samt tidspunkter, hvor Mette Frederiksen blot nævnes, altså er inkluderet, ligesom det er inkluderet, når Mette Frederiksen kommer med en udtalelse til selve mediet. Dermed kan denne specifikke optælling ikke defineres som Mette Frederiksens *egen* kommunikation. Årsagen til, at denne skelnen ikke indgår er, at vi ikke har til formål at give et præcis mål på, hvor meget hun optræder og udtaler sig i medierne, men snarere give en tilnærmet forståelse af, hvor meget f.eks. de traditionelle medier fylder for at kontekstualisere vores undersøgelse. Dette for bl.a. at kunne pege på, om der er sket ændringer i kadencen af mediernes kommunikation om Mette Frederiksen før og efter podcastens lancering.

Som det fremgår i vores afdækning af litteraturen om politisk kommunikation samt medialisering, har politikere en interesse i medieomtale, og netop det kan de benytte diverse medieplatforme (f.eks. sociale medier) til at opnå. Samtidig har politiske aktører lært at tænke og agere efter en medielogik for netop at få opmærksomhed samt dækning i (nyheds)medierne. Hermed er det aktuelt at spørge, om podcasten netop har fungeret som en slags politisk spin, der har givet Mette Frederiksen yderligere omtale i de traditionelle medier?

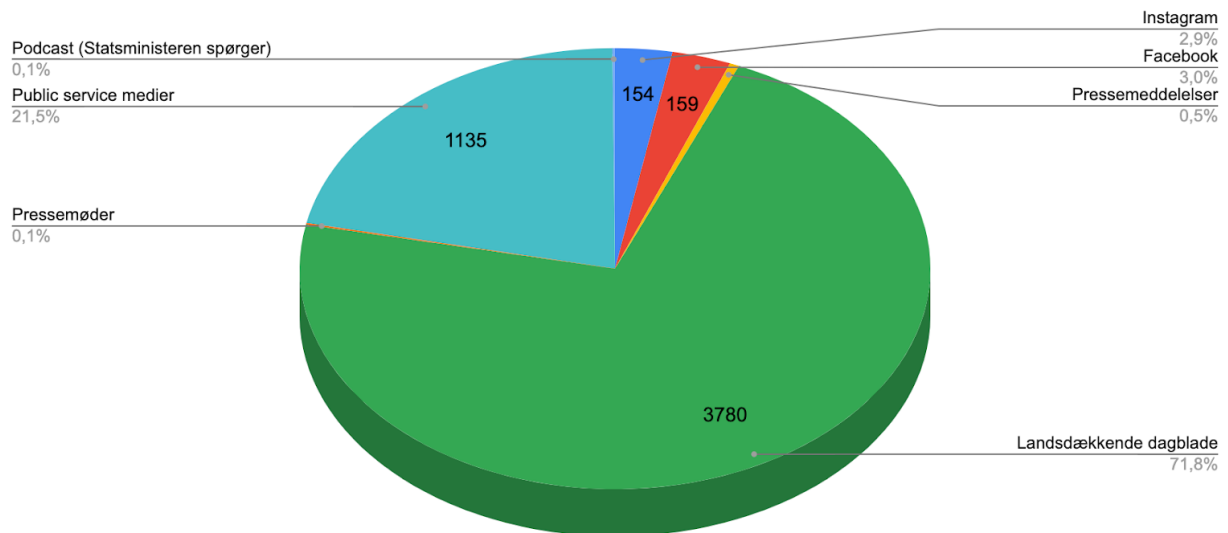
4.1.6.2 Resultater

Vores resultater er præsenteret i diagram 4, som illustrerer den samlede kommunikation samt omtale i traditionelle medier for *begge* perioder.

Diagram 4:

Mette Frederiksens kommunikation

Samlet periode: 20/2/2022-20/8/2022



Som diagrammet viser, er det tydeligt, at medieomtale hos public service-medier samt landsdækkende dagblade er det, der fylder mest i medieoptællingen. Mette Frederiksen anvender i den samlede periode på 154 dage Facebook og Instagram nogenlunde lige hyppigt med hhv. 0,9 og 0,8 opslag om dagen. I perioden har der i alt været 26 pressemeddelelser og 6 pressemøder. Derudover er der udkommet 7 afsnit i alt af podcasten 'Statsministerens spørger'.

I perioden på 89 dage op til podcastens lancering viser vores optælling, at Mette Frederiksen benytter hhv. Facebook og Instagram lige hyppigt. I gennemsnit lægger Mette Frederiksen 0,8 opslag op på Instagram om dagen og 0,9 opslag op på Facebook om dagen. I perioden har der været 15 pressemeddelelser og 4 pressemøder. Optræden i de landsdækkende dagblade samt public service-medier er med længder det, der fylder mest i vores medieoptælling.

I perioden på 93 dage efter podcastlanceringen viser vores optælling, at der er minimal forskel på frekvensen af Mette Frederiksens kommunikation samt optræden i medier sammenlignet med perioden før. Instagram og Facebook benyttes fortsat nærmest lige hyppigt, og til trods for podcastens lancering med 7 afsnit i denne periode er der altså ikke tegn på, at podcasten er en erstatning for f.eks. kommunikation på sociale medier, idet Mette Frederiksen fortsat deler hhv. 0,8 og 0,9 opslag om dagen på sine to kanaler, som vi også så i perioden før podcasten. I perioden var der 11 pressemeddelelser og 2 pressemøder, hvilket er en anelse færre end i den foregående periode.

4.1.6.3 Podcastens placering i statsministerens kommunikation

Vi kan konkludere, at podcasten hverken har skabt mere eller mindre omtale i nyhedsmedierne, den har ikke haft indflydelse på frekvensen af Mette Frederiksens kommunikation på hhv. Instagram og Facebook, og den er ej heller en erstatning for den mere officielle kommunikation, herunder pressemøder og pressemeddelelser. Podcasten placerer sig i altså i Mette Frederiksens samlede kommunikation som blot et supplement, der ikke har haft indflydelse på hendes øvrige aktiviteter.

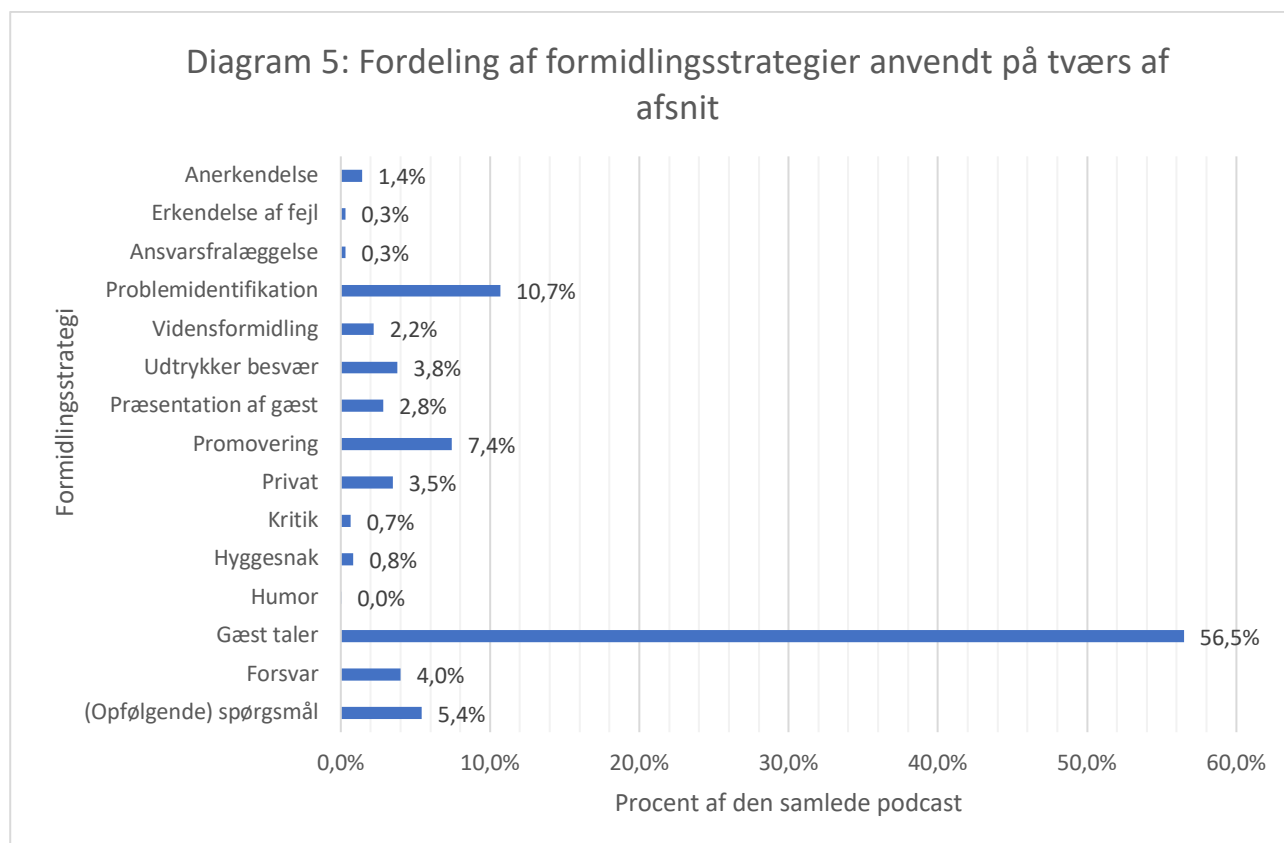
Det peger på, at det endnu er for tidligt at konkludere, at en podcast fra en politiker ændrer hele mediebildet fra den ene dag til den anden. Det er fortsat pressen, som fylder mest i Mette Frederiksens samlede kommunikation, men podcasten illustrerer alligevel en udvikling inden for det politiske felt, hvor alle tilgængelige platforme er relevante at være til stede på samtidig. Ligesom der er en øget konkurrence blandt medier, er der naturligt også en konkurrence blandt politikere om befolkningens og mediernes opmærksomhed. Mette Frederiksens tilstedeværelse på samtlige medier, og nu også dette nye medie, peger på, at man som politiker (og statsminister) er nødt til at gribe de muligheder, som udviklingerne i medielandskabet stiller til rådighed for politisk kommunikation. Hermed ændrer podcasten ikke Mette Frederiksens kommunikation i kvantitative forstand, i og med den blot er en minimal del af hendes kommunikation. Men i kvalitativ forstand tegner der sig af et billede af en diversificering af den politiske kommunikation samt muligheder og rammer for denne.

4.2 Anvendelse af formidlingsstrategier i kommunikationen om politiske emner

I denne analysedel er formålet at undersøge, hvilke formidlingsstrategier Mette Frederiksen anvender til at tale om forskellige emner. Vi præsenterer her de resultater, som vi har opnået i vores kvantitative indholdsanalyse. Der er tre spørgsmål, vi ønsker at besvare: 1) Hvilke formidlingsstrategier fylder mest på tværs af afsnit i statsministerens podcast? 2) Hvilke emner fylder mest? 3) Hvilke kombinationer af emner og formidlingsstrategier er mest dominerende i podcasten? Disse resultater skal fungere som springbræt for undersøgelsesspørgsmål 3, hvor vi går nærsprogligt til værks.

4.2.1 Hvilke formidlingsstrategier fylder mest på tværs af afsnit?

Diagram 5 illustrerer fordelingen af formidlingsstrategier anvendt på tværs af de 10 udvalgte afsnit, der er genstand for vores analyse. I diagrammet er 'introspeak' og 'outro' ikke inkluderet.



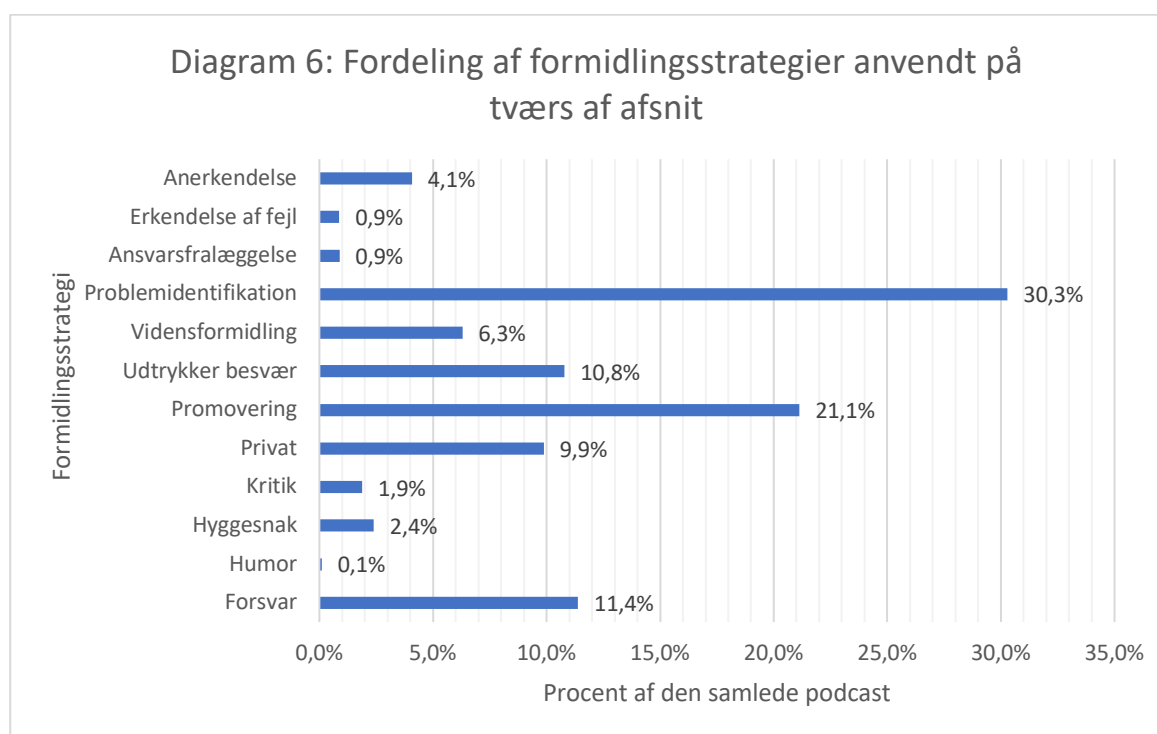
Som det fremgår i diagrammet er ‘gæst taler’ det, der dominerer i podcasten med hele 56,5%. Selvom ‘gæst taler’ ikke kan betragtes som en formidlingsstrategi, der anvendes af Mette Frederiksen, hvilket gælder for de andre formidlingsstrategier, har vi alligevel valgt at kode antal sekunder, som gæsterne får taletid. Dog er det vigtigt at nævne, at vi i kodningen af ‘gæst taler’ ikke har kodet efter specifikke formidlingsstrategier, ligesom vi gør, når Mette Frederiksen taler (f.eks. ‘Forsvar’). Dette skyldes, at vi udelukkende er interesserede i at undersøge Mette Frederiksens kommunikationsmuligheder som afsender af podcasten - og ikke gæstens.

Det er bemærkelsesværdigt, at gæsten får så meget taletid med mere end 56% af indholdet. Tidligere forskning peger på pseudo-diskursivitet som en kommunikationsform, der typisk anvendes af politikere på f.eks. sociale medier, hvor de “iscenesætter” en villighed til at gå i debat med andre politiske aktører/journalister, så det fremstår som om, at de ønsker at engagere sig. Når vi udelukkende ser på tallene i ovenstående diagram, ser det dog ud til, at pseudo-diskursiviteten ikke gælder her, da en nogenlunde 50/50 fordeling af, hvem der taler i podcasten, tegner et billede af en reel debat/samtale. Altså tyder fordelingen af, hvem der taler, på, at samtalen er en reel “lige” samtale mellem to parter, der får lige meget taletid.

Alligevel er der dog en væsentlig pointe ved denne inddeling. For det første er de gæster, Mette Frederiksen inviterer ind, ikke kritiske journalister, oppositionspolitikere mv. I stedet tyder det på, at gæsterne er nøje kuraterede. For det andet er det interessant, at Mette Frederiksen med podcasten forsøger at skabe plads til en nuanceret samtale om relevante politiske emner. Dog uden en klar ambition om selv at svare, men i stedet lade sine gæster svare - deraf navnet 'Statsministeren spørger', hvilket også understreges i mængden af tid, som gæsten taler.

'Opfølgende spørgsmål' fylder også en del i podcasten, hvilken er naturligt qua fordelingen af talletid mellem gæst og Mette Frederiksen. Det interessante ved at 'opfølgende spørgsmål' har den tyngde, de har, er, at det netop er, når Mette Frederiksen stiller disse, at hun indtager rollen som journalist eller interviewer. En rolle, hun ellers normalt plejer selv at stå over for. Når Mette Frederiksen indtager rollen som journalist, kan hun forme og præge samtalen i netop den retning, hun ønsker. Det illustrerer de flydende grænser mellem medier og politik, og at politikere, som nyinstitutionalismen også sætter fokus på, bliver aktive aktører i news making processer. Det vil vi senere i specialet diskutere.

Vi har i nedenstående diagram sorteret formidlingsstrategierne 'gæst taler', 'opfølgende spørgsmål' samt 'præsentation af gæst' fra. Det skyldes, at det ikke er formidlingsstrategier, som vi i den følgende analyse vil beskæftige os med. Derfor er diagram 6 en præsentation af de formidlingsstrategier, der er forudsætningen for det videre arbejde.



I begge tabeller er rækkefølgen af de mest dominerende formidlingsstrategier den samme, det er blot procentsatserne der ændrer sig, når de førnævnte formidlingsstrategier sorteres fra af analytiske årsager. Efter 'gæst taler' er de mest anvendte formidlingsstrategier 'problemidentifikation' med 30,3%, 'promovering' med 21,1%, 'og 'forsvar' med 11,4%.

4.2.1.1 Problemidentifikation

At 'problemidentifikation' er den formidlingsstrategi, der anvendes mest af Mette Frederiksen, er interessant. Som forskningen inden for politisk kommunikation peger på, kan politikere med nye digitale medier anvende disse kanaler som et talerør for deres egen politik. Men som det fremgår i diagram 6, anvender Mette Frederiksen formidlingsstrategien 'problemidentifikation' mere end 'promovering'.

Når Mette Frederiksen anvender en formidlingsstrategi, som hun netop problematiserer aspekter i samfundet med, i stedet for blot at tale om det positive, hun har gjort eller vil gøre, kan det betragtes som en måde, hvorpå Mette Frederiksen forsøger at imødekomme de udfordringer, der er i samfundet frem for blot at "vende det blinde øje til". Det indikerer således en vis åbenhed og villighed til at agere og håndtere disse problemer. Hermed har podcasten også en implicit mobiliserende egenskab, da det at identificere problemer i samfundet naturligvis indikerer over for potentielle vælgere, at hun som statsminister anerkender et problem, som hun selvfølgelig vil tage hånd om - dog uden at komme med en konkret handlingsplan. Det mobiliserende aspekt ligger i, at Mette Frederiksen netop ved at imødekomme disse udfordringer kan nå nogle af de vælgere, som måske oplever disse problemer.

Podcasten er også et medie uden fasttømrede regler for format og indhold, og det skaber også en frihed for afsenderen til netop at vælge de emner, der skal inkluderes. Dermed kan det at identificere problemer også ses som at måde, hvorpå Mette Frederiksen kan udvælge netop de problemer, hun gerne vil forholde sig til frem for andre.

Vi vil senere i analysen beskæftige os med de konkrete emner, men vi kan allerede afsløre, at højaktuelle problemer i samfundet som f.eks. SMS-skandalen eller minksagen ikke på noget tidspunkt nævnes i podcasten. Samtidig ved vi i et medialiseringsspektiv, at to systemer, f.eks. det politiske og nyhedsmedierne, kan influere hinanden ved at trække på logikker indenfor de forskellige systemer. F.eks. er konflikt et af nyhedskriterierne, hvor 'problemer i samfundet' falder indenfor denne kategori. At Mette Frederiksen netop sætter fokus på problematikker, kan dermed også ses som en måde, hvorpå hun forsøger at sætte en dagsorden for, hvilke problematikker medierne beskæftiger sig med.

4.2.1.2 Promovering

Som nævnt i ovenstående er det ikke overraskende, at Mette Frederiksen i sin podcast promoverer sin egen politik. Podcastformatet fordrer, at hun frit kan tale om sine egne politiske bedrifter og ønsker uden journalistisk indblanding, og det er netop noget af det karakteristiske ved mediet - at det ikke reguleres.

Podcastens format har også en intime funktion, som kan efterlade lytteren med en følelse af at være en stiltiende samtalepartner, hvilket kan være til fordel for Mette Frederiksen, når hun promoverer sin egen politiske agenda. Podcastens intime egenskab er essentiel i et marketingsorienteret perspektiv, da forskningen peger på, at lytteren opbygger en tættere relation til værten. Mette Frederiksen hvisker bogstaveligt talt sin politiske agenda ind i øret på lytteren. Samtidig viser forskningen, at nye medier, herunder sociale medier og måske i nogen grad også podcast, kan anvendes til at mobilisere nye vælgergrupper, hvilket i høj grad må siges at være relevant for Mette Frederiksen op til et valg, hvorfor promovering som formidlingsstrategi kan være særlig relevant.

4.2.1.3 Forsvar

Den formidlingsstrategi, der indtager fjerdepladsen i frekvens, er 'forsvar'. Dette er en formidlingsstrategi, man typisk vil se optræde i de traditionelle medier, hvor en politisk aktør står over for en journalist, der nok vil konfrontere den politiske aktør med kritiske spørgsmål, som den politiske aktør må forsvare.

At denne formidlingsstrategi alligevel indtager fjerdepladsen i Mette Frederiksens egen podcast, er derfor interessant, når nu hun netop har muligheden for ikke at fremhæve aspekter, som hun burde forsvare. Det kan skyldes, at der i podcasten er plads til, at gæsten fremhæver disse aspekter, eller at der *faktisk* er plads til nuancer eller ligefrem uenigheder, der "kræver" eller lægger op til, at Mette Frederiksen forsvare en handling eller holdning.

Det er netop nuancer, statsministeren efterlyser og søger at skabe plads til med podcasten, og at forsvar som formidlingsstrategi fylder, peger på, at der i nogen grad er rum til dette. Dog kan det også tyde på, at podcasten er et medie, der ikke blot lægger op til nuancer, men at det også er en ideel platform til at forsvare sig på som politiker grundet det frie format og den ikke-eksisterende journalistiske indblanding. Uden journalistisk indblanding er der som udgangspunkt ikke den samme kritiske bevågenhed over for Mette Frederiksens forsvarsargumenter. Derudover kan Mette Frederiksen forsvare sig på lige nøjagtigt den måde, hun ønsker, og fremhæve de aspekter, hun ønsker, uden nødvendigvis at blive mødt af et opfølgende spørgsmål eller kritikpunkter.

4.2.1.4 Øvrige formidlingsstrategier

Udover de formidlingsstrategier der fylder mest, er det også interessant at se på, hvad der fylder mindst, som er ‘ansvarsfralæggelse’ og ‘erkendelse af fejl’ med 0,9% hver og ‘humor’ med 0,1%.

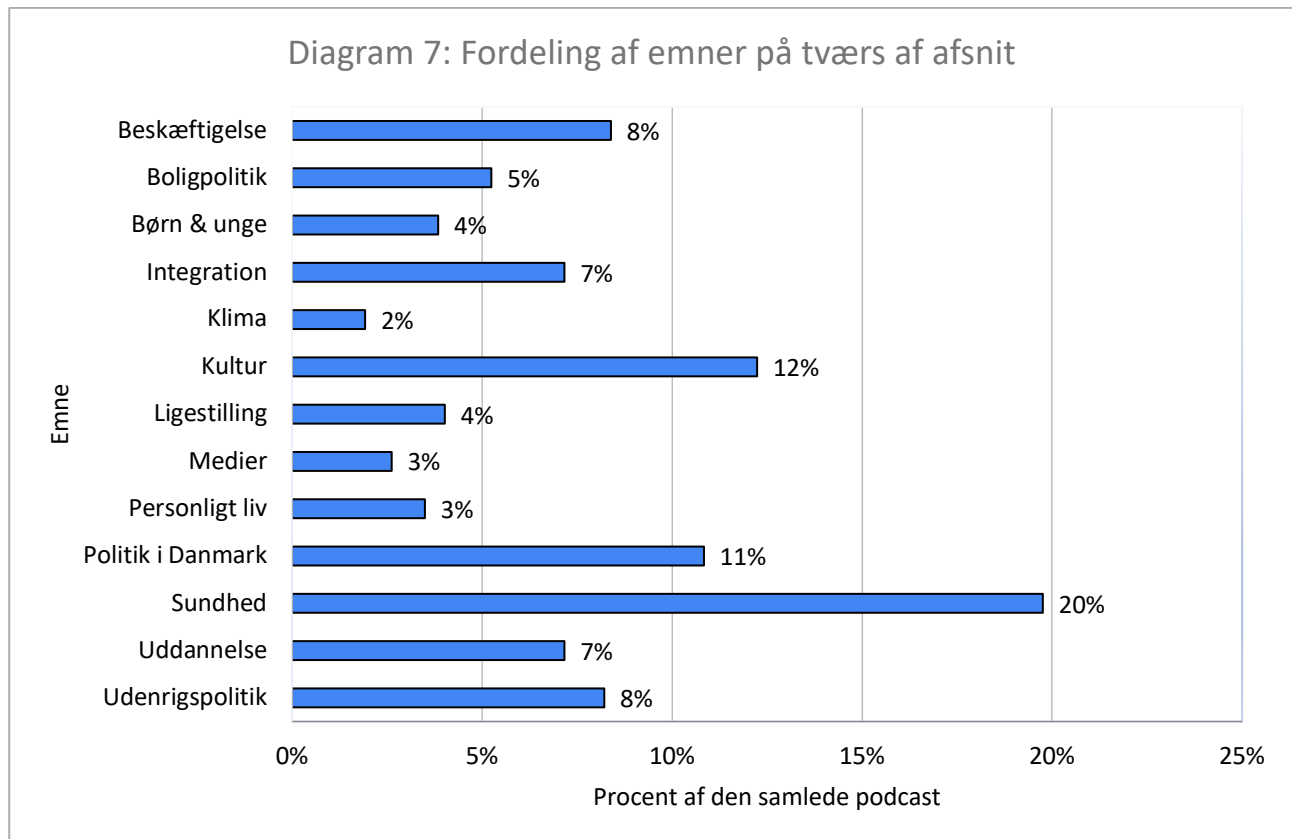
At Mette Frederiksen ikke i særlig høj grad fralægger sig ansvar eller erkender fejl i podcasten kan ses som et strategisk valg, idet de to formidlingsstrategier ikke er de mest effektive til at promovere sig selv eller sin politiske dagsorden. Det er også to af de formidlingsstrategier, en politiker ofte vil være nødsaget til at anvende i sit møde med pressen, når der bliver stillet kritiske spørgsmål. I tråd med vores analytiske pointe ved ‘problemidentifikation’ er det, ikke at fralægge sig ansvar eller erkende fejl, også en måde at spore samtalen og indholdet ind på de emner, Mette Frederiksen ønsker at sætte på dagsordenen og hermed styre samtalen i den retning, der er mest fordelagtig for hende selv og Socialdemokratiet. Begrebet *priming* refererer til en måde, hvorpå medier kan styre det udgangspunkt, hvorfra befolkningens vurdering af politikere og politisk indhold finder sted (Scheufele & Tewksbury, 2007, s. 11). I Mette Frederiksens podcast er det dog Mette Frederiksen selv, der kan styre denne proces, hvilket kommer til udtryk her, idet hun netop har mulighed for at fremhæve de emner, som hun gerne vil vurderes på af lytteren.

At humor fylder så lidt, er interessant, fordi underholdning netop er en kommunikationsform, der fylder meget på de sociale medier i politisk sammenhæng. Som vi tidligere har afklaret, har sociale medier og podcast fællestræk i politisk sammenhæng i form af den frihed, mediet tilbyder, og derfor er det interessant, at Mette Frederiksen ikke udnytter denne formidlingsstrategi. Det kunne indikere, at Mette Frederiksen ønsker at udnytte podcastmediet i et mere professionelt perspektiv. Dog inkluderer ‘underholdning’ i forskningen ikke blot humor, men også et fokus på privatliv.

‘Privat’ som formidlingsstrategi fylder i 9,9%, hvilket er i den høje ende. Dette stemmer overens med podcastens intime funktion, hvor indblik i Mette Frederiksens privatliv f.eks. kan bidrage til at skabe et mere “menneskeligt” billede af hende samt tættere bånd mellem hende og lyttere. Meget forskning indenfor politisk kommunikation sætter netop fokus på de menneskelige aspekter af politikere med begrebet personificering, hvor den private personificering har vist sig at have en positiv effekt på engagement blandt publikum, og dermed kan inddragelse af “private” informationer være en værdifuld kommunikationsstrategi.

4.2.2 Hvilke emner fylder mest på tværs af afsnit?

Nedenstående diagram illustrerer fordelingen af emner, Mette Frederiksen taler om, på tværs af afsnit. Altså er de sekvenser, hvor gæsten taler, ikke inkluderet.



Vores kodning af emner på tværs af afsnit viser, at sundhed, kultur, politik i Danmark og udenrigspolitik er de emner, der fylder mest.

At sundhed fylder meget, er ikke overraskende, idet mistrivsel og mental sundhed i kølvandet på coronapandemien har fyldt i den offentlige debat. I samfundsdebatten har der været fokus på sundhedssektoren og de ansatte, og selvom f.eks. sygeplejerskers løn ikke italesættes en eneste gang i podcasten, kunne hyppigheden af emnet sundhed i podcasten pege på, at Mette Frederiksen op til et valg gerne vil vise, at det er et emne, der vejer tungt på hendes politiske dagsorden.

En væsentlig årsag til, at kultur fylder så meget i podcasten, er, at alt, der omhandler religion og kristendom (afsnit 6), er kodet under denne kategori. Det samme gør sig gældende ved f.eks. beskæftigelse og boligpolitik, som er emner, der læner sig tæt op ad de enkelte afsnit. Der er dog også emner, der ikke har et specifikt afsnit dedikeret til sig, herunder politik i Danmark, personligt liv og medier (og klima, der dog kun fylder 2%).

Politik i Danmark omhandler måden, hvorpå der drives politik, og handler altså ikke om konkrete politiske emner. Eksempler kan være samtaler om det at være politiker, dansk lovgivning eller politisk regulering. Det er interessant, at dette emne fylder hele 11%, da samtaler inden for dette emne

typisk giver et indblik bag om den politiske kulisse. I podcasten benyttes emnet f.eks. til at belyse indretningen af ministerierne, hvilket vi beskæftige os yderligere med i undersøgelsesspørgsmål 3.

Det er ingen overraskelse, at udenrigspolitik fylder så meget, og størstedelen af indholdet vedrørende udenrigspolitik handler om forsvarsforbehold, krig i Europa og internationalt samarbejde, som er emner, der har fyldt meget på den politiske dagsorden siden Ruslands invasion i Ukraine.

Medier er et emne, der ikke fylder meget, men dog stadig optræder som samtaleemne i flere afsnit. Det er interessant, at Mette Frederiksen anvender sin egen platform, hvor hun kan gå uden om medierne, til at tale om (og anfægte) det eksisterende medielandskab; noget, som hun nok ikke ville gøre i samme grad i et interview med en journalist. Dermed peger det på, at podcastformatet muliggør kommunikation omkring nogle emner, der typisk ikke er plads til i de traditionelle nyhedsmedier. Da vi i undersøgelsesspørgsmål 3 tager udgangspunkt i de mest hyppigt anvendte formidlingsstrategier, og emner der tales mest om inden for disse, vil vi ikke beskæftige os med 'medier' i analysen. Dog er det et emne, der både har relevans, når man undersøger Mette Frederiksens begrundelse for podcasten, men også vores problemformulering. Derfor vil vi i vores diskussion inddrage sekvenser fra podcasten, hvor Mette Frederiksen omtaler danske medier.

4.2.3 Hvilke kombinationer af emner og formidlingsstrategier er mest dominerende?

I vores hidtidige analyse har vi afdækket, hvilke formidlingsstrategier Mette Frederiksen anvender, samt hvilke emner der fylder mest i podcasten. Diagram 8 viser, hvor hyppigt de forskellige kombinationer af emner og formidlingsstrategier optræder i podcasten på tværs af afsnit. Væsentligt er det, at formidlingsstrategierne 'introspeak', 'outro', 'gæst taler', 'opfølgende spørgsmål' og 'præsentation af gæst' samt emnet 'begrundelse for podcast' ikke er inkluderet, da de ikke har samme analytiske værdi som de øvrige formidlingsstrategier og emner.

I undersøgelsesspørgsmål 3 er formålet at afdække, hvordan forskellige Mette Frederiksen gennem forskellige formidlingsstrategier skaber en bestemt politisk virkelighed. De enkelte analysegenstande for dette undersøgelsesspørgsmål udvælges på baggrund af denne analysedel.

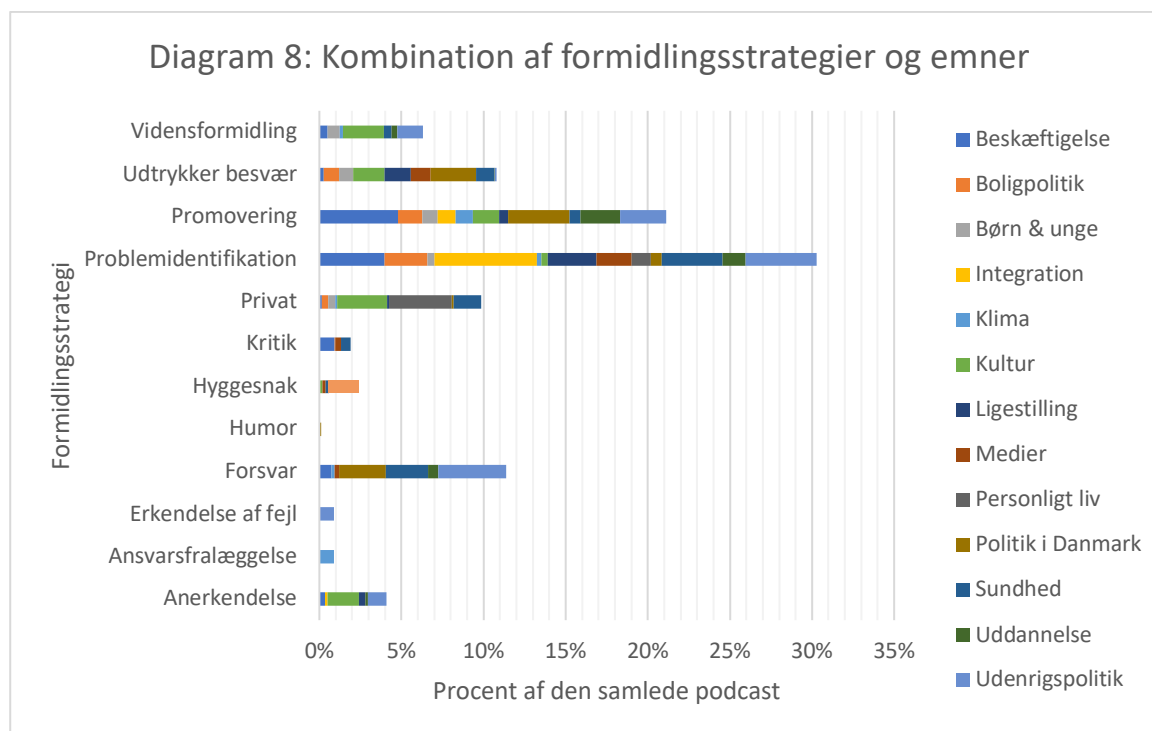


Diagram 8 viser, hvilke emner der fylder mest inden for de forskellige formidlingsstrategier. I vores besvarelse af undersøgelsesspørgsmål 3 vil vi tage udgangspunkt i de emner, der fylder mest i de tre mest dominerende formidlingsstrategier: ‘problemidentifikation’, ‘promovering’ og ‘forsvar’. Årsagen til, at vi lader os “styre” af formidlingsstrategien og ikke kombinationen af formidlingsstrategi og emne, er, at vi ønsker at belyse, hvordan Mette Frederiksen italesætter *forskellige* emner via *forskellige* formidlingsstrategier. Hermed analyserer vi italesættelsen af de mest dominerende emner inden for de tre mest frekvente formidlingsstrategier. Dette giver netop også mulighed for at belyse, hvordan f.eks. forsvar bruges i relation til to forskellige emner frem for blot ét, hvilket ville være tilfældet, såfremt det var hyppigheden ved kombinationerne, der var styrende for udvælgelsen af emperi.

For overblikkets skyld viser nedenstående tabel, hvilke emner der typisk tales om indenfor de forskellige formidlingsstrategier. Tabellen er organiseret ud fra formidlingsstrategier i kolonnen længst til venstre, og de er sat op i en rækkefølge baseret på deres hyppighed.

Tabel 4: Formidlingsstrategier og emner				
Formidlingsstrategi	Emne			
	1. Emne		2. Emne	
Problemidentifikation	Integration		Udenrigspolitik	
	n	%	n	%
	538	6,2	121	4,6
Promovering	Beskæftigelse		Politik i DK	
	n	%	n	%
	412	4,8	320	3,7
Forsvar	Udenrigspolitik		Politik i DK	
	n	%	n	%
	359	4,2	246	2,6
Udtrykker besvær	Politik i DK		Kultur	
	n	%	n	%
	240	2,8	163	1,9
Privat	Personligt liv		Kultur	
	n	%	n	%
	327	3,8	263	3,1
Vidensformidling	Kultur		Udenrigspolitik	
	n	%	n	%
	214	2,5	133	1,5
Anerkendelse	Kultur		Udenrigspolitik	
	n	%	n	%
	167	1,9	97	1,1
Hyggesnak	Øvrig		Sundhed	
	n	%	n	%
	157	1,8	18	0,2
Kritik	Beskæftigelse		Sundhed	
	n	%	n	%
	80	0,9	50	0,6
Erkendelse af fejl	Udenrigspolitik		-	
	n	%	n	%
	76	0,9		
Ansvarsfralæggelse	Klima		-	
	n	%	n	%
	77	0,9		
Humor	Politik i DK		-	
	n	%	n	%

	9	0,1		
--	---	-----	--	--

Kombinationerne, der er udgangspunkt for næste undersøgelsesspørgsmål, er markeret med grøn i tabellen. Således er det emnerne integration og udenrigspolitik inden for formidlingsstrategien problemidentifikation, beskæftigelse og politik i Danmark indenfor formidlingsstrategien udtrykker besvær og udenrigspolitik og politik i Danmark indenfor formidlingsstrategien forsvar, hvorfra udvalgte lydsekvenser i følgende analysedel udspringer.

4.3 Mette Frederiksens konstruktion af den politiske virkelighed

I følgende afsnit undersøger vi, hvordan forskellige formidlingsstrategier bidrager til at konstruere en bestemt politisk virkelighed i podcasten. Vi tager afsæt i de kombinationer, som vi analyserede os frem til i undersøgelsesspørgsmål 2, hvor vi via samplingstrategier har udvalgt specifikke lydsekvenser inden for de forskellige kombinationer af formidlingsstrategier og emner.

I denne del af analysen befinder vi os konkret på Faircloughs tekstniveau - altså det inderste niveau i den tredimensionelle model, nemlig den lingvistiske dimension. Her går vi med lingvistiske analyseredskaber nærsprogligt til værks, og vi undersøger Mette Frederiksens brug af persondeiksis, modalitet og præsuppositioner, når hun anvender formidlingsstrategierne ‘problemidentifikation’, ‘promovering’ og ‘forsvar’ til at konstruere en politisk virkelighed om et givent emne (Jf. tabel 4). Desuden befinder vi os også på Faircloughs andet niveau: det diskursive niveau. Hermed analyserer vi ikke kun det beskrivende niveau, men også det fortolkende niveau (den diskursive praksis), hvor genrer og øvrige diskurser er i centrum.

4.3.1 Præsentation af lingvistiske værktøjer

I denne del af analysen anvender vi en række lingvistiske analyseværktøjer til at besvare undersøgelsesspørgsmålet, herunder modalitet, præsuppositioner og deiksisforhold.

4.3.1.1 Modalitet

Formålet med at undersøge en teksts modalitet er at vurdere afsenders tilknytning til ytringen (Fairclough, 1992e, s. 236). Når man undersøger en teksts modalitet, undersøger man typisk modalverber såsom *burde*, *kunne*, *skulle*, *ville*, *turde*, *måtte*, *gide*. I præsens kan disse også indikere modalitet, f.eks. *bør*, *kan*, *skal* mv. Modalverber et udtryk for, hvordan den, der ytrer sig, forholder sig til handlingen, f.eks. “de burde komme om lidt”. Denne ytrings modalitet kan forstås på to måder, og der skelnes mellem epistemisk og deontisk modalitet. På den ene side kan brugen af ‘burde’ udtrykke en sandsynlighedsvurdering fra afsender; altså vise afsenders sikkerhedsgrad af påstanden - den

epistemiske. På den anden side kan brugen af ‘burde’ udtrykke en form for forventning i overensstemmelse med sociale normer; altså at afsender har en klar forventning om, at vedkommende kommer om lidt - deontisk modalitet (Wille, 2007, s. 211). De modale verber kan ikke så alene, men står i relation til et øvrigt verbum og hjælper således med at “styre” sætningen. I det førnævnte eksempel står det modale verbum ‘burde’ altså i relation til verbet ‘komme’ (Togeby, 2007a, s. 23).

Fairclough trækker på en systematiske tilgang til grammatik, som lægger vægt på, at de klassiske modalverber blot er en lille del af det at undersøge modalitet. Det, man også kan undersøge, er modale adverbier (Fairclough, 1992d, s. 158). I vores analyse er det primært de modale adverbier, vi vil undersøge, da tilstedeværelsen af disse fylder væsentligt mere end modalverber i empirien. I forskningen findes der flere forskellige opfattelser af, hvad modalitet dækker over, og dermed forskellige inddelinger af de modale adverbier. Vi tager udgangspunkt i lingvist, Ole Tgebys, inddeling af ytringsadverbier, som han kategoriserer i seks forskellige typer: informativitetsmarkør, kompositionsmarkør, kriteriemarkør, vurderingsmarkør, distancemarkør og engagementsmarkør (Togeby, 2007b, s. 271f.).

Med udgangspunkt i den del af empirien, der indgår som analysegenstand i dette undersøgelsesspørgsmål (jf. tabel 4) har vi optalt tilstedeværelsen af forskellige typer modaladverbier. Tabel 5 illustrerer fordelingen, hvor de optalte adverbier fremgår i kolonnen til højre, ‘ytringsadverbier’. Derudover indgår der i tabellen Tgebys forklaringer af de forskellige typer modaladverbier (Togeby, 2007b, s. 271f.).

Tabel 5: Oversigt over modaladverbier		
Type af markør	Forklaring	Ytringsadverbier
Informativitetsmarkører	Angiver graden af afsenders viden/holdning til ytringen, og hvordan denne skal opfattes hos modtager. F.eks. er der forskel på sætningen “det er vel ikke så slemt” og “det er nemlig ikke så slemt”. Første eksempel udtrykker en usikkerhed i forhold til ytringen, hvorimod andet eksempel er mere stålfast.	vel (2) nemlig (6) nok (7) jo (157)
Kompositionsmarkører	Sætter ytringen ind i en større kontekst, f.eks. øvrige argumenter. Bruges ‘ altså ’ eller ‘ alligevel ’ sættes sætningen i relation til en tidligere sætning og/eller argument.	altså (69) nemlig (6) alligevel (7)

Kriteriemarkører	Angiver kriteriet for selve ytringen, og det er et ræsonnement og ikke en direkte oplevelse/sansning. Eksempler på kriteriemarkører er “bageren har selvfølgelig lukket i morgen” og “bageren har måske lukket i morgen”	faktisk (31) øjensynlig (1) måske (13) virkelig (4) selvfølgelig (5) nok (7)
Vurderingsmarkører	Angiver afsenderens følelser og vurdering af ytring, f.eks. “hun kom desværre ikke på arbejde”	desværre (1) heldigvis (1)
Distancemarkører	Disse anvendes, når afsenderen tager forbehold til sandhedsværdien af en ytring	
Engagementsmarkører	Angiver graden af både ærlighed og engagement i ytringen, f.eks. “det, jeg egentlig siger, er...”	faktisk (31) i virkeligheden (13) egentlig (12)

Væsentligt er det, at adverbier som ‘nemlig’, ‘nok’ og ‘faktisk’ kan kategoriseres som forskellige typer markører, som det også fremgår i vores tabel. Den specifikke skelnen og vurdering af, hvilken type markør det anvendes som, vil vi beskæftige os med i de konkrete analytiske dele, hvor det er relevant. I tabellen fremgår de modale adverbier, der optræder i de sekvenser af empirien, der er grundlaget for undersøgelsesspørgsmålet. Der findes en lang række andre modale adverbier, der ikke optræder i teksten, som derfor ikke er inkluderet i vores analyse.

Når vi undersøger modalitet i Mette Frederiksens podcast, får vi indsigt i mønstre i teksten, der gør det muligt at identificere både relationer og repræsentationer. Derfor er modalitet en væsentlig dimension i analysen af diskurs, og det giver os indsigt i, hvornår Mette Frederiksen ytrer holdninger, viden, fortolkninger mv. der konstruerer en politisk virkelighed om de emner, vi analyserer.

4.3.1.2 Præsuppositioner

Det er ikke al betydning, der kan læses direkte i teksten. Der findes også indhold, hvis betydning er skjult eller præsupponeret (Richardson, 2007, s. 63). Præsuppositioner er udtalelser, hvis indhold forudsætter en slags “taget-for-givet”-viden eller en på forhånd etableret enighed omkring det sagte (Fairclough, 1992c, s. 120f). F.eks. præsupponerer udtalelsen “denne podcast giver plads til nuancer i debatten”, at der ikke nødvendigvis er plads til nuancer i øvrige fora.

Der findes flere måder at identificere præsuppositioner i en tekst på. De kan bl.a. komme til udtryk ved anvendelse af verber, der indikerer en udvikling (f.eks. begynde eller stoppe). Derudover kan tilstedeværelsen af hv-spørgsmål pege på en præsupponering, hvor man ved et svar på et sådan spørgsmål ofte er nødt til at acceptere præmissen (Richardson 2007, s. 63).

Når vi beskæftiger os med præsuppositioner, er det primært med udgangspunkt i Fairclough tilgang. Præsuppositioner er en del af det, Fairclough kalder manifest intertekstualitet, som er når en tekst trækker på øvrige tekster (Fairclough, 1992c, 117f). Det er relevant, når man undersøger repræsentation af forskellige diskurser i en tekst, fordi den, der taler, artikulerer en viden eller holdning, som qua dens taget-for-givet-hed trækker på eksisterende viden eller meninger. Det er vigtigt at pointere, at når Fairclough skriver, at der ved præsuppositioner trækkes på eksisterende tekster, skal hans tekstbegreb endnu engang forstås meget bredt, og hermed er det ikke afgrænset til en specifik tekst, men kan også være normer, generelle holdninger, meninger mv. (Fairclough, 1992c, s. 120f).

4.3.1.3 Deiksisforhold

Deiksisforhold referer til en henvisning; hvem, hvornår, hvor. De deiktiske forhold er altid afhængige af en kontekst, hvilket betyder, at man må kende de fysiske forhold i en kommunikationssituation for at forstå den deiktiske henvisning. Ethvert udgangspunkt for et subjekt, der kommunikerer, er det deiktiske centrum 'jeg', 'her' og 'nu'. Modpolerne til det deiktiske centrum er personangivelser (f.eks. du/I), stedsangivelser (f.eks. der/derhenne/op/ned) og tidsangivelser (datidsbøjninger af verber eller adverbialer som f.eks. i går, senere, om lidt) (Jensen, 2016, s. 39f).

I vores analyse fokuserer vi på persondeiksis, da måden, hvorpå personer og befolkningsgrupper italesættes, bidrager til måden, hvorpå de opfattes. Måden, sociale aktører italesættes på, kan bidrage til at identificere, hvilke grupper de associeres med, men også relationen mellem den, der taler, og dem, der tales om (Richardson, 2007, s. 49). En analyse af persondeiksis kan f.eks. belyse, hvordan inkluderende og ekskluderende grupper og personer konstrueres ved f.eks. at anvende jeg/vi kontra de/dem. Dette finder vi relevant, da disse forhold kan bidrage til at identificere, hvilke diskurser der skabes eller reproduceres om forskellige befolkningsgrupper, identiteter mv. Samtidig bidrager en analyse af persondeiksis til at placere den kommunikerende (i dette tilfælde Mette Frederiksen) i forhold til dem, der kommunikeres om.

I vores analyse inddrager vi også de ubestemte pronominer 'man' og 'nogen', som ikke traditionelt inkluderes i en analyse af persondeiksis. Disse ubestemte pronominer inkluderer som udgangspunkt ikke nogen bestemte grupper eller personer, og vi finder det lige så interessant netop at undersøge, i hvilke sammenhænge disse ubestemte pronominer anvendes, fordi dette også bidrager til en diskursiv repræsentation af den politiske virkelighed.

4.3.2 Del 1: Problemidentifikation

Indledningsvis analyserer vi de to emner, der optræder hyppigst, ved brug af formidlingsstrategien ‘problemidentifikation’, som er den strategi, Mette Frederiksen gør mest brug af i sin podcast. Emnerne er integration og udenrigspolitik.

4.3.2.1 Integration

Den kombination, der optræder hyppigst, er formidlingsstrategien ‘problemidentifikation’ i relation til emnet ‘integration’. Denne kombination optræder på tværs af 4 afsnit: afsnit 2 om ligestilling med Helle Thorning-Schmidt, afsnit 3 om børn og unges mistrivsel med Svend Brinkmann, afsnit 4 om boligpolitik/-markedet med Pelle Dragsted og afsnit 10 om integration i folkeskolen med Geeti Amiri.

Både deiksisforhold, modalitet og præsuppositioner, der anvendes i relation til formidlingsstrategien ‘problemidentifikation’ og emnet ‘integration’, bidrager dels til en forståelse af, hvordan Mette Frederiksen positionerer sig selv samt konstruerer grupper i samfundet. Derudover bidrager modalitet til at italesætte selvfølgeligheder, sandsynlighedsvurderinger og vidensgrader, hvor præsuppositioner indikerer en forudindtaget holdning eller viden, som hun argumenterer ud fra. En analyse med disse værktøjer giver os indsigt i, hvordan Mette Frederiksen anvender forskellige sproglige virkemidler, når hun ved at identificerer problemer konstruerer en politisk virkelighed af ‘integration’.

Konstruktionen af indvandrerkvinder som gruppe

Nedenstående citat er fra afsnit 2 med Helle Thorning-Schmidt som gæst:

“[...] men jeg må sige, nogle af de kvinder, jeg møder i Danmark med indvandrerbaggrund, har jo levet altså rigtig ufrie liv. Nogen har bestemt, hvem de skulle giftes med, måske er [deres] mødom blevet rekonstrueret, fordi man ikke har været tilfreds med, hvordan de har levet deres ungdomsliv, [og] social kontrol. Der er nogen, der holder øje på gymnasiet [med], om du er blevet for dansk, eller [om] du er muslimsk nok. Der er jo nogle ting på spil i det her miljø, som du og jeg aldrig har oplevet.” (Bilag 2, s. 1)

En analyse af persondeiksis i denne sekvens viser, at Mette Frederiksen konstruerer to befolkningsgrupper: indvandrerkvinder, som italesættes med pronomenet ‘de’, og ikke-indvandrerkvinder, der i dette tilfælde indbefatter Mette Frederiksen selv og Helle Thorning-Schmidt, der omtales som ‘du og jeg’.

I en forskningsartikel fra 2020, problematiseres det faktum, at debatten omkring ikke-vestlige indvandrere ofte udspringer af statistikker og optællinger, hvor det er uklart, hvem indvandre-

begrebet omfatter. Kritikken går på, at statistikker, der ofte henvises til i den offentlige debat, danner grundlag for stereotype grupperinger, der skaber skel mellem os og dem (Knudsen & Riis, 2020, s. 82) - et skel, som netop kommer til udtryk i ovenstående.

Modaladverbialet 'jo' er en informativitetsmarkør, der bidrager til at selvfølgeligøre Mette Frederiksens udsagn - f.eks. når hun udtaler: "[de] har jo levet altså rigtig ufrie liv" og "der er jo nogle ting på spil". Når Mette Frederiksen bruger 'jo' til at italesætte denne "åbenlyse sandhed" tyder det på, at hun her trækker på allerede eksisterende diskurser om indvandrere og islam. Disse udtalelser om kvinders ufrie liv er generaliseringer af en relativt stor befolkningsgruppe, og det er vanskeligt at skulle argumentere for, at det gælder for alle. Samtidig indikerer anvendelsen af kriteriemarkøren 'måske', at Mette Frederiksen ikke er fuldstændig sikker i sit argument om kvinders rekonstruerede mødom - modsat hendes tidligere brug af 'jo', når hun stålsat taler om kvinders ufrie liv.

Når Mette Frederiksen alligevel selvfølgeligør sine udtalelser ved anvendelsen af 'jo', tyder det netop på, at hun "udnytter" den i forvejen eksisterende samfundsdiskurs, der er om ikke-vestlige indvandrerkvinder og -mænd, og hermed er hun med disse sproglige værktøjer med til at reproducere disse diskurser. I relation til udtalelsen om kvinders ufrie liv, udtaler Mette Frederiksen: "Nogen har bestemt, hvem de skulle giftes med [...]". Hermed præsupponerer Mette Frederiksen, at et frit liv ikke indeholder arrangeret ægteskab, hvormed hun trækker på eksisterende normer i samfundet om ægteskab og frie valg. Disse allerede eksisterende diskurser problematiseres i forskningen, hvor det fremhæves, at der i debatten om ikke-vestlige indvandrere oftest er fokus på familie- og kønsværdier frem for grundlæggende samfundsværdier såsom lov, velstand mv. (Knudsen & Riis, 2020, s. 80f). Årsagen til, at det er de værdipolitiske emner, der vejer tungt i debatten, kan være et udtryk for, at der er større uoverensstemmelser på de værdipolitiske områder, end der er på de klassiske samfundsværdier. Disse køns- og familieværdier, som f.eks. udtrykkes af Mette Frederiksen i samtalen om kvinders ufrie liv, udtrykkes som en modpol til de danske traditioner, og hermed forstærkes skellet mellem "os" og "dem".

Når Mette Frederiksen efterfølgende sætter det at være for dansk og det ikke at være muslimsk nok op imod hinanden, præsupponerer hun, at man ikke både kan være "fuldstændig" dansk og "fuldstændig" muslim på én og samme gang. Hermed konstruerer Mette Frederiksen en tydelig opdeling mellem religion og nationalitet, som i hendes optik ikke kan forenes 100 procent. Samtidig præsupponerer dét, at man kan være for dansk, at der er en måde at være "dansk" på, som ikke harmonerer med islam. Forskningen retter en kritik mod den offentlige debat, fordi man ofte blander definitioner på nationalitet, oprindelse, fødested, etnicitet, sprog, kultur og religion sammen (Knudsen & Riis,

2020, s. 78). I denne udtalelse gør Mette Frederiksen nøjagtigt det: Hun sætter lighedstegn mellem 'dansk' og 'islam' som noget, der ikke kan forenes. Dog er 'dansk' en nationalitet, og det at være muslim er en religion, man lever efter. Det er altså to forskellige kategorier, som *ikke* per definition udelukker hinanden; det er to kategorier inden for to forskellige domæner. I forskningen er det netop ofte religion, der er et tema i indvandrerdebatten, hvor ikke-vestlig indvandring generaliseres ved at omhandle islam, og religionen bliver ofte italesat som et bånd for integration (Knudsen & Riis, 2020, s. 78).

Væsentligt er det her, at det uforenelige mellem 'dansk' og 'islam' ikke udtrykkes direkte som værende Mette Frederiksens holdning, men en holdning der tilhører 'nogen, der holder øje'. Måden, Mette Frederiksen præsupponerer dette på i sin italesættelse af integration, er, at hun trækker på normer og holdninger om et vestligt frit liv. Interessant er det, at hun ikke udtrykker disse holdninger som sine egne, men i stedet pålægger holdningerne et udefinerbart 'nogen'. At Mette Frederiksen ikke selv påtager sig holdningerne kan anskues som en rygdækning, når hun navigerer i det omdiskuterede felt, som integrations- og indvandrerpolitik er. Særligt, når man tager i betragtning, at hun ikke selv er en del af den omtalte gruppe. Når Mette Frederiksen identificerer det problem, der (angiveligt) er ved, at indvandrerkvinder er undertrykte, bidrager anvendelsen af det ubestemte pronomen 'nogen', er det en indikation på, at hun ikke ønsker at identificere specifikke skyldige aktører. Dog er det tydeligt, at det ikke her er kvinderne, der tales om, idet det er dem, der udsættes for problemet. Det tyder i stedet på, at det er muslimske mænd, der udøver disse undertrykkende handlinger.

Dele af forskningen peger på, at debatten vedrørende islam og integration kommer til at fokusere på en opfattelse af islam, hvor patriarkatet står i centrum, hvilket problematiseres, fordi det ikke harmonerer med det "danske progressive samfund" (Riis & Knudsen, 2020, s. 81). I den offentlige debat er der generelt ikke en frygt for at sætte patriarkatet i fokus i relation til islam. Derfor er det interessant, at Mette Frederiksen ikke tydeligt navngiver de muslimske mænd, men blot omtaler dem som 'nogen'. Vores analyse peger på, at Mette Frederiksen (enten som statsminister eller socialdemokrat) mener, at der er et reelt problem der vedrører indvandrerkvinders undertrykkelse. Dog er det tydeligt, at Mette Frederiksen ikke ønsker eksplicit at pege fingre og hænge nogen ud som årsag til problemet. Vores tolkning er, at der er noget, der ikke harmonerer så godt ved både at ville nuancere en politisk samtale, samtidig med at man på populistisk og bebrejdende vis peger direkte fingre ad én gruppe som årsag til kvindeundertrykkelse. Hermed kan Mette Frederiksens kommunikation herom ses som et udtryk for et forsøg på at navigere i det dilemma, emnet medfører.

Konstruktionen af kriminelle indvandrere

I næste lydsekvens fra afsnit 4, taler Mette Frederiksen om boligpolitik med Pelle Dragsted. Her taler Mette Frederiksen ud fra en specifik oplevelse, hun selv har haft, og der er hun ikke bleg for at navngive specifikke aktører. I denne sekvens formår Mette Frederiksen også at identificere problemer ved at konstruere nogle specifikke befolkningsgrupper.

“Vi har fået, også i boligpolitik, et meget meget meget etnisk opdelt Danmark, og lige så glad, jeg er for almene boligområder, lige så bekymret er jeg jo over områder, hvor beboerne med god grund faktisk er bange for at gå ud om aftenen, fordi der er for meget kriminalitet for eksempel, ikke? [...]” (Bilag 2, s. 1)

“Det er jo... altså kriminalitet er jo grundlæggende sådan en virkelig kedelig skolegårdslogik om, at de er stærke, altså dem, der er truende, og det behøver jo ikke at være, at man er fysisk voldelig. Det kan jo også bare.... Jeg var i et stort boligområde i Køge for eksempel, hvor noget banderelateret... Sådan store grupper af unge drenge og mænd bare havde placeret sig midt i det der store boligområde, og ingen andre turde gå ud - altså legepladserne blev tømt for børn, og de kvinder i området, der ikke gik med tørklæde, ja de turde ikke gå ud, fordi så fik man at vide, at jeg var blevet for dansk.” (Bilag 2, s. 1).

Hvor Mette Frederiksen før konstruerede en forståelse af indvandrerkvinder samt muslimske mænd, bygger hun videre på denne fortælling om, at indvandrer-mænd er årsag til problemer, og kvinder er undertrykte. I første citat udtaler Mette Frederiksen, at vi har et etnisk opdelt Danmark, som har resulteret i for meget kriminalitet, og at beboerne har god grund til at være bange. Ved at påpege, at der er et etnisk opdelt Danmark, og at Mette Frederiksen er bekymret over almene boligområder pga. kriminalitet, præsupponerer hun, at der er lighedstegn mellem etniske grupperinger og kriminalitet. Hvor Mette Frederiksen i lydsekvensen med Helle Thorning-Schmidt gjorde brug af det ubestemte pronomen ‘nogen’, omtaler hun i disse lydsekvenser mere eksplicit de aktører, der er tale om, hvilket præcis er at trække på de tidligere nævnte eksisterende diskurser vedrørende islam og patriarkatet.

De befolkningsgrupper, hun i lydsekvensen konstruerer, er beboere, som er bange, store grupper af unge drenge og mænd, og kvinder, der ikke går med tørklæde. Vi tolker, at den gruppe af kriminelle unge mænd, Mette Frederiksen taler om, formentlig skal forstås som den samme gruppe (‘nogen’), der blev talt om i afsnit 2. Dette udleder vi, idet hun nævner kvinders frygt for at blive betragtet som værende for danske, fordi de ikke går med tørklæde, hvilket er den samme argumentation, der optræder i afsnit 2. Hermed ligger det implicit i Mette Frederiksens udtalelse, at denne gruppe af mænd, der skaber utryghed, er muslimske unge drenge og mænd. At Mette Frederiksen i denne sekvens er mere specifik om, hvem der tales om, kan hænge sammen med hendes positionering

af sig selv med pronomenet 'jeg', der indikerer, at hun har en vis form for førstehåndsoplevelse med problemet hun identificerer, idet hun har besøgt området.

Kompositionsmarkøren 'altså' anvendes tre gange i ovenstående citat i forbindelse med udtalelser om kriminalitet, folk der er truende og tømte legepladser. Dette modaladverbie anvendes til at sætte argumenter i kontekst af øvrige argumenter, og den hyppige brug af 'altså' kan pege på, at de argumenter, Mette Frederiksen opstiller i denne sekvens, ikke er stærke nok til at stå alene, men er afhængige af øvrige argumenter om kriminalitet og usikre boligområder. Samtidig er det endnu en gang informativetsmarkøren 'jo', der anvendes i flæng, som indikerer, at Mette Frederiksen bekymring omkring kriminalitet i almene boligområder er en selvfølgelighed. Dette understreges yderligere ved brugen af kriteriemarkøren 'faktisk', som også understreger denne selvfølgelighed.

I en kritisk artikel om fremstillingen af muslimer i medierne fra 2016, problematiseres den tendens, der er i den danske presse, nemlig ukritisk at gengive historier og kausalitetssammenhænge, når det vedrører dækningen af etniske minoriteter (Suhr & Sinclair, 2016, s. 144). Kausalitetssammenhængen ser vi netop i ovenstående eksempel, hvor Mette Frederiksen uden yderligere forklaring og belæg sætter lighedstegn mellem et etnisk opdelt Danmark og høj kriminalitet i visse boligområder. Hermed ser vi altså, at de tendenser, der eksisterer i medierne, gengives af Mette Frederiksen i podcasten. Artiklen peger på, at politikere, ligesom den almene borger, bliver påvirket af måden, medierne dækker emner på, og problemet opstår, idet politikere er dem, der har ansvaret for at løse disse problemer. Hvis politikere reproducerer denne unuancerede kausalitetssammenhæng, hvilket vi i ovenstående ser et eksempel på, når Mette Frederiksen fremstiller religion som den primære årsagsforklaring på problemer ved integration, er det vanskeligt at finde den rigtige løsning på problemet, da det ofte ikke er så simpelt, som det fremstilles i medierne.

I artiklen er det særligt mediernes anvendelse af frygt i integrationsdebatten, der kritiseres. Kritikken går på, at medierne videreformidler unuancerede og unødvendigt skarpt vinklet information, hvilket medvirker til en eskalering af problemer, som gør det vanskeligt at finde frem til de rigtige løsninger (Suhr & Sinclair, 2016, s. 146). Netop denne kritik er den samme, som Mette Frederiksen på et mere generelt plan retter mod de danske medier; at de er unuancerede. Det er netop også derfor, hun i første omgang startede podcasten. Derfor kan det forekomme selvmodsigende, at Mette Frederiksen, trods hun udtrykker et ønske om at nuancere debatten, taler ind i de samme tendenser til forsimplede diskurser om islam og integration, og hermed er med til at reproducere frygtbetonede diskurser og unuancerede kausalitetssammenhænge - i dette tilfælde i relation til kriminalitet i visse boligområder.

4.3.2.2 Udenrigspolitik

Tiden taget i betragtning er det ingen overraskelse, at når Mette Frederiksen identificerer problemer relateret til udenrigspolitik, så handler det primært om krigen i Ukraine og Putin. Udenrigspolitik er derfor også det næstmest omtalte emne ved anvendelsen af formidlingsstrategien ‘problemidentifikation’.

Konstruktion af tidligere politikere

Nedenstående citat er et uddrag fra afsnit 1, hvor Mette Frederiksen taler om krig i Europa med Rune Lykkeberg.

“[...] det er jo, fordi vi er foran på noget af den vedvarende energi, som skyldtes oliekrisen tilbage i halvfjerdsene. Så man kan sige, i virkeligheden burde det jo ikke komme som så stor en overraskelse for os, at sikkerhedspolitik er energipolitik, og energipolitik er sikkerhedspolitik. Men der er alligevel nogen øjensynligt, der er blevet ret overrasket over det.” (Bilag 2, s. 5).

Med anvendelsen af det deontiske modalverbum ‘burde’, engagementsmarkøren ‘i virkeligheden’ og informativetsmarkøren ‘jo’ insinuerer Mette Frederiksen, at det er overraskende, at det *ikke* er åbenlyst og indiskutabelt for alle, at sikkerhedspolitik og energipolitik hænger sammen, nu hvor en energikrise udspringer af krigen i Ukraine. Med kompositionsmarkøren ‘alligevel’ placerer Mette Frederiksen sit argument, “at nogen øjensynligt er blevet overrasket”, i relation til det faktum, at det er overraskende, at ikke alle er klar over, at sikkerheds- og energipolitik hænger sammen. Vigtigt er det, at Mette Frederiksen med disse argumenter præsupponerer, at hun selv har vidst dette fra start af, hvilket positionerer hende som overlegen. Mette Frederiksens anvendelse af personedeixis i denne sammenhæng går fra at være ‘os’, hvilket må inkludere hende selv, til at hun tager sig selv ud af ligningen ved at anvende ‘nogen’, hvilket indikerer et skift, hvor hun ikke selv er en del af det problem, der identificeres.

Mette Frederiksen anvender podcasten til at fordømme Putin og krigen i Ukraine. Det er sandsynligvis noget, de fleste i Danmark vil erklære sig enige i, og derfor heller ikke det mest interessante i podcasten. Det, der er mere interessant, er, at Mette Frederiksen anvender podcasten til, ikke blot at påpege det åbenlyse problem ved, at der er krig i Europa, men snarere at identificere problemer ved, hvordan tidligere konflikter er blevet håndteret.

“Det er en meget, meget, meget brutal krig, og jeg er selv af den overbevisning, at hvis vi ikke holder ved den her gang, og hvis ikke vi viser, at demokratierne evner

at stå vagt om os selv og vores værdier, så ved vi ikke, hvad det næste træk kan blive.” (Bilag 2, s. 4).

I ovenstående citat udtaler Mette Frederiksen, at vi skal holde ved (ikke bare lade Ukraine stå alene) og anvender vendingen “den her gang”, hvilket præsupponerer, at der ved tidligere konflikter er blevet givet op for hurtigt. Ved at anvende pronomenet ‘jeg’ i denne sammenhæng, indikerer Mette Frederiksen, at dette er hendes holdning, hvilket positionerer hende selv som en, der vil gøre ting anderledes og dermed bedre. Samtidig gøres hendes holdning relevant for hele Danmark og øvrige demokratiske samfund, idet hun også anvender pronominer ‘vi’, ‘os’ og ‘vores værdier’ i relation til at værne om demokratiet.

Nedenstående citatet understreger Mette Frederiksens “strategi”, hvor krigen i Ukraine anvendes som springbræt til at identificere andre problemer, der dog ikke har fundet sted i hendes tid som regeringsleder. Det indikerer endnu en gang, at problemer, der identificeres, anvendes til at fremhæve Mette Frederiksen selv som en bedre leder end de tidligere.

“Men Putin spiller også en rolle på Balkan. Det er 30 år siden nu, vi havde borgerkrigen, men i dag ligger der nogle af de samme etniske konflikter og ulmer i Bosnien-Hercegovina, Republika Srpska og Serbien. Her er det også Putin, der spiller en ualmindelig kedelig rolle. En optrapning militært i Arktis; også Putin. Syrien har vi været omkring, men også i Afrika, hvor noget af det, der er meget faretruende... Det er jo, at den islamiske terrortrussel, der har været i Mellemøsten i en årrække, den er rykket ind i Afrika i Sahel regionen, og der ser vi nu Wagner Group rykke ind. Det er nogle af de værste, der overhovedet findes på jordkloden.” (Bilag 2, s. 4).

I ovenstående sekvens fremhæves Putin og en række andre konflikter. Med anvendelsen af ‘også’ understreger Mette Frederiksen, at den “kedelige rolle”, Putin har nu, også har været væsentlig i de tidligere konflikter. Set i lyset af de øvrige sekvenser, kan dette anskues som ikke blot en åbenlys kritik af Putin, men en kritik af hvordan tidligere konflikter er blevet håndteret af EU’s (herunder Danmarks) politiske ledere. Altså en kritik, som er rettet mod, at man *burde* have grebet ind og bremset Putin langt tidligere. Mette Frederiksen trækker på diskurser om frygt, hvor både Wagner Group, islamiske terrortrusler samt folkedrab og borgerkrig i Europa nævnes. At trække på disse frygt-diskurser bidrager til at positionere hende selv som den leder, der kan træde i karakter og forhindre, at sådanne begivenheder igen skal ske.

Placering af skyld

Den ovenstående analyse viser, at når Mette Frederiksen anvender formidlingsstrategien 'problem-identifikation' i relation til emnet udenrigspolitik, så handler det naturligvis overordnet om krigen i Ukraine. På tekstniveau er det ikke blot Putin, der påpeges som problem. I en tekstanalyse kan problemer, der i langt højere grad handler om tidligere politikere/magthavere og deres håndtering af lignende situationer, også identificeres. At identificere problemer ved tidligere lederes ageren bidrager til en præsupposition af, at Mette Frederiksen ikke ville håndtere konflikter på samme måde, og derfor positionerer hun sig selv, som en der må være bedre end det, der har været før.

Analysen viser, at Mette Frederiksens positionerer sig selv på en måde, der placerer hende uden for den gruppe af politikere, der ikke tidligere har gjort nok og nu er blevet overrasket over sammenhængen mellem energi- og sikkerhedspolitik. Dette kan forstås som en diskursiv undgåelsesstrategi, hvor man gennem konstruktionen af helte og skurke, vil forsøge konstruere et billede af andre som skurke (Hansson, 2018, s. 555). At Mette Frederiksen ikke er en del af den gruppe, der ikke har gjort nok, kan derfor ses som en måde, hvorpå hun forsøger at distancere sig fra disse antagonister.

I forskningen anvendes begrebet 'blame' eller bebrejdelse i politisk sammenhæng i forhold til kriser og forsvar af politiske valg. Politiske aktører vil forsøge at undgå, at det netop er dem, der bebrejdes for negative udfald, da det vil have betydning for deres popularitet blandt vælgere (Hansson, 2018, s. 546). Set i lyset af, at podcasten er udgivet op til et valg, må det i høj grad ses som værende Mette Frederiksen ønske at undgå, at befolkningen tænker negativt om hendes ageren i relation til diverse kriser. Bebrejdelse beskrives i forskningen som en målorienteret og medieret diskursiv kamp, hvor aktører ønsker at forme virkeligheden på en måde, således at skyld for et givent negativt udfald placeres et bestemt sted. Medierne er i høj grad en arena for bebrejdelse - især i politisk sammenhæng. Bebrejdelsesspillet sker især gennem mediernes dækning af emner eller konflikter, hvor selektering i information bidrager til at placere skyld et givent sted (Hansson, 2018, s. 550ff).

At Mette Frederiksen selv indgår (dog mere implicit) i dette bebrejdelsesspil kan ses som en måde, hvorpå hun forsøger at influere medieagendaen. Dette gør Mette Frederiksen bl.a. ved at rekontekstualisere tidligere begivenheder. Forskningen peger på en tendens, hvor f.eks. politiske fejltagelser eller håndteringer ofte rekontekstualiseres, når bebrejdelse anvendes som en undvigelsesstrategi. Politiske aktører kan bruge disse rekontekstualiseringer til egen fordel i et forsøg på at undgå bebrejdelse for deres egen politiske ageren (Hansson, 2018, s. 556). Hermed kan Mette Frederiksens lettere elegante pegende fingre af tidligere politiske ledere og aktører også betragtes som en slags rekontekstualisering: Altså at hun rekontekstualiserer deres politiske gøren i den kontekst, vi i dag

befinder os i, trods de omtalte sad på regeringsposten i en tidligere periode. Hermed peger Mette Frederiksen potentielt på tidligere politikeres manglende viden/ageren som problematisk for at undgå selv at blive mødt af en kritik for egne politiske beslutninger - f.eks. fra medier eller offentligheden.

Når Mette Frederiksen identificerer problemer ved håndteringen af tidligere udenrigspolitiske konflikter, understreger det altså i høj grad, hvordan podcastmediet adskiller sig fra de traditionelle medier, men samtidig muliggør, at Mette Frederiksen kan bruge strategier fra selvsamme medier. Det er vanskeligt at forestille sig, at Danmarks statsminister i mødet med en journalist udelukkende kunne tale om, hvad statsministerens forgængere samt internationale kolleger har gjort forkert, *uden* at journalisten ville spørge ind til, hvad statsministeren selv ville gøre i den situation, vi befinder os i. Dog er det væsentligt også at pointere, at udenrigspolitiske emner, som krigen i Ukraine, naturligvis er store og komplekse politiske problemer, hvorfor det også ville være overraskende, hvis Mette Frederiksen i en samtale-podcast italesætte konkrete løsninger på disse problemer. I stedet er det i høj grad historiske perspektiver på konflikter, der fylder i samtalen med Rune Lykkeberg, hvorfor en perspektivering til tidligere lederes ageren forekommer naturligt i samtalen.

At tale om, hvad andre i fortiden (ikke) har gjort, er selvfølgelig også en strategi, hvor man ved at sige, hvad man ikke selv vil gøre, undgår at skulle sige, hvad man reelt vil gøre. Hermed fordrer podcastmediet, at Mette Frederiksen undgår mediegatekeepers samt deres kritiske vagthundsfunktion, og hun får med sin podcast mulighed for *selv* at blive en aktør i bebrejdelsesspillet, hvor hun er med til at skabe en bestemt politiske virkelighed - måske for at undgå selv at blive konfronteret med kritiske spørgsmål til sin egne foreliggende beslutninger vedrørende internationale samarbejder.

4.3.2.3 Den politiske virkelighed skabt gennem problemidentifikation

Vi har nu belyst, hvordan Mette Frederiksen i samtale om to forskellige emner identificerer problemer. Set i lyset af Faircloughs tre funktioner ved den kritiske diskursanalyse kan vi nu pege på, hvordan Mette Frederiksen konstruerer 1) sociale identiteter, 2) sociale relationer, og 3) videns- og betydningssystemer.

1) Mette Frederiksen konstruerer sociale identiteter, herunder muslimske kvinder, muslimske (kriminelle) mænd samt hende selv og andre, der ikke er en del af disse grupper. Desuden konstruerer hun sociale identiteter som et fælles europæisk 'vi' og hende selv som en leder, der har evner til at håndtere udenrigspolitiske konflikter, i modsætning til tidligere politiske aktører. Denne konstruktion af forskellige grupper og aktører bidrager til, at Mette Frederiksen kan positionere sig selv på den måde,

der er mest fordelagtig for hendes egen politiske agenda. Samtidig bidrager disse konstruktioner af sociale identiteter og grupper til at identificere, hvor problemer i samfundet opstår eller er placeret.

2) Mette Frederiksen konstruerer sociale relationer ved at trække på eksisterende diskurser vedrørende kønsroller inden for islam og derigennem identificere problemer ved samfundet samt magtrelationer i den politiske verden i forhold til regeringslederens rolle i kriser.

3) Mette Frederiksen konstruerer videns- og betydningssystemer ved at skabe en bestemt politisk virkelighed om et emne, f.eks. at ikke-vestlige indvandrere er kriminelle samt en rekontekstualisering af tidligere politisk ageren, som skaber et videnssystem, hvor Mette Frederiksen ikke selv kan bebrejdes for udenrigspolitiske beslutninger.

Når Mette Frederiksen identificerer problemer ved integration, italesættes emnet i relation til bl.a. ligestilling og boligpolitik. Forskning på området peger på, at medierne typisk bidrager til en unuanceret tilgang til dækning af information, der vedrører integration eller muslimer. Vores analyse viser, at til trods for Mette Frederiksens eget ønske om en mere nuanceret debat, bidrager hendes udtalelser i podcasten til at reproducere disse diskurser ved at trække på allerede eksisterende (stereotype) diskurser om ikke-vestlige indvandrere, ligesom Mette Frederiksen reproducerer de unuancerede kausalitetssammenhænge om muslimer, der ofte ses i den danske presse.

Når Mette Frederiksen anvender formidlingsstrategien 'problemidentifikation', ser vi, hvordan dét, at placere skyld for disse problemer, frem for at komme med bud på løsninger, er noget, der fylder i podcasten. Dette ses især, når der tales om udenrigspolitik. Når Mette Frederiksen taler om udenrigspolitik, ved at påpege problemer ved tidligere politiske aktørers ageren i relation til Rusland, låner hun logikker fra medieinstitutioner, hvor skyldsspørgsmålet i politiske sammenhæng ofte fylder en del. At Mette Frederiksen søger at placere skyld (for manglende ageren) kan ses som en måde, hvorpå hun forsøger at konstruere en politisk virkelighed, hvor skyld ikke kan placeres ved hende selv. Ligesom integration (eller mangel på samme) bliver årsagen til problemer på boligområder og ligestilling, bliver tidligere politikeres manglende initiativ gjort til årsag til problemer vedrørende f.eks. energikrisen eller Ruslands fortsatte negative indflydelse i verden.

Det kan være podcastens frie rammer, der gør det muligt for Mette Frederiksen at skabe denne virkelighed, hvor der er fokus på skyld frem for løsninger på de problemer, der identificeres. Dog omhandler de problemer ift. integration, Mette Frederiksen taler om i podcasten, i høj grad kultur og

kulturforskelle, som nok er vanskelige at regulere politisk. Derfor er det også vanskeligt at forvente, at Mette Frederiksen i sin podcast ville have løsningsforslag til de komplekse problemer, der tales om. Det, Mette Frederiksen i stedet gør, er at reproducere unuancerede kausalitetssammenhænge, hvor der sættes lighedstegn mellem manglende integration og undertrykte kvinder samt kriminalitet i almene boligområder. At integration bliver en del af samtalen om disse to sandsynligvis reelle problemer er interessant, fordi integration ikke er temaet for de afsnit, hvor dette drøftes. Temaerne er derimod ligestilling og boligmarkedet, hvor manglende integration fungerer som syndebuk for problemer på disse områder.

Når det gælder Ruslands rolle i verden og de problemer, som Putin skaber, er selvsagt ikke Mette Frederiksens skyld, at der er i krig i Ukraine, ligesom det ikke er hendes ansvar alene at løse krigen. Dog er hun den, der i Danmark skal stå på mål for f.eks. energikrisen, som der også tales om i podcasten. Ved at problematisere tidligere politiske aktørers handlen, formår Mette Frederiksen at placere skylden (til dels) et andet sted end hos sig selv.

Mette Frederiksen ønsker med podcasten at nuancere den politiske debat. Når hun identificerer problemer vedrørende udenrigspolitik, sætter hun det en historisk kontekst, som lader lytteren forstå, at de problemer, der er i Danmark, er opstået i kølvandet af krigen, og ikke er kommet ud af den blå luft, hvorfor de selvfølgelig også er svære at løse. En nuancering, som der måske ikke på samme måde er plads til i den traditionelle nyhedsdækning, hvor "breaking news" og konflikt ofte er det, der fylder. Spørgsmålet er, hvorvidt Mette Frederiksens nuancering rent faktisk bidrager til, at vi i Danmark reelt får løst problemerne, eller om det blot er et spørgsmål for Mette Frederiksen om selv at skærme sig for kritik.

Når Mette Frederiksen derimod taler om problemer vedrørende integration, stemmer hendes retorik i høj grad overens med den øvrige retorik i samfundet. Dermed er det ikke Mette Frederiksen, der skaber disse befolkningsgrupper eller konstruerer integration som årsag til samfundets problemer. Mette Frederiksen bidrager "blot" til en reproduktion af disse diskurser, og dermed bidrager podcasten ikke umiddelbart, som hun ellers ønsker, til en nuancering af debatten. Mette Frederiksen bidrager således til at cementere det ulige, unuancerede billede, der i store dele af Danmark hersker af indvandrere og integration. Netop derfor, kan det at italesætte integration som syndebuk for problemer på forskellige områder, ses som en bevidst strategi, hvor Mette Frederiksen undgår alt for kontroversielle udtalelser, men i stedet blot taler ind i de allerede eksisterende (og delvist accepterede) diskurser, fordi det er mindre "risikabelt".

4.3.3 Del 2: Promovering

Formidlingsstrategien 'promovering' er den, der af Mette Frederiksen anvendes næstmest i podcasten. I følgende del analyserer vi derfor de to emner, der optræder mest hyppigt inden for formidlingsstrategien 'promovering', nemlig 'beskæftigelse' og 'politik i Danmark'.

4.3.3.1 Beskæftigelse

Kombinationen af formidlingsstrategien 'promovering' og emnet 'beskæftigelse' optræder i et enkelt afsnit, nemlig afsnit 9, hvor Mette Frederiksen har besøg af Dennis Nørmark til en snak om bureaukrati og beskæftigelse.

Positionering af Mette Frederiksen

Når Mette Frederiksen anvender promovering som formidlingsstrategi til at tale om beskæftigelse, omhandler det i høj grad ældrepleje, og hvordan bureaukratiseringen tager tid fra den omsorg, der også er en del af personalets arbejde. Når vi beskæftiger os med ældrepleje og sundhedssektoren, er vi nødt til at anskue emnet i en større kontekst for at forstå den debat, Mette Frederiksen med sin podcast angiveligt søger at nuancere. Under og efter corona-pandemien har sundhedssektoren været omdrejningspunkt i medierne - både på godt og ondt. Sundhedspersonalet er blevet rost for deres hæderlige indsats, men der har også været rettet en kritik mod manglende tid og dårlige arbejdsforhold, hvilket bl.a. manifesterede sig i strejker blandt sygeplejersker. Flere TV-indslag har også sat fokus på netop ældreområdet og de forhold, nogle ældre lever under. Altså må det siges, at debatten har været præget af relativt meget utilfredshed, ift. hvordan det står til i det danske velfærdssamfund. En kritik, som naturligvis er rettet mod magthaverne. Det er derfor ikke overraskende, at Mette Frederiksen som regeringsleder gerne vil nuancere denne debat, eftersom det er hende, der har skulle stå på mål for meget af den tidligere kritik. Selv påpegede hun i sin nytårstale i 2021/2022, at ældreplejen har mangler, hvorefter hun lancerede løftet om en ny ældrelov; en lov der fortsat er på vej. Spørgsmålet er derfor, om podcastens egentlige formål her er at nuancere debatten, eller om podcasten snarere anvendes som promoveringskanal for Mette Frederiksens politik.

Nedenstående sekvens har også elementer af formidlingsstrategierne 'problemidentifikation' samt 'udtrykker besvær'. Det kommer til udtryk, idet Mette Frederiksen påpeger, at bureaukratiseringen har nogle negative konsekvenser, ligesom hun giver udtryk for en vanskelighed ved at løse dette problem. Når sekvensen alligevel er kodet som promovering, skyldes det, at Mette Frederiksen fremhæver sig selv som regeringsleder og hermed indikerer, at hun vil gøre noget ved problemet, ligesom

hun fremhæver det positive ved landets lave arbejdsløshed, hvorfor denne sekvens kan ses som en promovning af Mette Frederiksen og hendes egen politik.

“Men når jeg siger, det er med lidt blandede følelser, så er det både fordi, at jeg faktisk selv mener, at den overdrevne bureaukratisering ødelægger noget af det vigtigste i velfærdssamfundet - for eksempel den sunde fornuft, tid til relationer mellem mennesker, men også fordi jeg må konstatere efter godt tre års som statsminister, at det her, det er faktisk noget af det, der er vanskeligst at gøre noget ved, så jeg og vi skylder på den her dagsorden, og så må jeg sige, med det vi sidder og kigger ind i som et land; en demografi, der forandrer sig, at der bliver stadig flere ældre, vi lever længere, der kommer færre i den erhvervsdygtige alder. Vi har heldigvis lav arbejdsløshed og høj beskæftigelse, hvis ikke vi får frigjort noget tid fra noget af det, der foregår i det bureaukratiske rum i dag, så er der simpelthen ikke hoveder og hænder og heller ikke de to i kombination til altså at være til stede i vores velfærdssamfund, så det er i mine øjne en af de mest alvorlige problemstillinger” (Bilag 2, s. 6)

En anden årsag til, at denne sekvens er kodet som promovning er, at der er tydelig forskel på, hvordan Mette Frederiksen her taler om politiske emner sammenlignet med de tidligere analyserede sekvenser. En analyse af deiksisforhold viser, at ‘jeg’ anvendes hele fem gange. Når Mette Frederiksen anvender ‘jeg’ så hyppigt, træder hun i forgrunden og tager ejerskab over sine ytringer, der i dette tilfælde omhandler problematikker samt løsninger ved bureaukratiseringen og den manglende tid til omsorg i ældreplejen. Derudover anvendes pronomenet ‘vi’ om danskerne som en gruppe, særligt ved positive ytringer såsom: “vi lever længere” og “vi har heldigvis lav arbejdsløshed”. Med dette ‘vi’ og den hyppige brug af ‘jeg’ positionerer Mette Frederiksen sig som danskernes “redningskvinde”, der allerede har sikret den høje beskæftigelse og samtidig vil arbejde for at gøre velfærdssamfundet endnu bedre. Dette kan forstås, som en måde hvorpå den negative tone i sundhedsdebatten forsøges nuanceret ved at drage paralleller til områder, hvor det rent faktisk går godt.

Derudover anvendes pronomenet ‘vi’ på en måde, der omfatter Mette Frederiksen selv og regeringen¹. Dette anvendes f.eks. når Mette Frederiksen siger “hvis ikke vi får frigjort noget tid” og “jeg og vi skylder på den her dagsorden”. Sidstnævnte udtalelse præsupponerer med “skylder”, at der ikke før er blevet taget aktion, hvilket har resulteret i, at situationen er, som den er nu. Modsat formidlingsstrategien ‘problemidentifikation’, hvor Mette Frederiksen ikke tog del i ansvaret for problemer (f.eks. ved udenrigspolitik), ses hendes rolle som ansvarlig tydeligere her. Vi vurderer, at dette

¹ Specialet er udarbejdet før, under og efter Folketingsvalget 2022. Når vi refererer til regeringen, er der derfor tale om den forhenværende Socialdemokratiske regering.

kan hænge sammen med, at hun allerede *har* lanceret løftet om en ny ældrelov, og derfor er det vanskeligt for andre at rette kritik mod hende for ikke at gøre noget.

Mette Frederiksen udtrykker, at hun 'må konstatere', at problemer i ældreplejen er vanskelige at løse, hvormed modalverbet 'må' peger på, at Mette Frederiksen oplever denne udtalelse som nødvendig. Dette kan dels skyldes, at Mette Frederiksen forsøger at imødekomme en kritik om, at hun/regeringen ikke har gjort mere på ældreområdet. Samtidig kan det opfattes som en nuancering eller et mod svar til den kritiske tone, der har været i debatten på sundhedsområdet, hvor Mette Frederiksen her forsøger at svare på, hvorfor der så ikke er gjort mere.

Placering af skyld

I nedenstående citat, er det ikke som før problemets kompleksitet, der er undskyldning for dets eksistens. Denne gang er det snarere Mette Frederiksens forgængere og øvrige kollegaer, der har håndteret problemerne forkert.

“Det ødelægger arbejdsglæden, og det ødelægger livskvaliteten både for medarbejdere og vigtigst af alt jo for dem, det hele handler om, nemlig den gamle, der har behov for at få hjælp, ikke? Eller den kvinde, der får brystkræft, og vi kommer ikke til, altså, jeg kan jo også mærke sådan en forskel, at i alle de år, jeg har været med i politik, der har været et problem, så har man kunnet stille sig op og sige 'så afsætter vi en milliard ekstra til at løse det'. Det kan du ikke, fordi du kan ikke ansætte folk til at gøre det” (Bilag 2, s. 7).

De ubestemte pronominer 'den' og 'dem' anvender Mette Frederiksen til at italesætte en gruppe sårbare mennesker, som ligger under for vores velfærdssystem. Efterfølgende skelner Mette Frederiksen mellem sig selv og øvrige (tidligere) politiske aktører, som hun omtaler med det ubestemte pronomen 'man'. Denne gruppe politikere kritiseres for at forsøge at løse problemet ved blot at afsætte penge.

Mette Frederiksen promoverer ikke sig selv ved at sige, hvad hun rent faktisk vil gøre for at hjælpe den skrøbelige gruppe mennesker, hun omtaler. Måden, hun promoverer sig selv, er i stedet ved at kritisere andres indsats på området, der dermed præsupponerer, at det blot at afsætte penge, ikke er noget, hun selv vil gøre.

Dette er endnu et eksempel på, hvordan bebrejdelse kan bruges som en undvigelsesmanøvre til at placere samtalens fokus andetsteds end på en selv. Netop det faktum, at Mette Frederiksen (og hendes regering) i medierne har været genstand for bebrejdelse ift. problemer på sundhedsområdet, kan være årsag til, at hun i podcasten også pålægger denne skyld andre politiske aktører. Ved at placere skylden hos sine forgængere, promoverer Mette Frederiksen implicit sin egen indsats - til

trods for denne indsats ikke har fundet sted endnu, men blot er et løfte, der er givet (et løfte, der ikke nævnes i podcasten, men som er relevant for konteksten af samtalen om ældrepleje).

4.3.3.2 Politik i Danmark

Kombinationen af formidlingsstrategien ‘promovering’ og emnet ‘politik i Danmark’ anvendes i tre forskellige afsnit: Afsnit 2 med Helle Thorning-Schmidt, afsnit 4 med Pelle Dragsted og afsnit 5 med Søren Pind.

Mette Frederiksen som politisk leder

I afsnit 5, som gæster Søren Pind, anvender Mette Frederiksen formidlingsstrategien til at promovere sig selv som en stærk karakter og politisk leder:

“Faktisk er det spørgsmål, jeg får af flest danskere, og det er ikke løgn, det er “hvordan kan du holde til det?” Det er det spørgsmål, flest danskere spørger landets statsminister i mit direkte møde, og det er helt uholdbart, fordi det spørgsmål kan jo kun blive stillet, hvis tilpas mange af jer tænker “OK, der er godt nok mange hårde ord og mange angreb”. Og det bliver jo nødt til at være sådan i et demokrati, at vi kan holde ud at være her, at man ikke skal have de allerbredeste skuldre eller udvikle teflon for at være en af dem, der tager ansvaret for vores land, og det er jo ligegyldigt om det er lokalpolitisk eller om det er på nationalt plan eller hvor det er. Jeg synes, det, der er det fine, i det du foreslår, det er at vende skolegårdslogikken om, så det i virkeligheden ikke er den, der bliver... i skolegården er det jo den, der bliver mobbet, der skal forsvare sig, eller det er andre, der ligesom skal kunne holde til den meget meget hårde debat, eller, som du siger, ting, der ikke er rigtige, fordi der oplever jeg et skred i den offentlige debat. Jeg kan holde til rigtig meget og har prøvet rigtig meget igennem 20 år i politik” (Bilag 2, s. 9).

Med engagementsmarkøren ‘faktisk’ indleder Mette Frederiksen ytringen med at indikere en vis grad af ærlighed, til trods for, at det, hun skal til at sige, nok vil være til lytterens overraskelse. Dette forstærkes yderligere, da hun med ordene “og det er ikke løgn”, i relation til spørgsmålet om, hvordan hun kan holde til det [at være politiker], præsupponerer, at man skulle tro, at det var løgn. I sin argumentation for, at den overraskende påstand er korrekt, anvender Mette Frederiksen informativitetsmarkøren ‘jo’ til at selvfølgelig gøre det faktum, at folk kun ville stille hende spørgsmålet, hvis de mente, at der var reel grund til det. Mette Frederiksen positionerer sig selv med pronomenet ‘jeg’, hvilket endnu en gang sætter hende selv i forgrunden og i denne sammenhæng promoverer hende som en stærk og robust karakter. Dette understreges med ytringen “jeg kan holde til rigtig meget”.

Mette Frederiksen udtaler, at det *ikke* bør være sådan i et demokrati, at ‘man’ skal have de bredeste skuldre for at være den, der tager ansvar. Dermed præsupponerer hun, at det er sådan, det forholder sig nu. ‘Man’ anvendes om den, der har de bredeste skuldre og tager ansvar, hvilket, vi vurderer, er regeringen eller en politisk leder. Selvom dette er et ubestemt pronomen, der anvendes, vurderer vi, at Mette Frederiksen her taler om sig selv, og dermed, qua sin statsminister position, må være indehaver af de bredeste skuldre. Selvom denne positionering promoverer Mette Frederiksen som en stærk leder, nuanceres billedet af hende som statsminister også, idet hun sammenligner sig selv med et barn, der bliver mobbet i skolegården. Altså giver hun indblik i de udfordringer, hun møder som person i den “meget, meget hårde debat”, der er i offentligheden.

Det kan både tolkes som, at Mette Frederiksen viser en sårbar side af sig selv, men på den anden side kan det også tolkes som en kritik af dem, der kritiserer hende. Når Mette Frederiksen f.eks. italesætter den hårde debat og nævner kommunikation om “ting der ikke er rigtige”, kan dette tolkes som en kritik af danske medier, som dem der kommunikerer disse usandheder. Mette Frederiksens påstand om, at tonen i den offentlige debat er hård, er ikke overraskende.

Forskningen peger på en generel kynisme hos journalister, når de dækker politik. I et studie, der afdækker relationen mellem journalister og politikere i hhv. Danmark, UK, Tyskland og Spanien, påpeges det, at journalister i dækningen af politik er blevet kritiseret for at skabe en “kynisme-spiral”, hvor deres negative dækning og kyniske tilgang til politik skaber mindre tillid til regeringen samt en øget kynisme fra offentlighedens side mod politikere (van Dalen et al., 2011, s. 147f). Ovenstående citat er kodet som ‘promovering’, fordi vi forstår udtalelsen som et ønske fra Mette Frederiksen om at promovere sig selv som stærk politisk leder. Dog kan vi, set i lyset af forskningen på området, også identificere et ønske om at nuancere den kritik eller hårde tone, der ofte er rettet mod politikere i den offentlige debat. Medierne i Danmark har en demokratisk rolle, og journalistikkens vigtigste funktion er netop at identificere og kommunikere om samfundets problemer. Når denne dækning bliver udpræget negativ, kan det have indflydelse på offentlighedens tillid til politikere samt politiske deltagelse (Elmelund-Præstkær & Hopmann, 2016, s. 120f). Derfor kan det ses som en bevidst strategi, at Mette Frederiksen via sin egen platform, hvor hun netop undgår denne negative dækning, søger at gøre opmærksom på den konfliktprægede journalistik, hun møder. Den kritik hun rettet bliver samtidig en måde hvorpå, Mette Frederiksen fremhæver sig selv som en stærk karakter og leder.

Konstruktion af modspillere

Når Mette Frederiksen promoverer sig selv, er det ikke hendes karakter, men også sin indsats som statsminister. I afsnit 4, hvor Mette Frederiksen gæstes af Pelle Dragsted, politiker fra Enhedslisten, taler de om boligpolitik. En væsentlig del af dette afsnit er kategoriseret under emnet 'politik i Danmark' til trods for, at det centrerer sig om boligpolitik. Det skyldes, at meget af deres samtale omhandler regulering og lovgivning, hvilket kan bidrage til at sige noget om den måde, som Mette Frederiksen fører politik på samt promoverer dette. I nedenstående sekvens anvendes pronominerne 'vi' og 'jeg' til at promovere både regeringen og Mette Frederiksens rolle i forhold til reguleringen af boligmarkedet.

“Hvad synes du egentlig om det, vi har gjort, på Blackstone, som er noget af det, vi har lavet sammen jo?” (Bilag 2, s. 8).

Ovenstående korte sekvens er ved første øjekast blot et spørgsmål til Pelle Dragsted. Spørgsmålet kan forstås som en præsupposition, idet en besvarelse af dette spørgsmål under alle omstændigheder vil indebære en accept af præmissen om, at 'vi har gjort [noget] på Blackstone-området'. Dermed kan dette citat betragtes som en promovering af Mette Frederiksens/regeringens rolle i indsatsen og reguleringen, idet pronomenerne 'vi' naturligvis inkluderer dem, der står bag denne lovgivning - herunder regeringen og støttepartierne.

I den yderligere samtale om reguleringer fortsætter Mette Frederiksens promovering af egne politiske tiltag og ambitioner:

“[...] Der er jo kun gode argumenter for at sikre, at der er både et ordentligt udbud af boliger. Men så vender vi jo en lille smule tilbage til, altså hvis vi er enige om, at der faktisk også er behov nogle flere boliger. Vi skal regulere, men der er også behov for nogle flere. Jeg synes bare tit, I er lidt imod, at der så bliver bygget.” (Bilag 2, s. 9).

Brugen af informativitetsmarkøren 'jo' i begyndelsen af citatet selvfølgelig gør og naturaliserer Mette Frederiksens udtalelser om behovet for regulering og flere boliger. Der anvendes flere forskellige pronominer til at positionere Enhedslisten som enten en med- eller modspiller for regeringen. Mette Frederiksen udtaler 'hvis vi er enige om, at der faktisk også er behov for nogle flere boliger'. Dette 'vi' kan både forstås som værende Mette Frederiksen og Pelle Dragsted, der sidder overfor hinanden i en samtale. Men i og med de taler om politiske ambitioner, kan dette også forstås som værende et bredere 'vi', der omfatter dem, der kan regulere boligmarkedet - herunder regeringen og støttepartier som f.eks. Enhedslisten.

Spørgsmålet kan ses som en måde, hvorpå Mette Frederiksen forsøger at positionere Enhedslisten som enten en med- eller en modspiller, alt afhængig af hvorvidt paritet, der her repræsenteres af Pelle Dragsted, erklærer sig enige i præmissen om behovet for flere boliger. Dog formår Mette Frederiksen senere at konstruere Enhedslisten som modspiller ved at anvende pronomenet 'I' om Enhedslisten, der er imod, at der bliver bygget. Det er altså Mette Frederiksens positionering af Enhedslisten som modspiller, der fungerer som en promovering af Mette Frederiksens ambitioner samt måde at føre politik på.

Personificering af Mette Frederiksen

I flere tilfælde har vi nu set, hvordan Mette Frederiksen promoverer sig selv og sin politik ved at pege på andre politiske aktørers indsats (eller mangel på samme). Dog promoverer Mette Frederiksen også sig selv på andre måder - f.eks. ved at bringe sig selv i spil på mere personligt plan.

I nedenstående sekvens er det i høj grad anvendelsen af pronomenet 'jeg' samt Mette Frederiksens tilknytning til Socialdemokratiet, der anvendes i promoveringen af hendes politiske standpunkt.

“Tror du ikke også egentlig, hvis vi skal være ærlige overfor hinanden, at vi har et dilemma der, fordi altså jeg er jo socialdemokrat... Jeg er jo... jeg er jo født i den almene boligsektor, og mit parti er hænger fuldstændig uløseligt sammen med det at sikre ordentlige billige, men også kvalitetsboliger til alle mennesker i Danmark - også når man for eksempel har været udsat for en arbejdsulykke eller bliver skilt, eller når der er andre livskriser, hvor man pludselig står og har behov for en bolig. Men jeg kan jo også mærke hos mange mennesker, at de faktisk gerne vil eje deres bolig.” (Bilag 2, s. 9).

I ovenstående fremhæver Mette Frederiksen sig selv som socialdemokrat, der er født i den almene boligsektor. Således knyttes hendes egen opvækst og partitilhørsforhold sammen med promoveringen af hendes egen politik. I denne sammenknytning trækker Mette Frederiksen på medielogikker og -diskurser ved at inddrage egen personlige baggrund.

I forskningen vedrørende politisk kommunikation og sociale medier, fremhæves det, hvordan personificering er en strategi, der ofte anvendes på sådanne medier (Jf. afsnit 2.3.5.1). Derudover er det også en noget, der både med negative og positive udfald finder sted i traditionelle nyhedsmediers dækning af politik, hvor personificering også fremhæves som en måde at få “mennesket” i fokus frem for “politikeren” (Albæk et al., 2013, s. 114). At Mette Frederiksen fremhæver sin egen opvækst, kan det forstås som personificering, idet hun her deler information om hende som person frem for

politikere. Dette kan være en effektiv strategi i politisk kommunikation. Det er vanskeligt at vide, om udtalelsen om, at hun er født i den almene boligsektor, skal forstås bogstaveligt. Men at anvende dette som argument, er dog interessant, idet Mette Frederiksen tidligere har modtaget kritik for at “snyde [...] når det gælder fortællingen om hendes barndom” (Ekstrabladet, 2018). Mette Frederiksen er ikke vokset op i et alment boligområde, men boede det meste af sin barndom i en muremestervilla i et parcelhuskvarter (Ekstrabladet, 2018). Når snakken falder på billige boliger og behovet for dette, fremhæver Mette Frederiksen de udsatte danskere, der f.eks. bliver skilt, har været ude for en ulykke mv. som har behov for disse boliger. Det, at hun fremhæver sig selv, som en der har boet i netop disse typer bolig, kan forstås som en måde hvorpå hun positionerer sig selv, som en del af denne gruppe – måske for at opnå identifikation og bedre tilknytning til en vælgergruppe.

4.3.3.3 Den politiske virkelighed skabt gennem promovring

Ovenstående analyse illustrerer, hvordan Mette Frederiksen anvender formidlingsstrategien promovring til at skabe en bestemt politik virkelighed. Dette sker blandt gennem konstruktionen af 1) identiteter, 2) sociale relationer samt 3) videns- og betydningssystemer, hvorigennem virkeligheden fortolkes og forstås.

1. Gennem promovring af sig selv, positionerer Mette Frederiksen sig som en robust og stærk leder, der kan holde til meget, og som danskernes “redningskvinde”, der hjælper de udsatte - både i sundhedssektoren og på boligområdet. I modsætning til hende selv står en gruppe udsatte danskere - hvad end der tales om alderdom, sygdom eller livskriser. Mette Frederiksen som redningskvinde promoveres yderligere gennem hendes konstruktion af tidligere politiske ledere som nogen, der ikke har gjort tilstrækkeligt for de danske udsatte. Også danske medier spiller en rolle i konstruktionen af Mette Frederiksen som robust og stærk, hvor medierne som institution konstrueres som konfliktoptrappende og forringende for den offentlige debat og demokratiet.
2. Når Mette Frederiksen promoverer sig selv og sin politik, konstruerer hun en række sociale relationer. Først er der relationen mellem hende selv og de danske udsatte, hvor hun som før nævnt har et ansvar eller forpligtelse over for denne gruppe. Derudover konstruerer hun en relation mellem politik og medier, hvor hun gennem sin kritik af medierne konstruerer en konfliktpræget relation. Dog ser vi også en tæt relation mellem mediediskurs og politisk diskurs, hvor Mette Frederiksen som politiker “låner” strategier som f.eks. personificering fra

medierne. Samtidig understreger den kritik, Mette Frederiksen retter mod medierne, den unægtelige relation, der er mellem politik, medier og offentlighed. En relation, vi vil beskæftige os med i en senere diskussion. Sidst, men ikke mindst ser vi, hvordan Mette Frederiksens interne relationer i den politiske verden kommer til udtryk på flere forskellige måder. Først er der relationen mellem hende selv og hendes forgængere, hvor det især er forgængernes “mangelfulde” indsats, der anvendes i promoveringen af Mette Frederiksens egen indsats. Dog ser vi også relationen mellem regeringen og støttepartierne, hvor Enhedslistens rolle i lovgivning- og reguleringssammenhæng konstrueres som værende både med- og modspiller ift. Socialdemokratiets egen politik. Denne relation er særlig interessant, fordi Mette Frederiksen i dette tilfælde konstruerer Enhedslisten som modspiller, og som nogen, der kan være en benspænd for den politik, hun ønsker at føre.

3. Det er ved konstruktionen af identiteter og relationer, at Mette Frederiksen gennem promovering konstruerer et særligt videns- og betydningssystem, hvorigennem hendes udtalelser skal fortolkes. Hun opstiller en sandhed om danske medier som nogle, der forhindrer den nuancerede offentlige samtale. Derudover italesætter Mette Frederiksen de mangler, der er på f.eks. sundhedsområdet, som noget, der er blevet forskyldt af tidligere danske regeringsledere. Dette bidrager til en promovering af Mette Frederiksen som den stærke leder, der kan føre danskerne ud af dårligdom, både gennem hendes robusthed som person, men også gennem lovgivning og regulering, som hun (og regeringen samt støttepartier) står bag.

Vores hidtidige analyse viser, hvordan Mette Frederiksen gennem formidlingsstrategien ‘promovering’ indenfor emnet ‘politik i Danmark’ samt ‘beskæftigelse’ både promoverer sig selv som en robust karakter og leder, men også promoverer de politiske tiltag og reguleringer, hun både har indført og har ambitioner om at indføre.

Dette illustrerer, hvordan podcasten som medie muliggør at trække på mediediskurser for at promovere personlige karaktertræk i politisk sammenhæng. Samtidig viser analysen, at friheden fra de redaktionelle journalistiske normer gør det muligt, at Mette Frederiksen kan promovere egen politik eller politiske resultater ved at fremhæve andres mangelfulde indsatser. Det kan hun gøre uden at blive mødt af journalister med den kritiske vagthundsfunktion, der typisk ville spørge ind til konkrete løsningsforslag. Friheden fra de traditionelle medier gør det både muligt at kritisere selvsamme (altså medierne), ligesom det bliver muligt, at Mette Frederiksen selv kan udvælge og selekttere i de

emner, hun ønsker at tale om. Derfor er det heller ikke overraskende, at Mette Frederiksen netop promoverer sin egen indsats eller ambitioner, hvor det i høj grad handler om, at de bredeste skuldre skal bære en tung byrde og hjælpe de udsatte borgere i samfundet; noget, der vækker genklang ift. Socialdemokratiets inderste kerne.

Om dette bidrager til en nuancering, er til diskussion. Mette Frederiksen får mulighed for at tale længere og mere detaljeret om sin egen og regeringens indsats på de fremhævede områder, som der før har været rettet kritik mod. Hvis Mette Frederiksen ønsker at nuancere debatten, er det her væsentligt at stille spørgsmålstegn ved, hvad hun mener med 'nuancer'. I og med Mette Frederiksen har inviteret Pelle Dragsted ind, og Enhedslisten konstrueres som en modspiller på boligområdet, peger det på, at der er plads til forskellige synspunkter. Dog har vi i denne analysedel samt den tidligere illustreret det faktum, at Mette Frederiksen ved at rette kritik mod andre politikere, forstærker egen position. Hermed kan samtalen med Pelle Dragsted også betragtes som en måde at udnytte Enhedslistens modstridende synspunkter som årsag til, at Mette Frederiksen ikke har gjort mere på området.

Selvom Mette Frederiksen og Pelle Dragsteds synspunkt ikke er 100 procent forenelige, var Enhedslisten på daværende tidspunkt trods alt stadigvæk regeringens støtteparti, hvorfor det formentlig havde været mere nuancerede med en samtale med en oppositionspolitikere. Da det modperspektiv, der inviteres ind, ikke står i direkte opposition til Mette Frederiksen selv, kan 'nuancering' i denne analysedel forstås som en uddybning af Socialdemokratiets politiske interesser – en uddybning, der nok sjældent ville være at finde i de traditionelle medier, da dette ville forudsætte politisk parallelisme i danske medier. Hvis det er plads til uddybning af egen politik, som Mette Frederiksen mener med 'nuancer', så tyder det på, at Mette Frederiksen med podcasten opnår dette. Skal 'nuancer' derimod forstås som plads til forskelligartede synspunkter, er der andre gæster, som havde bidraget med en skarpere nuancering.

4.3.4 Del 3: Forsvar

Den tredje mest anvendte formidlingsstrategi er 'forsvar'. De to emner, der tales mest om, når denne formidlingsstrategi anvendes, er 'udenrigspolitik' og 'politik i Danmark'.

4.3.4.1 Udenrigspolitik

Kombinationen af formidlingsstrategien 'forsvar' og emnet 'udenrigspolitik' optræder i afsnit 1, hvor Mette Frederiksen har besøg af Rune Lykkeberg. I følgende analysedel vil vi inddrage perspektiver på populistisk diskurs. Her finder vi det væsentligt at pointere, at populisme kan identificeres flere

steder i empirien end blot her. Det skyldes, at populisme altid vil være til stede i nogen grad i politik, da populisme, ligesom politik, handler om repræsentation og positionering af befolkning og bestemte grupper.

Kritik af regeringen

Når Mette Frederiksen forsvare sig selv eller sit politiske virke, er det i høj grad en reaktion på en kritik, der rettes mod hende og regeringen fra gæstens side. I nedenstående citat svarer Mette Frederiksen på en kritik fra Rune Lykkeberg. Kritikken drejer sig om, at Mette Frederiksen regering både gerne vil være EU engagerede, kun handle med Europa samt styrke nationalstaten, samtidig med at de ønsker at samarbejde med lande udenfor EU, f.eks. Israel og Rwanda. I nedenstående citat svarer Mette Frederiksen på denne kritik:

“Jeg er enig i noget af det, du siger, men i mine øjne er der jo ikke nogen modsætninger mellem, at man vil have et nyt asylsystem, som jo, hvis du spørger mig, er meget meget inhumant i dag og både undergravende for flygtninges retssikkerhed og sikkerhed, men faktisk også for Europas fremtid. Og så det at ville arbejde endnu tættere sammen med vores allierede, og i virkeligheden er der jo lidt samme skisma omkring Ukraine, fordi Ukraine har jo et meget meget klart europæisk perspektiv. Det, de drømmer allermest om, udover selvfølgelig at få fred og frihed igen, det er jo at komme med i det europæiske fællesskab. Men det er jo samtidig en enorm stærk nationalstat og en meget stærk nationalfølelse, altså det er jo det ukrainske flag, der vajer over det hele. Det er Zielinski, som alle ukrainere orienterer sig imod. Så jeg synes... Jeg er egentlig lidt... Jeg er lidt ærgerlig over din manglende tiltro til, at man både kan være tilhænger af en stærk nationalstat og et stærkt Europa - og for den sags skyld i sit ønske om et stærkt Europa også kan samarbejde for eksempel med et land som Israel, som, jeg mener, vi bør have et stærkt samarbejde med i Europa.” (Bilag 2, s. 11)

Interessant er det, at Mette Frederiksen bruger Ukraine og den noget særegne situation, landet befinder sig i p.t. som argument for, at Danmark sagtens kan være en integreret del af EU, men samtidig handle med andre lande. I denne lydsekvens er Mette Frederiksens argument, at Ukraine er en stærk nationalstat med en lige så stærk nationalfølelse, som dog har et brændende ønske om at være en del af EU. Her anvender Mette Frederiksen informativetsmarkøren ‘jo’ gentagne gange til at selvfølgelig gøre sine argumenter omkring det, hun udtaler om Ukraine, som f.eks. “at det ukrainske flag vajer jo over det hele”, “Ukraine har jo et meget meget klart europæisk perspektiv” og “det [Ukraine] er jo samtidig en enormt stærk nationalstat”.

Argumentet og sammenligningen anvender Mette Frederiksen til at forsvare den kritik, Rune Lykkeberg retter mod den danske regerings splittelse. Ukraine er normalt ikke et af de europæiske lande, vi som nation kigger mod, ligesom at hhv. Danmark og Ukraines situationer er så forskellige, at det er et interessant sammenligningsgrundlag. Ukraines stærke nationalfølelse anvendes som argument, hvilket er bemærkelsesværdigt, idet landet er under angreb af deres naboland, hvorfor man må antage, at nationalfølelsen styrkes en kende, når den trues. Hermed er det at bruge Ukraines (forstærkede) nationalfølelse som argument til at forsvare den danske regerings ønske om, at man både kan kigge indad og udad samtidig en interessant måde at forsvare sig på.

Når Mette Frederiksen forsvare sig over for Rune Lykkebergs kritik, taler hun i høj grad fra sin egen position ved at bruge det personlige pronomen 'jeg'. Dette peger på, at Mette Frederiksen oplever Rune Lykkebergs kritik som en direkte kritik af hende - f.eks. kunne hun også have sagt "vi i regeringen". Dog peger det måske snarere på, at det er podcastens rammer, der her fordrer, at hun ikke kan tale på regeringens vegne. Der er ikke her tale om en bredere offentlig debat, hvor der rettes kritik mod regeringen. Derimod er det i selve samtalen mellem Mette Frederiksen og Rune Lykkeberg, at Mette Frederiksen skal forsvare holdninger og beslutninger. I en sådan situation ville det være vanskeligt for Mette Frederiksen at sige "vi [som regering] er enige i noget af det, du siger" eller "vi [i regeringen] er lidt ærgerlige over din manglende tiltro", og podcastens format "tvinger" således Mette Frederiksen til at forsvare sig udelukkende fra egen position.

En udefrakommende trussel

Udover, at en sammenligning med Ukraine anvendes af Mette Frederiksen til at forsvare regeringens splittelse, anvendes også Europas fremtid som forsvar. Mette Frederiksen anvender pronomenet 'man' til at fortælle, hvem der vil have et nyt asylsystem. Dette 'man', antager vi, er regeringen, eftersom det var regeringens idé med et asylcenter i Rwanda. At Mette Frederiksen anvender 'man' til at beskrive aktørerne bag regeringens asyludspil er interessant, fordi hun implicit tager sig selv og sit parti ud af ligningen. Til at forsvare udspillet om et nyt asylsystem beskrives det eksisterende som inhumant og undergravende for flygtninge. Dog udtaler Mette Frederiksen i relation til dette: "men faktisk også for Europas fremtid" - hvormed hun præsupponerer, at det eksisterende asylsystem er en trussel mod Europas sikkerhed. Her anvendes kriteriemarkøren 'faktisk' til at understrege den kausalitet, som Mette Frederiksen gerne vil overbevise Rune Lykkeberg og lytterne om at tilslutte sig. Argumentet fungerer som forsvar for, hvorfor asylcentre skal flyttes til Rwanda. Hermed bliver

flygtninge portrætteret som en trussel mod Europas fremtid og sikkerhed, og derfor skal de udliciteres til Afrika.

At konstruere en fjende som trussel mod en nationalstat eller et internationalt fællesskab, som EU er, kan forstås som en populistisk strategi. Forskningen peger netop på en generel diskurs ift. flygtninge og migranter, hvor populistisk diskurs lægge vægt på et 'vi', der skal forsvare sig selv mod 'dem' (Wodak, 2013, s. 29). Netop ligesom vi ser her, hvor Mette Frederiksen vil, at vi i Europa skal udlicitere flygtninge til Afrika for at beskytte os selv.

I nedenstående citat er det Rusland som trussel og fjende, der anvendes som forsvar for, at regeringen også ønsker samarbejder uden for EU:

“[...] kan vi lave en kollision af demokratier? Det mener jeg godt, vi kan, inklusiv Indien, inklusiv også faktisk Sydafrika. Men det kræver jo, at vi vil give dem noget, fordi det, der er de landes udfordringer, det er jo, hvis de vender sig for meget mod nogle andre, så vil der være et enormt tomrum, som kommer til at gå ud over deres befolkning. Så hvis vi vil have en mindre russisk involvering i for eksempel Indien, så bliver vi jo nødt til selv at levere det ind til Indien, som Rusland leverer i dag.”
(Bilag 2, s 11.).

I denne sekvens er det truslen ved, at Rusland vokser som stormagt i verden, der fungerer som forsvar for, hvorfor Danmark (og resten af EU), f.eks. bør handle med lande udenfor EU. Ligesom i det tidligere eksempel anvender Mette Frederiksen her en trussel udefra til at godtgøre en upopulær beslutning om at handle med f.eks. Indien. Det gør Mette Frederiksen ved at male et billede af, at hvis ikke Vesten tager denne handelsposition, så kommer andre stormagter som f.eks. Rusland til at udfylde denne plads.

Igen ser vi, hvordan Mette Frederiksens kommunikation har populistiske træk. Forskningen peger på populistiske ideers fem elementer: populær suverænitæt, den korrupte elite, et rent folk, en trussel fra en farlig 'anden' og nationalstaten/moderlandet. Den trussel, populistiske diskurser artikulerer, har to typer fjender: På vertikalt plan er det en elite, der truer fra oven, og på horisontalt plan er det en trussel, der eksisterer i samfundet, beskrevet som 'de andre' (Engesser et al., 2017, s. 1111f).

Hvor det før var flygtninge fra det globale syd, der truede Europa, er det nu Rusland som økonomisk magt, der konstrueres som en vertikal fjende, der truer 'folket' - i dette tilfælde Indien og Sydafrikas befolkning. Mette Frederiksen konstruerer forskellige grupper i denne sekvens. Pronomenerne 'vi' anvendes gentagne gange, f.eks. 'vi vil give dem noget', 'vi vil have en mindre russisk involvering', 'vi [bliver] nødt til at levere'. Således positioneres EU (og dermed implicit Danmark) som de gode, der skal redde dem, som ikke kan redde sig selv. Dette gør Mette Frederiksen ved at

præsupponere, at hvis 'vi' (Vesten) ikke handler med f.eks. Indien, vil Inden vende sig med 'nogle andre' (præsupponeret ikke-vestlige lande som f.eks. Rusland), hvilket vil 'gå ud over deres befolkning'.

Det er typisk for populistisk diskurs at trække på frygt, hvilket Mette Frederiksen tydeligt gør, når hun taler om truslen, Rusland. Samtidig italesætter Mette Frederiksen de udfordringer, Indien og Sydafrika har, som selvfølgeligheder ved at anvende informativitetsmarkøren 'jo'. Her identificerer vi en common-sense retorik, som er karakteristisk for populistisk diskurs (Schmuck & Hameleers, 2020, s. 1534f). Dermed forsvarer Mette Frederiksen Danmark (og EU's) involvering i ikke-EU lande gennem denne konstruktion af Vesten som "redningsfolk", der skal sikre, at fjenden, Rusland, ikke får mere magt.

4.3.4.2 Politik i Danmark

Det emne, der fylder næstmest i kombination med formidlingsstrategien 'forsvar' er 'politik i Danmark'. Emnet går på tværs af tre afsnit: afsnit 1 med Rune Lykkeberg, afsnit 4 med Pelle Dragsted og afsnit 5 med Søren Pind.

Forsvar af magtcentralisering

Når Mette Frederiksen i afsnittet med Søren Pind som gæst forsvarer sig, er det i relation til hendes politiske virke og hendes måde at drive regering på. Det kommer til udtryk i nedenstående citat, hvor Søren Pind har rettet en kritik mod det faktum, at Mette Frederiksen har givet Statsministeriet mere magt og de øvrige ministerier mindre magt:

"Når jeg har syntes, at det har været rigtigt at se, om man har kunnet skabe et statsministerium, som har bare lidt flere muskler... Det er jo det mindste... Det er meget meget lille ministerium sammenlignet med de andre... Så er det jo fordi, jeg er demokrat og det, jeg har oplevet nu - jeg har været i politik i snart 20 år - det er jo, at vi politikere i virkeligheden, som årene er gået, bestemmer mindre og mindre, fordi globaliseringen er så stærk, som den er, fordi de internationale tendenser er så stærke, som de er [...] Jeg har jo kunnet se, ingen nævnt ingen glemt, men tidligere regeringer har faktisk haft svært ved at levere på det, man sagde før valget, man gerne ville levere. [...] Driften i dag i politik er jo så kæmpestor, altså vi kunne snildt i dag som moderne politikere fylde vores kalender ud med bare at drifte samfundet, og driften af et samfund er jo vigtigt, men det er jo ikke der, du udvikler samfundet, og hvis du der oven i det ligger alle de forpligtelser, du har med rigtig mange medier, alt det du skal svare på, så er arbejdsdagen mere end brugt" (Bilag 2, s. 12)

I denne sekvens positionerer Mette Frederiksen sig på flere måder. Dels er der et 'vi', der anvendes om hende samt øvrige politikere som samlet gruppe. Denne gruppe har, ifølge Mette Frederiksen, fået mindre magt, hvilket hun forklarer ved at pålægge globaliseringen og "internationale tendenser" skylden for dette. Hermed pointerer hun, at disse to faktorer har haft negativ indflydelse på dansk politiks råderum.

En anden gruppe, Mette Frederiksen konstruerer, er tidligere regeringer. Engagementsmarkøren 'faktisk' understreger graden af den ærlighed som, hun mener, udsagnet skal tillægges. Mette Frederiksen konstruerer de tidligere regeringer som nogle, der ikke har overholdt deres løfter. Set i relation til citatets første sætning, hvor Mette Frederiksen positionerer sig selv som 'jeg', der har brugt sin position til at handle og skabe et ministerium med "flere muskler", forsvaret hun sit eget politiske virke ved at rette en tydelig kritik mod tidligere regeringer og deres manglende evner til at få gennemført deres politik. Med sætningen "det er jo det mindste [ministerium]" beskrives Statsministeriets størrelse, og med informativitetsmarkøren 'jo' konstruerer hun en selvfølgelighed ved sin beslutning om at give Statsministeriet flere kræfter. Altså legitimerer Mette Frederiksen her sin beslutning om at styrke Statsministeriet ved at trække på dets forhenværende "fysiske" lille størrelse.

Dette forsvaret Mette Frederiksen med udtalelsen, at "hun er demokrat", og hermed udleder vi, at Mette Frederiksen i sin egen optik giver Statsministeriet flere muskler for demokratiets skyld. Dette kommer yderligere til udtryk, da hun flere gange anvender informativitetsmarkøren 'jo' til at selvfølgeligøre sine udsagn, f.eks. 'driften i dag i politik er jo så kæmpestor', og 'det, jeg har oplevet nu [...] det er jo, at vi politikere i virkeligheden [...] bestemmer mindre og mindre'. En selvfølgeligørelse af disse påstande indikerer, at Mette Frederiksen mener, at det er indlysende sandheder, hvorfor de fungerer som forsvar for, at hun har givet Statsministeriet den øgede magt, Søren Pind kritiserer.

Det interessante er dog den større kontekst, som dette forsvar taler ind i. Det er ikke kun Søren Pind, som retter kritik mod Mette Frederiksens centralisering af magten. En simpel googlesøgning på 'magt og centralisering' viste alene på den første side tre artikler udgivet i 2021-2022 fra medier, der netop fokuserer på selvsamme problem. Altinget peger i en artikel fra 3. oktober 2022 på, at Mette Frederiksen fra dag ét har forsøgt at "få mere magt til politikere og mindre magt til embedsmændene" (Altinget, 2022). I Martin Lidegaards kronik i Information fra januar 2022 kritiseres Mette Frederiksen af den politiske kollega, der mener, at "hård centralisering og detailstyring dræber dynamikken" (Information, 2022). Berlingske fremlægger i en artikel fra januar 2021 en undersøgelse, som peger på, at Mette Frederiksens magtcentralisering i forbindelse med corona-nedlukningen i 2020 har fået

hende på kant med loven. I artiklen drages der paralleller til minksagen, og artiklens fokus er, at for hurtige beslutninger medfører fejl (Berlingske, 2021). Denne udprægede kritik kunne derfor pege på, at Mette Frederiksen søger at nuancere den generelle samfundsdebat, hvor tonen over for hendes måde at fordele magten på har været under kritik. I podcasten modsiger Mette Frederiksen sig ikke det faktum, at magten er centraliseret, men forsvarer derimod blot beslutningerne med argumentet om at værne om demokratiet.

I det tidligere fremhævede citat anvendes det personlige pronomen 'du', når Mette Frederiksen taler om, at politikere har travlt med at drifte et samfund og har mange forpligtelser, f.eks. "det er jo ikke der, du udvikler samfundet, og hvis du der oven i det ligger alle de forpligtelser, du har med rigtig mange medier". Det er en interessant positionering, idet Mette Frederiksen lige så godt kunne have anvendt pronomenet 'jeg' eller 'vi' (som politikere generelt). Når hun ikke bruger 'jeg', kunne årsagen herfor være at undgå, at hendes udsagn kommer til at lyde som brok og utilfredshed. Anvendelsen af pronomenet 'du' kan også forstås som et ønske fra Mette Frederiksens side om at opnå en slags forståelse for situationen hos Søren Pind eller den kritisk lytter, ved at opstille scenarier med en karakter á la "prøv lige at forestil dig, at det var dig". Samtidig skal citatet også forstås i en større samfundsmæssig kontekst, hvor Mette Frederiksen i sin regeringsperiode har måtte trumfe hurtige beslutninger igennem for at komme helskindet gennem pandemien, hvilket selvsagt gør det svært at få tid og rum til at prioritere den øvrige politiske agenda.

I nedenstående citat er det også demokratiet, der anvendes som forsvar for måden, hvorpå Mette Frederiksen fører sin politik. Her kommenterer hun på, at Søren Pind endnu en gang kritiserer hende for at have centraliseret magten i Statsministeriet, hvilket har resulteret i mindre magt i ministerierne, som Mette Frederiksen dog er uenig i.

"Det er faktisk det modsatte, vi har gjort, fordi det at sørge for, at der er et statsministerium i et demokrati, der faktisk kan være statsministerium, det giver jo ministeren muligheden for at føre politik. Jamen det gør det jo. [...] hvis ikke der er muskler bag demokratiet, så er demokratiet ikke stærkere end det, vi gør det til. Og der er så meget i virkeligheden, der presser vores demokrati, at hvis ikke vi sørger for, at dem, der, og det er ligegyldigt, hvad for en regering der sidder der, faktisk kan føre sin politik ud i livet, så er jeg jo bange for, at der kommer en stor tillidskløft mellem jer som befolkning og os som politikere. Altså hvis ikke der er en sammenhæng mellem det, vi siger før et valg, og det, vi så gør i en valgperiode, så risikerer vi jo altså i bedste fald noget apati, men i værste fald jo det, vi har set i andre lande - altså at folk direkte stemmer imod demokratiet. Det er jo det der banede vejen foran Trump for eksempel i USA." (Bilag 2, s. 13)

Mette Frederiksen fortsætter i sekvensen med at forsvare sin indretning af Statsministeriet. Her konstruerer hun to grupper: befolkningen og politikere. Hendes argument er, at der er meget, der truer vores demokrati, som gør det svært at bedrive politik, hvilket resulterer i løftebrud over for befolkningen.

Det er ikke noget nyt, at politikere kritiseres for løftebrud, og at pålægge noget udefrakommende (“meget der presser vores demokrati”) ansvaret for, at Mette Frederiksen ikke kan bedrive den politik, hun er gået til valg på, bliver altså hendes forsvar. Mette Frederiksens udtalelser og forsvar vedrørende magtcentralisering nuancerer den kritiske tone i den offentlige debat en anelse, i og med der i podcasten er tid og rum til, at hun kan forklare bevæggrundene for sin ageren. Dog gør de uspecifikke argumenter os ikke klogere på, hvad det konkret er, der hindrer Mette Frederiksen i at føre sin politik. Angiveligt er der “meget, der presser vores demokrati”, men hvad dette “meget” er, er uvist. Det er således vanskeligt at vurdere, hvem eller hvad, Mette Frederiksen *egentlig* forsøger at give skylden for den manglende politiske handling.

Som vi tidligere har påpeget, viser forskningen inden for politisk kommunikation, at bebrejdsesspil og skyldsplacering er et strategisk forsvar inden for politik. Såfremt ovenstående er et forsøg fra Mette Frederiksens side på at placere skyld for manglende handling et andet sted end hos hende selv, havde det formentlig haft større succes, hvis ikke det blev “meget”, der var skyld i det pressede demokrati. At Mette Frederiksen ikke behøver at være mere specifik, kan i høj grad være muliggjort af podcasten format og frie rammer, da det er vanskeligt at forestille sig, at en kritisk journalist ville godtage dette argument. At værne om det pressede demokrati fungerer således som forsvar, hvor Mette Frederiksen endnu engang positionerer sig selv som redningskvinde. Det gør hun ved at argumentere for at regeringens indretning er det bedste for hele demokratiet og den danske befolkning.

4.3.4.3 Den politiske virkelighed skabt gennem forsvar

Når Mette Frederiksen gennem formidlingsstrategien forsvar konstruerer en politisk virkelighed om emnerne ‘udenrigspolitik’ og ‘politik i Danmark’, identificerer vi en konstruktion af 1) identiteter, 2) sociale relationer og 3) videns- og betydningsystemer.

1. Når Mette Frederiksen anvender formidlingsstrategien ‘forsvar’, taler hun, sammenlignet med de øvrige eksempler, ofte fra positionen ‘jeg’. Kritikken, som både Rune Lykkeberg og Søren Pind retter, er i høj grad rettet mod hende selv og hendes beslutninger. Netop fordi kritikken opstår i den specifikke situation, Mette Frederiksen og hendes gæst sidder i, har hun ikke

mulighed for at drøfte det med sit parti eller regeringen, hvorfor hun må forsvare sig udelukkende fra egen position.

2. Når Mette Frederiksen gennem forsvar konstruerer sociale relationer, er et gennemgående tema en konstruktion af Vesten og demokratiet i relation til øvrige aktører - f.eks. Rusland, flygtninge og det uspecifikke “meget, der presser vores demokrati”. Særligt i konstruktionen af relationen til Rusland og flygtninge, trækker Mette Frederiksen på populistiske diskurser, hvor en trussel udefra bruges til at forstærke et fælles ‘os’, nemlig EU. Desuden konstruerer Mette Frederiksen en relation mellem sin egen regering og befolkningen, hvor hun og regeringen har et særligt ansvar for at beskytte og værne om den danske befolkning samt demokratiet. Denne magtrelation går altså igen i begge temaer, hvor det enten er hhv. regeringen i Danmark eller EU der skal beskyttes mod udefrakommende trusler.
3. Der konstrueres et videns- og betydningssystem, hvorigennem Mette Frederiksens forsvar skal forstås og fortolkes. Det centrale i relation til både ‘politik i Danmark’ og ‘udenrigspolitik’ er, at der konstrueres en virkelighed, hvor demokratiet skal beskyttes. Den reproduktion af populistiske diskurser, bidrager til en forståelse af demokratiet i fare, hvorfor demokrati som fænomen bliver et gennemgående forsvar for de beslutninger, som anfægtes af Mette Frederiksens gæster samt medierne. Altså trækker Mette Frederiksen indirekte på diskurser om nationalstat, frihed og autonomi til at forsvare sit eget politiske virke.

I et vestligt samfund er det formentlig de færreste, som vil erklære sig uenige i, at demokratiet skal beskyttes og værnes om, hvorfor netop det at bruge ‘demokrati’ som argument, gør det vanskeligt at modsætte sig Mette Frederiksens forsvar. Den populistiske diskurs, hvor demokratiet skal beskyttes mod en udefrakommende fjende, er i høj grad muliggjort pga. det hybride mediesystem, hvori Mette Frederiksens politiske kommunikation eksisterer. Forskningen peger på, at den populistiske kommunikation i høj grad finder sted hos politikere på sociale medier, hvilket skyldes, at der ikke på sådanne medier, ligesom vi har etableret ved podcasten, er samme medielogik som de traditionelle nyhedsmedier. Dermed eksisterer der en øget mulighed for populistisk kommunikation (Suiter et al., 2018, s. 397).

Ved at trække på populistiske diskurser opstiller Mette Frederiksen ensidige sandheder om, at Indien og Sydafrika har brug for EU’s hjælp, ligesom at der opstilles en sandhed om, at flygtninge

truer EU. Begge repræsentationer reproducerer i forvejen etablerede diskurser om Vesten. Vi identificerer bl.a. en eurocentrisk diskurs, hvor Vesten skal "redde" andre. I forskningen rettes der kritik mod det faktum, at når det gælder international politik, er der en tendens til eurocentrisme: At betragte verden fra et europæisk overlegent perspektiv, som medfører, at man også vurderer andre fra denne vinkel (Tolay, 2021, s. 693), og netop denne eurocentrisme reproducerer Mette Frederiksen. Hermed er det vanskeligt at se, hvilke nuancer Mette Frederiksen formår at skabe i sin podcast. Når Mette Frederiksen søger at forsvare sit politiske virke, som vi ser i denne del, så lader det til, at de nuancer, hun med podcasten ønsker at bidrage med, ikke så meget handler om divergerende politiske synspunkter, men snarere en nuancering af en debat, hvor kritik rettes mod Mette Frederiksen.

4.3.5 Mette Frederiksens konstruktion af den politiske virkelighed

Mette Frederiksen positionerer sig selv på forskellige måder i relation til formidlingsstrategier og emner. Når Mette Frederiksen promoverer eller forsvare sig selv, er hun som aktør meget i fokus - både som robust og stærk leder samt som en redningskvinde, der kan hjælpe udsatte ud af dårligdom. Når Mette Frederiksen derimod identificerer problemer, positionerer hun sig selv mere indirekte ved at ekskludere sig selv fra de sociale grupper, hun konstruerer; grupper, som er årsager til problemer. Vores analyse viser, at Mette Frederiksen i konstruktionen af identiteter og relationer trækker på og reproducerer populistiske diskurser, diskurser om køn, demokrati, eurocentrisme og frygt. Fælles for alle formidlingsstrategier er, at Mette Frederiksen i varierende grad trækker på (og reproducerer) eksisterende diskurser i samfundet, når hun konstruerer den politiske virkelighed, hendes ytringer skal forstås og fortolkes gennem.

Formålet med podcasten er at give plads til nuancer i den politiske debat, og forskningen på området peger på at podcasten i høj grad har egenskaberne til at kommunikere om politik på en lettere forståelig og mere nuanceret måde (jf. afsnit 2.2.2). Hvis nuancer skal forstås som plads til og mulighed for at uddybe politiske emner og diskussioner, så lader det til, at podcasten er et fordelagtigt medie at anvende. I samtalen om forskellige emner formår Mette Frederiksen at konstruere en politisk virkelighed, hvor diverse emners kompleksitet kommer til udtryk. Hvad end Mette Frederiksen re-kontekstualiserer tidligere begivenheder og politiske aktørers virke eller gør rede for sin indretning af Statsministeriet, så viser denne analyse, at podcasten har et format, hvor der er plads til at uddybe problemstillinger og forklare, hvorfor nogle politiske issues er vanskelige at løse eller håndtere.

Skal nuancer derimod forstås som plads til forskellige politiske synspunkter og holdninger samt uenigheder, er det vanskeligt at se denne mission om flere nuancer som fuldendt. Her er det ikke podcastens format, som står i vejen for at give plads til nuancer, da formatet som bekendt lægger op

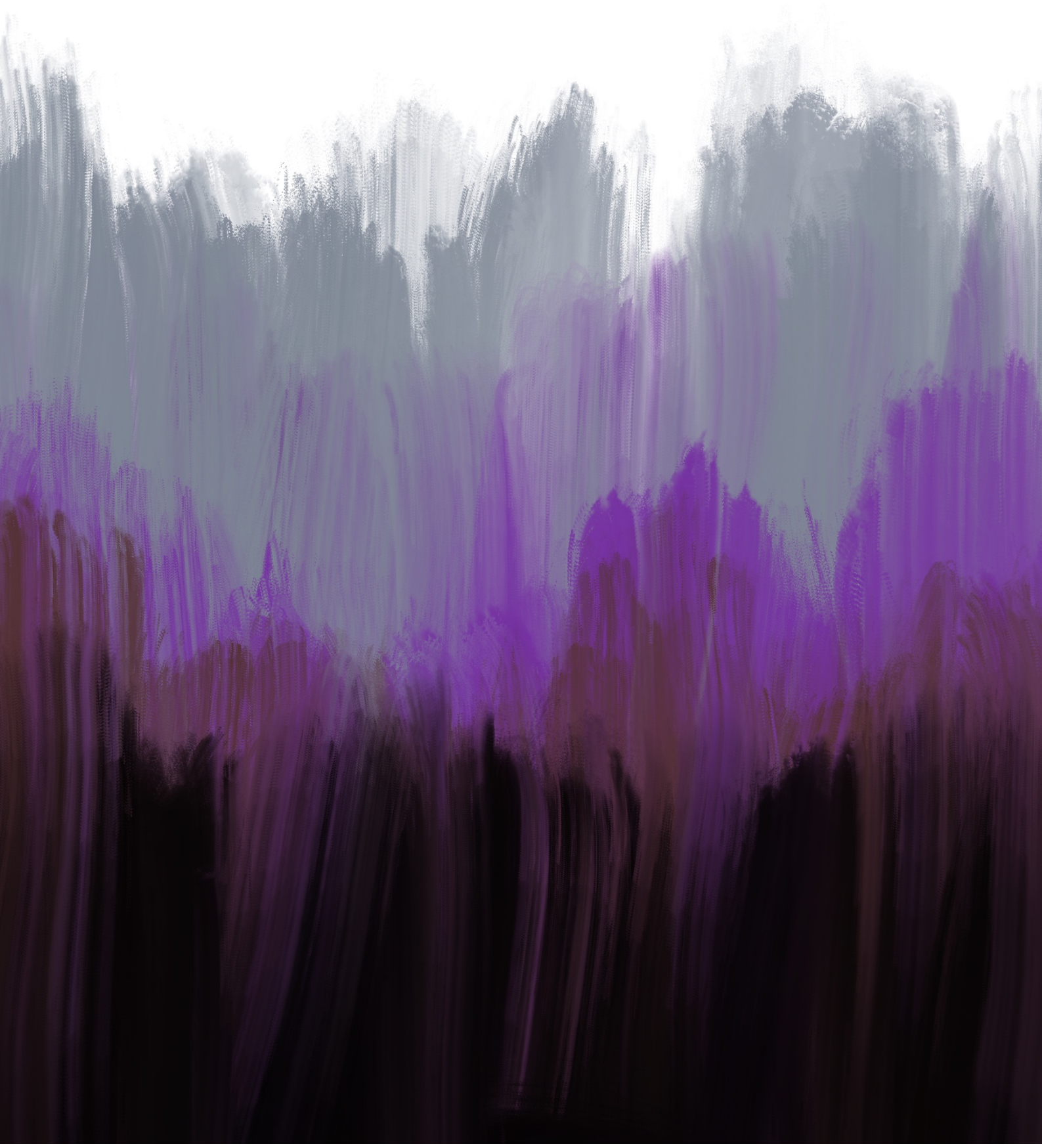
til en længerevarende samtale mellem flere parter, ligesom at podcasten heller ikke skal leve op til nyhedskriterier såsom en fængende overskrift eller konfliktprægede historier mv. Når det bedste direkte eksempel på divergerende synspunkter i podcasten er Pelle Dragsteds holdninger til boligpolitik, er det vanskeligt at se denne type nuancer som et gennemgående tema i podcasten. Vores analyse peger snarere på, at nuancer ikke så meget handler om divergerende politiske synspunkter, men snarere drejer sig om, at nuancere en offentlig debat, hvor kritik rettes mod Mette Frederiksen som statsleder. Selvom dette trods alt kan ses som en nuancering i forhold til danske medier, der i deres dækning af politik ofte vil være negative og konfliktpræget, er det ikke ligefrem fordi Mette Frederiksen adskiller sig markant fra den slags kommunikation.

Både når det kommer til at identificere problemer, promovere eller forsvare sig selv, er det gennemgående, at skyld placeres hos tidligere politikere frem for. Selvom podcastens frihed fra redaktionelle rammer giver mulighed for længerevarende og dybdegående samtaler, er det selvsamme frie format, der sætter en stopper for nuancer i form af modstridende synspunkter - netop fordi Mette Frederiksen blot kan vælge ikke at invitere en oppositionspolitiker eller en kritisk journalist ind. At det er op til Mette Frederiksen selv at sætte dagsordenen og udvælge gæster, viser i høj grad, hvordan podcasten i politisk sammenhæng gør det muligt at udnytte formatet til at skabe rammerne for netop den politiske virkelighed, der er fordelagtig for en selv.

Vores analyse viser, at Mette Frederiksen reproducerer diskurser og dermed konstruerer magtrelationer og sandheder om identiteter og relationer i samfundet. Denne analyse bidrager med et perspektiv på de uligheder, der præger det danske samfund. Netop det et faktum, at Mette Frederiksen i podcasten ikke gør op med eksisterende diskurser, illustrerer, at Mette Frederiksen kommunikation er formet af en større kontekst, nemlig mediediskurser, offentlig mening og historiske processer, der tilsammen bidrager til Mette Frederiksens konstruktion af virkeligheden. Analysen giver et indblik i, hvordan sproget former vores forståelser af den virkelighed, vi lever i, og dermed også de uretfærdigheder, som eksisterer i denne virkelighed. Netop det faktum, at Mette Frederiksen i sin podcast taler ind i forvejen etablerede diskurser, hvilket bl.a. kommer til udtryk i hendes selvfølgeliggørelse i en lang række argumentationer, vidner om, at hun, lige så vel som medier, lægmand, institutioner mv. er underlagt de historisk og kulturelt etablerede diskurser, der hersker og er accepterede i samfundet. Selvom podcasten er et forsøg på at nuancere den politiske samtale, viser dette netop også, hvor udfordrende det er at ændre på måden, vi både taler om, ser og forstår verden på, lige såvel som det illustrerer, at en sådan ændring ikke nødvendigvis kun kan løses politisk eller gennem anvendelse af et nyt medie.

Kapitel 5

Diskussion



5. Diskussion

I vores analyse peger vi dels på, at Mette Frederiksen konstruerer en relation mellem politik og medier; en relation, der kan være konfliktpræget på grund af den ofte negative diskurs i medierne rettet mod politikere. Dog ser vi også i podcasten, hvordan Mette Frederiksen trækker på medielogikker, hvor f.eks. personificering og placering af skyld finder sted i podcasten, ligesom nuancerede kausalitetssammenhænge, f.eks. ift. integration, er noget, der i høj grad også finder sted i danske medier såvel som i podcasten. I Mette Frederiksens kommunikation i podcasten spiller danske medier en rolle i konstruktionen af hende selv som en stærk politisk leder, hvor medier konstrueres som konfliktoptrappende og forringende for den offentlige debat og demokratiet. På sociokulturelt niveau kan podcasten anskues som et forsøg på at ændre den negative diskurs i medierne. Mette Frederiksen opstiller sandheder om danske medier, hvor hun konstruerer medierne som dem, der forhindrer den nuancerede offentlige samtale. Netop den nuancerede samtale er formålet med Mette Frederiksens podcast som et modspil til den nuværende politiske debat i medierne.

Vi ønsker derfor at diskutere, hvordan podcasten i et medialiseringsperspektiv illustrerer ændringer i måden, hvorpå der i samfundet kommunikeres om politik. Med udgangspunkt i analysen, hvor vi befandt os på hhv. tekst- og diskursniveau, vil vi her diskutere podcasten i et sociokulturelt perspektiv. Her ønsker vi altså at diskutere relationen mellem medieinstitutioner og den politiske institution.

5.1 Et mediesystem i udvikling

Forskningen peger på, at mediesystemer i den korporative model, som kendetegner det danske mediesystem, er karakteriseret ved en relation mellem stat og medier, som både bærer præg af selvstændighed og afhængighed. Det betyder, at stat og medier har ansvar overfor hinanden, men at de fortsat er hver deres egen selvstændige institution. Medierne har til rolle at muliggøre den offentlige debat og oplyse, ligesom medierne har en "opdragende" rolle for borgerne, idet medierne i et demokratisk samfund bidrager til skabe tolerance mellem forskellige synspunkter - netop pga. mediernes uafhængighed fra staten og politiske partier.

Medier og samfund er i konstant udvikling, hvilket betyder, at mediemarkedet ændrer sig med tiden. Det betyder større og mere intens konkurrence, ligesom udviklingen peger på en ulighed i selvreguleringen, hvor nyere medier ikke er underlagt samme retningslinjer som de traditionelle. Statsministerens podcast er et eksempel på dette. Bare det faktum, at statsministeren *har* en podcast, viser, at grænserne mellem politik og medier er flydende, og hvor de traditionelle nyhedsmedier (til en vis

grad) ikke er farvet af politiske interesser, er Mette Frederiksens podcast et eksempel på det modsatte. Når Danmarks statsminister kan formidle sin politik på en helt ny kanal, er det derfor interessant at diskutere, hvordan netop det peger på nogle ændringer i vilkårene for måden, der føres og kommunikeres om politik på. For hvordan er podcasten egentlig et eksempel på nedbrydningen af grænser mellem politik og medier?

5.2 En forringet offentlig debat

Indenfor medialiseringsteori lægges der vægt på, at både den politiske institution og medieinstitutionen opererer efter forskellige logikker; en måde at gøre tingene på. Som nævnt er medieinstitutioner med til at forme offentlighedens vurderinger, opfattelser og viden om diverse emner, problemer og værdier. Når Mette Frederiksen udgiver en podcast, træder hun ind i et felt, hvor hun bliver en aktiv aktør i medieinstitutionernes arena. Det er ikke unikt for Mette Frederiksen og hendes podcast - samtlige danske politikere opererer på diverse sociale medier mv. Den dynamik mellem politik og medier, der er på spil i sådanne tilfælde, gør det væsentligt at beskæftige sig med institutionernes autonomi.

Podcasten, men også Mette Frederiksens tilstedeværelse på de sociale medier er interessant i dette perspektiv. Vores analyse af Mette Frederiksens samlede kommunikation i en udvalgt periode på 154 dage viser, at hun delte 313 opslag på Instagram og Facebook. I afsnit 4 med Pelle Dragsted anfægter Mette Frederiksen dog de sociale medier:

[...] men tror du overhovedet, det også et lidt større spørgsmål, bliver der nogensinde plads til dilemmaerne på de sociale medier.? Den politiske debat, vi er ved at have i Danmark, det synes jeg jo ofte, bliver meget... Sådan enten er man virkelig for noget af det, så er man imod noget [...] (Bilag 2, s. 14)

Mette Frederiksen er altså i høj grad til stede på selvsamme medier, som, hun mener, mangler plads til nuancer. Ovenstående udtalelse peger på et dilemma, som hun og måske andre politikere står overfor i den politiske kommunikation. Selvom sociale medier har den fordel, at man kan kommunikere sine egne budskaber og dele ud af personlige øjeblikke, så lægger mediet ikke op til den politiske debat, som Mette Frederiksen egentlig mener, der er behov for. I afsnit 5 med Søren Pind foreslår Mette Frederiksen også at åbne en debat om regulering på sociale medier - noget, hun hverken vil svare ja eller nej til. Hun påpeger blot, at forslaget kan lyde udemokratisk (Bilag 2, s. 15). Altså italesætter Mette Frederiksen en oplevelse af de sociale medier som værende polariserede og at regulering af disse eventuelt ville kunne afhjælpe dette. Men i og med at langt de fleste (både politikere og "almindelige" borgere) er til stede på de sociale medier, så er det også oplagt, at Mette Frederiksen selv er til stede på disse - uanset hvad hun så måtte mene om deres format.

Samtidig ved vi også, at de traditionelle medier spiller en vigtig rolle ift. at danne tolerance over for forskellige synspunkter samt danne meninger og holdninger blandt befolkningen. Vi ved også, at de traditionelle medier som nævnt til tider er karakteriseret ved konfliktpræget og negativ dækning af politik. Hvis den offentlige mening dannes ud fra mediernes (negative) dækning, er det ikke overraskende, at der er faldende tillid til både politikere og medier. Set i lyset af disse perspektiver på både sociale og traditionelle medier kan vi også forstå Mette Frederiksens podcast som et udtryk for det dilemma, politikere måske står overfor i en digital tidsalder med et fragmenteret mediebillede (og befolkning). Således kan podcasten være et forsøg på at ændre vilkårene for politisk kommunikation. Når statsministeren selv træder ind på mediernes arena med et ønske om at skabe en bedre offentlig debat, er det måske, fordi Mette Frederiksen ønsker at udfylde et “tomrum” i den politiske kommunikation. Et tomrum, som netop er udtryk for, at der er plads til forbedringer i den politiske kommunikation.

5.3 Medialisering

Betrakter vi ovenstående i et medialiseringsspektiv, forstår vi også, at det er muligt for politikere at træde ind på mediernes arena og tilpasse sig mediernes logikker. Med begrebet strukturel kobling betragter vi medieinstitutionen og den politiske institution som i en gensidig relation med hinanden; de to systemer kan ikke udfylde deres rolle tilstrækkeligt uden hinanden. På strukturelt niveau, er de to systemer altså koblet sammen.

At Mette Frederiksen i sin podcast trækker på både medielogikker og mediediskurser betyder dog *ikke*, at medielogik er operationaliserende for det politiske system. Det viser blot, hvordan ændringer i mediesystemet har aktiveret en reaktion i det politiske system, der i dette tilfælde har ført til nye kommunikationsstrategier for Mette Frederiksen, og dermed nye strukturelle interaktioner med mediesystemet. Denne reaktion kan ses som et forsøg på at kontrollere medialiseringprocessen.

Politik har længe været medialiseret, så når Mette Frederiksen i podcasten tilpasser sig visse medielogikker, er det *ikke* udtryk for, at hun er underlagt medierne. Mette Frederiksen udtaler følgende om de traditionelle medier i sin podcast:

“[...] en ny tendens er jo, at man i dag kan stille sig op og sige ting, der er forkerte uden, der sker noget. Helt omkostningsfrit kan man bare påstå noget om andre mennesker, og det bliver trykt, i avisen, journalisterne gengiver det. Der er ingen, der ligesom siger “hov er det rigtigt, det du siger? Kan du... altså hvad har du har du noget at have det i din påstand?”” (Bilag 2, s. 15)

Udtalelsen peger således på, at Mette Frederiksens podcast netop er et modsvar til de traditionelle mediers måde at dække politik på, og det implicerer også nogle medielogikker, Mette Frederiksen ikke synes om. F.eks. taler Mette Frederiksen i sin jagt på en nuanceret politisk debat ikke ind i en konfliktopsøgende logik, og hun udtaler ikke umiddelbart “clickbait-værdige” citater, ligesom selve opbygningen af de enkelte podcastafsnit ikke følger f.eks. en klassisk journalistisk struktur, hvor det vigtigste kommer først. Derimod plukker Mette Frederiksen strategisk de logikker fra medieinstitutionen, f.eks. personificering, at placere skyld, mediediskurser om befolkningsgrupper mv. Noget, der i øvrigt ikke nødvendigvis kun gælder for Mette Frederiksens podcast, men også når politikere er til stede på f.eks. sociale medier. Det politiske system har en række interne strukturer og en organisering, der definerer, hvordan systemet kan interagere med omgivelserne - f.eks. mediesystemet. Podcasten peger på ændringer i politikeres kommunikationsstrategier, hvor politikere som Mette Frederiksen kan selekttere og udnytte medielogikker inden for de rammer, som det politiske system sætter på operationelt niveau.

Vi ser her, hvordan det hybride mediesystem og digitaliseringen har skabt nye muligheder, og hvordan dækning af politik i medierne, har aktiveret en reaktion hos Mette Frederiksen. En reaktion, der blot understreger den tendens, de sociale medier har skabt i politisk kommunikation - at gå uden om de kritiske journalister. Men hvad betyder det for medialiseringsprocessen? Mister medierne deres autonomi, fordi politikere selv kan kommunikere, hvad de vil? Selvom det er muligt at undgå mediegatekeepers, er det vigtigt at pointere, at pressen fortsat er befolkningens primære kilde til nyheder. Som nævnt er medier og politik i en gensidig relation, og det vil sige, at det ikke kun er politikere, som kan “tænke” som medier, men vice versa. Et godt eksempel på dette er Mette Frederiksens podcast. Vores analyse viser, at Mette Frederiksen ikke har fået mere medieomtale efter podcastens lancering. Det peger på, at de traditionelle medier ikke blot følger denne nye tendens, hvor politikere kan gå udenom pressen, idet de traditionelle medier ikke anvender podcastens indhold som kilde til nyhedshistorier – tværtimod har podcasten været underlagt en del kritik fra medierne.

Set i lyset af Asps forskning kan medialiseringen ses som komplet, fordi medielogik allerede er integreret i den politiske institution. Dog betyder det ikke, at institutionerne mister deres magt - ej heller medierne, til trods for at politikerne nu kan undgå dem. Med Asps medialiseringsspiral forstår medialisering som en dynamisk proces, hvor den politiske institution i takt med samfundets og mediernes udvikling, vil udvide deres repertoire for nye måder at kommunikere på. At medierne er konfliktprægede og kritiske tyder på, at de ikke blot vil være mikrofonholdere for politikeres promovering. Det har ført til, at politikere har vendt sig mod andre medier - såsom sociale medier eller

podcasten, og udvidet deres repertoire. Dog betyder det ikke, at medierne nu er underlagt politisk logik, blot fordi politikere har deres egne kommunikationskanaler. Netop fordi der ikke er noget, der tyder på, at medierne dækker indhold fra podcasten, viser det også, at medierne fortsat er deres egen autonome institution, der ikke er tvunget til at tilpasse sig Mette Frederiksens nye kommunikationsstrategi. Det peger altså netop på, hvordan medialisering er en proces, der fortsætter, så længe mediesystemet og samfundet udvikler sig. I dette tilfælde er digitaliseringen og nye medier altså et eksempel på netop denne proces, ligesom det er et eksempel på, hvordan den politiske kommunikation ændrer sig. Såfremt udviklingen fortsætter, og politikere i stigende grad kan gå udenom medierne, sætter det også de traditionelle medier i en position, hvor der på sigt vil være behov for, at de forholder sig til måden hvorpå, de kommunikerer om politik; enten ved at ændre på deres egne måder at kommunikere på, som får kritik af f.eks. Mette Frederiksen, eller ved at tilpasse sig eller i hvert fald udnytte den store mængde politiske indhold, som bl.a. podcasten leverer.

Med forståelsen af denne medialiseringsspiral som en tovejsproces samt den strukturelle kobling mellem medier og politik kan vi altså pege på, at den politiske institution og medieinstitutionen fortsat er to adskilte institutioner, som trods de er i en gensidig relation med hinanden, er autonome. Podcasten er et supplement til den politiske kommunikation, der finder sted, og hermed peger podcasten ikke på, at de sociale medier og øvrige nye medier har “overtaget” journalisternes rolle. Altså står vi ikke over for et demokratisk dilemma, hvor grænsen mellem stat og medier er nedbrudt, men podcasten peget snarere på en diversificering i den politiske kommunikation i det hybride mediesystem.

5.4 Embedsværk og partipolitik

At podcasten ikke er underlagt redaktionelle krav og mediegatekeepers er ikke alene et problem, men dilemmaet opstår, idet grænserne mellem embedsværk og partipolitik nedbrydes med statsministerens podcast. De traditionelle medier er underlagt relativt stringente krav og retningslinjer (f.eks. presse-nævnet, journalistiske retningslinjer, uafhængighed fra partier og stat). Forskningen viser, at nogle af de udfordringer, der kan opstå med digitaliseringen og det hybride mediesystem, er, at nye medier (herunder sociale medier eller statsministerens podcast) netop ikke er underlagt samme retningslinjer og redaktionelle krav. Det er en udfordring, der med podcasten er relevant at tage højde for og diskutere, fordi podcasten illustrerer en nedbrydning i grænserne mellem embedsværk og partipolitik. En tendens, som vi ikke på samme måde har set før, da det er første gang, at en dansk (siddende) statsminister udgiver en podcast.

Udfordringen opstår, da det ikke er Statsministeriet, der er afsender af podcasten, men derimod Socialdemokratiet, som i øvrigt finansierer den. Dette fremgår både på diverse podcasttjenester, men også på partiets egen hjemmeside. I en podcast finansieret af Socialdemokratiet, ville det være naturligt, at Mette Frederiksen optrådte som partiformand fremfor statsminister. Dog er dette ikke tilfælde qua podcastens navn. Som statsminister repræsenterer Mette Frederiksen hele Danmark, hvorimod hun som Socialdemokratiets formand repræsenterer et politisk parti samt vælgersegment. Mette Frederiksen lægger i podcasten ikke skjul på, at hun er socialdemokrat, men podcastens titel tydeliggør, at den rolle, hun i podcasten indtager, er statsministerens rolle.

Problemet er ikke, at Mette Frederiksen har to roller; det er en forudsætning for at være statsminister. Problemet opstår, da det er vanskeligt for lytteren at adskille de to roller i podcasten. På Mette Frederiksens Facebook-side ser vi en lignende tendens. Her skriver hun eksplicit, at hun ikke fører profilen som statsminister. Alligevel promoverer hun på sin Facebook-side podcasten 'Statsministeren spørger', som er betalt af Socialdemokratiet, men har hende i rollen som statsminister. Dette er blot endnu et eksempel på, at det er vanskeligt at vide, hvornår Mette Frederiksen optræder som repræsentant for hele Danmark, og hvornår hun optræder som repræsentant for Socialdemokratiets værdier og politik.

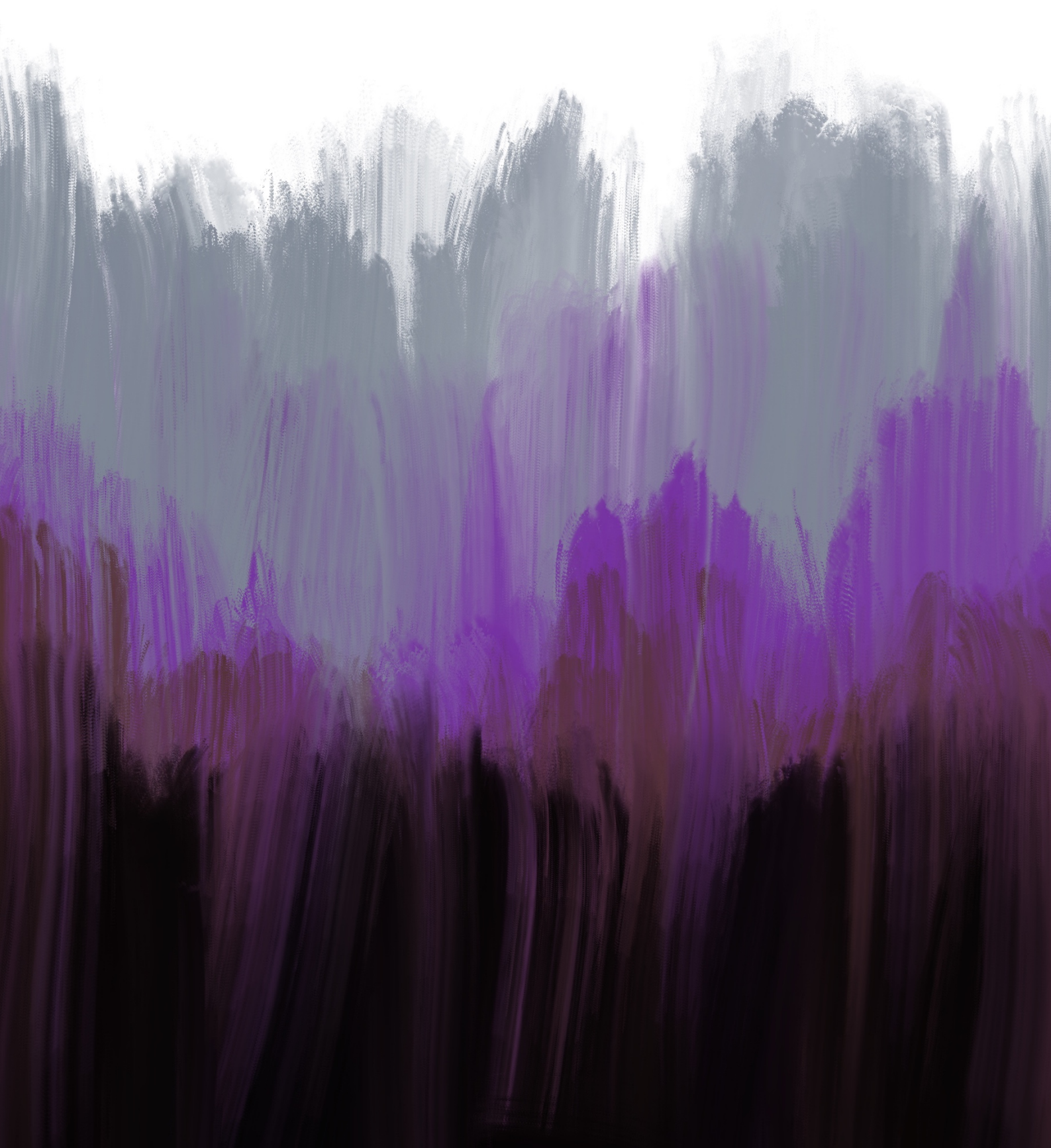
En banal sammenligning er markedsføringsloven, som netop imødekommer en lignende problematik ved at kræve, at aktører tydeligt markerer, hvis noget er betalt indhold, sponsoreret indhold eller reklame. Noget, der i øvrigt både gælder i de traditionelle medier og på sociale medier. Selvom markedsføring og politik ikke 1:1 kan sammenlignes, kan man alligevel drage nogle paralleller ift. transparens - særligt set i lyset af, at podcastens 'Statsministeren spørger', betalt af Socialdemokratiet, udkom op til en valgperiode.

Det er meget vanskeligt ikke at betragte podcasten som en bevidst kommunikationsindsats i valgkampen, hvor Mette Frederiksen frit har mulighed for at promovere Socialdemokratiets politik, sin egen indsats som statsminister og pege på fejl og mangler ved andre eller tidligere politikere. En bevidst kommunikationsindsats fra et parti op til en valgkamp er selvfølgelig ikke noget banebrydende eller kontroversielt, men den uklare grænse mellem partipolitik og embedsværk peger måske på nogle nye tendenser indenfor politisk kommunikation, der lægger op til en diskussion af, hvorvidt der burde være tydeligere markering af, hvornår Mette Frederiksen optræder som socialdemokrat eller som statsminister. Dermed ikke sagt, at befolkningen ikke kan se igennem politisk spin eller lignende, som podcasten jo må siges at være, men det betyder ikke, at vi ikke som befolkning kan forvente en tydelig transparens, når hhv. politiske partier og regeringslederen kommunikerer til os.

Mette Frederiksens podcast skaber formentlig ikke ene og alene banebrydende forandringer i det danske samfund, men den taler alligevel ind i en tendens. Mette Frederiksen har tidligere fået kritik for at 'udnytte' embedsværket til at fremme socialdemokratisk politik. I en artikel fra B.T. fra d. 13/10/2022 rettes der kritik mod statsministeren for at have benyttet embedsmænd til forberedelse af en valgdebat, ligesom Djøfbladet i en artikel fra d. 14/3/2021 peger på, at embedsværket potentielt bliver for politisk lydhørt (ref til bt og djøf). Det er Socialdemokratiet, der finansierer podcasten, og dermed er der ikke samme udfordring, som hvis det var embedsværkets penge. Tværtimod er det her statsministertitlen, der her blandes sammen med partipolitik. Titlen anvendes altså i en situation, hvor Mette Frederiksen, taget i betragtning af Socialdemokratiets finansiering af podcasten, ikke burde optræde som statsminister og repræsentant for hele Danmark. Det peger således på, at embedsværket både medialieres og politiseres på en og samme gang; altså flyder grænser mellem medier, partipolitik og embedsværk sammen.

Kapitel 6

Konklusion



6. Konklusion

Podcast er et medie, der både deler fællestræk med radioen og sociale medier. Ligesom radioen er det et auditivt medie, og ligesom de sociale medier er podcasten et medie, der er tilgængeligt for alle og ikke er underlagt professionelle redaktionelle rammer, når det anvendes af ikke-medieaktører. Politiske podcasts er ikke et nyt fænomen. Særligt de store medieinstitutioner dominerer podcastmarkedet – også i relation til politiske podcasts. Også politiske partier og aktører er trådt ind på podcastmarkedet. Fælles for disse podcasts er, at mediet anvendes til at diskutere og kommunikere om partipolitiske standpunkter og mærkesager. Mediet kan være fordelagtigt i politisk sammenhæng, idet producenter selv kan sætte rammerne for indholdet, ligesom et auditivt medie kan betragtes som en kommunikativ hjemmebane for politikere.

Hermed er Mette Frederiksen ikke den første politiker, der anvender podcast til at formidle politisk indhold. Dog er hun den første siddende statsminister, der udgiver en podcast, som dog er finansieret af hendes eget parti. Med det ser vi podcasten som et eksempel på, hvordan embedsværket både medialiseres og politiseres på samme tid, da det er vanskeligt i podcasten at skelne mellem Mette Frederiksens position som hhv. statsminister og formand for Socialdemokratiet. Dette peger på, at grænser mellem medier, partipolitik og embedsværk flyder sammen. Vi kan konkludere, at Mette Frederiksens podcast er et supplement til hendes øvrige kommunikation og ikke har ændret på frekvensen af denne. Mette Frederiksen er fortsat lige så meget til stede på sociale medier som før podcastlanceringen, ligesom der i vores optælling af officiel kommunikation ikke er noget, der peger på, at podcasten skulle erstatte denne. Samtidig viser vores analyse, at podcasten ikke har ændret på mængden af omtale, Mette Frederiksen får i de traditionelle medier. Dermed kan vi ikke pege på, at podcastmediet, når det anvendes af politikere, på nuværende tidspunkt giver politikere mulighed for at influere de traditionelle mediers dagsorden.

Vi kan konkludere, at podcastformatet muliggør, at Mette Frederiksen kan anvende forskellige formidlingsstrategier til forskellige formål, når hun italesætter politiske emner. Vi har identificeret 15 formidlingsstrategier og 14 forskellige emner, der optræder i podcasten. Podcasten viser, at Mette Frederiksen via formidlingsstrategierne 'problemidentifikation', 'promovering' og 'forsvar', som er dem, der optræder hyppigst, trækker på forskellige medielogikker. Når Mette Frederiksen anvender formidlingsstrategien 'problemidentifikation', konstruerer hun en politisk virkelighed, hvor integration bliver årsag til problemer vedrørende ligestilling og kriminalitet, og bestemte befolkningsgrupper bliver således konstrueret som årsag til disse problemer. Vi betragter dette som en forsimplet kausalitetssammenhæng, hvilket også er en tendens i de traditionelle medier.

Anvendelsen af formidlingsstrategierne ‘promovering’ og ‘forsvar’ muliggør, at Mette Frederiksen kan positionere sig selv som en robust og stærk leder. Her vurderer vi, at det i høj grad er podcastens frie format og rammer, der gør det muligt, at promovering og forsvar kan formidles uden indblanding fra f.eks. kritiske journalister. Fælles for de tre formidlingsstrategier er, at Mette Frederiksen i høj grad anvender skyldsplacering hos tidligere politikere til at positionere sig selv - noget, der også er kendetegnet ved de traditionelle medier i politisk sammenhæng, ligesom personificering som strategi lånes fra de sociale medier. Ikke kun medielogikker, men også mediediskurser kommer til udtryk i podcasten, hvor Mette Frederiksen i konstruktionen af forskellige befolkningsgrupper trækker på allerede eksisterende diskurser om køn, demokrati, eurocentrisme, frygt og populisme. Mette Frederiksen ønsker med sin podcast at skabe et nyt rum for politisk kommunikation med plads til nuancer. Når Mette Frederiksen reproducerer allerede eksisterende diskurser, ser vi det som et udtryk for et paradoks, den politiske kommunikation står overfor i dag.

Vi anser podcasten som en reaktion på et konfliktpræget medie billede - en reaktion, der blot understreger den tendens, de sociale medier har skabt i politisk kommunikation: at gå uden om de kritiske journalister. Således kan podcasten anses som et forsøg på at ændre vilkårene for politisk kommunikation. Når statsministeren selv træder ind på mediernes arena med et ønske om at skabe en bedre offentlig debat, ser vi det som et udtryk for, at der er et “tomrum” i den politiske kommunikation, som Mette Frederiksen søger at udfylde og forbedre. Paradokset er dog, at til trods for at podcasten er en reaktion mod den eksisterende politiske kommunikation, viser vores analyse, at Mette Frederiksens kommunikation i podcasten netop har fællestræk med de medier, hun anfægter.

Podcastformatet besidder i høj grad egenskaberne til at skabe en dybdegående og længerevarende samtale, ligesom forskningen peger på, at podcastmediet kan gøre det muligt at kommunikere om politik på en mere nuanceret måde. Det er dog vanskeligt klart at argumentere for, at Mette Frederiksen bidrager med disse nuancer, da dette afhænger af, hvordan begrebet forstås.

Hvis nuancer skal forstås som plads og tid til at uddybe politiske emner, så er podcasten et fordelagtigt medie. Vores analyse viser, at Mette Frederiksen udnytter podcastformatet til at konstruere i politisk virkelighed, hvor politiske emners kompleksitet uddybes og kontekstualiseres. Det viser således, at podcastens format kan bidrage til en politisk kommunikation, hvor der er plads til at forklare, hvorfor nogle politiske issues er vanskelige at løse eller håndtere.

Skal nuancer derimod forstås som plads til forskellige og måske endda modstridende synspunkter, kommer dette ikke til udtryk i samme grad. Podcastmedie burde muliggøre dette, idet Mette Frederiksen har friheden til at invitere de synspunkter ind, hun ønsker at give plads til. Denne

egenskab udnyttes dog ikke til fulde, idet der er et fravær af oppositionspolitikere eller kritiske journalister. At det er op til Mette Frederiksen selv at sætte dagsordenen og udvælge gæster, viser i høj grad, hvordan podcasten i politisk sammenhæng gør det muligt at udnytte formatet til at skabe rammerne for netop den politiske virkelighed, der er fordelagtig for politikeren selv, men ikke nødvendigvis bidrager til en udpræget nuancering af synspunkter. Vores analyse peger derfor på, at nuancer ikke så meget handler om divergerende politiske synspunkter, men snarere drejer sig om at nuancere en debat i offentligheden, hvor kritik rettes mod Mette Frederiksen som statsminister.

Når vi betragter podcasten som et udtryk for udfordringer i den politiske kommunikation, peger Mette Frederiksens måde at anvende podcastformatet på, at politikere oplever den politiske kommunikation i medierne som udfordret, men ikke nødvendigvis formår at sætte et bedre eksempel selv. Det peger på en udfordring ved den politiske kommunikation, hvor Mette Frederiksen i et forsøg på netop at gøre op med mediernes dækning af politik, selv adopterer lignende logikker og diskurser, og hermed bliver hun en del af det problem, hun selv beskriver.

Det hybride mediesystem og digitaliseringen muliggør, at politikere som Mette Frederiksen på nye måder kan anvende disse medier og deltage yderligere i den offentlige debat, men det viser samtidig, hvordan udfordringerne, der præger politisk kommunikation, ikke nødvendigvis løses ved, at politikerne tager sagen i egen hånd. Netop det faktum, at Mette Frederiksen i podcasten ikke gør op med eksisterende diskurser, illustrerer, at den politiske kommunikation, lige så vel som al anden kommunikation, er formet af en større kontekst, nemlig mediediskurser, offentlig mening og historiske processer, der tilsammen bidrager til vores forståelse af virkeligheden. Mediesystemet udvikler sig, og det ændrer også mulighederne for den politiske kommunikation, hvor nye medier og nye (politiske) medieaktører kan bidrage til debatten og forsøge at nuancere den politiske samtale. Vores analyse viser dog, hvor udfordrende det er at ændre på måden, vi både taler om og forstår verden på, lige såvel som det illustrerer, at en sådan ændring ikke nødvendigvis kun kan løses politisk eller gennem anvendelsen af et nyt medie. Hermed kan vi konkludere, at Mette Frederiksens podcast er et eksempel på et opgør med den politiske kommunikation i Danmark, men samtidig også er et eksempel på en række af de udfordringer, der søges et opgør mod.

Vores analyse er begrænset til et enkeltstående illustrativt eksempel, men det er vanskeligt at argumentere for, at anvendelsen af podcast i politisk sammenhæng ændrer det store medie billede – pressen er fortsat befolkningens primære kilde til nyheder. Podcasten er et supplement til den politiske kommunikation, og hermed peger anvendelsen af podcast ikke på, at de sociale medier og øvrige nye medier har “overtaget” journalisternes rolle. Altså står vi ikke over for et demokratisk dilemma,

hvor grænsen mellem stat og medier er nedbrudt, men podcasten peger snarere på en diversificering i den politiske kommunikation i det hybride mediesystem.

Hvis denne diversificering fortsætter, og politikernes tendens til at undgå de traditionelle medier øges, kan det på sigt sætte de traditionelle medier i en interessant position. Dette ligger uden for specialets formål at afdække, men det vil i fremtidig forskning være relevant at undersøge, hvordan medierne reagerer på politikeres tilpasning til nye medier og medielogikker. Ligesom Mette Frederiksens podcast er et udtryk for en utilfredshed med den nuværende offentlige debat, er det ikke utænkeligt, at medierne også vil reagere på politikeres ageren, og på den måde forholde sig til måden hvorpå, de selv kommunikerer om politik; enten ved at ændre på deres egne måder at kommunikere på, som får kritik af f.eks. Mette Frederiksen, eller ved at tilpasse sig, eller i hvert fald udnytte, det politiske indhold, som bl.a. podcasten leverer.

7. Litteraturliste

Aagaard, P. & Blach-Ørsten, M. (2018a). Politisk kommunikation: Nye tider og nye aktører, I: P. Aagaard & M. Blach-Ørsten *Politisk Kommunikation - nye tider og nye aktører*. (s. 19-38) 1. udgave, 1. oplag. Hans Reitzels Forlag.

Aagaard, P. & Blach-Ørsten, M. (2018b). Det hybride mediesystem og digitalisering, I: P. Aagaard & M. Blach-Ørsten *Politisk Kommunikation - nye tider og nye aktører*. (s. 57-78) 1. udgave, 1. oplag. Hans Reitzels Forlag.

Aarøe, L. (2016). Politisk deltagelse og viden. I: T. Olesen (red.), *Medier, politik og samfund* (s. 171-191). 1. udgave. København: Hans Reitzels Forlag.

Albæk et al. (2015). Indledning. I: E. Albæk. *Den danske journalist* (s. 11-20). Odense: Syddansk universitetsforlag.

Albæk, E. & Vreese, C. H. (2010). Forskning i politisk kommunikation: Et overblik. *Politica*, 42 (3), 279- 293. DOI: <https://tidsskrift.dk/politica/article/view/69817/101791>

Albæk, E., Vreese, C. H., & Jebiril, N. (2013). Infotainment, cynicism and democracy: The effects of privatization vs personalization in the news. *European Journal of communication*, 28 (2). 105-121. DOI: <https://doi-org.zorac.aub.aau.dk/10.1177/0267323112468683>

Asp, K. (2014). Mediatization: rethinking the question of media power. I: K. Lundby (ed.), *Mediatization of Communication* (s. 349-374). Berlin, Boston: De Gruyter Mouton.

Berry, R. (2015). A golden age of podcasting? Evaluating serial in the context of podcast histories. *Journal of Radio & Audio Media*, 22 (2), 170-178. DOI: <https://doi-org.zorac.aub.aau.dk/10.1080/19376529.2015.1083363>

Blach-Ørsten, M. & Mayerhöffer E. (2021). Det politiske informationslandskab i Danmark 2.0. *Politica*. 53. årgang, nr. 2, 99-124. DOI: <https://tidsskrift.dk/politica/article/view/130381/176133>

Blach-Ørsten, M. & Willing, I. (2016). Det Danske Mediesystem. I: T. Olesen (red.), *Medier, politik og samfund* (s. 13-33). 1. udgave. København: Hans Reitzels Forlag.

Block, E. (2013). A Culturalist Approach to the Concept of the Mediatization of Politics: The Age of "Media Hegemony". *Communication Theory*, 23 (3), 259-278. DOI: <https://doi-org.zorac.aub.aau.dk/10.1111/comt.12016>

Blumler, J. G. & Kavanagh, G. (1999). The Third Age of Political Communication: Influences and Features, *Political Communication*, 16 (3), 209-230, DOI: 10.1080/105846099198596

- Bossetta, M (2019). The professional benefits of politics. *PS Political Science and Politics, Vol 53*, (2), 328-329. DOI: <https://doi.org/10.1017/S1049096519001628> (2 sider)
- Bottomley, A. (2015). Podcasting: A Decade in the Life of a “New” Audio Medium: *Introduction, Journal of Radio & Audio Media*, 22 (2), 164-169. DOI: 10.1080/19376529.2015.1082880
- Brachter, T (2022). Toward a deeper discussion: a survey analysis of podcasts and personalized politics, *Atlantic Journal of Communication*, 30 (2), 188-199. DOI: 10.1080/15456870.2020.1862846
- Bro, P. (2006). Nye roller i redaktionslokalerne – Hvad danske journalister gør og bør. *Journalistica*, 1(1), 63-79. DOI: <https://doi.org/10.7146/journalistica.v1i1.1782>
- Bryman, A. (2012a). Part One. I: A. Bryman (ed.), *Social research methods* (4. udg.) (s. 1- 129). New York: Oxford University Press.
- Bryman, A. (2012b). Part Two. I: A. Bryman (ed.), *Social research methods* (4. udg.) (s. 157-353). New York: Oxford University Press.
- Bryman, A. (2012c). Part Three. I: A. Bryman (ed.), *Social research methods* (4. udg.) (s. 377-590). New York: Oxford University Press.
- Chadwick, A., Dennis J. & Smith, A. P. (2016). Politics in the Age of Hybrid Media: Power, Systems, and Media Logics. I: *The Routledge Companion to Social Media and Politics*. Routledge, (s. 7-22)
- Cook, T. E. (2006). The News Media as a Political Institution: Looking Backward and Looking Forward, *Political Communication*, 23 (2), 159-171, DOI: 10.1080/10584600600629711
- Elling, B (2004). Kritisk teori, I: L. Fuglsang & P. Olsen, *Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne - på tværs af fagkulturer og paradigmer* (2. udg.) (s. 207-232). Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag.
- Elmelund-Præstekær, C. & Hopmann, D. N. (2016). Nyhedsdækning og politik. I: T. Olesen (red.), *Medier, politik og samfund* (s. 15-126). 1. udgave, København: Hans Reitzels Forlag.
- Engesser, S., Ernst, N., Esser, F. & Büchel, F. (2017). Populism and social media: how politicians spread a fragmented ideology. *Information, Communication & Society*, 20:8, 1109-1126. DOI: <https://doi-org.zorac.aub.aau.dk/10.1080/1369118X.2016.1207697>
- Eskjær, M. (2018). Mediatization as Structural Couplings: Adapting to Media Logic(s). I: Thimm, C., Anastasiadis, M., Einspänner-Pflock, J. (eds) *Media Logic(s) Revisited. Transforming Communications – Studies in Cross-Media Research* (s. 85-109). Palgrave Macmillan, Cham. DOI: https://doi-org.zorac.aub.aau.dk/10.1007/978-3-319-65756-1_5

- Eskjær, M. & Helles, R. (2015). Forord. I: M. Eskjær, & R. Helles, *Kvantitativ indholdsanalyse* (s. 6-8). Frederiksberg, DK: Samfundslitteratur.
- Eskjær, M. & Helles, R. (2015). Hvad er kvantitativ indholdsanalyse? Definition og funktion. I: M. Eskjær & R. Helles, *Kvantitativ indholdsanalyse* (s. 9-19). Frederiksberg, DK: Samfundslitteratur.
- Eskjær, M. & Helles, R. (2015). Hvorfor kvantitativ indholdsanalyse? Videnskabsteoretiske implikationer. I: M. Eskjær & R. Helles, *Kvantitativ indholdsanalyse* (s. 20-29). Frederiksberg, DK: Samfundslitteratur.
- Eskjær, M. & Helles, R. (2015). Design af indholdsanalyser. I: M. Eskjær & R. Helles, *Kvantitativ indholdsanalyse* (s. 40-49). Frederiksberg, DK: Samfundslitteratur.
- Eskjær, M. & Helles, R. (2015). Kodning. I: M. Eskjær & R. Helles, *Kvantitativ indholdsanalyse* (s. 67-82). Frederiksberg, DK: Samfundslitteratur.
- Esmark, A., Laustsen, C. B. & Andersen, N. Å. (2005). Socialkonstruktivistiske analysestrategier - en introduktion. I: A. Esmark, C. B. Laustsen, & N. Å. Andersen, *Socialkonstruktivistiske analysestrategier* (s. 7-30). Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag.
- Fairclough, N. (1992a). Approaches to Discourse Analysis. I: N. Fairclough, *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press. (s. 12-36).
- Fairclough, N. (1992b). Michel Foucault and the Analysis of Discourse. I: N. Fairclough, *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press. (s. 37-61).
- Fairclough, N. (1992c). Intertextuality. I: N. Fairclough, *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press. (s. 101-136)
- Fairclough, N. (1992d). Text Analysis: Constructing Social Relations and "the Self". I: N. Fairclough, *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press. (s. 137-168)
- Fairclough, N. (1992e). Doing Discourse Analysis. I: N. Fairclough, *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press. (s. 223-240)
- Fairclough, N. (2010a). General Introduction, I: N. Fairclough, *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language* (s 1-21) (2. udgave). Harnow: Routledge.
- Fairclough, N. (2010b). Section A: Language, ideology and power, I: N. Fairclough, *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language* (s 25-83) (2. udgave). Harnow: Routledge.
- Fairclough, N. (2010c). Section B: Discourse and sociocultural change, I: N. Fairclough, *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language* (s 87-159) (2. udgave). Harnow: Routledge.

Fuglsang, L. & Olsen, P. (2004). Introduktion. I: L. Fuglsang & P. Olsen, *Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne - på tværs af fagkulturer og paradigmer* (2. udg.) (s. 7-54). Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag.

Green-Pedersen, C. (2016). Partierne og medierne. I: T. Olesen (red.), *Medier, politik og samfund* (s. 87-104). 1. udgave, København; Hans Reitzels Forlag.

Hansson, S. (2018). The discursive micro-politics of blame avoidance: unpacking the language of government blame games. *Policy Sci* 51, 545–564. DOI: <https://doi-org.zorac.aub.aau.dk/10.1007/s11077-018-9335-3>

Hjarvard, S. (2009). Samfundets medialisering. En teori om mediernes forandring af samfund og kultur. *Nordicom-Information*, 31:1-2, 5-35. https://www.researchgate.net/publication/242683982_Samfundets_medialisering_En_teor_i_om_mediernes_forandring_af_samfund_og_kultur

Hjarvard, S. (2016): Medialisering af politik og samfund. I: T. Olesen (red.), *Medier, politik og samfund* (s. 35-60). København: Hans Reitzels forlag

Horton, D., & Wohl, R. R. (1997). Massekommunikation og parasocial interaktion: Et indlæg om intimitet på afstand. *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*, 13(26), 27-39. DOI: <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v13i26.1088>

Jensen, E. S. (1997). Modalitet og dansk. *NyS. Nydanske studier & almen kommunikationsteori*, 1997, 23 (23), 9-24. DOI: <https://doi.org/10.7146/nys.v23i23.13389>

Jensen, E. S. (2016). 'Se mor kun med venstre hånd'. Om forvaltningen af deiksis i SMS, I: *RASK*, (44), (s. 35-55). Odense: Odense Universitetsforlag.

Jensen, J. L. (2016): Nye medier og offentlighed. I: T. Olesen (red.), *Medier, politik og samfund* (s. 265-285). København: Hans Reitzels Forlag.

Jørgensen, M. & Phillips, L. (2010a). Det diskursanalytiske felt. I: M. Jørgensen & L. Phillips, *Diskursanalyse som teori og metode* (s. 9-33), 1. udgave: 1999, 7. oplag: 2010. Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag.

Jørgensen, M. & Phillips, L. (2010b): Kritisk diskursanalyse. I: M. Jørgensen & L. Phillips, *Diskursanalyse som teori og metode* (s. 72-104), 1. udgave: 1999, 7. oplag: 2010. Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag.

Keller, T. R. & Königslöw, K. K. (2018). Pseudo-discursive, mobilizing, emotional, and entertaining: identifying four successful communication styles of political actors on social media during the 2015. Swiss national elections. *Journal of Information Technology & Politics*, 15(4), 358-377. DOI: <https://doi.org/10.1080/19331681.2018.1510355>

- Kneuer, M. & Wallaschek, S. (2022). Framing COVID-19: Public Leadership and Crisis Communication By Chancellor Angela Merkel During the Pandemic in 2020. *German Politics*, 1-24. DOI: 10.1080/09644008.2022.2028140
- Knudsen, L. B. & Riis, O. (2020). Problemet med ikke-vestlige indvandrere, *Dansk Sociologi*, Vol 31 (2), (77-85). DOI: <https://doi.org/10.22439/dansoc.v31i2.6346>
- Koo, C., Chung, N., & Kim, D. J. (2015). How do social media transform politics? The role of a podcast, 'Naneun Ggomsuda' in South Korea. *Information Development*, 31(5), 421–434. DOI: <https://doi-org.zorac.aub.aau.dk/10.1177/0266666913516883>
- Kruikemeier, S., Metz, M., & Lecheler, S. (2020). Personalization of politics on Facebook: examining the content and effects of professional, emotional and private self-personalization, *Information, Communication & Society*, 23 (10), 1481-1498. DOI: 10.1080/1369118X.2019.1581244
- Kruikemeier, S., van Noort, G., Vliegenthart, R. & Vreese, C.H. (2013). Getting closer: The effects of personalized and interactive online political communication. *European Journal of Communication*, 28(1), 53-66. DOI:10.1177/0267323112464837
- Lachapelle, G. & Maarek, P. J. (2015). New Technologies: Helping Political Parties and the Democratic Processes or Threatening Them? I: G. Lachapelle & P. J. Maarek, *Political Parties in the Digital Age: The Impact of New Technologies in Politics*, 1-6. De Gruyter Oldenbourg.
- Llinares, D., Fox, N. & Berry, R. (2018). Introduction: Podcasting and Podcasts - Parameters of a New Aural Culture. I: D. Llinares, N. Fox & R. Berry (red.), *Podcasting* (s. 1-13). New York: Palgrave Macmillan.
- Markman, K. M. & Sawyer, C. E. (2014). Why Pod? Further Explorations of the Motivations for Independent Podcasting. *Journal of Radio & Audio Media*, 21 (1), 20-35. DOI: <https://doi.org/10.1080/19376529.2014.891211>
- Mazzoleni, G. & Schultz, W. (1999). "Mediatization" of Politics: A Challenge for Democracy? *Political Communication*, 16 (3), 247-261. DOI: <https://doi.org/10.1080/105846099198613>
- McClung, S. & Johnson, K. (2010). Examining the motives of podcast users. *Journal of Radio & Audio Media*, 17, 82-95. DOI: <https://doi.org/10.1080/19376521003719391>
- McHugh, S. (2016). How podcasting is changing the audio storytelling genre. *The Radio Journal International Studies in Broadcast and Audio Media*, 14 (1), 65-82. DOI: 10.1386/rajo.14.1.65_1

- Nee, R. C. & Santana, A. D. (2022). Podcasting the Pandemic: Exploring Storytelling Formats and Shifting Journalistic Norms in News Podcasts Related to the Coronavirus, *Journalism Practice*, 16 (8), 1559-1577, DOI: 10.1080/17512786.2021.1882874
- Poole, B (2010). Commitment and criticality: Fairclough's Critical Discourse Analysis evaluated. *International journal of applied linguistics*, 20 (2), 137-155. DOI: <https://doi-org.zorac.aub.aau.dk/10.1111/j.1473-4192.2009.00234.x>
- Poulsen, I. (1975): Deixis. En oversigt over deixisbegrebet og en beskrivelse af ytringens deixis. *NyS. Nydanske studier & almen kommunikationsteori*, 8 (8), 7-48. DOI: <https://doi.org/10.7146/nys.v8i8.10355>
- Rasborg, K. (2004). Socialkonstruktivismen i klassisk og moderne sociologi. I: L. Fuglsang & P. Olsen, *Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne - på tværs af fagkulturer og paradigmer* (2. udg.) (s. 349-388). Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag.
- Richardson, J.E. (2007). Analysing Texts: Some Concepts and Tools of Linguistic Analysis. I E. Richardson, *Analysing Newspapers: An Approach from Critical Discourse Analysis* (s. 46-74). New York: Palgrave MacMillan.
- Roald, T. & Køppe, S. (2008). Generalisering i kvalitative metoder. *Psyke & Logos*, 29 (1), 86-99. DOI: <https://doi.org/10.7146/pl.v29i1.8430>
- Saussure, F., Meisel, P. & Saussy, H. (2011). Introduction: Saussure and His Contexts. I: F. Saussure, P. Meisel & H. Saussy, *Course in General Linguistics* (s. 15-48). New York: Columbia University Press.
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. *Journal of Communication*, 57, 9-20. DOI: 10.1111/j.1460-2466.2006.00326.x
- Schmuck, D. & Hameleers, M. (2020). Closer to the people: A comparative content analysis of populist communication on social networking sites in pre- and post-Election periods, *Information, Communication & Society*, 23(10), 1531-1548. DOI: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1588909>
- Slothuus, R. (2016). Framing og politisk holdningsdannelse. I: T. Olesen (red.), *Medier, politik og samfund* (s. 147-170). København: Hans Reitzels Forlag.
- Sterne, J. et al. (2008). The politics of podcasting. *The Fibreculture Journal*, 13, 1-22. DOI: https://source.sheridancollege.ca/cgi/viewcontent.cgi?article=1002&context=fhass_comm_publ
- Suhr, C. & Sinclair K. (2016). Fakta og fiktion om muslimer i danske medier. *Tidsskrift for Islamforskning*, 10(1), 134-148. DOI: <https://doi.org/10.7146/tifo.v10i1.24878>

- Suiter, J., Culloty, E., Greene, D., & Siapera, E. (2018). Hybrid media and populist currents in Ireland's 2016 General Election. *European Journal of Communication*, 33(4), 396–412. DOI: <https://doi-org.zorac.aub.aau.dk/10.1177/026732311877529>
- Swiatek, L. (2018). The Podcast as an Intimate Bridging Medium. I: D. Llinares, N. Fox & R. Berry (Red.), *Podcasting. New Aural Cultures and Digital Media* (s. 173-187). Palgrave Macmillan Cham. DOI: https://doi-org.zorac.aub.aau.dk/10.1007/978-3-319-90056-8_9
- Togeby, O. (1975). Grammatik og deiksis. *NyS – Nydanske Studier & Almen kommunikationsteori*, 8 (8), s. 49-65. DOI: <https://doi.org/10.7146/nys.v8i8.10356>
- Togeby, O. (2007a). Ord. I: O. Togeby, *Fungerer denne sætning?* (s. 16-34). Århus: Academica.
- Togeby, O. (2007b). Leksikalsk betydning. I: O. Togeby, *Fungerer denne sætning?* (s. 241-278). Århus: Academica.
- Tolay, J. (2021). Inadvertent reproduction of Eurocentrism in IR: The politics of critiquing Eurocentrism. *Review of International Studies*, 47 (5), 692-713. DOI: [doi:10.1017/S0260210521000176](https://doi.org/10.1017/S0260210521000176)
- Tranová, K. & Veneti, A. (2022). The Use of Podcasting in Political Marketing: The Case of the Czech Republic. *Journal of Political Marketing*, 1-18. DOI: [10.1080/15377857.2021.2024479](https://doi.org/10.1080/15377857.2021.2024479)
- van Dalen, A., Albæk, E., & Vreese, C. H. (2011). Suspicious minds: Explaining political cynicism among political journalists in Europe. *European Journal of Communication*, 26(2), 147–162. DOI: <https://doi-org.zorac.aub.aau.dk/10.1177/02673231111404841>
- Wille, N.E. (2007). Betydning og brug. I: N.E. Wille, *Fra Tegn til Tekst: En indføring i teorier om sproglig kommunikation* (s. 189-230) København: Samfundslitteratur.
- Wodak, R. (2013). 'Anything goes!' - The Haiderization of Europe. I: R. Wodak, M. KhosraviNik & B. Mral (Red.), *Right Wing Populism in Europe. Politics and Discourse* (s. 23-38). London: Bloomsbury Academics.

Øvrig:

- Altinget (2022). Som ung mødte hun modstand i embedsværket. Som statsminister har Mette Frederiksen centreret magten mere end nogen anden. Lokaliseret d. 18/12-2022. <https://www.altinget.dk/artikel/som-ung-moedte-hun-modstand-i-embedsvaerket-som-statsminister-har-mette-frederiksen-centreret-magten-mere-end-nogen-anden>
- Berlingske (2021). Mette Frederiksen centraliserede magten og pressede embedsværket, så regeringen kom på kant med loven. Lokaliseret d. 18/12-2022. <https://www.berlingske.dk/samfund/mette-frederiksen-centraliserede-magten-og-pressede-embedsvaerket-saa>

B.T. (2022). Mette Frederiksen brugte embedsmænd til at forberede valgdebat. Lokaliseret d. 18/12-2022. <https://www.bt.dk/politik/mette-frederiksen-brugte-embedsmaend-til-at-forberede-valgdebat>

Djøfbladet (2021). "Vi risikerer at få et embedsværk, som er for politisk lydhørt". Lokaliseret 18/12-2022. <https://www.djoefbladet.dk/artikler/2021/3/midt-i-mink-og-rigsret.aspx>

Ekstra Bladet (2018). Mettes tv-fup: 'Hun snobber nedad'. Lokaliseret d. 18/12-2022. <https://ekstra-bladet.dk/nyheder/politik/dansktopolitik/mettes-tv-fup-hun-snobber-nedad/7103353>

Enhedslisten (u.å.). Listen - Enhedslistens Podcast. Lokaliseret d. 18/12-2022. <https://enhedslisten.dk/temaer/listen-enhedslistens-podcast>

Facebook (2022). Mette Frederiksen lancerer podcast: [facebook.com/mettefrederiksen.dk/posts/562202495275634/](https://www.facebook.com/mettefrederiksen/posts/562202495275634/)

Information (2022). Problemet er ikke regnemodellerne i sig selv, men den ekstreme centralisering af magten Lokaliseret d. 18/12-2022. <https://www.information.dk/debat/2022/01/problemet-regnemodellerne-ekstreme-centralisering-magten>

Journalisten (2018). Sæson 2 af Enhedslistens ukritiske podcast er begyndt. Lokaliseret d. 18/12-2022. <https://journalisten.dk/saeson-2-af-enhedslistens-ukritiske-podcast-er-begyndt/>

Kulturministeriet (2021). Mediernes udvikling i Danmark. Lokaliseret d. 18/12-2022. https://mediernesudvikling.kum.dk/fileadmin/user_upload/dokumenter/medier/Mediernes_udvikling/2021/Radio_og_podcast/Radio_og_Podcast_2021.pdf

Munck Studios (u.å.). Vi lytter til jer og udvikler en podcast, der passer til jeres brand og ønsker. Lokaliseret d. 18/12-2022. <https://www.munckstudios.dk/kunder>

Podcastindex (u.å.). Podcaststatistik. Lokaliseret d. 18/12-2022. <https://podcastindex.dk/podcaststatistik/>

Socialdemokratiet (u.å.). Podcast med Mette Frederiksen. Lokaliseret d. 18/12-2022. <https://www.socialdemokratiet.dk/podcast/>

The Guardian (2004). Audible revolution. Lokaliseret d. 18/12-2022. Lokaliseret d. 20/10-2022. <https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>.