

MEDIER

Ja-siden dominerede medierne - men kritiseres for kampagne

Af Cecilie Agertoft

Michael Bræmer | @MichaelBraemer

Torsdag den 3. december 2015, 05:00

Del:



Det er ikke mangel på mediedækning, ja-siden skal undskylde sig med, hvis det bliver et nej ved folkeafstemningen i dag. Det viser en opgørelse, Infomedia har foretaget. Men ja-sigerne brugte deres taletid håbløst, mener politisk kommentator. Nej-siden tog revanche på de sociale medier.



Foto: Scanpix/Claus Bjørn Larsen

Statsministeren Lars Løkke Rasmussen (V) har fra 26. oktober til 1. december været den, der er mest omtalt i medierne i forbindelse med folkeafstemningen om retsforbeholdet.

Det viser en opgørelse, som Infomedia har foretaget for Ugebrevet A4.

Men at det netop er landets statsminister, der er den mest omtalte, vidner langt fra om, at det er en begejstret kampagne fra ja-siden, som statsministeren har stået i spidsen for, mener EU-forsker på Institut for Statskundskab på Aarhus Universitet, lektor Derek Beach.

»Det er forholdsvis nemt for Lars Løkke at komme til tops på listen over de almindelige mediers dækning. Som landets statsminister og kampagneleder skal han bare hæve øjenbrynene, så kommer alle de store dagblade og medier rendende,« siger Derek Beach.

Den næstmest omtalte i redaktionelle medier er Dansk Folkepartis Morten Messerschmidt.

Han er i toppen af kategorien, fordi han er knaldygtig til at komme frem med sine synspunkter, mener Derek Beach.

De to politikeres partier er også dem, der har været mest omtalt i den pågældende periode, viser opgørelsen. Venstre ligger på en førsteplads med 663 omtaler, mens Dansk Folkeparti (DF) snupper 2. pladsen med 532 omtaler.

»Hele den her afstemning har været præget af, at det har været Lars Løkke Rasmussen og Kristian Thulesen Dahl over for hinanden,« siger politisk kommentator, tidligere chefredaktør og konservativ minister Hans Engell.

Når de øvrige partier ikke har kastet sig mere ind i valgkampen, skyldes det for det første, at mange partier er økonomiske klemte på grund af forårets folketingsvalg. Og for det andet har der været bred enighed blandt partierne på Christiansborg om, at regeringen selv har måttet tage slaget, mener Hans Engell.

Socialdemokraterne har været svære at få øje på

EU-forsker Derek Beach peger på, at især Socialdemokraterne og dets formand Mette Frederiksen har været underligt fraværende i kampagnen.

Mette Frederiksen (S) er nede på en sjette plads over mest omtalte politikere, viser undersøgelsen. I opgørelsen over mest synlige partier ligger Socialdemokraterne på en tredjeplads.

»Det er mærkeligt, for man skulle tro, at landets største parti ville fylde noget både i almindelige og på sociale medier. Måske har den nye partileder af strategiske årsager valgt en forsigtig linje for ikke at støde de 50 procent af partiets vælgere fra sig, som man traditionelt har regnet for EU-modstandere,« siger Derek Beach.

Men hensynet til EU-skeptiske S-vælgerne er ikke længere nødvendig, fastslår han.

»Mine målinger viser, at partiet i dag har blødt sine EU-modstandere til Dansk Folkeparti. Socialdemokraterne er mere i trit med egne vælgere holdninger, end de plejer at være.«

Også politisk kommentator Hans Engell har bidt mærke i, at Socialdemokraterne og Mette Frederiksen har været utrolig neddykket op til valget, fortæller han.

Partiets leder har sagt og gjort, hvad der blev forventet af hende – men bestemt heller ikke mere end det, pointerer Hans Engell.

»Det socialdemokratiske synspunkt har været, at hvis det ender med et nej, skal nederlaget ikke kunne tørres af på Mette Frederiksen. Ansvarer skal ene og alene kunne placeres hos Lars Løkke. «

“ Det er generelt nemmere at være modstandere, fordi det er nemmere at motivere vælgerne til at være imod end for noget. Samtidig virker det som om, der har manglet begejstring på ja-siden.

Derek Beach, EU-forsker på Institut for Statskundskab på Aarhus Universitet

S betvivler opgørelsen

Mette Frederiksen og de øvrige socialdemokrater kan også have taget et skridt tilbage for at tydeliggøre spændingerne mellem regeringen og dets parlamentariske grundlag, DF, mener Hans Engell.

Den slags spekulationer har dog aldrig set dagens lys i den socialdemokratiske lejr, forsikrer socialdemokraternes udenrigsordfører Nick Hækkerup.

»Det er politisk kandestøberi og konspirationsteorier. Og det er sikkert meget interessant, når man er politisk kommentator og lever af at opfinde sådan nogle ting. Men det har ikke noget på sig. Vi har udelukkende haft interesse i at danskerne skulle stemme ja,« siger han.

Nick Hækkerup mener, at Ugebrevet A4's undersøgelse bygger på forkerte tal. Hans skepsis bunder blandt andet i, at nogle af opgørelserne ligger fjorten dage tilbage. Man burde udelukkende have målt på politikernes aktivitet i dagene lige op til valgdagen, hvor kampagnerne intensiveres, påpeger han.

»Det er noget sludder, at vi skulle have tænkt, at Lars Løkke Rasmussen måtte tage kampen alene. Vi har været mindst lige så aktive som alle de andre partier. Vi har kæmpet for et ja, og vi er formeentlig et af de partier, der har kæmpet hårdest, « siger han.

Men Infomedia, der har foretaget opgørelsen for Ugebrevet A4, afviser, at tallene kan være forkerte.

»De er fuldstændige valide de her tal. Jeg inviterer gerne Nick Hækkerup ind, så kan vi over en kop kaffe gennemgå alle omtaler, siger politolog Lasse Skjoldan fra Infomedia.

Modsat billede på sociale medier

Mens ja-siden tager dagsordenen i de traditionelle medier, er billedet vendt rundt på de sociale medier. Her er det modstanderne, der har styret.

I top 5 på listen over politikere/partier, der har domineret debatten om folkeafstemningen på Facebook, er der fire modstandere og kun en enkelt ja-siger: Helle Thorning Schmidt (S), Johanne Schmidt-Nielsen (EL), Enhedslisten, Dansk Folkeparti, og Kristian Thulesen Dahl (DF).

Og ja-sigeren, Helle Thorning Schmidt, er kun kommet med takket være et opslag, der ikke var et indlæg i debatten, men hendes takketale i forbindelse med kåringen til årets europæer.

På Twitter har Enhedslistens Pernille Skipper stort set ryddet bordet med syv af de ti tweets om folkeafstemningen, der har haft størst indflydelse. Indflydelsen er målt som et vægtet forholdstal mellem antallet af følgere og engagement per opslag. Altså retweets og kommentarer.

“ Hvis de traditionelle medier er fyldt med ja-sigere, hører de ikke efter. De bladrer videre, køber en anden avis eller skifter kanal. Til gengæld søger de støtte til deres skepsis på de sociale medier.

Derek Beach, EU-forsker på Institut for Statskundskab på Aarhus Universitet

Nemmere at være imod

Derek Beach mener, at der er tale om en klassisk situation, hvor modstandere fører sig frem med stor motivation og engagement.

»Det er generelt nemmere at være modstandere, fordi det er nemmere at motivere vælgerne til at være imod end for noget. Samtidig virker det som om, der har manglet begejstring på ja-siden. Så der har været en asymmetri i motivationen til at dele argumenter med almindelige mennesker på de sociale medier,« siger han.

Denne skævhed kan vise sig at få stor betydning for afstemningsresultatet, mener Derek Beach.

»Obamas valg som præsident i USA i to omgange er de gode eksempler på, hvordan begejstring og brug af sociale medier kan gøre en forskel. Ser man på de almindelige medier, blev han omtalt lige så meget som sine republikanske modkandidater, i første omgang John

McCain og i anden omgang Mitt Romney. Men han kørte en målrettet kampagne på de sociale medier, som specielt i 2008 skabte en begejstring og et vælgerskred.«

Hun styrede på Facebook

Det kan godt være, I synes statusopdateringer om retsforbeholdet er kedelige. Men jeg bliver ved! For det er vigtigt....
Opslået af **Johanne Schmidt-Nielsen** på **26. november 2015**



Fra Johanne Schmidt-Nielsens facebook-profil.

Danskere søger næring til skepsis

Samtidig peger forskeren på, at erfaringerne med politisk kommunikation viser, at folk søger efter information, der støtter det, de mener i forvejen. Danskerne, som ifølge hans undersøgelser er grundlæggende EU-skeptiske over en bred kam, har derfor villigt taget imod de argumenter, de har kunnet finde på de sociale medier.

»Hvis de traditionelle medier er fyldt med ja-sigere, hører de ikke efter. De bladrer videre, køber en anden avis eller skifter kanal. Til gengæld søger de støtte til deres skepsis på de sociale medier,« påpeger han.

Derek Beach har foretaget en løbende meningsmåling hen over efteråret, hvor han har kunnet følge med i udviklingen i danskernes holdning til retsforbeholdet. Den peger i højere og højere grad mod et nej ved afstemningen i dag.

»Fra starten af kampagnen var der 30 procent, som var sikre på at sige nej. Det er også dem, der er meget skeptiske eller modstandere af EU som helhed. Så er der dem, der som udgangspunkt var tvivlende over for retsforbeholdet. De er åbenbart ved at have samlet information nok til at koble deres skeptiske EU-holdninger til det, de skal stemme om i dag,« siger han.



Det har været fuldstændig mislykket at slå lighedstegn mellem pædofile, narkosmuglere og dem, der stemmer nej. Så dumme er de danske vælgere altså ikke.

Hans Engell, politisk kommentator

Engell: Sociale medier betyder mindre

Hans Engell mene imidlertid, at man skal passe på med at overvurdere betydningen af de sociale medier.

»Nej-siden er god til at bruge de sociale medier. Men sandheden er, at det er en gratis omgang. At sidde og bruge de sociale medier, fortæller ikke ret meget andet, end at folk har tændt for pc'en,« siger han.

Erfaringerne fra det seneste folketingsvalg var ifølge Hans Engell, at det var noget helt andet, der afgør, hvor folk sætter deres kryds.

»Det var de store tv-debatter den sidste halvanden uges tid, der afgjorde folketingsvalget. Og de store kampagner og optrædener i medierne. Det var ikke alle mulige shitstorme på facebook. Derfor skal man skal passe meget på med at overvurdere betydningen af de sociale medier,« mener han.

Håbløs ja-kampagne

Når nej-siden op til afstemningen ser ud til at have vundet et flertal, skyldes det ifølge Hans Engell ja-sidens håbløse kampagne.

»Det har været fuldstændig mislykket at slå lighedstegn mellem pædofile, narkosmuglere og dem, der stemmer nej. Så dumme er de danske vælgere altså ikke. Folk vil ikke tales ned til,« fastslår han.



Copyright © 2014 | Ugebrevet A4

Islands Brygge 32D | 2300 København S | T: +45 27837130 | E: [Kontakt os](#)