



«De bare krangler». Nordmenns holdninger til TV-sendte valgdebatter

«They're only squabbling». Norwegian citizens' attitudes towards televised election debates

Eirik Vatnøy

Førsteamanuensis i retorikk, Institutt for lingvistiske og nordiske studier, Universitetet i Oslo
eirik.vatnoy@iln.uio.no

Marit Kristine Bjøntegård

Master i medievitenskap, Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen
maritkbj@gmail.com

SAMMENDRAG

TV-sendte valgdebatter blir stadig kritisert av journalister, politikere og akademikere. I denne artikkelen undersøker vi velgernes holdninger til TV-debatter og spør hvorvidt de er enige i kritikken. Artikkelen baserer seg på data fra en representativ nettbasert spørreundersøkelse gjennomført av Norsk medborgerpanel våren 2017 (N=2039). Hoveddelen av analysen baserer seg på 1700 svar på et åpent spørsmål om hvilke assosiasjoner respondentene har til TV-sendte valgdebatter. Gjennom en topoi-analyse av de åpne svarene, finner vi at respondentene er svært negative til TV-debattene. De er særlig frustrerte over dynamikken mellom aktørene i debatten. Denne beskrives i stor grad som «krangling» og «kjekling» og oppleves å bryte med etablerte normer for samtale- og argumentasjonsskikk. Respondentene er også kritiske til tonen i debatten, som de beskriver som negativ og for mye kritikkorientert. I artikkelen drøfter vi funnene i lys av kritikken rettet mot de norske debattformatene og den bredere kritikken rettet mot tidens «in-your-face politics» (Mutz, 2015).

Nøkkelord

TV-debatter, retorikk, politisk kommunikasjon, medialisering

ABSTRACT

Televised election debates are frequently criticised by journalists, politicians and academics. In this article, we investigate Norwegian voters' attitudes towards television debates and whether or not they agree with the criticism. The analysis is based on data from a representative online survey conducted by the Norwegian Citizen Panel in the spring of 2017 (N=2039). The main part of the analysis is based on 1700

answers to an open question about which associations the respondents have with televised election debates. Through a topoi analysis of the open answers, we find that the respondents are very negative towards the debates. They are particularly frustrated by the dynamics between the participants in the debate, which they experience as “quarreling” and “bickering” and clear violations of established conversation and argumentation norms. The respondents are also critical towards the tone in the debates, which they find too negative and adversarial. We discuss the findings in light of the criticism that has been directed at the Norwegian debate formats and the broader criticism that has been directed at the “in-your-face politics” of our time (Mutz, 2015).

Keywords

election debates, rhetoric, political communication, mediatization

INNLEDNING

TV-debattene har lenge hatt en sentral rolle i norske valgkamper. De har gode seertall, og har høy prioritet blant mediene og politiske aktører. Dette henger sammen med TV-medies tradisjonelt sterke posisjon i norsk politikk. Sammenlignet med andre land er den norske TV-valgkampen preget av sterke allmennkringkastere med høy tilgang på politikkerne. Samtidig er andre TV-formater, som politisk reklame, strengt regulert. Både historisk og i dag legger dette til rette for at TV-sendte debatter mellom politikere inntar en posisjon som sentrale mediehendelser i valgkamper.

TV-debattene anses også som en *viktig* del av valgkampen. Ideelt sett kan TV-debattene være en arena der velgere på tvers av alder og bakgrunn eksponeres for de samme politiske sakene og argumentene og for bredden av politiske partier og standpunkter. Debattene gir også velgerne anledning til å se representanter for politiske partier i konfrontasjon med hverandre og med representanter for mediene, slik at standpunkter utfordres og også de mindre populære sidene av sakene belyses. De kan også bidra til å innfri mediepolitiske ambisjoner ved å skape felles opplevelser for folket i forbindelse med demokratiske prosesser. Slik bidrar TV-debattene til allmennkringkasteroppdraget på en måte som ordinær nyhetsformidling ikke gjør. NRK har derfor også et uttalt mål om at TV-debattene skal informere og engasjere velgerne i valgkampen. Endelig er det også godt dokumentert at bestemte former for TV-debatter kan være en viktig kilde til informasjon for velgerne. Særlig i land der valgkampen er preget av mye politisk reklame og aggressivt ordskifte, som i USA, har man funnet at TV-debatter mellom politikere setter seerne bedre i stand til å fatte et valg (McKinney & Warner, 2013).

På tross av, eller nettopp på grunn av, TV-debattenes sentrale posisjon i den norske valgkampen, blir de jevnlig gjenstand for til dels kraftig kritikk. Kritikk har blitt rettet både mot programmenes format, journalistenes rolle og politikernes opptreden. Mye av kritikken rettet mot TV-debattenes format og uttrykk har fokusert på hvordan informasjons- og underholdningshensyn avveies. Konklusjonen har ofte vært at TV-kanalene fokuserer for mye på det sensasjonelle fremfor det seriøse, og at ansvaret for å gjøre valget interessant for velgerne erstattes med hensyn til å lage «godt fjernsyn» (Allern, 2011, s. 50f). En annen tilbakevendende kritikk har vært at redaksjonene og debattlederne legger føringer for samtalen gjennom valg av temaer, vinklinger og aktører (Thorbjørnsrud, 2009). I motsetning til denne kritikken har det også blitt antydnet at problemet med det politiske ordskiftet i TV

ikke er at det er for mye styrt av journalistene, men snarere at journalistene har for lite kontroll over debattene. Denne typen påstander har gjerne blitt fremført av mediene selv, men kan også finne støtte blant forskere som fokuserer på politikernes strategiske, unnvikende og polariserende oppførsel i debatt- og intervju sammenhenger (Kock, 2013; Gabrielsen et al., 2017).

De politiske TV-debattens posisjon kan altså virke noe paradoksal. På den ene siden trekker debattene et stort publikum og beholder en sterk posisjon som mediebegivenheter i valgkampen. På den annen side er debattene stadig gjenstand for kritikk, både fra politisk, journalistisk og akademisk hold. Det kan virke som om valgkampens TV-debatter er sjangeren alle ser på og alle klager på. Felles for kritikken er at den uttrykker bekymring for at underholdningshensyn, steile konfrontasjoner og fiendtlighet mellom aktørene i debattene går ut over velgerne.

Kritikk mot TV-debattene har hovedsakelig blitt fremført av aktører med både profesjonell kjennskap og nærhet til debattene, som journalister, politikere og medieforskere. I denne artikkelen ønsker vi derfor å undersøke hvorvidt velgerne kjenner seg igjen i forholdene som beskrives, og hvor fremtredende de eventuelt mener at de er. Vi stiller følgende spørsmål: *Hva er norske velgeres holdninger til TV-sendte valgdebatter, og i hvilken grad kjenner velgerne seg igjen i kritikken som har blitt rettet mot debattene?* Ved å svare på denne problemstillingen, ønsker vi også å kaste lys over de normene som velgerne selv legger til grunn for vurderinger av TV-sendte politiske debatter, og om de opplever at disse normene etterleves.

Artikkelen baserer seg data fra en representativ nettbasert spørreundersøkelse foretatt av Norsk medborgerpanel våren 2017 (N=2039). Respondentene ble spurt om deres holdninger til politiske TV-debatter og ble bedt om å ta stilling til et utvalg påstander forbundet med den vanligste kritikken av debattene. Hoveddelen av analysen vi presenterer her, baserer seg på 1700 svar på et åpent spørsmål om hvilke assosiasjoner respondentene har til TV-sendte valgdebatter i forkant av valg.

TIDLIGERE FORSKNING OM TV-DEBATTER

I forskningslitteraturen er spørsmålet om velgernes forhold til TV-debatter behandlet hovedsakelig på to måter. Den ene måten er gjennom resepsjonsstudier, som undersøker debattens effekt på publikum. Den andre måten er gjennom kritiske eller retoriske studier, som gjennom analyser av debattens innhold og form vil vurdere hvor godt egnet de er til å dekke publikums behov.

Studier av debattens effekt på publikum er hovedsakelig gjort på amerikanske forhold. Her er til gjengjeld litteraturen omfattende, og har hatt stor innflytelse på hvordan vi betrakter forholdet mellom politikk og TV-mediet. Gjennom over fem tiår med forskning på amerikanske president-, visepresident- og «primary»-debatter er det godt etablert at politiske TV-debatter *har* en effekt, både på publikums kunnskap om politikk og på deres holdninger til bestemte kandidater og partier (McKinney & Carlin, 2004; McKinney & Warner, 2013). Særlig stor effekt har debattene på publikums inntrykk av kandidatene (Benoit et al., 2001; McKinney et al., 2001, 2003) og overfor usikre og lite interesserte velgere som gjennom debattene kan danne seg et inntrykk av politiske saker de ikke var kjent

med tidligere (Geer, 1988). Den amerikanske forskningen antyder også at TV-debatter kan ha en positiv effekt på demokratiske verdier. Blant annet har Kaid et al. (2000) funnet at å se på debatter kan motvirke politisk kynisme og mistenksomhet mot politikere, og en rekke studier har funnet at å følge med på debatter kan styrke såkalt *political information efficacy* (McKinney & Warner, 2013), altså borgernes tro på at de selv kan ha både innsikt i og innflytelse over politiske beslutninger.

I sum gir amerikansk debattforskning klart belegg for at debatter mellom politikere på TV både kan ha betydning for publikums stemmegivning og styrke demokratiske verdier, om enn i begrenset grad. Troen på debattens positive effekter er også tydelig i forskernes evalueringer. Blant annet konkluderer McKinney & Carlin gjennomgang av forskningsfeltet med å hevde at «the television candidate debate may well represent the one true campaign communication success story» (McKinney & Carlin, 2004: 213).

Selv om denne forskningen gir et solid inntrykk av debattsjangerens potensial, er det grunn til å være forsiktig med å overføre slike funn direkte på hjemlige forhold. Den amerikanske valgkampen er svært forskjellig fra den norske. For det første er den amerikanske valgkampen i langt større grad preget av politisk reklame, negative kampanjer og politiske talkshow-verter i fri dressur. Når TV-debattene blir funnet å være styrkende for demokratiske verdier, må det ses i sammenheng med amerikansk politisk kommunikasjon for øvrig. Debattens verdi er særlig at de introduserer en mer nøktern tone til negative og slagordpregede valgkamper (Hart & Jarvis, 1997). For det andre er det en vesensforskjell i den retoriske situasjonen mellom det som kalles persondebatter, som dominerer i USA, og partidebatter, som norske partilederdebatter er et eksempel på (Jørgensen, 1995). Den typiske amerikanske TV-debatten, presidentdebatten, er en debatt mellom to, gjerne ukjente, kandidater til samme verv, med tydelige regler for taletid og turallokering og lite journalistisk tilstedeværelse. Norske partilederdebatter derimot, inkluderer opp til ni, gjerne kjente, partiledere i ofte uavklarte parlamentariske konstellasjoner, som debatterer med lite formelle regler for taletid og turallokering under aktiv styring av journalistene. Gjennom tidligere studier vet vi at slike forskjeller i format har stor innvirkning på hvordan seerne vurderer debattene og hva de får ut av dem (McKinney & Carlin, 2004).

Det finnes med andre ord ganske stor avstand mellom TV-debattformatene som i USA beskrives som oppbyggelige og konstruktive og det formatet vi holder oss med i Norge. Uten å underspile disse forskjellene, kan vi like fullt konkludere med at debatter mellom politikere på TV *kan* styrke den politiske kunnskapen og holdningene til politikk og samtidig påvirke seernes valg, og at de følgelig også kan oppleves som positive og oppbyggelige av de velgerne som ser på dem. Dette støttes også av funn fra andre land (Babos & Vilagi, 2018). Et gjennomgående funn er imidlertid at slike kvaliteter avhenger av en rekke faktorer, som hvor kjent kandidatene og sakene er for velgerne og hvor viktig valget oppleves. Ikke minst avhenger det av debattprogrammets format og gjennomføring.

På tross av de potensielle fordelene som bestemte debattformater måtte ha, har forskere og kommentatorer lenge bemerket at det politiske ordskiftet i mediene generelt er preget av tabloidisering, aggressivitet og fiendtlighet. Kritiske teorier om medievidningen av det politiske ordskiftet har fått stor gjennomslagskraft i det internasjonale forskningsmiljøet. Når amerikanske presidentdebatter og lignende formater beskrives som konstruktive og oppbyggelige bidrag, er det gjerne fordi de representerer et alternativ og en kontrast til mer

aggressive sider av den mediavridde valgkampen. Om definisjonen av «politisk debatt» derimot utvides til å inkludere alle interaksjoner mellom politikere, og mellom politikere og journalister, i TV og radio der meninger og standpunkter utveksles og forsvares, blir inntrykket av debattens potensial og betydning et ganske annet.

Gjennom «media malaise theory» har Michael J. Robinson (1976) og andre satt fokus på hvordan sensasjonsjag og konfliktorientering blant nyhetsmediene har ført til dårlige vilkår for formidling av politikk i TV-sammenheng. Hypotesen er at medielogikken, og da særlig TV-mediets logikk, dyrker frem sensasjonsjag, negativitet og personkonflikt. Det politiske ordskiftet får et ensidig fokus på kritikk og negativitet på bekostning av løsningsforslag, kompromissvilje og positive resultater. Konsekvensen er, ifølge denne teorien, at velgerne blir kyniske til politikerne og mister troen på det politiske systemet. I Skandinavia har denne kritikken blant annet kommet til uttrykk i maktutredningenes beskrivelse av «journalismen» som yrkesideologi (Petersson, 1994). Denne har vært opptatt av hvordan journalistikkens måte å observere og formidle verden på – med fokus på konflikt, sensasjon og person – påvirker ikke bare mediedekningen, men hele saksforløpet. Tilsvarende har Joseph N. Cappella og Kathleen Hall Jamieson (1997) beskrevet det moderne forholdet mellom journalister og politikere som en «kynismespiral» («*spiral of cynicism*»). Journaliststandens pågåenhet og jag etter sensasjoner har ført til stadig mer kyniske og profesjonaliserte politikere, noe som igjen har tvunget journalistene til å opptre enda mer aggressivt og pågående. Utfallet av denne nedadgående spiralen antas å være økt politikerforakt og svekket politisk deltagelse.

Kritikken om at kommunikasjonen mellom politikere i mediene – og mellom politikere og journalister – er preget av stadig mer konflikt og negativitet, har blitt rettet også mot forskjellige debatt- og intervjuformater. Blant annet har Diana C. Mutz nylig presentert en omfattende kritikk av det politiske ordskiftet i TV i USA, basert på medierte samtalesituasjoner. Ifølge Mutz fører TV-mediets forutsetninger og rollen det har blitt tildelt i moderne politikk til usivilisert og aggressiv tone i den politiske samtalen. Slik bryter politisk kommunikasjon på TV-skjermen med etablerte normer for en normal og høflig samtale (Mutz, 2015). Mutz kaller dette for «in-your-face politics». De mulige konsekvensene av denne formen for politisk kommunikasjon er delt. På den ene siden kan den skape oppmerksomhet og styrke velgernes hukommelse for politiske budskap, ettersom aggressive debatter gjerne er preget av klare og tydelige konfliktlinjer. På den annen side kan den være nedbrytende for folkets tillit til politikere og politiske institusjoner og for deres holdninger til velgere med andre politiske meninger og holdninger (Mutz, 2015, s. 73ff).

Beskrivelsene av «media malaise», «the spiral of cynicism» og «in-your-face politics» peker alle på de samme problemene ved mediesamfunnets påvirkning på det politiske ordskiftet: Fremprovoseringen av en overdrevet sensasjonaliserende, kranglete og negativ tone står i veien for etablerte idealer for politisk debatt, som respekt for andres meninger, begrunnelse for standpunkter og gehør for innspill og motargumenter. Når disse idealene settes til side, svekkes også legitimiteten til politiske avgjørelser og prosesser. Det er denne bredere forståelsen av «debatt» som synes mest relevant for og som har fått størst innflytelse på den norske debattforskningen.

I Norge og Skandinavia for øvrig er det også forsket mye på TV-debatter og deres relasjon til publikum. Forskningen har fokusert hovedsakelig på analyser av selve debattene

eller på produksjonssiden av debattene, men det finnes også noen studier av skandinaviske TV-debatters effekt på publikum. Et mye referert eksempel er den danske studien *Retorik der flytter stemmer* (Jørgensen, Kock & Rørbech, 1994), som studerer hvordan seere responderer på forskjellige argumentasjonsstrategier i TV-debatter. Studien avdekker at det er større sannsynlighet for at seerne endrer meninger dersom de konfronteres med argumentasjon som er saklig, nøktern og tar høyde for relevant mot-argumentasjon (Jørgensen et al., 1994). I norsk sammenheng har det også vært gjort eksperimentstudier av dagsordensfunksjonen og effekter av tolkningsrammer i TV-debatter. Jenssen og Aalberg har vist hvordan aktørene som oppfattes som vinnere av debattene kan styrke sakseierskap og også vinne velgere (Jenssen & Aalberg, 2004).

En særlig relevant studie for spørsmålet om velgernes holdninger til TV-debatter, er Jamtøy og Aalbergs undersøkelse «TV-seernes vurdering av den medialiserte politikken» (Jamtøy & Aalberg, 2007). Studien avdekker hvordan forskjellige seergrupper forholder seg til hvordan politiske spørsmål blir presentert på TV. Deres konklusjon er at publikum «i stor grad opplever at nyhets- og debattprogrammer på TV er preget av medievridding» (Jamtøy & Aalberg, 2007, s. 241). Samtidig understreker de at mange opplever programmene som informative – særlig de som ser mye på slike programmer – og at den opplevde medievriddingen ikke virker negativt på publikums valgdeltagelse eller deres tro på egen politisk kompetanse. De fant imidlertid en sterk sammenheng mellom opplevd informasjonsverdi og opplevd medievridding: «jo mer medievridd en oppfatter programmene som, jo mindre informative vil en synes de er» (Jamtøy & Aalberg, 2007, s. 242). Studien viser også at seerne gir debattprogrammene forholdvis lav prioritering sammenlignet med nyhetsdekning av politikk.

Uten å fokusere på TV-debatter spesielt, har Jenssen funnet at valgsendinger har en effekt på publikums politiske holdninger ved å påvirke deres oppfatninger av hva som er de viktigste sakene, og hvilke partier som har den beste politikken for de sakene (Jenssen, 2007). Valgsendingene har imidlertid ingen effekt på politisk kunnskap, forstått som mer varig forståelse for det politiske landskapet og de politiske prosessene. Konklusjonen er derfor forsiktig tilslutning til TV-valgkampens kritikere: «... sterkt spillfokus og personifisering gjør at TV-valgkampen ikke tilfører sitt publikum ny kunnskap» (Jenssen, 2007, s. 219).

I tillegg til studier av hvordan debattene virker på og oppleves av publikum, har det blitt gjort en rekke studier som har tatt for seg forskjellige aspekter av debattens format og uttrykk. Mange av disse studiene har et kritisk siktemål, der TV-debattene særlig vurderes i lys av deres informasjonsverdi. Blant annet har Ann Iren Jamtøy i en omfattende analyse av valgkampen i 2005 dokumentert hvilke hensyn og idealer som styrer redaksjonenes vurderinger og hvordan de balanserer hensyn til informasjon og underholdning (Jamtøy, 2011). Det generelle inntrykket fra studien er at TV-valgkampen er dominert av spillfokus og underholdningshensyn. Dette preger også debattprogrammene, som gjerne blir rammet inn av reportasjer og kommentarer om hvordan debattantene presterer, fremfor deres standpunkter og argumenter. Dette inntrykket bekreftes av Thorbjørnsrud (2009). Ved å observere NRKs redaksjoner under valgkampen i 2003, demonstrerer hun hvordan redaksjonene regisserer valgkampen ved å velge hvilke politikere som deltar og hvordan politiske uenigheter iscenesettes i forskjellige debatter.

I en omfangsrik avhandling som tar for seg valgkampene i 1991, 1999 og 2009, avdekker Margareth Sandvik hvilken type informasjon seerne trolig får gjennom politiske TV-debatter og vurderer hvilket demokratisk utbytte de er egnet til å ha. Sandvik formulerer blant annet et sett med normer for god debattatferd og vurderer i hvilken grad de etterleves av deltagerne. Hennes analyser viser at både politikere og journalister i mange tilfeller bryter med disse normene på måter som står i veien for velgernes informasjonsbehov (Sandvik, 2016). Lignende funn har også blitt gjort av Anne Krogstad om EU-debattene i Norge og Sverige (Krogstad, 1999). Krogstads nedslående konklusjon den gang var at «mediet ødelegger budskapet» (Krogstad, 1999, s. 229). Med utgangspunkt i Grices samtaleprinsipper, argumenterer hun for at samtalen mellom aktørene i debattene brytes ned ved at TV-mediets krav til underholdende og sensasjonelle budskap vender opp ned på etablerte normer for åpenhet, redelighet og imøtekommenhet. Til sammen viser disse studiene hvordan brudd på normer for god debatt- og samtalekultur til stadighet står i veien for informasjonsverdien i de norske debattformatene.

I Skandinavia er det også gjort flere retoriske analyser av de strategier og teknikker journalistene og politikerne benytter seg av i debattene. Studier som fokuserer på journalistenes rolle har beskrevet hvordan journalister avbryter politikerne (Ekström & Berczes, 2008; Vatnøy, 2010), hvilke typer spørsmål de stiller (Ekström et al., 2013), hvor pågående og kritisk de opptrer i utspørringen av forskjellige politikere (Svennevik et al., 2014; Vatnøy et al., 2016) eller hvordan de regisserer og «rammer inn» politikernes bidrag (Kjeldsen, 2013). Andre har fokusert på politikernes retoriske strategier i debattene. Blant annet har Christian Kock gjort et omfattende arbeid i å kartlegge forskjellige svarstrategier, unnvikelser og retoriske «uskikker» politikere benytter seg av i debattene i Danmark (Kock, 2013; Kock & Boding Hansen, 2015). Danske forskere har også beskrevet hvordan politikere unngår vanskelige spørsmål og kritikk i debatter ved å «forskyve» temaer og premisser (Gabrielsen et al., 2017). Empiriske studier har antydnet at slike trekk også dominerer interaksjonen i norske TV-debatter (Nordeide, 2013; Andersen, 2016). Selv om denne forskningen ikke gir vurderinger av sjangerens effekt og betydning som sådan, gir den inngående kunnskap om de retoriske og journalistiske mekanismene som dominerer i disse debattformatene og som seernes reaksjoner og vurderinger må antas å basere seg på. Det samlede inntrykket er at det som tilsynelatende gir kortsiktig retorisk gevinst i TV-debattene – som pågående intervjustil fra journalistenes side og svarunnvikelser, «one-linere» og aggressiv kritikk fra politikernes side – direkte truer den mer langsiktige informasjonsverdien. Likevel later dette til å være fremtredende sjangertrekk ved norske TV-debatter.

Inntrykket fra forskningen i Norge er altså annerledes enn det vi får fra USA og andre land som holder seg til andre debattformater. Mens den amerikanske forskningen gjerne behandler TV-debattene som en kontrast til den medialiserte valgkampen, behandler den norske forskningen oftere debatter og den øvrige valgdekningen i sammenheng. Studier av debattenes informasjonsverdi og effekt er oftere gjort med utgangspunkt i analyser av debattene enn med empiriske undersøkelser av publikums opplevelser og reaksjoner. I Norge har man også lagt svært mye vekt på medienes rolle og ansvar, noe som må ses i sammenheng med at norske medier har relativt stor kontroll over debattformatet. Samtidig har innstillingen til TV-debattene gjerne vært kritisk, og sjangerens utvikling har ofte vært sett som en del av, heller enn et unntak fra, den økende medialiseringen av valgkampen.

Med dette utgangspunktet vil vi her kartlegge hvilke holdninger som finnes til TV-sendte valgdebatter blant velgerne, for å se om deres generelle inntrykk samsvarer med kritikken.

METODE

Dataene denne studien baserer seg på, er samlet inn gjennom en representativ nettbasert spørreundersøkelse foretatt av Norsk medborgerpanel mellom 11. mai og 6. juni 2017. Norsk medborgerpanel er et forskningsbasert opinionspanel som tre ganger i året undersøker nordmenns holdninger til sentrale temaer innen politikk og samfunn. Deltagerne er tilfeldig rekruttert fra Folkeregisteret, og oppfordres til å delta over en lengre tidsperiode. For ytterligere informasjon vedrørende datainnsamlingen og andre metodiske forhold, se Norsk medborgerpanels metodiske rapport (Skjervheim & Høgestøl, 2017).

For å svare på problemstillingen i denne studien, stilte vi et tilfeldig utvalg nordmenn over 18 år en kort spørsmålsserie vedrørende deres holdninger til politiske TV-debatter. Etter et innledende spørsmål som avklarte hvorvidt respondentene hadde sett en TV-sendt politisk debatt, sorterte vi ut de som oppga at de «aldri hadde sett». Dette reduserte antallet respondenter fra 2086 til 2039. Disse respondentene ble så bedt om å oppgi: «Hvilke assosiasjoner får du når du tenker på tv-sendte valgdebatter i forkant av valg?». Respondentene ble oppfordret til å skrive ned det første de kom på, helst ved hjelp av et par setninger, eller kun ved hjelp av noen få ord. Dette spørsmålet genererte til sammen 1700 åpne svar av varierende lengde. Det neste spørsmålet bestod av en rekke påstander hvor deltagerne krysset av for beskrivelsene de var enige i. Påstandene omhandlet partilederdebuttene generelt og er sentrale i kritikken mot TV-sendte valgdebatter som er skissert over.

I det følgende har vi gjennomført en topikkanalyse av samtlige av de 1700 åpne responsene. Målet med analysen er å identifisere temaer, formuleringer og argumenter som går igjen, for gjennom dette å kunne si noe om inntrykk, forventninger og holdninger velgerne har til sjangeren.

Topikkanalysen er en form for kritisk retorisk analyse. *Topos* (gr. «sted», flertall: *topoi*) er et sentralt begrep både i klassisk og moderne retorikk. Begrepet har sin opprinnelse i antikkens argumentasjonsteori, der læren om *topoi*, også kalt *topikk*, er en ressurs for å finne innhold og form til argumenter i forskjellige saker. I nyere tid har topikk-begrepet fått en sentral plass i praktisk argumentasjonsteori (Perelman & Olbrecht-Tyteca, 1991) og i kritisk diskursanalyse (Wodak & Meyer, 2001; Grue, 2009). Her beskriver topikk-læren hovedsakelig måter å avdekke de allmenne innsikter og etablerte sannheter som forskjellige argumenter har sin begrunnelse i. Topikkanalyser kan dermed hjelpe oss å avdekke ideologier og verdensbilder som konstitueres og opprettholdes gjennom teksters eksplisitte og implisitte premisser.

Her forstår vi *topoi* metaforisk som mentale «steder» som folk bevisst eller ubevisst oppsøker når de snakker om et emne (Gabrielsen, 2009). At politiske TV-debatter er «krangling», «sirkus» eller «valgflask», kan være eksempler på slike *topoi*. Når mange bruker disse formuleringene til å beskrive TV-debuttene, tyder det på at disse forståelsesrammene har blitt etablerte premisser, og at de dermed også har en viss innvirkning på resepsjonen av TV-debuttene som sjanger. Å kalle slike perspektiver for *topoi* innebærer ikke at de som

målbærer dem ikke uttrykker en egen holdning eller mening, men at denne meningen har blitt formet i dialog med den diskursen som omgir TV-debatter som fenomen. En topikk-analyse skal dermed ikke forstås som et forsøk på en resepsjonsanalyse. Svarene behandles ikke som velgernes reaksjoner eller responser på sjangeren. Trolig er det flere av respondentene som ikke har sett en TV-debatt nylig, eller i det hele tatt, og deres tanker om sjangeren kan dermed ikke sies å følge av faktiske medieopplevelser. Her behandles altså ikke de åpne svarene som reaksjoner, men som *assosiasjoner*. Svarene kan like gjerne være et resultat av omtale av TV-debattene som av egne erfaringer. Det vi er interessert i, er hvilke inntrykk og holdninger som finnes til TV-debattene blant velgerne.

Topikkanalysen skal heller ikke forstås som en innholdsanalyse av de åpne svarene som spørreundersøkelsen har generert. En topikkanalyse er mer fleksibel og mer pragmatisk enn en tradisjonell innholdsanalyse. Det er en kvalitativ analyse av åpne svar i varierende lengde, der komplette setninger, enkeltord og oppramsing av ord kan tematisere det samme *topos*, og kan dermed kodes som det samme. Dermed er en topikkanalyse også mindre presis i sine kategoriseringer, og vil avhenge mer av koderens tolkning av svarene. Fordelen er at analysemetoden gir anledning til å sortere svarene på grunnlag av en pragmatisk lesning. Dette gir et godt utgangspunkt for å sortere bredden i de meninger og holdninger som svarene reflekterer.

Begge artikkelforfatterne har kodet materialet. Selve kodingen ble gjort i tre trinn. I *trinn 1* ble fire overordnede *topoi*-kategorier etablert gjennom felles koding av 300 åpne svar. Disse overordnede kategoriene ble bestemt ut fra hva svarene tematiserer: 1) Interaksjon mellom aktørene i debatten; 2) Aktørenes intensjoner; 3) Programformatet; 4) Informasjons- og underholdningsverdi. I *trinn 2* ble svarene delt mellom koderne for å kodes i disse fire kategoriene. 400 svar ble kodet i fellesskap, med et resultat på 78 prosent sammenfall. Hvert enkelt svar kunne bli plassert i flere, eller ingen, kategorier. Enkelte tvilstilfeller ble diskutert av begge koderne og ledet til konsensus. I dette trinnet av kodingen etablerte vi også underkategorier, forstått som *spesifikke topoi* som differensierer mellom hva respondentene sier om de forskjellige temaene. I *trinn 3* delte koderne igjen materialet og sorterte svarene etter de spesifikke *topoi*ene. Ettersom dette trinnet var avhengig av en stor grad av fortolkning fra koderne, ble samtlige tvilstilfeller diskutert. Kodene ble også justert, slått sammen eller fjernet som en del av den analytiske fortolkningen av hva respondentene forsøker å formidle om de forskjellige temaene. Siden målet var å finne tilbakevendende perspektiver og holdninger, åpnet dette potensielt for et veldig stort antall spesifikke *topoi*. Det som presenteres nedenfor, er da de mest dominerende spesifikke *topoi*ene. I dette trinnet sorterte koderne også mellom negative og positive eller nøytrale responser. Denne kodingen ble gjort på grunnlag av en helhetlig vurdering av verdiladningen av de enkelte responsene, med særlig fokus på adjektiv og adverb i tillegg til en vurdering av fenomenene det refereres til. Eksempelvis er «lyving» her ansett som en negativ vurdering, ettersom fenomenet det refereres til er klart negativt. I andre, mindre tydelige tilfeller, er tonen i responsene vurdert. Eksempelvis trenger ikke begrepet «krangling» i seg selv innebære en negativ vurdering, mens en respons som «Krangling!», «for mye krangling» eller en formulering som «bare krangling» tydeligere formidler en negativ vurdering eller holdning. Tvilstilfeller der det var vanskelig å avgjøre om responsen innebar en negativ vurdering, ble kodet som nøytral/positiv.

HVA ASSOSIERER FOLK MED TV-SENDTE VALGDEBATTER?

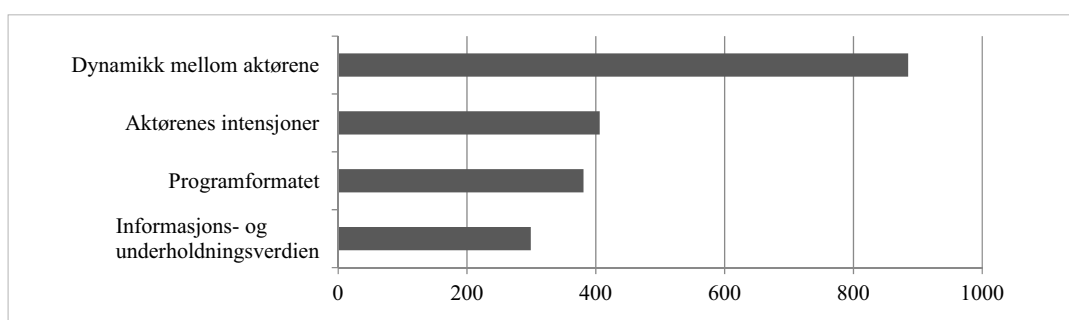
De fire overordnede topoi-kategoriene kan beskrives som følger. Tabell 1 viser fordelingen av åpne svar i de fire topoi-kategoriene.

Kategori 1) *Interaksjonen mellom aktørene*. Denne kategorien rommer alle responser som tematiserer interaksjonen mellom aktørene i programmene, enten mellom politikerne eller mellom politikerne og journalistene. Typiske responser som faller innenfor denne kategorien er påstander som: «Krangling», «... bare munnangrep på hverandre», «... tiden brukes stort sett av deltagerne til å beskyldte hverandre for dette og hint». Som tabell 1 viser, er dette den klart største kategorien av responser.

Kategori 2) *Aktørenes intensjoner*. Responser plassert i denne kategorien tematiserer hva respondentene opplever at aktørene forsøker å oppnå med å delta i programmene, og hvordan de vurderer disse intensjonene. Typiske svar som faller innenfor denne kategorien er påstander som: «Slagord og valgløfter som ikke holdes», «Å 'vinne' debatten er viktigere enn å snakke sant og saklig» og «Alle lover ting de vet de ikke kan oppfylle». Fremfor å fokusere på interaksjonen mellom aktørene i debattene, fokuserer responsene i denne kategorien på hva de enkelte aktørene forsøker å gjøre og oppnå gjennom å delta i debattene.

Kategori 3) *Programformatet*. Svar plassert i denne kategorien tematiserer selve programformatene, inkludert journalistenes rolle, programmenes temaer, fordeling av gjester og taletid og vurderinger av programmenes seriøsitet og standard. Typiske svar som faller i denne kategorien er påstander som: «... Ordstyrer 'deltar' i debattene», «Programlederne er ikke rutinerne nok til å holde debattantene til saklig argumentasjon», «For likt i alle kanaler – de samme spørsmålene og de samme politikerne».

Kategori 4) *Informasjons- og underholdningsverdien*. Svar plassert i denne kategorien tematiserer informasjonen respondentene mener å få eller ikke få gjennom programmene, og hvorvidt og hvordan programmene er underholdende å se på. Mange av responsene er knyttet til normen om at politiske debatter skal bidra til å informere om politiske standpunkter. Typiske svar som faller i denne kategorien er påstander som: «... lite informative», «De kan være underholdende, men lite opplysende», «Greit å høre hva de forskjellige talspersonene sier», eller, orientert mot underholdningsverdien: «En mulig underholdningsverdi ...», «Tørt og kjedelig» og «Svært interessant og underholdende».



Figur 1. Fordeling av åpne svar etter topoi-kategorier. Som tabellen indikerer, kommenterer nesten halvparten av de som har valgt å svare på dynamikken mellom aktørene i programformatet (N=1700).

Innenfor de forskjellige kategoriene kan man igjen identifisere mer detaljerte temaer og vinklinger, her forstått som *spesifikke topoi*. Disse inkluderer både bestemte aspekter ved programmene som respondentene gjerne kommenterer på, og hvilke assosiasjoner, meninger eller holdninger respondentene har til programmene. Mens de overordnede topoi-kategoriene beskriver hva folk snakker om, gir de spesifikke topoiene et mer detaljert inntrykk av hvordan de snakker om debattene. Kategoriene gir også et mer nyansert bilde av respondentenes vurderinger enn positivt/negativt ved at de gir oss et inntrykk om de underliggende normene som vurderingene er basert på.

I topoi-kategori 1, som inkluderer alle kommentarer om dynamikken mellom aktørene i debattene, er det tre slike spesifikke topoi som er særlig dominerende. 755 av de 885 responsene som i en eller annen forstand adresserer dynamikken mellom aktørene i debattene, havner innenfor en eller flere av disse.

Det første spesifikke toposet (topos 1.1.) fokuserer på TV-debattene som *preget av krancling mellom politikerne*. 374 av de 885 responsene innenfor topoi-kategori 1 er tilknyttet dette spesifikke toposet. Når velgerne kommenterer dynamikken mellom aktørene i TV-debattene, omtaler de dem altså implisitt eller eksplisitt som krancling i fire av ti tilfeller. I de fleste av disse responsene vises det til «krancling» direkte, eller til synonymer som «munnhuggeri» og «kjekling». Et utvalg responser i denne kategorien viser hvordan mange seere forbinder TV-debattene med en dynamikk preget av krancling: «Mye usaklig krancling»; «Partier burde heller fremlegge sine saker i stedet for å gyve løs på motstandere»; «Kjekling og avbrytelser fremfor god argumentasjon og folkeskikk»; «Kjedelig, munnhuggeri og masse krancling». Andre responser trekker frem brudd på ordinære samtalenormer som kjennetegnende for debattene: som at deltagerne avbryter og snakker i munnen på hverandre, at de åpenlyst ignorerer andre deltagere, eller at de ikke gir hverandre tid til å fullføre setninger og resonnementer. I mer hverdagslige settinger er slike normbrudd kjennetegnende for krancling. Også når respondentene fokuserer på brudd på normer for samtaler, er det dermed tydelig at de opplever TV-debattene som preget av krancling og kjekling: «Pratar i munnen på varandra» [sic]; «Posisjonering. Intet nytt»; «Mye avbrudd og høy temperatur. Hakking og beskyldninger kan av og til prege diskusjoner, og da slår jeg av»; «For mye munnhuggeri. For mye kritikk mot motstanderens parti. Snakker i munnen på hverandre». De underliggende normene som aktualiseres i dette spesifikke toposet, er normer for ordinær og velfungerende samtale: som at deltagerne skal respektere hverandres taletid, og at de skal lytte til hverandres utsagn. Gjennomgående for disse responsene er også at de antyder at denne dynamikken har negative konsekvenser for seerne. I responsene over nevnes det blant annet at debattene er «kjedelige», at de mangler «folkeskikk», at de gir «intet nytt», eller at de fører til at hun «slår av».

Det neste spesifikke toposet (topos 1.2.) dreier seg om at dynamikken i debattene *fremstår som falsk*. 102 responser er knyttet til dette toposet. Her beskrives dynamikken i debattene som utstudert, preget av skuespill eller dominert av strategi og unnvikelser, gjerne som følge av at politikerne ikke vil svare på journalistenes spørsmål. Både den eksplisitte og implisitte kritikken som kan spores i disse responsene, handler om at politikerne fremstår lite autentiske eller som unnvikende i konfrontasjonen med journalistene. Et utvalg responser viser hvordan respondentene omtaler samtaledynamikken i debattene som lite genuin og direkte falsk: «For det meste en teatralisk utveksling der alle forsøker å skåre flest

poeng heller enn å kommunisere»; «Politikere som ikke svarer på det de blir spurt om»; «For glatte politikere med innøvde svar». De underliggende normene som aktualiseres i dette spesifikke toposet er knyttet til debattsituasjonen og politikerrollen: som at politikere er forventet å svare på de spørsmålene som stilles av journalistene, og at de skal etterstrebe å kommunisere tydelig og sannferdig til publikum.

Det tredje spesifikke toposet (topos 1.3.) beskriver hvordan dynamikken i TV-debattene er *preget av negativitet*. Her omtales debattene som dominert av politikere som klager eller skylder på hverandre fremfor å snakke om egne standpunkter. Mange responser inneholder også svært negative karakteristikk av debattene som «skitkasting» og «drittstening». I slike tilfeller kan ordbruken i seg selv si noe om hvor sterkt respondentene reagerer på negativitet i debattene. I andre tilfeller er responsene mildere i ordbruken, men fremdeles tydelige på at mengden kritikk, på bekostning av å snakke om egen politikk, oppleves som et forstyrrende trekk ved debattene. Et utvalg responser gir et inntrykk av hva som er typiske påstander i relasjon til dette toposet: «Politikere er flinke til å hakke på hverandre. De bør være flinkere til å fremme sitt partis politikk»; «Drittstening og usakligheter fra alle kanter, tomme løfter og sverting av motstandere»; «Mye angrep på hverandre og lite konstruktivt. Kan bli irriterende og mister interessen!»; «Sjikanerer hverandre». De underliggende normene som aktualiseres er også her normer for velfungerende samtaler: som at man ikke skal komme med overdreven eller uberettiget kritikk av samtalepartnere. I tillegg vitner disse responsene om en tydelig forventning om at politikere skal bruke mer tid på å presentere egne standpunkter enn på å kritisere motstanderne. Det samlede inntrykket av disse responsene er at mange opplever debattene i sin helhet som en øvelse i å plassere skyld.

Blant alle responsene som omtaler dynamikken mellom aktørene i debattene, nevner nesten halvparten at debattene preges av negativitet og angrep (406 responser). Omtrent en fjerdedel av responsene omtaler samtidig debattene som preget av kranling (topos 1.1.). Bemerkninger om at debattene bryter etablerte samtalenormer og at de er preget av et negativt fokus, har altså en tendens til å følge hverandre.

En rekke responser som omtaler dynamikken mellom aktørene i debattene, kan ikke enkelt plasseres under disse tre spesifikke topoiene. Flere respondenter beskriver hvilke inntrykk dynamikken i debattene etterlater: som at de er «masete», «slitsomme» og «rotete», uten at de utdyper hva ved samtale- eller debattformen som etterlater dette inntrykket. Andre beskriver interaksjonene som «overfladiske» eller «useriøse», uten at det kommer klart frem hva de mener skaper dette inntrykket.

I topoi-kategori 2, som inkluderer alle spekulasjoner rundt aktørenes intensjoner og holdninger til budskapet, er det også tre spesifikke topoi som dominerer. Disse er gjenkjennelige aspekter ved hva man til vanlig forstår som politikerforakt. Kategoriene uttrykker manglende tillit til enten intensjonen, sannhetsgehalten eller formen til politikernes budskap. Holdningene som uttrykkes er ikke nødvendigvis knyttet til TV-debattene som sjanget. Snarere reflekterer de en generell mistillit til politikere. Disse tre topoiene går igjen i 364 av de 406 responser som er plassert i denne kategorien.

Det første spesifikke toposet i denne kategorien (topos 2.1.) tematiserer hvordan *politikere byr på urealistiske valglofter*. Her beskrives debattene gjerne som preget av overbudspolitikk og tomme løfter. Responsene som knyttes til dette toposet er i all hovedsak nega-

tive. I mange tilfeller omtales også politikernes budskap tydelig nedsettende som «valg-flesk» eller «tomme løfter». Et utvalg typiske responser gir et inntrykk: «Det blir lett en 'overbudspolitik' der ting som ikke dreier seg om politiske synspunkter får uforholdsmes-sig stor betydning»; «De lover og lyver oss mange ganger rett i ansiktet»; «Valgflesk». Den underliggende normen som aktualiseres her, er at løfter og garantier bør være sannferdige og bindende. Som responsene over viser, er opplevelsene av at denne normen brytes eller forvitres ikke nødvendigvis knyttet til debattene spesielt, men heller til politikere eller poli-tikken generelt. Totalt kan 214 av de 406 responsene innenfor topoi-kategorien plasseres i denne spesifikke kategorien. Over halvparten av gangene respondentene omtaler trover-digheten til budskapene i debattene, er det altså politikernes valgkamplofter de refererer til. Mer enn én av ti av dem som totalt har svart på det åpne spørsmålet, opplever altså at debattene er preget av at politikere kommer med løfter om ting de ikke kan eller vil holde.

Det andre spesifikke toposet i denne kategorien (topos 2.2.) er her formulert som *politi-kerne lyver*. Her beskrives politikere som løgnere og bløffmakere. Disse responsene er alltid negative og gir tydelig uttrykk for politikerforakt: «Politikere har den egenskapen at de lju-ger så det renner av dem»; «Sjølskryt og løgn med innslag av fakta»; «En forvrenger infor-masjonsgrunnlaget slik at sannhetsgehalten i uttalelser ikke står til troende i et objektivt per-spektiv». Ettersom anklager om falske påstander ligger tett opp til anklager om falske løfter, har vi her kun inkludert responser som eksplisitt omtaler politikernes utsagn som løgn eller fordreining av fakta. Omtrent én av fem av responsene i denne topoi-kategorien omtaler politikernes budskap i debattene som løgnaktige eller politikere som løgnere.

Det tredje spesifikke toposet (topos 2.3.) knyttet til aktørens intensjoner og holdninger til budskapet, fokuserer på hvordan *politikere bedriver spinn og retorikk*. Her beskrives debattantenes opptreden som uærlig og ikke-autentisk av forskjellige grunner. Mange av responsene beskriver debattene som preget av «politikerspråk» og av slagord, tomme floskler eller vage formuleringer som skal gjøre saken uforståelig for velgerne. Andre beskriver politikernes fremtoning som «innøvd», «regissert» eller som «rollespill» og «skuespill». Omtrent en fjerdedel av responsene i denne topoi-kategorien omtaler politi-kernes retorikk på denne måten. Typiske responser inkluderer: «De opptre mer og mer som strigla selgere ...»; «Påtatte roller og teater. Teknikk»; «Politikerspråk, som betyr at de snakker mye uten å si noe!». Igjen er disse holdningene ikke nødvendigvis knyttet til TV-debattene som sjanger, men til politikerstanden. Kritikken som kommer frem her er knyt-tet til forventningen om at politikere bør opptre autentisk.

I topoi-kategori 3 omtales aspekter ved selve programmene og deres gjennomføring. Også her har vi identifisert tre spesifikke topoi. Til sammen omfatter disse 336 av de 381 responsene i denne topoi-kategorien. Disse er tematiske, og det er større variasjon mellom positive og negative – og mellom deskriptive og normative – responser blant disse topoiene enn det er blant de andre spesifikke topoiene identifisert i materialet. Ut over tematisk lik-het innebærer disse spesifikke topoiene også noen klare normer og forventninger. Eksem-pelvis vil både en respons som hevder at programledelsen er venstrevridd, og en som understreker at det er viktig at programledelsens egne meninger ikke skinner igjennom, basere seg på normer for journalistisk objektivitet og nøytralitet.

Det første spesifikke toposet i denne kategorien (topos 3.1.) inkluderer responser som gjør *vurderinger av programledelsen*. Responser som bygger på dette toposet fordeler seg

stort sett langs tre typer påstander. Den første er generelle forventninger til programlederrollen, som at det er viktig at personen er objektiv, kritisk og tilstedeværende. Følgende respons er typisk: «Viktig å styre debatten og slippe munnhuggeri». Den andre typen påstander er knyttet til hvordan respondentene opplever at programlederne styrer debattene: som at de tar for mye plass, avbryter for mye eller for lite eller stiller for mange eller for få spørsmål. For eksempel: «Programlederne er ikke rutinerte nok til å holde debattene til saklig argumentasjon, ofte snakkes det i munnen på hverandre så det ikke er mulig å forstå hva som blir sagt». Den tredje typen er påstander om at programledelsen, eller mediene generelt, har en politisk dreining: «Debatter på NRK er kun enveiskommunikasjon. Kun venstrevendt!»; «De som skal være debattledere avgjør mye. Det er mange som er personlig politisk farget og som dermed ødelegger en god politisk debatt». Dersom respondentene antyder hvilken side de mener journalistene lener seg til, er det alltid til venstresiden. Ingen respondenter hevder at programmene eller journalistene er høyrevridd.

Det andre toposet i kategorien (topos 3.2.) beskriver hva respondentene opplever som *fokuset i TV-debattene*, slik det er lagt til rette av programledelsen. Dette inkluderer TV-debattens tematiske fokus og vinkling. De langt fleste responsene som bygger på dette toposet er negative i sin vurdering, om enn ikke like tydelige i sin dom som det som er tilfellet i vurderinger av dynamikken mellom aktørene. En vanlig påstand er at programmene fremstår som «sirkus», noe som kan forstås som kommentarer om at programmene er for mye vinklet mot underholdning og konfrontasjon. En annen vanlig påstand er at debattene er personorientert i motsetning til saksorientert, noe som gjerne impliserer en form for kritikk. Et utvalg responser gir et inntrykk av hvordan dette toposet kommer frem i materialet: «Ytterpunkter, snevre tema, noe personorientert»; «Sirkus på TV»; «Jeg tenker ofte at TV-debatter virker mer 'konkurranspreget'. I stedet for å ha en åpen diskusjon rundt ulike løsninger/muligheter knyttet til et problem, blir det mer fokus på deg-mot-meg-situasjoner ved at deltagerne allerede har et fastsatt synspunkt som de ikke vil bevege seg bort fra». Denne siste kommentaren er typisk for de normative forventningene som finnes i disse responsene. Vesentlige trekk ved debattformatet, som at deltagerne «har et fastsatt synspunkt», vurderes som en negativ ting ved at det kontrasteres med det mer positive «åpen diskusjon».

Det tredje spesifikke toposet i kategorien (topos 3.3.) vedrører *programmernes format og gjennomføring*. Dette inkluderer kommentarer på lengde, sendetid, fordeling av taletid og sammensetning av panel. De vanligste påstandene tilknyttet dette toposet er at TV-debattene gir for liten taletid til politikerne og at de små partiene inkluderes for lite eller for mye. For eksempel: «At mange deltagere ikke gis mulighet til å få fullført sine tankerekker»; «Det slår meg at partier med svært liten oppslutning har klippekort hos NRK. Hvorfor MDG, SV og Rødt alltid inviteres til debatt»; «Mye snakk på lite tid. Ingen får avslutte». I de negative kommentarene i denne kategorien uttrykkes gjerne frustrasjon mot programmets format. Noen opplever mengden deltagere som enten prinsipielt eller praktisk problematisk, mens andre er frustrert over hvordan turallokeringen preger samtalen. Slike kommentarer bygger på uttalte eller uuttalte sjangernormer knyttet til hva velgerne forbinder med god debatt.

I topoi-kategori 4 inkluderes alle utsagn om TV-debattene som kilde til politisk informasjon og engasjement. Responser i denne kategorien forholder seg altså aktivt til det som

gjerner er TV-kanalenes egne målsettinger for debattene, nemlig at de skal bidra til å informere og engasjere velgerne i valgkampen. Svarene innenfor denne kategorien gir oss et inntrykk av hvor mange av respondentene som har et bevisst forhold til debattene som politisk informasjon og hvordan de bedømmer denne kilden. 208 av de 299 responsene som har blitt plassert innenfor denne topoi-kategorien kan fordeles i tre forskjellige spesifikke topoi.

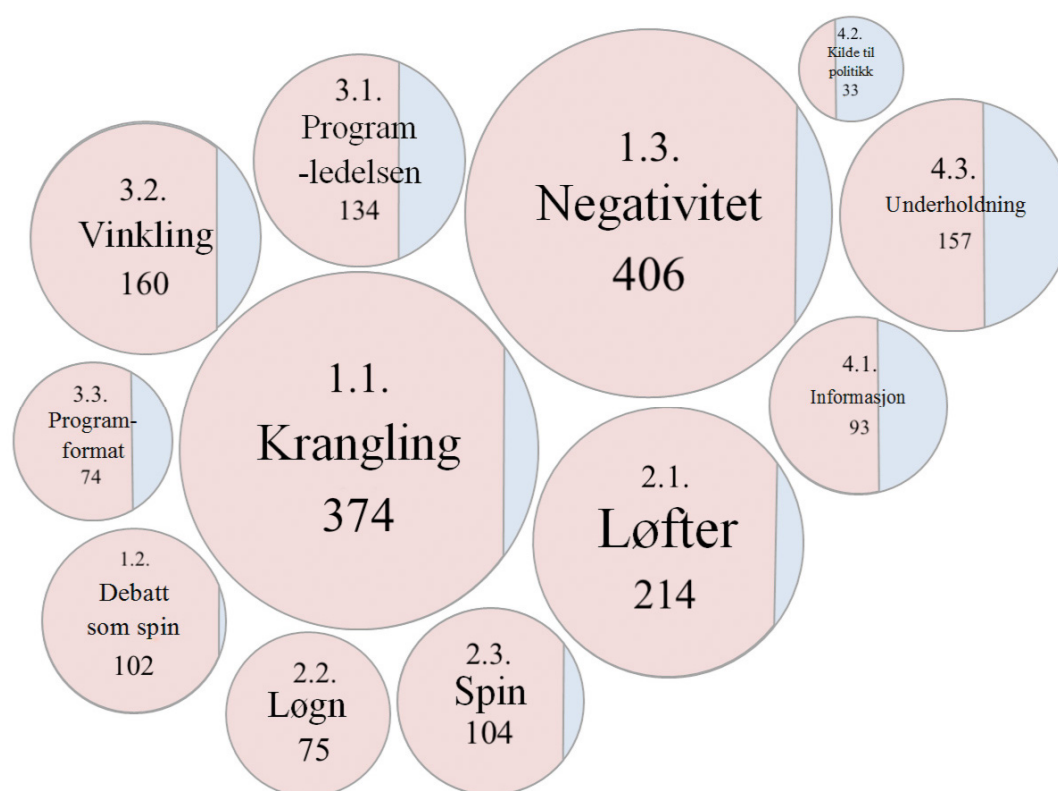
Det første spesifikke toposet i denne kategorien (topos 4.1.) er bygget på vurderinger av *hvor informative TV-debattene er*. Responsene som bygger på dette toposet, rommer beskrivelser av debattene som «informative», «opplysende», «interessante», «lærerike» og lignende, eller som «lite informative», «lite opplysende» og «uinteressante». Et utvalg responser gir et inntrykk av hvordan dette spesifikke toposet typisk kommer til uttrykk i materialet: «Totalt meningsløse. Får i liten grad høre hva de ulike partiene egentlig mener»; «Mest show. Lite opplysende»; «TV-debattene synes jeg er viktig. De gir en pekepinn på hvor de forskjellige partiene står». Respondentenes vurderinger er altså svært varierte, selv om de som oftest bygger på de samme forventningene om at debattene skal være interessante og opplysende. Omtrent halvparten av responsene relatert til dette spesifikke toposet er negativt innstilt til debattene som informasjonskilde. De øvrige er positive eller nøytrale. De negative kommentarene fokuserer imidlertid ofte på at debattene er *for lite* opplysende eller at de gir *for lite* informasjon. Dette utelukker ikke at respondentene generelt sett kan oppfatte at debattene bidrar med en viss grad av informasjon eller har elementer som tjener til å informere og opplyse.

Det andre spesifikke toposet (topos 4.2.) omhandler *debattene som kilde til informasjon*. Mens forrige topos innebar vurderinger av hvor informative debattene er, er dette toposet orientert mot respondentenes egne vaner og mediebruk. Her inkluderes alle kommentarer om hvorvidt respondentene selv føler de blir informert av debattene, eller om debattene har noen innflytelse på deres meninger og valg. Noen utvalgte responser gir et inntrykk av responser som er typisk for dette toposet: «Jeg synes ikke det kommer frem noe som påvirker meg»; «Jeg føler nok at disse valgdebattene oftere gir meg et klarere bilde av hvem jeg ikke skal stemme på enn hvem jeg bør stemme på!»; «De aktuelle debattantene må fremføre sine syn, men jeg kan ikke si at jeg blir særlig mye klokere etter et slikt program». Det bør understrekes at denne typen selvrapporing av en TV-debatts innflytelse på egne meninger neppe er den beste måten å måle debattens faktiske innflytelse. Likevel kan responsene si noe verdifullt om folks forventninger til debattens mål og funksjon, og om hvordan de plasserer seg selv i mottakerposisjonen for den type informasjon som debattene bidrar med. Kun 33 responser er knyttet til dette spesifikke toposet. Det er med andre ord mye mer vanlig at respondentene omtaler debattene som kilde til informasjon i generelle ordelag enn at de gjør det med utgangspunkt i egne erfaringer.

Det tredje spesifikke toposet (topos 4.3.) dreier seg om *debattens underholdningsverdi*. Dette inkluderer både positive, negative og nøytrale vurderinger av TV-debattene som underholdning. I mange tilfeller der debattene eksplisitt omtales som «underholdning» eller «underholdningsprogram», er det uklart hva som menes med dette. Det kan bety at respondentene mener debattene er underholdende, men det kan også implisere en kritisk holdning til programformatet og redaksjonelle prioriteringer. I dette toposet har vi derfor kun inkludert responser som tydelig sikter til programmenes underholdningsverdi. Totalt

omfatter kategorien 157 responser. 57 av disse er negativt ladet og beskriver debattene som «kjedelige», «langdryge» og «trettende», uten at dette nødvendigvis betyr at respondentene mener debattene burde vært mer underholdende. I mange tilfeller er det tydelig at respondentene simpelthen synes politikk på TV er lite underholdende. 44 av responsene i denne kategorien har en direkte positiv valør og beskriver debattene som «spennende», «underholdende» eller «morsomme», igjen uten at dette nødvendigvis røper hvorvidt respondentene synes det er positivt eller nødvendig at debattene er morsomme eller underholdende. To eksempler kan gi et inntrykk av de forskjellige opplevelsene respondentene har av debattens underholdningsverdi: «De er vanligvis spennende, avhengig av tema»; «Krangling, ingen får tid og mulighet til å utdype svar eller reflektere rundt problemstillinger. Kjedelig å se på, og bortkastet tid». Den siste responsen illustrerer også hvordan mange svar innebærer kritikk langs flere punkter. Her kritiseres både dynamikken, programformatet og underholdningsverdien.

Figur 2 viser fordelingen av de spesifikke topoiene. Som det kommer tydelig frem i denne figuren, er det en klar overvekt av negative responser i nesten alle kategoriene.



Figur 2. Hva velgerne svarer på spørsmålet: «Hvilke assosiasjoner får du når du tenker på TV-sendte valgdebatter i forkant av valg?». Fordeling etter spesifikke topoi. Blått = positive og nøytrale responser. Rødt = negative responser.

SAMTALEDYNAMIKKEN ER PROBLEMATISK OG REFLEKTERER NEGATIVT PÅ POLITIKERNE

Med utgangspunkt i topoi-analysen er to tendenser særlig fremtredende i respondentenes assosiasjoner til TV-debattene. Den mest påfallende tendensen er at responsene er svært negative til samtaledynamikken i debattene. De vanligste responsene er at debattene er «kranglete» og «negative». I disse responsene kritiseres debattene med utgangspunkt i normer for ordinære og velfungerende samtaler eller diskusjoner: som at man ikke skal snakke i munnen på hverandre, at man ikke skal være overdrevet konfliktorientert eller ensidig opptatt av å påpeke andres feil. Dette betyr ikke nødvendigvis at velgerne ikke gjenkjenner forskjellen på TV-debatter og ordinære samtaler eller diskusjoner, eller at de ikke anerkjenner konfrontasjon og kritikk som særlige sjangertrekk ved TV-debatter. Men det er tydelig at mange velgere opplever hvordan dette kommer til uttrykk i de norske TV-debattene som problematisk eller til og med ødeleggende. Tonen og sikkerheten i responsene og likheten i formuleringene tyder på at det er et veletablert inntrykk blant store deler av velgerne at tonen og dynamikken mellom aktørene står i veien for hva de som potensielle seere håper å få ut av debattene.

Den andre tydelige tendensen er at kritikken og kommentarene hovedsakelig er rettet mot politikerne og deres bidrag. Med andre ord: Når responsene er negative, bærer respondentenes holdninger preg av politikerforakt heller enn av mediekritikk. Respondentene er i det hele tatt lite opptatt av journalistenes eller produsentenes rolle i debattene. Når de klagger på aggressivitet og negativitet i debattene, betraktes dette som en konsekvens av politikernes oppførsel og sjelden som trekk ved sjangeren. Tilsvarende, når debattene beskrives som en øvelse i overbudspolitikk og valglofter, oppfattes dette som oftest som et trekk ved politikernes adferd og ikke som en konsekvens av dynamikken mellom politikere og journalister. Selv om mye av det respondentene trekker frem som negativt også kan vurderes i lys av programformatet og programledelsen, som kort taletid, hyppige avbrytelser, krav om løfter og garantier og sterkt fokus på kritikk og motargumentasjon, er det politikernes troverdighet og anseelse som vurderes. Det er politikerne som oppfattes som uærlige og inautentiske som følge av tonen i debattene.

Selv om summen av responsene etterlater et klart negativt inntrykk, er det også mulig å identifisere normer for hva velgerne anser som god debatt i materialet. Særlig er dette forbundet med respondentenes forståelse av hva som utgjør «saklig» og «konstruktiv» debatt. Dette er idealene som ofte uttrykkes i responsene. At debatter er «saklige», fremheves gjerne som motsetningen til personangrep og kritikk. Både kritikk av andre partier og unnvikende og utstudert oppførsel beskrives av mange som «usaklige» bidrag til debattene. Et utvalg responser viser tydelig hvordan negativitet og det som oppfattes som utidige personangrep oppleves å true sakligheten i debattene: «Debattene kan fort bli litt usaklige. Handler mer om person- og partiangrep enn sak»; «Usaklig. Mer opptatt av å rakke ned på andre med beskyldninger. Lite lyttende. Opptatt av å 'vinne' ordet for enhver pris»; «Å fremme positive signaler om eget parti og sverte andre partier ser ut til å være viktigere enn å gi saklig og riktig informasjon». I disse og andre responser er saklighetskravet først og fremst knyttet til konstruktiv formidling av politiske standpunkter og virkemidler. Beskrivelsene «saklig» eller «usaklig» brukes sjelden om innholdets objektivitet, relevans eller tematiske sammenheng. Igjen er det altså trekk ved dynamikken mellom aktørene i debattene som respondentene er negative til.

Når respondentene etterlyser en mer «konstruktiv» debatt, er det som svar på hva de oppfatter som uforpliktende standpunkter, udokumenterbare påstander og manglende evne eller vilje til å lytte til motargumenter. Motsetningen til konstruktiv debatt, slik det kommer til uttrykk i materialet, er debatter som er fastlåste og «overfladiske» eller «et spill for galleriet», og at de ikke fører frem til noen løsning eller enighet. Denne forventningen er tydelig i følgende sitater: «Lite konstruktive. Det burde gå an i større grad å snakke om hva man kan være samstemte om, med tanke på videre utvikling»; «Rotete, ikke konstruktive, ingen lytter til det andre sier, debatten er kun for å 'vinne'/fokusere på eget syn»; «For mye fokus på å rakke ned på politiske motstandere, og for lite på konstruktive debatter for å løse saker hvor man ofte har samme mål, men forskjellige løsninger på å nå disse». I disse og lignende responser ligger det en forventning om at TV-debattene ideelt sett skal være løsningsorienterte eller bringe frem nye innsikter og standpunkter. Gjennomgående er denne kritikken knyttet til hvordan politikerne oppleves å opptre i debattene. Når respondentene kritiserer debattene for å være lite konstruktive, er det altså ikke debattformatet i seg selv som kritiseres, men hva respondentene forbinder med typisk debattopptreden.

VELGERNES HOLDNINGER TIL ETABLERTE FORESTILLINGER OM TV-DEBATTENE

For å få et inntrykk av respondentenes holdninger til de forskjellige standpunktene som har preget den offentlige debatten om politikk på TV, ba vi dem også ta stilling til fem påstander om partilederdebatter:

Påstand 1	Partilederdebattene er en viktig del av valgkampen
Påstand 2	Partilederdebattene er preget av at politikerne bare krangler
Påstand 3	Partilederdebattene er for mye styrt av journalistene
Påstand 4	Det er vanskelig å følge med på hva politikerne mener
Påstand 5	Partilederdebattene er for lite styrt av journalistene

Ikke overraskende viste i hvert fall én av disse å sammenfalle ganske godt med de åpne responsene. Ved å be respondentene ta stilling til konkrete påstander i tillegg til de åpne responsene, får vi et inntrykk av hvor mange som er enig i påstandene selv om det ikke kom til uttrykk i deres første innskytelse, som vi må anta at de åpne responsene er. Det gir oss også anledning til å se disse holdningene i lys av noen uavhengige variabler. Her har vi valgt å se responsene i lys av alder, utdanning og interesse for politikk. Mens TV-debattene fremdeles blir sett av svært mange av den godt voksne befolkningen, sliter man med å nå de yngre seerne. Her er vi derfor interessert i om det er forskjeller mellom yngre (18–29 år) og eldre velgeres holdninger til sjangeren og kritikken som har blitt rettet mot den. Videre er det interessant å se hvorvidt utdanningsnivå eller interesse for politikk har noen betydning for hvor relevant og hvor tilgjengelig velgerne opplever at TV-debattene er, ettersom utbytte av politisk informasjon også må kunne antas å henge sammen med tidligere kunnskap og interesse.

Tabell 1 viser tilslutning til påstandene (prosent) etter alder, utdanning og interesse for politikk:

Tabell 1. «Hvilke påstander kan du si deg enig i om TV-debatter i forkant av valg?». Flere svar mulig. Prosent som sier seg enig i påstanden. *Lav interesse for politikk = «Ikke interessert» og «Lite interessert». Middels interesse for politikk = «Noe interessert». Høy interesse for politikk = «Interessert» og «Svært interessert».

		Påstand 1	Påstand 2	Påstand 3	Påstand 4	Påstand 5	N
Alle		30	58	19	21	7	2039
Alder	18–29	44	55	12	32	10	165
	30–59	28	58	22	23	7	941
	60+	29	58	17	16	6	933
Utdanning	Lav	25	58	21	18	2	173
	Middels	27	55	19	22	3	611
	Høy	32	59	18	20	10	1212
Interesse for politikk*	Lav	19	62	16	33	3	160
	Middels	27	62	17	27	5	592
	Høy	32	56	20	16	9	1283

Påstand 1, «Partilederdebattene er en viktig del av valgkampen», kan gi indikasjoner på om det er store forskjeller mellom aldersgrupper, utdanningsnivå eller politisk interesse, og hvor viktig man mener TV-debattene er i dagens valgkamp. Totalt sier omtrent en tredjedel (30 prosent) seg enig i denne påstanden. Gitt det økende aldersgapet blant seerne og de voldsomme endringene i særlig unges mediebruk, skulle man tro at unge seere (18–29 år) tiller debattene en mindre betydningsfull rolle. De unge er imidlertid *mer* tilbøyelige til å være enig i at debattene er en viktig del av valgkampen. 44 prosent i aldersgruppen 18–29 år var enig i påstanden, mot henholdsvis 28 prosent og 29 prosent i aldersgruppene 30–59 og over 60 år. Utdanningsnivå har lite å si for hvorvidt velgerne mener debattene er viktige, mens politisk interesse har mye å si. 32 prosent av de som beskriver seg selv om interessert i politikk sier seg enig i påstanden, mot 19 prosent av de som ikke er interessert i politikk. Blant sistnevnte spriker imidlertid holdningene veldig. Både blant yngre velgere og blant velgere med lav politisk interesse kan tendensen til ja-siing også være høyere.

Et lignende mønster finner vi for påstand 4: «Det er vanskelig å følge med på hva politikerne mener». Omtrent én av fem respondenter (20 prosent) er enig i denne påstanden. Også her har utdanning lite å si, mens folk får tilsynelatende mindre ut av debattene jo mindre interessert de er i politikk. Ikke overraskende mener yngre borgere det er vanskeligere å følge med på hva politikerne mener enn eldre borgere (32 prosent enighet blant de yngste og 16 prosent hos de eldste). Her spørres det om partilederdebatter spesielt, og det kan kreve forholdsvis mye politisk kunnskap for å følge med på en paneldebatt som inkluderer inntil ni personer på samme tid.

Påstandene 2, 3 og 5 er tydeligere koblet til kritikken av TV-debattene. Her har vi bedt velgerne om å ta stilling til påstandene «Partilederdebattene er preget av at politikerne bare krangler», «Partilederdebattene er for mye styrt av journalistene» og «Partilederdebattene

er for lite styrt av journalistene». Godt over halvparten av respondentene (58 prosent) sier seg enig i at partilederdebuttene er «preget av at politikerne bare krangler». Denne holdningen er forholdsvis likt fordelt langs alder, utdanningsnivå og interesse for politikk. Dette er også den mest åpenbart kritiske påstanden blant de fem. Selv om denne holdningen også kommer klart til uttrykk i de åpne responsene, gir svarene her støtte for at det er enda flere som sier seg enig i denne påstanden enn de som har gitt uttrykk for det i de åpne responsene.

Påstand 3 og 5 er begge koblet til journalistenes rolle i debuttene. 19 prosent av respondentene er enig i påstanden «Partilederdebuttene er for mye styrt av journalistene». Samtidig er kun 7 prosent av respondentene enige i påstanden «Partilederdebuttene er for lite styrt av journalistene». Dette kan bety at flertallet av seere opplever at journalistene verken har for mye eller for lite kontroll over formatet. Det kan også indikere at velgerne generelt er lite bevisst på journalistenes rolle i programmene, og at de dermed har liten formening om i hvilken grad journalistene styrer debuttene. Et interessant funn er imidlertid at velgerne som oppgir at de ville stemt på Fremskrittspartiet (Frp) dersom det var valg i morgen, er betydelig mer kritiske til journalistenes rolle enn andre velgere. Omtrent fire av ti Frp-velgere er enige i at journalistene styrer debuttene for mye. Dette tallet er betydelig høyere enn blant andre partier. Uavhengig av om dette skyldes Frp-velgernes egne vurderinger av journalistenes rolle i programmene eller om det reflekterer inntrykk skapt av den bredere debutten om journalistisk objektivitet og «venstrevridde medier», opplever altså en relativt stor andel av Frp-velgerne at TV-debuttene er for mye styrt av journalistene.

DISKUSJON OG KONKLUSJON

Det er grunn til å understreke at det er betydelige begrensninger i hva materialet og analysen kan svare på. Undersøkelsen er gjort i forkant av valgkampen 2017, og må altså ikke forstås som velgernes dom over denne TV-valgkampen. Undersøkelsen er heller ikke egnet til å si noe om hvordan seerne faktisk reagerer på debuttene når de ser dem på TV. Holdningene som reflekteres her, kan være formet av tidligere kritikk eller forventninger til hvordan man bør forholde seg til politisk budskap i mediene.

Gitt disse forbeholdene, hva kan vi så si om norske velgernes holdning til TV-sendte politiske debatter i valgkamper? Først og fremst er det tydelig at debuttene oppleves som uinteressante og irrelevante for en stor andel velgere. Gitt den overveldende andelen negative kommentarer blant de åpne responsene, kan det virke som at et mer passende spørsmål enn hvilke holdninger velgerne har til TV-debatter, er hva de velger å kritisere når de kritiserer debuttene. Velgerne er mest kritiske til dynamikken mellom aktørene i debuttene. Denne oppleves som kranglete og kritisk og uforenelig med vanlige normer for mellommenneskelig samtale. Topoi-analysen viser hvordan en majoritet av respondentene opplever debuttene som preget av krangling, spinn og negativitet. Tonen i de åpne responsene er ofte veldig kritisk, og selv om det er vanskelig å kategorisere åpne svar som positive eller negative, er konklusjonen tydelig: En veldig stor andel av velgerne forbinder de TV-sendte politiske debuttene med støy og negativitet, og anser dem som lite egnet til å informere dem i deres valg. Dette understrekes av at nær 60 prosent av respondentene er enig i at debuttene er preget av at «politikkerne bare krangler». Disse holdningene finner vi på tvers av aldersgrupper, utdanningsnivå og interesse for politikk.

Dette kan tyde på at mange velgere enten ikke er særlig komfortable med trekkene ved debattsjangeren, eller at de er misfornøyde med hvordan sjangeren praktiseres. Når noen av velgerne klager på at politikerne ikke kommer til enighet eller finner noen løsning på problemene de diskuterer – noe som kan leses ut fra enkelte krav om mer «konstruktiv» debatt – kan det tyde på at de har begrenset forståelse for hvilken funksjon TV-debattene har i valgkampen. Debattens funksjon er ikke å frembringe løsninger, men å fremvise forskjeller. Når velgerne derimot kritiserer politikerne for å avbryte og snakke i munnen på hverandre, og for å bruke mer tid på å snakke negativt om andre enn å fremme egen politikk, er ikke dette uforenelig med de grunnleggende premissene for politisk debatt: som at aktørene skal forsvare sine standpunkter uten å endre dem, eller at det er legitimt å kritisere og argumentere mot andres standpunkter. Det samlede inntrykket er at det snarere er tonen i debatten og mengden kritikk som fremmes som oppleves som problematisk for velgerne.

Inntrykket fra denne undersøkelsen gir dermed støtte til kritikken som tidligere har blitt fremført av blant andre Krogstad (1999) og Sandvik (2016) om at brudd på normer for god debatt- og samtalekultur står i veien for informasjonsverdien i de norske debattformatene. De mange åpne responsene som kritiserer dynamikken mellom aktørene i debatten, gir godt belegg for å hevde at også velgerne både har en klar forestilling om slike normer og at de blir provosert når de opplever at disse til stadighet brytes.

Velgernes egne beskrivelser av TV-debattene passer også påfallende godt med Mutzs beskrivelse av «in-your-face politics» (2015). Denne er altså kjennetegnet av negativitet, personkonflikter og en aggressiv og usivilisert tone mellom aktørene. Basert på særlig de åpne responsene, kan det imidlertid virke som om en slik aggressiv form for politisk kommunikasjon *ikke* styrker velgernes oppmerksomhet og interesse, slik Mutz antyder at den kan gjøre, men at den for norske velgeres vedkommende snarere fungerer passiviserende og utmattende. Et sentralt teoretisk poeng i kritikken av TV-debattene er at aggressivitet og pågåenhet i TV-ruten fører til politikerforakt og svekket legitimitet til politiske prosesser. Denne studien gir også empirisk støtte til slike antagelser. I tillegg til kritikken om at politikerne «bare krangler», beskrives de i stor grad som uærlige, upålitelige og utstuderte. Gitt hvor sterk karakteristikken er, er det overraskende mange av respondentene som hevder at politikerne «lover og lyver». Den massive kritikken av politikernes troverdighet og dynamikken mellom politikerne tyder på at det meste som oppleves negativt ved debattene reflekterer negativt på politikerne – i hvert fall blant deler av velgerne.

Det er også relevant å fremheve hva som ikke får særlig mye kritikk i materialet. Både journalistenes rolle og programformatet får relativt lite oppmerksomhet blant velgerne. Eksempelvis er andelen som uoppfordret klager på debattene som partiske heller liten. Dette kan tyde på at kritikken av mediene som politisk «vridde» er mer utbredt i den offentlige debatten om valgdekningen enn den er blant velgerne, med det tydelige unntaket av Frps velgere. Det kommer også frem at en klar majoritet av velgerne ikke aktivt irriterer seg over journalistisk tilstedeværelse eller pågåenhet i debattene, noe som ofte har blitt kritisert fra akademisk hold.

At velgerne tilsynelatende ikke er spesielt kritiske til journalistenes bidrag, trenger imidlertid ikke bety at journalistenes rolle ikke har betydning for velgernes oppfatning av sjangeren. Hvordan debattene regisseres og ledes har stor betydning for debattene som

sådan, men å vurdere debattene i lys av journalistenes innvirkning krever en innsikt i forholdet mellom medier og politikk som de fleste velgere neppe besitter. Heller enn å friskmelde journalistenes bidrag fullstendig, velger vi å se dette som et uttrykk for at velgernes oppmerksomhet hovedsakelig er rettet mot politikerne, og at opplevelser av debattene som enten gode eller dårlige dermed reflekteres tilbake til disse. Det vi finner i denne undersøkelsen er at når dynamikken oppfattes som slitsom, er det uansett hovedsakelig politikerne og ikke journalistenes troverdighet som svekkes.

At velgerne har så tydelige og overveldende negative inntrykk av sjangeren, bør tas på alvor av alle som ønsker å bevare TV-debattene som en relevant og viktig sjanger i valgkampen. Videre forskning bør se nærmere på hva det er ved de norske politiske TV-debattene som gjør at målgruppen oppfatter dem så negativt. Hva er det som skaper den aggressive dynamikken mellom aktørene? Hvor dominerende er egentlig negative karakteristikk i debattene, og hva er det som vanligvis genererer dem?

Endelig bør undersøkelsen tas på alvor av politikerne, journalistene og redaktørene som planlegger, gjennomfører og deltar i debattene. Det er verdt å minne om at vilkårene for TV-valgkampen er gode i Norge. Norske politikere har fordelen av sterke allmennkringkastere og, i hvert fall for toppolitikernes vedkommende, stor eksponering i TV og radio både under og mellom valgkamper. Mediene har relativt stor tilgang på politikerne, og de nyter stor frihet over valgkampsendingenes format og innhold. På tross av kritikken som jevnlig har vært rettet mot allmennkringkasternes valgsendinger, har seertallene også holdt seg relativt gode. Likevel har altså TV-debattene et dårlig rykte blant store deler av målgruppen. Kjernen av kritikken som fremkommer her er til syvende og sist et resultat av hvordan både politikerne og journalistene opptrer i TV-ruten, selv om kritikken og mistiliten i størst grad rettes mot politikerne. Den tydeligste kritikken fra velgerne handler om det de opplever som brudd på ordinære normer for god og høflig samtale: at man ikke avbryter eller prater i munnen på hverandre, at man søker et felles faktagrunnlag, at man ikke ensidig snakker negativt om og aggressivt til samtalepartnere. Dette er normer som ikke står i veien for verken reell argumentasjon eller kritisk debatt. Når en så overveldende andel av velgerne assosierer en av valgkampens mest sentrale og tradisjonsrike sjangere med kringling, aggressivitet og uærlighet, er det på tide å identifisere de trekkene ved norske TV-debatter som skaper dette inntrykket for deretter å endre disse trekkene og etterstrebe en mer sivilisert debatt.

REFERANSER

- Allern, S. (2011). *Fjernsynsvalgkampen. Program, deltagere og maktkamp 1961–2009*. Oslo: Pax.
- Andersen, I. (2016) Opplysningens retorikk. Noen bemerkninger til Kocks krav til den politiske debatt. *Tidsskriftet Sakprosa*, 8(1), 1–31. DOI: <http://dx.doi.org/10.5617/sakprosa.1145>
- Babos, P. & Vilagi, A. (2018). Just a show? Effects of televised debates on political attitudes and preferences in Slovakia. *East European Politics and Societies and Cultures*, 32(4), 720–742. DOI: <https://doi.org/10.1177/0888325418762050>
- Benoit, W. L., McKinney, M. S. & Holbert, R. L. (2001). Beyond learning and persona: Extending the scope of presidential debate effects. *Communication Monographs*, 68, 259–273. DOI: <https://doi.org/10.1080/03637750128060>

- Cappella, J. N. & Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*. New York: Oxford University Press.
- Ekström, M. & Bérczes, J. (2008). Avbrott i politiska mediesamtal: en studie av statsministerkandidaterna Persson och Reinfeldt i den svenska valrörelsen 2006. *Nordicom-Information*, 30(1), 3–17.
- Ekström, M., Eriksson, G., Johansson, B. & Wikström, P. (2013). Biased interrogations? A multi-methodological approach on bias in election campaign interviews. *Journalism Studies*, 14(3), 423–439. DOI: <https://doi.org/10.1080/1461670x.2012.689488>
- Gabrielsen, J. (2009). *Topik: Ekskursjoner i den retoriske toposlæren*. Åstorp: Retorikforlaget.
- Gabrielsen, J., Jønch-Klaussen, H. & Pontoppidan, C. (2017). Answering without answering: Shifting as an evasive rhetorical strategy. *Journalism*, 27. oktober. DOI: <https://doi.org/10.1177/1464884917738412>
- Geer, J. G. (1988). The effects of presidential debates on the electorate's preferences for candidates. *American Politics Quarterly*, 16(4), 486–501. DOI: <https://doi.org/10.1177/004478088016004005>
- Grue, J. (2009). Critical discourse analysis, topoi and mystification: Disability policy documents from a Norwegian NGO. *Discourse Studies*, 11(3), 305–328. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461445609102446>
- Hart, R. P. & Jarvis, S. E. (1997). Political debate: Forms, styles, and media. *American Behavioral Scientist*, 40(8), 1095–1122. DOI: <https://doi.org/10.1177/0002764297040008010>
- Jamtøy, A. I. (2011). Informere eller underholde? Politisk journalistikk i norsk valgkamp. *Tidsskrift for samfunnsforskning*, 52(1), 67–98.
- Jamtøy, A. I. & Aalberg, T. (2007). TV-seernes vurdering av den medialiserte politikken. I A. T. Jenssen & T. Aalberg (red.), *Den medialiserte politikken* (s. 223–244). Oslo: Universitetsforlaget.
- Jenssen, A. T. (2007). Gjør valgkamp på TV folk kunnskapsfattige? I A. T. Jenssen & T. Aalberg (red.), *Den medialiserte politikken*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Jenssen, A. T. & Aalberg, T. (2004). På valgkampens slagmark. En eksperimentell studie av medieeffekter. I B. Aardal, A. Krogstad & H. M. Narud (red.), *I valgkampens hete. Strategisk kommunikasjon og politisk usikkerhet* (s. 327–353). Oslo: Universitetsforlaget.
- Jenssen, A. T. & Jamtøy, A. I. (2005). Valg på sviaktende grunnlag? Et begrunnet spørsmål om fornuften i moderne valgkamper. *Tidsskrift for samfunnsforskning*, 56(3), 267–296. DOI: <https://doi.org/10.18261/issn.1504-291X>
- Jørgensen, C. (1995). *Debattens væsen og uvæsen. Om fjendtlighet i offentlig debat*. København: C.A. Reitzels Forlag.
- Jørgensen, C., Kock, C. & Rørbech, L. (1994). *Retorik der flytter stemmer: Hvordan man overbeviser i offentlig debat*. København: Gyldendal.
- Kaid, L. L., McKinney, M. S. & Tedesco, J. C. (2000). *Civic Dialogue in the 1996 Presidential Campaign: Candidate, Media, and Public Voices*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Kjeldsen, J. E. (2013). Journalisten på den hvite hesten. Om retorikk og regi i valgkamp på TV. *Norsk Medietidsskrift*, 20(4), 347–355. DOI: <https://doi.org/10.18261/issn.1504-291X10.18261/issn.0805-9535>
- Kock, C. (2013). *De svarer ikke. Fordommende uskikke i den politiske debat*. København: Gyldendal.
- Kock, C. & Boding Hansen, M. (2015). *De lytter ikke: Politikernes utenomssnak – spot den, stop den*. København: Hans Reitzels forlag.
- Krogstad, A. (1999). *Image i politikken. Visuelle og retoriske virkemidler*. Oslo: Pax.
- McKinney, M. S., Kaid, L. L. & Robertson, T. A. (2001). The front-runner, contenders, and also-rans: Effects of watching a 2000 Republican primary debate. *American Behavioral Scientist* 44, 2232–2251. DOI: <https://doi.org/10.1177/00027640121958294>
- McKinney, M. S., Dudash, E. A. & Hodginson, G. (2003). Viewer reactions to the 2000 presidential debates: Learning issue and image information. I L. L. Kaid et al. (red.), *The Millennium Election: Communication in the 2000 Campaign* (s. 43–58). Lanham, MD: Rowman & Littlefield.

- McKinney, M. S. & Carlin, D. B. (2004). Political campaign debates. I L. L. Kaid (red.), *Handbook of Political Communication Research* (s. 203–234). Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- McKinney, M. S. & Warner, B. R. (2013). Do presidential debates matter? Examining a decade of campaign debate effects. *Argumentation and Advocacy*, 49(4), 238–258. DOI: <https://doi.org/10.1080/00028533.2013.11821800>
- Mutz, D. C. (2015). *In-Your-Face Politics. The Consequences of Uncivilized Media*. New Jersey: Princeton University Press.
- Nordeide, T. V. (2013). Lav deliberasjonskvalitet i NRKs avsluttende partilederdebat i valgkampen 2009. *Norsk Medietidsskrift*, 20(1), 51–70. DOI: <https://doi.org/10.18261/issn.0805-9535>
- Perelman, C. & Olbrecht-Tyteca, L. (1991). *The New Rhetoric. A Treatise on Argumentation*. Notre Dame: University of Notre Dame Press.
- Petersson, O. (1994). Journalisterna som klass. Journalismen som ideologi. I T. Steen Edvardsen (red.), *Media og samfunnsstyring* (s. 25–36). Bergen: Fagbokforlaget.
- Robinson, M. J. (1976). Public affairs television and the growth of political malaise: The case of 'the selling of the Pentagon'. *American Political Science Review*, 70(2), 409–432. DOI: <https://doi.org/10.2307/1959647>
- Sandvik, M. (2016). Hva trenger velgerne å vite? Og får de vite det? En retorisk analyse av debattklima, argumentasjon og journalistrolle i valgkampdiskurs på radio og tv, fra valgkampen i 1991, 1999 og 2009. Dr. philos.-avhandling. Oslo: Universitetet i Oslo.
- Skjervheim, Ø. & Høgestøl, A. (2017). *Norwegian Citizen Panel. Methodology report ninth wave*. (Tech. Rep.). Bergen: Ideas 2 Evidence.
- Svennevig, J., Arisland, S. & Rognmo, A. (2014). «Jeg bare spør ...». Pågående intervjustil i partilederutspørringer. *Rhetorica Scandinavica*, 18, 66–67.
- Thorbjørnsrud, K. (2009). Journalistenes valg. Produksjon – interaksjon – iscenesettelse. Møtet mellom journalistikk og politikk i en valgkamp med fokus på NRK Fjernsynets valgformater. Ph.d.-avhandling. Oslo: Universitetet i Oslo.
- Vatnøy, E. (2010). *Velg! 09 – Journalistikk og retorikk i norsk valgkamp*. Oslo: Civita.
- Vatnøy, E., Hoem-Iversen, M. & Svennevig, J. (2016). Utspørrerne. Journalistisk strategi og forskjellsbehandling i stortingsvalget 2013. *Norsk Medietidsskrift*, 23(3), 1–25. DOI: [10.18261/issn.0805-9535](https://doi.org/10.18261/issn.0805-9535)
- Wodak, R. & Meyer, M. (red.) (2001). *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: SAGE.