

Udenrigsministeriet og medialiseringen

Temnummer: Udenrigsministeriets 250 års jubilæum

Udenrigsministeriet og medierne svinger i en konstant dans. Engang var det vals. I dag ligner det hip-hop. Udenrigsministeriet har bevæget sig fra at eksistere i sin egen boble til at være en institution i det offentlige rum, integreret i samfundet. Samspillet med medierne har udviklet sig over tid. Processen undervejs har været svær. Har de moderne medier påvirket selve udenrigspolitikken? Næppe! Har medierne tvunget ministeriet til at kommunikere sin

politik og hele sit virke på nye måder, som har skabt debat? Afgjort! Udenrigsministeriet har strømlinet sin kommunikation. Spindoktorer og pressemedarbejdere servicerer medierne. Det handler om at sælge ministeren, sælge den rigtige historie til medier og offentlighed. For medierne handler det om producere den relevante, væsentlige og nære historie til sine kunder og brugere. Det samarbejde kan ikke undgå ind imellem at slå gnister.

Bygningen er meget grå. Vinduerne snævre. Indgangen har en massiv dobbelt glasdør. Receptionen skal have dit ID. Så går du gennem første dør. Så den næste dør, når den første er lukket bag dig. Endelig er du rigtigt inde i fortet ved havnen. Den moderne verdens frygt for ubudne gæster er for længst rykket ind på Asiatisk Plads. Man kan føle sig ubuden – selv når man er indbudt. Også journalisten, medierne.

Det er amerikansk diplomatis evige dilemma: Hvordan beskytter man sine ambassader uden at lukke den omverden ude, man fungerer i og skal observere og analysere? Hvad er det, der skal holdes ude? Hvorfor? Skal et udenrigsministerium ikke netop være åbent? Det handler selvfølgelig om sikkerhed, og så om hvordan ministeriet selv opfatter sin rolle og sit forhold til omverdenen – og til medierne. Det handler også om et ministerium, der er mange-facetteret, der er nuanceret, der oftest har langsigtede interesser, belejret af en medieverden, der styres af nu'et.

Når denne artikel hedder »Udenrigsministeriet og medialiseringen«, handler det ikke bare om, hvordan og hvad medierne skriver og fortæller om Udenrigsministeriet. Det handler om, i hvilket omfang den moderne medie-verden påvirker og i givne situationer måske styrer Udenrigsministeriets kurs og Rigets udenrigspolitik. Omvendt handler det om, hvordan Udenrigsministeriet navigerer mellem egne interesser og den moderne medieverdens kamp for at hente historien hjem. Kan Udenrigsministeriet sikre sine egne interesser i den moderne medieverden?

Der er skrevet værker om medialisering af medie- og sprogforskere, som Stig Hjarvard og Mark Ørsten. Der er skrevet bøger om dansk udenrigsdækning af

STEFFEN GRAM
international
korrespondent,
DR-Nyheder, vært
»Verden ifølge
Gram« P1
swg@dr.dk

specialister, som Hans-Henrik Holm og Lars Kabel, på universiteter og Danmarks Journalisthøjskole. Jeg er ikke forsker. Jeg er journalist. Jeg er en del af de medier, der hver eneste dag opererer i dækningen af omverdenen og i måden Danmark opererer i verden omkring os.

De danske medier i dag er nået til den fase i medialiseringen, hvor de opererer selvstændigt og som regel uafhængigt af de politiske institutioner – regering, folketing, ministerier, de politiske partier – som en fjerde statsmagt. I dag dog med det forbehold, at DR's nye placering på finansloven i stedet for være licensfinansieret, stadig skal stå sin prøve, når det handler om armslængdeprincip, redaktionel frihed, og risiko for en snigende selvcensur.

Men medierne og i dette tilfælde Udenrigsministeriet er del af den samme fødekæde. Og i modsætning til den fjerne fortid vinkler medierne i dag deres udenrigsdækning på egne præmisser, ud fra egne kriterier og behandler historier på en anderledes professionel måde.

Hvad skal en historie være? Det afhænger af mediet. Der er forskel på formiddagspressen og public-service-medier og begge har deres fulde berettigelse i et dansk demokrati.

I de fleste medier skal historien være nærværende! Den skal være relevant for brugerne! Den skal være så objektiv som muligt – i det omfang objektivitet findes! Den skal være fair! Den skal rumme følelser, som brugerne kan identificere sig med! Den må gerne give brugerne oplevelser! Den må gerne rumme perspektiver og identifikation. Der skal, specielt i de elektroniske medier, være tilstedeværelse.



Men parallelt med alle de temaer, der kræver opbakning og forståelse hjemme, ligger det klassiske diplomati. Alt det arbejde, der ikke kaster overskrifter og fængende tv-reportager af sig

Udenrigsministeriet på sin side har et ambivalent forhold til medierne. Ministeriet har brug for medierne. Vælgerne skal gerne se ministeren »in action«. Borgerne skal vide, at ministeren satser på de rigtige temaer – Rigets sikkerhed, FN's verdensmål, klimaet, stop for migrant-tilstrømning, kvinders ligestilling, uddannelse, menneskerettigheder, Danmarks interesser i EU og erhvervsfremme. Men parallelt med alle de temaer, der kræver opbakning og forståelse hjemme, ligger det klassiske diplomati. Alt det arbejde, der ikke kaster overskrifter og fængende tv-reportager af sig. Alt det arbejde, der ligger til grund for, at kriser kommer i forkøbet, at konflikter bliver læst rigtigt, så reaktionerne står i rimeligt forhold til det skete.

Det kan være et svært univers at operere i for både medier og Udenrigsministeriet. Konflikter er uundgåelige. Mere i dag end før. I den moderne medieverden kører nyhederne hurtigere end i den diplomatiske verden. Præsi-

denter, ministre og hele deres apparat af embedsmænd og -kvinder, er »på« 24/7 via deres mobiltelefoner. Og embedsværket skal klæde sin minister på, så ministeren kan reagere på nyheder her og nu.

Der var engang udenrigsjournalistikken nærmest kommunikerede ex catedra. Journalistikken var som regel refererende. Korrespondenter og journalister, der dækkede »dansk udenrigspolitik« kunne have en tendens til at opfatte sig selv som ambassadører, af og til på lige fod med ministeriets diplomater. Under opbygningen af efterkrigstidens institutioner fulgte korrespondenter med politikerne og identificerede sig med dem. Verden skulle bygges op igen. De var klædt i tunge frakker, bløde hatte, jakkesæt og slips og talte samme politiske lingua som politikerne. De så sig selv som en del af systemet og leverede som regel systemets budskaber, med de nuancer partipolitiske forskelle kunne kræve. Og korrespondenterne forventede at blive behandlet som ligeværdige. Forventede at få ren, saglig besked som værende en del af systemet. De stillede indforståede spørgsmål. Kritiske spørgsmål fra næste generation af journalister, der havde fået Vietnam-krig og Watergate ind med den journalistiske modernælk, risikerede himmelvendte blikke.

Det var mediernes dækning fra Vietnam-krigens slagmarker, de militære som politiske og civile, der gjorde medierne til den afgørende faktor for, hvordan præsidenterne Johnson og senere Nixon håndterede krigen. Johnson undlod at stille op til endnu en periode i Det hvide Hus i 1968. Nixons mission blev at trække USA ud af den krig, der blev tabt først og fremmest hjemme i USA.

Mediernes rolle og position betød også, at den politiske verden brugte medierne i sine kampe. I Danmark var ikke mindst udenrigsminister Uffe Ellemann-Jensen, med sin journalistiske baggrund i Danmarks Radio og Børsen, ferm til at håndtere medierne. Også i sin indenrigspolitiske kamp mod socialdemokratiets sikkerhedspolitiske dagsorden op gennem 80'erne. Den såkaldte fodnote-periode, hvor oppositionen havde parlamentarisk flertal for en sikkerhedspolitisk kurs, som Uffe Ellemann-Jensen konsekvent forsøgte at arbejde sig udenom, fordi han mente, at den bragte Danmarks medlemskab af Nato og alliance med USA i tvivl.

Det var dengang udenrigsminister-embedet blev karakteriseret således af SF's formand Gert Petersen under en forespørgselsdebat den 1. december 1983 om udenrigsminister Uffe Ellemann-Jensens håndtering af sit embede, da der var flertal mod regeringens sikkerhedspolitik:

»Det at være udenrigsminister er ikke bare at være politiker, er ikke bare at være medlem af dette Folketing og for den sags skyld heller ikke bare at være medlem af regeringen. Det er formodentlig en af de mest følsomme opgaver, der findes....«, hvorefter Gert Petersen konkluderede, at netop derfor var Uffe Ellemann-Jensen ikke kvalificeret som udenrigsminister.

På Natos udenrigsministtermøde i Halifax, Canada, den 29. og 30. maj 1986 blomstrede striden mellem minister og medier. Sovjetunionen havde lance-

ret en serie forslag til afspænding, og bl.a. indført et seks måneders stop for atomprøvesprængninger. USA afviste de sovjetiske udspil som utilstrækkelige og fortsatte sine atom-tests. I Europa var reaktionerne massive demonstrationer, mens regeringer forsøgte at finde en realpolitisk grimasse, der kunne passe. Her fem måneder før det berømte topmøde mellem Ronald Reagan og Mikhail Gorbatsjov i Island, talte Nato-generalsekretær Lord Carrington om, at »vest-vest-problemerne«, de interne forhold i Nato mellem USA og flere europæiske allierede, var lige så alvorlige som »øst-vest-problemerne«.

Over for Danmark, havde den amerikanske udenrigsminister George Schultz flere gange rejst spørgsmålet om selve Danmarks medlemskab af Nato over for udenrigsministeren. Et stort spørgsmål på Nato-udenrigsministermødet var, hvordan stemningen udspillede sig mellem amerikanerne og europæerne og danskerne som de mest fod-slæbende. Var stemningen god, eller var parterne røget i totterne på hinanden?

Undervejs på topmødet forsøgte Udenrigsministeren at få sendt en historie hjem via Ritzaus Bureau. Historien var håndskreven af ham selv og fortalte, at alt gik godt på topmødet, at stemningen mellem den amerikanske og de europæiske udenrigsministre var god. Hans timing og valg af Ritzau var afgørende. Hans budskab om fred og fordragelighed på Nato-mødet, ville nå ud til alle landets aviser og medier via Ritzau. Det ville ske før de øvrige mediers mere kritiske dækning, der ville bygge på samtaler med udenlandske kolleger og kilder, kunne nå hjem. Ministerens budskab om ro på Natos bagsmæk ville komme ud først på grund af tidsforskellen. På en pressekonference erkendte ministeren dog, at der nok havde været »brod« i debatindlæggene undervejs.

Var det medialisering anno 1986? Politikeren, der forsøgte at styre mediet og dermed sin fortælling og sin politik som del af det hjemlige sikkerhedspolitiske spil. Og medierne oplevede, at man ikke mere kunne tage en udenrigsministers ord for pålydende.

Historien bed ham kort efter i haserne. Den 15. juni skrev Berlingske Tidendes daværende og mangeårige korrespondent i Washington, Bent Albrechtsen, et frådende angreb i sin avis på Uffe Ellemann-Jensen og to ledende embedsmænd i ministeriet. Han anklagede dem for forsøg på manipulation, for at sætte deres troværdighed over styr, for at udvise hån og foragt over for offentlighed og medier – som et levn fra enevældens tid.

Nogle år tidligere oplevede jeg som ganske ung journalist en anden variant af spillet om udenrigspolitikken. I oktober 1979 var jeg kommet til Bangkok efter tre ugers reportagerejse i Vietnam og Kampuchea. Vietnameserne havde i 1978-79 invaderet og befriet Kampuchea fra Pol Pots Røde Khmerer, og som den første danske journalist i Kampuchea efter den vietnamesiske invasion, blev jeg inviteret til den danske ambassade i Bangkok for at fortælle om mine observationer i det totalt ødelagte Kampuchea, hvor byerne var blevet tømt i 1975 og hvor mellem 1,5 og 2 millioner cambodianere var blevet arbejdet ihjel, sultet ihjel eller direkte myrdet fra 1975 til 1979.

Lise Østergaard var minister uden portefølje med særligt henblik på udenrigspolitiske spørgsmål, udnævnt af statsminister Anker Jørgensen. Hun havde bl.a. ansvaret for Danmarks bistand til udviklingslandene, og gæst på ambassaden.

Jeg berettede engageret om den rædselsvækkende situation i Kampuchea, hvor der var absolut mangel på alt overhovedet, og mærkede, at Lise Østergaard var interesseret i, om man kunne bistå et Kampuchea uden Pol Pots Røde Khmerer med sin genopbygning. Men da jeg fornemmede, at den daværende ambassadør brugte min fortælling om den vietnamesiske besættelse af og kontrol med Kampuchea som argument for, at man burde slutte op bag thailandske og amerikanske interesser i Indokina rettet mod Vietnam, klappede jeg meget hurtigt i. Jeg måtte erkende, at jeg først alt for sent opdagede, at jeg var blevet involveret i et spil om den politik, der skulle føres fremover.

Den efterfølgende historie om Danmarks forhold til det ødelagte Indokina blev, at vi åbnede ambassade i Vietnam, som blev lukket få år efter – for så senere at blive genåbnet. Pol Pot-regimet havde været akkrediteret den danske ambassadør i Beijing, sidst Kjeld Mortensen. Stik mod dansk diplomatisk tradition var det også situationen efter at Pol Pot-regimet var blevet fordrevet fra Kampuchea. Da Kjeld Mortensen flyttede fra Beijing tog han akkrediteringen til Pol Pots regime med sig – til Helsinki.

Det kan gøre ondt på en udenrigsministeriel embedsmand eller -kvinde at lande på den forkerte side i en mediestorm

Det kan gøre ondt på en udenrigsministeriel embedsmand eller -kvinde at lande på den forkerte side i en mediestorm. Den 9. september 1988 trængte 18 østtyske statsborgere fra byen Ilmenau, 13 voksne og 5 børn, ind på den danske ambassade på »Unter den Linden« i Øst-Berlin. De fortalte, at de blev forfulgt af Stasi og ønskede dansk hjælp til at få udrejse til Vesttyskland. Det skete fire dage før statsminister Poul Schlüter kom på officielt besøg for bl.a. at underskrive nye handelsaftaler med DDR. Den danske ambassadør afviste østtyskernes krav og følte sig så presset, at han i sidste ende lod østtysk politi fjerne de 18 fra den danske ambassade. Det ubesvarede spørgsmål var, om ambassadøren handlede på egen hånd for at redde statsministerens besøg i DDR? Eller om det var ordrer hjemmefra, der fik ham til at lade politiet fjerne de 18? Enden blev, at ambassadøren tog skylden. De 18 østtyskere fik efter massiv international – og dansk – mediedækning betingede domme og udrejsetilladelse i 1989. Ambassadørens karriere kørte ind i en blindgyde. Udenrigsministeriets og Danmarks renommé fik alvorlige ridser i lakken. De er der stadig. Da en større gruppe kurdere trængte ind på den danske ambassade i Moskva nogle år senere, blev der lagt låg på sagen. En journalist på besøg bemærkede et anderledes støjniveau end normalt, og fik at vide, at der var håndværkere. Der blev forhandlet en løsning i det meget stille. Kurderne forlod ambassaden. Ambassadøren og hans stab åndede lettede op. Løsningen på de to kriser handlede om fejlslagen kommunikation – og ingen kommunikation.

Muhammed-tegningerne skabte en national krise med Udenrigsministeriet, Statsministeriet, erhvervsorganisationer og medierne i centrum. En krise, der kørte så langt op i 2006, at danske statsborgere blev evakueret fra Libanon og Syrien, hvor de danske ambassader blev raseret. Arabiske regeringer protesterede. Deres ambassadører ønskede foretræde for statsministeren, men fik afslag. Danske varer blev boycottet i Mellemøsten. Statsministeren beklagede på arabisk tv, men forsvarede samtidig dansk ytringsfrihed. Anders Fogh-Rasmussen ringede undervejs til præsident George W. Bush for at bede om amerikansk støtte – og fik den.

Muhammed-tegningerne førte til en gigantisk debat om ytringsfrihed, ikke bare i Danmark. Også internationalt. Tegningerne blev trykt i land efter land. Fra Mellemøsten over Pakistan til Indonesien blev danske flag brændt. Internt i den vestlige verden blev tegningerne debatteret intenst mellem de, der så dem som den rene form for ytringsfrihed, og andre, der var mere tilbageholdende, brugte flere nuancer i deres argumentation for, hvad man kunne og ikke kunne trykke. F.eks. var den amerikanske presse, der senere hyldede retten til at udgive dokumenter, som regeringen anså for skadelige for nationens sikkerhed, yderst tilbageholdende. Philadelphia Inquirer var eneste større mainstream-medie, der trykkede en enkelt tegning.

Det var under denne krise, Udenrigsministeriet forsøgte at operere, beskytte danske interesser i Mellemøsten, beskytte dansk eksport, fastholde forklaringen på, hvad der var sket og hvorfor i en dansk kontekst, samtidig med at man udviste forståelse for, hvad tegningerne havde forvoldt. Og det var der, hvor konsekvenserne af adskillige års nedskæringer slog igennem. Udenrigsministeriets direktør, Ulrik Federspiel, sagde til Berlingske i 2006: »Behovet for at komme mere ud i marken for at indsnuse, hvad der rører sig, er blevet større. Det er ikke nok, at diplomaterne orienterer sig via kontakter i Udenrigsministeriet i det land, hvor de er udstationeret. Og ved at få oplysninger i de lokale medier. Diplomaterne skal i kontakt med oppositionen, med de folkelige bevægelser, de religiøse grupper og andre dele af samfundslivet.«

Med andre ord: Der var behov for flere diplomater for at forebygge og håndtere forløb og konsekvenser af kriser.

Lene Espersen-sagen blev en helt anden slags krise for Udenrigsministeriet, ikke mindst i forhold til medierne. Det blev en sag, hvor mediernes dækning af Ministeriet og ministeren i sidste ende førte til ministerens afgang. Lene Espersen havde været Justitsminister i syv år, da hun blev formand for Det konservative Folkeparti. I februar 2010 blev hun udenrigsminister på bekostning af Per Stig Møller. Som nyudnævnt udenrigsminister meldte hun afbud til møde i Arktisk Råd, hvor hun bl.a. skulle møde den amerikanske udenrigsminister Hillary Clinton for første gang. Hun prioriterede ferie med familien på Mallorca. Der rejste sig en mediestorm mod hende, hjulpet godt på vej af lækager fra den interne borgerkrig hos de konservative. Et medie kaldte hende Danmarks Sarah Palin – med henvisning til den mildest talt uheldige og in-

kompetente guvernør fra Alaska, som den republikanske præsidentkandidat John McCain var kommet for skade at vælge som sin vicepræsidentkandidat ved præsidentvalget i 2008. Embedsmandsværket i Udenrigsministeriet forsøgte at slutte kreds omkring hende. Hun – og journalister, der dækkede hende – blev mandsopdækket, når hun var på rejse. Men uheldene forfulgte hende.

Hun mistede opbakning i sin egen valgkreds og i partiet, selvom hun ved næste valg stadig var partiets stemmesluger. I 2014 forlod hun helt dansk politik. Det var en af de historier, der havde et element for alle medier: Den personlige historie. Nederlaget. Svigtet. Skandalen. Udenrigs- og sikkerhedspolitikken. Arktisk Råd. Forholdet til Hillary Clinton og til USA. En medie-verden kørte historien ud over planken. Havde en herre i habit fået samme tur? Eller blev Lene Espersen sendt ud over planken, fordi hun var – Lene Espersen?

GGGI står for Global Green Growth Institute. GGGI er en international organisation, der skal styrke grøn vækst. Og GGGI er et akronym, der kom til at ride Udenrigsministeriet som en mare. Venstres leder i opposition, Lars Løkke Rasmussen, blev bestyrelsesformand i 2012 for organisationen med base i Sydkorea. Efter et langvarigt sagsforløb, massivt dækket i medierne, om bl.a. Lars Løkkes adskillige oversøiske rejser på 1. klasse, og rod i organisationens regnskaber, forkerte oplysninger til udviklingsministeren, gik udviklingsminister Christian Friis Bach af. To embedsmænd i Udenrigsministeriet fik advarsler og en tredje forlod sin stilling, dog uden at blive fyret.

Lene Espersens ferie-sag blev ifølge Mark Blach-Ørsten den første »rigtige« medialiserede politiske skandale, og Lars Løkke Rasmussens GGGI-sag, og Udenrigsministeriets håndtering af den, fulgte umiddelbart efter.

Medierne og medialiseringen, samspillet mellem Udenrigsministeriet og medierne havde udviklet sig siden rækken af næser til udenrigsminister Uffe Ellemann-Jensen under slagmålet med Folketingets flertal om regeringens sikkerhedspolitiske kurs. Udenrigsministeriet var blevet et »normaliseret« (Se Martin Marcussens introduktion til dette temanummer) ministerium på linje med andre ministerier, og ikke mere hævet over mediernes granskning.

For Udenrigsministeriet, som for andre ministerier, er det afgørende at have kontrol med »fortællingen« i en krise- og konfliktsituation. Og det er afgørende for medierne at fortælle om og afdække krise og konflikt. Specielt, hvis vi taler om en international krise, hvor Danmark spiller en aktiv rolle. Det har vi gjort hyppigt siden den første Golf-krig i 1990 og 91.

Danmark har siden 1990 været og er militært involveret i konflikter i Den Perisiske Golf, i Irak, i det forhenværende Jugoslavien, i Kaukasus, i Afghanistan, i Syrien, i Libyen, i Øst-Afrika og Sahel-området. Danske flådefartøjer har patruljeret ud for Afrikas Horn på jagt efter pirater. Den danske indsats har bortset fra i Irak, Afghanistan og Libyen oftest, men ikke kun, været af rådgi-

vende karakter. Den internationale danske indsats i de sidste 30 år har haft en til tider massiv militær komponent.

Det har været en udfordring for medierne og ikke mindst en balanceret dækning. De fleste medier satser på en dækning, der er nationalt fokuseret. Bombekampagnen mod Libyen skulle gerne handle om de danske F-16 piloter. Og begejstringen var til at tage og føle på. Krigen i Afghanistan skulle vinkles på de danske styrker i Helmand. Dertil kommer, at internationale konflikter er dyre og risikable at rapportere fra, og krig mod ikke-statslige grupperinger, som terrorgrupper i Mellemøsten, er tæt på umuligt at dække.

Mediepolitisk betyder dækningen af konflikter, at militæret, ikke mindst det amerikanske militær, siden den første Golf-krig har forsøgt at styre strømmen af nyheder i krigssituationer og ikke mindst af hvem og hvordan kamphandlinger skal dækkes. Det skete både under den første Golf krig, og senere under den amerikanske invasion af Irak i 2003. Journalister og fotografer blev »embedded« med militære enheder. Det vil sige inkluderet i en enhed – på en række betingelser. Der var restriktioner for, hvad man kunne spørge officerer og soldater om. Der var restriktioner for, hvilke informationer man fik og for, hvornår man kunne sende sine reportager hjem. Men journalister og fotografer kunne sende dramatiske øjensvidne-beretninger og her-og-nu tv-reportager hjem. Resten af medie-verdenen blev samlet i massive medie-centrer, hvor militære talsmænd udlagde forløbet, ledsaget af videoer og informationer, leveret af militæret fra slagmarken. Mere eller mindre sandfærdigt.

Reportagen er en ting. Analysen af udviklingen er en anden – og kan sætte medierne i en redaktionel klemme. Journalisten i marken fortæller, hvad han oplever. Hjemme på redaktioner og i studier, hvor militære strategier og taktikker skulle analyseres for at forklare krigens forløb, kunne man der bruge uniformerede eksperter? For Danmark var jo aktiv deltager på ene side af konflikten. Det førte til debatter på redaktionerne om, hvad for eksempel et public-service-medies rolle var. Skulle man analysere udviklingen uvildigt og kritisk til lyttere og seere, eller skulle man som medie og journalister stille sig bag den danske krigsførelse og deltagelse i den store internationale koalition?

I dag er konkurrence medierne imellem lige så benhård som økonomien i mediebranchen er presset. På enhver redaktion arbejder man hårdt på at skabe egen identitet, ny journalistik og finde den profitable synergi mellem mediernes fortid og fremtid – balancen mellem at bevare de traditionelle print-mediers journalistiske kvaliteter og troværdighed og den digitale journalistiks hurtighed, mangfoldighed og så troværdighed.

Det er bemærkelsesværdigt, at det er de »gamle« medier – New York Times, Wall Street Journal og Washington Post – der har vundet krigen om læserne på papir og specielt på nettet. Men bagsiden af deres sejr er politisk fragmentering ude på de politiske fløje og et parallelt medie-univers, der er eksploderet på nettet, dybt radikaliseret, langt ude på specielt den politisk ekstreme højre-

fløj. Brugere af dette univers fungerer i en parallel verden, hvor main-stream facts ikke mere findes.


Kampen for at overleve i den danske medieverden har ført journalistik og redigering ud på eksperimenter.

I perioder skulle historier være bundet op på den personlige oplevelse. Den store historie skal dækkes gennem den nære oplevelse. Udlandshistorier og komplicerede begivenheder og politiske/økonomiske forløb har i perioder været dømt for svære for brugerne og droppet. Nogle medier har i perioder dekretet, at alle udlandshistorier skal bindes op på en dansk vinkel, kunstig eller ej.

Tematiske historier gled i baggrunden, som værende for komplicerede i en hektisk verden, for så at dukke op igen. Det har altid været dyrt at undervurdere læsere, lyttere og seere. Både print-medier og elektroniske medier arbejder i dag intenst på at skabe sammenhænge og forståelse i deres dækning. Det gør de ved at redigere historier skarpt, dele dem op, suppleret ofte med fortræffelig grafik, hjælpe brugerne ved at stille de rigtige spørgsmål og navigere brugerne hen mod ny dokumentation, levende billeder, dokumentarisme på nettet.

Men med mediernes begrænsede resurser redigerer og prioriterer de stadig hårdere. Mere stof bliver valgt fra, mens man gør mere ved de færre historier, der bliver valgt til. Havde det ikke været for valget af præsident Donald Trump og det globale opbrud og den nye usikkerhed, ville udlandsstoffet fortsat være henvist til en fjern andenplads i mediernes prioriteringer i forhold til indlandsstof. Det seneste folketingsvalg i 2019 viste, at der ikke var stemmer i udenrigspolitiske spørgsmål, selvom valgdeltagelsen til Europaparlaments-valget var usædvanlig høj.

Og så er god og væsentlig udenrigsjournalistik, gode udlandshistorier dyre at producere. En historie om Udenrigsministeriet er ikke en god historie i sig selv. Udlandsstoffet vejer som nævnt langt fra så meget i danske medier som indlandsstoffet, selvom flere medier i de senere år, har prioriteret international sikkerhedspolitik og dækning af klimaforandringer, ligesom udviklingen af krigene i Mellemøsten (med dansk deltagelse), atom-forhandlingerne med Iran, flygtninge- og migrantstrømme mod Europa og ikke mindst valget af Donald Trump som præsident i 2016.

 **Og så er god og væsentlig udenrigsjournalistik, gode udlandshistorier dyre at producere. En historie om Udenrigsministeriet er ikke en god historie i sig selv**

Det er i den medieverden, at Udenrigsministeriet skal manøvrere. Det har betydet en professionalisering af Udenrigsministeriets kommunikation. Brug af spindoktorer. Placering af udvalgte historier til udvalgte journalister på

specielt valgte medier. Den direkte lancering på tid og sted af en historie, der fremmer et bestemt politisk budskab.

Da statsminister Mette Frederiksen, og den danske regering deltog massivt i FN's Generalsekretær António Guterres klimatopmøde i New York i september 2019, strøg historien på få timer fra det store internationale klimadrama og Gretha Thunbergs demonstration og tale i FN, til de danske pensionskoncerners lancering af deres 350 milliarder kroners investering i bæredygtige investeringer.

Historien var uddelegeret på forhånd. Et medie havde haft tid til at dyrke baggrund og gennemføre tematiske interviews. Andre medier samlede den op hjemme og i New York. Fødekæden var på plads. Medierne blev fodret. Og medierne leverede. Det blev en stor historie. Den blev bragt hjem.

Men samspillet mellem medier og ministerium byder også på konflikter. Ministeriet hader de konstante ønsker om aktindsigt i ministeriets udgifter, hvilke biler ambassadører kører, ambassadernes rejsebudgetter, ambassadernes indretning og møblering, ønsker om aktindsigt i alt, hvad der kan føre til sager, lange udredninger og forklaringer.

Ude i verden foregår samspillet som regel professionelt mellem korrespondenter og tilrejsende journalister med ambassader og ambassadør. Spillereglerne for forholdet udvikler sig afhængig af både korrespondenter og ambassadører. Passer kemien? Er der tillid? Er der klare spilleregler?

Ambassadører inviterer til regelmæssige briefinger ofte om udviklinger i forholdet mellem Danmark og det land, man befinder sig i. Ministerbesøg. Erhvervsbesøg. Nye aftaler på vej. Tendenser og udfordringer i dansk politik og især udenrigspolitik.

Og ambassadører assisterer korrespondenter ved at skaffe kontakter. Invitere til middage med førende politikere, embedsmænd, meningsdannere. For som korrespondent kan du altid få fat i kloge hoveder. Det er sværere at få fat i kloge hoveder med magt og indflydelse. Der kan en ambassadør gøre en forskel – og gør det.

Hvor der ikke er korrespondenter stiller ambassadører i dag gerne op til interviews fra redaktioner hjemme til både trykte medier, radio og tv, når aktuelle udviklinger kræver analyser. Og de årlige ambassadør-møder i august har i de seneste år været fortræffelige for den løbende udveksling af holdninger og analyser mellem diplomater, specialister og journalister, indtil de blev afskaffet.

Hvor de danske ambassader tidligere så det som en væsentlig opgave at assistere danske medier i deres land og lancere Den Kgl. Ballet og skoleskibet Danmark, skiftede ministeriet fokus med udviklingen af public diplomacy i perioden op til COP 15 i København i 2009. Nu kom det til at handle om »Nation Branding« af Danmark.

Derfor var det et scoop for den danske ambassade i Washington, da det lykkedes at få den amerikanske kommentator Thomas Friedman fra New York Times til Grønland, ledsaget af danske specialister, for at se konsekvenserne af isen, der smeltede og de videnskabelige borer på indlandsisen. I hans kølvand fulgte en stribe af amerikanske medier og den republikanske præsidentkandidat John McCain. Grønland kom på den amerikanske radar sammen med danske producenter af vedvarende energi, og Wall Street Journal leverede en forsideartikel om dansk vækst og vedvarende energi, der ville have kostet en formue, skulle det have været en reklame.

Danmark, dansk erhverv og ikke mindst danske løsninger blev brandet. Ministeriet havde udviklet en ny kerne-kompetence og -prioritet for sit virke. At sælge Danmark til omverdenen – og ikke mindst danske virksomheder Vestas, Velux og Grundfos. Og med Danmark som vært for COP 15 banede man i Washington vejen for klimaminister Connie Hedegaard, der på besøg efter besøg i den amerikanske Kongres rendte panden mod politiske klima-skeptikere, der ikke ville acceptere præmissen om menneskeskabte klimaforandringer. Det vil de stadig ikke.



Udenrigsministeriet har et globalt udsyn, og medierne er et centralt diplomatisk redskab. Spørgsmålet er så, hvordan medierne oplever og lever med den rolle.

Udenrigsministeriet har et globalt udsyn, og medierne er et centralt diplomatisk redskab. Spørgsmålet er så, hvordan medierne oplever og lever med den rolle.

Adgang til kilder er et helt centralt element i journalisters arbejde. Det tager tid at bygge et kilde-net op. Det udvikler sig lidt efter lidt, baseret på gensidig tillid og respekt. Og gensidig forståelse af hinandens roller. Gode kilder leverer nuancer på udviklinger og indblik i debatter om, hvilke overvejelser, man gør sig blandt specialister i Ministeriet. Der er perioder, hvor oplysninger hos kilder flyder lettere. Og der er perioder, hvor adgang og oplysninger tørrer ind. Det fornemmer man som journalist i sager, hvor prisen for fejltagelser vokser. Som i disse år, hvor Donald Trump er amerikansk præsident.

Der er ingen diskussion om, at Donald Trump er en »disruptor« – en præsident, der gerne kaster den etablerede orden op i luften. Den amerikanske Kongres er for alvor begyndt at diskutere ændringer i præsidentembedets ret til at føre amerikansk udenrigspolitik. Danske ministre, der har oplevet Donald Trump, har været mere eller mindre bramfri i deres karakteristik af ham som præsident.

Med Donald Trumps forslag om at købe Grønland, og den amerikanske ambassadørs intense arbejde i Danmark for at løfte den amerikanske indsats på Grønland, ramte Trump Rigsfællesskabet, Statsministeriet, Udenrigsministeriet, Kongehuset og længere ud. Ministres og politikeres indledende

reaktioner på forslaget som »absurd«, blev lukket ned, og regeringen gik i »survival-mode«. For regeringen handlede det først og fremmest om at undgå vidtrækkende konsekvenser af en nedsmeltning af det uundværlige forhold mellem Danmark og den amerikanske præsident, dernæst om at afbøde de værste problemer for Rigsfællesskabet. Budskaberne, de officielle som de mere private, var sparsomme, nærmest enslydende og strømlinede.

For først havde Donald Trump kaldt statsministeren »nasty«. Så blev hun en »wonderful woman!« Og efter Nato-topmødet i december 2019 kunne statsministeren om Donald Trump sige, at »vi svinger godt sammen!«.

Selve sagen, Grønland og Danmark som strategisk spiller i kampen om Arktis, omfanget af amerikansk indflydelse i Grønland koblet med det danske bidrag til Nato og forsvaret, er først for alvor ved at gå i gang og vil blive et ømt punkt i forholdet mellem medier, ministerier og hele samfundet i de kommende år. For temaet forsvinder ikke, heller ikke, hvis Donald Trump taber valget i november 2020. For ministerierne vil det handle om at styre uden om nye kriser. For medierne vil det handle om at afdække, hvordan statsmagten håndterer såvel Grønlands interesser i denne udvikling som USA's udtalte ønsker om at gøre sig gældende i Grønland, socialt som militært og geostrategisk.

Og sådan vil forholdet mellem medier og udenrigsministerium udvikle sig. Med kriser. Med samarbejde. Medierne vil efterprøve ikke bare udenrigspolitikken, sikkerhedspolitikken, de danske engagementer ude i verden, i Mali, i Syrien, i Afghanistan etc., men også udviklingsbistanden, Danmarks indsats på det internationale klima-område, om vi lever op til FN's Verdensmål, om hvordan Udenrigsministeriet i samspil med Statsministeriet og fagministerierne vil forfægte danske interesser og holdninger i EU.

Og Udenrigsministeriet vil forsøge at styre sin fortælling, betjene sin minister, forklare den danske udenrigspolitik – og så fortsætte sit langsigtede arbejde oftest uden for nyhedsjournalistikkens radar. Spørgsmålet er hvordan? I et demokrati kan det kun ske i et samspil med medierne, hvis det skal foregå demokratisk.

Når premierminister Boris Johnsons magtfulde spindoktor, Dominic Cummings varsler udrensning og nytænkning i det britiske udenrigsministerium, er det fordi han mener, at White Hall er for traditionelt, er ude af stand til at tænke ud af boksen, er ude af stand til at forstå og opfatte de tendenser og omvæltninger, der sker omkring og uden for det etablerede. Der skal nørder ind i White Hall, skæve typer med utraditionelle uddannelser og andre tilgange til verden omkring Storbritannien. Sådan som Ulrik Federspiel udtalte det til Berlingske, da han sagde, at udenrigsministeriets folk skal »længere ud«.

Nu er det danske udenrigsministerium ikke White Hall. Rekrutteringen ikke som den britiske. Men verden forandrer sig. Og aldrig har verden forandret sig hurtigere end nu. Først og fremmest via medierne. Derfor arbejder medierne 24/7. For verden venter ikke. Kan ministeriet følge med?