



# Berlingske Debat



AF ROGER BUCH *Lektor, Journalisthøjskolen*

## POLITIK PÅ EN MANDAG

### Spin og retorik

**D**er tales i disse år meget om politisk kommunikation, drejebøger og spin-doktorer. Baggrunden er den udbredte politiske konsensus, der betyder, at det i højere grad er form og fremførelse, som er forskellen på politikerne, end det er politiske uenigheder. Integrationspolitikken vil være næsten den samme uanset regeringsfarven. Forskellene mellem statsministerkandidaterne var under valgkampen 2007 svære at få øje på. Uenigheden omkring finansloven for 2008 udgør en eller måske to håndfulde milliarder ud af et samlet budget på 572 mia. kr. Derfor øger partier og politikere deres indsats for kommunikations- og formidlingsdelen af det politiske arbejde.

Interessen for form, på indpakning og udførelse er ikke ny. Der sås så tidligt som år 500 før vores tidsregning negative reaktioner på retorikkens faddere Corax og Tisias, og deres arvtagere sofisterne. Platon lader eksempelvis Sokrates sige følgende til sofisten Gorgias: »Taleren vil altså ikke oplære retten og de andre store forsamlinger i ret og uret, men bare give dem en tro.« Platon kritiserede den sofistiske tradition for at oplære i manipulation og overtalelse frem for at søge sandheden gennem dialog og overbevisning.

For cirka 1.000 år siden ved skabelsen af universiteterne Europa, sås et fælles dannelsesideal – de syv frie kunster: Astronomi, geometri, matematik, musik og grammatik, retorik og dialektik. De tre sidstnævnte handler alle om effektiv kommunikation, og var centrale positive værdier i samtiden.

**RETORIK OG VELTALENHED** har altså historisk været vurderet med en dobbelttydighed, hvor det på den ene side blev set som noget dannet og godt, men på den anden side blev kritiseret for at være noget manipulerende og skidt. Sådan er det også med moderne politisk kommunikation og spin. Partier eller politikere som ikke mestre kunsten kritiseres, mens partier og politikere, som gør det lidt for godt, også kritiseres for at manipulere.

I den klassiske retorik findes tre hovedgreb på en argumentation: Logos, ethos og pathos – hvordan ser moderne politik ud i lyset af de tre appelformer? Logos er den rationelle argumentation, hvilket gennemsynder moderne politik: rapporter, analyser, tests, dokumentation... Problemet for politikerne er, at de mange fakta peger i forskellige retninger og den politiske kamp derfor sjældent kan afgøres med logos.

Ethos handler om politikernes moralske habitus, troværdighed og pålidelighed. Dette har været af afgørende betydning for den nuværende regerings kontraktspolitik, som var en distancering fra den foregående regerings problemer med efterløns-garantien. Pathos er appellen til vælgernes følelser. Dette ses i udpræget grad i nutiden inden for integrationspolitikken, hvor marginale eller ikke-eksisterende problemer, gives stor politisk opmærksomhed. Tag bare tørklædedebatten, hvor der lovgives om dommeres påklædning, selv om der ikke findes eller er dommere undervejs, som ønsker at bruge tørklæde. Der lovgives alene ud fra den hypotetiske mulighed om 5, 10 eller 15 år. Der lovgives ikke for at løse et problem, men derimod alene for at appellere til vælgernes følelser – pathos. Tilsvarende er diverse politiske afvisninger – rækkende fra Socialdemokraterne til Dansk Folkeparti – af et multietnisk samfund. Disse besværgelser står i skarp kontrast til virkeligheden på Nørrebro, Volls-mose, Gellerup – og i modstrid til erkendelsen hos mange større virksomheder i Danmark, som bevidst tilstræber en afspejling af det multikulturelle samfund – eksempelvis IKEA som med stor succes har rekrutteret diverse etniske medarbejdere.

**KRITIKKEN AF DE MANGE** pathos-appeller imod det multi-kulturelle samfund kommer også fra danske erhvervsorgani-sationer, som erkender den demografiske virkelighed, og som frygter udlandets og udenlandske medarbejders reaktion på den politiske retorik i Danmark. Logos, ethos og pathos er altså i fuldt spil i nutidens politik, men der er også andre muligheder. At slå hul igennem muren af nyheder kan være svært, medmindre der er villighed til spektakulære handlinger, som da nogle journaliststuderende for nylig spiste en kat. Det fik ikke blot katteelsker – som undertegnede – men også diverse medier til at vågne op. Så hvis hverken logos, ethos eller pathos virker, så chokeffekt jo altid bruges. Problemet er imidlertid, at det egentlige budskab ofte overskygges af chokket – hvem husker nu, hvorfor katten blev spist?