

A decorative graphic consisting of three sets of concentric blue circles of varying sizes. Two thin blue lines originate from the top left and extend diagonally towards the top-right and middle-right circles. A third thin blue line extends diagonally from the middle-right circle towards the bottom-right corner, passing near the large circle in the bottom right.

Dødskommunikation i krig

- hvordan kan man snakke om død?

Kandidatafhandling

Cand.soc. i Politisk Kommunikation og Ledelse
4. semester

Louise Mean Pedersen & Louise Vogdrup-Schmidt

Satsenheder inkl. mellemrum: 272.817

Vejleder:
Niels Thyge Thygesen, Institut for Ledelse, Politik og Filosofi

Abstract

This master thesis focuses on the possibilities of communicating how it is possible to communicate about death considering the fact that death is a rather inconvenient subject. Death communication is examined in a specific war context, namely the deaths of Danish soldiers in the Afghanistan conflict. The empirical basis is articles from 2010 – published in leading national Danish newspapers.

The reference point of the theoretical framework is Niklas Luhmann's system theory, and in addition to this, paradox theory from other political theorists are taking into consideration. The system theory provides the necessary tool box for analysing communication and the inherent paradoxes in communicating death.

The main question of this thesis is *how is it possible to communicate about something, which it is not possible to communicate about?* The thesis shows that communication on death is possible, and that communicative attempts are made all the time. However, communication on death is not merely about death as a word or concept, but instead different forms of communication are used to deparadoxify the fact that death and non-death are two sides of the same communicative paradox.

Several differences are discovered between the three types of communicative players, namely the Danish defence, the politicians and the media. Where the media is more than willing to communicate about death, the two other types of communicators rarely talk directly about death. Furthermore, the media puts a communicative dynamic pressure on the other actors that makes them produce even more death communication regarding non-death.

The death communication offers a range of different ways of consolation for the Danish defence and the politicians to answer to the media pressure. The use of the form of consolation can be seen as a way to overcome the present by giving consolation in the past move on into the future. The pressure of the media is typically disguised in communicative terms such as responsibility and heroes, whereas the communicative response from the Danish defence and the politicians is consolation communication based on concepts of war materials, idolisation, disclaimers and a focus on the families and friends left behind.

By combining the terms in which the communication communicates we have developed the following communication strategies for the three communicative players:

- The media: To showcase those who were responsible / to be the gravestone of the diseased
- The Danish defence: to be a hero generative military machine
- The politicians: to be idealizing idolization

Based on this thesis the normative advice to strategic communication in the field of death communication is to welcome the paradox as a communicative pressure and use a creative imagination for consolidation communication when death occurs.

1. Motivation Man dør af at gå i krig	5
1.1 Problemformulering	7
1.2 Præsentation af de tre aktører	7
1.2.1 Forsvaret Facilitator og formidler	8
1.2.2 Politikere Ansvarlig og afhængig	8
1.2.3 Medier Nyhedsskabende og nærgående	9
1.3 Et spørgsmål om legitimitet	9
1.5 Fra kommunikation til afparadoksring	10
1.5.1 Antropologien om tabuer	10
1.5.2 Læger, der ikke vil snakke om død	11
1.5.3 Præsentation af delspørgsmål	12
2. Analysestrategi	14
2.1 Videnskabsteoretisk ståsted	15
2.2 Niklas Luhmann og systemteorien	17
2.2.1 Funktionssystemer og funktionel differentiering	18
2.2.2 lagttagelse	19
2.2.3 Kommunikation	21
2.3 Dødens paradoks	23
2.3.1 Paradoks	24
2.3.2 Laclau og Mouffes logikker Paradoksal repræsentation, tolerance og magt	24
2.3.3 Paradokset som gave	27
2.3.4 Gavens mulighed	28
2.3.5 Luhmann og paradokset	29
2.3.6 Det produktive paradoks Teubners paradoksforståelse	31
2.3.7 Dødens paradoks som teoretisk udgangspunkt	32
2.4 Strategi for analyse af dødskommunikationen	33
2.5 Formanalyse	33
2.6 Afparadoksring som analysemetode	35
2.6.1 Paradokset i baggrunden	36
2.6.2 Prioritering af paradoksets ene side	36
2.6.3 Paradokset i forgrunden	37
2.6.4 Afparadoksringens tre muligheder	37
2.7 Empirikonstruktion døde soldater i 2010	38
2.7.1 Periode	38
2.7.2 Aktører	40
2.7.3 Udvælgelse af empirisk materiale	42
2.7.4 Empirisortering og -kategorisering	44
3. Analyse I: Formanalyse	46
3.1 Ansvar ikke-ansvar	47
3.2 Business as usual business as unusual	50
3.3 Død for værdi død for krig	52
3.4 De efterladte den døde	55

3.5 Helt almindelig soldat.....	57
3.6 Delkonklusion	59
3.6.1 Døden kommunikative forklædningsformer	59
3.6.2 De fravalgte former.....	60
3.6.3 Formernes anvendelse	62
4. Analyse II: Det uløselige paradoks?.....	66
4.1 Paradokset i baggrunden	67
4.1.1 Døden i baggrunden hos forsvaret.....	67
4.1.2 Døden i baggrunden hos politikerne	70
4.1.3 Medierne glimrer ved deres fravær	72
4.1.4 Opsummering Slet ikke at snakke om død	72
4.2 Prioritering af paradoksets ene side	75
4.2.1 Døden eller ikke-døden i forsvaret	76
4.2.2 Politikernes prioritering af paradokset	79
4.2.3 Mediernes prioritering	81
4.2.4 Opsummering Uens prioritering	82
4.3 Paradokset i forgrunden	84
4.3.1 Forsvaret Variation i den vekselvirkende kommunikation	84
4.3.2 Politikerne Nuanceret vekselvirkning i kommunikationen	88
4.3.3 Medierne Manglende vekslen i kommunikationen	94
4.3.4 Opsummering Paradokset viser sig frem.....	95
4.4 Delkonklusion Kommunikationens ping-pong med paradokset	97
4.4.1 Forsvaret	97
4.4.2 Politikere	98
4.4.3 Medier	99
4.4.4 Lad os snakke om det, vi ikke kan snakke om	99
4.4.5 Et tilbageblik på analysestrategien	100
5. Refleksion Den mulige umulighed og den strategiske kommunikatør	102
5.1 Mediernes pres	103
5.2 Kommunikativ trøst	104
5.2.1 Forsvarets trøst	106
5.2.2 Politikernes trøst	107
5.3 Den strategiske dødskommunikatør	108
5.3.1 Forbedring af forsvarets dødskommunikation	109
5.3.2 Forbedring af politikernes dødskommunikation	110
5.3.3 At acceptere paradokset som forudsætning for dødskommunikation	111
6. Konklusion Dødskommunikation	113
7. Perspektivering.....	116
7.1 Hvem er død?.....	116
7.2 Død og politik.....	117
7.3 Anvendelse af afhandlingen i andre kommunikationssammenhænge.....	117
7.4 Et mikrosociologisk blik på dødskommunikationen.....	118
7.5 Magten i dødskommunikationen.....	119

8. Litteratur	122
----------------------------	------------

1. Motivation | Man dør af at gå i krig

Danmark er en krigsførende nation og har været det i snart ti år. Krigsindsatsen blev vedtaget i 2002 af et flertal i Folketinget bestående af alle partier på nær Enhedslisten og SF, der besluttede at sende danske tropper til det Taliban-dominerede Afghanistan. Danmark har ellers ikke været krigspart siden nederlaget til Tyskland i 1864. Danmark har siden da indtil 2002 kun fungeret som fredsbevarende styrke – for eksempel på Balkan efter regionskrigen i 1990'erne.

Med den danske deltagelse i Afghanistan kan man tale om et Danmark før krig og et Danmark i krig. Før Afghanistan havde danske familier ikke tidligere sendt sønner og døtre i krig, Danmark havde ikke brugt milliarder på forsvarsbudgettet, ligesom Danmark ikke havde fået soldater i ørkenuniform hjem i kister tidligere. Men nu er Danmark i Afghanistan og er på de seneste ti år gået fra at have ingen døde i krig til at have givet 42 danske soldaters liv i Afghanistan til, hvad der politisk bliver benævnt som et højere formål – nemlig at skabe fred i det konfliktfyldte bjergland og slå ned på den internationale terrorisme. Danmark er med 42 dræbte det land af styrkerne i koalitionen, der har flest døde målt i forhold til indbyggerantal. Samtidig er Danmark det land, der har kortest erfaring med og tradition for at håndtere følgerne, når soldater dør i krig.

Mens for eksempel USA, Canada og Storbritannien har rigelige erfaringer med de efterladte tab, krigstraumer og krigsskader for hjemvendte soldater grundet deres tidligere medvirken i krig, har Danmark ikke førhen haft brug for et samfundsapparat, der er bygget til at tage sig af hjemvendte soldater. Hverken af dem, der er døde, eller dem, der er kraftigt amputerede på enten sjæl eller krop, når de kommer tilbage fra Green Zone, som er en af de hårdeste fronter for sammenstødende mellem Taliban og de vestlige styrker i Afghanistan. Det har vist sig i den offentlige debat i Danmark, hvor først krigens berettigelse – men nu også i stigende grad erstatningsspørgsmål for efterladte, genoptræningsmuligheder for sårede soldater og manglende psykiatrisk ekspertise for soldater med posttraumatisk stresssyndrom og depression – er stærkt kritiseret og omdiskuteret¹.

¹ Debat om genoptræning af hjemvendte soldater rejses blandt andet af Dansk Folkeparti i begyndelsen af 2010 (e1dddaf3 – 1/2) og fortsætter henover foråret (e189b3f – 4/3). Et andet eksempel på debatten er i Jyllands-Posten, hvor det under overskriften "Hjemvendte soldater bliver aggressive" tager problematikken om posttraumatisk stress syndrom op (e1ee2b6f – 19/3). Ligeledes bliver det diskuteret, hvor stor skadeserstatninger hjemvendte soldater skal have (e216b785 – 7/7). Disse er blot eksempler på en række debatter, der breder sig i forbindelse med krigsdeltagelsen.

Debatten afspejler, at Danmark ikke menes at have været gearret til krig eller den død, der er en risiko og usvigelig sikkert følger med krigsdeltagelse i så farlig en konflikt, som krigen i Afghanistan er. Det er man ved at lære nu – både i forsvaret og på Christiansborg. En af måderne, som krigen og krigsindsatsen nu bliver håndteret på, er ved at oprette en national flagdag for soldaterne. Den 5. september er således blevet defineret som flagdag for Danmarks udsendte og veteraner, hvor formålet er at hædre de personer, der er eller har været udsendt på en mission for Danmark. Netop på flagdagen i 2011 blev monumentet for Danmarks Internationale Indsats indviet på Kastellet, som en del af markeringen af flagdagens aktiviteter (Forsvaret 2011).

På dette monument findes en mindetavle for de danske soldater, der har mistet livet i Afghanistan; hver af dem står registreret med deres navn. Døden får en sten og et navn. Man kan vælge at se mindetavlen såvel som flagdagen som en manifestation af Danmarks evne og vilje til at gå i krig i Afghanistan, men det kommer samtidig til at stå i et tvetydigt skær. Når flaget hejses den 5. september, markeres det, at soldaterne har gjort en indsats, men samtidig er indsatsen ændret betydeligt. Blandt andet fordi det i 2010 blev besluttet at lukke den danske Budwan-base (tidligere Armadillo) (e23f04eb – 17/10; e23f0435 – 17/10)², og fordi debatten om tilbagetrækning er fremherskende i de danske medier. Mens magten manifesteres på de indre fronter, trues den på ydre.

Flagdagen og mindetavlen fremstår som en påmindelse – ikke bare om de soldater, der har gjort en enorm indsats i Afghanistan, men også om dem, der gjorde det samme – men som nu kun lever videre i form af deres navn på mindetavlen. Når de udsendte soldater hyldest på flagdagen, er der samtidig et tomrum, som fyldes usynligt ud af dem, der kom hjem fra krigen i kiste. Navnene på mindetavlen fremtvinger noget nyt at kommunikere om – det bliver for eksempel intensivt dækket af medierne, at kongefamilien og repræsentanter fra regeringen gæstede indvielsen af den nye mindetavle d. 5. september. Man kan sige, at ligesom sygehusene har været nødsaget til at operere krigsskader, som de aldrig har set før, tvinger de døde soldater en ny type kommunikation frem forskellige steder i Danmark. En kommunikation som vi vælger at kalde dødskommunikation.

² Vi henviser herefter til artikler på denne måde, hvor først artiklens nummer og dernæst datoen for artiklen er noteret. Se litteraturlisten i afsnit 8 for vejledning til, hvordan artiklerne findes i det vedlagte empiriske materiale.

I denne dødskommunikation kan de døde soldaters soldaterkammerater snakke om, at det samme kan ske for dem. De pårørende kan tale om den, der ikke er der mere. Politikerne bliver konfronteret med en død, de selv har tilladt ved at sende styrker til Afghanistan. Forsvaret skal fortælle, når nogen dør, fordi det selv har muliggjort soldaternes død. Og medierne kan, skal og gør døden til forsider – både selv og ud fra de andre parter udsagn. Men kommunikationen er særlig, for den handler om død, hvilket generelt kan være særdeles svært for mange at sætte ord på.

Med krigsdeltagelsen bliver det således nødvendigt at tale om det nye i Danmark – nemlig død i krig. Hvordan det gøres, og hvordan de forskellige parter taler om døden, er afhandlingens fokus. Vi finder det bemærkelsesværdigt, hvorledes der kommunikeres om noget, det kan være uhyre følsomt at snakke om.

Temaet for afhandlingen er derfor dødskommunikation, og ovenstående problem i form af en aktualisering af død i krig med Afghanistankrigen fører til afhandlingens problemformulering.

1.1 Problemformulering

Hvordan kommunikeres om det, der ikke kan kommunikeres om?

Problemformuleringens to sætninger er modsætningsfyldte. På den ene side antyder vi, at der kommunikeres om noget. På den anden side siger vi, at det, der kommunikeres om, kan der faktisk ikke kommunikeres om. Motoren for hele afhandlingen er denne modsætning. Vi vil undersøge en kommunikation om død, som virker umulig og besværlig, men som vi kan se umiddelbart – ved at åbne avisen eller tænde for fjernsynet – konstant foregår.

Vi vil undersøge denne modsætning ved at se på, hvor kommunikationen optræder, og hvordan forskellige aktører synes at spille roller i kommunikationen om død, som det ikke synes muligt at kommunikere om. Vi vil efter en beskrivelse af disse aktører ridse op med tre underspørgsmål, hvordan vi mere præcist vil undersøge kommunikationen.

1.2 Præsentation af de tre aktører

Vi har valgt at iagttage tre aktører, der alle indgår i kommunikationen om død i krig og dermed om det, det lader til, at man ikke kan kommunikere om – men på tre vidt forskellige

måder. De tre aktører er henholdsvis forsvaret, politikere og medier. Vi har valgt netop disse tre aktører, fordi de alle skal forholde sig til at kommunikere om død – og samtidig er det de aktører, der har indflydelse på, at kommunikationen opstår, da de har ansvar for krigen eller ansvar for at oplyse om den.

1.2.1 Forsvaret | Facilitator og formidler

Forsvaret er valgt som aktør, fordi det iscenesætter og muliggør døden. Uden forsvar – ingen krig. Når forsvaret stiller materiel, mandskab og militære køretøjer til rådighed, muliggør det, at Danmark kan deltage i krigen i Afghanistan. Forsvaret er både den institution, der gør krigen aktuel, men også den, der skal rydde op efter den. Når der dør en soldat i krig, er forsvaret den første, der ved det og gatekeeper for den information, der kommer ud til resten af verden. Man kan sige, at forsvaret både er facilitator og formidler af døden.

Forsvaret afgrænses til at være den formelle organisation af forsvaret – det vil sige kommunikation, der udgår fra forsvaret som institution i form af for eksempel pressemeddelelser og fra forsvarets ansatte, som når en officer for eksempel udtaler sig om en af sine soldaters død.

1.2.2 Politikere | Ansvarlig og afhængig

Politikerne, forstået som det flertal i folketinget, der har fastlagt Danmarks krigsdeltagelse i Afghanistan, er valgt som aktør, fordi det er dem, der har vedtaget, at Danmark skal i krig. Dermed har de truffet beslutning om, at danske soldater skal på en mission, hvor det er muligt og en evig risiko, at soldater kan dø ved at forsøge at skabe fred i Afghanistan. Man kan sige, at politikerne både er ansvarlige for og afhængige af døden i Afghanistan. De er ansvarlige for, at soldater dør i Afghanistan, samtidig er de afhængige af, at for mange ikke dør, da det kan få stolen under dem til at vakle – i form af vigende politisk opbakning fra befolkningen.

Politikerne afgrænses altså til at være medlemmer af folketinget. Dermed udvælges dem, der har haft og fortsat har indflydelse på krigen i Afghanistan, da de med deres tryk på stemmeknapperne i folketinget kan afgøre liv og død i form af udsendelse af soldater til Afghanistan. Under folketingsmedlemmer hører også de ansvarlige ministre, som er dem, der især udtaler sig om krigsdeltagelsen – nemlig forsvarsministeren og statsministeren.

1.2.3 Medier | Nyhedsskabende og nærgående

Medierne er valgt som aktør, fordi de står som formidler af, at soldater dør i Afghanistan, men medierne er uden indflydelse på, hverken om eller hvordan soldater sendes i krig. Samtidig er det traditionelt mediernes opgave og funktion at fortælle den historie, som magthaverne ikke nødvendigvis vil have fortalt. Medierne kan fortælle om at dø, uden at det får konsekvenser for dem selv, men det kan influere på både eksistensberettigelse og politisk magt. Omvendt lever de nærmest af, at soldater dør i krigen – det sælger aviser. Man kan sige, at medierne er nyhedsskabende og nærgående, og der dermed er potentiale for, at de kan berette om død på en anderledes måde.

Medierne afgrænses til at omfatte et udvalg af de største dagblade. Udvalgsprocessen beskrives i afsnittet om empirisk afgrænsning i analysestrategien.

Aktørerne er alle kædet sammen omkring et legitimitetsspørgsmål, som vi vil beskrive nærmere herunder.

1.3 Et spørgsmål om legitimitet

Vores afhandling bevæger sig om noget selvfølgeligt; hvis man går i krig, er der en risiko for at dø høj. Ved at gå i krig tilnærmer man sig noget dødsens farligt, som indtil videre (medio september 2011) har kostet 42 danske soldater livet.

Det selvfølgelige – altså at man dør i krig – kan dårligt siges af politikerne og forsvaret, idet politikerne har besluttet, at Danmark har sendt soldater til Afghanistan, mens forsvaret har ansvaret for soldaterne, der er sendt i krig. Hvis disse to aktører betoner døden i kommunikationen, virker det snarere som om, de går ind for døden, så hvis det bliver sagt for højt, at man rent faktisk dør af at gå i krig, så kan det blive et spørgsmål om legitimitet, og derfor er kommunikationen besværlig. I den modsatte ende kan medierne snakke om at dø – men kan have sværere ved at tale om, at man ikke dør i krig, for det er der ingen historie i. Politikerne og forsvaret skal holde krigen i live ved ikke at fortælle, hvad der sker, mens medierne lever af at fortælle om krigens voldsomste konsekvens – nemlig at man dør i krig. Politikerne og forsvaret får sat spørgsmålstejn ved deres legitimitet, når soldater dør i krigen, men hvis man ser det fra den anden side, så får både politikerne og forsvaret lov til at blive siddende på deres poster, når soldater dør i krigen.

For politikerne resulterer det i, at de ikke har mulighed for at legitimere krigen. Politikerne graver så at sige deres egen grav, når de forsøger at kommunikere om soldaters død som følge af krigen, idet politikerne udfordrer spørgsmålet om legitimitet, fordi de er ansvarlige for, at Danmark har soldater udstationeret i Afghanistan. Der bliver stillet spørgsmål til legitimiteten af krigen gang på gang – især i forbindelse med debat om tilbagetrækning af tropperne fra Afghanistan. De underliggende spørgsmål synes at være: har indsatsen været forgæves? Kan deltagelsen i så fald forklares?

Forsvaret må kommunikere om død, fordi politikerne har valgt, at vi skal have soldater i Afghanistan. Forsvaret har en særlig rolle, da det både skal informere om døden og sørge for, at der bliver taget vare på de pårørende. Det stiller store krav til den information, som forsvaret udsender, da den ikke må støde de pårørende samtidig med, at den skal legitimere, hvordan døden kan finde sted på trods af forsvarets sikkerhedsforanstaltninger.

Medierne har umiddelbart ikke noget problem i forhold til spørgsmålet om legitimitet. De behøver jo netop først at skrive, når der er noget at skrive om, mens politikerne også gerne vil i tale, når der ikke er nogen døde, for det er jo en sejr. Selv om medierne ikke udfordres legitimitetsmæssigt, er de en relevant aktør at medtage, idet de qua deres nyhedsformidling er medvirkende til at skabe grundlaget for befolkningens meningsdannelse om tilstedeværelsen i Afghanistan, idet både forsvaret og politikerne bruger medierne som kommunikationskanal.

Man kan sige, at medierne får legitimitet ved at italesætte døden, fordi de derved gør, hvad de er sat i verden for – nemlig at kommunikere om det aktuelle. Nedenfor vil vi tilgå problemformuleringen med en mere teoretisk formulering.

1.5 Fra kommunikation til afparadoksering

Afhandlingens problemformulering er: *Hvordan kommunikeres om det, der ikke kan kommunikeres om?* Vi kan i et teoretisk retrospekt identificere en række forskningstemaer, der har forsøgt at se på det samme spørgsmål, som vi vil beskrive nedenfor.

1.5.1 Antropologien om tabuer

Antropologien har med sit fokus på tabu beskæftiget sig med det tabuiserede – det, man ikke kan snakke om. Tabu er oprindeligt et polynesiske religiøst begreb, der betegner et forbud udstedt af nogen, som er mægtigere end en selv (Den Store Danske 2011a). Det eksemplificeres i antropologisk forskning, der beskriver, hvordan en indfødt i et

stammesamfund i Polynesien uforsætligt spiste høvdingens madrester. Problemet var bare, at alt hvad høvdingen havde rørt ved, var tabu. Derfor blev den indfødte meget syg, da han erfarede, hvad han havde gjort, og kort efter døde han. Denne ophøjelse af høvdingen var en del af den polynesiske kultur, men illustrerer ganske godt, at taburegler er elementære, hvorfor man ikke skal forsøge at gøre oprør mod disse. De strengeste tabuer opstår i forbindelse med religiøse ritualer og ceremonier samt i forhold til døden (ibid.). Tabu er et kollektivt forbud, der skal overholdes ubetinget og uden at stille spørgsmål, og netop derfor er tabuet interessant at fremhæve i forbindelse med døden. Og dermed i denne afhandling, for når der dør en dansk soldat i Afghanistan, må vores aktører italesætte døden – hvad end den er tabu eller ej. I forskellige fora kan divergerende tabuer optræde; tabuer er ikke universelle. Et tabu om død i en kultur eller en gruppe mennesker, behøver således ikke at være gældende i andre forhold. Man kan på den måde også sige, at tabuer ikke er almen gyldige moralske forbud, men derimod kulturbestemte diskretionshensyn.

1.5.2 Læger, der ikke vil snakke om død

Et andet eksempel er danske læger, som også har et forhold til problematikken om det svære i at kommunikere om det, der ikke kan kommunikeres om. For hvordan fortæller man en patient, at der ikke er mere at gøre, eller informerer de pårørende om, at man ikke forsøger at genoplive patienter efter et hjertestop? Nogle læger vælger simpelthen at undlade at fortælle om beslutningen, selv om de har afgivet lægeløfte på, at patienten skal informeres om en sådan afgørelse. Overlæge Hans Henrik Bülow har følgende forklaring på, hvorfor lægerne undgår dødssnakken: *”Det er rigtig svært de første gange, man skal fortælle et menneske, at man ikke kan hjælpe ham hele vejen igennem. Derfor undgår nogle læger samtalen – måske også af misforstået hensyn til patienten, fordi man ikke tror, de kan klare beskeden”* (Jyllandsposten 2011). Udfordringen for særligt de ældre læger – ifølge sundhedssystemet – er også, at de ikke har modtaget undervisning i, hvordan de skal håndtere sådanne samtaler, og derfor kan det være svært foreneligt med fagligheden, at den lægelige behandling ikke rækker længere. Alt andet lige er det ikke det samme at redde et liv, som at holde en døende patient i hånden – vel vidende, at der ikke er andet, man kan gøre som læge.

Ovenstående beskriver, hvordan det kan fremstå særdeles problemfyldt at snakke om død, selvom hele lægefagligheden er bygget op om forskellen på liv og død. Det giver os et praj i samme retning som vores antagelser om, at man kan forestille sig, at selv i en institution som forsvaret, der er bygget op om forskellen på krig og fred og dermed i høj grad også på død og

liv, kan være overordentligt vanskeligt at få kommunikationen om døden til at foregå og fungere.

Vores teoretiske perspektiv bliver imidlertid et andet end de ovenfor beskrevne, hvorfor der nedenfor følger en beskrivelse af, hvorledes vi har tænkt os at besvare problemformuleringen ved hjælp af tre delspørgsmål.

1.5.3 Præsentation af delspørgsmål

Empirisk har vi identificeret, at kommunikationen om død foregår, selvom det ikke er noget, som man ønsker at kommunikere om. Hvordan den foregår vælger vi at anskue med et luhmanniansk blik på kommunikation, og deraf følger, at vores teoretiske fokus bliver, hvordan kommunikationen benytter sig af en række måder til at afparadoksere kommunikation om død, så den ikke fremstår så synlig. Vores teoretiske blik vil kløve problemformuleringen i tre delspørgsmål:

1. Hvilke former trækker dødskommunikationen på?

Vi ønsker med undersøgelsesspørgsmål at identificere, hvilke former, aktørerne gør brug af i deres kommunikation om døden. Formerne anskues som værende en hjælp til at kommunikere om det, man ikke kan kommunikere om, da de tilbyder et begrebsapparat, som kommunikationen kan trække på.

2. Hvordan anvendes de kommunikative former til afparadoksering af dødskommunikationen?

Dette undersøgelsesspørgsmål har til formål at afdække, hvordan de former, som vi udledte i besvarelsen af undersøgelsesspørgsmål 1, reelt hjælper kommunikationen til at afparadoksere kommunikationen om død. Det vil sige, hvordan kan formerne hjælpe til at bløde kommunikationen om død op. Omdrejningspunktet er ikke formerne – men aktørernes kommunikation; altså hvordan håndterer kommunikationen de paradoksale kommunikative udfordringer, der opstår, når en dansk soldat dør?

3. Hvordan kan kommunikationen forbedres med udgangspunkt i de konstitutive konsekvenser, som afparadokseringerne får for kommunikationen?

Et er, at aktøerne kommunikerer hver især, hvilket vi iagttag i besvarelsen af undersøgelsesspørgsmål 2, men i kommunikationen påvirker deres kommunikation også hinanden. Med undersøgelsesspørgsmål 3 ønsker vi derfor at afklare, hvordan disse krydsfelter kommer til udtryk i kommunikationen. Besvarelsen af sidste del af dette spørgsmål vil derfor bære præg af en normativ tilgang til dødskommunikationen, idet vi vil være handlingsanvisende.

Hvordan disse delspørgsmål besvares og dermed leder til en undersøgelse af, hvordan man kan tale om det, man ikke kan tale om, kræver en analysestrategi, som bliver afhandlingens næste kapitel.

2. Analysestrategi

Analysestrategien er det kapitel i afhandlingen, som vil optegne, hvordan vi går fra vores problem og ide med hele afhandlingen til en konkret strategi for, hvordan analysen bestående af tre analyser skal udføres. Afhandlingen udspringer af en interesse i, hvordan det er muligt at kommunikere om døden, når det egentlig synes umuligt at kommunikere om den: *Hvordan kommunikerer om det, der ikke kan kommunikeres om?*

Vi finder det interessant, at forskellige aktører må kommunikere om døden på divergerende måder – netop fordi de er nødsagede til at leve op til den funktion, de har påtaget sig (Se afsnit 1.2 om aktørerne). Vi er interesserede i, hvorvidt dødskommunikationen blot er endnu en måde at kommunikere på, eller om den genererer helt nye måder at tænke kommunikation på. Afhandlingen har dermed også en teoretisk funderet ambition. Med udgangspunkt i Niklas Luhmanns³ systemteori, som har som erklæret ambition at formulere en universel teori, hvor alle sociale sagsforhold kan forstås gennem systemteorien (Kneer og Nassehi 1997: 37), vil vi beskrive dødskommunikationen. For at anstrenge vores analytiske blik i afhandlingen har vi med Luhmanns ambition in mente valgt at holde os inden for systemteorien, og vi vil dermed forsøge at være tro mod Luhmanns systemteoretiske mål. Det systemteoretiske udgangspunkt vil vi – gennem vores analyse af aktørernes dødskommunikation – benytte til at forsøge at finde frem til, hvilke afparadokseringsstrategier, der trækkes på, og hvordan disse samvirker hos aktørerne, når talen falder på død eller ikke-død.

Som beskrevet i motivationen har afhandlingen som ambition at besvare problemformuleringen, hvilket udfoldes ved hjælp af de tre delspørgsmål:

1. Hvilke former trækker dødskommunikationen på?
2. Hvordan anvendes de kommunikative former til afparadoksering af dødskommunikationen?
3. Hvordan kan kommunikationen forbedres med udgangspunkt i de konstitutive konsekvenser, som afparadokseringerne får for kommunikationen?

Analysestrategien er vores redskab til at formulere svar på disse spørgsmål. I besvarelsen

³ Niklas Luhmann (1927-1998) var en tysk sociolog og er ophavsmand til sin særlige version af systemteorien (Fuglsang 2005).

muliggøres granskning af de påvirkninger døds kommunikationen har for kommunikationen.

Analysestrategien udfoldes i flere dele. Først en præsentation af Niklas Luhmanns systemteori i sammenhold med andre videnskabsteoretiske udgangspunkter, dernæst et fokus på paradoks som teoretisk figur. Derefter skifter vi til en mere konkret beskrivelse af, hvordan vi vil udarbejde analyserne, der udgøres af en formanalyse og en afparadokseringsanalyse. Slutteligt følger en beskrivelse af den empirikonstruktion, der er foretaget til udgangspunkt for analysen.

2.1 Videnskabsteoretisk ståsted

Vores problemformulering baserer sig på død og kommunikation om denne; det vil sige døds kommunikation. Vores genstand for analysen er altså kommunikation og ikke eksempelvis samfundsforhold, økonomi eller personers følelser. Vi beskæftiger os udelukkende med kommunikation i form af det skrevne ord, hvilket vi endvidere vil begrunde senere i analysestrategien, og af al kommunikation er det kun den om død, vi fokuserer på.

Vi er bevidste om, at vi altid kunne have iagttaget kommunikationen anderledes. Denne bevidsthed om kontingens i vores analytiske tilgang vidner om et konstruktivistisk blik på den viden, vi frembringer. Vi analyserer ved hjælp af en bestemt type analytik og ser på, hvordan kommunikationen synes at fungere i denne, men vi ved også, at der kunne være andre blikke at kaste på vores empiri og andre måder at spørge til, hvordan kommunikationen om død fungerer. Dermed udfordres den klassiske samfundsvidenskabs ide om frembringelse af sandhed, idet denne er interesseret i det, vi kan kalde for den *ontologiske videnskabsteori*. Retningen er interessant i forhold til dens tilgang til sandhedsbegrebet – altså hvordan man gennem metoder og teorier kan fremsige, at og hvori virkeligheden består. Retningen er især inden for de seneste 50 år blevet udfordret af system- og diskursteoretiske teoretikere såsom Niklas Luhmann og Michel Foucault⁴. Disse teoretikere repræsenterer en modpol til den ontologiske videnskabsteori, som kan kaldes for *epistemologisk konstruktivistisk videnskabsteori*. Dette nye paradigme arbejder med en tom

⁴ Michel Foucault var en fransk filosof og samfundstænk (1926-1984), der især har dannet videnskabelig skole med sin diskursteoretiske og genealogiske analytik, som han blandt andet har benyttet i analyser af fængsler, skoler og sundhedsinstitutioner (Svendsen 2003: 9ff).

ontologi, og spørgsmålet om sandhed vendes om ved ikke at spørge til, *hvad* sandheden er, men *hvordan* sandheden konstrueres (Andersen 1999: 13f.). Vi bekender os i denne afhandling til en sådan søgen efter sandhed, hvorved vi tilslutter os til den epistemologiske videnskabsteori.

Dette epistemologiske blik supplerer vi med en socialkonstruktivistisk tilgang, hvor alle fænomener ses som socialt konstrueret. Verden dukker op på bestemte måder, alt efter hvilket perspektiv individer eller organisationer iagttager deres omverden igennem. Konstruktionen af virkelighed afhænger derfor af, hvem der konstruerer den. Vi er i forbindelse med vores iagttagelse af aktørernes dødskommunikation bevidste om, at vores analysestrategiske valg altid vil skabe en bestemt konstruktion af aktørerne.

Luhmann kaldes hverken konsekvent for socialkonstruktivist eller poststrukturalist – men ligger med sin teori et sted midt i mellem. Teorien fremstår socialkonstruktivistisk jævnfør beskrivelsen ovenfor, men samtidig bevæger den sig mod poststrukturalismen, idet den forsøger at afdække en underliggende struktur, hvilken Luhmann dog også selv lidt ambivalent kritiserer. Hans opfattelse er, at sociale eller systemiske strukturer eksisterer, men netop kun i opfattelsen af dem som strukturer, hvilket han udtrykker i citatet: "*Strukturer er kun reale, når de bliver brugt.*" (Esmark et.al. 2005: 227f).

Fra vores videnskabsteoretiske ståsted vælger vi at iagttage fra et luhmanniansk udgangspunkt, hvilket har en række implikationer for, *hvorfra* vi iagttager, og *hvordan* vi undersøger. Overordnet betyder det, at vores analytiske blik er baseret på en forskelstænkning, hvor enhver iagttagelse refererer til en bestemt forskel, der indikerer den ene af siderne.

Vi vælger at inddrage Niklas Luhmann som hovedteoretiker i denne afhandling, fordi Luhmann præsenterer en stringent og konsekvent mulighed for at analysere kommunikation. Samtidig træffer vi valg om denne analytiske tilgang, fordi Luhmann opererer med et paradoksbegreb, som for os tilbyder den bedste måde at udfolde på, hvordan kommunikationen pludselig skifter retning og fokus, når talen falder på død. Den afparadokseringsanalytik, som Luhmann stiller til rådighed, og som vi i nedenstående selv vil udfolde, giver os mulighed for at iagttage kommunikationens kompleksitet og kontingens på en måde, som vi ikke genfinder hos andre teoretikere.

Det stringente i Luhmanns analytiske tilgang udpeges af Andersen (1999), der anfører, at en systemteoretiker som minimum må:

1. redegøre og begrunde valg af ledeforskel
2. redegøre for konditionering af ledeforskel
3. udpege og begrunde implikationerne ved netop dette iagttagelsespunkt; udpegningen af implikationerne sker ved angivelse af systemreference; altså hvilket udgangspunkt for hvilket system hvilke ting er omverden for

Den grundlæggende problematik og ledeforskel i vores afhandling er dødskommunikation i form af distinktionen død | ikke-død. Hvordan denne vælges, konditioneres og hvilke implikationer, det medfører, vil vi præsentere i det følgende.

2.2 Niklas Luhmann og systemteorien

Luhmanns teori baserer sig på – i forlængelse af blandt andet Talcott Parsons' funktionalistiske systemteori⁵ – at skabe en ny samfundsteori. Men hvor Parsons anskuer systemer som værende egenskaber ved virkeligheden, er systemet i stedet et teoretisk begreb hos Luhmann. Systemet fungerer som en indgangsvinkel ud af flere mulige til at betragte virkeligheden (Fuglsang 2005: 131). Luhmann anskuer således alt i verden som systemer. Han opererer med levende, psykiske og sociale systemer. Det levende system er ikke interessant i denne forbindelse, da det beskriver kroppen og naturen; altså en slags ramme for liv.

Det psykiske system er udtryk for bevidstheden. Bevidstheden består ikke af kommunikationselementer – men af tanker og forestillinger, og derfor kan den heller ikke selv kommunikere. Men den kan derimod irritere selve kommunikationen forstået på den måde, at bevidstheden kan påvirke kommunikationen og have kausal indflydelse på denne (Kneer & Nassehi 1997: 61f), når tankerne og forestillingerne overtager magten. Endelig er der sociale systemer, som ikke består af mennesker eller ting, men af kommunikation, som skaber sin egen enhed (Luhmann 2003: 33). Ved sociale systemer forstår Luhmann således sammenhængen mellem sociale handlinger, der henviser til hinanden, i form af kommunikation. Det er denne form for systemer, vi vælger at beskæftige os med i afhandlingen. Alle systemer er autopoietiske og selvreferentielle, hvilket vil sige, at de skaber, opretholder og reproducerer sig selv (Luhmann 2003: 25). Det psykiske system er

⁵ Teorien kan beskrives som funktionel, fordi de sociale handlinger netop forklares ud fra den funktion, de har i forhold til helheden, som kaldes system (Fuglsang 2005: 120).

eksempelvis autopoietisk og selvreferentielt, idet bevidstheden kontinuerligt er beskæftiget med frembringelse af nye tanker (Kneer & Nassehi 1997: 63).

2.2.1 Funktionssystemer og funktionel differentiering

Vi vælger blandt andet Luhmann som hovedteoretiker i denne afhandling, fordi han er kommunikationsteoretiker. Ifølge Luhmann består samfundet af kommunikation og kun kommunikation. Samfundet er endvidere opdelt i forskellige funktionssystemer, der reproducerer sig selv gennem kommunikationen og lukker sig over for andre systemer (Andersen 2002: 27).

Funktionssystemernes differentieringsform er bestemmende for samfundets type. Luhmann identificerer nutidens samfund som værende hovedsageligt funktionelt differentieret. Det funktionelt differentierede samfund adskiller sig ifølge Luhmann fra den segmentære og den stratifikatoriske differentieringsform, som ikke er typiske i vores type af samfund længere. I den segmentære differentieringsform, opdeles samfundet i ens dele, hvilket for eksempel ses i familier og stammesamfund. Den stratifikatoriske differentieringsform afgrænser derimod samfundet med udgangspunkt i social rang (Kneer & Nassehi 1997: 126ff). Funktionssystemer er sammen med organisationssystemer og interaktionssystemer de tre former, som sociale systemer kan antage (Seidl og Becker 2006: 22f.; Andersen 2002).

Der er tilknyttet et *symbolsk generaliseret medie* til hvert funktionssystem, og igennem dette iagttager systemet verden gennem en *systemspecifik binær kode*. Disse medier er generelle i den forstand, at de kan være medie for en hvilken som helst form for kommunikation, og de er symbolske, fordi de er kondenserede om enkelte symboler. Når der tales om en binær kode, forstås en entydig dobbelt kode, hvor der skelnes mellem en positiv og negativ værdi (Andersen 2002). Koden kan variere og er også afhængig af systemets type.

For eksempel består og reproducerer organisationssystemet og interaktionssystemet sig gennem specifikke former for kommunikation. Interaktionssystemer reproducere gennem distinktionen nærværende] fraværende. Det vil sige, at i kommunikationen tilkendes deltageres gensidige tilstedeværelse. Organisationssystemer kommunikerer gennem

beslutninger og iagttager gennem distinktionen medlem | ikke-medlem (Seidl og Becker 2006: 24). Alt ses altså gennem denne distinktion.

Som eksempel på et funktionssystem kan *det pædagogiske system* nævnes. Det har *barnet* som medie, og den dertilhørende binære kode er bedre | dårligere. Når det pædagogiske system perciperer omverden, sker det gennem mediet barn og med en binær kode, der hele tiden vil iagttage fremskridt eller tilbageskridt i form af formens inderside 'bedre' eller formens yderside 'dårligere'.

Et andet eksempel er *det politiske system*, der kommunikerer gennem mediet *magt* og dermed skelner med udgangspunkt i koden styrer | styret i kommunikationen (Andersen & Born 2005: 171). Al kommunikation i dette system omhandler derfor, hvem der styrer, og hvem der bliver styret. Magt er et symbolsk generaliseret medie, fordi alt kan relateres til, hvem der besidder magten. Samtidig er de symbolsk generaliserede medier med til at etablere de binære koder, som afgrænser, hvad systemet kommunikerer om. Det politiske system kan kommunikere om alt via sit medie, men fordi mediet er magt, vil det altid ske gennem koden styrer | styret og derfor altid være politisk kommunikation.

Organisations- eller interaktionssystemer har ikke deres egne symbolsk generaliserede medier, og de tilbydes derfor at kommunikere med afsæt i funktionssystemernes medier; dette er systemernes kobling til hinanden. Fra funktionssystemer går vi nu til iagttagelse, som er konstituerende for hele forståelsen af, hvordan kommunikation kommunikerer.

2.2.2 Iagttagelse

Som følge af vores socialkonstruktivistiske tilgang bliver begrebet *iagttagelse* væsentligt, da konstruktion af en genstand er afhængig af, hvordan den bliver iagttaget. Ydermere er Luhmanns iagttagelsesbegreb også centralt i hans måde at tænke forskelle på. En iagttagelse defineres som en "*indikation inden for rammen af en forskel*" (Andersen 1999: 119). Iagttagelse er derfor at se noget frem for noget andet; det vil sige at se den ene side af en forskel – men ikke den anden (Luhmann 2003: 16). En iagttagelse består hermed af tre komponenter – den markerede side, den umarkerede side og forskellen, hvilket kan illustreres således:

markeret side | umarkeret side

Sociale systemers måde at iagttage verden på sker gennem distinktioner. Det kan meget banalt eksemplificeres ved at iagttage en gammel mand. Den gamle mand er modsætningen til en ung mand. Det er ikke muligt at iagttage begge sider af en forskel, da der så ikke længere er tale om en forskel; det er ikke muligt at iagttage den samme mand som både gammel og ung (Andersen 1999: 110). En sådan iagttagelse kan også benævnes som en *første ordens* iagttagelse, da iagttageren kun kan se, hvad vedkommende iagttager gennem den umiddelbare forskel (Kneer & Nassehi 2000: 103). Iagttageren på første orden er derfor ikke bevidst om, hvilken forskel vedkommende iagttager, hvilket kaldes iagttagelsens blinde plet. Det vil sige, *"at iagttageren ikke kan se, at den ikke kan se, hvad den ikke kan se"* (Andersen 1999: 111).

Iagttagelse af *anden orden* er at træde et skridt tilbage og iagttage iagttagerens iagttagelser. Det vil sige at iagttage de forskelle, som sociale systemer kommunikerer over, hvilket muliggør iagttagelse af iagttagerens blinde plet. En andenordensiagttager formår i modsætning til en iagttager på første orden at iagttage forskelle og ikke kun markeringer inden for en forskel. Selve distinktionen træder frem for iagttageren på anden orden, mens førsteordensiagttageren kun er i stand til at se, hvad der falder på hver sin side af distinktionen.

I denne afhandling er målet at iagttage, hvilke forskelle aktørernes dødskommunikation trækker på og derved også aktørernes blinde plet. Dødskommunikation skal forstås som, hvordan henholdsvis forsvaret, medierne og politikerne kommunikerer, når en dansk soldat dør i Afghanistan. Vi ønsker at analysere aktørernes dødskommunikation, og det, vi iagttager, er, når aktørerne kommunikerer om døden. Andenordensiagttagelser muliggør iagttagelser af denne konstruktion, hvorfor vi kan iagttage de blinde pletter, som konstruktionen afføder. Det er netop denne bevægelse, der operationaliseres i vores analyser. Vi ved på anden orden, hvad vi kigger på og dermed også, hvad vi ikke kigger på. Dette har imidlertid et iboende paradoks, da det selv rummer en blind plet, idet vi iagttager over en distinktion. Men med Luhmanns ord kan vi i det mindste se, at vi ikke kan se, hvad vi ikke kan se (Luhmann i Kneer & Nassehi 2000: 105). Aktørernes og vores egen iagttagelsesoperation udgør til sammen en kombination af blindhed og syn – blindheden for noget, åbner samtidig op for at se noget bestemt (ibid.: 106). Afhandlingens blinde plet er, at vi kun kan se, hvad aktørernes kommunikation tilsyneladende konstruerer som dødskommunikation, og samtidig ved vi, at alt, der ikke er dødskommunikation, bliver vi

blinde for. Bevægelsen fra første til anden orden fører os fra en monokontekstuel til en polykontekstuel verdensopfattelse (Andersen 1999: 119). Det bevirker, at vi som iagttagere af iagttagere ved, at vi ikke kan se, hvad vi ikke kan se. I denne afhandling anlægges derfor en forståelse af genstandsfeltet som en polykontekstuel størrelse, hvorved en absolut realitet bortfalder. Dermed understreges altså igen, at vores afhandlings resultater er en konstrueret sandhed ud af mange og kunne have været konstrueret anderledes. Vores iagttagelse af dødskommunikation og aktører er en kontingent konstruktion, som kunne have været skabt på en anden måde, hvis iagttagelsespunktet såvel som analysestrategien havde været en anden. Det, vi iagttager, er kommunikation, hvorfor der nedenfor følger et indblik i Luhmanns forståelse af kommunikation. Allerede nu ved vi, at det er enkelte kommunikationer, som vi fokuserer på. Vi kunne også have valgt organisationssystemer eller kommunikationssystemer som enheder for analysen, men i og med vi vælger at lægge et bestemt snit ind i kommunikationen i form af dødskommunikation, beskæftiger vi os kun med enkelte kommunikationer, der hører herunder frem for andre typer af kommunikationsorganiseringer.

2.2.3 Kommunikation

Kommunikation skal ikke ses som en overførsel, som man traditionelt ser det i en forståelse af en afsender og en modtager af kommunikation. I stedet skal kommunikation ifølge Luhmann ses som en tredelt selektionsproces, hvor *information*, *meddelelse* og *forståelse* kombineres (Kneer & Nassehi 1997: 85; Andersen 1999: 126). Kommunikationen opstår med afsæt i selektionerne, så information skal indledningsvis vælges indenfor en hel række af muligheder. Herefter skal det afgøres, hvorledes information skal meddeles – det vil sige hvilken kommunikationskanal eller hvilke talemæssige virkemidler, der vælges. Afslutningsvis skal forståelsen indtræffe; forståelsens formål er ikke at forbedre transparens – forståelse er snarere en konstruktion i kommunikationen, idet kommunikationen skal vælge at forstå det kommunikerede. Betingelsen for tilstedeværelsen af kommunikation er således koordineret selektivt, idet der først er tale om kommunikation, når alle tre selektionsydelser er opfyldt. Selektionerne indebærer flere psykiske systemers deltagelse, hvorved de bliver en del af det samme sociale system; denne deltagelse ophører dog, når kommunikationen afsluttes.

Kommunikation binder hele tiden an til tidligere kommunikation, og det er derfor den efterfølgende kommunikation, der bestemmer, om der overhovedet er tale om kommunikation (Andersen 2001). Monologer vil således eksempelvis først være at betegne som kommunikation, når de bliver besvaret, hvorved dialogen som kommunikation opstår. At kommunikationen er koblet til tidligere kommunikation er derfor en af grundene til, at en kommunikationsdeltager aldrig vil kunne styre kommunikation. Den er ikke person- eller intentionsstyret. Man kan derfor tale om en fjerde selektion i form af *tilknytning* (Thyssen 1994; Luhmann 2003: 33), hvor resultatet enten er accept eller afbrydelse i den forstand, at det er op til kommunikationen at følge op på tidligere kommunikation; hvis opfølgningen ikke sker, vil der ikke være tale om kommunikation. Med Luhmanns egne ord kan man sige, at kun kommunikation kommunikerer (Luhmann i Kneer & Nassehi 1997: 94). Selv om der ikke er en egentlig dialog, så er der altså også tale om kommunikation, netop fordi man vælger ikke at tale. Kommunikation er selvskabende i den forstand, at kommunikation henviser til sig selv i en slags lukket system. Kommunikation er ikke blot en reduktion af kompleksitet, den skaber også sin egen kompleksitet; kommunikation fortolker ikke blot det sagte, men også det usagte. Kommunikation forudsætter derfor en gensidig forventningsdannelse. Som det mindste må den enkelte kunne forvente, at andre også har forventninger til kommunikationen, og at den derfor kan fortsætte.

Når vi vælger at tilslutte os ovenstående kommunikationsforståelse som led i et luhmanniansk paradigme har det selvsagt implikationer for vores problemformulering, og hvordan vi tilgår denne. Vi har nu i store træk opridset fundamentet for og nogle af implikationerne ved at anvende Luhmann som teoretiker. Ved at trække på hans teoriapparat vælger vi et iagttagelsespunkt på anden orden, når vi betragter kommunikationen. Hermed omskabes blikket på, hvordan der kommunikeres om død. Mens vi kan iagttage, at der drages en forskel i kommunikationen mellem død og ikke-død, kan kommunikationen ikke selv se, at den ikke kan se, hvorledes den skelner og opdeler verden i død og ikke-død. Herfra vil vi nu zoome ind på paradokset som begreb, som vi henter ind for at kunne analysere, hvordan kommunikationen forsøger at skjule det paradoksale i kommunikationen om døden.

2.3 Dødens paradoks

Temaet for hele afhandlingen er død i krig, og hvordan der kommunikeres om dette. Afhandlingens problemformulering antyder i sig selv noget paradoksalt, når der spørges til, hvordan der kommunikeres om det, der ikke kan kommunikeres om; på den ene side kommunikeres om død, på den anden side kan denne kommunikation ikke foregå. Men den foregår. Samtidig med, at død er et emne, er det også et ikke-emne for kommunikationen. Og kommunikationen flakser mellem disse to værdier. Dermed stiller den overordnede forskel sig op som død | ikke-død. Der er tale om en betoning af indersiden død, når der tales direkte om den døde eller om dødsepisoden. Vi vælger ligeledes at identificere, at kommunikationen trækker på død, hvis den omhandler, hvordan soldater er blevet såret, da vi også vælger at tilskrive en sådan episode døds karakteristika. Vi definerer derimod ikke-død som den kommunikation, der finder sted, når der tales om den døde, men hvor kommunikationen ikke omhandler døden – men derimod for eksempel, at soldaten var en helt, eller at tabet er synd for de efterladte samt kommunikationen, hvor døden ikke italesættes direkte – men i stedet gør brug af formuleringer, der antyder, at en soldat er blevet dræbt – uden at ordet dræbt nævnes – for eksempel *”Vi kunne alle ønske, at de havde fået lov at komme hjem og nyde frugten af deres arbejde, men det fik de ikke lov til”* (e222fdad – 14/8).

Vores blik på anden orden gør os i stand til at se det, som kommunikationen ikke selv kan se om sig selv. Kommunikationen vil, hver eneste gang der drages en forskel, være blind for kontingensen i denne forskel, mens det for os vil være muligt at se, at hver gang en forskel drages, efterlader kommunikationen både en inderside og en yderside af forskellen – henholdsvis død og ikke-død.

Flere teoretikere har beskæftiget sig med paradokset som analytisk figur og betegnet, hvordan samfundsforhold, institutioner og kommunikation kan fastlåses eller fungere paradoksalt. Ideen om paradokset i kommunikationen og i sociologisk teori har beskæftiget en lang række teoretikere ud over Luhmann. Vi vil her motivere vores udvælgelse af den paradoksforståelse, som bliver gældende for resten af afhandlingen ved først at undersøge Laclau og Mouffes paradoksforståelse, holde den op mod, hvordan henholdsvis Derrida og Bourdieu har beskæftiget sig med paradoksale tilstande for endelig at sammenligne disse teoretiske retninger med Luhmanns paradokshåndtering. Slutteligt vil vi stykke lidt af Teubners ide om hybrider sammen med vores paradoksanalytik.

2.3.1 Paradoks

Paradoksbegrebet er sammensat af to græske ord – 'para', som betyder 'ved siden af', og 'doks', som betyder 'mening'. Paradokset som begreb kan dermed anvendes til at beskrive noget, som er ved siden af sin mening – eller sagt på en anden måde; noget som logisk ikke kan give mening. Paradoks bruges i daglig tale til at beskrive noget modsætningsfyldt og består typisk af to udsagn, som hver for sig giver mening, men som sammensat ikke er meningsfyldt. Det kan også blot være et ord og et udsagn, der er i modsætning med hinanden. Det er det for eksempel i det klassiske paradokseksempel med sætningen "Jeg lyver altid". Sætningen er modsætningsfyldt, for hvis den, der fremsætter sætningen, altid lyver, vil sætningen rent semantisk være sand. Men hvis sætningen er sand, modsiger den sig selv. Det eneste, man kan udlede af dette paradoks, er altså, at den person, der udsiger udsagnet sommetider lyver og sommetider taler sandt – altså er det uafgørbart, hvornår hvilken værdi er gældende (Den Store Danske 2011b). Vi vil nu se på, hvordan forskellige teoretikere går til denne modsigelsesfyldte formation.

2.3.2 Laclau og Mouffes logikker | Paradoksal repræsentation, tolerance og magt

Ernesto Laclau og Chantal Mouffe⁶ arbejder blandt flere andre tematikker med paradokset i deres poststrukturalistiske politiske analytik. Laclau og Mouffes teori er ikke umiddelbart konvertibel med Luhmanns systemteoretiske verdensbeskrivelse – men en række udgangspunkter er sammenlignelige.

For eksempel er udgangspunktet for Laclau og Mouffe, at alt, der konstituerer mening eller politik i verden, er skabt af diskurs (Laclau & Mouffe 2002: 52f). Begrebet diskurs, forstået som det, der etablerer sammenhæng mellem forskellige elementer, ved en artikulation af diskursen, minder i form og funktion om Luhmanns kommunikationsbegreb. Uden diskurs og uden kommunikation – ingen beskrivelig verden. Der findes ikke noget uden for diskursen, ligesom der ikke findes noget uden for kommunikationen hos Luhmann. Samtidig ses en lighed i det poststrukturalistiske fundament, hvor diskursen defineres ud fra

⁶ Laclau og Mouffe er begge politiske teoretikere af henholdsvis argentinsk og belgisk oprindelse – men har slået deres videnskabelige folder primært i Storbritannien. Deres fokus for deres teoretiske arbejde har gennem tiden været at definere politik og politisk praksis og en grundholdning om, at alle relationer og alt andet er politiske – det politiske har primat. Det giver sig udslag i analyser, der blandt andet har berørt hegemoniske forhold, magtstrukturer og sociale bevægelser (Laclau & Mouffe 2002: 12f)

det, den ikke er. Diskursen hos Laclau og Mouffe defineres ved sin negative værdi. Diskurs har ikke en essens, men er det, den ikke fremstår som:

*”Vi bør bemærke, at det i denne formel (antagonismens) ikke drejer sig om en positivt defineret pol, der konfronterer en negativ pol; eftersom **alle** polens differentielle determinationer er opløst gennem deres negativt-ækvivalente reference til den anden pol, viser hver af dem udelukkende, hvad den ikke er. Lad os endnu engang insistere; at være noget er altid ikke at være noget andet (at være A implicerer ikke at være B). Det er denne banalitet, vi forfægter, eftersom den er placeret i et **logisk** terræn, som er fuldstændigt domineret af kontradiktionsprincippet; **ikke at være** noget er simpelthen den logiske konsekvens af at være noget andet; værens positivitet dominerer diskursens totalitet. Det, vi hævder, er noget andet; **at visse diskursive former, gennem ækvivalens, ophæver al objektets positivitet og giver virkelig eksistens til negativitet som sådan.** Denne det virkeliges umulighed – negativitet – har antaget en nærværnsform.” (Laclau & Mouffe 2002: 82)*

Hvordan virkelig eksistens gives til negativitet kan paralleliseres til Luhmanns system-omverdenanalyse. Hos Luhmann eksisterer indersiden af kommunikationens betegnede forskel netop kun i kraft af sin yderside – sin omverden. Indersiden er ingenting med mindre, at forskellen er draget.

I vores analyse vil vi undersøge en distinktion, der tager udgangspunkt i død som begreb, og vi vil i denne analyse være opmærksom på, at hvordan død fremstår og betegnes, er kontingent. Kontingens som vilkår er kendetegnende både for Luhmann og Laclau og Mouffes teori. Denne grundantagelse om kontingens karakteriserer poststrukturalismen og til den knytter sig blandt andet dekonstruktionen som analytik (Andersen 1999: 99f). Laclau gør det til et af sine ærinder at forsøge at undersøge dekonstruktionens funktion eller logik⁷. Han undersøger – blandt flere – tre typer af logikker: repræsentationens, tolerancens og magtens logik. Det paradoksale fremkommer i hans undersøgelser som et vilkår for diskursen.

Laclau undersøger repræsentationens logik og slår fast, at de, der politisk repræsenterer en gruppe af repræsenterede, i lige så høj grad konstitueres af de repræsenterede, som den repræsenterende konstituerer de repræsenterede. Det giver ikke mening at repræsentere nogen, hvis de ikke anerkender det – ligesom det ikke giver mening at lade sig repræsentere, hvis repræsentanten ikke anerkender dette. Indsigten ændrer synet på mulighederne for repræsentation og beskriver, hvordan feltet mellem repræsentation og

⁷ Laclau og Mouffe arbejder sammen i nogle tilfælde – men netop dekonstruktion er et område, som Laclau udforsker alene.

repræsenterede giver mulighed for at forstå dynamikken mellem de to parter (Laclau & Mouffe 2002: 149-151).

Den måde, som forskellen mellem repræsentant og repræsenterede vendes om på eller dekonstrueres, genfindes i måden, Laclau beskriver tolerancens logik på. Tolerance er ikke mulig uden intolerance, hævder han. Det ses i den tankerække, der indbefatter at forsøge at forestille sig, at man kun kan tolerere det, som man finder moralsk acceptabelt. Hvis man kun kan tolerere det, som man i forvejen går ind for moralsk, er der i virkeligheden ikke nogen tolerance. Begrebet bliver dermed tomt (Laclau & Mouffe 2002: 151f). Kun ved at kunne moralsk tage afstand til noget, som man finder uacceptabelt, og alligevel acceptere det, er man moralsk. Tolerance implicerer altså, at intolerance eksisterer: *"Det at være intolerant over for visse ting er selve forudsætningen for at kunne være tolerant over for andre. Intolerance er på samme tid mulighedsbetingelse og umulighedsbetingelse for tolerance"* (Laclau & Mouffe 2002: 152).

Mulighedsbetingelsen, der samtidig er en umulighedsbetingelse ses igen i Laclaus beskrivelse af magtens logik. Kun ved at have magt over noget frit eller frihed i forhold til noget magtdomineret, kan magten eksistere: *"Magt er frihedens skygge, og som et arabisk ordsprog siger; man kan ikke springe væk fra sin egen skygge. Vi kan helt sikkert frigøre visse sociale muligheder, men kun mod at vi samtidig undertrykker visse andre"* (Laclau & Mouffe 2002: 153).

Logikkerne er eksempler på, at nogle fænomener kun er mulige, samtidig med de er umulige. Vi kan kun tolerere det intolerante, og vi kan kun herske og have magt over frihed. Logikkerne indeholder både det lad-sig-gørlige og det ikke-lad-sig-gørlige. Laclau bruger ikke begrebet paradoks selv, men logikkerne er en slags paradokser. I og med at logikkerne betinges af to modsætningsfyldte sider, der betinger hinanden, beskriver Laclau med de tre begreber repræsentation, tolerance og magt også paradokser. Laclaus begreber er tæt knyttet til den politiske verden og til tre bestemte forhold. Logikkerne er særdeles specifikke på tre fænomener, og vi mener ikke, at de uden videre og heller ikke med videre kan overføres til vores arbejde med død som en paradoksal kommunikation.

Vi er på jagt efter et paradoksbegreb, der kan omfatte al kommunikation og mere specifikt dødskommunikation. Laclaus logikker var et bud, som ikke opfylder vores krav, og vi

prøver derfor lykken hos en anden dekonstruktivist – nemlig Jacques Derrida. Han beskæftiger sig med paradokset i forhold til meningsskabelse.

2.3.3 Paradokset som gave

Paradokset optræder også som teoretisk figur hos den franske filosof Jacques Derrida (1930 - 2004). Her er paradokset knyttet til sprogteori og til det, han kalder gavens logik. Derrida argumenterer for, at gaven er sin egen umulighed. Derfor kan der kun eksistere en gave, hvis forholdet mellem giver og modtager er fuldkommen asymmetrisk (Derrida 1981). Det skyldes, at gavens operation er at give uden at modtage, men en modtagelse vil altid føre til en udveksling i en eller anden form. I fald man vælger at acceptere at modtage en gave, er der ifølge Derrida således ikke længere tale om en gave. Giveren må heller ikke være bevidst om, at han giver en gave, for det er netop gennem umulighed, at gaven får sin eksistensberettigelse. Gavens asymmetri har dog mulighed for at rekonstruere sig ved hjælp af den økonomiske logiks symmetri, hvor symmetrien genoprettes ved at indføre gaven, og gaven hvorefter denne ophæver sig selv som gave.

Det paradoksale i Derridas gavelogik er spørgsmålet om, hvordan man kan give en gave uden at give den, og ifølge Derrida er følgende den eneste mulighed: *"For at gaven kan være en gave, må modtageren ikke blot ikke opfatte den som sådan, uden hverken bevidsthed om den, erindring om den eller anerkendelse af den, skal han glemme den i samme øjeblik, men yderligere på en så radikal måde, at selv de psykoanalytiske kategorier for glemsel overskrides"* (Derrida 1981: 67).

Hvis gaven eksisterer som gave, som den er, så findes den ikke mere i samme øjeblik; den annullerer så at sige sig selv (Derrida 1981: 71). Gaven som fænomen – både fysisk og kommunikativt – er altså både mulig og umulig på samme tid. Dens funktion er dermed paradoksal.

Den franske sociolog Pierre Bourdieu (1997) arbejder videre med gavens paradoksale karakter og mener, at gaven kan eksistere som en mulighed i kraft af flere forskellige tilsløringsmåder. Hans opfattelse af gaven bliver dermed et opgør med Derridas forståelse.

2.3.4 Gavens mulighed

En kort introduktion til Pierre Bourdieu er påkrævet for at kunne identificere, hvorledes hans gaveopfattelse adskiller sig fra Derridas, og denne introduktion følger nedenfor. Bourdieu (1930-2002) var en fransk sociolog, der beskæftigede sig primært med sociologiske feltanalyser (Mathiesen & Højbjerg 2005). Formålet med feltanalyserne som analyseredskab er at afdække sociale strukturer, magtrelationer og kampe gennem empiriske studier (ibid.). Den umiddelbare forståelse af verden anvendes således som middel til objektivering af disse sociale forskelsstrukturer og magtrelationer. Det er forskerens egen afgrænsning, der fører til skabelse af et felt, som er et udsnit af den sociale virkelighed. Feltet skal derfor anskues som et afgrænset område, indenfor hvilket selve betragtningen finder sted; der er tale om en form for strukturelt mønster af relationer mellem modstridende positioner. Positionerne er objektive i form af de bindinger, som de aktører og institutioner, der udfylder positionerne, er underlagt (Bourdieu & Wacquant 1996). Det sociale i form af samfundet skal i den forbindelse ses som et rum af forskelle eller positionsdistinktioner, og konstruktionen af dette rum trækker på to typer af differentiering i form af henholdsvis den økonomiske og den kulturelle kapital (Bourdieu 1997). De enkelte aktører og institutioners placering i feltet er betinget af deres relative mængde af kapital – det vil sige den symbolske kapital, der kan forstås som sammensætningen af ressourcer og kompetencer (Bourdieu & Wacquant 1996), som til sammen udgør den enkeltes mulighed for magt og indflydelse inden for det givne felt.

Muligheden for magt og dermed også indflydelse understøttes af symbolsk vold. Det er et fænomen, som i høj grad har betydning for aktørers handlinger, da symbolsk vold kan beskrives som det, at man anerkender noget, som egentlig er imod ens sædvanlige overbevisning (Bourdieu 1997: 185). I forholdet mellem aktører kan man se det ved, at den ene part dominerer den anden, og derved vil den undertrykte part blive tvunget til noget, som den ellers ikke ville have gjort. Den undertrykte opfatter dog ikke volden – men accepterer i stedet blot den ændrede tilstand og efterlever denne. Kommunikation er således med sin kraft med til at skabe symbolsk vold.

Den symbolske vold er også i spil i forhold til gavegivning. Bourdieu (1997) betoner, at gavens logik netop er bundet op på det, Luhmann ville skitsere som distinktionen giv[udveksle. Som både giver og modtager ved man godt, at der egentlig er tale om en udveksling – men ved eksempelvis at inddrage tidsaspektet som tilsløringsmulighed, kamoufleres udvekslingen som en gave. Tiden anvendes for eksempel som tilsløring, når

man giver en gave til en vens fødselsdag, hvor der indirekte er en forventning om, at man selv modtager en gave til ens egen fødselsdag. En anden tilsløringsmulighed er kamuflering af prisen. Som modtager anerkender man gaven som gave, men man vil helst ikke vide, hvad den koster, ligesom giveren ej heller vil afsløre prisen. Bourdieu mener således, at gaven eksisterer, men at den samtidig er dens egen umulighed, idet man er nødsaget til at anvende tilsløringer for at opretholde gaven som gave.

I forbindelse med gavegivningen eksisterer der således et magtfelt bestående af giver og modtager, hvor giver besidder den største mængde symbolsk kapital, idet modtager ubevidst accepterer, at giver udøver symbolsk vold, hvilket bevirker, at giveren opnår en mere magtfuld placering i feltet, hvorved magtspeilet i det sociale rum kobles med gavens funktion. Magtspeilet kan imidlertid skjules igennem en række strategier for sløring af disse. Det er muligt at skjule det paradoksale i gavegivningen.

Hvis vi kort går tilbage til Derrida, var hans begreb om paradoksalitet knyttet op om et bestemt umuligt begreb – nemlig gavegivning. Det er svært at overføre begrebet direkte til kommunikationen. Man kan godt anføre, at gavegivning også foregår i kommunikationen i form af respons på kommunikation fra anden kommunikation, men det drejer sig stadig om en udveksling af et konkret objekt. Døden foregår ikke som en kommunikativ gavegivning – men opstår blot som et tema i kommunikationen, og vi vurderer derfor, at Derridas begreb om gavegivning ikke er tilstrækkelig bredt til at dække vores behov for at kunne analysere døden som kommunikativt paradoks.

Vi noterer os i forhold til Derrida, at Bourdieu beskriver, hvorledes gavens paradoks kan omgås gennem en række strategier, hvormed det sløres, hvad der egentlig er på spil i gavegivning. Bourdieus genstand er ikke kommunikation – men konkrete sociale praksisser, og da vores genstand er kommunikation, mener vi ikke at kunne overføre disse strategier direkte til den type af kommunikation, vi beskæftiger os med. Imidlertid leder Bourdieu os på sporet af, at paradokset kan forsøges gemt væk. Denne viden vil vi bruge senere i forbindelse med paradokshåndtering i kommunikationen.

2.3.5 Luhmann og paradokset

Vi har introduceret forskellige paradoksforståelser, men ingen af disse passer specifikt til vores problemstilling; nemlig at se på kommunikation om død som et paradoks. Vi vender

os derfor mod Luhmanns paradoksforståelse, som viser sig i kombination med Teubners begreber at kunne anvendes til vores dødskommunikation.

Vi kender allerede den almene forståelse af et paradoks. Det giver mening for at nærme sig paradoksens funktion og fremtoning først at anskue det i forhold til et problem. Et problem er problematisk og vanskeligt, men til gengæld er det løseligt. Heroverfor står paradokset som u-løseligt. Det grundlæggende i paradoksale udsagn er, at de er kendetegnet ved *"(...) en skiften frem og tilbage mellem to værdier, uden at denne bestandige gåen frem og tilbage kan afgøres for den ene side"* (Kneer & Nassehi 1997:109). De to værdier findes på hver side af en distinktion, som ifølge Luhmann er den måde, al iagttagelse foregår på; altså hvor det iagttagede altid skal ses som modsætning til det, der ikke iagttages (Luhmann 1998:170).

I et problem vælges den ene side i denne distinktion, men i paradokset kan den ene side ikke vælges frem for den anden, da det, der iagttages som distinktionens fravalgte side, bliver en del af den valgte side – det Luhmann kalder 're-entry' eller på dansk genindførsel (Andersen 1999: 113). Den konstante vekslen mellem to værdier, der er modsatrettede, men samtidig befinder sig på samme side af en distinktion, får konsekvenser for kommunikationens betingelser for fortsættelse. Når der ikke vælges en værdi, men konstant pendles mellem for eksempel død og ikke-død, sker et *"tab af bestembarhed, altså af tilslutningsevne for yderligere operationer"* (Luhmann i Kneer & Nassehi 1997:110).

For at kommunikationen kan fortsætte på trods af de paradoksale mulighedsbetingelser, må situationen afparadokseres. Man kan sige, at kommunikationen må få omgivelserne til at glemme, at der overhovedet findes et paradoks. I forhold til paradokset i dødskommunikationen betyder det, at kommunikationen fremstiller det som, at der ikke både er død og ikke-død tilstede i kommunikationen, men kun den ene af siderne. Det sker gennem et kontingent valg af en af distinktionens sider, som paradokset svæver mellem, og dermed markeres denne som det kommunikative systems inderside. *"Når man imidlertid indtager iagttagerpositionen af anden orden, kan man samtidig iagttage, hvorledes iagttageren af første orden forholder sig, hvordan han gør sit paradoks usynligt, hvordan han erstatter og omstiller det med forskelle, hvordan han ændrer ubestembar til bestembar kompleksitet, og dermed kommer frem til de endelige informationsomkostninger"* (Luhmann i Kneer & Nassehi 1997:111).

Det 'koster' altså noget at komme frem til kommunikationens fortsættelse – nemlig udelukkelse af den ikke valgte værdi ved distinktionen og dermed paradoksets usynliggørelse (Andersen 1999: 114). Hvis kommunikationen vælger at fremstille død i kommunikationen, kan vi ikke se ikke-død. Og omvendt.

Paradoksforståelsen hos Luhmann er altså stærkt koblet med Luhmanns ide om iagttagelse, som vi i forvejen har beskrevet; paradokset har to karakteristika, som minder om karakteristikaene for iagttagelse. For det første vil paradokset beskrive 'alt' – det vil sige, at det medtager sig selv i sit udsagn. Dette henfører til Luhmanns begreb om kommunikative systemer som selvreferentielle – idet paradokset henviser til alt, henviser det også til sig selv. Samtidig er paradokser opstillet ved et modsætningspar og bygger dermed på en distinktion – som er samme måde, hvorpå iagttagelsen foregår. Paradokset er dermed beskrivende for hele den måde, iagttagelse foregår på i sociale systemer; ved selvreferentielt at iagttage gennem en distinktion inkluderer systemet sig selv i iagttagelsen (Kneer & Nassehi 1997: 109f). I denne iagttagelse ligger det, som Luhmann betegner som den blinde plet, hvilket er det paradoksale ved iagttagelsen – ved at iagttage gennem en distinktion, ser kommunikationen ikke, hvordan den iagttager med en distinktion.

Når kommunikationen beskæftiger sig med død, medfører Luhmanns paradoksforståelse, at kun en af de mulige værdier træder frem på første orden og sikrer kommunikationens fortsættelse. Gennem denne afparadoksring kan kommunikationen fortsætte. Vi forestiller os, at kommunikationen ikke altid vil reagere på denne måde – måske kan paradokset overkommes på anden vis. Den Luhmann-inspirerede jurist og sociolog Gunther Teubner⁸ præsenterer et bud på en forståelse af paradokset som produktivt for kommunikationen, som vi kort vil introducere.

2.3.6 Det produktive paradoks | Teubners paradoksforståelse

Teubner adskiller sig fra Luhmann ved at beskæftige sig med kommunikation og kommunikative systemer på højere orden og i andre konstellationer, end Luhmann gør. Teubner beskæftiger sig blandt andet med netværk som tredjeordenssystemer og med hybrider, som er højere ordenssystemer, der i kraft af deres sammensætning gør det muligt at rumme modsatrettede tendenser i kommunikationen. Teubners udgangspunkt er juridisk, og han beskæftiger sig blandt andet med kontrakt som en type netværk som

⁸ Gunther Teubner (1944-) har i sin akademiske karriere været tilknyttet mestendels sociologiskrelaterede akademiske hverv på blandt andet London School of Economics og Frankfurt Universitet.

tredjeordenskommunikation. Teubner skelner mellem hybrider og netværk på følgende måde:

- “1. Network is a third type of private coordination, alongside contract and association.*
- 2. Hybrids are not simply mixtures of network, contract and organization, rather social arrangements in their own right. They are based on the institutionalized reentry of a distinction into the positive side of the distinction.*
- 3. Once the institutional differences between networks and hybrids are established, a parasitic relation between the two becomes viable.*
- 4. Hybrid networks emerge as deparadoxifiers in a double bind situation”*
(Teubner 2002: 9-10)

Teubner antyder her, at kombinationen af hybrider og netværk fremstår som en type de- eller afparadokseringsmidler i kommunikationen. Der er altså noget andet end blot valg af en af værdierne for kommunikationen, som kan være med til at afparadoksere paradokset.

Teubner beskriver hybrider som mulige afparadokseringsmekanismer i forhold til specielt økonomisk kommunikation: *“They emerge in situations of paradoxical communication where economic actors are exposed to contradictory messages ($A = \text{non-}A$), even to paradoxical messages (A because non- A)”* (Teubner 1996: 59f). Han formulerer, at kommunikationen om paradokset ikke behøver stoppe op og tøve ved paradokset, men at hybrider tværtimod kan bruges: *“Under certain conditions, hybrid arrangements can provide for an institutional environment where paradoxical communication is not repressed, not only tolerated, but invited, institutionally facilitated and turned productive”* (ibid.). Kommunikation om paradokser kan altså fungere anderledes end blot at lade paradokset skjules, idet Teubner lader os vide, at der kan veksles mellem paradoksets sider alt efter forgodtbefindende.

Paradokset som noget produktivt og ikke-stoppende for kommunikationen, vil vi gå videre med i vores konkrete analysemetode, som præsenteres senere i kapitlet.

2.3.7 Dødens paradoks som teoretisk udgangspunkt

Vi har i ovenstående del af analysestrategien kombineret vores teoretiske udgangspunkt hos Luhmann med input fra Bourdieu, Derrida, Laclau & Mouffe samt Teubner. Vi har fundet frem til en paradoksforståelse, der tager udgangspunkt i Luhmanns teoriapparat. Paradoksforståelsen minder i vid udstrækning om forståelsen af iagttagelse som en

selvrefererende kommunikation, der spalter verden i to sider, som den ikke selv kan se, at den gør.

Anvendes dette i forhold til afhandlingens ambition om at iagttage dødskommunikation, vil en første ordens iagttagelse af død implicere en kommunikation, der spalter dødskommunikationen, så alt på indersiden af distinktionen vil kredse om død, mens der på ydersiden vil befinde sig ikke-død. Vores blik som iagttagere på anden orden vil imidlertid gøre os i stand til at se, hvordan der skelnes, og hvor forskellen mellem død og ikke-død drages. At dette paradoks ikke kun forsøges skjult, men også kan fungere som noget produktivt for kommunikationen, har Gunther Teubner antydnet for os.

I den følgende del af analysestrategien vil vi gå fra dette mere overordnede teoretiske perspektiv til en nærmere beskrivelse af den analysemetode, som vi konkret kan undersøge kommunikationen om død med. Det gøres først gennem en formanalyse og dernæst en afparadokseringsanalyse. Vi undersøger afslutningsvist med udgangspunkt i analyserne, hvordan de forskellige aktørers kommunikation har indflydelse på hinanden.

2.4 Strategi for analyse af dødskommunikationen

Vi zoomer nu ind fra et overordnet luhmanniansk paradoksbaseret udgangspunkt til vores konkrete fremgangsmåde for analyserne i henholdsvis en formanalyse og en afparadokseringsanalyse.

2.5 Formanalyse

Den første analysemetode, vi vil introducere, er formanalysen, hvor vi vil identificere, hvilke former dødskommunikationen trækker på. Vi har identificeret, at det overordnede skisma i vores afhandling kan beskrives som et dødsparadoks. Men hvordan, der kommunikeres om dette, har vi brug for at undersøge.

Vi vælger derfor at anvende formanalysen som analytik. For formanalysen gælder, at kommunikationen orienterer sig efter ledeforskellen enhed] forskel (Andersen 2008: 313). Iagttagelsespunktet for formanalysen er aktørernes kommunikation om soldaternes død. Hvor begynder den, og hvor stopper den? Formanalysen er netop en analyse af kommunikationens grænser (Andersen 1999:129); det vil sige hvilke begrænsninger, der

opstår for kommunikationen, når der opereres over en bestemt forskel. Ledeforskellen, hvormed vi iagttager dødskommunikationen er død] ikke-død. Forskellen består af en markeret og en umarkeret side, hvor det er enheden af forskellen, som iagttages. Vores analytiske blik ledes derfor af en forskel, hvor aktørernes dødskommunikation står på den markerede side, og hvor den umarkerede side er kontingent og rummer utallige begreber, som kan siges at være ikke-dødskommunikation.

På andenordensniveau er det muligt at iagttage denne forskel, mens aktørernes kommunikation på første orden kun kan se den markerede side – det, der betegnes som død. Vi kan imidlertid også se den kommunikation, der falder på den anden side af forskellen – nemlig ikke-død.

Formanalysen vil identificere, hvilke former kommunikationen anvender til at betegne de to sider af kommunikationen, der kan udfoldes inden for rammen af den overordnede forskel. Ved at gå i dybden med de forskellige former, og hvordan de knytter an til hinanden, får vi mulighed for at identificere logikken bag de enkelte aktørers dødskommunikation.

Vi anførte indledningsvist i analysestrategien vi mindstemålet for en systemteoretisk analyse. Disse punkter har vi brugt til at begrunde, hvordan død] ikke-død fremkommer som afhandlingens overordnede distinktion i form af et paradoks. De samme punkter vil vi anvende i formanalysen til at forklare, hvilke kommunikative former vi ser dukke op i dødskommunikationen. Derfor vil vores fremgangsmåde for formanalysen også være jævnfør Andersen (1999):

1. redegøre og begrunde valg af ledeforskel
2. redegøre for konditionering af ledeforskel
3. udpege og begrunde implikationerne ved netop dette iagttagelsespunkt; udpegningen af implikationerne sker ved angivelse af systemreference; altså hvilket udgangspunkt for hvilket system hvilke ting er omverden for

Som det vil ses, vil vi ikke gå frem i fuldstændig punktvís orden i formanalysen, men de tre punkter vil medtages i hver eneste af de former, vi vil identificere som værende gældende i dødskommunikationen. Før analysen følger der dog her yderligere redegørelse for den anden type af analyse, vi foretager.

2.6 Afparadoksering som analysemetode

I det følgende vil vi klargøre, hvordan vi bruger processen afparadoksering som analytisk greb i en analyse af, hvordan de former, vi har udledt via formanalysen, anvendes som afparadoksninger af dødsparadokset i kommunikationen.

Vi har forklaret paradokset som en uafgørbar situation for kommunikation, der alligevel konstant afgøres. En forskel drages, og en afparadoksering foregår dermed i kommunikationen. Hvordan, der afparadokseres, er naturligvis forskelligt for hver eneste kommunikation, og den er også afhængig af på hvilket systemniveau, den foregår.

På niveauet for system] omverden beskriver Kneer og Nassehi, hvordan det bliver muligt at afparadoksere paradokset. Det er kendetegnende for et paradoks i et system, at det bliver paradoksalt, når forskellen system] omverden dukker op på indersiden af systemets forskelsdragen. Når en re-entry kommer til syne på indersiden, kan det, der før var yderside til systemet, nu også findes inden for systemets grænser, og det bliver paradoksalt, hvordan systemet kan vælge en tilslutning:

*”Funktionelle delsystemer er altså tvunget til at ophæve selvblokeringer for at sikre deres egne operationer; dette kan ske ved hjælp af afparadoksninger eller invisibilisering af paradokser. Når refleksion over kodens enhed bliver uudholdelig, bliver enheden slet og ret erstattet af difference. ”Så kan systemet orientere sine operationer efter denne difference, kan veksle inden for denne difference, kan udvikle programmer, som regulerer tilordningen af operationer til kodens positioner og modpositioner, uden at stille spørgsmål ved kodens enhed” (Ökom:77). Man kunne også sige: **systemet fungerer slet og ret som om verden var, sådan som den bliver iagttaget.**” (Kneer og Nassehi 1997:142f).*

I citatet fremhæver Kneer og Nassehi to muligheder for håndtering af paradokset på systemniveau, nemlig at afparadoksere paradokset ved at skubbe det i baggrunden, og en invisibilisering; det vil sige usynliggørelse af paradokset. Vi vælger at overføre disse to metoder for afparadoksering til også at kunne foregå i den type kommunikation, hvor en enkelt kommunikation kan fremtræde som afparadokserende enten ved at skubbe det kommunikative paradoks i baggrunden eller ved at usynliggøre paradokset ved ikke at eksplicitere det.

Ud over disse to paradokshåndteringsmuligheder fremhæver Teubner en anden afparadokseringsmetode. Nemlig at lade paradokset fungere som noget produktivt for kommunikationen ved at lade det optræde i forgrunden (Teubner 2002: 11-12).

Der er dermed tale om tre forskellige måder at overkomme paradoksets paradoksale karakter, som kommunikationen anvender:

1. paradokset i baggrunden
2. prioritering af paradoksets ene side
3. paradokset i forgrunden

Vi mener, at disse tre muligheder er den måde, paradokset kan håndteres på kommunikativt – enten ved ikke at vise det, skjule den ene side eller skubbe begge paradoksets sider i forgrunden. Nedenfor følger en udfoldelse af de tre måder, vi har identificeret som paradokshåndteringsmuligheder. I litteraturen finder vi ikke bud på andre paradokshåndteringsmuligheder, og vi udleder ikke flere i det følgende.

2.6.1 Paradokset i baggrunden

Når paradokset håndteres i form af en 'invisibilisering' ved at skubbe det i baggrunden, vælger kommunikationen at forsøge at sløre begge mulige tilslutningsværdier og i stedet forsøge at farve kommunikationen anderledes ved for eksempel at tilslutte sig et funktionssystem eller en form, der kan give kommunikationen en anden retning. Paradokset forsvinder ikke, men det skubbes væk.

I forhold til dødskommunikation og den overordnede distinktion død | ikke-død bliver det tydeligt, når kommunikationen ikke taler om hverken død eller ikke-død, men om noget helt andet end død. For eksempel kan man bruge begrebet 'ansvar' til at afparadoksere distinktionen død | ikke-død og i stedet tale om, hvem der har ansvaret for døden. Paradokset bliver dermed et spørgsmål om ansvar i stedet for død.

2.6.2 Prioritering af paradoksets ene side

Paradokset i kommunikationen kan også håndteres ved at vælge en af de to sider, som kommunikationen stiller til rådighed. Ved at vælge en af siderne i kommunikationen sløres den anden som bekendt, og det fremstår, som at kun den ene side er en mulig tilslutning for kommunikationen. I forhold til dødskommunikation betyder det, at enten død-indersiden eller ikke-død-ydersiden betegnes, mens den anden side overhovedet ikke nævnes i kommunikationen. Konsekvensen bliver en kommunikation, hvor død slet ikke fremstår som en mulighed mere, mens ikke-død bliver synlig. Eller omvendt.

2.6.3 Paradokset i forgrunden

En sidste afparadokseringsmetode til at håndtere paradokset på er ved slet ikke at afparadoksere. Denne håndteringsmetode fremkommer, når paradokset er i forgrunden. Kommunikationen er opmærksom på det konstante sideskift og betoner både inderside og yderside. Valget af værdi afhænger af succesen for fortsættelsen af den videre kommunikation.

Ifølge Teubner fremkommer denne type afparadoksering, når hybride anordninger i kommunikationen sørger for, at den paradoksale kommunikation ikke undertrykkes, som når paradokset sættes i baggrunden, men tværtimod: *"where paradoxical communication is not repressed, not only tolerated, but invited, institutionally facilitated and, sometimes, turned productive"* (Teubner 2002: 11-12).

Denne produktive version af afparadokseringen fremkommer ifølge Teubner, når organisationer sammenkoblet med regler, rutiner og netværk bliver til hybrider. Hybriden fremstår som en tredjeordensaktør, som figurerer på et systemteoretisk organisationelt tredjeordensniveau. Vi vælger at forestille os, at den afparadoksering, som hybriden fungerer som på organisationsniveau, også kan foregå på rent kommunikationsniveau, som er der, hvor vores afparadokseringsanalyse eksekveres.

I forhold til dødskommunikationen vil det implicere, at når der kommunikeres, bliver paradokset en motor i kommunikationen, der skubbes frem til fuldt skue, så det bliver muligt at kommunikere både om død og om ikke-død. Paradokset og dets muligheder bliver dermed synlige.

2.6.4 Afparadokseringens tre muligheder

Vi vil i analysen anvende de tre ovenstående måder at håndtere paradokset på til at se på, hvordan de forskellige aktører formodentligt håndterer dødskommunikationen forskelligt, og til at besvare, hvordan det er muligt at kommunikere om død ved ikke at kommunikere om det (paradokset i baggrunden), at kommunikere om død ved at snakke om enten død eller ikke-død (prioritering af paradoksets ene side), og hvordan man kan snakke om død ved at snakke om både død og ikke-død (paradokset i forgrunden).

Skematisk kan de tre afparadokseringsmuligheder afbilledes, som det ses på næste side:

Tabel 1 - Afparadokseringsmuligheder

	Funktion	Dødskommunikation
Paradokset i baggrunden	Paradokset usynliggøres i kommunikationen	Intet om død
Prioritering af paradoksets ene side	Kun paradoksets ene side er synlig i kommunikationen	Enten død eller ikke-død
Paradokset i forgrunden	Begge sider af paradokset er synlige i kommunikationen	Både død og ikke-død

Vi ved, at et skema vidner om kassetænkning, og faren ved at opstille et skema som ovenfor er selvsagt, at man putter alt i kasser og ikke er følsom nok over for den empiri, som ligger til grund for afhandlingen. Vi vurderer dog, at de kategorier, vi anvender, er brede nok til at kunne opfange kommunikationen – men samtidig smalle og varierede nok til at kunne opfange netop variationen i kommunikationen. Det er klart, at ville eksempler på kategorierne ikke dukke op empirisk, ville validiteten for en kategorisering bortfalde. Kategoriseringen tages op igen efter den gennemførte analyse, der vil vise, at visse kategorier benyttes hyppigere og mere varieret end andre.

Fra de to analysemetoder, vi ønsker at benytte, vil vi nu gå til at beskrive den empirikonstruktion, vi har foretaget i analysen.

2.7 Empirikonstruktion | døde soldater i 2010

Vores analyse har fordret en række til- og fravalg i vores udvælgelse af empiri. Det følgende beskriver valgene, og hvorfor netop de er foretaget. Valgene består i udvælgelse af periode, aktører, en søgestrategi og en kategoriseringsmetode, som herunder introduceres.

2.7.1 Periode

Vi har valgt udelukkende at fokusere på år 2010. Vi vælger 2010, fordi netop denne periode er kendetegnet ved at være det mest blodige år i Afghanistan hidtil – både set i forhold til danske faldne og sårede samt NATO's tab som helhed. Danmark mistede dog flere soldater

i Afghanistan i 2008, end vi gjorde i 2010⁹, men i 2010 ændrede Taliban fremgangsmåde i forhold til den måde, de angreb på, og det bevirkede, at flere danske soldater end nogensinde blev sårede. Så selvom Danmark kun mistede en soldat i første halvår af 2010, har vejsidebomber og udspekulerede angreb til gengæld såret 40 danske soldater i samme periode (e202cb59 – 14/5). Det afspejler sig også i forhold til dødsårsagen, for hvor soldaterne i de tidligere år primært er døde som følge af regulære ildkampe eller deciderede uheld – for eksempel vådeskud og friendly fire, så er 8 ud af 9 soldater i 2010 døde i hændelser med improviserede sprængladninger – også kaldet vejsidebomber (Bilag 1).

Samtidig er 2010 et interessant år kommunikativt set, fordi der sker en række hændelser, der får kommunikationen til at eksplodere i perioder. For det første er sommeren 2010 en periode, hvor der dør flere soldater lige efter hinanden. En af de dræbte er en kvindelig soldat, som er den første danske kvinde, der bliver dræbt i Afghanistan. Det får også kommunikationen til at skifte til højeste gear igen. 2010 er også året, hvor tre personer rammes af en improviseret sprængladning og dør. En af disses kæreste får besked via mobiltelefon, da hun besøger Johannes Larsen-museet i Kerteminde. Episoden og forsvarets håndtering af denne får stor opmærksomhed og vidner om, at soldaters død i Afghanistan er blevet en del af den offentlige dagsorden og hverdag. Død er blevet sat til diskussion i højere grad, end vi ser i de tidligere år. Desuden er 2010 det mest aktuelle år, og vi tror, at kommunikationen i 2011 vil komme til at minde om den ud fra den kommunikation, vi allerede har set i 2011.

I og med vi udvælger år 2010, fordi det er et interessant år, fravælger vi samtidig ni andre krigsår. Vi undersøger dermed kun kommunikationen i en tiendedel af den periode, hvor der har været danske soldater i Afghanistan. Vi er klar over, at vi ved at vælge den mest aktuelle kommunikation også vælger den tidligere kommunikation fra, og vi undersøger dermed ikke en ændring i kommunikation og ser ikke, om kommunikationen i år 2010 er, som den har været gennem hele Danmarks krigsdeltagelse, eller om den adskiller sig væsentligt. Vi har en formodning om, at kommunikationen i 2010 minder om den fra de tidligere år, da vi også har gransket det empiriske materiale fra de tidligere år, hvor vi ikke fandt kommunikationen radikalt anderledes, men det er ikke noget, vi har undersøgt tilbundsgående, og derfor bliver 2010 netop ikke andet end en undersøgelse af et enkelt år.

⁹ Vi mistede 13 soldater i 2008, mens vi 'kun' mistede 9 i 2010 (Bilag 1).

Vi mener dog til fulde, at år 2010 som kommunikativt udgangspunkt opfylder vores empiriske behov med henblik på at besvare vores problemformulering fyldestgørende.

2.7.2. Aktører

Vi beskæftiger os med tre aktører i vores analyse af, hvordan der kommunikeres, når en dansk soldat dør i Afghanistan. De tre aktører er henholdsvis forsvaret, politikerne og medierne, hvorfor der nedenfor følger en kort præsentation af disse aktører. Vi har kort kommenteret på de tre aktører i afhandlingens problemfelt, og at de er udvalgt, fordi de i kommunikationen fremstår som de parter, hvortil der knytter sig mest kommunikation om død, samtidig med at de er de aktører, der henholdsvis har ansvar for udsendelse, den politiske beslutning om at sende soldater afsted, og for hvordan krigen og dermed døden i Afghanistan dækkes i pressen.

Når vi nævner aktører, strider det imod vores teoretiske udgangspunkt, hvor kun kommunikation og ikke aktører, mennesker eller partier kommunikerer. Vi ser ikke aktørerne som henholdsvis et politisk system, et forsvarssystem og et mediesystem, men vi mener at kunne kategorisere kommunikationen som kredsende om tre aktørpositioner – nemlig forsvar, politikere og medier.

I forhold hertil er det vigtigt at understrege, at vi mener, at kommunikationen ikke tilhører aktørerne, men at kommunikationen kommunikerer, som hører den til aktørerne. Der foregår al mulig kommunikation, der knytter an til aktørerne. Vi forestiller os, at der eksisterer en uendelig mængde kommunikation, som knytter an til henholdsvis forsvar, politikere og medier. Det er vigtigt i relation dertil at understrege, at vi kun beskæftiger os med den kommunikation, der handler om død. Vi ser altså ikke på andre tematikker i kommunikationen, men netop kun den om død, der knytter sig til de udvalgte aktører.

I nedenstående afsnit redegør vi for, hvornår vi genkender kommunikationen som tilhørende de forskellige aktører.

2.7.2.1 Forsvaret

Vi vælger at identificere forsvaret som aktør, når en person fra forsvaret udtaler sig, eller forsvaret udsender en pressemeddelelse på forsvaret.dk. Det kan for eksempel være en presseansvarlig eller forsvarschefen. Hvis det derimod er en soldat, der udtaler sig, hører

denne udtalelse ikke ind under forsvaret som aktør. Vi foretager dette valg, fordi soldaterne udtaler sig som 'ansatte' – de udtaler sig ikke nødvendigvis på vegne af organisationen, når de udtaler sig, men kan fremstå som privatpersoner som for eksempel pårørende til en afdød kollega. Det er vigtigt at kunne skelne mellem forsvaret som organisation og forsvarets ansatte i form af soldaterne, og derfor fravælges soldaterne. Vi anser denne skillelinje for vigtig, fordi der er stor forskel på den officielle kommunikation fra forsvaret, som er plejet og opdyrket til at eksistere på en bestemt måde, og så den kommunikation, som kommer fra soldaterne. Derfor vælger vi et snit, så vi undgår forvirring.

2.7.2.2 Politikerne

Vi vælger at afgrænse politikerne som aktør til at være medlemmer af folketinget fra de partier, der var med til ved flertal at beslutte tilstedeværelsen i Afghanistan. Når de udtaler sig og citeres i medierne, er det, hvad vi vælger at betegne som politikerne i kommunikationen.

Aftalen om tilstedeværelsen i Afghanistan blev besluttet af et bredt flertal bestående af regeringspartierne Venstre og Konservative i 2002, deres støtteparti Dansk Folkeparti samt Socialdemokraterne og Radikale fra oppositionen (e1f7553e – 14/4). De partier, der har været med til at bestemme aftalen er direkte lovmæssigt ansvarlige for, at soldater sendes afsted, og derfor træffer vi valget om at udelade Enhedslisten og SF, da de ikke kan betegnes som ansvarlige for krigen, eftersom de stemte nej til udsendelse af danske soldater til Afghanistan. Empirisk kan vi også se, at disse to partiers kommunikation ikke forekommer særlig stor i omfang i forhold til de andre regeringsbærende partiers kommunikation om død.

I 2010 er Søren Gade gået af som forsvarsminister, og han er blevet erstattet på posten af Gitte Lillelund Bech. Vi ser dog ingen nævneværdig ændring i kommunikationen, hvorfor vi ikke betoner dette skift yderligere. Vi vælger at opfatte kommunikationen fra forsvarsministeren som tilhørende politikerne, fordi kommunikationen er politisk i den grad, at den orienterer sig mod et genvalg for en politisk regering – og ikke for en organisation som forsvaret, som ikke på samme måde er politisk ledet.

2.7.2.3 Medierne

Vi genkender medierne i dødskommunikationen, når medierne direkte eller indirekte kommenterer på døden for eksempel i form af en kommentar til politikernes bestemmelser om krigsdeltagelsen i Afghanistan eller indirekte, når død tages op som emne, uden der nødvendigvis er sket noget aktuelt i Afghanistan, eller når medierne med ord som 'endnu', 'igen' og 'offer' indirekte giver deres holdning til kende i debatten om død.

Der er dog det særlige forhold at fremhæve ved medierne, at de i denne afhandling både fungerer som aktør og kilde til empirien. Medierne har således en dobbeltposition, som vi er opmærksomme på. Vi mener dog ikke, at denne dobbeltrolle er et problem for analysernes udfoldelse, idet vi er bevidste om, hvornår medierne optræder som kilde, og hvornår de selv agerer aktivt.

Når vi beskæftiger os med de to andre aktører, fungerer medierne som kilde, idet vi blot anvender de citater fra henholdsvis politikere og forsvaret, som er gengivet i medierne. Vi genkender derimod medierne som aktør, når der fremkommer en holdning, som ikke kan genfindes hos de kilder, der ellers udtaler sig i den pågældende artikel.

2.7.3 Udvalgelse af empirisk materiale

De tre aktører, vi beskæftiger os med, kommer til syne et utal af steder i kommunikationen. Efter empirisk at have undersøgt, hvor dødskommunikationen træder frem, vælger vi at fokusere på den kommunikation, som eksisterer i en række landsdækkende dagblade, der kan betegnes som omnibusaviser, det vil sige, at de dækker alle typer af emner, hvoraf krig og forsvar blot er et af mange. Disse medier er B.T., Berlingske Tidende, Ekstra Bladet, Information, Jyllands-Posten, Kristeligt Dagblad og Politiken.

Vi vælger disse, da vi ved at undersøge kommunikationen om død i empirien kom frem til, at den mest omfattende del af kommunikationen om død i medierne sker i de nævnte medier. De valgte medier er toneangivende i debatten – de skriver ledere om krigsdeltagelsen og sætter døden på forsiden. En anden grund til, at vi har valgt de andre aviser fra, er at de i vid udstrækning repræsenterede gentagelser af de historier om død, vi allerede kendte, og at der ikke blevet tilføjet nyt.

Vi kunne have valgt også at medtage andre former for medier og dermed en anden type kommunikation. Det fravælger vi, da dækningen i de valgte medier forekommer mest

omfangsrig, når det gælder dødskommunikation, men da dækningen i de valgte medier også forekommer tilstrækkelig til at give et billede af dødskommunikationen. Sammenligner vi med et udsnit af radio- eller tv-dækningen af samme emne i samme periode, forekommer kommunikationens temaer at være forholdsvis enslydende med de skriftlige medier, og derfor anser vi det for tilstrækkeligt kun at anvende en type medie.

Vi foretager en søgning i de valgte aviser, der begrænser sig til år 2010, som er den valgte periode.

Søgningen forsøger at indfange de artikler, hvor italesættelsen af død optræder. Døden beskrives imidlertid med en lang række aforismer, og det vil være tautologisk at foretage en søgning på selve ordet død. Det skal i forhold til dette bemærkes i forhold til medierne, at de sommetider blot bruger andre ord for en variation af ordene, og ikke nødvendigvis for at sløre døden som begreb.

Vi forsøger at indkredse fænomenet død i kommunikationen ved at foretage fire forskellige testsøgninger i Infomedia. Vi søger – da dette er en stikprøve – kun i de tre store dagblade: Jyllands-Posten, Politiken og Berlingske Tidende:

1. Død*¹⁰ soldat* Afghanistan
2. Soldat* Afghanistan
3. Krig Afghanistan
4. Dansk soldat* Afghanistan

Den synlige erfaring er, at søgning 3 er for snæver, mens hverken søgning 1 eller 4 kan stå alene, og at de begge er indeholdt i søgning 2. Derfor vælger vi at gå videre med søgning 2. Først laver vi en stikprøve på perioden 'januar 2010' for henholdsvis 'alle medier' og de valgte dagblade for at få et overblik over omfanget af artikler. Antallet af artikler, når der søges på alle medier, er 10 gange så stort som antallet af artikler i de største dagblade i perioden¹¹. Vi kan se, at en stor del af de mange flere artikler i vid udstrækning er regionalaviser, der citerer de store dagblade eller bringer enslydende Ritzau-telegrammer. Det bekræfter os i vores indledende antagelse om, at det er tilstrækkeligt at søge på de landsdækkende aviser, vi har udvalgt. Søgningen bliver derfor baseret på forskellighed og kvalitet i stedet for kvantitet.

¹⁰ En stjerne (*) betyder, at der søges på alle former af det ord, som stjernen er placeret bagved

¹¹ 2725 artikler vs. 256 artikler

Vi vil gerne supplere dagbladssøgningen med de kilder, hvor kommunikation fra forsvar og politikere træder direkte frem. Derfor vælger vi ud over dagbladene også at søge materiale fra forsvaret og tilsvarende fra de politiske partier. Vores endelige søgning i Infomedia bliver derfor tilrettelagt på de følgende vilkår¹²:

- søgeord: dansk soldat* Afghanistan
- søgekriterium: der søges på alle ord i artiklen
- kilderne er: landsdækkende dagblade – B.T., Berlingske, Ekstra Bladet, Information, JP, Kristeligt Dagblad og Politiken
- webkilderne er: ministerier, forsvaret.dk og politiske organisationer
- perioden er afgrænset fra 01.01.2010 til 31.12.2010

Vi får et bredere billede af kommunikationen ved ud over mediekilderne at inddrage ministerier, forsvaret.dk og politiske organisationer. Ministerier dækker fortrinsvis over statsministeriet og forsvarsministeriet, da det er disse, der oftest er i spil i debatten om død i krig. Forsvaret.dk medtages for at dække den kommunikation ind, som forsvaret selv har kunnet producere uden mediemæssig indflydelse. Endelig medtages politiske organisationer for at inddrage kommunikation, der er skabt direkte af de politiske organisationer. Vi har valgt at begrænse os til at have den kommunikation, der kommer fra politikerne på partiernes hjemmesider. Denne fremstiller et nuanceret billede og er samtidig begrænset til et rimeligt omfang. Vi fravælger dermed enkeltpolitikeres Facebook-profiler, kampagnemateriale og personlige hjemmesider.

Når denne søgning foretages, får vi 3805 artikler, som tjener som det videre empiriske datagrundlag for analysen.

2.7.4 Empirisortering og -kategorisering

Det er nødvendigt med en sortering af empirien, da langt fra alle artikler relaterer sig til den kommunikation, vi ønsker at beskæftige os med. Indledende har vi derfor sorteret artikler fra, der ikke handlede om døde eller sårede soldater, tilbagetrækningsdebat eller politiske meninger om tab. Efter denne sortering er antallet af artikler kommet ned på 943 artikler. Herefter går vi videre med en kategorisering af artiklerne, som er tilrettelagt ud fra den

¹² Se bilag 2 for billede af søgekriterierne i Infomedia.

formanalyse, vi ønsker at foretage jævnfør beskrivelsen af formanalysen i det følgende afsnit. Formerne er fundet frem empirisk ud fra indledende betragtninger om, at døden ofte undskyldes, forklares med en heltegerning og ofte byder på erstatningsord, som skal fylde tomrummet ud efter den døde. Kategoriseringsskemaet er afbilledet på bilag 3 og vedlagt elektronisk på cd-rom i form af bilag 4.

Efter en gennemlæsning og kategorisering af de 943 artikler ender vi med 486 artikler, der alle omhandler døde eller fysisk og psykisk sårede soldater. Disse artikler anvendes aktivt i analyserne – men samtlige artikler fra vores søgning på Infomedia udgør vores empiriske datagrundlag, hvorfor disse artikler er vedlagt som elektronisk bilag til afhandlingen¹³.

Vi foretager en formanalyse i det efterfølgende, som følges op af en afparadokseringsanalyse. Derefter bygger vi oven på de to analyser med en refleksion over analysernes resultater.

¹³ Se litteraturlisten for vejledning til, hvorledes artiklerne findes på cd-rommen.

3. Analyse I: Formanalyse

I den første analyse ønsker vi at diskutere og besvare delspørgsmålet: *Hvilke kommunikative former trækker dødskommunikationen på?*

Efter gennemgang og gennemlæsning af vores empiriske materiale har vi set og konstateret, at en række former i kommunikationen dukker op gang på gang, når der tales om død eller om død omformuleret til for eksempel 'et uerstatteligt tab' eller 'den højeste pris'. Formerne er kommunikationsmåder, hvor man kan tale om død uden at tale om den, eller tale om den anden side af dødskommunikationens distinktion – nemlig ikke-død. Det er kommunikationens instrument til at afparadoksere død som emne og i stedet kalde den noget andet, og dermed få døden til at se ud som om, den slet ikke er død – men måske nærmest levende eller ikke-død. Døden fremstår i kommunikationen ofte som noget tomt, fordi den ikke benævnes – i stedet træder nogle forskellige former frem i kommunikationen. I den næste analyse af kommunikationens afparadokseringsmuligheder vil vi se, at døden ikke altid skubbes kommunikativt af banen – men af og til rent faktisk benævnes side om side med en kommunikation om ikke-død. Dette er dog ikke målet for denne analyse, som derfor udelukkende omhandler de kommunikative former.

Vi vil i denne analyse fokusere på formerne, hvilket betyder, at vi retter ind efter formerne og finder dem i deres form og funktion uafhængigt af hvilke aktører, der anvender dem. Derfor vil der i analysen fremkomme eksempler på en forms anvendelse – men i kommunikation for forskellige aktører. En skelnen mellem aktørerne er dog stadig opretholdt, da dette er afgørende for vores videre analyse. Således genkendes aktøren som den, der fremsætter kommunikation i form af en direkte udtalelse, som vi finder i et medie. Som eksempel kan nævnes, at vi definerer politikerne som aktør, hvis en politiker udtaler sig til en avis, mens avisen selv bliver aktør i form af medie, hvis en chefredaktør har skrevet i en kommunikationsmæssig sammenhæng, som relaterer sig til en af de fremanalyserede former, eller hvis der i en artikel er klare udtryk for mediernes holdning. Det skal desuden bemærkes, at formerne kun bliver eksemplificeret med de aktører, der gør brug af formerne, da det vil være omsonst at forsøge at finde en form, hvor den ikke optræder. Derfor optræder alle tre aktører ikke som kommunikatører af hver form, da ikke alle aktører anvender alle former.

Analysen af de forskellige former er struktureret med udgangspunkt i de former¹⁴, vi har identificeret ved at gennemgå kommunikationen i empirien. De vil blive gennemgået enkeltvis og er fordelt i følgende rækkefølge:

- Ansvar | ikke-ansvar
- Business as usual | business as unusual
- Død for værdi | død for krig
- De efterladte | de døde*
- Helt | alm. soldat*

De ydersider af formernes distinktioner, der er markeret med * ovenfor, medtages ikke i analysen, idet der er for få eksempler på disse i empirien. Derfor betragter vi ikke disse ydersider som værende gennemgående for kommunikationen, men de eksisterer dog alligevel i kraft af deres rolle som yderside for indersiden af formen.

Formerne er således denne analyses byggesten, og de skal føre til en identifikation af, hvorledes aktørernes kommunikation knytter an til formerne, da vi vil konkludere på afhandlingens overordnede problem med udgangspunkt i aktørerne i en senere analyse.

3.1 Ansvar | ikke-ansvar

Vi vil begynde med at identificere formen ansvar | ikke-ansvar. Som udgangspunkt for at se på denne form ligger den politiske beslutning om, at Danmark deltager som krigsførende nation i Afghanistan. Politikerne har intuitivt det umiddelbare ansvar for denne beslutning, idet de har vedtaget at sende soldater til Afghanistan, men kommunikationen er ikke intuitiv, og det gør det interessant at undersøge, hvorledes alle aktører enten tager, tilskriver eller fralægger sig ansvar for en af de følger, som krig uundgåeligt har – nemlig døden.

Denne kommunikation af død fremstår som en form, der drager forskellen mellem ansvar og ikke-ansvar. Medierne tager eksempelvis ansvar – her repræsenteret ved Berlingske Tidende, idet avisen anser det som værende ”(...) disse års mest påtrængende journalistiske forpligtelse: At tage hvert et tab i krigen alvorligt” (e1d44c4a – 3/1). Selve historien er medieskabt, idet den ikke er knyttet til nogen særlig hændelse – men snarere er udtryk for, at Berlingske Tidende tager sit ansvar som formidler alvorligt. En anden medieskabt historie er en problematik, der omhandler, at soldaternes materiel ikke er godt nok, hvilket Ekstra Bladet

¹⁴ Formerne benævnes i det følgende enten med deres inderside eller som hele formen.

kæder sammen med det stigende antal sårede. Det er en problematik, som Ekstra Bladet fokuserer på over flere omgange i løbet af 2010 (e211376d – 22/6; e1ef5615 – 21/3; e249dfc6 – 12/11), hvor avisen tager ansvar for at gøre opmærksom på forholdene – og samtidig betoner, at forsvaret burde tage ansvar. Den samme problematik italesættes således både ved brug af ansvar og ikke-ansvar. Ikke-ansvar fremkommer, idet Ekstra Bladet påpeger, at forsvaret tager ikke-ansvar. Døden eller situationer, der kan føre til død, bliver her et spørgsmål om ansvar såvel som ikke-ansvar for bedre krigsmateriel. Kommunikationen handler primært om anskaffelsen af køretøjer, der i højere grad kan modstå vejsidebomberne, der er den største årsag til både dødsfald og sårede.

Forsvaret kan endvidere ikke rumme det stigende antal hårdt sårede, hvorfor distinktionen ikke-ansvar optræder, når Ekstra Bladet prøver at stille forsvaret til ansvar for de mange sårede (e1fff461 – 6/5). Forsvaret udtrykker desuden selv, at det er bekymret for, hvorvidt man er i stand til at opretholde aftalen om, at der altid er arbejde til sårede soldater i forsvaret (e250832b – 27/11; e250e109 – 28/11; e250d5cd – 28/11). Derfor arbejdes der på en løsning, hvor de sårede soldater hjælpes til at finde et arbejde uden for forsvaret, og i samme forbindelse forsøger forsvaret i stedet at flytte fokus til vigtigheden af at have nok kampdygtige tropper til de internationale missioner. I dette tilfælde udviser forsvaret både ansvar og ikke-ansvar for de sårede soldater, idet forsvaret dels tager ansvar for at hjælpe de sårede soldater videre – men samtidig også betoner, at det er vigtigt at fokusere på de kampdygtige tropper. Denne brug af både ansvar og ikke-ansvar ses også i situationen, hvor forsvaret vælger at lade en korporal fungere som amatørpsykolog (e219fa31 – 17/7). Når der kommunikeres om, at korporalen hjælper de hjemvendte soldater, er det et udtryk for ansvar – men samtidig optræder ikke-ansvar også, idet det betones i kommunikationen, at psykologtjansen overlades til en ansat, der ikke er uddannet til at varetage denne rolle. Forsvaret spiller altså både på ansvar og ikke-ansvar i kommunikationen.

Begge sider af distinktionen optræder sammen i kommunikationen i et andet tilfælde i en kommentar fra Ekstra Bladets chefredaktør (e22613d9 – 22/8), hvor han på avisens vegne kommunikerer, at han tager ansvaret for at hylde de faldne soldater, samtidig med, at han påpeger, at Lars Løkke blot siger det samme igen og igen, når han udtrykker sin sorg over de faldne soldater i stedet for at tage ansvar for krigen.

Politikerne bliver kritiseret adskillige steder for ikke at tage ansvar, men deres kommunikation gør også selv flere gange brug af en ansvarsform. Det gør Søren Gade for

eksempel, da han fratræder som forsvarsminister efter sagen om 'Jægerbogen'¹⁵ og udtrykker, at hans rygte ikke skal komme de udsendte soldater til skade: *"Der har været meget stor fokus på min person de seneste seks måneder, og det tager fokus væk fra soldaterne, fra soldaternes opgaver og fra implementering af det forsvarsforlig, som jeg stadig er glad for og stolt over"* (e1e541c9 – 23/2) fortæller den tidligere forsvarsminister og betoner så en ansvarstagen over for soldaterne: *"Den megen fokus på min person betyder, at mine handlemuligheder som minister er blevet væsentligt indskrænket, og det må ikke være sådan, at en person kommer til at stå i vejen for de rigtige beslutninger. Ved at træde tilbage håber jeg, at en ny minister får mulighed for at koncentrere sig om soldaterne og om forliget. Der skal træffes mange store beslutninger de kommende måneder, og det vil være ubærligt for mig, hvis min person kom til at stå i vejen for de rigtige beslutninger"*(ibid.).

Formen ansvar | ikke-ansvar anvendes således på en række forskelligartede måder og indikerer, hvordan soldaters død bliver et spørgsmål om ansvarsplacering. Døden er ikke død, men et ansvar, som nogen burde tage på sig, allerede har eller forsøger at fralægge sig. Det er kendetegnende for formen, at ydersiden ikke-ansvar betegnes næsten lige så mange gange som indersiden af formen – altså ansvar. Ydersiden er kendetegnet ved at fralægge sig ansvar ved at kommunikere ikke-ansvarstagen for, at død sker eller for at placere ansvaret et andet sted.

I figur 1 på næste side er den typiske kommunikation, der knytter sig til formen ansvar | ikke-ansvar opstillet.

¹⁵ Vi henviser her til bogen "Jæger – i krig med eliten", som er skrevet af den tidligere jægersoldat Thomas Rathack. Bogens tema er Danmarks krigsdeltagelse i Afghanistan og var genstand for stor opmærksomhed i forbindelse med udgivelsen. Den blev nemlig først censureret og nægtet udgivet af Forsvarskommandoen. Herefter valgte Politiken at trykke den. Forsvarsministeriet og ministeren kom i politisk stormvejr efter selv at have lagt en arabisk oversættelse af bogen på nettet og skyldt skylden på Al-Qaeda. Forsvarsminister Søren Gade trak sig efterfølgende. Det juridiske efterspil er endnu ikke afsluttet (medio september).

Figur 1 - Formen ansvar | ikke ansvar

Ansvar	Ikke-ansvar
• Hylde de faldne • Hjælpe de sårede soldater • Fortsat støtte til soldaterne fra politisk side • ”Vi køber ikke noget med mindre, det kan leve op til de højeste sikkerhedsniveauer” • ”Vi ønsker naturligvis ikke at være i Afghanistan en dag længere end nødvendigt”	• Politikere gentager udtalelser om de døde • Fokus på kampdygtige soldater • ”nye ofre for forsvarets smøl”

3.2 Business as usual | business as unusual

Vi går nu videre til den næste form, som vi kan lokalisere i dødskommunikationen. Det drejer sig om den form, vi vælger at betegne med et engelsk begreb, nemlig 'business as usual', da vi ikke finder et tilsvarende dækkende begreb på dansk.

Formen business as usual | business as unusual kan iagttages i kommunikationen i kraft af, at død ofte forklares som værende et nødvendigt onde – en del af spillet, som ikke kan undgås. Død og krig hænger sammen, hvorfor man må forvente, at der dør soldater i krig. Det bliver tydeligt i kommunikationen, når en tidligere delingsfører udtrykker sig om drab i et interview til B.T.: *”Jeg forventer ikke, at folk forstår, hvad der får soldaterne til at tage af sted, men jeg håber, at de kan acceptere vores valg. For når demokratiet sender soldater i krig, bliver man nødt til at acceptere, at folk kan blive slået ihjel, og at folk kan risikere at skulle dræbe”* (e1fbc0a4 – 25/4). På vegne af forsvaret understreger delingsføreren her logikken om, at krig koster noget, og at død er en del af krigsmaskineriet – en hverdagsting i den hverdag, der hedder krig.

Samme type af argumentation ses i et citat fra forsvarets pressemedarbejder Hans Vedholm, som på en forespørgsel fra Ekstra Bladet om hjemkomsten af tre sårede soldater til Danmark, svarer: *”Hvor interessant er det, at tre sårede soldater er kommet hjem? Det er jo sket så*

mange gange før” (e20063e1 – 7/5). Her lyder det således fra forswarets side, at sårede og døde ikke er andet end normaliteter i en militær verden.

Døden bliver også en del af en krigsmaskine, der skal køre videre i smurt form uanset hvad i kommunikationen fra statsminister Lars Løkke Rasmussen, da han i september bevæget udtaler sig til Jyllands-Posten i forbindelse med konstabel Simon Mundt Jørgensens død: *”Det er en af de hårdeste meddelelser, man kan få. Jeg har den dybeste sympati og medfølelse til de pårørende og til den hårdt sårede soldat, som er hensat til en situation af uvished. Det er hårdt med tab. Vi har haft mange tab”* (e2336ed7 – 23/9). Og hans budskab til de soldater, som er i Afghanistan, er klart: *”De skal fokuseret kæmpe videre og fuldføre missionen. De kan regne med vores opbakning”*” (ibid.). Efter statsministeren har beklaget tabet og mindet den døde, understreger han, at hverdagen må køre videre – fokus skal være på at fuldføre missionen.

I de ovenstående eksempler bliver kommunikationen drejet ind på, at de dødsfald og såringer, der sker i krigen, er et nødvendigt onde. Noget, man må regne med – en raffineret måde at omformulere talemåden ’at man må regne med et vist tab’ på. Når ’business as usual’-formen tages i brug, virker den som en nedtoning af død i krig. Død er ikke noget særligt eller voldsomt – men noget hverdagsagtigt.

Men når døden ikke er noget særligt på indersiden, hvad er den så på ydersiden? Eller hvornår kan man tale om død som værende ikke noget, der er sædvanligt – men nærmere ’business as unusual’? Det gør Lene Espersen i en pressemeddelelse på Konservativ.dk, da en soldat dør i juni: *”Vi vænner os aldrig til at miste soldater i krig”* (e20e0530 – 13/6). Her bliver døden noget særligt, noget som man aldrig kan bagatellisere, og som ikke er en naturlig følge af krigsdeltagelsen.

Et andet udtryk for det usædvanlige ved døden beskrives af gruppefører Magnus Rievers efter hjemkomst fra Afghanistan, hvor ikke alle soldater er vendt tilbage: *”Velkomsten har været fantastisk. Men det betød rigtig meget for os, at de sårede fra vores hold var her for at hilse på os inde på den anden side af security. Selv om vi er glade, så kan vi ikke lade være med at tænke på dem, der ikke kom hjem. Især de to fra i lørdags. Det er bare dobbelt ærgerligt at blive dræbt på den sidste patrulje,”* (e220f165 – 9/8). Døden bliver ikke noget naturligt i gruppeførerens kommunikation – men noget nærmest ironisk ondt.

Medierne betegner både business as usual og business as unusual. For eksempel da Information ved at bringe et Ritzau-telegram viderebringer en medieoptælling af, hvor mange der er døde i krigen hidtil: *”Antallet af dræbte i Afghanistan er nu oppe på 37 danske soldater, hvilket er det højeste antal blandt NATO-styrkerne talt pr. indbygger”* (e233702b – 23/9). Her er medierne med til at konstatere, at det høje dødsantal ikke er noget forventeligt, men netop noget uden for ordenen.

Business as usual skal ud fra ovenstående ses som en form for kommunikation, der træder i kraft, når det har et formål at nedtone død i krig som noget særligt eller voldsomt. Omvendt anvendes ydersiden af formen, business as unusual, til at indikere, når noget slet ikke er, som det plejer at være i krig. Business as unusual kommunikerer død som noget usædvanligt og ses derfor i de situationer, hvor kommunikationen betoner det unaturlige ved død i krig.

I figur 2 herunder ses de kommunikative karakteristika ved formen business as usual | business as unusual.

Figur 2 - Formen business as usual | business as unusual

Business as usual	Business as unusual
• ”det er jo sket så mange gange før” • ”de [soldaterne] skal fokuseret kæmpe videre og fuldføre missionen” • Fortsætte opgaveløsning på trods af tabet • ”de skal uselvsk fortsætte deres arbejde (...) uanset dagens tragiske tab	• ”vi vænner os aldrig til at miste soldater i krig” • ”det er bare dobbelt ærgerligt at blive dræbt på den sidste patrulje”

3.3 Død for værdi | død for krig

Den næste distinktion udspringer af en observation af, at der optræder en række måder i kommunikationen, der skal legitimere, hvorfor soldater dør i krig. Når danske soldater drager i krig i Afghanistan, er det bekendt med, at yderste konsekvens ved denne handling er, at man kan dø. Det vil sige, at de dør for krig. Men det er ikke denne yderside af formen, der oftest betegnes i kommunikationen – det er ikke død for krigen i sig selv, man vil fokusere på, men død for noget andet i form af et højere formål. Formålet er ofte en abstrakt værdi, som kan tjene til at pålægge legitimitet til krigen og dermed døden.

Formålet er ikke bare død. Således udtaler nogle soldater i forbindelse med en debat om tilbagetrækningen, at *"Ingen vil sætte livet på spil for en opgivet mission"* (e1fe9068 – 3/5). Politikerne er dog ikke blevet enige om en tilbagetrækningsstrategi, ligesom forsvarsminister Gitte Lillelund Bech ikke ønsker at sætte dato på, hvornår de danske soldater skal trækkes tilbage (e21bbbb8 – 23/7).

Forsvaret italesætter den yderste konsekvens af krigen i form af død en enkelt gang, da chefen for Livgardens Charlie-kompagni i Afghanistan kritiserer, at nogle af de baser, som danske soldater befolker, ikke virker efter hensigten (e241eeb1 – 25/10). Der findes fire patruljebaser i Helmandprovinsen, og disse baser er oprettet for at beskytte byen Gereshk mod Taliban. En stor andel af de dræbte soldater er døde i netop dette område. De dør for krigen. Men aktørerne italesætter derudover generelt ikke, at soldaterne blot dør for krig. Derimod optræder formens inderside talrige gange. Der er tale om en abstrakt blanding af måder, hvorpå døden italesættes, i form af død for fred, tryghed, demokrati, frihed og sikkerhed. Disse abstraktioner kalder vi samlet set for død for værdi.

To af disse værdier, død for sikkerhed og død for tryghed, ses i statsministerens udtalelse i forbindelse med tabet af en soldat i begyndelsen af juni: *"En dansk soldat har mistet livet i kampen for vores sikkerhed og tryghed"* (e209aa33 – 1/6), hvilket generelt er netop de to måder, som statsministeren gang på gang kommunikerer om døden på (e209e598 – 2/6; e220ad3e – 7/8; e241b939 – 24/10). Radikale mener i en lignende version, at soldaterne dør for fred og for demokrati: *"De danske soldater kæmper for demokrati, fred og stabilitet i en meget urolig del af Afghanistan, og deres indsats er et særdeles væsentligt bidrag i kampen for en bedre verden"* (e2422345 – 25/10) og *"De danske soldater har valgt at bruge deres liv på at arbejde for demokrati og en mere fredelig verden. Og deres indsats i Afghanistan er et væsentligt bidrag i den sag"* (e2334525 – 22/9).

En kombination af værdierne fred, frihed og sikkerhed, som soldaterne skal kæmpe for, er de begreber, som forsvarsminister Gitte Lillelund Bech fremhæver, når hun siger, at hun gerne vil *"udtrykke min allerstørste respekt for alle, der gør en indsats for fred, frihed og fremgang i Afghanistan og dermed for en mere sikker verden"*, (e20f58ec – 13/6). Hun anvender endvidere ofte formuleringen 'en tragisk hændelse', når hun skal beskrive dødsfaldene, hvor *"(...) vores soldater dagligt løser i kampen for fred og fremgang i Afghanistan og for en mere sikker verden"* (e209a9f9 – 1/6). Endnu et eksempel på brug af både død for sikkerhed og død for fred. Der er også tale om død for fred, ligesom også død for frihed optræder, når

regimentschefen i sin tale for den faldne soldat Jørgen Randrup beskriver hans død på følgende måde: *"Jørgen drog ud i verden for at hjælpe andre til fred og frihed. Han faldt i denne kamp"* (e24d3e4c – 19/11).

Død for sikkerhed er den version af formens inderside, der anvendes mest hyppigt af de nævnte. Udover de allerede opstillede eksempler kan nævnes en kronik af forsvarsminister Gitte Lillelund Bech, som hun kalder for 'For vores sikkerheds skyld.' Her skriver hun blandt andet, at *"et vist niveau af sikkerhed er nemlig forudsætningen for, at vi kan bevæge os frit omkring, at vi frit kan sige, hvad vi mener, og at vi frit kan vælge, hvor og hvordan vi vil leve vores liv. Derfor er vi i Afghanistan"* (e20cb7cb – 10/6). Forsvarsministeren taler her om den danske befolknings sikkerhed, mens chefen for Charlie-kompagniet Ronni Holm Hansen i stedet beskriver, hvordan den første kvindelige faldne soldat døde for afghanernes sikkerhed: *"Hun bidrog aktivt til, at de lokale i kompagniets område har oplevet en stigende sikkerhed og en bedre mulighed for at gribe et alternativ til den undertrykkelse, Taliban tilbyder"* (e20a2da0 – 3/6).

Samlet set, kan det udledes, at formen død for værdi] død for krig rummer en inderside, hvor døden får en årsag. I stedet for at dø for krig, som er distinktionens yderside, og som stort set ikke benyttes af aktørerne, er soldaten død for et højere formål – værdien er tillagt på indersiden. I modsætning til død for krig, som er konkret, er indersiden skitseret ved et abstrakt højere formål i form af fred, tryghed, demokrati, frihed eller sikkerhed. Mens død for krig er et koldt faktum, er død for en af de andre abstraktioner en værdi, som næsten kun kan opfattes som noget positivt. Ingen kan ønske det modsatte af fred, tryghed, demokrati, frihed og sikkerhed, og derfor giver den nærmest universelle gode inderside et indhold til døden i krig.

I figur 3 nedenfor ses eksempler på måden, hvorpå brugen af formen død for værdi] død for krig optræder i kommunikationen.

Figur 3 - Død for værdi | død for krig

Død for værdi	Død for krig
• ”hjælpe andre til fred og frihed” • ”kampen for vores sikkerhed og tryghed” • ”fred, frihed og fremgang i Afghanistan” • ”et vist niveau af sikkerhed er nemlig forudsætningen for, at vi kan bevæge os frit omkring”	• ”ingen vil sætte livet på for en opgivet mission”

3.4 De efterladte | den døde

Den fjerde form er en nærliggende mulighed for kommunikationen, der frem for at tale om den døde kan italesætte dem, som har stået den døde nær – nemlig de pårørende. Formen er med til at forrykke fokus fra det tomrum, den døde har efterladt, til at dette er fyldt ud af netop de efterladte.

Formen de efterladte | den døde er en form, hvor kommunikationen retter sig mod indersiden de efterladte, når talen falder på død. Ved at benytte indersiden af kommunikationen betegnes noget levende i stedet for noget dødt – og tabet af den døde for de pårørende bliver en måde at tale om død på. Dødskommunikationen bliver dermed ikke et spørgsmål om død og den døde, men om dem, der stadig lever videre, de pårørendes følelser og deres liv, der nu skal gå videre uden den døde. Det er vigtigt at understrege, at formen ikke udspringer fra kommunikation fra netop de efterladte, men at disse blot er temaet for den kommunikation, som aktørernes kommunikation gør brug af. Formen bruges både af politikere og forsvarets kommunikation til at beskrive dødsparadokset uden at bringe døden i sig selv for stærkt i spil i kommunikationen.

Indersiden af formen – det vil sige de efterladte – betegnes langt oftest, når formen er i spil. For eksempel beretter B.T., hvordan kæresten til afdøde Jonas Peter Pløger, modtager beskeden om død via mobiltelefon i det offentlige rum: *”Og blandt malerier med badende børn og bølgende marklandskaber segnede hun ifølge chokerede museumsgæster om på*

gulvet i chok. Hendes mor faldt med det samme ned over den unge kvinde overvældet af sorg” (e21c0a06 – 24/7). I artiklen fortælles der ikke om den døde soldat – kun om reaktionen på den døde soldat. Historien skabes med fokus på dem, der stadig lever og deres reaktion i sorg.

I politikernes kommunikation bliver der ofte fokuseret mere på og talt mere til og om de efterladte end om de døde. Det synes nemmere at italesætte dem, der ikke er døde. En standardvending, som gentages i megen kommunikation i det politiske spektrum, ser typisk ud som denne: *”I denne tragiske stund går mine tanker først og fremmest til de pårørende. De har lidt et uerstatteligt tab, som berører mig dybt,”* som Lars Løkke Rasmussen udtaler sig til Ritzau” (e220ba3c – 8/8). I officielle politiske udtalelser om død i krig kommer fokus således oftest til at ligge på de efterladte. Som hos forsvarsminister Søren Gade, da den første soldat bliver dræbt i 2010: *”Mine tanker er hos de sårede og deres pårørende”* hedder det i en pressemeddelelse fra Forsvarsministeriet (e1d63004 – 8/1).

Forsvaret har også et stort fokus på formen de efterladte. Da konstabel Sophia Bruun bliver dræbt af en improviseret sprængladning den 1. juni, får de efterladte flere ord med på vejen end den dræbte i forsvarrets pressemeddelelse om den dræbte soldat: *”Men det [et vigtigt arbejde] kan selvsagt føles ligegyldigt for de ramte familier og pårørende, der i dag har modtaget den triste besked. Jeg har den dybeste medfølelse med dem. De skal vide, at forsvaret står klar med støtte og bistand”* (e209a9dd – 1/6). Døden bliver også betegnet med indersiden af formen de efterladte, da en anden – premierløjtnant Jonas Peter Pløger – bliver dødsoffer for en improviseret sprængladning i juli. Fungerende chef for Hærens Operative Kommando Agner Rokos udtaler i den forbindelse: *”Det er naturligvis et hårdt slag for de pårørende, som vi er i kontakt med, og som vi støtter på enhver måde”* (e21b5f40 – 22/7).

Ydersiden af formen med de efterladte som inderside, er den døde. Denne yderside i form af den døde ses kun en enkelt gang i det analyserede materiale og fungerer dermed ikke som en yderside, vi kan identificere som én, kommunikationen benytter sig systematisk af. De efterladte] den døde er dermed en form, der kan tages i brug som kommunikativ genvej, når døden ikke kan benævnes, men dem, der er tilbage efter et dødsfald, kan benævnes. Eksempler på, hvordan det gøres, ses i figur 4, hvorimod der ikke medtages eksempler på ydersiden.

Figur 4 - De efterladte | Den døde

De efterladte	Den døde
• ”I denne tragiske stund går mine tanker først og fremmest til de pårørende” • ”mine tanker går først og fremmest til den dræbte soldats familie, venner og kolleger i deres sorg” • ”forsvaret vil nu rykke sammen om de pårørende og den dræbte soldats kammerater og kolleger” • ”vores tanker og dybeste medfølelse går til de efterladte, der havde glædet sig til gensynet med deres soldater”	

3.5 Helt | almindelig soldat

Den sidste form, vi beskæftiger os med, er anderledes end de første former, vi har beskrevet. De fire første former knytter sig til begreber – ansvar, værdi og business as usual, og til andre personer end den døde soldat – nemlig de efterladte. Den sidste form er et udtryk for soldaten i form af gerninger udført i det levede liv – nemlig som helt. Kommunikationen, der benytter sig af formen helt, ser vi også hjulpet på vej af symboler – som tapperhedsmedaljen og kommunikation om denne.

Formen helt | almindelig soldat er en hyppigt forekommende form i kommunikationen om soldater, der bliver dræbt i Afghanistan. Når det er for stærkt at skrive om en død soldat, kan man beskrive soldaten som en helt i stedet. Den sørgelige historie bliver god og munter – eller den uudholdelige bliver udholdelig, når man går fra en helt almindelig soldats død til den døde som helt. Den døde har ikke levet forgæves – men har ændret forhold og udført heltegerninger, som påvirker verden. Døden har ikke været meningsløs – tværtimod har soldatens liv og dermed heltegerninger tilføjet masser af mening til den nu døde soldat.

Indersiden af formen helt | almindelig soldat kommer til syne flere steder. Som når den dræbte Simon Sejer-Hoffmann bliver beskrevet som ”*intelligent, eftertænksom, dygtig og ikke mindst professionel helt ud i fingerspidserne*” af chefen for Garderhusregimentet (e1d7a56a – 14/1). Eller når den dræbte Jonas Peter Pløger beskrives til sin begravelse af samme chef som

"et helt menneske, der tog sig af de unge soldater, når de syntes, det hele virkede uoverskueligt," (e21e147b – 30/7) og som en soldat med et nærmest overmenneskeligt overblik og kræfter som er en forælder værdig: *"Jonas var altid dér, hvor der var mest brug for ham, han var forrest og førte delingen fra front. Han var elsket af sine mænd og blev af mange betegnet som delingens far"* (ibid.) Jonas Peter Pløgers helteimage bliver også tydeligere med ideen om, at han ikke kun kæmpede for sig selv eller som soldat, men beskrives ved, at *"han har kæmpet indædt for en bedre verden"* (ibid.).

Helten er også kendetegnet ved forskellige symboler, som traditionelt er knyttet til helten i form af deres ædle og særlige gerninger. For eksempel tapperhedsmedaljen, som tilfalder Kenneth Skovmand Pedersen i april 2010, efter han som soldat har reddet en hårdt såret kammerat ud af et brændende Piranha-køretøj (e1f438df – 5/4). Ved at nærme sig døden og redde andre fra døden, agerer han heltmodigt og belønnes, så alle kan se det med en medalje. Politikerne bruger også formen helt | almindelig soldat i deres kommunikation. Ofte i form af en holdning til, at soldaternes arbejde skal hyldes som heltegerninger. Helle Thorning-Schmidt udtaler for eksempel, da overkonstabel Jørgen Randrup bliver dræbt i november, at: *"De danske soldater skal vide, at de gør en uvurderlig indsats for vores fælles sikkerhed. Vi skylder dem den allerstørste respekt og tak"* (e24abe15 – 14/11). Samme retorik anvendes også på højrefløjen i det politiske spektrum, hvor Dansk Folkeparti kæder død sammen med helteagtige gerninger; for eksempel da en soldat bliver dræbt i august: *"De danske soldater i Afghanistan yder en helt ekstraordinær indsats for at beskytte civilbefolkningen mod overgreb fra Taliban og for at genopbygge det afghanske samfund (...) De danske soldaters ofre, og deres familiers afsavn, kalder på den dybeste beundring"* (e220b0bf – 7/8). Det ses også i denne pressemeddelelse, at kommunikationen knytter an til helten ved at tillægge heltens gerninger status som noget, der aftvinger respekt og beundring – det er gerninger gjort af noget større end et almindeligt menneske – nemlig en helt.

På ydersiden af formen – med helt på indersiden – befinder den almindelige soldat sig, men denne side af formen italesættes kun en enkelt gang i den analyserede kommunikation, hvilket ikke er nok til at kalde ydersiden af formen for kommunikation, der optræder generelt, og derfor indgår ydersiden kun som formens yderside – og ikke som analysegenstand i sig selv. Formen helt | almindelig soldat er således ud fra ovenstående karakteriseret ved at fokusere på en død soldat som en helt – en der har gjort noget ekstraordinært i sit levede liv. Det

kommunikative flytter vægten fra døden til hændelser før døden, som personer har indgået i. I figur 5 nedenfor ses eksempler på, hvordan dette forekommer.

Figur 5 - Helt | Almindelig soldat

Helt	Almindelig soldat
• ”han var uden tvivl et socialt samlingspunkt, med til at højne moralen” • ”Jimmi havde en stærk vilje og ville altid gøre tingene ordentligt færdig” • ”en indsats som fortjener den største respekt” • ekstraordinær indsats • kalder på den dybeste • ”af sted med en helt”	

3.6 Delkonklusion

3.6.1 Døden kommunikative forklædningsformer

I denne første del af analysen har vi vist, hvordan dødskommunikationen betjener sig af forskellige former, når den skal kommunikere om død, men uden at gøre dette direkte. Ovenstående teksteksempler er få af mange – men repræsenterer den form-bårne kommunikation, vi ser udfoldet af politikere, forsvar og medier, og som vi ser gå igen i de knap 500 artikler, vi har gennemgået, hvor flere aktører ofte er repræsenteret i hver enkelt artikel.

Vi har identificeret fem former, som alle muliggør en fjernelse af fokus fra død til noget andet. Den første er ansvar | ikke-ansvar, hvor kommunikationen drejes væk fra døden ved i stedet at være et spørgsmål om ansvar, som nogen burde påtage sig eller har fralagt. Ansvar | ikke-ansvar er den af formerne, hvor ydersiden betegnes næsten lige så ofte. Ikke-ansvar er derfor lige så signifikant for kommunikationen, der næsten lige så ofte gør opmærksom på et ansvar, der ikke er taget. Ansvarsformen genkendes ofte i kommunikation præget af politiske løfter, diskussion og i debatten om tilbagetrækning.

Den næste form, vi identificerer, er business as usual | business as unusual, hvor begge sider af formen betegnes, men som oftest er det indersiden, der markeres. Business as usual

anvendes til at forklare døden som noget sædvanligt, almindeligt og en naturlig del af krig. Ydersiden af formen træder omvendt i kraft, når noget er helt usædvanligt og unaturligt.

Den tredje form er formen død for værdi | død for krig. Her går kommunikationen ind og lader en positivt ladet værdi træde frem i stedet for død. De typiske værdier, som især politikere nævner, er død for fred, tryghed, demokrati, frihed og sikkerhed, som kommer til at fremstå som universelle gode værdier. Det vil de især være over for ydersiden af formen, som er død for krig. Ydersiden betegnes yderst sjældent og er ikke en hyppig del af dødskommunikationen. Det er især politikernes og forswarets kommunikation, som anvender formen død for værdi.

Formen de efterladte | den døde er den næste form, som vi finder. Formens yderside optræder ikke ofte, og interessen retter sig derfor mod indersiden af formen – de efterladte. I denne form rykkes interessen i kommunikationen væk fra død ved at fokusere på dem, der godt nok er forbundet til de døde, men ikke selv er døde – nemlig de efterladte. Ligesom formen død for værdi | død for krig er dette en form, som medierne ikke benytter, mens forsaret og politikerne anvender den hyppigt.

Den sidste form, vi finder, er formen helt | almindelig soldat. Ydersiden af formen betegnes ikke mere end en enkelt gang. Kommunikationen koncentrerer sig i stedet om indersiden af formen, og kommunikationen er kendetegnet ved at fokusere på den døde soldats egenskaber og gerninger, som er heroiske, frem for at lade det faktum, at soldaten er død, skinne igennem. Dermed handler det ikke om død, men om det, der er sket før døden, men som kan leve videre i mindet efter døden.

De fem fundne former optræder hyppigt i kommunikationen og fremstår repræsentative for den dødskommunikation, vi har identificeret og ønskede at undersøge. Det er imidlertid her på sin plads også at spørge til, om andre former kunne være fundet i dødskommunikationen, eller om de fem vi ender ud med er repræsentative.

3.6.2 De fravalgte former

Vi har i formanalysen også undersøgt andre former, som kunne tænkes at være på spil i dødskommunikationen. Vi vil her kun nævne to af dem som eksempler på vores tankegang. For det første kunne det være forventeligt, at nogle aktører ville forsøge at undskylde døden i krig kommunikativt. Ligesom der tages ansvar, kunne det være, at der ville blive undskyldt i

kommunikationen, når soldaterne dør i Afghanistan. Og skyld ville ligesom ansvar være noget, der kunne flyttes rundt mellem aktørerne. Specielt kunne man forestille sig, at politikerne ville undskylde, da de – som nævnt i præsentation af aktørerne – står med det legitime ansvar for, at soldater sendes og dræbes i krig. Man kunne ud fra denne argumentation forestille sig en form, der ville have undskyld på sin inderside og retfærdiggørelse på sin yderside. Retfærdiggørelsen ville dermed fremstå som en måde ikke at undskylde, men netop formå at forklare sin uskyld. Der er indikationer på en sådan form, selvom ordet undskyld yderst sjældent optræder. Men en lille bid undskyld gives, da Henriette Kjær som politisk ordfører for Konservative i en tale udtrykker følgende, da en soldat dør i juni: *"(...) så sent som i går har vi mistet soldater i Afghanistan. (...) Jeg vil gerne rette hjertelig tak til de familier og soldater, som er aktive på Danmarks vegne,"* (e20a22b7 – 2/6). Her sætter den politiske ordfører for Konservative fakta om en dræbt soldat sammen med en tak til de soldater, der er villige til at lade livet. Takken kommer således til at fungere som en undskyldende forklaring på, at nogle er døde. Der er andre små indikationer, men den mulige form folder sig ikke fuldt ud i den analyserede kommunikation. Formens yderside skulle være retfærdiggørelse. Når kommunikationen ikke vil undskylde, træder den på ydersiden af formen og forsøger en retfærdiggørelse. Døden er, som vi har set, nemlig for slem til bare at kunne bortforklare – og slet ikke med et skyldsspørgsmål, men den kan retfærdiggøres kommunikativt.

Retfærdiggørelse ser vi også få antydninger af i kommunikationen, da den nye forsvarsminister Gitte Lillelund Bech for eksempel medvirker i et interview med overskriften *"For den enkelte familie er en dræbt altid én for meget"* (e21cb9fd – 27/7), hvori hun udtaler sig om, hvordan de døde soldaters død er forklarlig og kan retfærdiggøres. Formen kunne altså tænkes at optræde ud fra disse små empiriske indikationer, men vi ser ikke gentagelser af den. Den bliver ikke brugt systematisk, og der er ikke nok eksempler på en anvendelse til at kunne kalde det for en form. Derfor usandsynliggøres vores antagelse.

Det samme gælder en formodning, vi havde om, at der ville eksistere en form bygget op om identifikation. I flere interviews trækker den tidligere forsvarsminister Søren Gade referencer til sin egen kones tidlige død af kræft, når han skal fortælle om døden. Hans kommunikation forsøger dermed at anvende identifikation som en måde at tale om død på. Ved at se på andre formationer af kommunikation i det analyserede empiriske materiale, kan vi imidlertid ikke finde andre eksempler på, at hverken politikere, forsvar eller medier bruger identifikation som

en form til at undgå at kommunikere om døden. Derfor vælger vi også at dømme denne indikation på en form ude. Tilsvarende analyseproces har vi foretaget ved andre formodede former, der imidlertid ikke viste sig signifikante for kommunikationen. Vi slutter derfor, at vores fem former er de mest repræsentative for dødskommunikationen, og vi vælger at gå videre med disse.

3.6.3 Formernes anvendelse

De analyserede former har naturligt både en inderside og en yderside. Selvom to af formerne ikke optræder med en yderside eksemplificeret, er det dog stadig en form med en yderside, som vi blot ikke ser i kommunikationen.

Vi kan konstatere, at der ikke er konsekvens i for de fem former, hvorvidt indersiden og ydersiden benyttes symmetrisk eller asymmetrisk i kommunikationen, men det lader til, at asymmetri er mere udtalt end symmetri, og at indersiden oftere betegnes end ydersiden. Det er særligt tre af formerne, der anvendes ofte i dødskommunikationen. Det er formerne ansvar | ikke-ansvar, business as usual | business as unusual samt død for værdi | død for krig. I forhold til fordelingen, så anvendes siderne ansvar og ikke-ansvar stort set lige meget, mens der er en overrepræsentation af brugen af business as usual i forhold til business as unusual. Med hensyn til dødsårsagen – det vil sige død for værdi, så fremtræder de enkelte abstraktioner på formens inderside nogenlunde ligeligt – dog med en lille overrepræsentation af død for fred samt en klar overvægt af død for sikkerhed (Bilag 4). Ydersiden af formen – død for krig – optræder stort set ikke, hvilket stemmer godt overens med, at død for krig blot er kynisk fakta. For formerne de efterladte | den døde og helt | almindelig soldat er det primært indersiderne der betegnes. Ud over en forskellig hyppighed for de forskellige former, er det meget forskelligartet, hvordan samt hvor meget de tre aktører anvender formerne.

Forsvaret udtaler sig i tre fjerdedele af artiklerne, og det tør tale mere om døden, end vi først antog. Politikerne udtaler sig i langt over halvdelen af artiklerne; de er meget afvisende og undvigende i deres kommunikation i første halvdel af 2010, men det lader til, at udmeldingerne begynder at blive skarpere i takt med, at den første og eneste kvindelige soldat dør, og der i juni er en række af på hinanden følgende dødsfald. Død for værdi er dog stadig stærkt repræsenteret i kommunikation. Endvidere ser vi hele debatten ændrer sig til at omhandle sikkerhed for soldaterne og det politiske ansvar herfor – i stedet for egentlig dødskommunikation. Endelig udgør de artikler, hvor medierne selv skaber historierne, godt en

femtedel af artiklerne. Det er Ekstra Bladet, Jyllands-Posten og Berlingske, der har flest artikler repræsenteret (Bilag 4). De tre aviser udgør til sammen over halvdelen af artiklerne i det empiriske materiale.

I tabel 2 på næste side har vi samlet de typiske måder, hvorpå de enkelte former udfolder sig på. Vi medtager dog ikke ydersiderne for de to sidste former (markeret med *), da vi ikke genfinder disse i empirien.

Tabel 2 - Formernes udfoldelse

Form	Eksempler på formens udfoldelse
Ansvar	• fortsat støtte til soldaterne fra politisk side • ”vi køber ikke noget med mindre, det kan leve op til de højeste sikkerhedsniveauer” • ”vi ønsker naturligvis ikke at være i Afghanistan en dag længere end nødvendigt”
Ikke-ansvar	• fokus på kampdygtige soldater • Amatørpsykolog behandler soldater med krigstraumer
Business as usual	• ”det er jo sket så mange gange før” • fortsætte opgaveløsning på trods af tabet
Business as unusual	• ”vi værner os aldrig til at miste soldater i krig” • ”det er bare dobbelt ærgerligt at blive dræbt på den sidste patrulje”
Død for værdi	• ”hjælpe andre til fred og frihed” • ”kampen for vores sikkerhed og tryghed”
Død for krig	• ”ingen vil sætte livet på spil for en opgivet mission”
De efterladte *	• ”I denne tragiske stund går min tanker først og fremmest til de pårørende” • ”vores tanker og dybeste medfølelse går til de efterladte, der havde glædet sig til gensynet med deres soldater”
Helt *	• ekstraordinær indsats • ”afsked med en helt” • kalder på den dybeste beundring

Den måde, formerne anvendes på, og de funktioner, de ser ud til at udfylde, peger tilbage til det spørgsmål om legitimitet, som vi i begyndelsen af afhandlingen antog, ville være en kommunikativ motor. Vi kan iagttage, at alle tre aktører kommunikerer om død, men på vidt forskellige måder. Vi kan også udlede, at medierne og forsvaret kommunikerer mere end medierne i form af forskellige former, der trækker tænderne ud på døden som begreb og kommunikativt tema. Spørgsmålet om legitimitet sætter forsvar og politikere i en mere kneben situation end medierne, når det gælder dødskommunikation, og det ser de ud fra denne første formanalyse også ud til at være. Knytter vi an til de hypoteser om aktørernes funktioner, vi opstillede ved afhandlingens start, ser vi ud til at kunne bekræfte dem delvist. Men præcist hvordan aktørernes kommunikation forløber ved hjælp af formerne, kan vi ikke besvare i denne analyse.

Vi vender os derfor nu mod en afparadokseringsanalyse, som har til formål at kortlægge, hvordan de kommunikative former i aktørernes kommunikation fremstår som afparadokseringsmuligheder af den paradoksale dødskommunikation.

4. Analyse II: Det uløselige paradoks?

Målet for den følgende analyse er at besvare vores delspørgsmål 2, nemlig *hvordan anvendes de kommunikative former til afparadoksering af dødskommunikationen?*

Den følgende analyse vil dermed beskæftige sig med, hvordan dødens paradoks kan afparadokseres kommunikativt. Det kan lyde kryptisk, at et paradoks kan løses. Og det kan det da heller ikke, men kommunikationen kan – som beskrevet i analysestrategien – få det til at se ud som om, at paradokset har en mulig kommunikativ løsning.

Dette kommunikative spin giver sig udslag i form af tre måder at håndtere et paradoks på. Vi har uddybet disse i analysestrategien – men vil her kort opsummere, at kommunikationen kan forsøge at omgå paradokset på flere måder. Den første er at skubbe paradokset i baggrunden ved at lade som om, at kommunikationen slet ikke har opstillet et paradoks om død. Den anden mulighed er at prioritere en af paradoksets sider, så det virker som om, at paradokset ikke eksisterer, og den tilsluttede kommunikationsmulighed er den eneste. Den sidste mulighed, hvormed kommunikationen kan håndtere paradokset, er ved at forsøge at putte det i forgrunden og veksle mellem dets to sider – alt efter hvad der er mest hensigtsmæssigt i kommunikationen.

Analysen vil vise, hvordan kommunikationen leger med paradokset og derved forsøger at krybe uden om dets uløselighed. Kommunikationen stopper ikke op ved konfrontation med paradokset – men finder i stedet en udvej. Disse udveje vil beskrives i de følgende afsnit af paradoksanalysen.

Analysen af afparadokseringerne er bygget op om disse tre afparadokseringsmuligheder og ikke om aktørerne. Analysens forløb er som følger:

- Først analyseres det, hvorledes kommunikationen sætter dødsparadokset i baggrunden
- Derefter analyserer vi, hvordan kommunikationen prioriterer paradoksets ene side
- Slutteligt analyseres, hvordan kommunikation formår at fremhæve paradokset i forgrunden

Hver delanalyse afsluttes med en delkonklusion. Efter de tre delanalyser samles der afslutningsvis op på hele afparadokseringsanalysen.

4.1 Paradokset i baggrunden

Når paradokset sættes i baggrunden, sker det ved, at kommunikationen slører begge sider af formen. Det vil sige, at kommunikationen hverken italesætter død eller ikke-død. I stedet for kommunikerer der om døden ved at trække på nogle af de former, der blev udledt i den foregående analyse. Kommunikationen kunne også have valgt at knytte an til et eksisterende funktionssystem for eksempel det økonomiske og kommunikere i mediet penge og formen betale | ikke betale. Men som vi har vist i den foregående analyse, benytter kommunikationen sig af andre typer af former, og vi begrænser os til de tilfælde i kommunikationen, hvor disse former optræder.

Vi har efter granskning af vores empiriske materiale erfaret, at både forsvaret og politikerne anvender formen ansvar | ikke-ansvar, når deres kommunikation kommunikerer på en måde, så paradokset træder i baggrunden. Derudover trækker forsvarets kommunikation også på formen business as usual | business as unusual. De resterende former anvendes ikke til at bringe paradokset i baggrunden i kommunikationen. Medierne gør slet ikke brug af muligheden for at afparadoksere ved at bringe paradokset i baggrunden i deres kommunikation.

Nedenstående analyse vil være struktureret, så først forsvarets brug af paradokset i baggrunden og dernæst politikernes tilsvarende anvendelse undersøges.

4.1.1 Døden i baggrunden hos forsvaret

Forsvaret betjener sig af ansvarsformen konkretiseret ved Anders Paaskesen, der er kommunikationschef i Forsvarets materieltjeneste, når kommunikationen i besvarelsen af et spørgsmål om 'de aktuelle episoder med døde' kommunikerer, hvordan forsvaret vil udskifte de køretøjer, som ikke længere er egnede i Afghanistan, idet trusselsbilledet for de danske soldater har ændret sig: *"Foreløbig undersøger vi sagen. Vi sidder ikke på hænderne, og vi er klar over, der er et operativt ønske om det her"* (e211376d – 22/6). De mere sikre mandskabsvogne, Mine Resistant Ambush Protected, skal lånes hos amerikanerne, men Anders Paaskesen ønsker dog ikke at sige noget om tidshorisonten. Det skal ses i kombination med, at det ansvar, der tages i kommunikationen, er med til at sløre det, der kunne italesættes

– nemlig at de danske soldater blandt andet dør i Afghanistan, fordi deres materiel ganske enkelt ikke er sikkert nok.

Forsvaret trækker også på ikke-ansvar i kommunikationen, når det ikke ønsker at synliggøre døden i kommunikationen. Det ses eksempelvis, da den første kvindelige soldat, Sophia Bruun, dør i Afghanistan, hvor en af forklaringerne fra forsvarets side er, at pansret på Piranha-mandskabsvognen ikke er stærkt nok: *"Der findes ingen løsning på de ting, vi vil have ændret ved Piranha-modellen – og ved vores pansrede køretøjer generelt. Vi arbejder i stedet for på en ny løsning med pansrede mandskabsvogne, der kører på bælte, men vi køber ikke noget, med mindre det kan leve op til de højeste sikkerhedsniveauer"*, siger Flemming Agerskov, der er oberstløjtnant og blandt andet har anskaffelse af materiel som sit ansvarsområde (e20a419b – 3/6). Igen vælger forsvarets kommunikation at italesætte, hvordan forsvaret håndterer udskiftningen af materiellet i stedet for at italesætte Sophias død, hvorved paradokset sløres i kommunikationen, idet hverken død eller ikke-død optræder. Det underbygges af, at forsvaret ikke tager ansvar i kommunikationen, idet det påpeges, at man ikke kan pansre sig ud af vejsidebombetruslen. Det er en vending, som forsvarschef Knud Bartels' kommunikation også gør brug af (e20f06d7 – 16/6).

Forsvarets kommunikation skubber også paradokset i baggrunden ved igen at trække på ikke-ansvar, når tidligere forsvarschef Jesper Helsø ikke har nogle kommentarer til, hvorfor forsvaret endnu ikke har valgt at sikre mandskabsvognene (e20f06d9 – 16/6). I kommunikationen vælger han i stedet at skubbe ansvaret over til den nuværende ledelse, selvom hændelsen fandt sted, da han selv var forsvarschef, ligesom kommunikationen heller ikke italesætter de fem danske soldater, der kunne have haft livet i behold, hvis pansringen havde været bedre. Igen vælger kommunikationen at sløre paradokset, idet der hverken kommunikeres om død eller ikke-død.

Forsvaret gør således brug af formen ansvar | ikke-ansvar, når det i kommunikationen skal undvige at italesætte både død og ikke-død. Derved skubbes paradokset i baggrunden, hvilket også er tilfældet, når forsvarets kommunikation trækker på business as usual | business as unusual som form.

Der afparadokseres for eksempel med business as usual | business as unusual, når det italesættes i kommunikationen, at en deling ikke kan løse den samme opgave længere, idet 11 mand i denne enhed er blevet ramt tidligere, hvorfor man fra forsvarets side vælger at

anvende folkene i denne deling til vagtopgaver i stedet for (e205e35a – 22/5). Her anvendes ydersiden af formen business as usual] business as unusual, idet det er business as unusual, at man vælger at fokusere på opgaven – i stedet for på, hvordan man undgår flere sårede soldater. Kommunikationen undgår dermed at italesætte både død og ikke-død – for det, der er i fokus i kommunikationen, er selve opgaven. Samme yderside anvendes, når det problematiseres, hvor vanskeligt det er, at flere og flere soldater er ukampdygtige, når de kommer sårede hjem fra krig: *”Soldaterne har stillet sig til rådighed for os, og så må vi acceptere, at de ikke alle er i samme stand, når de vender hjem. Nu må vi stille os til rådighed for dem. Det gør vi ved at oprette nogle stillinger ved regimenterne, som er øremærkede disse soldater”*, siger oberstløjtnant Bjarne Møller, der er chef for Produktionsdivisionen ved Hærens Operative Kommando. (e253f6cd – 5/12). Det er business as unusual, at der må oprettes særlige stillinger til soldaterne, men i stedet for at italesætte, at soldaterne er blevet såret, så vælger kommunikationen at fokusere på selve stillingerne.

Forsvaret gør ligeledes brug af formens yderside, da soldaterne i Afghanistan begynder at købe deres eget udstyr, fordi de er usikre ved at bruge det udstyr, som forsvaret har udleveret. *”Soldaterne tror, at det, de køber, er bedre. Men de kan ikke vide det, for det er jo ikke testet. Det udstyr, vi bruger, er testet meget nøje til de ting, som det skal bruges til”* (e2011cfd – 9/5). Det er business as unusual, at forsvaret ikke tager soldaternes frygt alvorligt. I stedet understreger Flemming Agerskov, der er oberstløjtnant og chef for langtidsplanlægningsenheden i Hærens Operative Kommando, at soldaterne ikke får lov til at anvende de hjelme og veste, som de selv har købt. Formens inderside, business as usual, optræder dog også, hvilket kommer til udtryk, da presseofficer Hans Vedholm fra Hærens Operative Kommando italesætter i kommunikationen, hvordan Talibans sprængladninger vokser i takt med, at forsvaret får bedre køretøjer: *”Det er klart, og det er derfor, vi siger, at vi ikke alene kan pansre og beskytte os ud af det her problem. Selvfølgelig skal vi have beskyttede køretøjer, men det giver os ingen garanti. Vi skal også arbejde på andre måder for at finde sprængladningerne, inden vi kører på dem”* (e220ec7d – 9/8). I kommunikationen kommunikerer det således, at det er business as usual, at bedre køretøjer medfører øget sprængladning. Hverken død eller ikke-død italesættes; paradokset skubbes igen i baggrunden.

Forsvaret bruger formen business as usual] business as unusual til at skubbe døden helt i baggrunden. Paradokset bliver slet ikke anerkendt, men i stedet taler man om, at forretningen i form af forsvarets funktion skal køre videre.

4.1.2 Døden i baggrunden hos politikerne

Sløringen af paradokset ses særligt i politikernes kommunikation, når der kommunikeres om ansvar. Som da Ib Poulsen fra Dansk Folkeparti qua sin kommunikation lover *"(...) fortsat støtte til soldaterne fra politisk side"* i forbindelse med afholdelse af flagdagen, der hylder de hjemvendte og faldne soldater, *"(...) men penge og psykologbistand gør det ikke alene. Støt og hjælp hinanden, også fremover"* (e22c16e0 – 6/9). Her tager Poulsen ansvar for, at soldaterne er udstationeret, men samtidig påpeger han, at den hjælp, som politikerne kan bevillige midler til de hjemvendte soldater ikke er nok, hvorved også ikke-ansvar optræder. Når forsvarsordfører John Dyrby Paulsen fra Socialdemokraterne udtaler, at *"det er et stort problem, at soldaterne føler sig utrygge. Man kan både stille spørgsmålstejn ved, om forsvaret er gode nok til at købe det rigtige udstyr, og om de informerer soldaterne for dårligt om det udstyr, som de får udleveret. Det skal forsvaret blive bedre til"* (e2011d04 – 9/5), sløres paradokset ligeledes i kommunikationen. Kommunikationen omhandler her soldaternes materiel, hvorved kommunikationen undgår at italesætte både død og ikke-død ved i stedet at trække på de to sider af formen ansvar] ikke-ansvar.

Politikerne tager også ansvar – men undgår i kommunikationen at tale om dødsparadokset ved i stedet at italesætte, hvorvidt soldaterne skal trækkes ud af Afghanistan eller ej. Det ses, når Mogens Lykketoft fra Socialdemokraterne udtaler, at han *"har stor forståelse for, at et flertal af danskerne synes, at det må være tid at begynde at bakke ud af Afghanistan. Det skal vi også, men vi skal gøre det, så vi investerer vore kræfter mere målrettet i, at afghanerne kan overtage ansvaret i løbet af de næste par år"* (e21bbbb8 – 23/7). Når Mogens Lykketofts kommunikation kommunikerer, at der er 'forståelse' og 'at det må være tid til at begynde at bakke ud af Afghanistan', tages der ansvar for at sikre, at soldaterne trækkes tilbage – men med det forbehold, at afghanerne selv skal være i stand til at overtage ansvaret.

Politikernes kommunikation kan også bruge ansvarsformen til at undgå at forholde sig til paradokset i dødskommunikationen. Det gør statsminister Lars Løkke Rasmussen for eksempel, da han udtaler sig til Jyllands-Posten efter et besøg hos de danske soldater i Afghanistan: *"Vi ønsker naturligvis ikke at være i Afghanistan én dag længere end*

nødvendigt. Men vi skal ikke forivre os på en sådan måde, at vi taber det hele mellem hænderne,” (e234b3f4 – 27/9). Her tager han ansvar ved at kommunikere, at man skal blive ved med at kæmpe i Afghanistan – men på trods af et spørgsmål, der tager afsæt i den mest blodige sommer, omhandler kommunikationen soldaternes tilstedeværelse i Afghanistan – og altså hverken død eller ikke-død, hvorved paradokset skubbes i baggrunden.

Der anvendes både ansvar og ikke-ansvar i kommunikationen, når forsvarsordfører i Dansk Folkeparti Ib Poulsen udtaler, at det ikke er en løsning at skære på udgifterne til materiellet til soldaterne i Afghanistan (e1e128ce – 10/2). Forsvarsordfører John Dyrby Paulsen fra Socialdemokraterne tager ansvar på omtrent samme måde som Ib Poulsen ved at udtrykke i kommunikationen, at 'det' – forstået som materiellet – bare skal være i orden: *”Man kan ikke sige, det er politisk nøl. Vi overlader det til forsvaret, om vognene er gode nok. Og hvis de ikke er det, så skal forsvaret komme tilbage og sige det. Det skal bare være i orden”* (e20ef53f – 16/6). Der kommunikeres om vigtigheden af, at mandskabsvognene er gode nok, men det italesættes ikke i kommunikationen, hvilken dødelig betydning vognene kan have for soldaterne, hvorved paradokset skubbes i baggrunden på trods af, at der tages ansvar i kommunikationen.

I konkrete situationer, hvor danske soldater dør eller bliver sårede, er det kendetegnende for politikernes kommunikation, at paradokset skubbes i baggrunden i kommunikationen. Forsvarsminister Gitte Lillelund Bech var for eksempel så berørt i forbindelse med flyverkonstabel Martin Kristiansens død, at hun ved mindehøjtideligheden for denne soldat udtalte: *”Jeg er her i respekt for de pårørende og finder det upassende at skulle svare på spørgsmål fra pressen ved sådan en begivenhed”* (e210a920 – 20/6). Forsvarsministeren tager dermed ikke ansvar for, at soldaten er død, idet hun i stedet vælger at italesætte, at hun ikke ønsker at udtale sig. Udtalelsen kommunikerer hverken død eller ikke-død, hvorved paradokset skubbes i baggrunden. Ulla Tørnæs' kommunikation trækker ligeledes på ikke-ansvar, da 15 danske soldater bliver sårede i den periode, hun besøger de danske styrker i Afghanistan: *”Man kan ikke komme udenom, at det gør et større indtryk på en, når man er hernede. (...) Man får virkelig et indblik i, hvor vanskelige og farlige vilkår, vores soldater, men også vores civile rådgivere, arbejder under. Så jeg har meget stor respekt for de unge mænd og kvinder, der sætter livet på spil for, at vi får en mere stabil og fredelig verden”* (e1d67764 – 10/1). Ulla Tørnæs udtrykker både, at 'det' – forstået som soldaternes indsats – gør indtryk, at man får et indblik samt at hun har stor respekt uden at italesætte det, det

egentlig handler om – nemlig døden i form af de 15 sårede soldater, der fuldstændig negligeres i kommunikationen. Alligevel italesætter hun lige præcis ikke ”det.”

4.1.3 Medierne glimrer ved deres fravær

Vi har i vores empiriske gennemgang fundet så få eksempler, hvor medierne skubber paradokset i baggrunden i deres kommunikation, at vi ikke kan betegne det som værende kendetegnende for kommunikationen. Vi kan dog ikke undsige os, at billedet havde været et andet, såfremt vores empiriske udgangspunkt havde været et andet.

Der kan være mange grunde til, at denne afparadoksering ikke optræder i mediernes kommunikation, men en årsag fremstår særlig klar; medierne har nyhedskriterierne at leve op til, og hvis de hverken italesatte død eller ikke-død i kommunikationen, når en dansk soldat dør i Afghanistan, så ville kommunikationen ikke omhandle det, der er væsentligt, aktuelt og sensationelt – for blot at nævne et par af kriterierne for mediernes kommunikation.

Men medierne spiller alligevel en rolle, idet de vinkler historierne i den del af det empiriske materiale, der omfatter avisartiklerne. Det er ovenstående del af analysen et tydeligt eksempel på, for gentagne gange er der tale om situationer, hvor både politikere og forsvar forsøger at skubbe paradokset i baggrunden – og dermed tale udenom, når medierne stiller dem til ansvar for situationen i kommunikationen. De er således medvirkende årsag til, at kommunikationen, der skubber paradokset i baggrunden, foregår, men de kommunikerer ikke selv ved at bruge afparadokseringsmuligheden med at sætte paradokset i baggrunden.

4.1.4 Opsummering | Slet ikke at snakke om død

Vi har i ovenstående delanalyse set, hvordan forsvaret og politikerne i visse kommunikative situationer vælger slet ikke at forholde sig til dødsparadokset og i stedet skubbe det i baggrunden af kommunikationen. Når politikernes og forsvarets kommunikation skal beskrive døden, vælger de i de viste situationer på ingen måde at tale om den. Ved at bruge formerne ansvar | ikke-ansvar og business as usual | business as unusual taler de om noget andet end døden og formår dermed helt at sløre, at der er et overordnet paradoks, som handler om død.

Politikerne skubber paradokset i baggrunden, når de i kommunikationen undlader at italesætte selve dødsparadokset, og i stedet kommunikeres der eksempelvis om, at de ikke ønsker at

udtale sig, om økonomi eller også skubbes ansvaret simpelthen over på forsvaret. Samme bevægelse ses hos forsvaret, som også skubber paradokset i baggrunden med et ansvarsspørgsmål eller ved at fokusere på, at døden hører ind under hverdagens almindeligheder. Både forsvaret og politikernes kommunikation sætter paradokset i baggrunden ved at 'skyde skylden' på materiellet i stedet for at kommunikere om henholdsvis død og ikke-død.

Vi kan dermed konkludere, at når aktørerne slet ikke vil tale om død, har de udveje, men disse er begrænsede. Mediernes kommunikation har ikke brug for denne afparadokseringsmulighed, mens forsvaret og politikerne anvender den – men begrænset til afparadokseringer med formerne ansvar] ikke-ansvar og business as usual] business as unusual. Det tyder på, at død og ikke-død dårligt kan udelades i aktørernes kommunikation – det vil sige at skubbe paradokset i baggrunden – når det gælder dødskommunikationen. Dødsparadokset vil gerne frem i kommunikationen.

Dette er overraskende i forhold til vores indledende ide om dødskommunikationen. Vores problemfelt og også foranalysen pegede på, at forskellige andre kommunikative former end den overordnede dødsdistinktion træder i stedet for kommunikation om død, når politikere, medier og forsvar går i gang med at kommunikere om døde soldater. Vi forventede, at aktørerne i langt højere grad ville forsøge at skubbe dødsparadokset helt i baggrunden og helst undgå det. Nedenfor er måden, hvorpå paradokset skubbes i baggrunden hos forsvaret og politikerne opsummeret.

Forsvaret skubber paradokset i baggrunden, når det vælger at:

- italesætte materiellet
- undlade at kommunikere om dødsparadokset ved at skubbe ansvaret fra sig

Politikerne skubber paradokset i baggrunden, når de vælger at:

- kommunikere, at de ikke ønsker at kommunikere
- skubbe ansvaret for soldaternes ve og vel over på forsvaret

Baggrundsmuligheden optræder jævnfør den ovenstående analyse altså ikke så ofte. Døden trænger sig på i kommunikationen. I de følgende analyser af de andre

afparadokseringsmuligheder spilles der på langt flere strenge i kommunikationen, og vi viser, hvordan døden og det medfølgende paradoks faktisk inddrages i dødskommunikationen.

4.2 Prioritering af paradoksets ene side

Vi vil nu gå fra at se paradokset i baggrunden, som en kommunikation, hvor paradokset skjules, til at se på, hvordan et paradoks kan håndteres ved, at kommunikationen prioriterer den ene side af paradokset. Det er den tilstand, som vi i analysestrategien har kaldt prioritering af paradoksets ene side. I forhold til når paradokset skubbes i baggrunden, fordi ingen af siderne er synlige, er der altså i prioriteringen af den ene side af paradokset netop én synlig side. Når den ene side af paradokset prioriteres, lader kommunikationen det se ud som om, at selve paradokset, som i sin grundform er uløseligt, er løseligt. Kun den ene side af kommunikationen er synlig i kommunikationen, hvormed denne ene prioriterede side fremstår som den eneste mulige side i kommunikationen, selvom kommunikationen altid har to mulige tilslutningsmåder i paradokset. Nemlig død og ikke-død.

I det følgende vil vi analysere, hvordan de forskellige aktører – forsvar, politikere og medier – prioriterer den ene eller den anden side af paradokset i deres kommunikation. Når de prioriterer den ene side af paradokset, gør de det ved at benytte forskellige af de fem former, vi har identificeret, i kommunikationen. Deres afparadoksring af dødsparadokset sker i kommunikationen ved at bruge en eller flere af de kommunikative former til at fremhæve og prioritere enten død eller ikke-død.

De tre forskellige aktører gør det på forskellige måder og med forskellige former. Forsvaret er den mest nuancerede af aktørerne og benytter sig af de fire former ansvar | ikke-ansvar, business as usual | business as unusual, de efterladte | de døde samt helt | almindelig soldat til at afparadoksere dødsparadokset. Politikerne bruger de samme former på nær business as usual | business as unusual. Medierne er den aktør, der bruger færrest former til at afparadoksere med – de trækker kun på ansvar | ikke-ansvar og helt | almindelig soldat. Hvordan de tre aktører konkret afparadokserer, vil vi udfolde i det følgende.

Analysen er bygget op om aktørerne, og vi konkluderer med udgangspunkt i disse. Vi vælger også løbende at illustrere prioriteringen af paradoksets sider med en tegning af distinktionerne, og hvordan de forskellige former lægger sig på hver side som henholdsvis død eller ikke-død.

4.2.1 Døden eller ikke-døden i forsvaret

Forsvaret tager fire former i brug, når de afparadokserer dødsparadokset. Ser man først på formen ansvar] ikke-ansvar, betjener de sig typisk af formen i kommunikationen til at betegne ikke-dødssiden. For eksempel bliver forsvaret forsøgt stillet til ansvar af medierne for en ulykke med to sårede soldater i et Piranha-køretøj. Da medierne antyder, at forsvarets udstyr er forældet, og ulykken dermed kunne være undgået, vælger forsvaret ikke at respondere på kritikken, og Ekstra Bladet skriver: *”Major Kim Grünberger fra Hærens Operative Kommando afviser at oplyse, hvad de såredes skader består i, og det er endnu ikke afklaret, om gårsdagens to ofre i Piranhaen skal til behandling i Danmark”* (e211376a – 22/6). Forsvaret slører dermed død-siden og betegner ikke-død i stedet i form af en ansvarsfralæggelse.

Formen business as usual] business as unusual tjener den samme funktion med at betegne ikke-død frem for død i forsvarets kommunikation. Det ses eksempelvis, da Ekstra Bladet ville have en kommentar fra Hærens Operative Kommando i forbindelse med nogle sårede soldaternes ankomst og tilstand. Her lyder svaret fra den vagthavende presseofficer, Hans Vedholm: *”Det aner jeg ikke. Jeg har intet hørt. Hvor interessant er det, at tre sårede soldater er kommet hjem? Det er jo sket mange gange før”* (e20063e1 – 7/5). Da forsvaret skal beskrive, hvordan de sårede soldater har det, bliver det beskrevet som noget sædvanligt, der ikke er interessant at berette om, og ikke-dødssiden betegnes dermed, idet der i kommunikationen fokuseres på, at spørgsmålet ikke er interessant – i stedet for de sårede soldater. Ikke-død betones ligeledes i kommunikationen, da en soldat mister livet, og forsvarschef general Knud Bartels udtaler følgende om de tilbageværende soldater: *”Jeg ved, at det er en tung dag for den danske styrke i Afghanistan, men jeg ved, at styrken vil fortsætte opgaveløsningen, på trods af dette tab”* (e24abb6f – 14/11). Igen negligeres tabet af en dansk soldat, for der er jo en mission, der skal løses, hvorved der trækkes på indersiden af formen business as usual] business as unusual, hvilket sker flere gange i kommunikationen (for eksempel e21b48a7 – 21/7).

Business as usual] business as unusual som form kommer fortrinsvis i spil for at betone ikke-dødssiden, men der er også eksempler på, at dødssiden vælges i dødsparadokset, og det dermed tilsyneladende paradoks opløses til den anden side. Som da oberst Henrik Larsen for første gang oplever at miste en af sine egne soldater, da fremstår døden direkte: *”Men det er egentlig ligegyldigt [at han aldrig før har haft en dræbt soldat fra sit eget regiment], det er altid hårdt, når en dansk soldat dør. Man føler afmagt”* (e210a920 – 20/6). Døden italesættes

her direkte i kommunikationen, hvor der trækkes på business as unusual, for selv om det er krigens yderste konsekvens, at soldater dør, så kommunikeres det alligevel som en følelse af afmagt. Den samme direkte dødskommunikation om død ses, da den første danske kvindelige soldat, Sophia Bruun, dør: *"Sophias død er ikke noget, man lige lægger bag sig. Det er noget, som alle bærer med sig, men vi skal løse opgaven, og det er det, vi gør, sagde Sophias chef, oberst Flemming Matthiasen, kort efter mindehøjtideligheden"* (e20b72b7 – 7/6). Dødskommunikationen fremkommer her ved at trække på indersiden af formen business as usual] business as unusual, når det lyder, at opgaven skal løses.

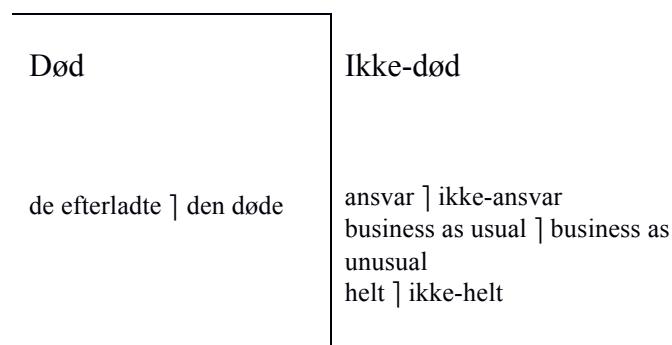
Forsvarets kommunikation lægger dog størst vægt på ikke-dødssiden, hvormed formen business as usual] business as unusual bliver en måde at kommunikere ikke-død for forsvaret på og dermed normalisere døden. Mens ikke-dødssiden betegnes mest med ansvars- og business as usual-formen, knytter forsvarets kommunikation til gengæld an til dødssiden ved at bruge formen de efterladte] de døde. Denne form er en måde for forsvaret, hvor der kan tales om død, selvom det er et sprængfarligt emne – samtidig glider den anden mulighed – ikke-død – i baggrunden. I stedet for en naturalisering af ikke-døden, bliver døden det naturlige og det, der skal kommunikeres om. Forsvaret er i en pressemeddelelse efter en soldats død i august for eksempel fuldkomment åbent om tabet: *"Det rammer altid hårdt, når en dansk soldat bliver dræbt eller kommer til skade. Men særlig hårdt er det for holdet i Afghanistan, der netop står overfor at blive afløst, efter de har udført en stor og vigtig indsats for Danmark"* hedder det i et citat af forsvarschef general Knud Bartels (e220ac86 – 7/8). En direkte melding om, at døden er indtruffet, og der slet ikke tænkes på alternativet, kommer fungerende chef for Hærens Operative Kommando Agner Rokos med en måned før i B.T. efter en anden dræbt soldat: *"Det er utroligt trist, at vi har mistet endnu en soldat i Afghanistan"* (e21b5f40 – 22/7). Der er ingen ansvarstagen, undskyldning eller anden afparadoksering – end netop en forholde sig til døden og den medfølgende tristhed – det vil sige, at der trækkes på ydersiden af formen de efterladte] den døde.

Samme vedholdende fokus på død ses også i Berlingske, hvor en stime af dræbte soldater sendes hjem fra Afghanistan. Forsvaret i form af en presseofficer taler direkte om dødsårsagen, da en soldat dør som følge af en vejsidebombs sprængning: *"De var ude på en patrulje, og så blev de ramt af en sprængladning. Det er alt, hvad vi ved på nuværende tidspunkt"* (e209b47f – 2/6). I forsvarets kommunikation er der kun død og ikke et forsøg på at forklare døden med ikke-død.

Den sidste form forsvaret bruger til at prioritere den ene af siderne i dødsparadokset er formen helt | almindelig soldat. Det er i høj grad indersiden af formen, der benyttes, og betoningen af soldaten som helt er en prioritering af ikke-dødssiden. Helten beskrives ikke for sin død, men for det, han har gjort før sin død – da han var ikke-død. For eksempel udtaler en major sig på følgende måde om en dræbt overkonstabel: *”Erik betød meget for sine nærmeste, om det var familien derhjemme eller drengene i delingen. Han var uden tvivl et socialt samlingspunkt for sin deling og var med til at højne moralen på en positiv og rar måde”* (e220ec80 – 9/8). Helteformen bruges også ved soldat, der dræbes samtidig. Formen bruges til at fjerne fokus fra døden og i stedet betegne det levede liv: *”Jimmi havde en stærk vilje og ville altid gøre tingene ordentligt færdig. Han blev såret i Afghanistan under kamphandlinger på Hold 4, men ville tilbage og gøre hele turen færdig. Trods Jimmis skader kom han sig hurtigt og var med det samme indstillet på at komme tilbage til et kompagni, der skulle udsendes igen til Afghanistan”* (e220ec77 – 9/8). I de nævnte citater bliver døden skubbet tilbage, og ikke-døden hives i stedet frem på kommunikationens scene i form af en frisk og stærk helt – frem for en stendød og lemlæstet soldat.

De ovenstående eksempler indikerer, hvordan forsvaret håndterer dødsparadokset. Forsvaret kommunikerer om døden ved hjælp af fire former. Tre af formerne bruges primært til at fremhæve ikke-dødssiden i paradokset. Det er formerne ansvar, business as usual og helt, mens formen de efterladte anvendes til at fremhæve dødssiden. Forsvaret kommunikerer altså om død, men det er oftere ikke-dødssiden, der prioriteres frem for dødssiden. Man kan sige, at forsvaret hellere vil tale om den levende soldat end den døde, og at døden er sværere at snakke om for forsvaret end livet – forsvaret taler i hvert fald hellere om ikke-død end død, når prioritering af paradoksets ene side bruges som afparadokseringsmulighed. Måden, hvorpå forsvaret kommunikerer, er illustreret i nedenstående figur 6:

Figur 6 - Forsvarets prioritering af paradokset



4.2.2 Politikernes prioritering af paradokset

I vores empiriske materiale kan vi se, at politikerne trækker på tre former til at afparadoksere dødsparadokset. Det er formen ansvar] ikke-ansvar, de efterladte] de døde og helt] almindelig soldat. Ligesom forsvaret kan politikerne altså spille på flere strenge, når døden skal afparadoksere, og politikerne vælger også af og til at prioritere den ene side af kommunikationsmulighederne i dødsparadokset, så det ligner, at der ikke eksisterer både død og ikke-død, men kun den ene af disse.

Mens forsvarets kommunikation hovedsageligt brugte ansvarsformen til at prioritere ikke-dødssiden i kommunikationen, betjener politikernes kommunikation sig af ansvar til både at kommunikere om død og ikke-død.

Ikke-dødssiden kommer til syne i form af en ansvarstagen, da Helle Thorning-Schmidt udsender en pressemeddelelse med overskriften ”Et stort tab” i forbindelse med soldat Sophia Bruuns død ved en improviseret sprængladning 1. juni. Partilederen forholder sig ikke til døden direkte i pressemeddelelsen, men tager i stedet ansvar kommunikativt: *”Det berører mig dybt, at soldaten har måttet betale den højeste pris af alle. Mine tanker går til familie, venner og kammerater. Vores soldater i Afghanistan skal vide, at vi uden forbehold bakker dem op i den svære tid”* (e209ac90 – 1/6).

Ansvarsformen bruges omvendt til en betegnelse af ikke-dødssiden af forsvarsminister Gitte Lillelund Bech i en udtalelse, da Simon Mundt Jørgensen bliver dræbt i slutningen af september. Medierne beder om en udtalelse, og det får Ekstra Bladet: *”Det gør enormt ondt. Jeg har orienteret nævnet... her for et kvarter siden. Jeg kan ikke fortælle særlig meget andet, end at vi har en dræbt soldat og en hårdt såret soldat,”* (e233707c – 23/9). Forsvarsministeren kommunikerer her direkte om døden, samtidig med hun viser en ansvarstagen over for døden ved at fortælle, om de politiske processer, hun har sat i gang.

Politikernes kommunikation trækker desuden på formen de efterladte] de døde, ligesom forsvarets kommunikation også gjorde. Men politikerne bruger formen på en anden måde. I relation til forsvaret anvendes formens yderside hovedsageligt – man taler om den døde og betegner dermed dødssiden. For politikerne er det omvendt. De bruger indersiden – de

efterladte – i kommunikationen til at fortrænge dødssiden, så ikke-dødssiden bliver den prioriterede side i kommunikationen.

Det gør statsministerens kommunikation for eksempel i en erklæring, som bringes i Ekstra Bladet, da en soldat er faldet i kamp: *"I denne tragiske stund går mine tanker først og fremmest til de pårørende. De har lidt et uerstatteligt tab, som berører mig dybt"* (e220ba3c – 8/8). Måden at betone de efterladte er klassisk for statsministerens dødskommunikation. Samme prioritering foretager lederen af Radikale, Margrethe Vestager ved en soldats død senere på året: *"Mine tanker går først og fremmest til den dræbte soldats familie, venner og kolleger i deres sorg"* (e2422345 – 25/10). Tankerne går ikke til den døde i kommunikationen – men netop til de efterladte, og dermed fortrænges paradokset, så det kun fremviser siden ikke-død.

Kommunikationen fra politikerne betjener sig også af en anden form til at betegne ikke-dødssiden af paradokset. Det sker med formen helt] almindelig soldat. Her er det - ligesom hos forsvaret - en helt, der tales om frem for en død soldat. Og en helt har krav på respekt, som er et ord, politikerne ofte knytter til helteformen: *"En indsats som fortjener den største respekt"* siger Margrethe Vestager (e209aec5 – 1/6), og i den anden side af det politiske spektrum bruges en tilsvarende formulering af Pia Kjærsgaard: *"De danske soldaters ofre, og deres familiers afsavn, kalder på den dybeste beundring. De to dræbte og de sårede fra Hold 9 og Bravokompagniet, som kommer fra Den Kongelige Livgarde, har krav på den dybeste respekt"* (e220b0bf – 7/8). Kommunikationen hos politikerne kredser om helt, heltegerninger, respekt og beundring – men ikke om død. Ved at betjene sig af helteformen, tillader kommunikationen at sløre dødssiden og dermed fokusere på ikke-døden.

I politikernes kommunikation falder en prioritering af paradoksets sider oftest ud til ikke-dødssiden. Det gør det med formen de efterladte] de døde og formen helt] almindelig soldat, der formår at få kommunikationen til at handle om det, der netop ikke er dødt og lade det døde træde i baggrunden. Politikerne formår kun at betegne dødssiden, når kommunikationen trækker på formen ansvar, hvorved både død og ikke-død får en chance i den politiske kommunikation, når det handler om ansvar. Politikernes håndtering af muligheden for at prioritere paradoksets ene side er gengivet i figur 7 på næste side:

Figur 7 - Politikernes prioritering af paradokset

Død	Ikke-død
ansvar ikke-ansvar	ansvar ikke-ansvar de efterladte den døde helt ikke-helt

4.2.3 Mediernes prioritering

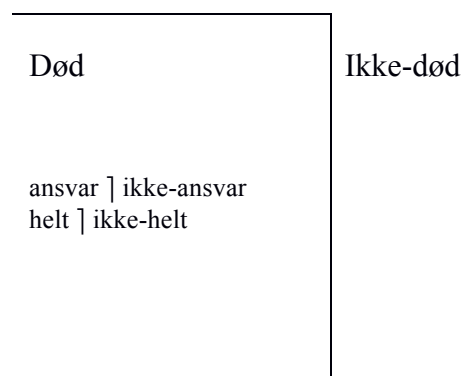
Medierne bringes også i kommunikative situationer, hvor de må vælge mellem en af dødsparadokssets sider. Ved at iagttage medierne med de forskellige typer af former, står det frem, at medierne kun bruger formen ansvar | ikke-ansvar og formen helt | almindelig soldat til at prioritere.

Mediernes kommunikation benytter sig af ansvarsformen langt oftere og mere tydeligt til at afparadoksere med end forsvaret og politikerne. Når det er medierne, kommunikationen udspringer fra, bliver ansvar en form, der konstant tages i brug. Som når Berlingske Tidende træder i karakter som aktør og tilskriver tidligere forsvarsminister Søren Gade ansvarstagen i forbindelse med hans fratrædelse og dermed tillader sig som medie at markere dødssiden i dødsdistinktionen: *"Næppe nogen anden forsvarsminister i NATO har som Søren Gade formået at gennemføre en voldsom beskæring og målretning af et lands forsvar, derpå føre det ud i det tætteste, man kan komme på krigsførelse, begrave over 30 faldne soldater fra kampene i Irak og Afghanistan, og alligevel bevare en uhørt høj tilslutning fra befolkningen til såvel krigsførelsen som sig selv"* (e1e568ac – 23/2). Her lades ansvar som noget positivt, men når ikke-ansvarsformen ses, bliver det noget negativt ladet, og dødskommunikationen bliver betegnet med tryk på af Ekstra Bladet, der i en overskrift giver forsvaret skylden for, at flere soldater er blevet såret: *"Afghanistan: Nye ofre for forsvarets smøl"* (e211376a – 22/6).

Uanset om medierne anvender indersiden ansvar eller ydersiden ikke-ansvar af formen, bruges den til at betegne dødssiden af paradokset. Mediernes kommunikation holder sig ikke tilbage fra at lade død blive prioriteret. Når dødens paradoks er på spisesedlen, er det altså dødssiden, medierne vil have frem – det ses også i formen helt] almindelig soldat. Direkte i overskriften *”Afsked med en helt”* (e20b5eb1 – 7/6) i Jyllands-Posten, hvor en falden soldat hyldes gennem hele artiklen. Ligeledes i en artikel i Ekstra Bladet, hvor heltetematikken også knyttes direkte til en soldats død: *”Mikkel ville hævne Simon... nu er han faldet i samme krig: Ung soldat lovede at ære ven, der blev offer nummer 37 i Afghanistan – lørdag blev han selv nummer 38”* (e241ee9b – 25/10).

Når medierne står overfor paradokset vælger de at håndtere det ved at prioritere en af paradoksets sider. Det særlige er, at kommunikationen altid knytter an til dødssiden, og dermed bliver medierne den aktør, der i højest grad kan tale om død i forhold til prioritering af paradoksets sider, hvilket er illustreret nedenfor i figur 8:

Figur 8 - Mediernes prioritering af paradokset



4.2.4 Opsummering | Uens prioritering

De tre aktører handler og prioriterer forskelligt i kommunikationens arena, når de står ansigt til ansigt med dødsparadokset. Som vi har vist i det ovenstående, er en af håndteringsmulighederne at forsøge at prioritere den ene side af paradokset, så den anden side fremstår usynlig, og paradokset dermed tilsyneladende er opløst.

Det gør de tre aktører på vidt forskellige måder. Forsvaret bruger forskellige former til at forsøge at undgå at have paradokset præsent. Tre af formerne anvendes udelukkende til at fokusere på ikke-død. Selvom døden vitterligt har fundet sted, og soldater ligger dræbt i

ørkensand, så er det ikke det, forsvaret kommunikerer om. Det tillader sig kun engang imellem at italesætte døden i kommunikation, nemlig når de taler om de efterladte og dermed om døden, som noget, der er sket for de efterladte. For forsvaret er det klart nemmere at kommunikere om livet end om døden. Prioriteringen er i allerhøjeste grad fortrinsvis ikke-død.

Det samme gælder politikerne, som ikke kommunikerer så nuanceret om døden som forsvaret – men som prioriterer ikke-dødssiden endnu mere strikt og fravælger dødssiden benhårdt. Kun ved formen ansvar tillader kommunikationen sig i mindstemål at anerkende død ved at vælge denne side af paradokset i sin fremstilling, men ellers anvender politikerne de kommunikative former til at fokusere på alt andet end død – for eksempel heltegerninger, de efterladte og de dodes levende kammerater. Igen er prioriteringen ikke-død den klart mest fremherskende.

Omvendt står det til hos medierne. Skal de vælge side i paradokset, hopper kommunikationen over på dødssiden og bliver der. Medierne betjener sig af færre former end de to andre aktører. De er altså knap så nuancerede, men konsekvent anderledes, når de håndterer paradokset ved en prioritering, idet de tør betegne dødssiden.

Punktvis kan vi opsamle de forskellige aktørers kommunikation på følgende måde.

Forsvaret prioriterer paradoksets ene side ved at:

- Kommunikere hovedsageligt om ikke-død
- Tale om død ved at fokusere på de efterladte
- Kommunikere om ikke-død frem for død ved at beskrive soldaterne
- Kommunikere om ikke-død ved at forholde sig til de efterladte og til hændelsesforløbet som ganske normalt

Politikerne prioriterer paradoksets ene side ved at:

- Fortrinsvis kommunikere ikke-død
- Kommunikere ikke-død ved at tale om de pårørende og efterladte
- Kommunikere ikke-død ved at udtrykke beundring over for soldaterne
- Kommunikere om død ved at tage ansvar over for de dræbte soldater

Medierne prioriterer paradoksets ene side ved at:

- Udelukkende fokusere kommunikativt på død
- Tematiskere hævn
- Beskrive soldaterne som ofre og helte

Fra at have fokuseret på en paradokshåndteringsmekanisme, hvor paradoksets ene side prioriteres, går vi nu til at se på de kommunikative tilfælde, hvor paradokset sættes i forgrunden.

4.3 Paradokset i forgrunden

Når paradokset forbliver i forgrunden, er der tale om en særlig form for paradokshåndtering, idet paradokset reelt ikke bliver afparadokseret, som i de foregående tilfælde, hvor paradokset henholdsvis skubbes i baggrunden, eller den ene side af paradokset prioriteres. I stedet vælger kommunikationen at veksle mellem de to sider i dødsdistinktionen, og dermed forbliver paradokset i forgrunden. Det betyder, at både død og ikke-død figurerer i kommunikationen.

Vi har erfaret ved den empiriske granskning, at særligt politikernes kommunikation gør brug af denne paradokshåndtering, ligesom også forsvarets kommunikation anvender denne mulighed i flere kommunikative sammenhænge. Nedenfor følger en uddybende analyse af, hvorledes aktørerne håndterer paradokset, når det bringes i forgrunden i kommunikationen. Som når paradokset skubbes i baggrunden, er det igen bemærkelsesværdigt, at medierne slet ikke trækker paradokset i forgrunden i kommunikationen.

Dette analyseafsnit er opbygget, så det indledes med analyse af de steder i forsvarets kommunikation, hvor der veksles mellem død og ikke-død i kommunikationen, og derefter følger en analyse af, hvorledes politikernes kommunikation tager sig ud, når paradokset bringes i forgrunden i kommunikationen. Endelig problematiseres det, hvorfor mediernes kommunikation igen ikke gør brug af en afparadokseringsmulighed.

4.3.1 Forsvaret | Variation i den vekselvirkende kommunikation

I det følgende vil vi beskæftige os med, hvordan forsvaret skubber paradokset i forgrunden, og hvormed det lykkes for forsvarets kommunikation at betone begge sider af paradokset samtidig. Forsvaret er nuanceret i sin kommunikation og bruger fire af de fem former, vi har defineret som former, der knytter sig til dødskommunikationen, nemlig ansvar | ikke-ansvar, business as usual | business as unusual, de efterladte | de døde og helt | almindelig soldat. Disse fire former vil vi gennemgå nedenfor.

Formen ansvar | ikke-ansvar bruges hyppigt af forsvarets kommunikation, og begge sider anvendes og er med til at betegne begge sider i dødsparadokset. Da en dansk soldat bliver dræbt i begyndelsen af juni, udtaler forsvarschef general Knud Bartels sig. I udtalelsen

betones formen ansvar i og med, at forsvaret tager ansvar for den dræbtes efterladte i form af en ikke-dødskommunikation. Men først tales også om død – paradoksets to sider bliver altså begge synlige, når forsvarschefen taler: *"En dansk soldat er i dag blevet dræbt og fem andre er blevet såret, mens de udførte deres arbejde i Afghanistan. Et vigtigt arbejde, der er med til at skabe forudsætningen for den fortsatte udvikling af landet. Men det kan selvsagt føles ligegyldigt for de ramte familier og pårørende, der i dag har modtaget den triste besked. Jeg har den dybeste medfølelse med dem. De skal vide, at forsvaret står klar med støtte og bistand"* (e209a9dd – 1/6). Da en soldat dør senere i juni, udtrykker forsvaret sig også i en ansvarsform og presser dødsparadokset frem, så begge sider viser sig i kommunikationen, da en oberst udtaler sig om den døde og om ikke at lade sig skræmme: *"Det skylder vi Martin. Han har betalt den højeste pris for den opgave, som alle på Hold 9 har påtaget sig. Derfor kører vi også ud gennem porten i morgen og fortsætter opgaveløsningen. Det gør vi for afghanerne, og det gør vi for Martin"* (e210a0ba – 20/6).

Ansvarsformen anvendes hyppigt, ligesom ikke-ansvarsformen også bruges i forsvarets kommunikation. Sidstnævnte kan også være med til at betone både død og ikke-død. I følgende udtalelse fra forsvaret efter et Taliban-angreb er der dog ikke samme rækkefølge, som vi har set hidtil – her betones først ikke-død og dernæst død: *"Vi har været meget uheldige, og han har været meget heldig"* udtaler major Erik Bøttger om fjenden. Udtalelsen følges op af: *"Det var en fuldstændig forfærdelig situation for vores soldater. De sårede kunne ikke blive evakueret straks på grund af den meget kraftige sandstorm"* (e1ffdbe2 – 6/5).

Den næste form, der kommer til syne i kommunikationen, hvor forsvarets kommunikation sætter paradokset i forgrunden, er business as usual] business as unusual. Forsvaret vælger fortrinsvis formen business as usual til af afparadoksere dødskommunikationens paradoks med.

I en artikel i oktober i Ekstra Bladet klandres forsvaret for ikke at have haft nok pigtråd, og at dette indirekte har været skyld i nogle soldaters død. Hærens operative chef Jørgen Høll udtrykker, at pigtrådsmanglen hører under normaliteterne i en krig: *"Af hensyn til soldaternes sikkerhed er det uhensigtsmæssigt, at der mangler pigtråd. Men det kan jo ske i krig"* (323e5acf – 15/10). Han gør desuden opmærksom på, at sikkerheden nu er blevet forbedret for soldaterne: *"Da vi så oplever den fatale ulykke, må vi prioritere det her, fordi vi absolut ikke kan tåle eller ikke vil acceptere at noget tilsvarende sker igen"* (ibid.). I citaterne gør den

operative chef det først klart, at selv døden må man regne med i krig, derefter skifter han til at kalde døden en fatal ulykke. Først skjuler kommunikationen altså paradokset, hvor efter det sætter det frem – en vekslen foretages – paradokset er i forgrunden.

En vekslen ses også hos forsvaret tidligere på året – blot i omvendt rækkefølge – da en soldat bliver dræbt og to såres i begyndelsen af januar. Først kommenterer forsvarets kommunikation selve døden: *"I dag er en dansk soldat dræbt, to er såret og tre lettere skadet under udførelsen af deres opgaver i Afghanistan."* Dernæst bruges formen business as usual til at afparadoksere og lade kommunikationen benytte sig af at kunne bruge ikke-dødssiden også. Det sker i form af en udtalelse fra forsvarschef Knud Bartels: *"I november sidste år besøgte jeg de danske soldater i Afghanistan, kort tid efter to danske soldater var blevet dræbt. Her oplevede jeg, hvordan soldaterne på imponerende og professionel vis fortsatte deres opgaveløsning på trods af tabet af deres to kolleger. Jeg er ikke i tvivl om, at de danske soldater nu på samme måde vil fortsætte deres vigtige indsats med den nødvendige støtte fra resten af forsvaret"* (e1d62ea6 – 8/1).

Formens inderside business as usual er den, der i højest grad kalder dødsparadokset frem i forgrunden i forsvarets kommunikation. Men det forekommer også, at business as unusual får paradoksets begge sider til at blive synlige i kommunikationen. Det sker for eksempel i midten af juni, da flyveroverkonstabel Martin Kristiansen bliver dræbt. Det er et usædvanligt drab, og det betones også af forsvaret, der fortæller om døden, men samtidig om ikke-død ved brug af formen business as unusual: *"Det er med stor sorg, jeg i dag har fået besked om, at flyveroverkonstabel Martin Kristiansen er dræbt og fire andre er blevet lettere såret i Afghanistan"* starter udtalelsen, der fortæller om død. Derefter træder ikke-død frem, da business as unusual-formen lader denne side af paradokset komme til syne: *"Det er særlig hårdt, fordi det kun er to dage siden vi mistede to soldater ved en tragisk ulykke i Oksbøl, ligesom det kun er kort tid siden vi mistede en soldat i Afghanistan"* (e20e0444 – 13/6).

Formen ansvar | ikke-ansvar og formen business as usual | business as unusual bruger begge sider til at sætte svingninger i paradokshåndteringen fra forsvarets kommunikations side, så kommunikationen skubber paradokset i forgrunden og anvender begge sider. Samme funktion har formen de efterladte | de døde og helt | almindelig soldat, men disse to former bruger kun indersiden til at betegne dødskommunikationen. Der bliver med andre ord ikke talt om den døde eller den almindelige soldat.

De efterladte] den døde er som form med til at muliggøre en kommunikation, der har dødsparadokset i forgrunden. For eksempel da konstabel Mikkel Jørgensen bliver dræbt i oktober. Her udtaler en generalmajor i forsvaret sig først om døden, og dernæst lader han paradoksets anden side træde frem: *"Det er med stor sorg, at jeg må meddele, at vi her til morgen har mistet en dansk soldat ved Den Danske Kampgruppe i Helmandprovinsen i Afghanistan. Mine tanker går først og fremmest til de pårørende, og vi vil gøre, hvad vi kan for at støtte og hjælpe dem"* (e241b5a1 – 24/10). Efter at have nævnt døden, bliver den hurtigt kørt ud på et sidespor i form af en betegnelse af ikke-død ved straks at kommentere på de efterladte. Forsvaret bruger en lignende udmelding i kommunikationen i en pressemeddelelse om den dræbte: *"Det er med stor sorg, at jeg her til morgen modtog meldingen om, at vi har mistet en dansk soldat under kamp i Afghanistan. (...) Forsvaret vil nu rykke sammen om de pårørende og den dræbte soldats kammerater og kolleger, og vi vil gøre alt, hvad vi kan for at hjælpe og støtte dem i den svære tid de nu står overfor"* (e2419806 – 23/10).

Afparadokseringsmåden, hvor død og ikke-død følges ad i kommunikationen om de efterladte, er en helt typisk form for forsvaret, der sommetider udvikler mere på den – for eksempel da en soldat dør i august, og forsvaret retter sin kommunikation ikke bare mod de efterladte, men også mod de pårørende til andre soldater: *"Vores tanker og dybeste medfølelse går til de efterladte, der havde glædet sig til gensynet med deres soldater, og de pårørende, der havde glædet sig til at tage imod deres soldater i lufthavnen sammen med resten af delingen"* (e220affb – 8/8).

Mens formen de efterladte] den døde netop tematiserer de efterladte og ikke den døde, beskriver formen helt] almindelig soldat de døde soldater. Her forsøges det at presse den døde over i noget levende ved at beskrive de døde som helte. Forsvarets kommunikation betjener sig også af helteformen, som muliggør endnu en tendens til at skifte mellem paradoksets to sider – død og ikke-død. Helteformen optræder ikke så ofte, men den kan få paradokset til at vise begge sider, som her hvor feltpræst Jesper Svendsen skriver de døde soldater ind i en større sammenhæng ved at omtale dem som helte: *"De er udsendt af vores folkevalgte, og de skal respekteres som sådanne. Vi vil med tiden komme til at tale om Anders' [afdød konstabel] generation som den generation, der efter årtusindeskiftet bragte store ofre efter en historisk lang tid med fred"* (e1d44c4a – 3/1).

Ovenstående gennemgang viser, at når forsvaret afparadokserer dødsparadokset ved at hive det frem i kommunikationen og åbent vise begge sider, nemlig både død og ikke-død, er der

fire former, der accelerer denne proces. Forsvarets kommunikation kan vise paradokset frem og lade dets to sider stå frem i en vekslen både ved at betegne ansvar] ikke-ansvar, business as usual] business as unusual, de efterladte] de døde og helt] almindelig soldat. Forsvarets kommunikation er altså nuanceret og har ikke noget imod at sætte paradokset i spil til skue for andre. Vi vil i det følgende se, hvordan politikerne håndterer samme situation med brug af forskellige former.

4.3.2 Politikerne | Nuanceret vekselvirkning i kommunikationen

Hvor forsvaret gjorde brug af fire af formerne i kommunikationen, anvender politikerne paradokset i forgrunden i alle de identificerede former; de formår således at pendle mellem paradoksets to sider med alle typer af former.

Politikerne tager for eksempel ansvar i kommunikationen, hvor paradokset bringes i forgrunden ved veksling mellem henholdsvis død og ikke-død. Det ses, da den danske befolknings holdning til Afghanistan ændrer sig drastisk på et halvt år, idet flertallet af befolkningen i august 2010 ønsker, at de danske soldater i Afghanistan skal trækkes hjem, mens det i februar var flertallet, der ønskede, at soldaterne skulle blive i Afghanistan¹⁶. Dette faktum forholder udenrigspolitisk ordfører Søren Espersen fra Dansk Folkeparti sig til ved at tage ansvar for, at soldaterne skal blive i Afghanistan så længe, der er en opgave at løse, men samtidig forstår han befolkningens holdning: *"Jeg kan godt forstå, at krigen hænger danskerne langt ud af halsen med alle de ofre, som vi lider i Afghanistan. Men jeg tror samtidig, at danskerne beundrer den måde, som soldaterne udfører deres arbejde på. Målingen får mig ikke til at ændre holdning til krigen. Vi har en opgave at løse, som ikke er færdig"* (e222fceb – 14/8). Der kommunikeres indledningsvis om død, idet Søren Espersens kommunikation italesætter de danske ofre. Herefter skifter kommunikationen til i stedet at omhandle ikke-død, da der tales om måden, hvorpå soldaternes arbejde beundres.

Det faktum, at befolkningen ikke længere støtter op om krigen – angribes således på divergerende måder, hvorved der i kommunikationen opstår en situation, hvor paradokset træder i forgrunden – netop fordi der veksles mellem død og ikke-død.

¹⁶ I en måling, som Rambøll Analyse Danmark foretog for Morgenavisen Jyllands-Posten i perioden fra den 9.-12. august 2010 blandt et repræsentativt udsnit af den danske befolkning på 970 interviewpersoner svarede 53,3 pct. af danskerne nej til spørgsmålet, om de danske soldater skal blive i Afghanistan foreløbigt, mens kun 40,6 svarede ja. Et halvt år tidligere svarede 48,7 pct. ja, mens kun 41,1 svarede nej (e222fceb – 14/8).

En lignende vekslen finder også sted i politikernes kommunikation, da de danske soldater trækker sig tilbage fra Budwan-basen (tidligere Armadillo) for at koncentrere sig om at beskytte handelsbyen Gereshk. Her afviser forsvarsminister Gitte Lillelund Bech, at de 23 dræbte soldater og endnu flere soldater, der er blevet hårdt sårede efter kampe ved netop Budwan-basen er døde forgæves: *"Bestemt ikke. Hver eneste gang vi har en dræbt soldat, er det en dræbt soldat for meget. Men det har ikke været forgæves"* (e23f04eb – 17/10). Døden italesættes direkte, men efterfølgende vælger kommunikationen i stedet at fokusere på ikke-død, idet der ikke er tale om en strategisk ændring, da forsvaret vælger at trække soldaterne tilbage fra basen, hvilket Gitte Lillelund Bech anerkender: *"(...) helt naturligt at flytte rundt på kampgrupperne, og det er chefen for jorden, der tager stilling til, hvordan han vil stille brikkerne"* (ibid.). Ministeren forklarer, hvordan der ændres på operationsmønstret løbende, så Taliban ikke har mulighed for at lure, hvad kamptropperne 'plejer' at gøre. Dermed kommunikerer der om kamphandlinger og operationsmønstre – det vil sige ikke-død.

Ikke-ansvar optræder også i kommunikationen, og her veksler Radikale eksempelvis mellem død og ikke-død, da de udsender en pressemeddelelse i forbindelse med, at konstabel Simon Mundt Jørgensen dør af en improviseret sprængladning: *"Det er med stor sorg, jeg har fået at vide, at endnu en dansk soldat har mistet livet i Afghanistan. (...) De danske soldater har valgt at bruge deres liv på at arbejde for demokrati og en mere fredelig verden"* (e2334525 – 22/9). Der tages ikke ansvar for situationen i kommunikationen, men både død og ikke-død optræder i kommunikationen, idet der først tales direkte om, at soldaten har mistet livet, hvorefter kommunikationen skifter til at omhandle, at soldaterne kæmper for demokrati og fred.

Politikerne gør også brug af formen business as usual | business as unusual, hvor især forsvarsminister Gitte Lillelund Bechs kommunikation betjener sig af indersiden af business as usual | business as unusual-formen flere gange (e209a9f9 – 1/6; e21b4399 – 21/7; e2419883 – 23/10), og ordlyden er omtrent den samme hver gang og lyder for eksempel: *"Det gjorde mig ondt at modtage beskeden om, at en dansk soldat i dag mistede livet efter en ildkamp i Helmand-provinsen i Afghanistan. (...) Mine tanker i dag går også til vores soldater i missionen i Helmand-provinsen. De skal uselvsk fortsætte deres arbejde med at skabe fred og fremdrift i Afghanistan, uanset dagens tragiske tab af en god kammerat"* (e2419883 – 23/10). Her starter forsvarsministerens kommunikation med at italesætte døden ved at gøre det klart, at konstabel Mikkel Jørgensen 'har mistet livet'. Herefter skifter kommunikationen

til i stedet at omhandle, hvordan de tilbageværende soldater på holdet i Afghanistan må fortsætte kampen mod Taliban – på trods af, at en af deres kammerater er død.

Ydersiden af formen – det vil sige business as unusual – betegnes også i kommunikationen, da daværende formand for Konservative Lene Espersen udsender en pressemeddelelse, da overkonstablerne Erik Berre Rolandsen og Jimmi Bøgebjerg Petersen dør i Afghanistan: *”Det gør ondt, når danskere, der har gået i front for frihed og imod terror, bliver dræbt i kamp. Mine tanker går til de to dræbte soldaters familie, deres venner og deres kolleger. De skal nu igennem en hård tid med sorg og savn, tomrum og smerte. (...) Vi vænner os aldrig til at miste soldater i krig”* (e220afa4 – 7/8). Her bringes paradokset igen i forgrunden, idet kommunikationen først italesætter, at de to soldater er blevet dræbt, hvorefter kommunikationen omhandler, hvor svært dette afsavn må være for de efterladte samt kommunikationens påstand om, at vi aldrig vænner os til at miste soldater i krig. Det er alment kendt, at en af konsekvenserne ved krig er døden, men i stedet vælger Lene Espersen at fremhæve det at miste som værende noget, man ikke kan vænne sig til, hvorfor det må betegnes som business as unusual.

Formen de efterladte] den døde kommer også til udtryk i politikernes kommunikation, men i stedet for at fokusere på den døde i kommunikationen, trækker politikernes kommunikation tit på de efterladte – altså formens inderside. Det vil sige, at det i stedet italesættes, hvor synd det er for de pårørende, at de har mistet en af deres kære. Det scenarie ses, da Gitte Lillelund Bech kommenterer på, at overkonstablerne Erik Berre Rolandsen og Jimmi Bøgebjerg Petersen er blevet dræbt i Afghanistan, ligesom tre er blevet såret: *”Det gjorde mig meget ondt, da jeg modtog meddelelsen om, at to danske soldater er blevet dræbt og tre er blevet såret i Afghanistan, da deres køretøj ramte en improviseret sprængladning. (...) Ligeledes går mine tanker til de sårede soldater og deres familier”* (e220abe6 – 7/8). Kommunikationen indleder med at italesætte døden direkte i form af ’to danske soldater er blevet dræbt’ for derefter at veksle til at kommunikere om ikke-død qua omtanken for de efterladte. Lignende formuleringer ses gentagne gange i politikernes kommunikation (for eksempel e241b939 – 24/10).

En anden måde at omgås at omtale de dræbte soldater på direkte er ved at gøre enten dem eller deres kammerater til helte i kommunikationen. Også her veksles der mellem anvendelsen af død og ikke-død i kommunikationen, hvorved paradokset igen bringes i forgrunden. Det ses eksempelvis, når statsminister Lars Løkke Rasmussen udtaler henholdsvis *”En dansk*

soldat har mistet livet (...). Mine tanker går tillige til den dræbte soldats kammerater og kolleger i Afghanistan. De yder en fremragende indsats under meget svære vilkår. Det er en indsats, som til stadighed fortjener vores dybe respekt og taknemmelighed" (e21b5409 – 22/7) og *"Det berørte mig dybt personligt, da jeg i dag modtog beskeden om, at en dansk soldat har mistet livet Helmand-provinsen i Afghanistan. (...) Deres [de danske soldaters] indsats aftvinger respekt og taknemmelighed"* (e24197cf – 23/10).

De to citater er fremsagt af statsministeren ved to forskellige dødsfald og i hans kommunikation ses døden, når det italesættes direkte ved, at 'en soldat har mistet livet', mens ikke-død fremtræder, når talen i stedet falder på de afdøde soldater kammerater i Afghanistan, der yder en fremragende indsats, der indgyder til respekt og taknemmelighed. Et andet eksempel, hvor helte-formen bringes i spil i kommunikationen, er i en pressemeddelelse fra Socialdemokraterne, hvor formand Helle Thorning-Schmidt betoner i sin kommunikation, at *"Det er endnu engang med stor sorg, at jeg er blevet gjort bekendt med, at en dansk soldat er blevet dræbt i Afghanistan. (...) Alle de danske soldater i Afghanistan yder døgnet rundt en kæmpe indsats for Danmarks sikkerhed"* (e2419ed5 – 23/10).

Politikernes kommunikation trækker i særlig høj grad på død for værdi som form i afparadokseringen ved paradokset i forgrunden. Det er ydermere kun i forbindelse med netop denne afparadoksering, at død for værdi anvendes. Derfor er denne form iøjnefaldende, fordi den må opfylde et særligt behov, som politikernes kommunikation ikke har kunnet få opfyldt med de andre afparadokseringer. Der er mulighed for variation, idet formen dækker over værdierne fred, frihed, demokrati, sikkerhed og tryghed. Formens inderside er speciel, fordi den tilbyder en række forskelligartede kombinationsmuligheder, hvilket også afspejles i kommunikationen.

En af kombinationsmulighederne er tilstedeværelsen af både demokrati og fred i kommunikationen. Denne mulighed trækker Radikales gruppeformand Margrethe Vestagers kommunikation på, da konstabel Simon Sejer Hoffmann dør: *"Det er tragisk og ulykkeligt, at endnu en dansk soldat i dag har mistet livet i Afghanistan. (...) De danske soldater kæmper for demokrati, fred og stabilitet i en meget urolig del af Afghanistan, og deres indsats er et særdeles væsentligt bidrag i kampen for en bedre verden"* (e1d63028 – 8/1). Statsminister Lars Løkke Rasmussen udtaler sig også, da Simon Sejer Hoffmann dør, men kommunikationen trækker her på værdierne demokrati og sikkerhed: *"Det er med dyb sorg, at jeg har modtaget meddelelse om, at en dansk soldat i dag er blevet dræbt i Helmand-*

provinsen i Afghanistan. (...) En dansk soldat har mistet livet i kampen for vores sikkerhed og tryghed og for det afghanske folks håb om en bedre fremtid" (e1d63010 – 8/1). Hvor Margrethe Vestagers kommunikation kommunikerer 'mistet livet', så vælger statsministerens kommunikation at kommunikere, at konstablen er blevet dræbt, når indersiden af dødsdistinktionen italesættes.

Død for fred er en anden af de værdier, der figurerer i afparadokseringen af paradoksets vekselvirkning. Det ses hos Radikale, når gruppeformand Margrethe Vestager udtaler: *"Endnu en dansk soldat er i dag blevet dræbt i Afghanistan, da en enhed soldater blev ramt af en eksplosion. (...) De danske soldater i Afghanistan gør en vigtig og imponerende indsats for at sikre fred og stabilitet i en meget urolig del af verdenen, og jeg har den allerstørste respekt for deres arbejde"* (e21b4ced – 21/7). Kommunikationen er kontant i italesættelsen af døden, idet ordet 'dræber' anvendes, men til gengæld blødes kommunikationen op i form af vekselvirkningen, hvor ikke-død fremkommer, når fokus skifter til død for fred. Det samme gør sig gældende, når statsminister Lars Løkke Rasmussen kondolerer, da konstabel Simon Mundt Jørgensen dør: *"Det er med dyb sorg, at jeg har modtaget meddelelse om, at en dansk soldat i dag er blevet dræbt i Helmand-provinsen i Afghanistan. (...) En dansk soldat har mistet livet i kampen for vores sikkerhed og tryghed og for at give det afghanske folk et håb om en bedre fremtid. Mine tanker går også til den dræbte soldats kammerater og kolleger i Afghanistan"* (e23330e8 – 22/9). Først er han meget kontant i kommunikationen og anvender ordet dræbt, hvorved døden italesættes. Herefter skifter kommunikationen til at omhandle 'kampen for sikkerhed og tryghed' – det vil sige ikke-død fremhæves, hvorfor der igen er tale om en vekslen mellem dødsdistinktionens to sider, hvorved paradokset træder i forgrunden.

Forsvarsminister Gitte Lillelund Bechs udtaler sig ligeledes, da Simon Mundt Jørgensen dør: *"Det gør mig meget ondt, at en dansk soldat i dag har mistet livet og yderligere en soldat er hårdt såret af en improviseret sprængladning i Afghanistan. (...) Dagens tragiske hændelse minder os også om de soldater, som trods tabet af en god kammerat skal fortsætte med at løse deres opgave. Vores danske soldater yder en vigtig og vanskelig indsats for at sikre fred, stabilitet og fremgang i Afghanistan. De fortjener den største respekt for deres modige og uselviske arbejde"* (e23330e7 – 22/9). Forsvarsministerens kommunikation fokuserer først på død i form af 'har mistet livet' – og derefter kommunikeres der om, hvordan soldaterne blandt andet sikrer fred i Afghanistan – det vil sige ikke-død. Soldaterne dør så at sige ikke forgæves, for de er med til at sikre freden – både i Danmark og i Afghanistan.

Fred som værdi anvendes også kombineret med frihed, hvilket for eksempel finder sted i kommunikationen, da forsvarsminister Gitte Lillelund Bech udsender en pressemeddelelse, da overkonstabel Jørgen Randrup dør: *"Det gjorde mig ondt, da jeg her til middag modtog meddelelsen om, at vi har mistet en dansk soldat i Helmand-provinsen. (...) Vores soldater har en vigtig og vanskelig opgave at løse i Afghanistan for at sikre os fred og frihed"* (e24abbbe – 14/11). Først kommunikeres der direkte om død i form af 'har mistet livet', hvorefter der skiftes til en kommunikation, der omhandler, at soldaterne er i Afghanistan for at sikre Danmark fred og frihed. Samme kombination af former trækker Socialdemokraternes formand Helle Thorning-Schmidt på i kommunikationen, hvor det lyder, at *"Det er dybt tragisk, at endnu en dansk soldat har mistet livet i Afghanistan. (...) De danske soldater skal vide, at de nyder vores fulde opbakning og støtte i kampen for vores fælles sikkerhed"* (e20e06f6 – 13/6).

Da den første danske kvindelige soldat, konstabel Sophia Bruun, dør i Afghanistan kommunikerer forsvarsminister Gitte Lillelund Bechs kommunikation, at soldaterne kæmper for en mere sikker verden: *"Dagens tragiske hændelser minder os endnu engang om, hvor vanskelig en opgave vores soldater dagligt løser i kampen for fred og fremgang i Afghanistan og for en mere sikker verden. Det gjorde mig meget ondt, da jeg i dag modtog meddelelserne om, at en dansk soldat i dag har mistet livet, og at yderligere fem danske soldater blev såret i Afghanistan"* (e209a9f9 – 1/6). Hermed anvendes værdien død for sikkerhed, hvilket også er den værdi forsvarsministerens kommunikation igen trækker på en uge senere, da hun fortæller om, hvordan værnet mod en række trusler og farer for Danmark er det aktive medlemskab af NATO: *(...) lykkes det ikke at opstille dette værn mod trusler eller farer, ved vi kun alt for godt, hvilke konsekvenser det kan få. Det blev vi alle på smertelig vis mindet om i sidste uge, da vi mistede en soldat i Afghanistan og fik fem sårede. Min dybeste medfølelse og tanker går til de pårørende og kollegerne. Også derfor må vi aldrig tage sikkerhed for givet, for verden ændrer sig konstant, og det gør truslerne, vi står over for, også. (...) Afghanistan er blot et eksempel på, at kampen for vores sikkerhed og vores værdier ofte foregår fjernt fra Danmark"* (e20cb7cb – 10/6).

Socialdemokraternes formand Helle Thorning-Schmidts kommunikation trækker også på død for sikkerhed, da premierløjtnant Jonas Peter Pløger bliver ramt af en improviseret sprængladning: *"Det er dybt tragisk, at endnu en dansk soldat er blevet dræbt i Afghanistan. De danske soldater udfører en fantastisk indsats under ekstremt farlige forhold i Helmand-*

provinsen. Vi må aldrig glemme, at de danske soldater kæmper for vores sikkerhed, og jeg har den allerstørste respekt for de danske soldaters indsats i Afghanistan” (e21b5441 – 21/7). Kommunikationen er direkte i form af brugen af ordet ’dræbt’, mens ikke-død italesættes ved at minde om, hvordan soldaterne kæmper for ’vores’ – det vil sige Danmarks sikkerhed. Så i stedet for at dvæle ved døden skifter kommunikationen til at omhandle et emne, som der er langt flere stemmer i for politikerne – nemlig landets sikkerhed. Næsten samme ordlyd findes, da henholdsvis konstabel Mikkel Jørgensen samt overkonstablerne Erik Berre Rolandsen og Jimmi Bøgebjerg Petersen dør (for eksempel e220c5d1 – 8/8).

Død for sikkerhed kombineres også med tryghed i kommunikationen, hvilket er en kombination som kun statsminister Lars Løkke Rasmussens kommunikation trækker på – til gengæld i særlig høj grad (e209b510 – 2/6; e21b8125 – 14/6; e21b5409 – 22/7; e220ad3e – 7/8). Det ses eksempelvis, da konstabel Mikkel Jørgensen dør i ildkamp: *”På denne tragiske dag går vores tanker også til de danske soldater i Afghanistan, som har mistet en kammerat og kollega. De skal på trods af tabet fortsat bidrage til at sikre vores tryghed og sikkerhed og til at indgyde afghanerne et håb om en bedre fremtid”* (e241b939 – 24/10). Kommunikationen omhandler indledningsvis selve døden i form af ’har mistet livet’, hvorefter kommunikationen veksler til i stedet at italesætte den sikring af ’vores’ – det vil sige danskernes sikkerhed og tryghed.

Som det ses, er død for værdi en ofte yndet form fra politikernes side, når paradokset sættes i forgrunden. Politikerne er altså ikke blege for at inddrage døden i deres kommunikation, så længe der også er mulighed for at skubbe denne i baggrunden til fordel for en værdi, som kan være med til at forklare eller legitimere, at døden eksisterer – at dødsparadokset findes.

4.3.3 Medierne | Manglende vekslen i kommunikationen

Vi kan ikke et eneste sted i det empiriske materiale identificere nogen eksempler, hvor mediernes kommunikation skubber paradokset i forgrunden og derved veksler mellem død og ikke-død. Det lader til, at mediernes kommunikation ikke har brug for denne afparadokseringsmulighed, ligesom den ikke havde brug for at skubbe paradokset i baggrunden. Mens politikere og forsvar kan veksle mellem to værdier og have paradokset i forgrunden eller kan sløre paradokset helt som noget, der ikke tales om, kan medierne kun prioritere og fremvise enten død eller ikke-død. En yderligere granskning af mediernes behov for at afparadoksere følger i opsummeringen af paradoksanalysen som helhed i næste afsnit.

4.3.4 Opsummering | Paradokset viser sig frem

Den beskrevne afparadokseringsmulighed – at skubbe paradokset i forgrunden – er klart den af de tre paradokshåndteringsmuligheder, der er mest på spil i kommunikationen. Politikerne benytter sig af alle fem former til at skubbe paradokset frem i fuld offentlighed. Forsvaret trækker på fire former i kommunikationen, når det lægger paradokset frem til bedømmelse, mens medierne slet ikke benytter sig af denne afparadokseringsmulighed – deres kommunikation har tilsyneladende ikke brug for at offentliggøre et paradoks, men fokuserer kun på en af siderne.

Som den første aktør indlader forsvaret sig på en vekslen mellem værdierne i dødsparadokset. Deres kommunikation tydeliggør, at kommunikationen inden for ganske få sætninger eller over større hændelser kan tillade sig at veksle mellem død og ikke-død i form af for eksempel død og ansvaret for denne død, død og business as unusual og død og de efterladtes sorg. Begge værdier bliver præsenteret, og det er typisk for forsvaret, at det samtidig med, det omtaler døden, også kommunikerer meget om især de efterladte – både pårørende og kolleger, og at de giver udtryk for, at den døde historie går hånd i hånd med den levende historie i form af en helt, som optræder som en af måderne, som kommunikationen veksler på hos forsvaret. Politikerne veksler ligeledes mellem de forskellige former i en konstruktion, som lader paradokset vise både inder- og yderside. Det er kendetegnende for politikernes kommunikation, at de indledningsvis italesætter selve dødshændelsen som en klar dødsside i kommunikationen, hvorefter denne skifter til at omhandle ikke-død. Ikke-død bliver klart betonet i kommunikationen, hvorved politikernes kommunikation forsøger at flytte fokus til det flotte arbejde, som de andre soldater gør, eller den sorg, som de efterladte må leve med. Denne form for kommunikation er på en måde lettere at håndtere end selve døden. Endvidere betjener politikernes kommunikation sig af formuleringer som 'har mistet livet' i langt de fleste tilfælde – i stedet for at anvende ordet død. Flere gange kommunikerer der dog også, at 'en soldat er blevet dræbt'.

Vi beskrev i analysestrategien, at kommunikationen om et paradoks i forgrunden vil lade de to værdier veksle frem og tilbage, og en videre kommunikation vil foregå, hvor det er nemmest for kommunikationen at tilslutte sig den foregående kommunikation. Politikernes og forsvarets kommunikation ses også empirisk at veksle konstant. Dog oftest i den analyserede empiri med en start ved død for derefter at skifte til ikke-dødssiden i dødsparadokset. Dette

tyder på, at på trods af, at vi i dette afsnit har set, at politikernes og forswarets kommunikation er åben for at skubbe paradokset i forgrunden, vil kommunikationen oftest bedst kunne fortsætte ved at bruge ikke-død frem for død. Det vil vi komme mere ind på i næste afsnit, som vil samle op på alle de tre muligheder for at håndtere paradokset.

Som afslutning på afsnittet om paradokset i forgrunden vil vi opstille de forskellige kendetegn for politikernes og forswarets kommunikation, når de skubber paradokset i forgrunden. For forsaret såvel som for politikerne kan der opstilles følgende kendetegn ved deres vekselvirkning:

- Der kommunikeres om død før ikke-død betones
- Mange former bringes i spil i kommunikationen

Desuden har politikerne et stort behov for at betone ikke-død.

For **forsvaret** er det kendetegnende for deres kommunikation for at skubbe paradokset i baggrunden:

- Nuanceret kommunikation
- Bruger både ansvarsfralæggelse og -pålæggelse til at få paradoksets to sider frem
- Bruger også formen business as usual og dens yderside til at sætte paradoksets to sider i spil
- De efterladte og soldaten som helt er yndede emner for forswarets kommunikation og gør det muligt at tale om både død og ikke-død

For **politikerne** er det kendetegnende, at de skubber paradokset i baggrunden på en kommunikationsmåde, der er:

- Nuanceret
- Meget fokuseret på værdier, hvor døden først benævnes, og dernæst bruges værdier til at betegne ikke-død
- Ansvarsbaseret
- Minder om forswarets kommunikation, der bruger business as usual og formens yderside til at skubbe paradokset i forgrunden
- Død og ikke-død bliver muligt at kommunikere om samtidig ved at bruge formerne helt | ikke-helt og de efterladte | den døde

4.4 Delkonklusion | Kommunikationens ping-pong med paradokset

Formålet med paradoksanalysen var at undersøge, hvordan de fem forskellige former anvendes i aktørernes kommunikation, når denne kommunikerer om død. Det har vi gjort og identificeret ved at iagttage, hvordan kommunikationen foregår, selvom kommunikationen i udgangspunktet synes besværlig at kommunikere om. Dødskommunikationen trækker på et dødens paradoks, og man kunne tro, at det paradoksale ville smitte af på kommunikationen og dermed lamme den. Dette sker imidlertid ikke. Vi har tydeligt set, at når aktørerne står over for dødens paradoks i kommunikationen, forstår de at afparadoksere det på forskelligartede måder. Kommunikationen lykkes alligevel. Døden stopper ikke kommunikationens strøm, selvom den har et paradoks som grundlag. Den er faktisk meget produktiv, og vi ser, hvordan tre forskellige paradokshåndteringsmetoder er i brug for at lade kommunikationen fortsætte. Hvordan disse muligheder bruges er vidt forskelligt for de tre aktører, som afhandlingen omfatter. I det følgende vil vi pinde de enkelte aktørers karakteristika for afparadoksing ud.

4.4.1 Forsvaret

For forsvaret gælder det for det første, at det i høj grad trækker på business as usual | business as unusual som form, når en dansk soldat dør i Afghanistan. I kommunikationen har det så at sige behov for at anskueliggøre, at livet går videre for de andre soldater i Afghanistan, selv om en af deres kammerater dør. Forsvaret kan i sin kommunikation ikke blot dvæle ved sorgen, fordi det fortsat har ansvaret for tropperne i Afghanistan, hvormed de samtidig muliggør døden og dermed også de følger, som de pårørende for eksempel må kæmpe med, når en af deres kære dør i krigen. Det sløres hermed ved italesættelsen af business as usual i kommunikationen, at der findes et overordnet dødsparadoks.

Forsvarets kommunikation er endvidere meget nuanceret, idet det trækker på mange forskelligartede former i kommunikationen, hvilket særligt ses, når paradoksets ene side prioriteres i kommunikationen. Det er kun i forbindelse med kommunikationen, der omhandler de efterladte, at kommunikationen er i stand til at kommunikere om døden, hvilket vi anskuer som et hensyn til de efterladte, idet døden for dem er alt andet end paradoksal; de får aldrig deres afdøde soldat tilbage. I de resterende tilfælde virker det lettere at italesætte ikke-død. Dermed sløres selve døden i kommunikationen, så offentligheden, politikerne, medierne og ikke mindst de pårørende ikke står tilbage med en følelse af, at forsvaret lader stå til.

Det er dog også bemærkelsesværdigt, at paradoksets sættes meget i forgrunden i forswarets kommunikation. Vi havde formodet, at det ikke turde italesætte døden af hensyn til de efterladte, men det viser sig, at forsaret i høj grad tør italesætte døden. Dog sker det enten i form af en vekslen mellem død og ikke-død eller ved decideret at prioritere ikke-død. Begge dele er måder at omgå at tale om selve døden, men det ændrer ikke på, at dødens alvor smitter af på kommunikationen.

Forsvarets dødskommunikation er:

- nuanceret
- normaliserende for dødssituationen
- meget fokuseret på de involverede personer

4.4.2 Politikere

Det særlige ved politikernes måde at afparadoksere på er, at de hyppigt anvender muligheden for at kommunikere varieret opfyldt ved anvendelsen af formen død for værdi | død for krig, når paradokset sættes i forgrunden. Når politikernes kommunikation sætter paradokset i forgrunden, trækker den endvidere på alle fem former. Netop ved denne paradokshåndtering ser vi en klar struktur, idet kommunikationen stort set altid indleder med at italesætte døden, hvorefter der hurtig skiftes til ikke-død i form af formerne, der bringes i spil i kommunikationen. Kommunikationen om ikke-død uddybes langt mere, og det virker til, at det er lettere for politikerne at italesætte ikke-død i stedet for at dvæle ved døden. Derved får de blandt andet også mulighed for at fortælle, hvor god en indsats soldaterne gør, ligesom de kan sende tanker til de efterladte og ophøje de afdøde soldater til helte. Alt sammen måder hvorpå de kan italesætte døden på en afvekslende måde – ved at kommunikere ikke-død. Endelig er det karakteristisk for politikernes kommunikation, at de ikke skubber paradokset i baggrunden særlig tit i kommunikationen; de bliver med andre ord tvunget til at forholde sig til paradokset, hvilket typisk kommer til udtryk, når medierne opfordrer politikerne til at tage ansvar.

Politikernes dødskommunikation er:

- værdibaseret
- ansvarsbetonet
- påvirket af konfrontation med dødsparadokset

4.4.3 Medier

Mediernes kommunikation gør ikke særlig meget brug af mulighederne for at afparadoksere dødsparadokset, idet paradokset hverken puttes i forgrunden eller i baggrunden. Kommunikationen viser således kun paradoksets ene side i form af en prioritering af død, når der kommunikeres med formerne ansvar og helt. Medierne tør tale om døden. Vi antager, at det skyldes, at medierne ikke har et ansvar for soldaternes tilstedeværelse i krigen som de to andre aktører har, men medierne har et ansvar i forhold til at formidle omstændighederne i Afghanistan – og dette ansvar tager de dødsens alvorligt.

Mediernes dødskommunikation er:

- fokuseret på død
- ikke nuanceret i samme grad som hos politikere og forsvar

4.4.4 Lad os snakke om det, vi ikke kan snakke om

Analysen af aktørernes afparadoksninger har bekræftet os i, at der kommunikeres på livet løs om det, der ikke kan kommunikeres om – nemlig døden. Den vej, kommunikationen lægger an til at komme uden om dødens paradoks, har dog overrasket os. Langt oftere end at gemme paradokset helt væk i baggrunden, puttes paradokset i forgrunden, og det viser sig, at kommunikationen tilbyder to tilslutninger for kommunikationen – nemlig både en inderside og en yderside af kommunikationsparadokset. Denne måde har både politikere og forsvar tillagt sig, det samme gælder for at putte paradokset i baggrunden. Det er samtidig påfaldende, at aktørerne er så gode til at prioritere den ene af paradoksets sider i kommunikationen og dermed få det til at se ud som om, at paradokset i kommunikationen slet ikke eksisterer. Alle tre aktører mestrer denne manøvre – men på forskellig måde. Forsvaret og politikerne lader ikke-dødssiden træde frem, mens medierne lader dødssiden være i fokus.

Denne indsigt fører til en overvejelse om, hvorvidt dødsdistinktionen anvendes på samme måde af aktørerne i kommunikationen. Vi valgte indledende at opfatte dødsdistinktionen som den distinktion, der har død på indersiden af distinktionen og alt, hvad der ikke er død i form af ikke-død som distinktionens yderside. Men vi kan se af vores empiri, at kommunikationen fra de forskellige aktører ikke prioriterer distinktionen på samme måde.

Vi mener at kunne konkludere, at medierne faktisk prioriterer på den overordnede dødsdistinktions måde i og med fokus for kommunikationen hovedsageligt er død, der falder

på indersiden af distinktionen. Ved at inddrage paradokshåndteringsmulighederne og anvende dem på den overordnede distinktion for død, lader medierne altså til at lade ikke-død træde i baggrunden og i stedet kun fremvise hovedsageligt dødssiden.

Forsvaret og politikerne gør det modsatte. De lægger også af og til fokus på død, men hovedsageligt gives ikke-død vægt i kommunikationen. Ikke-dødssiden prioriteres oftest, eller der skiftes til denne med det samme, når paradokset sættes i forgrunden. Derfor er det mere korrekt at se kommunikationen fra politikere og forsvar som havende fokus på ikke-død i stedet for død. Døden er en omgivelse for politikere og forsvars kommunikation. Derfor vil det være mere præcist at lade kommunikationen illustrere med forskellig inderside og yderside for de tre aktørers kommunikation i form af følgende tre distinktioner:

Figur 9 - Dødsdistinktionen hos de tre aktører

Forsvar	Politikere	Medier
Ikke-død død	Ikke-død død	Død ikke-død

Hvordan denne forskellighed skaber dynamik, vil vi behandle nærmere i kapitel 5, hvor vi reflekterer over resultaterne fra både analyse 1 og analyse 2.

4.4.5 Et tilbageblik på analysestrategien

Tre analysestrategiske pointer er fremkommet i arbejdet med afparadokseringsanalysen.

For det første er det vigtigt at erindre, at vi – ved at udpege tre afparadokseringskategorier – fravælger andre måder at afparadoksere på og gør os selv blinde over for alt andet end netop at putte paradokset i baggrunden, i forgrunden eller prioritere dets ene side. Vi har kun analytisk belæg for tre afparadokseringskategorier, som beskrevet i analysestrategien, men vi har i arbejdet med empirien også forsøgt at forholde os til, om nu netop disse kategorier var tilstrækkelige. Det har været vores opfattelse, at det er de, men vi har også arbejdet med artikler, hvor afparadokseringer slet ikke optræder, men hvor faktuelle oplysninger bare videregives, uden at vi har kunnet spore en afparadoksering. Dette fører til den næste analysestrategiske pointe – nemlig, hvordan kan vi være sikre på, at en afparadoksering slet ikke optræder, og at det ikke i stedet bare er en skubben af paradokset til baggrunden?

Det kan nemlig diskuteres, hvornår man måler paradokset i baggrunden. Vi har kun medtaget kategoriseringer af paradokset i baggrunden, hvor der direkte er spurgt ind til død, men kommunikationen så vælger slet ikke at medtage denne – der afviges altså ved at skubbe paradokset i baggrunden. Vi mener altså ikke, at man kan måle eller kategorisere med den empirikonstruktion, vi har, når paradokset skubbes i baggrunden, uden at der er forespurgt til det. Det giver god mening intuitivt, idet det er svært at svare undvigende på noget, som der slet ikke er spurgt til i kommunikationen. Til paradokset i baggrunden hører også en anden diskussion – hvordan kan man se forskel på denne afparadokseringsmulighed og på at prioritere paradokset ikke-dødsside? Kommunikationen, der anvender en kommunikation, hvor paradokset skubbes i baggrunden, får paradokset til at forsvinde helt. Døden skjules. Derimod kan kommunikationen, der prioriterer den ene side af paradokset og kun bruger denne i kommunikationen, komme til at fremstå hyklerisk eller naiv. Fordi det ofte vil være kendt, at der findes to muligheder for død i krig og det medfølgende dødsparadoks – død eller ikke-død – kan det fremstå modsætningsfyldt, hvis en kommunikator – for eksempel en politiker – kun betegner den ene side i kommunikationen. Samtidig kan det på den anden side lykkes i kommunikationen netop at være så overbevisende, at paradokset slet ikke synes at findes, fordi kun den ene side fremstår som en mulig kommunikation. Kun død eller ikke-død fremstår som et tilbud i kommunikationen.

Den sidste pointe i forhold til afparadokseringsanalysen er, at forholdet mellem død og ikke-død i paradokset i forgrunden synes at være uligevægtigt. Godt nok vises både død og ikke-dødssiden i afparadokseringen, da dette netop er kendetegnende for at putte paradokset i forgrunden i kommunikationen. Men den ene side får fortrinsret eller i hvert fald mest opmærksomhed, idet forløbet som oftest er, at døden først kort benævnes, og ikke-døden derefter så indtræffer i kommunikationen. Det tyder på, at selvom det, som Teubner anfører, er muligt, at paradokset er produktivt for kommunikationen i sin fremvisning af begge sider, så er det ikke fordrende for kommunikationen, at begge sider ses. Tværtimod produceres der kort kommunikation om død, hvorefter ikke-døden så bliver det vigtige. Man kan sige, at når der endelig tales om død, så gøres det ekstremt kortfattet. Så selvom man tør italesætte døden, så vil man hellere tale om noget andet. Det er for smerteligt, selvom det foregår.

Vi vil i det næste kapitel reflektere over, hvordan denne umulighed bliver mulig og give råd til, hvordan forsvar og politikere kan blive bedre strategiske kommunikatører.

5. Refleksion |

Den mulige umulighed og den strategiske kommunikatør

Vi erfarede i analysen af kommunikationens afparadokseringer af død, at aktørerne rent faktisk formår at kommunikere om død – på trods af, at en sådan kommunikation kan synes umulig. Kommunikationen muliggøres netop, fordi afparadokseringerne bliver stillet til rådighed i kommunikationen, og derved bliver kommunikationen mulig gennem dens egen umulighed. Umuligheden virker produktivt for kommunikationens muligheder. Det kan illustreres på følgende måde:

umulighed → mulighed

Forsvaret og politikerne er bedre til håndteringen af denne umulighed i form af produktion af kommunikationsmuligheder, end vi antog indledningsvist. Afparadokseringsanalysen viste, at både forsvaret og politikerne vælger at betone ikke-død i kommunikationen, hvorimod mediernes kommunikation trækker på den omvendte dødsdistinktion; de kommunikerer mere direkte om død. Forskellene i kommunikationen var det, vi identificerede i afparadokseringsanalysen med følgende tre distinktioner, hvor døden betones på forskellig måde af de tre aktører:

Forsvar	Politikere	Medier
Ikke-død død	Ikke-død død	Død ikke-død

Netop mediernes direkte måde at kommunikere om døden på er bemærkelsesværdig, idet den tyder på, at kommunikationen har indvirkning på, hvorledes både forsvaret og politikere kommunikerer. Det skyldes, at dødskommunikationen ofte opstår, når medierne ønsker at få uddybet en dødssituation eller få en kommentar til, at en dansk soldat er død.

Vi finder det derfor interessant at uddybe, hvordan medierne har indvirkning på de andre aktørers kommunikation, og derfor ønsker vi i dette kapitel at reflektere over vores tredje delspørgsmål:

Hvordan kan kommunikationen forbedres med udgangspunkt i de konstitutive konsekvenser, som afparadokseringerne får for kommunikationen?

I det følgende diskuterer vi indledningsvist, hvad vi kalder mediernes pres på forsvaret og politikernes kommunikation med henblik på at identificere de konstitutive konsekvenser, som afparadokseringerne får for kommunikationen. Presset fører til en særlig kommunikation, som vi vælger at identificere som trøstnuancer. Med udgangspunkt i disse nuancer vil vi gå ind i en diskussion af, hvordan det som kommunikatør bliver muligt at forbedre kommunikationen.

5.1 Mediernes pres

Undervejs i de foregående analyser undrede vi os over, at medierne ikke anvendte nær så mange former i dødskommunikationen som politikerne og forsvaret. Ligeledes gjorde medierne heller ikke brug af muligheden for afparadoksering i særlig høj grad. Det viste sig, at det er, fordi medierne faktisk tør tale om døden og gør det. Ved at kommunikere om død kan medierne tvinge den afparadokserende dødskommunikation i gang hos politikere og forsvar. Det relaterer sig til vores indledende formodninger om, at medierne er nyhedsskabende og nærgående. Vi forestillede os også, at de kunne kommunikere på en anderledes måde. Men på trods af mediernes insisteren på at formidle nyheder, havde vi – jævnfør spørgsmålet om legitimitet i problemfeltet – ikke troet, at det ville afspejle sig så tydeligt i kommunikationen, at forsvaret og politikerne reagerer på mediernes pres ved at kommunikere om døden og dermed bruge afparadokserende kommunikation. Medierne presser altså forsvaret og politikernes kommunikation, og samtidig indstifter medierne en tvang til afparadoksering hos forsvar og politikere. Derfor kommunikerer forsvaret og politikerne. Vi har tidligere identificeret, at kommunikationen om død foregår, men med øje for mediernes pres ved vi nu, at det især er, fordi medierne tvinger politikere og forsvar ud i denne kommunikation.

Mediernes rolle kommer eksempelvis til udtryk, når medierne mener, at aktørerne bør tage mere ansvar, hvorfor forsvaret og politikerne presses til at besvare spørgsmål om ansvar. Medierne tjener dermed en funktion, der giver mulighed for **udstilling** af dem, som medierne mener ligger inde med ansvaret for døden i krig. I kommunikationen skildrer de dog også gerne soldaterne som en helt særlig type mennesker, hvis de ikke ligefrem går så langt som til at ophøje dem til helte. Medierne er en slags offentlig mindetavle for de døde soldater, hvor **døden kan dyrkes**, og soldaternes status som helte kan vises frem.

Mediernes måde at presse forsvaret og politikerne på kan opstilles med følgende punkter:

- Udstilling: Vi spørger, indtil de svarer
- Dødsdyrkelse: Vi giver soldaterne et godt eftermæle

Disse to punkter sætter vi sammen til en dødskommunikationsstrategi for medierne, hvorved mediernes måde at presse på kan forklares med denne strategi. Mediernes dødskommunikationsstrategi kalder vi: **De ansvarliges udstillingsvindue / heltenes gravsten.**

Strategien er dobbeltsidet på den måde, at den på den ene side kritiserer det forhold, at nogen er ansvarlige for, at soldater dør, samtidig med at de samme medier også skriver den positive historie om dem, der dør. Strategien muliggør altså, at medierne både kan kritisere og hylde det samme faktum – død i krig.

Presset fra medierne på dødskommunikationen kræver et svar. Netop fordi forsvaret og politikerne foretrækker at betone ikke-død i kommunikationen, afparadokserer de dødskommunikationen, når mediernes kommunikation kræver svar. Medierne anlægger et dynamisk kommunikativt pres på forsvar og politikere for, at de skal afparadoksere. Denne afparadoksering giver mulighed for afløb for den kommunikation, der ellers synes umulig og besværlig. Forsvaret og politikere afparadokserer således kommunikationen af tvang eller nød i en række forklaringer, hvorved de muliggør en umulig kommunikation. Vi vælger at kalde den måde, hvorpå forsvaret og politikerne håndterer mediernes pres på for kommunikativ trøst. I afsnit 5.2 vil vi beskrive kendetegnene ved kommunikativ trøst og dennes form.

5.2 Kommunikativ trøst

Medierne yder et produktivt kommunikativt pres på forsvar og politikere ved at tvinge dem til kommunikativt at forholde sig til paradokset. Man kan drage en parallel derfra til ordsproget ”hvad hjertet er fuldt af, flyder munder over med”, for når døden indtræffer, kan det være svært ikke at snakke om den, især når man bliver spurgt om den konstant. Mediernes kommunikative forespørgsel om død bliver imødekommet af forsvar og politikere, selvom død er ubehageligt at tale om. Den frustration, som de døde soldater i Afghanistan kan udløse, er forsvaret og politikerne i stand til at modfrustrere eller afhjælpe ved at tilbyde en form for kommunikativ trøst. Man kan sige, at kommunikationen fra politikere og forsvar kan agere psykologhjælp på niveauet for kommunikation.

Vælger vi at anskue trøst som en kommunikativ form, er den karakteriseret som alle andre former ved at have en inderside og en yderside. I den måde vi vælger at se trøstens form på, er

den kendetegnet ved at være den forskel, der drages mellem en kommunikativ fortid på indersiden, og en kommunikativ fremtid på ydersiden, hvilket kan illustreres således:

Fortid | Fremtid

Trøstens form er bygget op over fortid og fremtid, men den forholder sig til nutiden. For at kunne trøste i nutiden, må en inderside i form af en fortid kunne konstrueres så meningsfuldt, at den kan give kommunikativ heling til dødskommunikationen; nutiden skal kunne udholdes. Trøstens form er dermed med til at psykologbehandle dødskommunikationen. I og med at trøsten etablerer en fortid, der er meningsfuldt fabrikeret, danner det grundlag for en fremtid, man kan komme videre med. I den forbindelse skabes der en årsagsforklaring, der kan være med til at anskueliggøre, hvordan man kommer fra nutiden til fremtiden via fortiden. Fremtiden definerer vi som værende alt andet end fortiden, idet vi ikke har mulighed for at identificere, hvad der vil være den rette fremtid for de intenderede modtagere af kommunikationen, og da der findes et utal af mulige kommunikative fremtider på ydersiden af formen.

Vi vurderer, at trøstens form netop kommer i spil i dødskommunikationen, fordi døden er så uudholdelig at tænke på. Derfor vil især forswarets og politikernes kommunikation forsøge at trøste modtagerne, når en soldat er blevet dræbt. Trøsten kan her være med til at tilføre meningsfuldhed til det, der føles meningsløst. Det giver ikke mening i et systemteoretisk perspektiv at tale om en modtager for kommunikationen, men vi kan sige, at med det udsnit af dødskommunikation, vi har valgt at fokusere på i form af medieproduceret kommunikation, vil dødskommunikationen ofte have en intenderet modtager i form af disse, der absorberer netop dødskommunikation fra medierne. Man kan forestille sig et bredt udsnit af befolkningen, som enten har noget på spil i forhold til dødskommunikationen – måske kender de selv en soldat – eller andre som blot indirekte sidder med spørgeordet ”hvorfors”, når soldater bliver dræbt i Afghanistan. Her tilbyder trøsten som kommunikationsform en række svar.

Nedenfor vil vi beskrive, hvilken form for trøst de forskellige aktører tilbyder i form af forskellige strategier for dødskommunikation. Men først kigger vi kort tilbage på de to foregående analyser. I afparadokseringsanalysen så vi, at kommunikationen fra politikerne og forsaret havde nogle særlige kendetegn. Forsvarets kommunikation var kendetegnet ved at

være nuanceret, beskrive dødssituationer som normalsituationer og være fokuseret på de enkelte mennesker; det vil sige soldater, der var døde. Derimod bar politikernes kommunikation præg af at være værdibaseret, ansvarsbetonet og skarpt påvirket af konfrontationen med dødsparadokset. Hvis vi sætter disse karakteristika sammen med de forskellige afparadokseringsforløb og former, som vi har identificeret hos de to aktører i de to analyser, er vi i stand til at fortolke os frem til den type trøst i forhold til dødskommunikationen, som forsvaret og politikerne gør brug af, når medierne presser deres dødskommunikation i gang. Medierne kan dog ikke siges selv at tilbyde en trøst, når de presser kommunikationen, hvorfor vi har identificeret mediernes nuancer af kommunikation som værende et udtryk for pres – jævnfør ovenstående.

De fem former, som vi indledningsvis udledte i formanalysen, er et udsnit af de muligheder, som dødskommunikationen kan trække på. Netop kommunikationen af former og afparadokseringsmuligheder udmønter sig i de følgende unikke kombinationer for trøst. Med disse bliver vi i stand til at anskue, hvordan henholdsvis forsvaret og politikerne bruger trøstens form, og deraf kan vi udlede de to aktørers dødskommunikationsstrategi. Vi begynder med forsvarets trøst.

5.2.1 Forsvarets trøst

Forsvarets måde at trøste på kommer til at udtryk i kommunikationen ved et forsøg på at fralægge sig skylden for døden i krig, idet forsvaret ikke kommunikerer at være ansvarligt, når medierne stiller det til ansvar for de episoder og problemer, der opstår i Afghanistan. Forsvaret giver blandt andet selv materiellet skylden, når danske soldater bliver ramt af improviserede sprængladninger i deres patruljevogne. Her tilbydes en forståelsesramme for den intenderede modtager, der fokuserer på, at nok er en dansk soldat død, men han døde, fordi materiellet ikke var i orden. Trøsten i kommunikationen bliver til et spørgsmål om **teknikalitet**. Her kan fortiden for eksempel være, at det er rart at vide, at det er materiellets skyld, at soldaten døde – han gjorde altså ikke selv noget forkert – og dermed bliver det lettere for de intenderede modtagere at forholde sig til. Derudover er forsvaret med til at producere trøstefortællinger om, at soldaterne er af en særlig helteagtig natur. De er med til at bevare **fædrelandet**, hvilket kan beskrives som, at det kan godt være, at soldaten er død, men han var med til at bevare fædrelandet. Forsvarets tredje trøst er et fokus på, at død er en del af den militære krigsdeltagelse og altså den **hverdag**, som følger med, når man bestemmer sig

for at være en krigsførende nation. Man kan sige, at som årsag er død en del af spillet, idet det er krigens yderste konsekvens, så når forsvaret bliver spurgt om dødsårsager, er trøsten ofte, at det er en naturlig og normal del af en militær rutine.

Forsvarets nuancer af trøst kan dermed opsummeres til følgende:

- Teknikalitet: Døden er ikke vores ansvar, materiellet har skylden
- Fædrelandet: Vores soldater dør for Danmark
- Hverdag: Død er en del af militær krigsdeltagelse

Hvis vi kombinerer disse tre trøstenuancer, kan vi udpege forsvaret til at have en kommunikationsstrategi for død, der er kendetegnet som en **helteskabende krigsmaskine**. Det gør vi med udgangspunkt i de tre nuancer af trøst, som vi har udledt for forsvarets kommunikation. Kombinationen af nuancerne skaber således muligheden for at opstille en dødskommunikationsstrategi. I vores forslag til forsvaret som strategisk kommunikator i afsnit 5.3 vil vi diskutere, hvorvidt trøstnuancerne er de mest hensigtsmæssige for kommunikationen.

5.2.2 Politikernes trøst

Politikernes måde at trøste på i kommunikationen og gøre døden til et mere udholdeligt faktum minder på flere punkter om forsvarets, men adskiller sig alligevel – ikke mindst fordi trøsten er langt mere bundet op om værdier, end den kommunikation, vi ser hos forsvaret.

I politikernes kommunikation betegnes trøstens form for eksempel, når politikerne officielt kondolerer i forbindelse med, at danske soldater bliver dræbt i Afghanistan. Her lyder det som oftest, at tankerne går til de efterladte, hvilket kan lyde som en hul form for trøst – om end det er udtryk for, at politikerne anerkender de efterlattes tab og afsavnet hos de dræbtes **familier**. Her er der tale om indersiden af formen de efterladte | de døde, som blev identificeret i formanalysen. Formen fungerer således også som en af trøstenuancerne. Endvidere ynder politikerne at kommunikere kort om selve dødsepisoden, hvorefter der fokuseres på alt det, der i analyserne blev betegnet som værende ikke-død – for eksempel at soldaten døde i en højere sags tjeneste for landets sikkerhed eller tryghed. Soldaten døde for politikernes og Danmarks **idealer**, hvorfor fortiden kan identificeres som, at det kan godt være, at soldaten er død, men han døde i en højere sags tjeneste. Soldaten får dermed rollen som en, befolkningen bør beundre; han ophøjes til helt, og særligt hos politikerne forbliver snakken fokuseret om alt

det, der i analyserne blev betegnet som værende ikke-død. Helten er vigtig at fremhæve som forståelsesramme og trøstemulighed, fordi den muliggør en kommunikation, der anerkender soldatens indsats, ligesom den tilbyder en ophøjelse af soldaten, som de efterladte kan leve videre med. Heltens evner og status bliver til en **idolisering**, og den kan for eksempel udtrykkes ved, at nok er soldaten død, men til gengæld var han meget modig. Politikerne deltager desuden ofte i en meningsudveksling om skyldsspørgsmål, hvor skylden for døden skal placeres – dette minder om forsvarets forhold til ansvaret for døden. Dette kan måske ikke direkte ses som en trøst – men derimod snarere en mulighed for politikerne for at forklare deres hensigter. Politikerne har for eksempel en tendens til at skyde skylden over på forsvaret, når talen falder på dårligt materiel, hvorved det bliver op til den intenderede modtager for kommunikationen at vurdere, hvorvidt skylden ligger hos politikerne eller forsvaret. Politikernes kommunikation er dermed udtryk for et forsøg på **ansvarsforrykkelse**, og denne ansvarsforrykkelse skaber eksempelvis en fortid, der lyder, at det kan godt være, at danske soldater dør i Afghanistan, men det er ikke vores – det vil sige politikernes – ansvar.

Politikernes måder at kommunikere trøst på kan derfor opsamles i følgende punkter:

- Familien: Vi tænker på de efterladte
- Idealer: Vores soldater kæmper for vores værdier
- Idolisering: Vi beundrer soldaternes mod
- Ansvarsforrykkelse: Krigen er ikke vores ansvar, men forsvarets

Anskues de forskellige trøstemuligheder sammen, kan politikernes strategi for dødskommunikation siges at være båret af en **idealiserende idolisering**. Den dødskommunikationsstrategi, vi opstiller, er sammensat af de fire nuancer af trøst, som politikernes kommunikation er præget af.

I afsnittet den strategiske dødskommunikatør herunder vil vi vurdere, hvorvidt politikernes trøstnuancer er de mest hensigtsmæssige for kommunikationen. Vi vil derfor nu gå videre til en diskussion af, hvordan de tre aktører kan kommunikere strategisk ud fra de kommunikationsstrategier for dødskommunikation, vi har fremvist.

5.3 Den strategiske dødskommunikatør

Ovenfor opstillede vi de muligheder for trøst og forklaring, som kommunikationen kan anvende, når det bliver for smertefuldt at betegne død i kommunikationen. I dette afsnit vil vi

agere kommunikationsrådgivere og komme med forslag til, hvordan kommunikationen kan forbedres. Vi vil først tage de to kommunikationsstrategier, som vi ovenfor udpegede forsvaret og politikerne til at have og diskutere, hvorvidt de består af de rette elementer af trøst, og hvordan disse kunne forbedres, hvorefter vi inddrager den dødskommunikationsstrategi, som vi har udledt for medierne. Derefter vil vi komme med generelle råd til dødskommunikatører.

5.3.1 Forbedring af forsvarets dødskommunikation

Vi tilskrev forsvaret en kommunikationsstrategi med titlen 'helteskabende krigsmaskine'. Når forsvaret har mulighed for at anvende denne strategi, er der også noget, som det bliver blindt for i dens kommunikation – nemlig det, det udelader fra dets dødskommunikation. Det er derfor en kritik af forsvaret, at når man fokuserer på et velsmurt krigsmaskineri i sin kommunikation, bliver det uhyre voldsomt at skulle forklare det, hvis maskinens motor sætter ud, hvilket vi har set flere eksempler på i empirien. Det vil derfor være et råd til forsvaret kommunikativt ikke kun at tillade ideen om et velfungerende krigsmateriel, men også at tillade andre kommunikative åbninger i form af, at teknikaliteterne måske ikke altid er i top. For eksempel, at det er muligt, at fejl sker i forsvaret med døden til følge, selvom det ikke er en rar kommunikation at foretage. Det samme vil vi kritisere forsvaret for i forhold til kommunikationen om soldater. Forsvaret er fortaler for soldaten som fædrelandsrepræsentant. I kommunikationen tillades det ikke, at soldaten også bare kan være en helt almindelig person, der gør sit arbejde. Ville forsvaret tillade dette element af trøst også – man kunne kalde det en opblødning af helteformen – vil det gøre forsvarets dødskommunikationsstrategi mere nuanceret.

Vi identificerede, at forsvaret i kraft af sin hyppige anvendelse af kommunikation om og teknikalitet tilbød et trøstelement i dødskommunikationsstrategien, som var meget teknisk. Spørgsmålet er, hvor god en trøst det er at lade tekniske detaljer fungere som afledning i en dødskommunikation. Giver det virkelig trøst til en intenderet modtager at lade tekniske uheld og unøjagtigheder eller en dårligt pansret mandskabsvogn forklare, at et menneske er dødt? I forhold til at kunne trøste med, at afdøde var helt eller døde for sikkerhed for danskerne, kan en teknisk fejl virke som et fattigt trøstegrundlag. Derfor kunne forsvaret med fordel tage dette delelement af dens kommunikationsstrategi op til overvejelse. Det skal dog her bemærkes, at der er tale om en strategi, som vi har udviklet med udgangspunkt i dens

kommunikation, hvorfor vi ikke kritiserer forsvaret for, at det har strategien – men snarere pointerer at enkelte nuancer ikke fungerer særlig hensigtsmæssigt. Særligt set i forhold til, at forsvaret tit havner i kommunikativt uføre, når teknikaliteter bliver diskussionspunkt for den offentlige krigsdebat.

5.3.2 Forbedring af politikernes dødskommunikation

Politikernes dødskommunikationsstrategi var den, vi kaldte 'idealiserende idolisering'. Strategien er positivt ladet, og samtidig med et fokus på soldaterne som idoler sætter den politikerne i et godt lys, fordi kommunikationen om helte for eksempel genererer positiv opmærksomhed. Her ligger imidlertid en udfordring for kommunikationsstrategien. Hvis medierne mættes af de heltehistorier, som både politikere og også forsvaret producerer, kan det være, at historierne om de modige soldater efterhånden vil prelle af på medierne i takt med, at flere soldater bliver dræbt. I tråd med rådet til forsvaret vil vi derfor opfordre politikerne til at turde tale om, at en dræbt soldat ikke nødvendigvis er udtryk for en heltedigtig gerning. Politikerne er på nuværende tidspunkt da også i stand til at kommunikere om ikke-helte – for eksempel i form af deres kommunikation om de dødeligt sårede soldater. Men disse få eksempler drukner som oftest i mængden af heltefortællinger.

Et trøstelement i politikernes dødskommunikationsstrategi er familien, hvormed der kommunikeres, at man tænker på de efterladte, og vi viste i afparadokseringsanalysen, hvordan politikernes kommunikation gang på gang bruger dette til at afparadoksere med. Det kan imidlertid diskuteres, hvor smart denne trøst er til at give reel kommunikativ lindring. Hver eneste gang, man taler om familien eller de efterladte, peger det automatisk tilbage på den døde, der engang var levende. Det er ikke nødvendigvis en god ide helt at udelade at kommunikere om de efterladte, da de har et stort fokus i dødskommunikationen, men det kunne være en fordel for politikerne at nedtone denne for ikke konstant indirekte at minde om den døde. Samme kommunikative fælde kan gøre sig gældende i tilfældet for den trøst, vi har kaldt ansvarsforrykkelse. Politikerne forsøger i kommunikationen ofte at trøste med det faktum, at en soldat er død med en konstatering af, at ansvaret for døden ikke er deres, men tværtimod bør ligge hos forsvaret. Ansvarer bliver skubbet rundt som en afparadoksering. Dette element af trøst kan også tænkes ikke altid at være det mest hensigtsmæssige i kommunikationen. I stedet for at forsøge at flytte ansvaret og prioritere paradoksets ene side helt vildt, ville det være i nogle situationer være smartere for politikerne at vedkende sig et

ansvar – især fordi det er dem, der i sidste ende sidder med det endegyldige ansvar for den danske krigsdeltagelse.

Ud fra disse to diskussioner af forsvaret og politikernes kommunikationsstrategier, vil vi nu diskutere, hvad vi generelt vil anbefale dødskommunikatører, når de skal kommunikere strategisk, hvad enten de sidder i forsvaret, er politikere eller andre aktører i dødskommunikation.

5.3.3 At acceptere paradokset som forudsætning for dødskommunikation

Vi påpegede i forrige afsnit, at forsvaret og politikernes dødskommunikation i høj grad er betinget af, at de presses af medierne til at kommunikere om døden. Medierne lægger et dynamisk kommunikativt pres på forsvaret og politikerne, som disse besvarer ved at kommunikere om døden ved hjælp af en række trøstforklaringer i kommunikationen, som vi har identificeret og diskuteret. Det første skridt for en strategisk dødskommunikatør er at acceptere presset og mulighederne ved trøstnuancerne. Hvis presset ikke anerkendes eller forsøges modvirket ved for eksempel ikke at kommunikere, vil det sandsynligvis blot skabe et yderligere pres fra mediernes side. Hvis man ikke svarer, bliver der bare spurgt igen. I forhold til paradokset betyder det, at man som strategisk dødskommunikatør ikke skal være bange for paradokset, men i stedet prøve at lege med det, medtage det i kommunikationen og kommunikere om det. Paradokset skal påskønnes for at kunne bruges optimalt i kommunikationen.

Vi har vist, at paradokset kan håndteres på tre forskellige måder, og at disse tre måder i større eller mindre grad virker produktivt for dødskommunikationen. Uanset om paradokset skubbes i baggrunden, forgrunden eller den ene side prioriteres, er det afgørende for en strategisk dødskommunikatør ikke at se paradokset som hæmmende, men tværtimod som produktivt. Paradokset er ikke pinligt, men noget man skal kommunikere om. Vi har empirisk set eksempler på det modsatte, hvor forsvaret og politikere forsøger at skubbe paradokset i baggrunden og virker alt andet end begejstrede for udsigten til at kommunikere om død. De lader sig derfor irritere over at blive spurgt til døde soldater i Afghanistan og reagerer ved at ikke-kommunikere om emnet. For eksempel udtaler forsvarsminister Gitte Lillelund Bech i forbindelse med mindehøjtideligheden for en dræbt soldat, at hun ikke kan tale om død, da hun siger: *”Jeg er her i respekt for de pårørende og finder det upassende at skulle svare på spørgsmål fra pressen ved sådan en begivenhed”* (e210a920 – 20/6). Her går en

kommunikation i gang, selvom der ikke tales om død, og paradokset skubbes i baggrunden. Men i stedet for at opfatte mediernes spørgsmål som en irritation, ville det være mere strategisk gavnligt som kommunikatør at opfatte denne irritation fra medierne som en positiv henvendelse og forsøge at skubbe paradokset i forgrunden eller måske forsøge at prioritere den ene side. Det vigtige for en strategisk dødskommunikatør er at anerkende, at det ikke er et problem, at det bliver smertefuldt at tale om døden, men at det netop kan have en trøstende funktion, om end det er hårdt at tale om. Vi valgte at tilskrive medierne en kommunikationsstrategi, som hedder 'de ansvarliges udstillingsvindue'. Og vi mener netop, at hvis forsvaret og politikerne går med til at anerkende muligheden for at kommunikere om paradokset gennem pressen, så er de selv med til at forme det paradoksale udstillingsvindue, der skabes. Overordnet set skal paradokset og det kommunikative pres altså opfattes som positivt af en god strategisk dødskommunikatør og anerkendes som et kærkomment spark til at kommunikere frem for en negativ henvendelse.

Vores hovedråd til dødskommunikatører fra forsvaret eller politikere vil dermed være:

- anerkend paradokset som en kommunikationsmulighed frem for en belastning
- anerkend at paradoksal kommunikation genererer trøst, som kan være tvetydig, men netop derfor god trøst
- vær bevidst om, at paradokset kan bruges på forskellige måder, der alle kan skabe kommunikation, der vil være strategisk gavnlig
- kom døden i møde – anerkend at det er nødvendigt at tale om den
- opfat medierne som en hjælp til at få lov til at kommunikere
- lad presset bruges positivt i kommunikationen

Vi har i de foregående afsnit reflekteret over, hvilke konstitutive konsekvenser afparadokseringerne har for kommunikationen, ligesom vi har belyst, hvordan dødskommunikationen kan forbedres. Fra dette kapitel går vi nu til den overordnede konklusion for afhandlingen.

6. Konklusion | Dødskommunikation

Vi har i arbejdet med afhandlingen været drevet af en fundamental undren over, hvordan man snakker om noget, der er så svært at tale om som døden. Enhver kender til, at man kan få en klump i halsen, når talen falder på en kær afdød eller bare tanken om, at liv bliver til død, og livet dermed er helt slut. Denne klump i en dybt professionaliseret kontekst – nemlig kommunikation om død hos forsvaret, politikerne og medierne blev vores fokusområde. Den konkrete problemstilling blev derudfra, hvordan disse tre aktører overhovedet kan tale om et så sprængfarligt og sørgeligt emne som soldaters død i Afghanistan. Det mandede ud i problemformuleringen: *Hvordan kommunikerer om det, der ikke kan kommunikeres om?*

Indledningsvis finder vi ud af, at de tre aktørers kommunikation trækker på en række kommunikative former, der kan træde i stedet for død som begreb, når der skal kommunikeres om død. Disse former fungerer som aforismer for døden, og vi konstaterer, at disse former er en måde at forskyde emnet for kommunikation fra død til noget andet. Dette andet er fem former – nemlig ansvar | ikke-ansvar, business as usual | business as unusual, de efterladte | den døde, helt | almindelig soldat og død for værdi | død for krig. Formerne giver os begreb om hvilket sprog, dødskommunikationen anvender, når en soldat dør i Afghanistan. Vi ser, at det for de tre aktører er langt mere anvendt for eksempel at tale om heltegerninger, de efterladte og ansvar, end det er at tale om døden.

I forhold til den overordnede distinktion i dødskommunikation død | ikke-død, der indeholder et paradoks i sig selv, er det interessant, at dette paradoks viste sig at kunne afparadokseres. Der er tre muligheder for at afparadoksere i form af henholdsvis hverken at tale om død eller ikke-død – men om noget helt andet, at tale om død eller ikke-død og endelig at tale om både død og ikke-død i en slags skizofren dødskommunikation.

Vi kan udlede, at de tre aktører afparadokserer dødsparadokset i kommunikationen på hver sin måde. Mens medierne ikke er blege for at kommunikere om døden, forsøger forsvaret og medierne i størst mulig udstrækning ikke at tale om døden. Men i kraft af deres anstrengelser for slet ikke at tale om døden, får de alligevel produceret en stor mængde kommunikation. Det er nemlig svært for aktørerne helt at udelade død og ikke-død i kommunikationen – dødsparadokset vil gerne frem i kommunikationen. Mediernes fokus på død i formidlingen

bekræfter os i, at fortællingen om kampe på liv og død er mere interessant – rent salgstalsmæssigt – end den lige så gode historie om, hvad soldaterne ellers beskæftiger sig med i Afghanistan – for eksempel genoprettelsen af skoler og arbejdstilbud for de afghanske kvinder. Vi er dog selv med til at reproducere dette fokus på død og ødelæggelse, når vi vælger at hellige vores afhandling dødskommunikation.

Netop mediernes lyst til at bringe døden frem i lyset, vurderer vi, presser forsvaret og politikerne til at forholde sig til døden. Så når medierne fremstår nyhedsskabende og nærgående i dødskommunikationen, besvarer de andre aktører denne kommunikation ved at tale om ikke-død. Al denne snak om ikke-død anskuer vi som en række kommunikative muligheder for trøst og forklaring af døden. Det ser vi eksempelvis, når forsvaret såvel som politikerne ophøjer de faldne soldater til helte og dermed opstiller en heltehistorie, som de efterladte kan knytte an til som en del af deres sorgbearbejdelse. Ligesom politikerne forklarer dødsfaldene med, at soldaterne døde for en højere sags tjeneste, og at tankerne går til de efterladte. Denne respekt er også et tydeligt udtryk for trøst, og når både forsvarsministeren og forsvarets top møder op til de dræbte soldaters begravelser, er det en yderligere betoning af muligheden for at trøste. Hvis man opstiller trøstenuancer i kommunikationen, kan man således godt snakke om det, man ikke kan snakke om, men det er vigtigt, at man som politiker eller forsvar er opmærksomme på, hvordan medierne kan bidrage positivt til kommunikationen – i stedet for at anskue dem som værende skandalesøgende irritationsmomenter.

Måderne, hvorpå aktørerne henholdsvis presser og trøster i kommunikationen fører til, at vi kan udlede tre forskellige kommunikationsstrategier for aktørernes dødskommunikation. Forsvaret bruger en kommunikationsstrategi som er en helteskabende krigsmaskine, politikernes kommunikationsstrategi er idealiserende idolisering, mens medierne anvender en kommunikationsstrategi, der har to sider, som er henholdsvis de ansvarliges udstillingsvindue og heltenes gravsten.

Strategierne er udtryk for, hvordan aktørerne kommunikerer i det empiriske materiale, som vi har undersøgt, og deraf kan vi udlede, at hvis forsvar og politikere formår at kommunikere om døden ved selv at tilbyde medierne historier og være åbne om døden i form af forskellige kommunikative former, vil det dermed resultere i endnu flere nuancer af trøst, som de intenderede modtagere for kommunikationen kan gøre brug af. Aktørerne vil dermed fremstå som strategiske dødskommunikatører. Denne rolle får yderligere relevans i de kommende år,

hvor nye politiske vinde og formodentlig en ny tilbagetrækningspolitik vil sætte yderligere gang i dødskommunikationen.

7. Perspektivering

Når man graver sig helt ned i et emne – for vores vedkommende dødskommunikation – åbner der sig hen ad den analytiske vej naturligt en række andre spændende problematikker, som det kunne have været interessant også at dykke ned i. Vi vil her beskrive nogle af de dyk, som vores afhandling peger frem mod. Først beskriver vi to andre genstande, som kunne have været undersøgelsesmål for en dødskommunikationsanalyse, dernæst perspektiverer vi dødskommunikationen til andre typer af kommunikation, det er svært at kommunikere om, og slutteligt præsenterer vi andre teoretiske perspektiver, hvormed vi kunne have set dødskommunikationen anderledes an, end vi har valgt at gøre i afhandlingen.

7.1 Hvem er død?

For det første er den dødskommunikation, vi beskæftiger os med, fokuseret på død i krig. Men på en bestemt død i krig, nemlig danske soldaters død i krig. Vi beskæftiger os kun med de hændelser, hvor det er en dansker, der bliver dræbt. Men krigen i Afghanistan har kostet mange flere liv end de danske soldaters eller soldater fra de andre lande i krigskoalitionen. Både blandt Taliban og den almindelige befolkning i Afghanistan har krigen kostet liv, som blandt andet de danske soldater har været årsag til. I empirien så vi få eksempler på en italesættelse af det svære i at slå ihjel for de danske soldater – det bliver for eksempel problematiseret i forbindelse med de danske soldater, der udvikler posttraumatisk stresssyndrom. Det kunne være interessant at gå videre med en analyse af ikke bare den død, danske soldater er symbol på, men også den død, de forårsager. Ved at iagttage død i Afghanistankrigen – ikke bare for de danske soldater, men også for dem, de kæmper imod, vil vi tro, at vi kunne være med til at udfordre de typer af dødskommunikationsstrategier, vi ellers har set. For eksempel står heltebegrebet – om end på forskellig vis – centralt i alle tre aktørers kommunikationsstrategi. Krigsdeltagelsen for de døde soldater tyder på heltegerninger. Hvis også de måske knap så helteagtige sider af krigen i form af drab fra soldaternes side blev belyst, kunne man forestille sig, at dødskommunikationsstrategierne også skulle udvides med en mulighed for at trøste gennem andre kanaler og nedtone det faktum, at man ikke kun bliver slået ihjel – men også slår ihjel.

En anden analyse, der ligeledes ville omhandle soldater, ville være at medtage eller sammenligne med den dødskommunikation, som opstår ved udenlandske soldaters død i

Afghanistan. Det kunne være relevant at sammenligne den danske dødskommunikation med de mere traditionelle krigsnationers kommunikation om død. For eksempel kunne man undersøge dødskommunikationen i lande som USA og Storbritannien, hvor de har en meget længere historie for krigsdeltagelse og dermed dødskommunikation. Det kunne her være en tese, at lande, der i langt højere grad har skullet forsvare sig selv mod udefrakommende angreb, og som har været store spillere i verdenskrigene, ville have en langt mere patriotisk dødskommunikation, end den vi ser om den danske krigsdeltagelse.

7.2 Død og politik

I afhandlingen har vi fokuseret på dødskommunikation hos tre aktører, og der har været rigeligt med dødskommunikation både fra forsvar, politikere og medier. Målet har blandt andet været at sammenligne disse, men det kunne have været interessant at forfølge en af aktørernes dødskommunikation endnu mere i dybden. Især politikernes kommunikation viser mange nuancer, og det er også i denne kommunikation, at der er så meget på spil ved kommunikationen, at den faktisk kan sætte en stopper for den danske krigsdeltagelse. Samtidig ser det ud til, at der opstår nye former for dødskommunikation hos politikerne. For eksempel får døden en aktuel betydning i valgkampen i september 2011, hvor Lars Løkke Rasmussen skoses for at aflyse deltagelse i en valgfest, da soldat nummer 42 bliver dræbt – men så i stedet deltager i en privat fødselsdagsfest (Politiken 2011a). Han møder kritik fra andre partiers medlemmer og må ud og forsvare situationen (Politiken 2011b).

Danmarks indsats i Afghanistan bliver også diskuteret rød og blå blok imellem i slutningen af valgkampen, selvom netop tilstedeværelsen i Afghanistan tidligere har været et emne, som ikke var til politisk diskussion. Men da Socialdemokraterne, SF og Radikale udsteder garanti for tilbagetrækningen fra krigen i Afghanistan i senest 2014, svarer udenrigsminister Lene Espersen, at hun ikke ønsker at udstede garantier (Berlingske 2011). Dette er blot to eksempler, men det peger på, at dødskommunikationen kan få endnu større indflydelse på politikernes kommunikation og kan være selvforstærkende. Samtidig presser medierne fortsat på for at få politikerne til at foretage dødskommunikation.

7.3 Anvendelse af afhandlingen i andre kommunikationssammenhænge

En tredje åbning er, at vores resultater også kan bredes ud til at analysere andre kontekster for og situationer med kommunikation, hvor det er svært at kommunikere om det, der skal kommunikeres om. Vi ser dødskommunikation som det ekstreme eksempel på

kommunikation, som man ikke kan kommunikere om, hvorfor vi mener, at der findes talrige andre eksempler, hvor hændelser eller ændringer kan være svære at kommunikere. Det være sig en organisatorisk forandringsproces, hvor der er mange medarbejdere, der skal fyres. Hvordan sikrer man her, at de involverede parter får den kommunikation, som de har behov for, og hvordan håndterer man mediernes pres, når de får nys om sagen? Vi har identificeret mediernes pres i forbindelse med forsvaret og politikernes dødskommunikation, og vi forestiller os derfor, at alt efter kommunikationens emne, så vil vores råd til strategiske kommunikatører kunne tilpasses andre typer af kommunikation, der også omhandler ømtålelige emner. Det vigtigste er blot at huske på, at ydre forhold som medierne skal medtages som velkomne modspillere i kommunikationen, da de kan hjælpe til med at fremtvinge de sandsynligvis paradoksale forklaringsmåder, der så essentielle for den intenderede modtager at kunne knytte an til, når kommunikationen skal forstås af denne.

7.4 Et mikrosociologisk blik på dødskommunikationen

Vi beskriver afslutningsvis i afhandlingen forskellige former for trøst, som dødskommunikationen betjener sig af. Vi undersøger trøstekommunikationen så langt, som vi kan, inden for vores teoretiske ramme og analysestrategiske udgangspunkt. Med et andet teoretisk perspektiv kunne vi komme længere ned i trøstens funktion og se på, hvordan dødskommunikationen udfolder sig konkret over for de intenderede modtagere i form af for eksempel de pårørende til en død soldat. Vi vurderer i den forbindelse, at det ville være interessant at inddrage Erving Goffmans mikrosociologiske perspektiv, hvis en sådan analyse skulle foretages. Det ville være spændende at analysere den kommunikation, som forsvarets kontaktofficerer er repræsentanter for, når de tager ud til pårørende og underretter dem om, at et familiemedlem er død. Der er naturligvis store praktiske komplikationer rent analysestrategisk ved en sådan analyse – for eksempel er det svært at forestille sig, at man overhovedet ville få lov til at deltage som udenforstående. Men hvis man kunne eller ville have mulighed for at optage interaktionen og dermed kommunikationen, ville afparadokseringerne og trøst konkret kunne analyseres i mødet med en modtager for kommunikationen.

Goffman ville være en god teoretiker at anvende til denne type analyse, dels fordi hans metode blandt andet er observationer, hvilken ville være et oplagt empirisk udgangspunkt for ovennævnte analyse, dels fordi vi med afsæt i hans teori ville få blik for

dødskommunikatørens handleveje som aktør. I Goffmans optik eksisterer der netop aktører, som er i stand til at handle strategisk, samtidig med, at han opfatter disse strategiske handlinger som determineret af en social struktur i form af en social interaktion. Ved at give plads til et aktørbegreb, ville den trøstende kommunikation kunne forklares med et intentionelt skær – for eksempel ville man kunne se på, hvorledes forsvarets kontaktofficer i en dødsoverbringelsessituation ville veksle mellem at spille forskellige roller, og hvordan denne og også de pårørende i kommunikationen sandsynligvis ville kæmpe med deres ansigtsarbejde. Goffmans eget begreb er 'facework' og forklarer, hvordan aktører i en social interaktion konstant anstrenger sig for at opretholde deres værdighed. Samtidig ville det være spændende at identificere, hvordan trøsten ville manifestere sig hos kontaktofficeren i forskellige typer af roller – det som Goffman ville kalde 'presentation of self'. Begrebet ville kunne bringes i spil med henblik på at analysere, hvordan kontaktofficeren og de pårørende ville kunne påtage sig forskellige roller i dødskommunikationssituationen, som man for eksempel kunne forestille sig ville være som henholdsvis beroligende, autoritativ, professionel, medfølelse for kontaktofficeren og vred, sorglammet, fattet og rystet for de pårørende. Med et Goffman-perspektiv ville vi altså komme tættere på selve kommunikationen i praksis – og vi ville samtidig komme tættere på nogle af dem, som vi i afhandlingen kun omtaler som intenderede modtagere.

7.5 Magten i dødskommunikationen

Vi har fundet frem til, hvordan dødskommunikationen foregår hos forskellige aktører, og hvorledes denne kommunikation kan forbedres ved at sætte paradokset som en positiv indgangsport til dødskommunikationen. Vi har desuden forklaret, at medierne lægger et dynamisk kommunikativt pres på forsvaret og politikerne, men vi er ikke gået ind i en nærmere diskussion af magtforholdet mellem de forskellige aktører, og hvordan deres kommunikation kan have mere eller mindre stor indflydelse på omgivelserne. I stedet for at bruge Luhmanns teoriapparat, kunne det være analytisk frugtbart at inddrage en teoretiker, som mere eksplicit beskæftiger sig med magt, og her er Michel Foucault et godt bud. Foucaults analytik tilbyder et blik på de påvirkninger, som kan forekomme mellem aktørerne i form af indirekte magtudøvelse og magtrelationer.

Vi erfarede gennem vores analyser, at medierne lægger pres på forsvaret og politikerne, ligesom vi så, at forsvaret og politikerne havde en del ligheder i deres håndtering af dette pres.

Med Foucaults analytik kunne vi vælge at betragte dette som en magt og en modmagt og se på samspillet mellem disse. Det er kendetegnende for Foucaults magtforståelse, at han opfatter magtudøvelse og magtpåvirkninger som en produktiv relation, hvor magt er med til at skabe udvikling og produktion af for eksempel viden. Som vi kaldte paradokset produktivt i en luhmanniansk optik, er magtudøvelsen altså også produktiv i foucauldiansk optik. En magtbaseret analytik ville imidlertid give os mulighed for at nå anderledes ind til relationerne mellem aktørerne, fordi analytikken netop efterspørger magt og ikke blot kommunikative former.

Vi forestiller os, at en analyse af dødskommunikation med et Foucault-udgangspunkt ville være at se på de forskellige diskurser, som flyder hos og mellem forsvaret, politikerne og medierne. En diskursanalyse kan se på, hvilke udsagn der fremstår som sande i forhold til, hvem der udsiger dem, og analysere den magt, der knytter sig til diskursen. Man kunne for eksempel forestille sig en fædrelandsdiskurs centreret om de elementer, vi har set fra helteformen og fædrelandstrøsten i vores analyser. En diskurs om ansvarlighed ville man sikkert også kunne analysere, og det ville samtidig være interessant at se, hvordan disse diskurser havde udviklet sig over tid. Det kunne man gøre gennem en genealogisk analyse af kommunikationen om de seneste 10 års tilstedeværelse i Afghanistan eller måske endnu længere tilbage historisk for at se på Danmarks krigsdeltagelse. Ved at analysere diskurserne i retrospekt ville det blive muligt at identificere, hvordan forskellige diskurser er opstået kontingent, og hvordan de er baseret på magt.

Man kunne for eksempel forestille sig, at forsvaret har haft en meget stærk fædrelandsdiskurs over tid, som politikerne har kunnet indgå i, når det har givet mening magtmæssigt for dem. I en sådan analyse er en af Foucaults tanker at undersøge, hvilken forestilling der knytter sig til det normale, og hvordan alt andet så fremstår unormalt. Denne ide ville vi også kunne bruge til at se på, hvordan konstruktion af død i krig er opstået over tid, og hvordan der til skabelsen af et sådan begreb også knytter sig fravalg af andre begreber, som dermed ikke får del i en magtfuld diskurs. En sådan analyse ville kunne tjene til at svare på, hvorfor netop de dødskommunikationsstrategier, vi identificerer, bliver succesfulde i et kommunikativt magtspil.

Vi har i denne perspektivering fremhævet de alternative iagttagelsespunkter og iagttagelsesmuligheder, som vi finder særlig interessant i forhold til dødskommunikationen,

og som vi umiddelbart kunne se en ny analyse tage fat på. Et væld af andre perspektiver er selvsagt mulige, men disse er dem, vi finder både mulige og mest relevante.

8. Litteratur

Teori

- **Andersen, N.Å. 1999:** *Diskursive analysestrategier*, Nyt fra samfundsvidenskaberne, Frederiksberg Bogtrykkeri A/S
- **Andersen, N.Å. 2001:** *Beslutningens ubesluttelighed* i Nordiske Organisasjonsstudier, 382: s. 39-62 - her gengivet i kompendiet Samfundsdiagnostik, HA(kom.) - 5. Semester
- **Andersen, N. Å. 2002:** *Polyfone organisationer*, Nordiske Organisasjonsstudier, vol. 4(2); 25-51– her gengivet i kompendiet Samfundets kommunikative differentiering – PKL, 1. semester
- **Andersen, N.Å. 2008:** *Organisation i anden ordens perspektiv* i Organiseret kommunikation – systemteoretiske analyser, redigeret af Højlund, H. og Knudsen, M., Samfundslitteratur
- **Andersen, N. Å. & Born, A. 2005:** *Kærlig ledelse* s. 161-186 i Nordiske Organisasjonsstudier nr. 3/4 2005 – her gengivet i kompendiet Organisation og ledelse som kommunikation – PKL, 1. semester
- **Bourdieu, P. (1997):** *Af praktiske grunde*, Hans Reitzels Forlag, København
- **Bourdieu, P. og Wacquant, L.J.D. (1996):** *Refleksiv sociologi*, Hans Reitzels Forlag, København (Denne tekst er gengivet i kompendiet 'Det kommunikativt differentierede samfund', Cand.soc. PKL – 1. semester)
- **Derrida, J. (1981):** "Giv tid!", i Semiotik, nr. 3 (Her gengivet i 'Det kommunikativt differentierede samfund – Cand.Soc. (PKL), 1. semester, efterår 2010)
- **Esmark et. al (2005):** Esmark, A., Bagge Laustsen, C. & Andersen, N.Å. (red.): *Poststrukturalistiske analysestrategier*. Roskilde Universitetsforlag.
- **Fuglsang, L. 2005:** 'Systemteori og funktionalisme' i Fuglsang, L. & Olsen, P.B. (red.) *Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne*, Roskilde Universitetsforlag
- **Kneer, G. & Nassehi, A. (1997):** *Niklas Luhmann – Introduktion til teorien om sociale systemer*, København: Hans Reitzels Forlag.
- **Knudsen, M. 2007:** *Structural Couplings Between Organisations and Function Systems. Looking at Standards in Health Care* s. 111-131 i Cybernetics and Human Knowing, vol. 14, No 2-3 – her gengivet i kompendiet Organisation og ledelse som kommunikation – PKL, 1. semester

- **Laclau, E. & Mouffe, C. (2002):** *Det radikale demokrati*, Roskilde Universitetsforlag, Roskilde.
- **Luhmann, N. (1995):** "The Concept of Autopoiesis," i Sidl, David & Kail helge Becker (ed.)(2005): *Niklas Luhmann and Organization Studies*. Liber & Copenhagen Business School Press.
- **Luhmann, N. (1998):** "Erkendelse som konstruktion" i Hermansen, M. (red.) *Fra Læringens horisont*, Klim (Her gengivet i 'Introkursus – Cand.Soc. (PKL), 1. semester, efterår 2009).
- **Luhmann, N. 2003:** *Iagttagelse og paradoks. Essays om autopoietiske systemer*, Gyldendal, København.
- **Luhmann, N. (2008):** "Beslutningens paradoks" i Højlund, Holger & Knudsen, Morten (red.): *Organiseret kommunikation – systemteoretiske analyser*. Forlaget Samfundslitteratur 2008.
- **Mathiesen, A. & Højbjerg, H. (2005):** 'Sociologiske feltanalyser' i Fuglsang, L. & Olsen, P.B. (red.) *Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne*, Roskilde Universitetsforlag, Roskilde
- **Seidl, D. & Becker, K.H. (2006):** "Organizations as Distinction Generating and Processing Systems: Niklas Luhmann's Contribution to Organization Studies", pp. 9-35 i *Organizations 13(1)* – her gengivet i kompendiet Organisation og ledelse som kommunikation – PKL, 1. semester
- **Svendsen, C. (2003):** "Om Michel Foucault (1926-1984) og *Ordene og Tingene*" i Foucault, Michel "Ordene og tingene." Samlerens Bogklub. Nørhaven Book, p. 9-15
- **Teubner, G. (1996):** "Dobule bind: hybrid arrangemnets as de-paradoxifiers – comment" i JITE: Journal of Institutional and Theoretical Economics, Tåubingen, J.C.B. Mohr (red). 1996. Vol. 152. MN Monograph
- **Teubner, G. (2002):** "Constitutionalizing Private Governance Networks" in Kagan, R. & Winston, K. (eds.): *Legality and Community*. Berkeley Public Policy Press. Berkeley 2002, p. 311-331
- **Thyssen, O. (1994):** *Kommunikation, Kultur og Etik*, Handelshøjskolens forlag, København

Artikler

Vores empiriske udgangspunkt består af 3805 artikler, hvoraf vi anvender 486 artikler aktivt i vores analyser. Når vi henviser til en artikel i afhandlingen, gør vi det ved at skrive artiklens identifikationsnummer samt datoen, hvor artiklen blev udgivet. Vi har vedlagt alle artiklerne på en cd-rom, hvor der findes et dokument pr. måned. Hver enkelt artikel kan derved genfindes ved at søge i det dokument, der er navngivet den måned, hvor artiklen blev udgivet. Artiklen benævnt 'e211376 – 22/6' findes eksempelvis i dokumentet juni.

Hjemmesider

- **Berlingske (2011):** *Rød-blå krig om Afghanistan*, 12. september 2011
<http://www.b.dk/nationalt/roed-blaa-krig-om-afghanistan> (12. september)
- **Den Store Danske (2011a):** Definition af tabu
http://www.denstoredanske.dk/Samfund,_jura_og_politik/Religion_og_mystik/Primitiv_religion/tabu?highlight=tabu (28. juli 2011)
- **Den Store Danske (2011b):** Definition af paradoks
http://www.denstoredanske.dk/Samfund,_jura_og_politik/Filosofi/Logik/paradoks?highlight=paradoks (15. august 2011)
- **Forsvaret (2011):** *Monument indviet*, 5. september 2011
<http://veteran.forsvaret.dk/nyheder/Pages/Monumentindviet.aspx> (6. september)
- **Jyllandsposten (2011):** *Læger kan have svært med snak om døden*, 17. januar 2011,
<http://jp.dk/indland/article2308518.ece>
- **Politiken (2011a):** *Løkke aflyste valgfest, men festede i Tivoli*, 7. september 2011
<http://politiken.dk/politik/ECE1384252/loekke-aflyste-valgfest-men-festede-i-tivoli/>
(8. september)
- **Politiken (2011b):** *Løkke forsvarer sin tur i Grøften*, 7. september 2011
<http://politiken.dk/politik/ECE1384553/loekke-forsvarer-sin-tur-i-groeften/>
(8. september 2011)

Motivation

- TV2-dokumentar: "Du må ikke dø, Far" – okt. 2008
- Film: *The Messenger*, instrueret af Oren Moverman
- Forestillingen 'Hjem kære hjem' på Teater Grob

Bilag

- Bilag 1: Oversigt over de faldne soldater i Afghanistan
- Bilag 2: Billede af Infomediasøgning
- Bilag 3: Billede af kategorisering
- Bilag 4: Excel-ark med anvendte artikler samt kategorisering af disse (vedlagt på cd-rom)
- Anvendte artikler opdelt månedsvis (vedlagt på cd-rom)

Bilag 1: Oversigt over de faldne i Afghanistan

Dato	Nr.	Dødsårsag	Navn	Rang
06-03-2002	1	Missilulykke	Thomas Kruse Butzkowsky	Oversergent
06-03-2002	2	Missilulykke	Kim Carlsen	Overkonstabel
06-03-2002	3	Missilulykke	Brian Juul Nørlev Andersen	Overkonstabel
03-12-2004	4	Selv mord	John Morgensen	Oversergent
02-05-2007	5	Kamp handling	Steen Rønn Sørensen	Premierløjnant af reserven
26-09-2007	6	Friendly fire	Thorbjørn Ole Reese	Konstabel
26-09-2007	7	Friendly fire	Mikkel Keil Sørensen	Konstabel
16-10-2007	8	Angreb med montergranat	Anders Storrud	Major
29-11-2007	9	Ildkamp	Mark Visholm	Konstabel
29-11-2007	10	Ildkamp	Casper Cramer	Konstabel
24-02-2008	11	Vådeskud	Morten Krogh Jensen	Konstabel
13-03-2008	12	Slagitilfælde	Jens Mathias Petersen	Seniorsergent
17-03-2008	13	Selv mordsbombe	Sonny Kappel Jakobsen	Oversergent
17-03-2008	14	Selv mordsbombe	Christian Jørgen Grundt Damholt	Kaptajn
26-03-2008	15	Ildkamp	Anders Bjørn Storgaard	Konstabel
31-03-2008	16	Kamp handling	Christian Raaschou	Overkonstabel af i. grad
25-07-2008	17	Vejsidebombe	Jesper Gilbert Pedersen	Overkonstabel
25-08-2008	18	Improviseret sprængladning	Henrik Christian Christiansen	Oversergent
04-12-2008	19	Ildkamp	Jakob Grønnegaard Gade	Konstabel
04-12-2008	20	Ildkamp	Dan Gyde	Overkonstabel
19-12-2008	21	Vejsidebombe	Sebastian la Cour Holm	Konstabel
19-12-2008	22	Vejsidebombe	Benjamin Davi Sala Rasmussen	Konstabel
19-12-2008	23	Vejsidebombe	Jacob Moe Jensen	Sergent
17-06-2009	24	Improviseret sprængladning	Martin Abildgaard	Konstabel
17-06-2009	25	Improviseret sprængladning	Mads Lerche Rasmussen	Konstabel

17-06-2009	26	Improviseret sprængladning	Anders Søgaard Brohus	Overkonstabel
19-09-2009	27	Dræbt under patrulje	Steffen Bloch Larsen	Konstabel
23-10-2009	28	Dræbt under fodpatrulje	Michael Ebert	Sergent
17-11-2009	29	Død af kvæstelser pådraget ved fodpatrulje	Rune Westy Zacharias Nielsen	Konstabel
25-11-2009	30	Dræbt af sprængladning	Kenneth Patrick Nielsen	Konstabel
08-01-2010	31	Vejsidebombe	Simon Sejer Hoffmann	Konstabel
01-06-2010	32	Improviseret sprængladning	Sophia Bruun	Konstabel
13-06-2010	33	Vejsidebombe	Martin Kristiansen	Flyverkonstabel
21-07-2010	34	Improviseret sprængladning	Jonas Peter Pløgger	Premierløjnant og delingsfører
07-08-2010	35	Ramt af sprængladning	Erik Berre Rolandsen	Overkonstabel
07-08-2010	36	Ramt af sprængladning	Jimmi Bøgebjerg Petersen	Overkonstabel
22-09-2010	37	Improviseret sprængladning	Simon Mundt Jørgensen	Konstabel
23-10-2010	38	Ildkamp	Mikkel Jørgensen	Konstabel
14-11-2010	39	Vejsidebombe	Jørgen Randrup	Overkonstabel
09-01-2011	40	Vejsidebombe	Samuel Enig	Konstabel
10-07-2011	41	Dræbt af eksplosion ifm. operativ opgave	Alexander Biune	Konstabel
03-09-2011	42	Improviseret sprængladning	Jacob Sten Lund Olsen	Konstabel

Bilag 2: Billede af Infomediasøgning

 **INFOMEDIA**

[Hjælp](#) | [Indstillinger](#) | [Rapport](#) | [Capital Relations ApS](#) | [Afslut](#)

Søgning

Udvidet søgning

Ekspertssøgning

Indtast søgeord

dansk soldat* Afghanistan

Aa

al

I hele artiklen

Udvid søgningen

Søg

Søgefiltre

Periode

Fra

Til og med

Anden

01-01-2010

31-12-2010

Hurtigvalg af kilder

Fravælg alle kilder

10 af 1.602 kilder valgt

Gem eget kildevalg

Gem

Landsdækkende dagblade

Regionale dagblade

Lokale ugeaviser

Fagblade og magasiner

Nyhedsbureauer

Webkilder

Radio- og TV-indslag

Øvrige kilder

Vælg alle landsdækkende dagblade

☐ Aktuelt

☐ Børsen

☒ Information

☐ Licitationen - Byggeriets Dag...

☐ Arbejderen

☐ Dato

☒ Jyllands-Posten

☒ Politiken

☒ B.T.

☐ Effektivt Landbrug

☒ Kristeligt Dagblad

☐ Weekendavisen

☒ Berlingske

☒ Ekstra Bladet

Kildeinfo

Vælg projekt-id

Indtast projekt-id

Gem

Søg

Bilag 3: Billede af kategorisering

Bilag 3 - Kategorisering - Microsoft Excel ikke-kommerciel brug

Bilag 3 - Kategorisering - Microsoft Excel ikke-kommerciel brug										
A72										
e1e9d382										
Information										
Artikel-ID	Dato	Medie	Afparadokserin	Politikere	Forsvaret	Medie	Aktører	Y		
2	e1e63028	08-01-2010 Radikale.dk	F(P)	x						
8	e1e63010	08-01-2010 Statsministeriet.dk	F(P)	x						
9	e1e63943	08-01-2010 Socialdemokratieme-d	OD(P)	x						
10	e1e64346	09-01-2010 Ekstra Bladet								
11	e1e6452b	09-01-2010 B.T.				Endnu engang				
12	e1e65c21	09-01-2010 Berlingske				så sikre det igen tydeligt bevæget krævede livet fra en ung mand				
13	e1e6494b	09-01-2010 Ekstra Bladet	OD(M), F(P)		x					
14	e1e67b43	10-01-2010 Ekstra Bladet								
15	e1e66c07	10-01-2010 Jyllands-Posten				krigens danske ofre				
16	e1e6746c	10-01-2010 Berlingske	B(P)	x		Den ene betalte med sit liv.				
17	e1e67784	10-01-2010 B.T.	B(P), B(F)	x						
18	e1e66c22	10-01-2010 Jyllands-Posten	OD(F)	x						
19	e1e63a21	11-01-2010 B.T.				brutal død				
20	e1e69a71	11-01-2010 Ekstra Bladet								
21	e1e68ade	11-01-2010 Jyllands-Posten				en topprofessionel soldat				
22	e1d7456a	14-01-2010 Jyllands-Posten								
23	e1d7bd01	14-01-2010 Berlingske								
24	e1e688b5	17-01-2010 B.T.								
25	e1e6cd8b	17-01-2010 Berlingske		x		Damebrog er diaperet over kisten. Baretten ligger oven på. Fortjenestmedaljer er på hæftet. Ligets stof....				
26	e1e6cd8c	17-01-2010 Berlingske				I hjemlige medier, efterhånden som de bliver flere. Vinden blæser.				
27	e1d4d4f3	01-02-2010 DanskFolkeparit.dk	OD	x		Men ingen bevæger sig				
28	e1d674e5	05-02-2010 Kristeligt Dagblad	B	x						
29	e1e02ced	08-02-2010 Kristeligt Dagblad		x						
30	e1e128ce	10-02-2010 DanskFolkeparit.dk	B	x						
31	e1e17913	11-02-2010 Ekstra Bladet	OD			Ekstra Bladet er blevet kontakret af flere pårørende				
32	e1e249b2	13-02-2010 Ekstra Bladet		x						
Afparadokserin										
AAB										
Information										
Artikel-ID	Dato	Medie	Afparadokserin	Politikere	Forsvaret	Medie	Aktører	Y		
2	e1e63028	08-01-2010 Radikale.dk	F(P)	x						
8	e1e63010	08-01-2010 Statsministeriet.dk	F(P)	x						
9	e1e63943	08-01-2010 Socialdemokratieme-d	OD(P)	x						
10	e1e64346	09-01-2010 Ekstra Bladet								
11	e1e6452b	09-01-2010 B.T.				Endnu engang				
12	e1e65c21	09-01-2010 Berlingske				så sikre det igen tydeligt bevæget krævede livet fra en ung mand				
13	e1e6494b	09-01-2010 Ekstra Bladet	OD(M), F(P)		x					
14	e1e67b43	10-01-2010 Ekstra Bladet								
15	e1e66c07	10-01-2010 Jyllands-Posten				krigens danske ofre				
16	e1e6746c	10-01-2010 Berlingske	B(P)	x		Den ene betalte med sit liv.				
17	e1e67784	10-01-2010 B.T.	B(P), B(F)	x						
18	e1e66c22	10-01-2010 Jyllands-Posten	OD(F)	x						
19	e1e63a21	11-01-2010 B.T.				brutal død				
20	e1e69a71	11-01-2010 Ekstra Bladet								
21	e1e68ade	11-01-2010 Jyllands-Posten				en topprofessionel soldat				
22	e1d7456a	14-01-2010 Jyllands-Posten								
23	e1d7bd01	14-01-2010 Berlingske								
24	e1e688b5	17-01-2010 B.T.								
25	e1e6cd8b	17-01-2010 Berlingske		x		Damebrog er diaperet over kisten. Baretten ligger oven på. Fortjenestmedaljer er på hæftet. Ligets stof....				
26	e1e6cd8c	17-01-2010 Berlingske				I hjemlige medier, efterhånden som de bliver flere. Vinden blæser.				
27	e1d4d4f3	01-02-2010 DanskFolkeparit.dk	OD	x		Men ingen bevæger sig				
28	e1d674e5	05-02-2010 Kristeligt Dagblad	B	x						
29	e1e02ced	08-02-2010 Kristeligt Dagblad		x						
30	e1e128ce	10-02-2010 DanskFolkeparit.dk	B	x						
31	e1e17913	11-02-2010 Ekstra Bladet	OD			Ekstra Bladet er blevet kontakret af flere pårørende				
32	e1e249b2	13-02-2010 Ekstra Bladet		x						