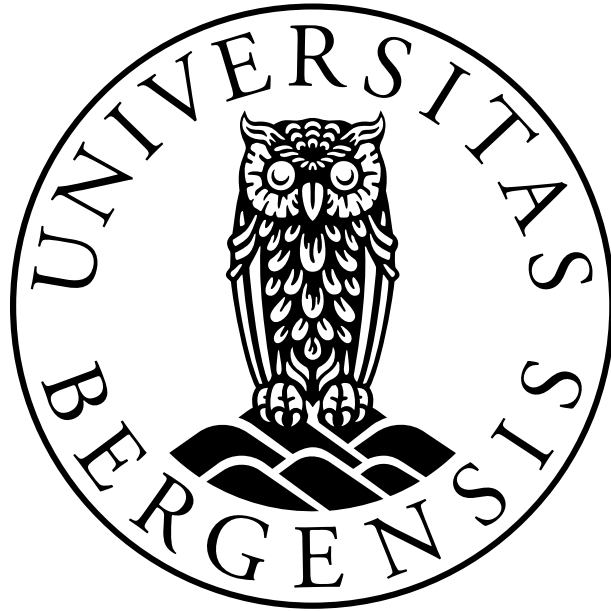


KAMPEN OM BYBANEN I BERGEN

En retorisk analyse av digital aktivisme og protest på Facebook



Martin Knut Ulstein

Masteroppgave – Medier og Kommunikasjon
Institutt for informasjons- og medievitenskap
Universitetet i Bergen

Våren 2023

Forord

Denne oppgaven markerer slutten på masterstudiet i Medier og Kommunikasjon ved Universitet i Bergen. Etter mange år som student er det nå vemodig, men også en lettelse å ta steget ut fra lesesalen, ned fra Høyden og ut i arbeidslivet.

Arbeidet med masteroppgaven har vært krevende, men på samme tid svært lærerikt. Jeg ønsket å skrive en dagsaktuell oppgave som også var relatert til Bergen, noe jeg føler jeg har fått til. Jeg vil aller først takke min veileder Jens Kjeldsen for all hjelp jeg har fått i denne perioden. Tilbakemeldingene har vært klare og konstruktive, og jeg har fått det dyttet i ryggen jeg har trengt for å komme i mål.

Videre vil jeg rette en stor takk og klem til mine foreldre og min bror for all moralsk støtte og korrekturlesing. Deres bidrag har betydd mye for meg, og jeg ville ikke klart dette uten dere. Avslutningsvis vil jeg rette en stor takk til mine gode studiekamerater på lesesal 539 for godt samhold. Det har vært en fryd å bli kjent med dere, alle sammen!



Martin Ulstein

01.juni 2023

Sammendrag

Facebook-gruppen «Folkeaksjonen nei til bil og bybane over Bryggen» har i Bergen gjort seg gjeldende som en sterk motstander av den foreslåtte bybanetraseen mellom Bergen sentrum og Åsane bydel, som innebærer et spor langsmed Bryggen, et UNESCO-verdensarvsted som for mange av Bergen sine innbyggere er et symbol på byen. Oppgavens formål er å undersøke innleggene som ble publisert i gruppen i tidsperioden 20. november 2021, til og med 02. desember 2021 gjennom en retorisk analyse. Denne tidsperioden ble strategisk utvalgt basert på politiske hendelser som fant sted i dette tidsrommet. Målet med oppgaven var å besvare problemstillingen: *Hvilken retorikk og retoriske trekk kjennetegner kommunikasjonen i gruppen «Folkeaksjonen Nei til bil og bybane over Bryggen», på hvilken måte skaper dette engasjement, og i hvilken grad bidrar den til mobilisering og fellesskap?*

Etter å ha samlet inn samtlige av innleggene i tidsperioden og kategorisert dem basert på mengden reaksjoner og kommentarer, ble det gjennomført en retorisk analyse av innleggene som skapte mest engasjement. Denne prosessen tydeliggjorde at det var tre konkrete *retoriske situasjoner* som fant sted i tidsperioden. 237 innlegg ble samlet inn og sortert i et dokument. Her ble innleggets innhold, antallet liker-klikk/reaksjoner, antallet kommentarer, og en oversikt over innleggets hovedelement ført inn manuelt. Basert på mengden liker-klikk/reaksjoner og kommentarer, ble et utvalg innlegg med høyt engasjement brukt som utgangspunkt for en nærmere retorisk analyse. Analysen av innlegg fra de tre retoriske situasjonene viste at innlegg som førte til høyt engasjement i stor grad var forbundet med den retoriske situasjonen, ikke bare innleggenes bruk av retoriske virkemidler.

Innholdsfortegnelse

Forord	2
Sammendrag	3
Kapittel 1 Innledning	6
1.1 Introduksjon	6
1.5: Oppgavens formål	7
1.2: Bryggen i Bergen – UNESCO-arv og lokalt symbol	8
1.3: Bybanen over Bryggen – et overblikk	9
1.4: «Folkeaksjonen Nei til bil og bybane over Bryggen»	9
Kapittel 2 Teoretisk rammeverk	10
2.1: Fremveksten av sosiale medier	10
2.2: Social Networking Sites (SNS)	11
2.4: Hva er Facebook?	12
2.3: Engasjement og sosiale medier	12
2.4.1: Hva skaper engasjement på Facebook?	14
2.4.2: Hvem skaper engasjement på Facebook?	17
2.5: Opinionsledere	17
2.7: Moderering – Moderatorrollen i Facebook-grupper	18
2.8.2: Mobilisering på sosiale medier	19
2.9: Hva er retorikk? Retorisk kommunikasjon	21
2.9.2: Etos, logos og patos – de tradisjonelle appellformene	21
Den retoriske situasjonen	22
Kapittel 3 – Metode	24
3.1: Kvalitativ innholdsanalyse	24
3.2: Avgrensning	25
3.3: Datainnhenting på Facebook	26
3.4: Transkribering og kategorisering	27
Kapittel 4 – Etske utfordringer: Personvern og offentlighet	28
Kapittel 5 – Analyse	30
5.1: Analytisk fremgangsmåte	30
5.2: Retorisk situasjon 1 – Oppbygning og forventninger	32
Positive forventninger	33
Reaksjoner på gruppens motstandere	39
Retorisk situasjon 1: Sammendrag	42
5.3: Retorisk situasjon 2 – Positivt politisk utfall	43
Gratulasjoner og feiring	44

Advarsel og kampvilje.....	50
Misnøye med politiske partier og politikere	52
Misnøye med medier og medieprofiler.....	59
Politisk rekruttering og politiske oppfordringer	61
Glede over mediedekning.....	70
Glede over den politiske situasjonen	79
Retorisk situasjon 2: Sammendrag	82
<i>5.4: Retorisk situasjon 3.....</i>	<i>83</i>
Sjokk og sinne	84
Politikerforakt.....	89
Kampvilje og veien videre.....	92
Retorisk situasjon 3 – sammendrag	95
6: Oppsummering av analyse	96
<i>6.1: Diskusjon og sammendrag</i>	<i>96</i>
7: Vurdering av problemstilling og teoretisk rammeverk.....	99
<i>Mobilisering</i>	<i>99</i>
<i>Felleskap.....</i>	<i>100</i>
<i>Tidligere forskning</i>	<i>100</i>
8: Konklusjon.....	102
REFERANSELISTE.....	103

Kapittel 1 Innledning

1.1 Introduksjon

Fredag 21. april 2023 kunngjorde Riksantikvaren at de godtar å legge bybanen gjennom middelalderbyen og langs Bryggen. I sin kunngjøring forteller Riksantikvaren at det ikke lenger er grunnlag for å be Vestland fylkeskommune om å reise en innsigelse mot den nye reguleringsplanen (NTB 2023). For motstandere av bybanen langs Bryggen var Riksantikvarens svar et nytt nederlag i kampen om å holde Bryggen banefri. I Facebook-gruppen «Folkeaksjonen Nei til bil og bybane over Bryggen» var reaksjonene på denne beslutningen kraftige. Samme dag publiserer en av gruppens administratorer et innlegg som tar for seg dette:

 Administrator 21. apr. · 🌐

Kjære venner, vakre Bergensere.

Våre motstandere mobiliserer **VOLDSOMT** når dagløsningsforslaget får en liten ubetydelig seier.

Der må vi bli flinkere.

Jeg håper på gode tilsvare i kommentarfeltene i BT fremover, med tommelen både opp og ned på andres kommentarer.

Vi forstår at de prøver å overbevise oss om at slaget om Bryggen er tapt, i desperasjon mot virkeligheten lager de en falsk illusjon.

Hvis vi klarer å holde på motstanden, ikke gi etter for propagandaen og komme med tilsvare, da vinner vi media også.

For media er viktig, selv om vi føler at de er litt imot oss skal vi ikke la det bli et våpen som våre motstandere kommer til å bruke mot oss for det er verdt, fordi vi boykotter de.

Vi må vise vårt engasjement i debattinnlegg, og i kommentarfelt.
Det er kjempeviktig fremover.

Del dette innlegget!

Del med alle tvilerene, og alle ressurspersoner du kjenner.

Vi må også mobilisere!!!

Vi må vise engasjement nå, ikke la de tro de har overtaket.

Vi vet at når vi jobber sammen kommer det **IKKJE** noen Bybane over Bryggen.

Vi skal jobbe sammen nå folkens, for Bryggen!!!
Og vi skal lempe hele toget i Vågen om nødvendig.
Vi gir oss **ALDR!**



  256

24 kommentarer 65 delinger

Figur 1: Reaksjon på vedtak

Innlegget viser gruppens frustrasjon og misnøye med den politiske utviklingen, men viser i tillegg et sterkt fokus på samhold og kampvilje videre. For gruppens medlemmer var ikke Riksantikvarens godkjenning av en bybaneløsning langs Bryggen slutten på gruppens kamp. Administratoren skriver i innlegget sitt at gruppens motstandere mobiliserer på bakgrunn av det vedkommende beskriver som en liten, ubetydelig seier. Videre skriver administratoren at gruppens medlemmer må fortsette å vise engasjement, og er opptatt av hvor viktig

fellesskapet i gruppen er. Administratorens språk er aktivt og oppfordrende, og viser kampvilje. Det er organisert og strukturert på en tydelig måte, og virker målrettet i sitt forsøk på å skape engasjement blant gruppens medlemmer.

Denne typen innlegg er ikke noe nytt for denne gruppen. Over tid kan en observere faste retoriske mønstre, som i stor grad preges av den politiske utviklingen.

Motstand mot utbyggingen av bybanen langs Bryggen har vært fremtredende i Bergen over lengre tid, og bybanesaken har vært en av de mest polariserende politiske sakene de siste årene.

Basert på den store mengden medlemmer i gruppen, det tilsynelatende høye engasjementet og fokuset på fellesskap og samhold, utgjør denne Facebook-gruppen et interessant utgangspunkt for en retorisk analyse av digital aktivisme og engasjement på sosiale medier.

Hvilken type retorikk som bidrar til å skape engasjement er noe som har blitt viet mye fokus innenfor forskningsfeltet. Det er ofte poengtert at sinne og sterke følelser bidrar til økt grad av engasjement på sosiale medier. Grunnlaget for denne oppgaven er allikevel å undersøke om det er andre elementer enn argumentasjonen som bidrar til at gruppens medlemmer blir engasjert. For å faktisk kunne undersøke nærmere hva som skaper engasjement er det derfor interessant å se på *hva* som sies, *hvordan* det sies, *hvem* som sier det og *når* det sies.

1.5: Oppgavens formål

Målet med oppgaven er å undersøke hva som skaper engasjement i Facebook-gruppen «Folkeaksjonen Nei til bil og bybane over Bryggen», gjennom en kvalitativ analyse av et utvalg av innlegg som ble publisert i gruppen i perioden 22. november til 02. desember 2021. Formålet er å undersøke de språklige og tematiske trekkene, og andre elementer som bidrar til at medlemmer i en aktivistgruppe som dette velger å samhandle med andre medlemmers innlegg i større eller mindre grad. Basert på gjennomgangen og analysen av denne tidsperioden kom det frem at det oppsto tre ulike retoriske situasjoner, som ble utgangspunktet for analysen. Hva dette betyr, og hva som definerer disse retoriske situasjonene presenteres nærmere senere i oppgaven. Jeg mener en slik analyse vil skape et inntrykk av hvordan og hvorfor engasjement oppstår internt i en aktivistgruppe digitalt. På den måten kan oppgaven bidra til forskningen på bruken av sosiale medier som verktøy for aktivistgrupper og sosiale bevegelser.

Av den grunn vil oppgaven ta utgangspunkt i følgende problemstilling:

Hvilken retorikk og retoriske trekk kjennetegner kommunikasjonen i gruppen «Folkeaksjonen Nei til bil og bybane over Bryggen», på hvilken måte skaper dette engasjement, og i hvilken grad bidrar den til mobilisering og fellesskap?

Før jeg presenterer det retoriske rammeverket, metodevalget, datautvalget og analysen, vil jeg raskt gi en historisk oversikt over Bryggen, og dens rolle i Bergen. Deretter vil jeg presentere bybanesaken, som ligger til grunn for oppgaven. Til sist vil jeg introdusere gruppen som oppgaven tar utgangspunkt i.

1.2: Bryggen i Bergen – UNESCO-arv og lokalt symbol

Bryggen er et historisk havneområde i Bergen sentrum, som befinner seg på den østlige siden av Vågen (Herteig 2005-2007). Som en av Nord-Europas viktigste havnebyer, etablerte hanseatene Bryggen i Bergen som sete for handelsvirksomhet rundt år 1350, og drev sin virksomhet her frem til 1754 (Herteig 2005-2007). Bryggen har gjentatte ganger blitt helt eller delvis ødelagt av branner, den siste av disse i 1958, og like før i 1955, en brann som ødela halvparten av de eldste gjenværende trehusene (Herteig 2005-2007). De eldste gjenværende trebygningene på Bryggen i dag stammer fra perioden like etter brannen i 1702, og en anslår at rundt en fjerdedel av de opprinnelige byggene fra denne perioden fremdeles er intakte i dag (Riksantikvaren 2020). Til tross for hyppig ødeleggelse og gjenoppreisning har Bryggen i Bergen beholdt sin historiske verdi, ettersom gjenreisning har skjedd i tråd med de tidligere utarbeidede byggeplaner og -teknikker (UNESCO 2023). Bryggen i Bergen ble innskrevet i Unescos verdensarvliste i 1979 (Riksantikvaren 2020). Bryggen i Bergens plass på denne listen begrunnes blant annet i at bebyggelsen mangler sidestykke ellers i verden (UNESCO 2023).

I dag preges Bryggen i Bergen i større grad av turistrettet aktivitet og virksomhet, så vel som restauranter og utesteder. Til tross for dette er arven etter hanseatene klart tydelig i det bergenske bybildet (UNESCO 2023).

1.3: Bybanen over Bryggen – et overblikk

I 2011 legger byrådet frem det første planprogrammet for en bybanetrasé til Åsane. Her presenteres forslag for både en trasé langs Bryggen, og et forslag om en tunnelløsning. I 2012 har daværende byrådsleder i Bergen, Monica Mæland, bestemt seg for at den beste løsningen vil være en bane langs Bryggen, og begrunner dette blant annet med at holdeplasser på gateplan er enklere, penere, mer praktisk og mye billigere. I meningsmålinger gjennomført av Bergens Tidende samme år kommer det frem at kun 20 prosent av befolkningen støtter dette forslaget. I 2014 blir bystyregruppene til Arbeiderpartiet, Høyre og Fremskrittspartiet enige om en tunnelløsning, men daværende byrådsleder Filip Rygg ønsker ikke å legge frem dette forslaget, og går av. I 2016, med nytt bystyre, blir det igjen et nytt vedtak, denne gangen for å legge bybanen langs Bryggen. Arbeiderpartiet er et av partiene som står bak dette vedtaket, og to Ap-politikere protesterer mot eget parti. Etter valget i 2019 er det igjen et nytt flertall i bystyret. Det blir bestemt at både tunnel- og Bryggen-alternativet skal utredes, for at bystyret skal få to likeverdige alternativer å velge mellom. I september 2021 presenterer Norconsult et overslag på et fagseminar, som tilsier at det vil koste over 2 milliarder kroner mer å bygge Bybanen i tunnel enn en dagløsning. Prosjektleder for bybanen legger i oktober frem sin anbefaling til byrådet om å legge bybanen langs Bryggen, basert på økonomiske kostnader og den forhøyede risikoen ved en tunnelløsning (Mæland 2021). Månedet etter, 24. november er det planlagt et bystyremøte med bybanen på agendaen. Det er dette møtet, og dagene som ledet opp til det, som er startstreken for denne oppgaven.

Bybanens har foreløpig fem byggetrinn. Fire av disse er til nå gjennomført. Første trinn var fra sentrum til Nesttun har vært i drift siden 2010, andre byggetrinn fra Nesttun til Rådal har vært i drift siden 2013, tredje byggetrinn mellom Rådal og Flesland lufthavn har vært i drift siden 2017, fjerde byggetrinn mellom sentrum og Fyllingsdalen åpnet i november 2022. Det femte byggetrinn er mellom sentrum og Åsane (Bergen Kommune 2023). Det er denne strekningen som enten vil innebære en tunnelløsning, eller en dagløsning langs Bryggen.

1.4: «Folkeaksjonen Nei til bil og bybane over Bryggen»

Gruppens formål ifølge beskrivelsen på «om»-siden i Facebook-gruppen, er å foredle Bryggen til å bli en paradegate for myke trafikanter, og gi Bryggen «den heder og ære den fortjener for generasjoner fremover». Videre beskriver gruppen seg som den viktigste kampen

for lokaldemokratiet i Bergen i moderne tid. Den 31. mai 2023 har gruppen rundt 15 600 medlemmer, og fire av disse medlemmene fungerer som administrator.

Kapittel 2 Teoretisk rammeverk

I denne delen av oppgaven vil jeg presentere et utvalg av relevante teorier som vil bli brukt gjennom oppgaven. Først vil jeg raskt introdusere fremveksten av sosiale medier, og klargjøre for hvordan jeg velger å definere sosiale medier. Deretter vil jeg presentere Facebook som plattform, og hva litteraturen sier om hva som skaper engasjement på Facebook. Ettersom oppgaven tar for seg hva som skaper engasjement på Facebook, vil jeg forklare hvordan jeg velger å definere hva som kan forstås som engasjement. Deretter vil jeg gå nærmere inn på ulike teorier som og begreper som vil være gjennomgående i oppgaven.

2.1: Fremveksten av sosiale medier

Begrepet sosiale medier er i dag et paraplybegrep for nettbaserte plattformer hvor brukere kan dele informasjon og samhandle seg imellom. Ulike definisjoner av dette begrepet har blitt etablert over tid, i tillegg til at mer snevre begreper, med lignende grunnleggende prinsipper har blitt fremmet i forskning (Aichner et al. 2021).

Det hersker usikkerhet rundt hvem som tok i bruk begrepet først (Bercovici 2010), men en av de tidligste skriftlige kildene er skrevet av Darryl Berry, som tar i bruk begrepet når han forklarer hvordan internett over tid vil utvikle seg til et brukernettsverk hvor brukerne kan kommunisere med hverandre (Berry 1995). I 1999 presenterte Darcy Dinucci begrepet «web 2.0» i sin artikkel «Fragmented Future», som beskrev et kommende skifte innenfor teknologi, som ville føre til at internett i større grad ville være preget av brukergenerert innhold, og samhandling mellom brukere (Dinucci 1999).

Senere har sosiale medier blitt definert av Kaplan og Haenlein (2010), som en samling av nettbaserte applikasjoner eller programmer, som tillater at brukere skaper og deler eget innhold (Kaplan og Haenlein 2010, 61), mens Kietzmann et al. (2011) definerer begrepet som en samling av syv funksjonelle byggeklosser som legger til grunn funksjonene til sosiale medier, og hvilke implikasjoner de har. Disse byggeklossene er *identitet, samtaler, deling, tilstedeværelse, forhold, rykte og grupper* (Kietzmann et al. 2011, 243).

2.2: Social Networking Sites (SNS)

Et annet tilknyttet begrep som tar for seg det som i dagligtalen omtales som sosiale medier er *Social Network Sites*, eller *Social Networking Services* (SNS). Den mest brukte definisjonen av SNS kommer fra Ellison og Boyd (2007), som forklarer at SNS'er er nettbaserte tjenester som tillater brukere å lage en offentlig eller delvis offentlig profil, konstruere en liste med andre brukere som deler en forbindelse med, og å kunne vise og gå gjennom aktiviteten til disse brukerne (Ellison og Boyd 2007, 211). Forfatterne omformulerte denne definisjonen i 2013, og vektla at brukere på SNS'er har unikt identifiserbare profiler som består av eget brukergenerert innhold, innhold produsert av andre brukere, hvor brukere kan skape forbindelser som kan sees og gjennomgås av andre, og at deltakere kan bruke, produsere og samhandle med *strømmer av brukergenerert innhold (streams of user-generated content)* (Boyd og Ellison 2013, 159).

Fellesnevneren i de overnevnte definisjonene av sosiale medier og SNS, er i stor grad at de åpner for digital samhandling mellom brukere, og i videre forstand at brukerne selv kan produsere og dele innhold. Dette uklare skillet mellom avsender og publikum har blitt gjennomgått grundigere i Bruns (2007) sin artikkel «Producers: Towards a Broader Framework for User-Led Content Creation». Bruns forklarer at overgangen til digitalt brukergenerert innhold utgjør et paradigmeskifte (Bruns 2007, 99), og at brukere i dag ikke deltar i tradisjonelle typer innholdsproduksjon, men deltar i *producers*, som innebærer at innhold produseres av et utvidet samfunn av deltakere i stedet for tradisjonelle, dedikerte individer og grupper. I tillegg forklarer Bruns at rollene er flytende, mellom produsent og forbruker, og at innholdet alltid vil være uferdig og kontinuerlig under utvikling (Bruns 2007, 101).

Fokuset på det Bruns skriver om brukere som «producers» (kombinasjon av ordene *producer* og *user*), har i senere tid blitt diskutert, blant annet av Jose van Dijck (2013), som forklarer at dette synet på SNS og sosiale medier ikke tar hensyn til hvordan skaperne av disse plattformene også i stor grad vil kunne bidra til å påvirke hva brukere ser, og i videre forstand påvirke hva individer gjør og tenker. Sosiale medier uunngåelig nok automatiserte systemer, som påvirker og manipulerer hva man ser og ikke ser (van Dijck 2013, 11-12).

Jeg velger i denne oppgaven å bruke *sosiale medier* når jeg snakker om Facebook som plattform, ettersom definisjonene nevnt over i stor grad har til felles det mest relevante

aspektet for det jeg undersøker, nemlig at tjenester som Facebook legger til rette for samhandling mellom ulike brukere. Sosiale medier er også et enklere begrep å forholde seg til ved at det i større grad brukes i dagligtalen enn det Social Network Sites gjør.

2.4: Hva er Facebook?

I løpet av sin 19 år lange historie har Facebook utviklet seg til å bli verdens største sosiale nettverk (Jalan, 2023). Facebook ble først introdusert i 2004 som en måte for studenter ved Harvard University å opprette profiler på nettstedet. Videre fikk studenter fra andre institusjoner anledning til å registrere seg, og plattformen nådde en million brukere allerede samme år (Jalan, 2023). I løpet av de neste årene mangedoblet brukermengden seg, med over femti millioner brukere mot slutten av 2007. I løpet av denne perioden ble også den velkjente Facebook «feeden» introdusert, og alle over 13 år fikk nå anledning til å registrere seg som bruker (Jalan, 2023). I løpet av 2009 ble andre kjente funksjoner som chattefunksjon, sider og reklamer introdusert, så vel som liker-funksjonen. I kjølvannet av disse funksjonene ble også grupper introdusert til Facebook-universet (Jalan, 2023). I 2016 endret Facebook liker-funksjonen, slik at brukere nå kunne velge flere emojis enn kun liker, for å uttrykke sine reaksjoner (Jalan, 2023).

Fra sin spede begynnelse i 2004 har Facebook vokst til å bli et multimilliard-selskap, hvor morselskapet Meta er børsnotert på Nasdaq-markedet. Facebook og Meta har gjennom flere år hatt en massiv oppkjøpsaktivitet, og eier per i dag blant annet Instagram og WhatsApp (Jalan, 2023)

2.3: Engasjement og sosiale medier

Begrepet engasjement brukes flittig i flere forskningsfelt, men en klar definisjon på hva engasjement innebærer er vanskelig å oppdrive (Taylor og Kent 2014, 384), (Kang 2014, 399). Oppgavens mål er å undersøke hva som skaper engasjement i Facebook-gruppen. Det vil derfor være nødvendig å forsøke å definere hva *engasjement* er, og mer konkret hva engasjement på sosiale medier er innebærer.

Zhang, Jiang og Carroll (2011) definerer sosialt engasjement som forpliktelsen et medlem har til å forbli i en gruppe, og samhandle med andre medlemmer i gruppen. Med andre ord er aktiv deltakelse et viktig element i denne definisjonen.

Civic Engagement

Civic engagement, som kan oversettes til borgerengasjement eller samfunnsengasjement, kan ifølge Obar, Zube og Lampe (2012) defineres som en politisk prosess som omfatter det å bevege et individ vekk fra en tilstand preget av manglende interesse, avledninger, ignoranse og apati, og heller bevege individet mot en tilstand preget av læring og forståelse, samt motivasjon og endring (Obar, Zube og Lampe 2012, 2-3).

Begrepet borgerengasjement kan videre forstås som det å arbeide for å utgjøre en forskjell samfunnet, samt utviklingen av en kombinasjon av kunnskap, ferdigheter, verdier og motivasjon for å utgjøre denne forskjellen ifølge Erlich, (2000), referert i Obar, Zube og Lampe (2012).

For en aktivistgruppe som «Folkeaksjonen Nei til bil og bybane over Bryggen», er det å engasjere medlemmene til å aktivt ta del i bevegelsen et viktig poeng.

Collective action

Tilknyttet begrepet *civic engagement* er også begrepet *collective action*, som kan oversettes til kollektiv handling, sentralt å forstå. Kollektiv handling henviser til forsøket på å oppnå et eller flere mål, utført av mer enn én person (Obar, Zube og Lampe 2012, 3). Slik *collective action* kan ta form av kortsiktige handlinger så vel som mer langsiktige, og kan være både institusjonaliserte prosesser eller mer forstyrrende prosesser (Obar, Zube og Lampe, 2012, 3). Slik kollektiv handling kan også ta form av ulike aktiviteter, men det som gjerne karakteriserer kollektiv handling generelt, er at det konfronterer utfordringer ved å rette direkte, forstyrrende handlinger mot eliten, myndighetene eller andre grupper (Obar, Zube og Lampe, 2012).

Smith og Gallicano (2015) nyanserer engasjement på sosiale medier ved å forklare at forskningen i stor grad oppfatter bruken av sosiale medier, i form av liker-klikk, kommentering og deling av innhold som det samme som engasjement, som ifølge dem er en mer kognitiv og emosjonell forbindelse. En slik forståelse av engasjement innebærer at engasjement er sinnstilstand, og et nivå av deltakelse som inkluderer aktivitet på sosiale medier, men at denne aktiviteten i seg selv ikke er ensbetydende med engasjement (Smith og Gallicano 2015, 82).

Blant annet har Berger og Milkman (2012) undersøkt hva som går viralt i avisen *New York Times*, ved å analysere nærmere 7000 nyhetsartikler, og i hvilken grad artikler blir delt videre av leserne. Berger og Milkman undersøker både innholdet ut ifra om det er positivt eller negativt, i tillegg til mer konkrete følelser de skaper, som sinne, tristhet eller aktelse, og i hvilken grad disse elementene bidrar til om innhold blir delt i større eller mindre grad (Berger og Milkman 2012, 192-193). Deres analyser viser, som nevnt over, at både sterke positive og negative følelser fører til at innholdet i større grad blir delt, og dermed kan forstås som mer engasjerende enn innhold med en lav grad av sterke følelser. Også i denne analysen kommer det frem at sterke positive følelser er mer engasjerende enn sterke negative følelser (Berger og Milkman 2012, 196).

Ved en nærmere analyse av hvilke sterke følelser som skaper mest engasjement, både positive og negative, kommer Berger og Milkman frem til at innhold som imponerer positivt (awe-inspiring) engasjerer mest, mens innhold som oppfattes som trist eller sørgmodig skaper lite engasjement. Det er allikevel visse sterke, negative følelser som også førte til økt engasjement. Saker som var mer sinne- og fryktskapende, var også tett forbundet med viralitet i undersøkelsen (Berger og Milkman 2012, 197).

Engasjement i dette tilfellet vil for denne oppgaven heretter forstås som den observerbare og målbare formen for aktivitet og deltakelse som finner sted innenfor de teknologiske rammene i gruppen. Dette vil innebære å ta utgangspunkt i innlegg som publiseres i gruppen, og reaksjoner og kommentarer tilknyttet innlegg i gruppen. Innlegg med høyt engasjement forstås som innlegg som oppnår en større enn gjennomsnittlig mengde reaksjoner i form av liker-klikk, og/eller en høyere enn gjennomsnittlig mengde kommentarer i kommentarfeltet.

2.4.1: Hva skaper engasjement på Facebook?

Fremveksten av sosiale medier har åpnet nye dører for mobilisering og samfunnsengasjement. Innebygde handlingsmuligheter på ulike plattformer gjør organisering og deltakelse enklere, mer kostnadseffektivt, i tillegg til å egne seg godt for økt rekruttering og synlighet (Enjolras et al. 2014, 32).

Vi vet allerede en del om hva det er som fører til engasjement, likes, kommentarer og deling på sosiale medier som Facebook og Twitter. Blant annet har tidligere studier av Neuman et al.

(2014), vist at saker som omhandler verdispørsmål, som for eksempel abort, homofilt ekteskap og våpenrettigheter vist seg å skape mye mer engasjement på sosiale medier i USA, enn for eksempel større sakskomplekser som utenrikspolitikk eller økonomirelaterte saker som strekker seg lengre ut i tid. Mer nærliggende økonomirelatert innhold som blant annet velferd, arbeidsmarkedet og helsevesen skaper også mye engasjement i sosiale medier (Neuman et al. 2014, 199). Både positive og negative følelser i forbindelse med delt innhold bidrar til engasjement på Facebook, men innhold som vekker intense positive følelser vil i noe større grad spre seg enn innhold som skaper intense negative følelser (Aalen 2016, 141).

Jeg vil i denne delen av oppgaven gå nærmere inn på hva det er som skaper engasjement på sosiale medier, nærmere bestemt Facebook.

Først er det fornuftig å se på funksjonaliteten til Facebook, og hvordan brukere kan gi respons på denne plattformen. Larsson (2015) forklarer at Facebook, på samme måte som de fleste sosiale medier, har tre måter brukere kan velge å respondere. Disse er 1: å *distribuere*, som innebærer å dele videre, 2: å *samhandle*, som på Facebook enkelt nok betyr å kommentere på innlegg eller bilder, og 3: å *anerkjenne*, som vil være å legge fra seg en «like» eller reaksjon på innlegg eller bilder (Larsson 2015, 120-122). I denne oppgaven vil fokuset være på innlegg internt i en Facebook-gruppe, dermed vil jeg ikke her ta høyde for hvordan gruppe medlemmene *distribuerer* videre. Jeg vil forholde meg til hvordan medlemmene *samhandler* og *anerkjenner* internt.

Facebook-grupper har blitt identifisert som *spesielt* egnede plattformer for samfunnsengasjement. Studier av blant annet i Park, Kee og Valenzuela (2009), har vist hvordan studenter ved to universiteter i USA, som bruker Facebook-grupper som en læringsarena i forbindelse med fysiske aktiviteter på og utenfor campus, har høyere sannsynlighet for å delta på disse. Respondentenes politiske engasjement er ifølge studiet positivt og betydelig forbundet med bruken av Facebook-grupper for å samle inn informasjon (Park, Kee og Valenzuela 2009, 731).

Gustafsson (2012) sin studie som tar for seg rollen til Facebook i politisk og samfunnsmessig deltakelse i Sverige, viser at deltakelse i grupper i stor grad oppleves som nyttig, ettersom det bidrar til en følelse av gruppeidentitet og mestringstro – viktige faktorer når det gjelder politisk og samfunnsmessig deltakelse (Gustafsson 2012, 1117-1118).

Jeg velger allikevel å ta utgangspunkt i samhandlingen internt i denne Facebook-gruppen. Dette er interessant å undersøke av flere grunner. Til tross for at gruppen er åpen for omverdenen, er innholdet som publiseres og de tilhørende kommentarene og reaksjonene i stor grad begrenset til medlemmene selv. Derfor er det interessant å undersøke i hvilken grad, om noen, det er ulike meninger som diskuteres og om det er rom for uenighet. I videre forstand er det interessant å undersøke hvorvidt eventuelle innlegg og kommentarer som stiller spørsmål ved gruppens felles mål og interesser frembringer mer eller mindre engasjement blant medlemmene.

En annen grunn til at jeg velger å begrense min oppgave til å undersøke innlegg og kommentarer innad i gruppen, er fordi den etter min mening i stor grad fungerer som et fellesskap. Det er tidligere blitt forsket på Facebook-grupper knyttet til kontroversielle samfunnsmessige og politiske saker. Blant annet grupper knyttet til motstand mot norsk barnevern (Stang 2018), eller grupper knyttet til motstand mot vindkraft i Danmark (Borch, Munk og Dahlgaard 2020).

Begge disse eksemplene viser til former for fellesskap og tilhørighet. Stang (2018) presiserer at det i barnevernsgruppene publiseres innhold knyttet til grunnleggende utfordringer, som gjør det mulig å diskutere saken, i tillegg til at det legges til rette for en opplevelse av en form for «delt skjebne» og støtteerklæringer (Stang 2018, 284). I motstandsgruppene mot vindkraft har Borch, Munk og Dahlgaard (2020) konkludert med at det i hovedsak er tre måter gruppemedlemmene reagerer på innlegg: 1: ved å dele kunnskap, som eksempelvis innebærer å henvise til nyhetsartikler eller akademiske artikler, 2: organisering og koordinering, som kan innebære å ønske nye medlemmer velkommen til gruppen og informere om offentlige møter og aksjoner, og 3: moralsk støtte, som kan innebære å kommentere og reagere på støttende vis på det andre publiserer (Borch, Munk og Dahlgaard 2020, 8).

Både organisering og koordinering og moralsk støtte kan forstås som en måte å skape og opprettholde et fellesskap internt i gruppen. Senere i oppgaven vil jeg gå nærmere inn på hvordan dette også er fremtredende elementer i «Folkeaksjonen nei til bil og Bybane over Bryggen».

2.4.2: Hvem skaper engasjement på Facebook?

Det forrige avsnittet handler i stor grad om hvilket innhold som skaper engasjement. Det er allikevel flere faktorer som er relevant å se på enn dette. Sosiale medier gjør det mulig for alle som ønsker å produsere innhold og å delta. Det betyr allikevel ikke at alle får oppmerksomhet for det de deler. Aalen (2016, 144-146), viser til to ulike hypoteser knyttet til dette, *utjevningshypotesen* og *normaliseringshypotesen*. *Utjevningshypotesen* sier at sosiale medier åpner for at flere kan delta, og at det er mulig å nå ut med budskapet sitt uansett hvem man er. *Normaliseringshypotesen* derimot, sier ifølge Aalen at «eksisterende maktstrukturer speiles og til og med kan forsterkes i sosiale medier» (Aalen 2016, 145). Bare fordi sosiale medier i teorien kan gi hvem som helst et stort publikum, er det ingen gitt garanti for at det man produserer får stor spredning. Aalen forklarer videre at de som får oppmerksomhet i sosiale medier gjerne er de samme menneskene som får oppmerksomhet i redaksjonelle medier (Aalen 2016, 144-145). Forholdet mellom sosiale medier og de tradisjonelle redaksjonelle mediene er ikke hva oppgaven er ute etter å undersøke. Allikevel er rollen til maktstrukturen internt i Facebook-gruppen noe som er svært relevant.

2.5: Opinionsledere

I tilknytning til denne maktstrukturen, er det relevant å forklare begrepet *opinionsledere*. Begrepet ble introdusert av Lazarsfeld, Berelson og Gaudet (1944), i boken *The People's Choice*, som tar for seg hvordan velgere bestemmer seg i forbindelse med politiske valg. Boken tar utgangspunkt i valget i USA i 1944. I forordet beskriver Lazarsfeld, Berelson og Gaudet hva en opinionsleder er:

«In every social group there are some individuals who are particularly active and articulate. They are more sensitive than others to the interests of their group, and more anxious to express themselves on important issues. [...] one of the functions of opinion leaders is to mediate between the mass media and other people in their groups (Lazarsfeld, Berelson og Gaudet 1948, xxii-xxiii).

Personene som omtales som opinionsledere, hadde et mer omfattende medieforbruk, og snakket i større grad om politiske saker i sine sosiale nettverk enn andre (Lazarsfeld, Berelson og Gaudet 1948, 49-51).

Forskningen til Lazarsfeld og hans medforskere utfordret den gjengse oppfatning om at de tradisjonelle mediene i størst grad avgjorde hva befolkningen mente. I boken *Personal Influence – The Part Played by People in the Flow of Mass Communications* (1955), blir forskningen på valget i 1944 videre diskutert. Her forklarer Lazarsfeld og medforsker Katz at når mennesker i den overnevnte undersøkelsen ble spurt hva som bidro til hva de stemte på i valget, var det andre mennesker som hadde størst påvirkning. Radio og skrevne nyheter hadde liten effekt på reelle stemmevalg, og enda mindre effekt når det gjaldt å endre sitt stemmevalg (Katz og Lazarsfeld 1955, 31-32).

I tillegg til at opinionslederne i større grad deltok i politiske diskusjoner enn de andre respondentene i undersøkelsen, uttrykte de også at tradisjonelle mediekanaler var mer effektive kilder for påvirkning enn personlige forhold. Dette antydte at politisk informasjon og ideer strømmet fra mediene til opinionslederne, og videre fra opinionslederne til den mindre aktive delen av befolkningen. Dette kalte Lazarsfeld og hans medforskere *tostegshypotesen* (Lazarsfeld, Berelson og Gaudet 1948, 151).

Ettersom denne oppgaven tar for seg den interne diskusjonen i en Facebook-gruppe fra et retorisk perspektiv, vil den ikke kunne svare direkte på om og hvordan informasjon flyter fra opinionsledere til den mer uengasjerte folkemassen ut ifra de samme kriteriene. Det er allikevel verdt å undersøke om innholdsdelingen til enkelte medlemmer i gruppen i større grad er opptatt av å formidle kunnskap og spre faglig informasjon, enn det andre medlemmer i gruppen gjør.

2.7: Moderering – Moderatorrollen i Facebook-grupper

Det er gjort mye forskning på moderatorers rolle på ulike sosiale medieplattformer. Når det gjelder moderering på Facebook tar plattformen i bruk både kommersielle styremekanismer som er utviklet av plattformen selv, i tillegg til den interne selvregulerende modereringen, som utføres av gruppemedlemmer (Malinen 2021, 74). Der selskapenes egne moderator-funksjoner i stor grad ser på anti-normativ oppførsel som noe som bør fjernes, viser studier at de interne moderatorene i Facebook-grupper i større grad foretrekker å delta personlig i diskusjoner rundt regelbrudd, i stedet for å blant annet velge å fjerne medlemmer som bryter regler. Moderatører ser ofte på sin rolle som en viktig bidragsyter når det gjelder å vise veien for medlemmer og skape utvikling i gruppen (Seering et al. 2019, 1418).

Å få rollen som moderator vil i stor grad basere seg på hvorvidt vedkommende er et tydelig og fremstående medlem i gruppen. Eksiterende moderatorer leter som regel etter medlemmer som forstår gruppens verdier, som oppfører seg modent og dermed kan bidra til å opprettholde regelverket i gruppen på en passende måte. I tillegg vil et allerede eksisterende forhold til en eller flere andre moderatorer være en faktor når nye moderatorer velges (Seering et al. 2019, 1423). Strukturen i Facebook-grupper er utformet slik at administratorer blir gitt en stor grad av kontroll over innholdet som publiseres. Derfor er forholdet mellom administratorer og andre medlemmer ulikt fra forholdet mellom Facebook-venner ellers. Facebook-grupper kan av den grunn ikke forstås som helt nøytrale kommunikasjonskanaler, men at Facebook-gruppene i stor grad former kommunikasjonen som foregår der (Poell et al 2016, 997).

2.8.2: Mobilisering på sosiale medier

Som nevnt tidligere har fremveksten av sosiale medier åpnet for enklere og mer effektiv rekruttering. Allikevel er ikke det en selvfølge at engasjement i sosiale medier medfører offentlig engasjement, ved at det tilknyttes demokratiske prosesser (Enjolras et al. 2014, 175), som fører til endringer og konsekvenser i samfunnet. Derfor er det også viktig å definere tydelig hva politisk aktivisme innebærer, og hvordan forholdet er mellom digital aktivisme og aktivisme i det fysiske rom.

Når en undersøker digital aktivisme, er *slacktivism* et mye brukt begrep. Med dette mener man en form for aktivisme som begrenser seg til en slapp form for deltakelse og engasjement (Enjolras et al. 2014, 92). I dag forstås begrepet som den digitale versjonen av politisk deltakelse. Ordet er en sammenslåing av ordene *slacker* (slapp, tiltaksløs) og *activism* (Christensen 2011). Begrepets opphav er omdiskutert, men det skal ha sett dagens lys for første gang i et foredrag av Fred Clark og Dwight Ozard i 1995. I det tilfellet ble begrepet brukt for å forklare hvordan unge mennesker forsøkte å påvirke samfunnet nedenfra, i relativt liten skala. Dette kan ifølge Christensen (2011) forstås som at Clark og Ozard brukte *slacktivism* på en positiv måte.

I dag forstås *slacktivism* i større grad som et begrep med negative konnotasjoner, og brukes gjerne for å beskrive aktiviteter som ikke innebærer reelt politisk engasjement (Christensen 2011). Denne typen aktiviteter, sett i sammenheng med politisk aktivisme på sosiale medier, kan forstås som aktiviteter som i svært liten grad har noen reell politisk påvirkningskraft (Morozov 2012, 189-190). Morozov utdyper sitt syn på denne formen for aktivisme ved å vise

til hvordan en av de mest populære Facebook-aksjonene, «Save the children of Africa», som hadde 1,7 millioner medlemmer da Morozov skrev boken, men kun hadde samlet inn rundt 12 000 dollar. For Morozov er digital aktivisme ikke effektivt når det gjelder større, globale utfordringer, men påpeker at det derimot kan være effektivt i geografisk avgrensede utfordringer, blant annet å protestere mot lokalpolitiske beslutninger (Morozov 2012, 190).

Som en forlengelse av denne diskusjonen kan en trekke frem Hirzalla, van Zoonen og de Ridder (2011, 2) sine undersøkelser av det de kaller *cyber-optimisme* og *cyber-pessimisme*, som henholdsvis påstår at internettbaserte løsninger åpner for muligheter til å *mobilisere* politisk deltakelse, eller at de digital deltakelse bidrar til å *normalisere* allerede eksisterende mønstre i offline-deltakelse. Mobiliseringsteorier ser på internett som en tilrettelegger for aktiviteter med politisk betydning, og som gjør det mulig får deltakere å tilegne seg den nødvendige kunnskapen som trengs for politisk deltakelse. Normaliseringsteorier er derimot fokusert på hvordan mulighetene som internett fører med seg i større grad kan benyttes og utnyttes av de som allerede er aktive og engasjerte offline. Internettbaserte løsninger har ifølge slike teorier i seg selv ikke har noen positiv effekt på antall mennesker som deltar, fordi samfunnsmessige, politiske og materielle ulikheter som eksisterer i den virkelige verden, også er å finne i den digitale verden (Hirzalla, van Zoonen og de Ridder 2011, 2-3).

Å vurdere hvorvidt Facebook-gruppen Nei til bil og bybane over Bryggen faktisk bidrar i reelle politiske prosesser er vanskelig å finne svar på. Det er allikevel mulig å undersøke i hvor stor grad det oppfordres til eksternt engasjement, og hvilken type aktiviteter og atferder som foreslås, protester, direkte kontakt med politikere andre offline-aktiviteter

I Enjolras et al. (2014) sine egne analyser konkluderes det med at deltakelse i politiske og samfunnsrettede Facebook-grupper vil øke sannsynligheten for deltakelse i aktiviteter i den virkelige verden. I tillegg poengteres det at de som i størst grad får informasjon gjennom Facebook, verken har høyere utdanningsnivå eller høyere inntekt enn resten av befolkningen. De som har dette, får i større grad informasjonen sin gjennom personlig kontakt med andre (Enjolras et al. 2014, 173). Det har ved flere anledninger vært fysiske demonstrasjoner og arrangementer i forbindelse med forslaget om å legge bybanen langs Bryggen. I perioden før slike arrangementer har det blitt publisert mange innlegg som oppfordrer til deltakelse, som også gjerne linker til et Facebook-arrangement som medlemmene blir bedt til å trykke delta

på. Disse innleggene får ofte god respons, og ofte fortsetter oppfordringene i form av kommentarer i kommentarfeltet.

Ut ifra dette kan en tolke at Facebook-grupper som «Folkeaksjonen Nei til bil og bybane over Bryggen» tas i bruk som et talerør, og som rekrutteringssted for mer håndfast aktivisme i forbindelse med utbyggingen av Bybanen.

2.9: Hva er retorikk? Retorisk kommunikasjon

Retorikk vil i denne oppgaven være synonymt med kommunikasjon med et formål om å oppnå noe. Hauser (2002) har blant annet tidligere definert retorisk kommunikasjon som, i sin enkleste form, hvordan mennesker ved bruk av symboler, spesielt i form av språk, går frem for å oppnå en form for et mål (Hauser 2002, 3). Videre presiserer Hauser at retorikk ikke er kommunikasjon kun for kommunikasjons skyld, men i de fleste tilfeller et forsøk på å skape reell handling. Derfor vil retorikk, ifølge Hauser, alltid ha et pragmatisk formål om å påvirke menneskers valg og meninger om konkrete saksområder (Hauser 2002, 3).

Kjeldsen (2006) definerer retorisk kommunikasjon som kommunikasjonen fra en aktør som henvender seg til en bestemt mottager, med mål om å oppnå en bestemt type reaksjon eller respons. En slik henvendelse oppstår når en situasjon inviterer til at noen kommuniserer for å skape en forandring ved å påvirke de bestemte mottakerne. Aktøren som står bak kommunikasjonen kan være et enkelt menneske, en gruppe eller en institusjon (Kjeldsen 2006, 24). Det er med andre ord slik at retorikk i stor grad er situasjonsbestemt kommunikasjon. Begrepet *Kairos* illustrerer dette. *Kairos* kan forstås som at en taler eller avsender budskap er såpass godt timet, at ordene og ytringene passer perfekt til situasjonen (Karlberg og Mral 1998, 21).

For å kunne nå målet om å oppnå en type reaksjon eller respons som bidrar til å skape forandring, må språket og innholdets uttrykk kunne overtale, eller overbevise. I det neste avsnittet vil jeg forklare de tradisjonelle appellformene, og hvordan de bidrar til nettopp dette.

2.9.2: Etos, logos og patos – de tradisjonelle appellformene

Et av nøkkelbegrepene i tradisjonell retorikk er *persuasio*, som kan oversettes til overtalelse, eller det å overbevise. I antikkens retorikk er det tre persuasive appellformer, *etos*, *logos* og

patos (Jørgensen 2009, 14). *Etos* handler om overbevisningen som skapes basert på taleren, eller avsenderens karakter. Dette handler om avsenderens *troverdighet*, og hvilken *tillit* publikummet har til denne avsenderen. Tre dimensjoner av *etos* er ifølge Artistoteles medvirkende til å skape tillit og gjøre taleren overbevisende. Dette er klokskap eller dømmekraft, moralsk karakter, og velvilje. *Patos* handler om den følelsesmessige posisjonen avsender tar, hvor avsender vekker følelser hos sitt publikum. Dette kan eksempelvis være sorg og glede, misnøye eller medlidenhet (Jørgensen 2009, 15). Den siste appellformen er *logos*, som er den typen overbevisning som skapes gjennom selve innholdet, med andre ord saksforholdene og argumentasjonen (Jørgensen 2009, 15).

Den retoriske situasjonen

I sin artikkel «The Rhetorical Situation» fra 1968 skriver Loyd Bitzer om hvordan visse situasjoner har mangler, utfordringer eller problemer, og på den måten inviterer til forandring eller behandling. Dersom man gjennom ord, i tale eller skrift, kan bidra til å endre eller delvis endre situasjonen, er det snakk om en retorisk situasjon (Kjeldsen 2006, 79-80). Bitzer beskriver videre tre definerende elementer som slike retoriske situasjoner inneholder. Dette er *det påtrengende problemet* (*exigence*), *publikum* (*audience*) og *de retoriske vilkårene* (*constraints*) (Kjeldsen 2006, 80).

Et påtrengende problem kan i følge Bitzer forstås som «en ufullkommenhet som presser seg på. Det er en feil, en hindring, noe som venter på å bli gjort, noe som ikke er som det burde være», i følge Bitzer (1968) referert i Kjeldsen (2006, 81). Slike problemer trenger ikke å være negative, de kan også være utfordringer eller forventninger som er positivt ladet.

Det retoriske publikum: En retorisk situasjon vil alltid kreve et publikum, ettersom retoriske henvendelser skaper forandringer gjennom å påvirke tanker, beslutninger og handlinger hos mennesker som kan bidra til å skape forandring. Det retoriske publikum består av dem som kan påvirkes av avsenderens retorikk. I den forstand kan det påtrengende problemet være selve publikumet, at visse holdninger og synspunkter må forandres (Kjeldsen 2006, 84).

De retoriske vilkårene er mulighetene og begrensningene som en avsender må forholde seg til. En retorisk situasjon vil ikke bare invitere til respons, men også skape rammer for hvordan man kan respondere. De er aktive deler av situasjonen ettersom de har makt til å avgrense og fremtvinge de nødvendige beslutningene og handlingene. Man kan skille mellom to

hovedtyper vilkår: de som er ikke-fagtekniske (ikke-retoriske), og de som er fagtekniske (retoriske) Ikke-fagtekniske vilkår er omstendigheter som en avsender egentlig ikke kan styre selv, som en må forholde seg til. Eksempler på dette er hendelser, regler, lover, følelser eller argumenter (Kjeldsen 2006, 87). Fagtekniske vilkår er de vilkårene som avsender selv styrer. Det er da snakk om avsenders egen retoriske fremgangsmåte, den personlige karakteren, avsenders rasjonelle bevis, og avsenders stil og emosjonelle appeller (Kjeldsen 2006, 87). Noen eksempler på vilkår som ikke kan styres eller endres av avsenderne i Facebook-gruppen, er blant annet den selvforklarende begrensningen om at all kommunikasjonen foregår over internett, og belager seg i størst grad på tekst og bilder. Et annet retorisk vilkår er størrelsen på gruppen, og muligheten alle gruppens medlemmer har til å produsere kommunikasjon, noe som kan føre til at det som publiseres «forsvinner» nedover i gruppens feed.

Passende respons: Retoriske situasjoner inviterer til bestemte passende responser. Retorikk skapes fordi en avsender oppfatter situasjonen som en invitasjon til å skape og fremføre retorikk som er påkrevd og nødvendig. Det er altså måter man kan og bør gå frem retorisk, i tillegg til å være måter man *ikke* bør gå frem retorisk (Kjeldsen 2006, 87-88).

Situasjonens livssyklus: Situasjoner *oppstår*, *vokser* og *modnes* til det tidspunktet hvor et retorisk svar er mest passende. Opprinnelsen er når det kommer frem et retorisk problem, men den er ikke fullt utviklet før det eksisterer et publikum og vilkår. Modenheten oppstår når de elementene er til stede i et gunstig forhold. Publikum er oppmerksom, og vilkårene kan utnyttes på best mulig måte. Forringelse eller overmodenhet er dersom en taler ikke griper ordet i tide, om beslutninger er tatt og lignende. Den retoriske situasjonen går i oppløsning enår det påtrengende problemet ikke lenger kan endres gjennom retorikk. Enten eksisterer det ikke lenger et publikum, eller så er det ikke tilstrekkelige retoriske vilkår (Kjeldsen 2006, 89-91).

Bitzers «The Rhetorical Situation» ble mottatt positivt på grunn av sitt fornyende syn på den retoriske analyse, men ble også kritisert for å ikke anerkjenne talerens selvstendige handlingsevne, og dermed talerens etiske ansvar. Allikevel er artikkelen i dag nyttig for å forstå samhandlingen som finner sted mellom ulike faktorer som danner retoriske henvendelser. Bitzers beskrivelse forenkler også muligheten for å beskrive hva som er retorisk diskurs og hva som ikke er det, hvordan retorikk oppstår, og vurdere diskursens effektivitet (Kjeldsen 2006, 92).

Kapittel 3 – Metode

I det følgende kapittelet vil jeg presentere de metodiske valg som er gjort i denne studien. Dette omfatter hvilken forskningsstrategi oppgaven har samt de avgrensninger som er gjeldende for oppgaven. Videre presenteres det hvilke data som skal innhentes og anvendes i studien, og hvordan dataen har blitt transkribert og kategorisert.

3.1: Kvalitativ innholdsanalyse

Oppgaven er en kvalitativ innholdsanalyse. I kvalitative innholdsanalyser er datamaterialet basert på dokumenter som kilde, og i prinsippet vil en slik analyse kunne tas i bruk på alle former for dokumenter, som tekst, bilde tall, lyd og bilder, men hovedsakelig er det vanligst å bruke denne typen analyse når dokumentene har verbalt innhold, enten muntlige eller skriftlige tekster (Grønmo 2016, 175). I dette prosjektet vil analysen i all hovedsak ta for seg tekst, men ettersom Facebook legger til rette for at både tekst, bilder og video kan kombineres i ett og samme innlegg, vil det være nødvendig å vurdere tekstmaterialet opp mot andre elementer. Ved internettforskning vil også en analyse av tekst måtte inkludere bruken av emoji'er. Disse fungerer som en del av selve teksten, selv om de ikke er tekst i tradisjonell forstand. Emoji'er kan forstås på ulike måter av ulike mennesker, i tillegg til at de i stor grad vil være brukt i konkrete kontekster. En smilende emoji kan for eksempel brukes til å uttrykke glede i en situasjon, mens den i en annen kan forstås som spydig og sarkastisk. Det vil derfor være nødvendig for meg som forsker å subjektivt vurdere hva avsender prøver å formidle når de bruker en emoji, og hvordan denne bruken kan tolkes av mottakerne.

I forberedelsene til datainnsamlingen, er det ifølge Grønmo (2016,176) viktig å avklare fokus gjennom å velge prioriterte tema, og velge typer av tekster. Det er nødvendig å ha en klar hensikt med datainnsamlingen, knyttet til oppgavens problemstilling. Det neste steget vil være å finne tekstene som skal brukes i analysen. Denne jobben vil være lett dersom dokumentene som skal brukes er offentlige og tilgjengelige (Grønmo 2016, 177). I mitt tilfelle var forberedelsene til innsamlingen for den første delen av analysen, som tar for seg innhold i innleggene i Facebook-gruppen, gjort på et tidlig stadium. Dette er fordi jeg ønsket å undersøke innlegg i Facebook-gruppen i et spesifikt tidsrom, og ut ifra dette vurdere hvilke tema som tas opp i større og mindre grad. Som jeg kommer nærmere inn på i neste avsnitt, er denne tidsperioden tett knyttet opp til større politiske hendelser i forbindelse med bybanesaken. I liker-klikk og reaksjoner. Det er flere grunner til å velge denne tilnærmingen

til oppgaven. For det første er innleggene i aktivistgrupper som «Folkeaksjonen nei til bil og bybane over Bryggen» i stor grad i utgangspunktet kun knyttet til et bestemt tema, nemlig bybanesaken. Med andre ord er tema for datainnsamlingen allerede bestemt på forhånd. For det andre vil et selektivt utvalg av innlegg i en slik gruppe, basert på mer konkrete tema innenfor bybanesaken kunne gi et feilaktig inntrykk av hvordan gruppens medlemmer formulerer seg og oppfører seg. Som jeg kommer nærmere inn på i neste avsnitt vil min tidsavgrensning i stor grad representere Facebook-gruppen på en måte som viser likheter og forskjeller i retorikken i forbindelse med ulike politiske situasjoner.

3.2: Avgrensning

Jeg vil i denne delen av oppgaven forklare hvordan jeg har valgt å avgrense datautvalget. Ettersom Facebook-gruppen per dags dato (22.11.2022) har over 15 700 medlemmer, er mengden innlegg som publiseres høy. Det er derfor nødvendig å gjøre en tydelig avgrensning både i tid, men også når det gjelder kriterier for hvilke innlegg som skal inkluderes i analysen.

Jeg har valgt å avgrense datainnhentingen til en klart definert tidsperiode i 2021. Perioden strekker seg fra 20. november 2021, til 2. desember 2021. I denne perioden var det en avstemning i bystyret om hvorvidt bybanen skulle legges langs bryggen eller i tunell, etter at byrådsleder Roger Valhammer stilte kabinettsspørsmål om bybanesaken. Onsdag 24. november tapte byrådet avstemningen, med 33 stemmer mot 34, noe som førte til at byrådsleder Valhammer og hans byråd gikk av (Oskarsen et al. 2021). Den neste uken var preget intern politisk uro i flere av partiene, og etter at tre medlemmer i bystyret valgte å gå imot egne partier, var det et nytt flertall 2. desember, denne gangen for å legge bybanen langs Bryggen (Opheim et al. 2021). På disse omtrentlig to ukene var det på grunn av den politiske uroen to svært ulike retoriske situasjoner med veldig kort mellomrom, som medførte et tydelig stemningsskifte innad i gruppen. Mens den første avstemningen og den påfølgende avgangen til byrådet kan forstås som en seier for gruppen, var det nye flertallet på bakgrunn av politiske utbrytere et stort nederlag. Derfor mener jeg at denne tidsperioden er spesielt relevant for å undersøke retorikken innad i gruppen. Jeg delte videre denne tidsperioden opp i tre konkrete faser. Den første fasen starter 20. november, og slutter den 24. november, dagen for avstemningen og byrådets avgang. Den andre fasen starter 28. november, og slutter 2. desember, som er dagen de tre utbryterne går ut med sin støtte til løsningen for bybane langs Bryggen, og peker på Roger Valhammer som ny byrådsleder. Mellom disse to fasene er det

tre dager jeg har valgt å inkludere i analysen. Ettersom disse faller mellom to tydelige politiske og retoriske situasjoner, valgte jeg å kalle denne fasen for «mellomfasen».

Jeg vurderte opprinnelig at denne avgrensningen var nyttig, fordi den for det første omfatter en periode i bybanesaken hvor politiske beslutninger både gikk i gruppens favør, og imot. Det ble derimot tydelig at tidsperioden i større grad var preget av tydelige retoriske situasjoner som ikke sammenfalt nøyaktig med de tre fasene. Derfor valgte jeg underveis i prosessen å se vekk fra disse fasene, og heller basere analysen på de retoriske situasjonene som oppsto, og responsen fra gruppens medlemmer som skapte mest engasjement.

I gjennomføringen av datainnsamlingen er det nødvendig å foreta kildekritiske og kontekstuelle vurderinger, velge ut og registrere relevant innhold, og kategorisere det relevante innholdet (Grønmo 2016, 177-178).

Kildekritiske vurderinger, når det gjelder kildens relevans, autentisitet og troverdighet, er som regel svært viktige elementer i en kvalitativ innholdsanalyse. Det er også viktig at tekstene som blir brukt i analysen blir sett på i sammenheng med andre kilder, med andre ord at de forstås i en kontekst. Dette er viktig både når det gjelder kildekritikk, men også for å kunne forstå og tolke tekstene på en god måte (Grønmo 2016, 177-178).

I forkant av prosjektet inviterte jeg gruppens moderatorer til et uformelt møte, hvor målet var å presentere prosjektet, og gjøre det klart at deres rolle som administratorer potensielt kunne føre til at de ble gjenkjent i oppgaven. To av de tre inviterte administratorene var til stede på dette møtet, og gav muntlig og skriftlig godkjenning til at prosjektet kunne gjennomføres som planlagt.

3.3: Datainnhenting på Facebook

Datainnhenting har foregått direkte på Facebook-gruppen. Det har tidligere eksistert verktøy som tillater svært effektive søkefunksjoner, som blant annet gjorde det mulig å filtrere innlegg ut ifra selvdefinerte tidsperioder, noe som er essensielt for min datainnhenting. Eksempler på dette er *Whopostedwhat*, *Netvizz* og *GraphTips*. Dessverre er disse verktøyene ikke lenger mulig å ta i bruk, grunnet tiltak iverksatt av Facebook etter en rekke sikkerhetsbrudd.

For å kunne dokumentere hvor mange innlegg som ble publisert innenfor de gitte tidsperiodene jeg anser som mest relevant, ble det derfor nødvendig å «scrolle» seg bakover i tid. Dette er en svært tidkrevende prosess. Det var også nødvendig å melde seg inn i gruppen for å ha muligheten til å sortere innleggene kronologisk. For å i første omgang kunne dokumentere og lagre de relevante dataene, ble det tatt skjermbilder av alle innlegg. Bildene viser hvem som har lagt ut innlegget, dato for publiseringen, antall liker-klikk og kommentarer. I mange tilfeller har avsender skrevet innlegg knyttet til en nyhetssak som er lenket til i innlegget. I disse tilfellene har jeg ikke gjort rede for innholdet i nyhetssakene, men har dokumentert overskriften som fremmes i lenken. De fleste av disse nyhetsartiklene befinner seg i tillegg bak betalingsmur, og det kan antas at mange av medlemmene i gruppen ikke får lest innholdet.

3.4: Transkribering og kategorisering

For å få transkribert og sortert innleggene har jeg valgt å ta i bruk Excel. I første omgang gikk jeg gjennom skjermbildene, og gjorde rede for hvor mange innlegg som ble publisert hver dag i de tre fasene i den overnevnte tidsperioden. Det ble til sammen publisert 237 innlegg i tidsperioden. 105 i den første fasen, 44 i mellomfasen og 88 den andre fasen.

Etter dette ble alle innleggene kopiert og lagt inn i Excel i tekstformat. I tillegg til tekst, hadde innleggene også ofte vedlagte bilder, og lenker eller skjermbilder av nyhetssaker. Vedlagte bilder ble beskrevet skriftlig i slutten av innleggs-teksten, i parenteser. Dersom bildet var et skjermbilde av en nyhetssak eller en annen ekstern nettside, ble avisens eller nettsidens navn og artikkelens tittel skrevet i tekst i parenteser. Det samme ble gjort dersom avsender lenket til en ekstern nyhetssak eller nettside. Bruken av «emojier» var et svært fremtredende element, og bruken av dem måtte også dokumenteres. En emoji er et piktogram som skal illustrere ansikter, objekter og symboler, og brukes i dag på de fleste kommunikasjonsplattformer og sosiale medier (Grannan 2022). Emojier ble beskrevet i parenteser i stedet for å kopieres direkte inn i Excel-arket. Dette ble gjort for å lettere kunne søke dem opp senere. Nyhetssaker, bilder og emojier som ble tatt i bruk, er dermed tolket subjektivt, men er sett i sammenheng med hva avsenderen har skrevet ellers i innlegget. Videre ble det ført inn hvor mange liker-klikk og kommentarer hvert av innleggene hadde fått. Deretter ble hovedelementene for hvert innlegg ført inn, eksempelvis hvorvidt budskapet var positivt eller negativt, humoristisk, informativt eller alvorlig. Dersom innleggene ikke

inneholdt egenprodusert tekst, eller om innhold som ble lagt ut har blitt slettet i ettertid, ble dette også notert. I tillegg til hovedelementene, ble det skrevet inn andre elementer som kan være av verdi eller interesse. Eksempler på dette var innlegg som er publisert av en administrator, innlegg med store mengder skrivefeil eller lokal dialekt og språkbruk som krever forklaring, eller innlegg som har blitt publisert flere ganger.

A	B	C	D	E
1	INNHOLD	ANTALL KOR	ANTALL LIKE HOVEDELEMENTER	ANDRE ELEMENTER
2	23.11.2021 "Enormt engasjement blant de fremmte på vårt folke møte. Etter fakkeltog med slag	94	1200 Opplytende, skryt, samlende	Publisert av administrator
3	24.11.2021 "GRATULERER MED DAGEN!:"	206	1000 Positivitet, glede, feiring	
4	23.11.2021 (Bilde av Byggen under ikke definert arrangement, tog i gaten og feststemning)	42	780 Positiv, glede, skryt	Publisert av administrator, kun bilde, må t
5	24.11.2021 "(blomster-emoji, smelbonbon) Gratulere (blomster-emoji, smelbonbon) (bilde av Bry	53	688 gratulasjoner, glede, positivitet	
6	24.11.2021 "IA vi vant. (flere emojis, champagneflasker, klappende hender, norske flagg, skåling i	56	664 Glede, positivitet, seier, feiring	
7	24.11.2021 "Kjære Bergensere... Dette var Bergens befolkning sin seier... Vårt bøl ble hørt!!! Men	76	624 Glede, positivitet, seier, feiring, misnøye med politikere, fellesskap, samhold, kampvilje	Publisert av administrator
8	24.11.2021 "Dette går veien. Per Jørgensen har bekreftet at han går for tunell... (hjerne-emoji)"	77	606 Positivitet, glede, motiverende, informativ	Publisert av administrator
9	23.11.2021 "(Blomster-emoji, tromme-emoji, tomme opp-emoji) Takk for flotte timer, takk til alle c	80	573 Positivitet, skryt, opplytende, kjærlig, fellesskap, håp	
10	24.11.2021 "Har vært noen lange timer. Men fy faen så deilig. Dette fortjener Bergen by"	57	553 Positivitet, glede, seier	
11	24.11.2021 "Da er det bekvemt å hente bilene i tunnel. Byggen er reddet. (forslag). Admin i	72	523 Positivitet, glede, seier, skryt, solidarisk, forsonende,	Publisert av administrator
12	23.11.2021 "Vi er i gang med rigging, bildet indikerer bybane over Byggen vår. Dette er faktisk på	72	502 Informativ, oppfordrende, deltakelse	Publisert av administrator
13	24.11.2021 "GRATULERER TIL ALLE EKTE BERGENSERE! I dag følger seieren VÅRE faner... (tre tomr	26	456 Glede, positivitet, seier, feiring,	
14	23.11.2021 (Bilde av Byggen under ikke definert arrangement, tog i gaten og feststemning)	17	435 Ingen egenprodusert tekst, kun bilde	Publisert av administrator. Duplikat av for
15	21.11.2021 "Bergensere! Skjerp dere... Det retoriske veien mange av kommentarene nå følger er c	42	417 Oppgitt, sinne, motstand mot meningsfellers oppfatte, formyndende, bestemt,	Publisert av administrator. Reaksjon på kc
16	23.11.2021 "Er så viktig imponert over hvor mye folk og slagere. Et flott fotokog med kraft i sine	21	398 Glede, positivitet	
17	21.11.2021 "Leste i BA i dag de sumule kommentarene fra SV Mikkel, så måtte jeg svare han på r	27	379 Sinne, frustrasjon, politikere som ikke hører på folket, svikere.	Forsøk på direkte kontakt med politiker. S
18	24.11.2021 "Fantastisk... Burde bli flaggdag i morgon (glorie-emojer, tre røde hjerte) (Skjembilde	95	359 Glede, positivitet, seier, feiring,	
19	22.11.2021 "Kjære Bergensere, møt opp!" (Lenke til nyhetssak i BA	26	355 Oppfordrer til deltakelse, positivitet, fellesskap	Publisert av administrator
20	24.11.2021 "Gratulerer folkens Vi vant første runde, nå må vi stå i det frem til 2023 og sikre fortsat	33	303 gratulasjoner, glede, positivitet, kampvilje, skryt	
21	23.11.2021 "Godt oppmøte tross enkle bergensere. Nå gjensir det barna at våre folk valgte gjør di	18	301 Positivitet, glede	
22	23.11.2021 "Malplussert (Lei seg emoji, gråtende emoji) (bilder av barna av bybanen i helligur på	47	215 Misnøye	
23	24.11.2021 "Merket jeg at Valhammer makter ikke å ta tapet med verdighet!"	52	200 Humor, syrlig,	
24	22.11.2021 "Se kilde BT på nett. Sikkerhet for gående, trillende, sykklende og andre myke trafikant	30	200 Følelsesladet, misnøye, usikkerhet	
25	24.11.2021 "Takk til alle som stemte for å redde Byggen!" (publisert med feirende tema, ballonge	1	184 Glede, positivitet, seier, feiring	
26	24.11.2021 "BA no FULL seier! Selv julaften blekner mot dette! Kunne ikke bli bedre... (tommel o	38	168 Glede, positivitet, seier, feiring	
27	23.11.2021 "BA no BA var selvsagt først ute med omtale! BT sover vel! (Tre gråter av latter-emoje	11	157 Humorstikk, syrlig, stikk mot mediene	
28	24.11.2021 "Jippii! (tommel opp emoji, feirende emoji, rødt hjerte, smil-emoji, skålende ølglass"	14	154 Glede, positivitet, seier, feiring	Publisert av administrator
29	22.11.2021 "Kan så mange som mulig dukke opp i morgen! Dette er saken vi alle sammen kjempe	17	151 Oppfordrer til deltakelse, fellesskap, folkevillje, følelsesladet	Publisert av administrator
30	23.11.2021 "Ni 17.38 "maket" omsider BT å legge ut et bilde! Vestlandets storavis - alltid bak på...	20	149 Humorstikk, syrlig, ironisk, stikk mot mediene	
31	24.11.2021 "Gratulerer så mye med dagen Godt jobbet alle sammen (smilende emoji, tomme opp	6	149 Glede, positivitet, seier, feiring	
32	22.11.2021 TIL ALLE +1300 medlemmene, ser dere denne bildet? Dette kan være oss, bergensere, r	21	145 Positiv, kampvilje, oppfordrende, inkluderende	
33	20.11.2021 Deilig av innlegg fra politiker i Rødt Sofie Marhaug, promoterer bybane i tunnel	16	144 Positivitet	
34	21.11.2021 "Nå er den ute og ikke bak betalingsmur... Svært oppvisende og vekskrevet. Nytt ismi	21	140 Positivitet, informativ	Publisert av administrator

Figur 2: Eksempel på gjennomført koding i excel

Dette ble gjort med alle de 237 innleggene, med separate Excel-ark for hver av de tre opprinnelige fasene. Det ble gjort for å undersøke hvorvidt engasjementet i gruppen endrer seg basert på den samfunnsmessige og politiske situasjonen. Det ble over tid mindre relevant å vurdere datamaterialet basert på disse opprinnelige fasene, men Excel-arket fungerte allikevel som utgangspunkt for analysen, ettersom innleggene kunne sorteres kronologisk.

Kapittel 4 – Etske utfordringer: Personvern og offentlighet

I følge Den nasjonale forskningsetiske komité for samfunnsvitenskap og humaniora (NESH), er forskningsetikk ved internettforskning den samme som på andre områder, og derfor oppheves ikke tradisjonelle forskningsetiske praksiser, selv om forskningsobjektet skiller seg fra tradisjonell forskning (NESH 2019). NESH poengterer videre at man som forsker må ta hensyn til *ytringens offentlighet*, og *innholdets sensitivitet*:

Ytringen kan være fremsatt privat eller offentlig, og innholdet kan være personlig eller generelt. Det er altså en glidende overgang fra særlig sensitiv informasjon fremsatt privat i lukkede nettfora til generell informasjon fremsatt på en offentlig arena rettet mot et bredt publikum. Den forskningsetiske gråsonen dreier seg ofte om sensitive opplysninger og ytringer fremsatt i åpne nettfora hvor det er uklart om det er snakk om en offentlig arena eller ikke (NESH 2019, 9-10).

Videre sier NESH (2019) at forskere selv har et ansvar for å vurdere hva som er rimelige kriterier for *forventet offentlighet*. I følge NESH relateres begrepet til forskning som ikke bryter med informanters forventninger om at informasjonen og kommunikasjonen er offentlig. I en vurdering av «Folkeaksjonen Nei til bil og bybane over Bryggen» er det også verdt å nevne det NESH skriver om *kontekstuell integritet*. Det er som forsker viktig å spørre seg selv om hvor tilgjengelig nettstedet er, hvor mange som har tilgang til nettsiden eller gruppen, og hvor mye gruppen er omtalt i tradisjonelle medier. Noen nettfora har også ulike adgangsbegrensninger, og i denne sammenheng er hovedregelen at jo strengere adgangsbegrensningen er, jo større aktsomhet må en forsker utvise. (NESH 2019). NESH poengterer videre at også slike faktorer vil være åpne for vurdering, blant annet fordi en privat Facebook-gruppe med mange tusen medlemmer må kunne anses som offentlig, og at jo større en gruppe er, jo mer offentlig kan informasjonen regnes for å være.

Når det gjelder forskningsetiske vurderinger i denne oppgaven, er det flere kriterier som er verdt å trekke frem. Først når det gjelder *ytringens offentlighet og innholdets sensitivitet*. Som NESH påpeker, er gråsonen slike tilfeller når sensitive ytringer og opplysninger blir fremsatt i åpne nettfora, hvor det er usikkert hvorvidt arenaen er offentlig eller ikke. «Folkeaksjonen Nei til bil og bybane over Bryggen» er en åpen og tilgjengelig Facebook-gruppe, og saksområdet som gruppen diskuterer er politisk og samfunnsrelatert. Ytringer og holdninger på begge sider i denne saken vil etter min vurdering ikke kunne anses som sensitive. Videre er det verdt å nevne hvordan denne Facebook-gruppen etter min vurdering er å oppfatte som en offentlig arena. For det første er som nevnt Facebook-gruppen åpen, og det er mulig for både medlemmer og ikke-medlemmer å publisere innhold. Dette tilsier implisitt at gruppen er en arena for både forkjempere og motstandere av gruppens interesser. Videre er Facebook-gruppen svært stor når det gjelder medlemstall. Med nesten 16 000 medlemmer vil det å ytre seg ved å publisere innlegg eller kommentere andres innlegg, måtte forstås som en handling som tas i det offentlige rom.

Til sist er det også verdt å nevne at bybanesaken, og bevegelsen mot utbyggingen av bybanen langs Bryggen spesielt, får svært stor mediedekning. Gruppens administratorer er selv ofte omtalt og intervjuet i mediene i forbindelse med saken. I tillegg har flere av gruppens administratorer, og øvrige medlemmer av gruppen, etablert en politisk liste som stiller til valg i Bergen i 2023, og er i den sammenheng å anse som offentlige personer.

Kapittel 5 – Analyse

5.1: Analytisk fremgangsmåte

Som tidligere nevnt, har jeg identifisert tre tydelige retoriske situasjoner i tidsperioden jeg har brukt som utgangspunkt for oppgaven. Disse skiller seg som nevnt fra hverandre, ved å bære preg av ulike stemningsleier forbundet med de samfunnsmessige og politiske omstendighetene som fant sted.

Den første retoriske situasjonen fant sted før den kommende avstemningen i bystyret denne retoriske situasjonen varer fra 20. november til 24. november, og blir heretter kalt *oppbygning og forventninger*. Den andre retoriske situasjonen fant sted etter avstemningen var ferdig, og resultatet var klart, og varer fra 24. november til 2. desember. Ettersom avstemningen gikk i gruppens favør, blir denne situasjonen kalt *positivt politisk utfall*. Den tredje og siste retoriske situasjonen fant sted etter at det på nytt ble flertall for bybanen langs Bryggen. Dette skjedde etter at to bystyremedlemmer for Senterpartiet valgte å gå imot eget parti (Løland og Hafsaas 2021). Det nye flertallet var klart 2. desember, som også er siste dag i tidsperioden oppgaven tar utgangspunkt i. Denne siste retoriske situasjonen kalles heretter *negativt politisk utfall*.

Jeg vil videre i denne delen av oppgaven klargjøre hvilke kriterier og utgangspunkt som ligger til grunn for den retoriske analysen av innleggene.

Karlberg og Mral (1998), presenter i sin bok *Heder och påverkan* flere, tradisjonelle utgangspunkt for retorisk analyse som kan være av verdi. Disse er i større grad knyttet til oral talekunst, som kan påvirke deres relevans for oppgavens analysemateriale, som består av både tekst, bilder og andre elementer. Det er allikevel interessant å vurdere slike klassiske kriterier mot mer moderne former for kommunikasjon.

Hvordan teksten er organisert

For å vurdere hvordan teksten er organisert, kan en følge den klassiske retorikkens idealer for en disposisjon for å overtale. Disposisjonen kan brytes ned i fem deler, ifølge Karlberg og Mral (1998, 28-30): *Exordium* er innledningen hvor avsenderen skal gjøre mottakeren oppmerksom, velvillig og lærevillig. *Narratio* er bakgrunnen eller historien, som betyr hvordan avsender engasjerer sitt publikum i temaet. Etter å ha fremlagt bakgrunnen, skal avsender argumentere og legge frem sine hovedargumenter, *propositio* og *argumentatio*. Den siste delen kalles *conclusio*, som betyr et sammendrag og en avrunding. Dette bør inkludere en repetisjon av argumentene, og en siste anke til publikummet til å støtte det avsender legger frem (Karlberg og Mral 1998, 28-30). I en analyse som tar for seg innlegg publisert i sosiale medier, vil en slik fremgangsmåte være vanskelig å følge til punkt og prikke, noe som gjør seg gjeldende i neste del av oppgaven. Det er allikevel et godt utgangspunkt å ha i denne gjennomgangen.

Stil og språk

For å forklare tekstens *stil* og *språk*, viser Karlberg og Mral (1998, 45) til antikkens retorikklærere sine enkle idealer for hvordan en tekst skal se ut: den bør være språklig korrekt og forståelig, i tillegg til å være uttrykksfull og vakkert utsmykket. Med andre ord handler det om forholdet mellom innhold, form og effekt i en tekst. Det første er en lettere vurdering å gjøre, men å vurdere hva som kan forstås som vakkert og uttrykksfullt derimot kan være krevende (Karlberg og Mral 1998, 45).

Jeg velger i analysen av datamaterialet å kombinere disse ulike utgangspunktene for å vurdere retoriske ytringer. Den retoriske analysen vil være delt opp ut ifra de ulike retoriske situasjonene som har blitt definert, basert på Bitzers definisjon, og de tilhørende formene for respons. I analysen vil jeg også vurdere hvordan innleggene er organisert, hvilken type stil og språk innlegget kan sies å ha, på hvilken måte innleggene forsøker å overbevise på, eller med andre hvilken eller hvilke typer appeller som brukes. Jeg vil også se på hvordan avsender av innleggene konstituerer seg selv, sitt publikum og sine motstandere.

Analysen vil deles opp slik: Ytringene som ble publisert vil bli analysert ut ifra den retoriske situasjonen de befant seg i. Først vil jeg gjøre rede for den retoriske situasjonen, hva som er det *påtrengende problemet* som inviterer til kommunikasjon, hva som er *publikum*, og hva som er *de retoriske vilkårene*. Deretter vil jeg redegjøre for hvilke typer innlegg (altså hvilken

type respons) det er får høyest engasjement. Innleggene vil deretter, som nevnt bli analysert med utgangspunkt i deres retoriske kontekst, organisering, språk og stil, overtalingsmetode, og hvordan avsender konstituerer seg selv, sitt publikum og sine motstandere. Når dette er gjort for alle typer innlegg i den retoriske situasjonen, vil jeg gi en oversikt over funnene, før analysen går over til den neste retoriske situasjonen.

5.2: Retorisk situasjon 1 – Oppbygning og forventninger

Den første retoriske situasjonen i oppgavens tidsramme dukker opp før avstemningen i bystyret fant sted, mellom 20. november og formiddagen den 24. november.

I denne retoriske situasjonen er *det påtrengende problemet* (exigence) at det i løpet av kort tid vil bli avholdt et møte og en avstemning som tar for seg den overhengende retoriske situasjonen, nemlig hvorvidt bybanen skal legges langs Bryggen eller ikke. Gruppens medlemmer har ikke selv noen direkte innflytelse på denne avstemningen, men gruppens formål i forbindelse med dette påtrengende problemet vil være å vise gjennom engasjement og deltakelse at motstanden mot å legge bybanen langs Bryggen er stor.

Det retoriske publikum (audience), er gruppens medlemmer, noe som alltid vil være tilfellet i denne gruppen, ettersom kommunikasjonen foregår internt i gruppen. Som tidligere nevnt er et retorisk publikum i følge Bitzer utelukkende dem som kan påvirkes og overtales til å tenke annerledes ved hjelp av retoriske ytringer, og som har mulighet og vilje til å skape forandringer i henhold til det påtrengende problemet (Kjeldsen 2006, 83-84). Publikum internt i denne gruppen kan forstås som et retorisk publikum som kan skape forandringer, ved at de kan aktiveres gjennom retorikk til å delta i aktiviteter og arbeid for saken utenfor gruppen.

De retoriske vilkårene (constraints) i denne retoriske situasjonen kan blant annet være publikum sine forventninger til resultatene, og den mulige usikkerheten som eksisterer i gruppen. En passende respons i dette tilfellet vil være å vise til positive hendelser som har funnet sted før avstemningen. Det er også tekniske vilkår som vil være gjennomgående i alle de retoriske situasjonene som finner sted i tidsperioden. Dette er hovedsakelig knyttet til de mulighetene og begrensningene som Facebook fører med seg. På den ene siden gir Facebook-gruppen mulighet til å spre budskapet til mange av meningsfellene, gjennom tekst, bilde og video. På den andre siden vil det være vanskelig for avsender å vurdere den eksterne samfunnsmessige effekten av kommunikasjonen.

I denne retoriske situasjonen viser analysen at det er to tydelige typer innlegg som skaper mest engasjement, og som derfor kan forstås som passende respons.

Den første typen innlegg kan forstås som *positive forventninger*. Disse innleggene er i størst grad knyttet til det fysiske arrangementet som ble arrangert på Bryggen før avstemningen.

Disse innleggene viser et ønske om, og eksempler på gruppens engasjement. De viser også tydelig et fokus på fellesskapet, og på gruppens kampvilje for saken.

Den andre typen innlegg er innlegg som responderer på *reaksjoner på gruppens motstandere*.

I begge disse typene innlegg, er det også tydelig at rollen til administratorene er et fremtredende element.

Positive forventninger

Den første typen innlegg som skapte høyt engasjement er *positive forventninger*. Innleggene som kan kategoriseres som dette kjennetegnes ved at de har et håpefullt syn på den kommende avstemningen i bystyret. Disse positive forventningene blir i stor grad forsterket av konteksten innleggene er knyttet til, og tidspunktet innleggene ble publisert. Konteksten for innleggene var arrangementet som ble avholdt på Bryggen. Innleggene som skapte mest engasjement ble publisert rett i etterkant, og tar for seg det som skjedde på arrangementet.

Administrator 23. nov. 2021 · 🌐

Enormt engasjement blant de fremmøtte på vårt folke møte . Etter fakkeltog med slagere med avmarsj fra Torgalmennigen , ble det holdt kraftfulle taler og appeller på Bryggen vår til rungende applaus og jubel . Her var alle samlet for en eneste ting denne dagen , stoppe bybane planer over Bryggen vår . Vi takker de fremmøtte og det tverrpolitiske samstemte rungende nei til og få ødelagt verdens arven vår. Tilhengere av bybane over Bryggen var og invitert til og holde sine appeller og argumenter men glimret med sitt fravær . DENNE KAMPEN GIR VI ALDRI OPP



👍❤️ 1,2 k

94 kommentarer 71 delinger

🇳🇴🇳🇴🇳🇴 23. nov. 2021 · 🌐

🍷🍷👏 Takk for flotte timer, takk til alle dere som har gjort denne Bryggen skal reddes , folkemøte 23 november, mulig..... så får vi se hva morgendagen bringer ❤️ TAKK 🍷❤️



👍❤️ 573

80 kommentarer 15 delinger

Eksempel 1 og 2: Positive forventninger

I innleggene over kan en se dette tydelig. Innleggenes *organisering* starter på en lik måte, ved at avsenderne innleder sine innlegg med å takke de av gruppens medlemmer som deltok. I det første eksempelet går avsender videre til å beskrive bakgrunnen, hvor publikum får et inntrykk av hva som fant sted før innlegget ble publisert. Avsender beskriver hvordan det ble avholdt taler, og hvordan responsen blant de fremmøtte var. Deretter kommer avsender frem til sitt hovedargument, *propositio*, at samtlige av de fremmøtte var til stede for én felles sak, å stoppe planene om et bybanespor langs Bryggen. Deretter argumenterer avsender for at gruppens motstandere, til tross for å bli invitert valgte å ikke legge frem sine argumenter. Til sist i innlegget skriver avsender i store bokstaver at de aldri kommer til å gi opp kampen. I eksempel 2 innledes også innlegget med en takk rettet mot deltakerne på arrangementet, i tillegg til en takk til arrangørene. Avsender avslutter innlegget med å se fremover mot den kommende avstemningen, før vedkommende gjentar takken til deltakere og arrangører.

Når det gjelder *språk og stil*, kan begge innleggene tolkes som positive og samlende.

Avsender i innlegg 1 uttrykker glede over deltakelsen blant de fremmøtte, og beskriver engasjementet som «enormt», beskriver talene og appellene som «kraftfulle», og beskriver responsen som «rungende jubel». språket enkelt og konkret, og holder i stor grad seg til den samme stilen gjennom hele innlegget. Bildet som er tilknyttet innlegget viser deltakere på

arrangementet. Her er det tydelig at været på dagen var dårlig, men at oppmøtet var godt til tross for dette. Dette kan også bidra til å skape engasjement ved å vise at gruppens medlemmer ikke lar seg stoppe av slike hindringer.

Den siste setningen i innlegg 1 er skrevet i store bokstaver, og kan forstås som et rop, og noe som mottaker skal bemerke seg i større grad enn resten av innlegget. Denne setningen kan forstås som et forsøk på å vise kampvilje, og bruken av ordet «vi» som forsøk på å vektlegge fellesskapet, og at dette er en kamp som gruppens medlemmer kjemper sammen.

I innlegg 2 bruker også avsender andre språklige elementer som bidrar til å forsterke den positive stilen i innlegget. Avsender benytter seg av flere positive emoji'er som røde hjerter og blomster. Innlegg 1 og 2 har til felles at de begge forsterker det positive budskapet med bruk av bilder. Bildene viser det som ser ut som en stor folkemengde som er samlet til tross for dårlig vær, med Bryggen i bakgrunnen som er opplyst av lyslenker.

Innleggenes *overtalingsmetode* kan tolkes som følelsesappeller, eller pathos. Begge innleggene gjør dette med samme tilnærming, nemlig ved å appellere til fellesskapsfølelsen som eksisterer i gruppen. Dette kan videre bidra til å forsøke å styrke fellesskapet internt i gruppen ved å vise til fellesskapet som viste seg på den fysiske demonstrasjonen.

På noen måter er det likhetstrekk ved hvordan avsenderne i innlegg 1 og 2 *konstituerer seg selv og sitt publikum*. Avsenderne konstituerer seg selv og publikum som et fellesskap, som er takknemlige for innsatsen som har blitt lagt ned for å få gjennomført arrangementet. I eksempel 1 er avsender også opptatt av å beskrive de fremmøtte som en tverrpolitisk gruppe som er enige i bybanesaken, som kan forstås som et forsøk på å konstituere gruppen i sin helhet som en upolitisk bevegelse. I tillegg blir publikum både eksplisitt og implisitt konstituert som svært engasjerte i saken, blant annet gjennom avsender i eksempel 1 sine beskrivelser av oppmøtet, talene og appellene og den tilhørende responsen. Avsender i eksempel 1 er mer tydelig på hvordan vedkommende *konstituerer sine motstandere*, enn det avsender i eksempel 2 er. I eksempel to forklarer som nevnt avsender at tilhengere av bybanen langs Bryggen var invitert til å legge frem sine argumenter foran de fremmøtte, men at ingen ønsket å stille opp. På denne måten konstituerer avsender sine motstandere som feige i møte med motstand, i tillegg til å ikke inneha gode nok argumenter til å vinne over de fremmøtte som ikke ønsker bybanen langs Bryggen.



Eksempel 3: Positive forventninger

Innlegget er publisert dagen før avstemningen. Innlegget er i stor grad uten noen større kontekst enn dette. Bildet som en av gruppens administratorer har publisert, viser Bryggen ovenfra, på en udefinert/forklart festdag, hvor det går tog på det som i dag er bilvei, og som potensielt vil være det nye bybanespolet. Det kan være flere grunner til at dette innlegget skaper engasjement. Bildet viser Bryggen slik medlemmene ønsker å se den, uten noen form for trafikk, og med et yrende folkeliv. I tillegg vil tidspunktet innlegget ble publisert på, bidra til at flere er inne i gruppen, ettersom det er tett på den politiske avstemningen. Innlegget er også som nevnt publisert av en av gruppens administratorer, noe som kan bidra til at flere engasjerer seg.

Innlegget er publisert dagen før avstemningen. Målet med innlegget er å vise hvordan Bryggen skal og bør se ut. Avsender argumenterer for at dette er den positive siden av Bryggens rolle i Bergen, mens man kan tolke at vedkommende implisitt argumenterer for at dette ikke vil kunne være tilfellet dersom bybanen legges langs det foreslåtte sporet ved Bryggen.

Innlegget spiller i stor grad på publikums følelser, og har ingen logiske argumenter som grunnlag i forsøket på å overtale og overbevise sitt publikum.

Det er ingen tydelig måte avsender konstituerer seg selv, sitt publikum og sine motstandere. Bildet i innlegget kan tolkes som at gruppens medlemmer, som inkluderer avsenderen og vedkommende sitt tenkte eller forestilte publikum er Bryggens forkjempere og at gruppens mål vil være å gjøre slike festdager mulig. På den andre siden vil gruppens motstandere kunne forstås som motstandere av slike dager, og at en bybane langs Bryggen, som motstanderne ønsker, vil gjøre slike festdager umulige.



Eksempel 4: Positive forventinger

Innlegget ble publisert på dagen for avstemningen, men før resultatet var klart. I innlegget forklarer avsender, som er en av gruppens administratorer, at en av politikerne i bystyret har bekreftet at han kommer til å stemme for forslaget om å legge bybanen i tunnel. Om denne bekreftelsen ble gitt til avsender personlig eller gjennom andre kanaler blir ikke tydeliggjort i innlegget.

Innlegget er svært kort, men har allikevel en tydelig *organisering*. Avsender introduserer innlegget med å fortelle til sitt publikum at det tilsynelatende virker lovende for en tunnelløsning. Deretter skriver avsender hvorfor dette er tilfelle. Avslutningsvis bruker avsender en hjerte-emoji, noe som uttrykker glede over situasjonen.

Innlegget har et positivt *språk*. Som nevnt benytter avsender seg av en hjerte-emoji i slutten av innlegget, som bidrar til å forsterke optimismen og gleden som ligger bak dette korte innlegget. Avsender poengterer at selv om avstemningen ikke er over, så ser det lovende ut for at resultatet faller i gruppens favør.

Avsender forsøker i dette innlegget å skape engasjement både gjennom logosappeller, etosappeller og patosappeller. Avsender appellerer til logos ved å vise til informasjon om den pågående valgprosessen, informasjon som ikke nødvendigvis vil være tilgjengelig for alle gruppens medlemmer. Dette er faktabasert informasjon som styrker avsenders argument. Det viser i tillegg at avsender i stor grad følger med på prosessen, og ønsker å spre informasjon i gruppen for å holde medlemmene oppdatert.

I tillegg er innleggets første setning og hjerte-emojien i slutten av innlegget med på å også overtale gjennom følelser. Avsender forsøker å skape glede ved å si at avstemningen går den rette veien, og hjertet poengterer gleden over situasjonen.

Avsender konstituerer seg selv som en informasjonsspreder som er raskt ute med å innhente løpende informasjon. Ved å skrive at «dette går veien», antyder avsender at publikum deler gleden over situasjonen, og med det konstitueres publikum som en del av et fellesskap sammen med avsender. Avsenders motstandere blir ikke adressert eksplisitt i dette innlegget, men ettersom det ifølge avsender «går veien» for gruppens medlemmer, kan man derfor anta at avsender ser på sine motstandere som den tapende parten i bybanesaken på det tidspunktet.

Reaksjoner på gruppens motstandere

De neste innleggene som responderer på denne retoriske situasjonen, kan forstås som *Reaksjoner på gruppens motstandere*. I disse innleggene er avsenderne mindre opptatt av å fremme sin egen sak, og fokuserer heller på det de oppfatter som svakheter ved motstanderne sine argumenter og meninger. Eksemplene under viser dette på forskjellige måter, men basert på de samfunnsmessige omstendighetene, kan en tolke innleggene som reaksjoner på politikere som ytrer seg i fordel for en bybane langs Bryggen.

20. nov. 2021 · 🌐

Hva feiler denne mannen, SVs leder M Grüner, sitat BA:
«Med dette utfallet mener SVs gruppeleder at Rødt aldri igjen kan få kalle seg et klima- eller miljøparti.
– De har effektivt gått i skjebnefellesskap med de mørkeste kreftene på bergenspolitikens høyreside». Såvidt jeg har forstått har vel Rødt nå bidradd til å kunne redde Bryggen. Kunne, for det blir hardkjør videre nå.



AA ba.no

BA
BERGENSAVISEN

MENY

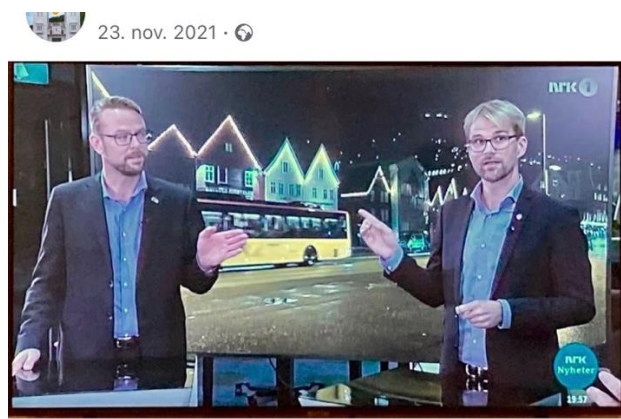
NYHETER

Går i full krig mot Rødt: - De hadde en historisk mulighet, men drepte den i stedet



👍👎🗨️ 100 73 kommentarer 2 delinger

23. nov. 2021 · 🌐



👍 59 87 kommentarer

Eksempel 5 og 6: Reaksjoner på gruppens motstandere

Mens eksempel 6 er publisert dagen før avstemningen, slik eksempel 1 og 2 var, er eksempel 5 publisert flere dager tidligere, på den første dagen i tidsperioden. Dette er det eneste innlegget som er blant de ti mest engasjerende i den første retoriske situasjonen som ikke er publisert enten dagen før avstemningen eller på dagen for avstemningen. Dette innlegget er også det eneste i denne situasjonen som har en eksplisitt negativ tone. Innlegget tar for seg en

nyhetssak i BA, hvor bystyremedlem Mikkel Grüner fra SV reagerer på at partiet rødt valgte å si ja til løsningen om bybanen i tunnel. Avsenders selvskrevne tekst i innlegget er direkte rettet mot Grüner og hans ytringer. Eksempel 6 inneholder kun et bilde, uten noen form for egenprodusert tekst. Avsender har i innlegget sitt tatt bilde av en TV-sending på NRK, hvor Arbeiderpartiets byrådsleder Roger Valhammer og tidligere bystyremedlem for Høyre, Harald Victor Hove, i debatt på Vestlandsrevyen om bybanesaken. Innlegget er uten tekst, og gir ingen forklaring på hva som blir sagt i debatten. Det er derfor naturlig å anta at den store responsen i form av kommentarer i kommentarfeltet, er et resultat av gruppens medlemmer sitt eksisterende forhold til disse politikernes ståsted i bybanesaken.

Ved en gjennomgang av innslaget i Vestlandsrevyen (2021), blir det klart at debatten kommer som en respons på arrangementet som fant sted på Bryggen den 23. november. Hove (H) legger i innslaget frem sine tanker om og ønsker for en tunnelloøsning, mens Valhammer (AP) argumenterer for løsningen langs Bryggen.

I eksempel 5 starter innlegget med et retorisk spørsmål, hvor avsender spør sitt publikum hva det er som «feiler denne mannen, SVs leder M. Grüner». Deretter legger avsender frem bakgrunnen for sitt innlegg, i form av et sitat fra nyhetssaken, hvor Grüner er sitert på å si at Rødt, ved å holde fast på tunnelalternativet har «gått i skjebnefellesskap med de mørkeste kreftene på bergenspolitikens høyreside». Avsenders hovedargument legges frem som et forsvar av Rødt sitt valg. Innlegget avsluttes med en advarsel om at kampen videre kommer til å bli tøff.

Språket og stilen i eksempel 5 kan forstås som aggressivt, alvorlig og til en viss grad informativt. Det er spesielt innleggets innledning som eksemplifiserer den aggressive stilen i innlegget. Ved å spørre sitt publikum om hva som feiler politikeren, antyder avsender at noe må være galt med mennesker som innehar et motstridende syn på bybanesaken. Språket blir alvorlig i innleggets siste setning, gjennom advarselen som avsender presenterer. På dette tidspunktet var det enda ikke sikkert hvilken vei avstemningen ville gå, og avsender mener at det til tross for Rødt sin posisjon fremdeles er fare for at Bryggen enda ikke er «reddet». Innlegget har også en informativ stil, ved at avsender siterer en nyhetssak som befinner seg bak betalingsmur, og dermed gir gruppens medlemmer som ikke har tilgang til artikkelen informasjon om innholdet.

Eksempel 5 og 6 har til felles at de forsøker å skape engasjement ved å appellere til gruppens aversjon mot konkrete bergenspolitikere som ønsker bybanen langs Bryggen. Eksempel 5 gjør dette ved å bruke SVs Mikkel Grüners ord som et argument mot ham, ved å skape negative følelser. Eksempel 6 viser byrådsleder Roger Valhammer i debatt med Høyres Harald Victor Hove. Her appellerer avsender implisitt til gruppens negative følelser knyttet til Valhammer.

 Administrator 23. nov. 2021 · 🌐

Vi er igang med rigging , bildet indikerer bybane over Bryggen vår. Dette er faktisk på gatenivå , men den vil komme høyere pga hevet skinnegang. Lite vakkert kan man trygt si



  502

72 kommentarer 38 delinger

Eksempel 7 – Motstand mot motstandernes forslag.

Det siste innlegget som er blant de mest engasjerende i denne retoriske situasjonen er også knyttet til motstand mot det foreslåtte bybanesporet langs Bryggen. Dette innlegget er derimot mer fokusert på saken i seg selv, og ikke politikerne som står bak forslaget. I innlegget, som er publisert av en av gruppens administratorer, forteller avsender at arbeidet før det planlagte arrangementet er i gang. Avsender legger ved bilder av et banner som viser bybanens reelle størrelse og omfang foran Bryggen.

Innlegget er *organisert* ved at avsender gir sitt publikum et innblikk i arbeidet som pågår. Deretter legger avsender frem sitt argument, som hviler sterkt på bildene som er lagt ved, som er ment å illustrere hvordan det vil se ut med et bybanespor langs Bryggen. Innlegget avsluttes ved at avsender forteller sin personlige mening om hvordan dette ser ut. Innlegget har et nøkternt språk, som ikke bærer preg av særlige positive eller negative følelser. Det er allikevel et negativt uttrykk over innlegget, ettersom bildene bidrar til å illustrere en løsning som publikum er negative til. Innlegget har også en delvis informativ stil, ettersom bildene som nevnt viser et banner med det som tilsynelatende er bybanens korrekte dimensjoner.

Avsender forsøker derfor å overtale sitt publikum ved å appellere til logos gjennom bruken av bildene. Til tross for at et banner ikke nødvendigvis er en helt presis gjengivelse av virkeligheten, illustrerer det omtrentlig hvordan gruppens uønskede løsning vil bli seende ut. I tillegg har innlegget en oppfordrende stil, ved at avsender presiserer at arrangementet er nært forstående. Ved å forklare dette, og bruke bildene som et argument for hvorfor det er viktig å delta på arrangementet, kan det bidra til at flere velger å stille opp.

Avsender *konstituerer sine motstandere* i innlegget som forkjempere for det avsender ser på som objektivt sett en «lite pen» løsning. Med dette skaper avsender et tydelig skille mellom seg selv og gruppens medlemmer, og gruppens motstandere. Avsender konstituerer også seg selv til en viss grad som en leder og et særlig aktivt medlem av gruppen, ettersom vedkommende er delaktig i planlegging og gjennomføring av fysiske arrangementer.

Retorisk situasjon 1: Sammendrag

I gjennomgangen av den første retoriske situasjonen, kan en se at den typen passende respons som skapte mest engasjement i gruppen bar preg av positive holdninger, skryt og samhold. Innleggene som skaper engasjement gjennom positive overtalingsmetoder er på generell basis opptatt av å uttrykke takknemlighet for deltakelse, og en tydelig oppfordring om å fortsette kampen. Innleggene som appeller til negative følelser, er i større grad knyttet til enkeltpersoner som er uenige med gruppens medlemmer. Et gjennomgående element som virker å ha stor betydning i denne retoriske situasjonen, er bruken av bilder. Dette gjelder både i positive og negative innlegg. Det samme gjelder rollen til administratorene. I denne situasjonen skaper administratorene generelt høyt engasjement i sine innlegg. Det er tydelig at

den retoriske situasjonen er mest moden dagen før avstemningen, rett etter arrangementet, og når avstemningen er ferdig og resultatet er klart, går denne retoriske situasjonen i oppløsning.

5.3: Retorisk situasjon 2 – Positivt politisk utfall

Etter avstemningen 24. november, som gikk i gruppens favør, oppstår det en ny retorisk situasjon. *Det påtrengende problemet* som oppstår er at det nå er et flertall for en bybaneløsning i tunnel, men at Bergen er uten et byråd, noe som gjør at det fremdeles råder en viss politisk usikkerhet til tross for at utfallet i avstemningen kan forstås som positivt for gruppen.

De retoriske vilkårene i denne situasjonen er tydelig i mindre grad preget av motstand og usikkerhet hos det forestilte publikummet og for de ulike avsenderne bak innleggene som publiseres.

Det retoriske publikummet i denne situasjonen er gruppens medlemmer som helhet, men flere av innleggene er også rettet mer direkte mot beslutningstakere, som avsendere enten antar eller tar for gitt at er medlemmer i gruppen.

De fysiske retoriske vilkårene er de samme som i den første retoriske situasjonen. De psykiske og kulturelle vilkårene har derimot forandret seg. Den umiddelbare responsen var som tidligere nevnt av en svært positiv karakter. Etter at stormen har lagt seg er det tydelig at det er større variasjon blant gruppens medlemmer på om utfallet har hatt ønsket effekt eller ikke. Der noen av innleggene fremdeles bærer preg av positivitet lengre ut i den retoriske situasjonen, viser andre misnøye med at det fremdeles er partier og politikere som ikke stiller seg bak bystyrets vedtak. Dermed er holdningene blant gruppens meninger mer preget av motstand og usikkerhet, som bidrar til mulige nye retoriske vilkår. Den andre retoriske situasjonen strekker seg over en lengre tidsperiode enn det den første gjorde. Det er dermed en større mengde innlegg, i tillegg til større variasjon i det som tilsynelatende blir oppfattet som passende respons i den retoriske situasjonen. Innlegg som i denne retoriske situasjonen fikk høyt engasjement kan deles i inn i disse typene respons:

1: *Gratulasjon og feiring*

2: *Advarsel og kampvilje*

3: *Misnøye med politiske partier og politikere*

4: Misnøye med media og medieprofiler

5: Politisk rekruttering og oppfordringer

6: Glede over den politiske situasjonen

7: Glede over mediadekning

Gratulasjoner og feiring

Responsen som kan forstås som gratulasjoner og feiringer, gjorde seg mest gjeldende rett etter at avstemningsresultatet ble klart. Disse innleggene er i all hovedsak svært kortfattede, og det høye engasjementet kan forstås som et eksempel på *kairos*.



664

56 kommentarer 10 delinger



688

53 kommentarer 10 delinger



Eksempel 8, 9 og 10: gratulasjoner og feiring

I alle tre innleggene er det lite å påpeke når det gjelder hvordan innlegget er organisert, ettersom det kun er én setning i hver av dem. Det er allikevel verdt å nevne at to av de tre innleggene bruker en stor mengde emoji'er, og at innlegget som engasjerte mest av disse skrev hele sitt innlegg i store bokstaver. *Språket og stilen* i alle disse tre innleggene er udelt positivt, noe som også forsterkes ved bruk av andre språklige virkemidler som emoji'er i tillegg.

Overtalingsmetoden i alle de tre innleggene virker å være å se på den politiske beslutningen som en seier for gruppen, og å antyde at dagen er som en helligdag å regne, og noe som bør feires blant medlemmene. Det er tydelig at disse innleggene ikke i noen særlig grad forsøker å overtale sitt publikum til å mene noe, men heller å feire en beslutning som har blitt tatt. Eksempel 8 kan, til tross for mangelen på argumenter eksplisitt i teksten, forstås som en måte å overtale publikummet på gjennom informasjonsspredning. Avsender i dette innlegget lenker til en nyhetssak i Bergens Tidende, som tar for seg resultatet av avstemningen. Avsenderne av innleggene konstituerer seg selv og sitt utvalgte publikum som det de er: en gruppe med et delt mål. Det er ikke noe i innlegget som antyder at avsender forsøker å inneha en større rolle enn dette. Ellers er det lite avsender gjør for å konstituere de potensielle andre mottakerne av innleggets budskap, og heller ikke noe om avsenders motstandere eksplisitt. Implisitt kan en derimot forstå budskapet, som nevnt, som en seier for gruppens medlemmer, noe som tilsier at gruppens motstandere er den tapende parten i bybanesaken.



Eksempel 11: gratulasjoner og feiringer

Dette innlegget inneholder også svært lite tekst, og er enkelt organisert. Innlegget starter med at avsender beskriver byrådets avgang som fantastisk, for så å fortelle, sannsynligvis med glimt i øyet at det burde være flaggdag for å feire utfallet. Om avsender her mener å feire byrådets avgang eller at avstemningen førte til et flertall for å legge bybanen i tunnel er ikke tydelig.

Innlegget har en positiv og uformell stil. Avsender benytter seg av ellipse etter første ord, noe som kan forstås som et forsøk på å antyde ettertanke, eller som et forsøk på å antyde en tenkt lengre pause. Avsender bruker også to smilende emoji'er med glorie, og tre røde hjerter, noe som enkelt kan forstås som et uttrykk for glede.

Avsender av innlegget forsøker å appellere til publikum sine positive følelser. Avsender betegner det politiske utfallet som en seier for seg selv og for gruppen, og ved å antyde at det burde bli flaggdag som resultat kan en forstå det slik at avsender ser på beslutningen som en svært stor begivenhet. Forslaget om flaggdag kan som nevnt sannsynligvis forstås som et forsøk på humor.

I dette innlegget *konstituerer avsender seg selv og sitt forventede publikum* som den seirende parten i bybanesaken. Avsender *konstituerer sine motstandere*, som i dette tilfellet er byrådet og spesifikt byrådsleder Roger Valhammer som den tapende parten. Ved å vitse om en flaggdag som et resultat av byrådslederens avgang, kan også forstås som en måte å gjøre narr av Valhammer.



Administrator 24. nov. 2021 · 🌐

Da er det bekreftet flertall for bybane i tunnel . Bryggen er reddet (foreløpig). Admin i gruppen her sitt arbeid har båret frukter . [redacted] har lagt ned ett enormt arbeid , samme har [redacted] , med møter med politikere og andre som kunne ha befatning med Bryggen saken, uten disse kunne dette gått galt , undertegnede har selv vært med på slike møter og vi har jobbet i kulissene så det holder .Takker [redacted] som på kort tid tryllet frem utstyr og logistikk til folkemøte , utrolig bra , takke til slagere og resten som satt i aksjons gruppen med oss , sykt bra jobbet Aksjons komiteen sin markering tirsdag 23 nov har båret frukter . Vi kan bare applaudere oss alle her i tillegg til alle som har støttet saken , nemlig og redde Bryggen . Byrådet trekker seg nå pga at de ikke fikk gjennomslag for trase' over Bryggen . Jeg må legge til at utenom denne saken vi så hardt brenner for , har jeg hatt ett meget godt forhold til folk i byrådet . De har bidratt og vært tilgjengelig i en tid med de alvorlige covid-19 problemene og gjort en stor og viktig jobb i en vanskelig tid . Men her i denne saken har vi ulikt syn , og det er lov .

I dag ble Bergenserne hørt , det viser hvor viktig det er og mobilisere i en så viktig sak for byen vår . Sitat : ingen kødder med Bryggen vår .TUSEN TAKK ALLE SAMMEN



👍❤️ 524

71 kommentarer 7 delinger

Eksempel 12: gratulasjoner og feiringer

Også dette innlegget ble publisert etter avstemningen som resulterte i en bybaneløsning i tunnel. Dette innlegget er også skrevet av en av gruppens administratorer. Innlegget tar for seg denne avgjørelsen, og feirer hendelsen som en seier for gruppens medlemmer.

Innlegget starter med at avsender presenterer sitt hovedargument, nemlig at avstemningen har gått i gruppens favør, og at Bryggen, ifølge avsender, er «reddet». I neste del fokuserer avsender på rollen til gruppens administratorer og andre bidragsytere, som ifølge avsender har vært viktige nøkkelspillere i saken. Videre takker avsender andre som har bidratt til

folkemøtet som ble arrangert dagen før avstemningen. Avslutningsvis i denne delen av innlegget takker avsender andre støttespillere til saken som er medlemmer i gruppen. Den neste delen av innlegget er rettet mot gruppens motstandere, hvor avsender trekker frem at vedkommende har et godt forhold til medlemmene i byrådet som på dette tidspunkt har valgt å gå av. Avslutningsvis trekker avsender frem at «bergenserne» nå har blitt hørt, og poengterer hvor viktig det er å mobilisere i slike situasjoner. Til sist takker avsender igjen til sitt publikum.

Avsenders *språk og stil* i innlegget er positivt, oppløftende og skrytende. Avsender bruker ingen emoji'er eller smilefjes, og heller ingen andre tekstlige elementer som bidrar til å skape et inntrykk av hvilke følelser som ligger bak innlegget, slik som avsenderne i de andre innleggene i analysen så langt gjorde.

Avsender i innlegget appellerer i stor grad til publikums følelser knyttet til fellesskapet i gruppen, men viser også til arbeidet som de mer prominente medlemmene i gruppen, altså administratorene, har gjort. Avsender forsøker i stor grad å bevise for sitt publikum at gruppens de facto ledere jobber hardt på gruppens vegne, og dermed fortjener gruppens skryt og anerkjennelse for dette. I tillegg forsøker avsender å overtale ved et mer forsonende og positivt syn på gruppens motstandere, noe som kan forstås som et forsøk på å overtale publikum til å se på avsender som fornuftig og reflektert med respekt for andres politiske ståsted og meninger.

I innlegget er det som nevnt et større fokus på administratorenes rolle i saken. Ettersom avsenderen av innlegget selv er en av disse administratorene, kan en tolke at omtalen av gruppens andre administratorer også kan omhandle avsender selv. Gruppens administratorer blir fremstilt på svært positivt vis. Avsender sier at arbeidet de har gjort har båret frukter, og at det er gjort en «enorm innsats». Videre presiserer avsender at utfallet ikke kunne blitt som det ble uten administratorenes arbeid. I tillegg skriver vedkommende at mye arbeid også er gjort «i kulissene». Med andre ord prøver avsender å fortelle at gruppens administratorer jobber mer for gruppens formål enn det som er synlig for gruppens medlemmer. I den forstand konstituerer avsender seg selv og resten av administratorene som innflytelsesrike og dyktige personer i den pågående debatten. Avsender *konstituerer sitt publikum* på den samme måten som de tidligere innleggene. Til tross for at gruppens administratorer fremstilles som viktigere individer i bybanesaken, takker også avsender for innsatsen til alle som ikke

ønsker å legge bybanen langs Bryggen. Med dette vektlegger altså avsender at også vedkommende sitt forventede publikum spiller en viktig rolle i saken. Avsenders motstandere blir i dette innlegget ikke fremstilt på noen negativ måte. Tvert imot påpeker avsender, som nevnt at vedkommende har et godt forhold til medlemmene av byrådet. Videre skriver avsender at byrådet har gjort en god jobb i forbindelse med andre saker som var av stor betydning på dette tidspunktet, og at de har gjort «en stor og viktig jobb i en vanskelig tid». Videre presiserer avsender at gruppens medlemmer og byrådet har forskjellig syn når det gjelder bybanesaken, men at det er lov. Motstanderne blir altså i dette innlegget fremstilt på en svært positiv måte ved at avsender knytter seg til dem både personlig, men også roser og anerkjenner arbeidet de har gjort. I tillegg velger avsender å ikke avskrive motstandernes argumenter om at bybanen bør gå langs Bryggen, men velger heller å si at det er lov å ha ulike meninger.



Eksempel 13: Gratulasjoner og feiring

Dette innlegget er kort, og kun delt opp i tre korte setninger. Den første setningen viser til det som kan forstås som et spennende og usikkert oppløp til avstemningen. Etter dette kommer avsenders hovedargument, som er at resultatet fra avstemningen er positivt og at vedkommende er lettet. I siste setning forteller avsender hvordan

Språket og stilen i innlegget er svært positivt. Språket er også uformelt, spesielt ved at avsender bruker banneord for å presisere sin lettelse over resultatet. Foruten dette er språket nøkternt og enkelt. Avsender benytter seg ikke av noen tegn eller emojier til å forsterke budskapet i innlegget. Avsender appellerer følelser. Avsender anerkjenner at prosessen har vært krevende for gruppens medlemmer, men at resultatet var udelt positivt. Videre argumenterer avsender for at resultatet i avstemningen ikke bare er en seier for gruppens medlemmer, men også en seier for Bergen. Formålet med dette argumentet vil være at de som kjemper mot at bybanen legges langs Bryggen er å forstå som mennesker som ønsker det beste for Bergen. *Avsender konstituerer seg selv og sitt forventede publikum*, altså gruppens

medlemmer, som den seirende parten i en konflikt som tilsynelatende på dette tidspunktet er over. Videre skriver avsender som nevnt at avstemningsresultatet er en seier for Bergen, og konstituerer dermed sitt publikum som bergensere. I den forstand kan en tolke det dithen at avsender konstituerer sine motstandere som den tapende parten, og at en seier for Bergen er noe negativt for dem. Dette bidrar til å skape et bilde av forkjempere for bybane langs Bryggen som individer som ikke ønsker det beste for Bergen.

Advarsel og kampvilje

Innlegget under har også en positiv stil, men i tillegg til å gratulere gruppens medlemmer, velger avsender av dette innlegget å også fokusere på at denne avgjørelsen ikke betyr at kampen enda er over.



FLERTALL FOR BYBANEN I TUNNEL

Kjære Bergensere..
Dette var Bergens befolkning sin seier..
Vårt brøl ble hørt!!!

Men kampen er ikke over, hvis vi nå blir møtt med desperate handlinger fra partier i fritt fall, eller partier snur på grunn av sure partiledere med truende retorikk, vel da må vi revurdere vår posisjon ovenfor de..
Men, kjære venner!
Jeg har ingen tro på at Rødt skal la seg true, presse eller skremme!!
Jeg misliker sterkt, gjentar STERKT måten SV prøver å vinne igjennom sin politikk på tvers av folkeviljen!
Rødt har et vedtak på at de IKKE skal la seg presse, jeg stoler på at de forholder seg til det..

Ellers er nå media på, dette tar jeg med et smil.. 😊
Vi kjemper for det vi tror på, med alle midler..
Du, og jeg.. 🙌❤️😊

Bryggen-aksjonisten som veltet bvrådet: - Har

221 27 kommentarer 4 delinger

Eksempel 14: Gratulasjon og feiring

Dette innlegget er også publisert på kvelden etter avstemningen. I innlegget feirer avsender, som er en av gruppens administratorer, utfallet av avstemningen. Innlegget tar for seg resultatet av avstemningen, og påpeker hvordan «kampen» om bybanen enda ikke er over, og at gruppens medlemmer fremdeles må kjempe videre for saken.

Innlegget har en tydelig organisering av innholdet. Innlegget starter med å engasjere det antatte publikummet. Avsender skaper et fellesskap ved å introdusere innlegget som rettet mot bergensere i sin helhet, og å karakterisere resultatet av avstemningen som en seier for Bergens befolkning. «Bergensere» i dette tilfellet er allikevel bare bergensere som er enig med avsenders ståsted i bybanesaken, men ved å bruke begrepet om gruppens medlemmer, skaper avsender inntrykk av at bybane langs Bryggen er noe ingen bergensere ønsker seg. Videre skriver avsender at «vårt» brøl ble hørt, noe som igjen antyder at gruppens engasjement og innsats har vært avgjørende i prosessen, og at han og resten av gruppens samhold er et viktig element.

I det neste avsnittet retter avsender oppmerksomheten mot gruppens motstandere, og presenterer innleggets hovedargument, nemlig at avstemningens resultat ikke betyr slutten for konflikten. Avsender eksemplifiserer denne konflikten, ved å skape et sterkt skille mellom seg selv og de som ønsker bybanen langs Bryggen. Her poengteres det at det fremdeles vil komme motstand fra byens politiske partier og politikere, og at gruppen må være klar for å gå imot de som endrer ståsted i debatten. Deretter går avsender tilbake til å fokusere på håp, og viser til at vedkommende har tiltro til at partiet Rødt, som har vært blant de mer bastante politiske partiene som ikke ønsker bybane langs Bryggen, ikke kommer til å endre sitt ståsted. Her kritiserer han også partiet SV sin oppførsel i forbindelse med saken.

Innlegget avsluttes ved å igjen gå over til en positiv tone. Avsender poengterer at saken, og mer konkret gruppen og administratoren selv, får omtale i tradisjonelle medier. Dette er avsender svært positiv til. Avslutningsvis er igjen fokuset på samholdet og fellesskapet i gruppen. Avsender påpeker at gruppen kjemper med alle midler, og skriver til sist «du, og jeg», etterfulgt av et rødt hjerte.

Språk og stil



Innlegget har en tydelig positiv stil. Avsender benytter seg gjentatte ganger av andre språklige virkemidler som emoji'er, og et overdrevent bruk av utropstegn, gjerne flere på rad i avslutningen av setninger. Emojie som brukes er positivt ladet, og bidrar til å forsterke det positive budskapet innlegget har. Avsender forsøker i stor grad å overtale sitt publikum med å spille på gruppemedlemmenes følelse av rettferdighet og seier, spesielt ved å fokusere på at resultatet kommer fra gruppens engasjement. Avsender fokuserer også på at denne seieren ikke er slutten på kampen, og presiserer at gruppen fortsatt må være klar til å fortsette å kjempe for saken sin dersom det skulle være nødvendig. Det er også i dette innlegget et

element av logos. Avsender av innlegget henviser til politiske partier sine beslutninger i saken, og viser på den måten at vedkommende har inngående kunnskap i de politiske prosessene, og som avsender deler til sitt publikum. Det kan forstås som en form for informasjonsspredning.



Avsender er, som sagt, svært opptatt av gruppens samhold og fellesskap. I sine beskrivelser av seg selv, fokuserer vedkommende i stor grad på at han som gruppens administrator, er som alle andre i gruppen. Avsender hever seg ikke eksplisitt over gruppens øvrige medlemmer ved å argumentere ovenfra og ned. Avsender konstituerer sitt tiltenkte publikum på flere måter. For det første blir de fremstilt som seirende, og med en klar politisk påvirkningskraft. For det andre fremstiller vedkommende, som tidligere nevnt, gruppens medlemmer som bergensere. Dette antyder at de som ikke ønsker bybanen langs Bryggen er ekte bergensere, mens de som ønsker bybane langs Bryggen derimot ikke kjemper for Bergen og bergenseres beste. Det er også en tydelig konstituering av motstanderen i dette innlegget. Politiske partier som er uenige med gruppen blir karakterisert som desperate, og dets politikere blir beskrevet som truende. Dette bidrar til å skape et bilde av gruppens motstandere ikke bare som politisk uenige, men som upålitelige.

Misnøye med politiske partier og politikere

Denne typen innlegg som er publisert etter at avstemningen gikk gruppens vei, viser at det ikke kun er positive reaksjoner på utfallet av avstemningen. som forsterkes av det store engasjementet innleggene skaper. Innleggene omhandler i stor grad politikere og politiske partier som har endret ståsted i bybanesaken opp gjennom årene.

 25. nov. 2021 · 

Kjenner at raseriet koker i toppen!!
Nå er det makta som rår!
Hvordan er det mulig å være så lite demokratisk og sitte som byrådsleder for et parti som gikk til valg på at bybanen IKKE skulle over Bryggen, høstet stemmer fra byens befolkning og likevel inngår hestehandel med to småpartier for å beholde makten og taburetten sin? Så viser det seg at flertallet av byens befolkning er for tunnel, det er flertall i bystyret og likevel stiller byrådsleder kabinettsspørsmål og går av på en sak flertallet i folket ønsker? Er dette å føre en ansvarlig politikk og være seg sitt ansvar bevisst? Oppfører seg som en sutrete uansvarlig «snottunge» som griner når han ikke får viljen sin! Hvor er velviljen, samarbeidsviljen og evnen til å lytte, samt holde sine løfter til velgerne og byens befolkning? Det er uhørt å stikke fra sitt ansvar på denne måten, feigt spør dere meg! Trenger byen virkelig slike politikere som viser seg gang på gang ikke er til å stole på og tilliten verdig?
Hadde AP holdt valgloftet sitt hadde bybanesaken vært avgjort for lenge siden og ikke et «spøkelse» som kan trekkes frem som et politisk forhandlingskort for å få makt for egen vinnings skyld.
Det er AP som selv er skyld i situasjonen vi står i nå, så se å kom dere tilbake å ta ansvar for rotet dere har selv har forårsaker, ikke skyld på andre!
Lytt til folket, bevar sentrum og Bryggen!
Gi oss en folkeavstemning!!!!

  684

136 kommentarer 60 delinger

Eksempel 15: Misnøye med politiske partier og politikere

Innlegget er publisert 25. november, dagen etter at byrådsleder Roger Valhammer gikk av. I innlegget responderer avsender på denne avgjørelsen. Til tross for at byrådets avgang for mange av gruppens medlemmer ble oppfattet som en positiv hendelse, er avsenderen av dette innlegget åpenbart svært negativ til den avgåtte byrådslederen og det politiske systemet i Bergen.

Innlegget introduseres ved at avsender gjør rede for sine følelser i det hun skriver innlegget. Deretter går avsender videre på å presentere saksfeltet og bakgrunnen, som er byrådets avgang. I denne delen uttrykker avsender misnøye med byrådets håndtering av bybanesaken, i tillegg til å være kritisk til valget om å gå av på grunn av utfallet av avstemningen. Deretter stiller avsender et retorisk spørsmål til sitt publikum. Vedkommende spør om byen trenger

politikere som tar disse valgene. Avslutningsvis trekker avsender frem hovedargumentet sitt: at det er byrådet og Arbeiderpartiet som har skylden for situasjonen, før hun appellerer til publikum og til sine motstandere og å lytte til folket, og fremmer et ønske om en folkeavstemning.

Innlegget har et åpenbart aggressivt språk, i tillegg til å ha en noe uformell stil. Avsender benytter seg ikke av emoji for å få frem sitt humør eller sinnsstemning, men ved flere anledninger benytter vedkommende utropstegn, og ved noen tilfeller flere på rad. Dette kan bidra til å forsterke sinnet som avsender forsøker å uttrykke i innlegget.

I innlegget forsøker avsender å overtale sitt publikum gjennom å spille på deres følelser. Innlegget har en aggressiv og negativ tone, og prøver å skape engasjement og å overtale sitt publikum ved å appellere til det avsender forstår som en felles misnøye mot det politiske systemet. Avsender bruker ved flere tilfeller nedsettende beskrivelser når vedkommende beskriver Valhammer, blant annet blir han omtalt som «lite demokratisk» og en «sutrete uansvarlig snottunge». Avsender appellerer også til etos og logos, ved å vise til egen kunnskap på feltet, blant annet ved å vise til Arbeiderpartiets valgløfter

Avsender i innlegget konstituerer seg selv som en informert borger, og som en forkjemper for et mer rettferdig politisk system. Vedkommende konstituerer sitt publikum som en gruppe som må ta tak i det avsender oppfatter som urettferdighet og skittent politisk spill. Avsender antar at det forventede publikummet deler dette negative synet på Valhammer, og på sinnet vedkommende føler i forbindelse med hans avgang. Videre konstituerer avsender sin motstander, i dette tilfellet Roger Valhammer, som en udemokratisk politiker som ikke tar sitt ansvar på alvor.



25. nov. 2021 · 🌐

Det ser ut til at demokratiet skal lide nederlag når det gjelder bybanesaken 😞

Hvordan kan Venstre, som regner seg som et demokratisk parti, godta at bystyrets vedtak ikke skal gjennomføres? De som i tidligere valgkamp hadde slagordet «Du bestemmer»?

Rødt må stemme på et byråd fra Høyre, og få noen av sine saker vedtatt. Høyre må klare å styre som et mindretallsbyråd med vekslende støtte. Første sak blir bybanesaken 👍

👍 86

48 kommentarer

Eksempel 16: Misnøye med politiske partier og politikere

Avsender av innlegget reagerer på at Venstre ikke ønsker å godta vedtaket som ble vedtatt i bystyret. Videre forteller avsender at vedkommende håper Rødt vil stemme på et mindretallsbyråd fra Høyre, slik at vedtaket kan bli iverksatt.

Avsender skaper interesse ved å starte med å antyde at demokratiet lider nederlag i forbindelse med bybanesaken. Deretter presenteres det som har skjedd før innlegget ble publisert, at Venstre godtar at bystyrets vedtak ikke skal gjennomføres. Så kommer avsenders hovedargument, som er at Rødt må stemme på et Høyre-byråd for at bybanen i tunnel skal bli en realitet. Avslutningsvis skriver avsender at den første saken i så fall må bli bybanesaken. Språket i innlegget er innledningsvis preget av misnøye og usikkerhet, men avslutningsvis har avsender et oppfordrende og delvis positivt språk. Innlegget har også en politisk og informativ stil, ettersom avsender skriver om politiske beslutninger og mulige politiske løsninger til bybanesaken. Allikevel gjør bruken av emojiene innlegget relativt uformelt.

Avsender forsøker å overtale og skape engasjement både gjennom patos, i form av å antyde at demokratiet står i fare slik situasjonen var på skrivende tidspunkt, men også gjennom etos ved å vise til politisk kunnskap og forslag til løsninger.

Avsender konstituerer seg selv som et kunnskaps- og informasjonsrikt medlem av gruppen, men også som en som er bekymret for fremtiden og den politiske situasjonen. Avsenders motstander, som på generell basis er forkjempere for en bybane langs Bryggen, men mer

spesifikt i dette innlegget partiet Venstre, blir konstituert som udemokratiske ved at avsenders redsel for demokratiets nederlag er basert på Venstre sitt valg om å ikke støtte vedtaket.

 1. des. 2021 · 

Sente noe på messinger til Roger i dag morges. Han svarer ikke. Her er det jeg sendte.

Etter den siste ukes hendelse, må jeg si at min tillit til dagens politikere er sunket til et absolutt lavmål. Den største grunnen til det, er du Valhammer. Flertallet i bystyret har sagt nei til bybane over bryggen og det samstemmer med hva flertallet i Bergen også ønsker. Derfor skuffer du stort da du sier nei til å gjøre det flertallet sier. Du oppfører deg som en liten grineunge som ikke vil være med lengre, fordi du ikke får viljen din. I 2015 snudde AP fra ja til nei for tunell for å tilfredsstille V og KRF, slik at dere fikk flertall. Dere kan derfor snu tilbake til dette standpunktet dere hadde i 2015 og som dere gikk til valg på. Bryggen er hellig for oss bergensere og det burde du nå ha forstått. I et demokrati bøyer en seg for flertallet, men det ser det ikke ut for at dagens politikere bryr seg om. Politikerforakten bare vokser og vokser i dette landet. Jeg kommer ikke til å stemme med noen fremtidige valg, for politikerne er ikke til å stole på. Mitt forslag til deg er å løfte hode og akseptere nederlaget og sette i gang med utredningen av tunellforslaget. Det vil du og AP tjene på i lengden.

 271

27 kommentarer 12 delinger

Eksempel 17: Misnøye med politiske partier og politikere

Innlegget er publisert som en respons på byråd Roger Valhammers avgang i kjølvannet av avstemningen om bybanetrasé. I innlegget legger avsender ut en kopi av en melding som vedkommende sendte til Valhammer.

Innlegget introduseres ved at avsender forteller at teksten under har blitt sendt til Valhammer på Messenger, uten at dette ble besvart. I meldingen til Valhammer gjør avsender rede for sin motivasjon for å opprette kontakt. Avsenders hovedargument er at vedkommende har mistet tiltro til politikere, og at dette skyldes Valhammers handlinger. Deretter går avsender over til sitt hovedargument, som er at flertallet både i bystyret og i Bergen generelt er imot en bybaneløsning langs Bryggen. Deretter legger avsender frem sine hovedargumenter, som er at Arbeiderpartiet har snudd i saken før, og at de kan og bør snu igjen. Deretter går avsender tilbake til sin mistillit til politikere, som er innleggets gjennomgående poeng. Avslutningsvis

kommer avsender med en oppfordring til Valhammer om å innse nederlaget og høre på majoritetens ønsker.

Innlegget har en konfronterende og noe aggressiv stil. Avsenders innlegg er en indirekte henvendelse når det publiseres internt i gruppen, men er som nevnt også et forsøk på å oppnå direkte kontakt med byrådslederen. Avsender bruker også beskrivelser som kan forstås som fiendtlige og personlige. Valhammer blir beskrevet som en «grineunge», som valgte å gå av fordi han ikke fikk det slik han ville.

Avsender forsøker å skape engasjement gjennom å vise til egen innsats, og på den måten kan en forstå det slik at avsender forsøker å skape et bilde av seg selv som særlig engasjert og delaktig i den politiske situasjonen. Avsenders formål er å vise til gruppens medlemmer at vedkommende tar seg bryet ved å forsøke å få kontakt direkte, og legge frem budskapet sitt. Avsender forsøker også å overtale publikum gjennom logos, ved å vise til de politiske endringene og omstendighetene som førte til avstemningsresultatet.

Innlegget er også et eksempel på hvordan negativ respons kan forstås som passende respons i forbindelse med Valhammers avgang, selv om det utfallet i stor grad kunne forstås som positivt i gruppen, noe som også reflekteres i flere av de andre innleggene i denne perioden. Avsender konstituerer seg selv og sitt publikum som sterke motstandere av Valhammer og hans valg. Avsender uttrykker også stor mistillit til politikere generelt, noe som tydelig resonerer hos det tiltenkte publikum. Avsenders motstander blir konstituert som udemokratisk og negativ, og som en man ikke kan stole på.



30. nov. 2021 · 🌐

**Prøv å legg en Bybane
opp Karl Johan og sving
den forbi slottet.**

  308

36 kommentarer 11 delinger

Eksempel 18: Misnøye med politiske partier og politikere

Kontekst

I innlegget sammenlikner avsender det å legge en bybane langs Bryggen med å legge en bybane opp Karl Johans gate og forbi slottet. Teksten i innlegget er kun en setning, som er publisert med en farget bakgrunn og tykke bokstaver.



Innlegget kan forstås som humoristisk og syrlig. I tillegg er den billedlig ved at den får leseren til å forestille seg hvordan et bybanespor rundt slottet ville sett ut. Det er ellers ingen elementer som bidrar til å forsterke innleggets inntrykk av å være humoristisk, dette må derfor tolkes ut ifra den politiske konteksten.

Avsender forsøker å skape engasjement gjennom en humoristisk vinkling. Men ved å sammenlikne bybane langs Bryggen med en bybane foran slottet, skaper avsender et inntrykk av hvordan vedkommende, og gruppens medlemmer generelt ser på Bryggen som et symbol på byens historie. På denne måten kan avsender også skape engasjement gjennom å spille på gruppens følelser og tilknytning til Bryggen som et lokalt kulturelt stolthetssymbol.

Avsender konstituerer seg og gruppens medlemmer som stolte bergensere, som ser på Bryggen som en like viktig kulturell institusjon som slottet og Karl Johan er for Oslo.

Misnøye med medier og medieprofiler

Det er kun ett av innleggene i denne retoriske situasjonen som skaper høyt engasjement og tar opp dette temaet. Det er allikevel verdt å merke seg at dette innlegget både skaper høyt engasjement i form av kommentarer og reaksjoner. Dette er noe som ikke gjelder mange av innleggene i tidsperioden.

 26. nov. 2021 · 

Skal TV2 være nøytral? I dag fikk jeg hakeslepp når jeg fikk opplevd at en TV2 rapporter sto fram for nasjonen og prøvd å selge bybanen over Bryggen til hele Norge. Han presiserte at det som var godt nok for Oslo var også godt nok for Bergen. Denne mannen burde slutte som nyhetsrapporter og begynne som salgsmann. Han oppførte seg som en virkelig "kremmer", noen som hadde vært veldig ettertraktet i salgsbransjen. At han kunne stå fram som en rapporter for TV2 og fortelle hele nasjon at folk i Bergen har "dummet seg ut for hele verden" burde få konsekvens. Den form for "ensidig og partiskhet" burde TV2 fått et kraftig reprimande for. Reportasjen kan alle se på TV2 sin side på internett. Vi lever ikke i et samfunn med "fri press" og i Norge virker det slik at aviser og TV kanaler kan velge hvilken side de ønsker å fremheve som den beste og drive massiv reklame for deres synspunktet. Det er faktisk dette som skjer i Norge i dag. Gå inn på TV2 sin side og døm selv, jeg ble lamslått når den gikk over TV2 nyheter til hele nasjonen i dag.



  370

138 kommentarer

 Liker

 Kommenter

 Del

Eksempel 19: Misnøye med media og medieprofiler

Innlegget er publisert som respons på en nyhetssak som er publisert på TV2.no. Avsender lenker ikke til denne artikkelen, men ut ifra innleggets innhold kan en forstå det slik at journalisten som står bak artikkelen sammenlikner bybanesaken med trikken i Oslo, som i sin tid ble lagt på Rådhusplassen, på bekostning av bil- og busstrafikk.

Innlegget innledes ved at avsender stiller et spørsmål til sitt publikum, som omhandler medias uavhengighet. Deretter forklarer avsender bakgrunnen for dette spørsmålet, og for innlegget generelt. I denne delen forteller avsender om TV 2s dekning av bybanesaken, som vedkommende mener er partisk, og med et ubegrunnet negativt syn på dem som kjemper for at bybanen ikke skal legges langs Bryggen. Deretter forteller avsender at slik journalistikk bør få konsekvenser. Innlegget avsluttes med at avsender igjen forteller bakgrunnen for sin kraftige negative reaksjon.

Språklig sett er innlegget aggressivt og konfronterende. Det er også i stor grad personlig rettet mot denne journalisten, som avsender beskriver som «kremmer», «ensidig og partisk». Videre har innlegget et aggressivt språk rettet mot TV 2 generelt, og det avsender mener er reklame for en bybane langs Bryggen. Avsender sier også i innlegget at Norge ikke er et land med fri presse, noe som kan forstås som et noe konspiratorisk trekk.

Avsender prøver i stor grad å skape engasjement i gruppen ved å spille på følelser. Avsender er åpenbart sint og negativ til denne typen mediedekning, og forsøker å overbevise de andre medlemmene i gruppen sin til å tenke det samme. Avsender bruker flere ord som skal bidra til å forsterke inntrykket av vedkommende sin reaksjon på nyhetsaken. Avsender «fikk hakeslepp» og «ble lamslått» av det som ble vist på skjermen. Videre mener avsender at TV 2 fortjener en «kraftig reprimande» for dette.

Avsender konstituerer seg selv og sitt publikum som motstandere av det avsender mener er en partisk og ikke uavhengig presse. Det tiltenkte publikum blir også konstituert som bergensere, og at motstanderen, altså TV 2, forsøker å antyde at det som er godt nok for Oslo også er godt nok for Bergen. Igjen er det altså tanken om det å være bergenser som står sterkt for avsenderen av innlegget. Motstanderne blir også beskrevet mer generelt som den norske pressen, som avsender ikke har tiltro til.

Politisk rekruttering og politiske oppfordringer

Flere av innleggene i denne retoriske situasjonen tar også for seg ulike former for politiske oppfordringer. Et av disse er en bønn rettet mot byens politikere, to av dem er oppfordringer til gruppens medlemmer og byens politikere om å nå ta stilling til biltrafikken langs Bryggen, et er et forslag til en ny trafikkløsning i sentrum som ikke involverer hverken bil- eller baneløsning langs Bryggen, mens det siste innlegget er en form for politisk rekruttering til en ny politisk liste som på dette tidspunktet var i gang med å samle inn underskrifter for å stille til valg.

På begynnelsen av 1700-tallet kom en 16-år gammel ungutt som het Johan Heinrich Bollmann til Bergen fra Hoya utenfor Bremen i Tyskland. Han var en av mange unge hanseater som fikk et krypinn på en av stueene i Bergen for å være handelsgutt. Han etablerte seg i Bergen og familien kjøpte etter hvert en stue i Bredsgården. Han ble en av mine forfedre, og hans etterkommere fortsatte med handel og næringsliv i Bergen i flere generasjoner. Bryggen i Bergen har derfor alltid hatt en stor plass i vår familie.

Det er for meg en uhyrlig tanke at man i 2021 planlegger å lage barrikader, legge skinneganger og montere master, og la en bybane med lange togsett gå hvert 5-10 minutt langs denne vernede trehusbebyggelsen som rommer europeisk historie. Hvis man tar seg en tur i Oslo og ser hvordan trikken fungerer, vil man se et tydelig mønster: Der trikken går, fortrenses menneskene. Bare se på gatene, og se på Rådhusplassen, Områdene er folketomme, folk forflytter seg der fordi man må. I Bergen kan jo se hva som har skjedd med Nesttun der gågaten har blitt ødelagt og erstattet med trikkspor. En bybane langs Bryggen vil fortrenge mennesker inn mot husveggene og bli en barriere mot sjøen. Det vil stenge gående fra å bevege seg fritt fra bryggen og ut mot kaikanten og båtene. Det vil ødelegge det som var hele poenget med Bryggen.

Det har aldri blitt gjort seriøse forsøk på å finne en tunnellsøsning i Bergen, fagpersonene i kommunen har alltid foretrukket en løsning over Bryggen. Og fagfolk har kommet med mye rart før. Nå må politikerne høre på flertallet av bergenserne, bruke både hodet og hjertet - og ta ansvar. Vi klarer bedre i 2021!

Foto: Prosjekt Bryggen



505

57 kommentarer 33 delinger

Eksempel 20: Politisk rekruttering og politiske oppfordringer

Innlegget er publisert 28. november. I innlegget forteller avsenderen om sitt personlige forhold til Bergen og Bryggen, gjennom en historie om hennes hanseatiske aner. Videre forteller avsender om sitt syn på bybanesaken.

Innlegget er delt i tre avsnitt. Innlegget innledes med et tilbakeblikk på avsenders hanseatiske slekt og hvordan den etablerte seg innen handel og næringsliv, noe som fortsatte i generasjoner. Av den grunn skriver avsender at vedkommende har et sterkt og personlig

forhold til Bryggen. Videre i andre avsnitt, presenterer avsender sine hovedargumenter, at et bybanespor langs Bryggen vil fortrenge mennesker, og sammenlikner det potensielle utfallet på Bryggen med hvordan bybaneutviklingen, ifølge avsender, gågater har blitt erstattet med bybanespor. Avsender mener dette vil ødelegge det opprinnelige poenget med Bryggen. I det siste avsnittet tar avsender opp det vedkommende mener er løsningen, at politikere må høre på Bergens befolkning i stedet for fagfolk, og bruke både hodet og hjertet i sine vurderinger. Avsender benytter seg i første avsnitt av et tydelig personlig og billedlig språk. Avsender plasserer seg selv og sin slekt i hjertet av saken, og gir leseren et bilde av Bryggens rolle gjennom tidene. I det andre avsnittet er språket mer informativt, ved å vise til lignende situasjoner andre steder i byen og landet. I det siste avsnittet er språket mer oppfordrende, og rettet mer direkte mot byens politikere. Avsender anmoder politikerne til både å høre på befolkningen, som ifølge avsender ikke ønsker bybanen langs Bryggen, i tillegg til å bruke både hjertet og hjernen. Slike tilrop kalles for *apostofe* i retorikken. I en *apostrofe* vender en avsender seg vekk fra sitt publikum og henvender seg til personer som ikke nødvendigvis er tilstede (Kjeldsen 2006, 228). Avsender vender seg i dette tilfellet bort fra det reelle publikummet sitt, som er medlemmene i gruppen, og henvender seg direkte til politikerne.

Avsender etablerer etos gjennom å beskrive seg selv og sin familie som mennesker med en sterk og personlig tilknytning til Bryggen. Avsender presenterer også logos-argumenter, ved å presentere det vedkommende mener er observerbare faktum om hvilken betydning banebygging har hatt i Oslo og på Nesttun. Avsender viser ikke til konkret informasjon som bekrefter dette, men basert på publikums meninger, kan slike uttalelser i stor grad tolkes som faktabasert.

Avsender konstituerer seg som en bergenser med lange røtter i byen, som er svært opptatt av Bryggen og dens rolle i byen. Det tiltenkte publikum er gruppens medlemmer generelt, som deler avsenders syn på saken, men innlegget er også rettet mot beslutningstakere, som avsender enten antar er medlemmer i gruppen, eller som en indirekte henvendelse til politikerne, gjennom en *apostrofe*.



26. nov. 2021 · 🌐

Når partiene AP, SV, V, KrF og MDG nå er blitt kamporganisasjoner for å få Bybanen over Bryggen, så er ca. 25.000 velgere fra disse partiene uenige i det standpunktet. Noen av oss slår oss sammen med andre krefter for å lage en liste til valget, for dem som vil kjempe for at det ikke skal gå tungtransport over Bryggen. Vi skal selvsagt ikke konkurrere med Høyre, FNB, Rødt, SP, FrP som er på rett plass i denne saken, men gi et tilbud til folk som vil ta en pause fra å støtte partiene som vil ha bane over Bryggen. Vi har tre saker så langt. At vi stemmer for det vi lover velgerne, At vi setter politikk foran verv og at vi ikke vil ha tungtransport over Bryggen. Det kommer en bredde i kandidater og saker. Vi blir ikke en ensaks liste eller en enpersons liste. Frode Hellebø er forløpig sammen med meg kontaktpersoner nå når vi samler underskrifter for å stille listene



190

47 kommentarer 3 delinger

Eksempel 21: Politisk rekruttering og politiske oppfordringer

Innlegget er publisert som respons på den politiske uroen som fremdeles preget Bergen etter byrådets avgang. I innlegget forklarer avsender at den politiske situasjonen fører til at mange velgere nå er uenige med sine partier på grunn av deres ståsted i bybanedebatten, og at det derfor har blitt startet arbeid med å samle inn underskrifter for å etablere en politisk liste med mål om å stille til valg.

Avsender introduserer innlegget med for å fortelle hva vedkommende mener om partiene som fremdeles på dette tidspunktet ønsker å legge bybanen langs Bryggen. De stemples som kamporganisasjoner, som nå har et stort antall velgere som ikke lenger er enig med dem. Deretter skriver avsender sitt hovedargument, som er at det nå skal etableres en ny politisk liste som skal representere disse, ved å ha det å forhindre bybanen langs Bryggen som kjernesak. Deretter argumenterer avsender for at partilisten ikke skal konkurrere med partiene som står på deres side i saken, og legger frem de foreløpige valgløftene. I tillegg presiserer avsender at de ikke vil bli et parti som kun har bybanen i fokus. Avslutningsvis skriver avsender informasjon om hvem som er kontaktpersoner i perioden det skal samles inn underskrifter.

Innlegget har et oppfordrende og informativt språk. Det går ikke frem i teksten eksplisitt, men innlegget har tydelig som formål å sanke mulige stemmer til det tiltenkte politiske partiet som avsender er i gang med å skape. Etersom gruppen består tilnærmet utelukkende av mennesker som har sterke motforestillinger mot bybanen langs Bryggen, er sannsynligheten høy for at

flere, ved å få denne informasjonen, vil gi sin stemme til et slikt parti. Ellers har avsender et nøkternt og hverken aggressivt eller noen særlig grad positivt språk.

Avsender forsøker å overtale gjennom etos. Avsender posisjonerer seg selv som en som kan skape reelle forandringer, ved å etablere en ny politisk liste, sammen med det vedkommende kaller «andre krefter». Avsenders avledete etos kommer blant annet fra å skille seg fra de dominerende partiene, og love at den nye politiske listen vil stemme for det de lover velgerne, at de setter politikk foran verv, og at de ikke vil ønske tungtrafikk langs Bryggen.

Avsender konstituerer seg selv som en potensiell politisk aktør som kan bidra til å fremme gruppens interesser utenfor gruppens rammer, ved å gå i front for en ny politisk liste. Det tiltenkte publikum blir konstituert som potensielle velgere, som avsender ønsker å nå med sine konkrete politiske planer. Avsender konstituerer sine motstandere, som i dette tilfellet er de politiske partiene som er uenige i avsenders og gruppens ståsted, som kamporganisasjoner som utelukkende ønsker å få lagt et bybanespor langs Bryggen.

26. nov. 2021 · 🌐

OPPROP: GJØR BRYGGEN BILFRI FØR JUL!

Et historisk vedtak er gjort i Bergen bystyre. Bybanen til Åsane skal ikke gå foran Bryggen. Tilhengerne av en tunell-løsning har proklamert at deres plan er å redde Bryggen, ved å gjøre den fri for både bane og biler. Nå har de lyktes med den første, kontroversielle delen av planen. Dermed gjenstår bare den enkleste delen, den alle er enige om: Å fjerne bilene. For godt.

Neste bystyremøte er 15.12.

Kjære folkevalgte tunell-tilhengere, av alle slag, nå kan drømmen bli virkelig! Gi oss julegaven som varer evig.

Fatt det andre, avgjørende vedtaket:

Gjør Bryggen bilfri før jul!



👍🤔 152

80 kommentarer 1 deling

Eksempel 22: Politisk rekruttering og politiske oppfordringer

Innlegget er publisert som en respons på vedtaket i bystyret om å gjøre Bryggen banefri.

Avsender velger i innlegget å fokusere på den andre, viktige kampsaken for gruppen, som er å gjøre Bryggen fri for biltrafikk. Avsender mener at det mest krevende arbeidet er gjort, og at å få fjernet bilene blir den enkleste delen.

Innlegget introduseres ved å fange leserens oppmerksomhet med det som er avsenders hovedbudskap, å gjøre Bryggen bilfri før jul. Avsender ser deretter tilbake på hva som har skjedd tidligere, at det er blitt bestemt i bystyret at bybanen ikke skal gå langs Bryggen.

Deretter viser vedkommende til at tunnelforkjempere har gjort det klart at de også ønsker et

bilfritt Bryggen, og at dette er det eneste aspektet som nå gjenstår. Deretter kommer avsender til sitt hovedargument. Her henvender avsender seg til beslutningstakerne som er for en tunnelløsning, som avsender antar er en del av publikum, om å få fattet dette vedtaket, som beskrives som «julegaven som varer evig». Innlegget avsluttes med en gjentakelse av hovedbudskapet, og et bilde av bilkø foran Bryggen.

Innlegget har et oppfordrende og aktiverende språk. Avsender innleder innlegget med å kalle det for et opprop, og innlegget er direkte rettet mot beslutningstakere. Avsender bruker også et noe poetisk språk når vedkommende sier at «nå kan drømmen kan bli virkelig! Gi oss julegaven som varer evig.»

Avsender forsøker å skape engasjement ved å ta opp et av gruppens felles mål, som har fått mindre oppmerksomhet i gruppen. Bildet kan forstås som et logos-argument. Det viser tydelig at tett biltrafikk foran Bryggen forekommer, og at dette, i alle fall for gruppens del, er et sjenerende element.

Avsender konstituerer seg selv som en stemme for det neste, viktige steget, og i den forstand et informerende og aktiverende medlem i gruppen. Avsenders tiltenkte publikum er både gruppens medlemmer som helhet, men innlegget er også rettet mot tunneltilhengere som har evnen og muligheten til å direkte påvirke den politiske situasjonen, og få fattet vedtaket om et bilfritt Bryggen.



26. nov. 2021 · 🌐

Trafikkkfri Bryggen NÅ!

NEI til bybanen over Bryggen! ✓

NEI til biltrafikk over Bryggen!



👍 295

44 kommentarer 11 delinger

Eksempel 23: Politisk rekruttering og politiske oppfordringer

Bildet er publisert som en respons på avstemningen i byrådet. Avsender av innlegget viser at ønsket om banefri Bryggen er innfridd, men at det nå er viktig å bevege seg videre til spørsmålet om et bilfritt Bryggen.

Innlegget er organisert med tre korte setninger. Innledningsvis blir avsenders ønske presentert, at det er på tide at Bryggen blir bilfri. De to neste setningene er ført opp som en sjekklister, og viser til hva som har skjedd tidligere, nemlig beslutningen om å legge bybanen i tunnel, og hva avsender mener bør skje fremover, å skape et bilfritt Bryggen. Det førstnevnte står som huket av, mens sistnevnte ikke gjør det. Bildet som avsender har lagt i slutten av innlegget kan forstås som vedkommende sin conclusio, fordi det viser et prospekt for et både bil- og bybanefritt Bryggen.

Innlegget har en tydelig overtalende og oppfordrende stil. Avsender poengterer i store bokstaver at han krever denne løsningen nå, og sidestiller tematikken rundt biltrafikk med bybanesaken.

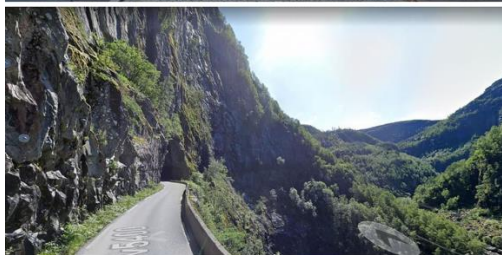
Avsender forsøker å skape engasjement hos sitt tiltenkte publikum ved å fortelle at det til tross for utviklingen i bybanesaken, fremdeles må kjempes for å oppnå det avsender mener er gruppens mål. Det er stort sett kun bybanesaken som blir diskutert av gruppens medlemmer i tidsperioden som oppgaven tar for seg, men avsenderen av innlegget ser tilsynelatende på biltrafikken som et like stort problem for Bryggen.

Avsender konstituerer seg selv og sitt tiltenkte publikum som en gruppe som fremdeles har et uløst problem som må tas tak i. I dette innlegget blir ikke avsenders motstander adressert hverken eksplisitt eller implisitt.

Vi kan fint stenge Bryggen for trafikk, så kan bussene som MÅ, kjøre Øvregaten, og resten Fløyfjellstunellen. Vi kan også legge om deler av bussavviklingen for å få dette til å fungere. Hvis bussene kan kjøre Bergsdalen så kan de også kjøre Øvregaten. Øvregaten kan fint være stengt for gjennomgangstrafikk, det finnes ingen som MÅ kjøre gjennom. Varelevering til Bryggen kan også kjøre ned fra Øvregaten. Og hvis semitrailere kan møte hverandre i Haukelitunellen, så kan

Fløyfjellstunellen fint åpne for trafikk i begge retninger i ett løp. Det er ingen problem å tilrettelegge for dette foran og etter Fløyfjellstunellen. Det bekrefter Statens Vegvesen.

Spørsmålet er: Er Bryggen verdt bryet?



👍👎 94

89 kommentarer 2 delinger

Eksempel 24: Politisk rekruttering og politiske oppfordringer

Innlegget er publisert før det ble et nytt flertall for bybanen langs Bryggen. I innlegget adresserer avsender ulike utfordringer forbundet med å gjøre Bryggen trafikkfri, som vedkommende mener er mulig å løse.

Organisering

Innlegget introduseres med at avsender poengterer at det ikke er noe problem å gjøre Bryggen trafikkfri, og forklarer så at trafikk som må kjøre i sentrumskjernen kan kjøre i gaten ovenfor Bryggen, mens den resterende trafikken kan gå gjennom Fløyfjellstunnelen. Deretter går innlegget over til å sammenlikne situasjonen i Bergen med andre trafikkområder i Norge, som ifølge avsender er mer utfordrende enn forslaget som legges frem i innlegget. Avsender avslutter sitt innlegg ved å stille et retorisk spørsmål til gruppens medlemmer: «Er Bryggen verdt bryet?». Avsender legger også ved to bilder, ett som viser Øvregaten hvor avsender foreslår at busstrafikken kan og bør gå, og ett bilde av en tunnel på Fylkesveg 5400 mellom Dale og Voss.


Innlegget har en informativ og opplysende stil. Avsender viser til andre trafikkrelaterte løsninger som sammenliknes med situasjonen i Bergen. Språket er ellers nøkternt og uten noen språklige elementer som forsterker hverken positive eller negative følelser. Den siste setningen, det retoriske spørsmålet kan derimot forstås som en antydning om at Bryggen, for noen, ikke er viktig nok til å vurdere slike løsninger.

Avsender forsøker å skape engasjement i gruppen ved å appellere til logos. I all hovedsak er hovedargumentene i innlegget knyttet til hvordan trafikk ellers i landet fungerer, og overfører denne logikken til situasjonen på Bryggen. Videre knytter avsender seg opp til Statens Vegvesen for å støttet opp under argumentet sitt. Det er allikevel ikke noen informasjon om hvor Statens Vegvesen har bekreftet det avsender skriver i innlegget sitt.

Avsender konstituerer seg selv som informert og løsningsorientert. Informasjonen som avsender formidler, antyder at vedkommende antar at dette er informasjon som er nyttig og viktig for sitt publikum. Motstanderne blir kun indirekte adressert gjennom spørsmålet som avslutter innlegget, hvor avsender antyder at Bryggen for mange ikke er verdt bryet.

Glede over mediedekning

Mange av innleggene i denne retoriske situasjonen knytter seg opp til innhold publisert i media, enten ved å lenke til nyhetssaker eller ved å ta skjermbilde av nyhetssaker eller overskrifter. Innleggene som analyseres under uttrykker glede over konkrete nyhetssaker, som enten eksplisitt omhandler saker eller personer som er enige i gruppens meninger i bybanesaken, eller saker som kritiserer gruppens motstandere.

 26. nov. 2021 · 

BA.no

Aslak Eriksrud i TV2 får gjennomgå i BA.

Velfortjent etter sleivkeften i går...😂

NYHETER

Får så ørene flagrer: - Spørs om jeg kan dra til Bergen igjen etter dette



Av [Birthe Steen Hansen](#) og [Julie Sætre](#)



  192

151 kommentarer 12 delinger

Eksempel 25: Glede over mediedekning

Innlegget er publisert som respons på TV 2s politiske kommentator sin tidligere nyhetssak hvor vedkommende sammenliknet situasjonen med bybanen langs Bryggen med trikken i Oslo som går over Rådhusplassen. I en nyere nyhetsartikkel, denne publisert i BA.no, reagerer den politiske kommentatoren på den negative responsen som kom i kjølvannet av nyhetssaken, og forteller at «det spørs om jeg kan dra til Bergen igjen etter dette».

Innlegget er fordelt i tre korte setninger, etterfulgt av et skjermbilde av nyhetssaken avsender referer til. Innledningsvis skriver avsender hvor artikkelen er publisert, deretter en kort beskrivelse av innholdet i artikkelen, og til slutt avsenders hovedargument som er at kritikken er rettmessig, ut ifra hva kommentatoren har sagt tidligere.

Innlegget har en humoristisk og positiv stil, og er et åpenbart stikk mot kommentatoren. Teksten i innlegget avsluttes også med et gråtende latterfjes, som forsterker inntrykket av at avsender gjør narr av kommentatoren, og er fornøyd med innholdet som kommer frem i artikkelen.

Dette innlegget forsøker også å skape engasjement og overtale publikum gjennom informasjonsdeling, ved å vise til eksterne kilder som tar for seg tema og hendelser som kan oppfattes som positive for gruppens medlemmer. I tillegg forsøker avsender å skape engasjement gjennom positivitet og humoristisk språk.

Avsender konstituerer seg selv som et informert medlem i gruppen som kan bidra til å spre informasjon fra andre nettsteder. Videre ser vedkommende på sitt publikum som mottakelige for denne typen informasjon. Avsenders motstander er den politiske kommentatoren i TV 2, som avsender eksplisitt og implisitt konstituerer som den tapende part i debatten, på grunn av press fra avsenders meningsfeller.

25. nov. 2021 · 🌐

BA.no

Denne er ikke så dum!

(Bare synd betalingmuren stenger)... 🤔

NYHETER BYBANEN ÅSANE

Folk i Åsane om Bybanen: - Har ikke så veldig bruk for den



Hverken Åse Kjærgård (t.v.) eller Bjørg Toftevåg føler de vil få så mye bruk for en bybane til Åsane. Hvis den skal bygges, er de også enige om at den skal gå i tunnel. Foto: Bendik Reed Årvik

Av Bendik Reed Årvik

Publisert: 25.11.21 14:44

Del

BA tok tempen på Åsane dagen etter skjebnemøtet i bystyret. De som vil ha Bybanen over Bryggen må ha vært et annet sted.

ANNONSE



Forside



For deg



Direktesport



eAvis

••• Meny

👍 194

63 kommentarer 8 delinger

Eksempel 26: Glede over mediedekning

Bildet er publisert som en respons på en nyhetssak som omhandler hvordan et utvalg mennesker i Åsane reagerer på forslaget om en bybane til bydelen. Artikkelen det lenkes til er bak betalingsmur, men avsender har lagt ved et skjermbilde som inkluderer overskrift, bilde, bildetekst og ingress. Her kommer det frem at de fleste som er spurt ikke ser et behov for bybanen. Det kommer også frem i bildeteksten at flere av de spurte mener at en eventuell bane bør legges i tunnel.

Innlegget er delt i tre setninger. Innledningsvis skriver avsender hvor artikkelen kommer fra. Deretter skriver avsender hva han mener om innholdet, og avslutter innlegget med å påpeke at det er problematisk at innholdet ligger bak betalingsmur. Hovedargumentet til avsender ligger i større grad i teksten som kommer frem i skjermbildet av artikkelen.

Avsender har et generelt positivt språk når vedkommende referer til innholdet i artikkelen, som fungerer som hovedargumentet for innlegget. Men det er også uttrykk for misnøye med at innhold som er positivt for avsender og publikum ikke kan leses av alle. Dette forsterkes av avsenders bruk av en emoji som kan forstås som irritert eller skeptisk. Videre kan valget av å legge ved et skjermbilde av nyhetssaken gi innlegget en informativ stil, ettersom avsender ønsker å formidle innholdet, eller i det minste forklare at innholdet er positivt nytt for gruppens medlemmer.

Avsender forsøker blant annet å skape engasjement og overbevise sitt publikum ved logos, ved å antyde at dette utvalget avisen har spurt, viser at beboerne i bydelen ikke ønsker bybanen.

Avsender konstituerer seg selv som informert, og som en formidler av informasjon og kunnskap som ikke er tilgjengelig for hele sitt publikum. Avsender antar at dette er informasjon som publikum har nytte av å lese, og at avsender og publikum deler det samme synet på saken. Motstandere blir ikke direkte konstituert i innlegget, men basert på avsenders meninger, og innholdet som kommer frem av skjermbildet, kan en anta at avsender ser på dem som ønsker bybanen langs Bryggen som sine motstandere, og at de ved å mene dette ikke tar hensyn til dem som blir berørt av en bybane til Åsane.

 Administrator 25. nov. 2021 · 🌐

Ja, da fikk vi grei omtale i landets største avis, VG.. 😊



vg.no

Meldte seg inn i Rødt – kan ha veltet byrådet i Bergen

  283

39 kommentarer 1 deling

Eksempel 27: Glede over mediedekning

Innlegget er publisert som respons på en nyhetsartikkel fra VG.no. Artikkelen omhandler avsenderen av innlegget, som er en av gruppens administratorer. Basert på overskriften i nyhetssaken kan en se at den tar for seg administratorens valg om å melde seg inn i Rødt for å kunne delta i bybanesaken.

Innlegget har kun én egenprodusert setning, og det er overskriften i nyhetssaken som i stor grad er ansvarlig for å presentere avsenders hovedargument. Lenken til nyhetssaken inkluderer også et bilde av administratoren.

Innlegget har en positiv stil, og kan forstås som en form for selvpromotering. Avsenders egenproduserte tekst antyder at vedkommende er stolt over effekten hans politiske valg tilsynelatende kan ha hatt, og uttrykker glede over at dette blir omtalt i landets største avis. Avsender forsøker i stor grad å skape engasjement i gruppen gjennom å dele nyheter som skaper positivitet. Videre kan innlegget også forstås som en måte å skape engasjement rundt seg selv, og vise til avsenders viktige rolle i det som kan forstås som en stor seier for gruppen. Det kan også fungere som en måte å vise gruppens medlemmer at alle har mulighet til å kunne bidra til å skape ekte forandringer i samfunnet. Videre kan en se at avsender er opptatt av

fellesskapet. Til tross for at nyhetssaken omhandler administratoren personlig, skriver avsender at «da fikk vi grei omtale».

Avsender konstituerer seg selv og sitt forventede publikum som en enhet, ved å se på omtalen av seg selv i media som omtale av gruppen i sin helhet.



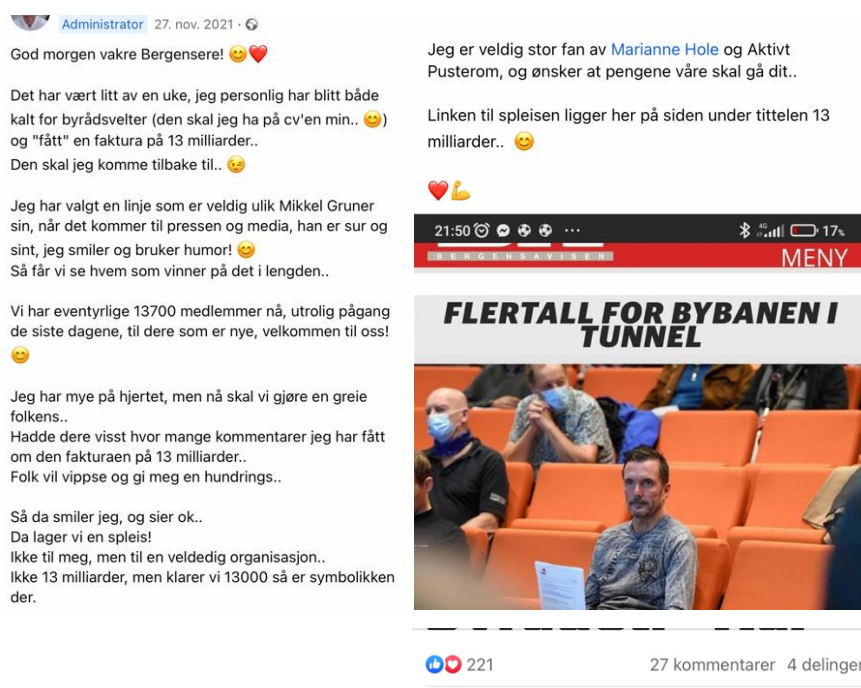
Eksempel 28: Glede over mediedekning

Innlegget er publisert dagen etter byrådets avgang, og inneholder kun en lenke til en nyhetssak fra NRK. Saken tar for seg den pågående byråds krisen, og omhandler partiet Rødt sitt ståsted. Overskriften i artikkelen tilsier at Rødt holder fast på sitt ønske om en tunnelløsning og ikke en bybane langs Bryggen. Dette kan dermed forstås som en nyhetssak som gruppens medlemmer vil være positive til.

Innlegget inneholder som nevnt kun en lenke til en nyhetssak, og er dermed ikke organisert på noen konkret måte. Innlegget viser et bilde av Odd Arild Viste i Rødt i regnvær foran Bryggen. Under bildet er overskriften, som leser «Byråds krisen: Rødt nekter å snu og står fast på tunnel». Språket i overskriften kan forstås som informativt. Avsender står ikke bak teksten som presenteres, men valget å dele nyhetsartikkelen kan forstås som et forsøk på å informere gruppens medlemmer, og i den forstand velger avsender å bruke en forklarende stil i sitt

innlegg. Som nevnt har innlegget en informativ stil. Avsender forsøker i innlegget å overbevise sitt publikum med logos, ved å informere gruppen om en pågående politisk situasjon. Ved å ikke tilføye noen egen, selvprodusert tekst i innlegget lar avsender det være opp til overskriften å overbevise gruppens medlemmer om både å like og kommentere innlegget, men det er også et implisitt forsøk på å få dem til å trykke videre til nyhetssaken.

Avsender konstituerer seg selv som et informerende medlem av gruppen, som ønsker å dele informasjon med resten av medlemmene. Vedkommende sitt tiltenkte publikum blir konstituert som en gruppe som tar glede av innholdet som kommer frem i nyhetsartikkelen. Avsenders motstandere blir ikke adressert hverken eksplisitt eller implisitt, men ettersom innlegget tar for seg en nyhetssak som handler om den pågående byråds krisen utløst av byråds avgang, kan en anta at avsender anser sine motstandere som den tapende parten.



Eksempel 29: Glede over mediedekning

Innlegget er publisert både som respons på en konkret nyhetssak som omhandler avsenderen selv, en av gruppens administratorer, i tillegg til å omhandle den generelle medieomtalen administratoren har fått i kjølvannet av avstemningen i bystyret. I innlegget tar avsender for seg hvordan vedkommende har fått skylden for byråds avgang, og hvordan regningen for en

bybaneløsning i tunnel har, på ironisk vis, blitt fakturert til han. Administratoren benytter denne situasjonen til å foreslå en pengeinnsamling til et veldedig formål.

Innlegget innledes med å gjøre publikum oppmerksom. Først skriver avsender god morgen, for siden å se tilbake på hendelsene som har ledet opp til innlegget. I denne delen av innlegget sammenlikner også avsender seg med en av sine meningsmotstandere, og presiserer at han selv tyr til smil og humor, mens hans motstander er sur og sint. Deretter går avsender over til sine hovedargumenter, at gruppen er i stor vekst, og at mange av gruppens medlemmer ønsker å støtte administratoren, og at han derfor ønsker å starte en Spleis, en digital pengeinnsamling. Administratoren ønsker å samle inn 13 000kr, en symbolsk sum, og forklarer her hvem han ønsker pengene skal gå til. Avslutningsvis i innlegget skriver administratoren hvor medlemmene kan finne Spleisen, før han avslutter innlegget med et rødt hjerte og en muskel-emoji.

Innlegget har en positiv og humoristisk stil. Avsender bruker flere ord og språklige uttrykk som bidrar til å forsterke det positive meningsinnholdet. Han beskriver gruppens medlemmer som «vake Bergensere», han påpeker at gruppen har «eventyrlige 13 700 medlemmer», og ønsker nye medlemmer velkommen. I tillegg avslutter avsender flere av setningene i innlegget med smilende emoji og røde hjerter. Videre er innlegget både oppfordrende og personlig. Avsender oppfordrer medlemmene til å delta i å samle inn penger til et formål vedkommende er opptatt av. Det er også et selvpromoterende språk i innlegget. Avsender lenker til en nyhetssak med bilde av seg selv, og beskriver hvordan han har blitt gitt navnet «byrådsvelter».

Avsender forsøker å skape engasjement blant medlemmene ved å vise til sin egen karakter, og hans rolle i avstemningen og det politiske arbeidet i bybanesaken generelt. Avsender fokuserer mye på å fremstille seg selv som viktig og utslagsgivende, men også som en positiv figur. Videre forsøker avsender å overtale sitt publikum til å bidra økonomisk til en sak som ikke er tilknyttet gruppens interesseområde. For å gjøre dette drar avsender paralleller mellom den høye fiktive bybane-fakturaen på 13 milliarder kroner, gruppens medlemstall som er på rett over 13 000, og summen avsender ønske å samle inn, som er 13 000kr. Her fokuserer administrator på gruppens fellesskap, ved å skrive at «vi» lager en Spleis, og at «pengene våre» skal gå til organisasjonen han har valgt. Fellesskap er et gjennomgående element i avsenders forsøk på å skape engasjement ellers.

Avsender skaper et tydelig skille mellom seg selv og gruppen, og deres motstandere. Avsender og publikum blir beskrevet i positive ordlag, som en stor bevegelse med godt samhold. Motstanderen i dette tilfellet er politiker Mikkel Grüner, som avsender beskriver som sint og sur i møte med media, i kontrast med hvordan avsender beskriver seg selv, som en som møter media med smil og humor.

 29. nov. 2021 · 

BT.no
HAN har skjønt det!

Jussprofessor: Valhammer må starte tunnelplanlegging

Byrådet som har trukket seg er forpliktet til å sette i gang tunnelplanlegging, mener Jan Fridthjof Bernt.



 246 17 kommentarer 4 delinger

Eksempel 30: glede over mediedekning

Innlegget er publisert før det nye flertallet for bybane langs Bryggen ble klart. I innlegget tar avsender for seg en nyhetssak som omhandler en jussprofessor som forteller at det avgåtte byrådet er forpliktet til å sette i gang med tunnelplanlegging. Avsender uttrykker glede over jussprofessoren sitt utsagn.

Innlegget inneholder kun en egenprodusert setning, etterfulgt av skjermbildet av nyhetssaken i Bergens Tidende. Avsender skriver først hvor skjermbildet er hentet fra, før vedkommende forteller sin mening om innholdet i artikkelen.

Innlegget har en positiv stil. Avsender er svært positiv til at det kommer ekspertuttalelser som er enig i gruppens meninger. Avsender bruker få uttrykk for å forsterke den positive holdningen til innlegget, og overlater mye til fortolkning hos gruppens medlemmer.

Avsender forsøker å skape engasjement gjennom å spre informasjon om pågående samfunnsmessige hendelser. I den forstand påtar avsender seg en rolle som en informasjonsspreder i gruppen. Avsenders hovedargument i innlegget ligger i mindre grad i vedkommende sine egne ord, og er i all hovedsak knyttet til innholdet i bildet.

Avsender konstituerer seg selv som et informert medlem av gruppen, som innehar en rolle som informasjonsspreder i gruppen. Avsender konstituerer sitt publikum som mottakelige for denne informasjonen, og også som enige i det avsender mener om innholdet i nyhetsartikkelen.

Glede over den politiske situasjonen

Det er ellers i denne retoriske situasjonen også noen innlegg som velger å kommunisere sin glede over den daværende politiske situasjonen. Disse innleggene omhandler byrådets avgang, og Rødt sin posisjon som fremdeles velger å stå fast på en bybaneløsning i tunnel.



Eksempel 31: Glede over den politiske situasjonen

Bildet ble publisert 26. november, to dager etter byrådets avgang. Innlegget er direkte knyttet til dette. Avsenders budskap i innlegget er direkte knyttet til dette. Innlegget er en vits på bekostning av det avgåtte byrådet.

Innlegget introduseres ved at avsender skriver «God helg». Resten av innleggets tekst er lagt inn med en bakgrunn dekket av emoji'er som gråter av latter, noe som bidrar til å gjøre det tydelig at innlegget skal forstås som en vits. Vitsen starter med å presentere saken, at bybanen ikke skal gå langs Bryggen, og at byrådet valgte å gå av som en konsekvens av dette. Avslutningsvis skriver avsender at det er usikkert *hvor* byrådet gikk av, men at det ikke var på Bryggen her. Her henvises det til at det ikke er noe bybanestopp på Bryggen.

Innlegget har ingen språklige feil, eller andre elementer som kan bidra til å påvirke avsenders budskap. Innlegget har en tydelig uformelt og humoristisk stil, med tydelig formål om å skape glede og positivitet. Dette forsterkes videre at bruken av emoji'er i bakgrunnen av innlegget. Utover dette bruker avsender også to emoji'er i innledningen til innlegget for å prege budskapet og den generelle stemningen avsender prøver å skape. Disse er en tommel opp, og en smilende emoji med hatt.

Avsender av innlegget forsøker å overtale sitt publikum ved å på humoristisk vis å gjøre narr av det avgåtte byrådet. Avsender uttrykker positivitet og glede over situasjonen, og ønsker å engasjere sitt publikum til å føle det samme. Avsender appellerer til gruppens felles motstand mot byrådet, men velger forsøke å skape engasjement ved å spre positivitet.

Avsender konstituerer seg selv som en motstander av det avgåtte bystyret, og som et medlem av den seirende parten i debatten. Avsenders forventede publikum blir implisitt konstituert på samme vis. Avsender forventer at det forventede publikum er positive og glade over den politiske utviklingen, og at de er mottakelige for en humoristisk tilnærming til saksområdet. Motstanderne i innlegget kan forstås som byrådet, som avsender konstituerer som den tapende parten.

28. nov. 2021 · 🌐

BA.no
Betryggende.

Slike politikere skulle vi hatt langt flere av... 👍



Skjebnemøte om byrådet mandag. Men Rødt lar seg ikke rokke.

👍 213

90 kommentarer 7 delinger

Eksempel 32: Glede over den politiske situasjonen

Innlegget er publisert før det ble et nytt flertall for en bybaneløsning langs Bryggen. Avsender publiserer innlegget som en respons på at Rødt og dets medlemmer, på dette tidspunktet, fremdeles ikke ønsker å vike fra sitt ønske om en løsning i tunnel. Avsender er positiv til dette, og oppfatter Rødt sin posisjon som betryggende.

Avsender innleder sitt innlegg med å avklare hvor artikkelen er hentet fra. Deretter kommer det som kan forstås som et hovedargument, som er at vedkommende og gruppens medlemmer kan føle seg betrygget av Rødt ikke lar seg rokke i saken, noe som er positivt for dem. Til sist presenterer avsender et ønske eller tanke om at det burde være flere slike politikere i

bergenspolitikken, og antyder dermed at det er mangel på politikere som holder det de lover i bybanesaken.

Innlegget har et positivt språk, og gjennom å dele eksternt innhold kan det også forstås som et innlegg med en informativ stil. Avsender avslutter innlegget med en tommel opp, som forsterker inntrykket av at vedkommende er svært fornøyd med det som kommer frem i nyhetsartikkelen.

Avsender forsøker å spre positive nyheter til gruppens medlemmer, som både kan tolkes som en form for informasjonsspredning, men også mer generelt et forsøk på å fremtre oppmuntrende.

Avsender konstituerer seg selv som en informasjonsspreder, og sitt publikum som mottakelige for denne typen ekstern informasjon. Avsender konstituerer også sitt publikum som meningsfeller, og antar at hele sitt publikum er enige i at dette er gode nyheter for gruppen s kampsak. Avsender adresserer ikke sine motstandere direkte, men antyder ved å uttrykke et ønske om flere «slike politikere», at det er mange politikere som ikke kan stoles på.

Retorisk situasjon 2: Sammendrag

I gjennomgaven av den andre retoriske situasjonen, er det større variasjon blant innleggene som skapte mest respons. Allikevel er det innlegg som omhandler politikere og media, både positivt og negativt, som tilsynelatende bidrar til høyest grad av engasjement. Innlegg som er kritiske til media og til politikere får i denne retoriske situasjonen både et høyt antall likerklipp, og et høyt antall kommentarer. Dette kan antyde at innlegg som skaper engasjement ved å appellere til negative følelser blant gruppens medlemmer, i større grad skaper en mer aktiv debatt eller diskusjon. Innleggene med mye engasjement i denne perioden som er av en svært positiv natur får gjerne mange likerklipp, mens de i mindre grad genererer like mange kommentarer som de negative innleggene. I denne retoriske situasjonen er også administratorene til stede i stor grad. Den passende responsen til administratorene i denne retoriske situasjonen er gjennomgående positiv. Innleggene som er publisert av administratorene og har fått høyt engasjement er opptatt av fellesskapet i gruppen, og utviser også en tydelig kampretorikk. Denne retoriske situasjonen varer frem til torsdag 2. desember 2021, hvor den går i oppløsning.

5.4: Retorisk situasjon 3

02. desember 2021, oppstår den tredje og siste retoriske situasjonen i den utvalgte tidsperioden. Etter over en uke med politisk uro, ble det klart at det på nytt var et flertall for en bybaneløsning langs Bryggen, etter at to bystyrerepresentanter fra Senterpartiet- brøt med partiet, og vippet fordelene tilbake i favør en løsning langs Bryggen. I tillegg til dette ble det også et flertall for et AP-byråd, og Roger Valhammer ble på nytt pekt ut som byrådsleder (Løland og Hafsaas 2021).

Det *påtrengende problemet* i denne retoriske situasjonen var at gruppen, som inntil nylig hadde gått seirende ut i saken, noe som førte til stor glede i gruppen, nå har gått på et nederlag ved at det nytt er flertall for en bybaneløsning langs Bryggen. Dette inviterer til kommunikasjon på ulike måter. For det første vil denne politiske snuoperasjonen komme som et sjokk for flere av gruppens medlemmer. Det vil derfor oppstå et behov for å uttrykke misnøye og sinne. Det påtrengende problemet kan også være at noen kan og må gjøre rede for hva som vil være neste steg for gruppen.

Selv om omstendighetene på dette tidspunktet blir forandret, er gruppens mål og interesser de samme. De retoriske vilkårene er i denne situasjonen blant annet at holdningene blant det retoriske publikum nå vil være preget av sterk misnøye og sinne. Dette vil påvirke hvilken type retorikk som evner å overbevise og overtale gruppens medlemmer til å fortsette å kjempe for deres felles sak.

Innleggene som skaper høyt engasjement i denne retoriske situasjonen, kan forstås som:

1: sjokk og sinne,

2: politikerforakt,

3: kampvilje og veien videre

Sjokk og sinne

Innleggene som kan forstås som sjokk og sinne har, på samme måte som innleggene fra den første retoriske situasjonens gratulasjoner og feiringer, en tydelig *kairos*. Innleggene er publisert rett etter at det nye flertallet var klart, og er preget av korte og umiddelbare reaksjoner. Det er også et innlegg som kan forstås som sjokk og sinne, som *ikke* er en umiddelbar negativ reaksjon på flertallet, men heller en negativ reaksjon på språket og angrepene på politikerne som førte til dette flertallet.



Eksempel 33: Sjokk og sinne

Også dette innlegget er skrevet som en direkte respons på det nye flertallet for bybane langs Bryggen. I innlegget reagerer avsender negativt på utfallet, og ber om at gruppens medlemmer skriver under på og signerer en underskriftskampanje med navnet «Nei til Bybane over Bryggen!».

Innlegget innledes med at avsender gjentatte ganger skriver «nei», og «Ikke faen.», som forklarer avsenders mening om situasjonen. Deretter stiller avsender et retorisk spørsmål om hva Bergen vil være uten Bryggen, før hovedargumentet for innlegget presenteres, som er en

oppfordring til å signere på underskriftskampanjen og dele den videre. Avsender avslutter innlegget med en emoji som illustrerer at avsender ber om deltakelse.

Avsender bruker et sterkt oppfordrende språk når vedkommende forsøker å få gruppens medlemmer til å delta i aktiviteter utenfor gruppens rammer. Språket er også uformelt, ved at avsender bruker banneord for å nå frem med sitt budskap. Videre bruker avsender et ydmykt og innsmigrende språk når vedkommende forsøker å få gruppens medlemmer til å skrive under på underskriftskampanjen det lenkes til.

Argumentet om hva Bergen vil være uten Bryggen er et tydelig patos-argument, som spiller på gruppens syn på Bryggen som et lokalt symbol. Avsender anser at en bybaneløsning langs Bryggen er synonymt med at Bryggen forsvinner.

Avsender konstituerer seg selv som svært misfornøyd med resultatet, og som en informasjonsformidler ved å lenke til en underskriftskampanje. Det tiltenkte publikum blir konstituert som likesinnede, som har mulighet til å aktivt delta i en kampanje.



Eksempel 34: Sjokk og sinne

Også dette innlegget er publisert som en direkte respons på det nye flertallet for bybanen langs Bryggen og det nye AP-byrådet.

Innlegget er kun en setning, lagt over en bakgrunn med et fjellmotiv. Bakgrunnen virker tilfeldig utvalgt, og kan ikke sies å ha noe særlig formål i innlegget. Teksten i innlegget er i tykk skrift og med større skriftstørrelse enn standard tekst.

Innlegget har et nedstemt og bittert språk. Avsender uttrykker tydelig misnøye med den politiske situasjonen, og mener at det nye flertallet er udemokratisk. Avsender bruker ellipser etter det første ordet, som skaper en tenkepause for leseren, og som også kan forstås som en måte å uttrykke skuffelse.

Avsender forsøker å skape engasjement i stor grad gjennom å appellere til medlemmenes følelser, og det avsender forstår som deres enighet om at den politiske prosessen ikke har vært rettfærdig, og ikke representerer folket ønsker.

Avsender konstituerer seg selv og sitt publikum til en viss grad som den tapende part i saken. Avsender gir ikke uttrykk for fornyet håp eller en oppfordring til sitt publikum om å kjempe videre. Avsender konstituerer sine motstandere som udemokratiske aktører.

Eli Hjellevstad Duesund

...

2. des. 2021 · 🌐

Hvem stemte på Arbeiderpartiet?

128

233 kommentarer

Eksempel 35: Sjokk og sinne

Innlegget er publisert i kjølvannet av det nye flertallet for bybane langs Bryggen. I innlegget stiller avsender et spørsmål til gruppen, som må forstås som en respons på at Arbeiderpartiet har endret ståsted i bybanesaken gjennom årene. Det nye flertallet for bybane langs Bryggen, medførte også at det ble et flertall for at et Arbeiderparti-styrt byråd igjen ville tre inn.

Avsender er tydelig misfornøyd med dette.

Innlegget inneholder kun én setning, og kan derfor ikke sies å ha en tydelig form for organisering.

Innlegget har et tydelig aggressivt språk, ut ifra den politiske og samfunnsmessige konteksten. Innlegget er spørrende og retorisk, i den forstand at avsender ønsker å vite hvem det er som kan ha bidratt til at det igjen hadde blitt flertall for en bybaneløsning langs Bryggen. Avsender forsøker å skape engasjement gjennom fiendtliggjøring, og er i stor grad preget av følelser. Avsender er tydelig forarget over den politiske situasjonen, og spør retorisk til gruppens medlemmer hvem som skal påta seg ansvaret for at Arbeiderpartiet har vunnet gjennom med sitt forslag. Det er også implisitt åpenbart at de færreste av gruppens medlemmer ville stemt på et parti som ønsket denne løsningen.

Avsender konstituerer seg selv og sitt publikum som motstandere av Arbeiderpartiet, og deres syn på bybanesaken. Avsenders motstandere kan forstås både som forkjempere for bybanen generelt, men også som mulige AP-velgere i Facebook-gruppen, som avsender mener bør gi seg til kjenne.

2. des. 2021 · 🌐

Nå må folk roe seg kraftig ned og skjerpe seg!!!! Hva er det som feiler folk?

Vær uenig, si deres mening, men måten språket til enkelte i denne gruppen utvikler seg er ikke bare skammelig, men direkte ufyselig og på grensen til ulovlig.

Det er helt greit det er masse følelser i sving og at folk blir skuffet for de som er i mot bybanen over bryggen (eller bybanen i seg selv i den forstand). Men trusler, og stygg språkbruk, bør folk holde seg for gode for.

Er det rart folk holder kjæft med mindre de er i mot? Jeg er en av de som har i stor grad holdt kjæften godt igjen. Folk mister jo besinnelsen totalt. Ja det er kanskje langt fra å være tøff i språket på et tastatur fra å være det i virkeligheten, men likevel, dette er IKKE greit.

Alle meninger er like mye verdt, alle har like mye de skulle sagt, men slik ting har blitt tør ikke folk som er uenig i nei-bevegelsen åpne munnen sin en gang i frykt for ren lynsjestemning. Det er IKKE greit.

Helt dønn ærlig, mange, veldig mange her inne bør ta en kraftig runde i seg selv og tenke over sin egen oppførsel.

Som sagt, vær uenig, si din mening, men tenk over hvordan dere snakker til folk. Ikke bare for motparten sin del, men deres egen. Hva tror dere familie, venner, kolleger og naboer tenker om måten enkelte av dere oppfører dere på?

Nok sagt for min del...håper jeg ikke er eneste som er direkte flau, sjokkert og skamfull når jeg ser hvordan enkelte (alt for mange) her inne uttaler seg med trusler, personlige angrep og andre ting som ikke hører hjemme i det som burde være en offentlig, saklig, debatt.



Eksempel 36: Sjokk og sinne

Innlegget er publisert etter det nye flertallet for bybane langs Bryggen ble klart. I innlegget tar avsender opp et tema som sjelden blir diskutert i gruppen, nemlig den aggressive og fiendtlige responsen fra flere av gruppens medlemmer. Det kommer ikke tydelig frem hvorvidt avsender av innlegget er positiv eller negativ til å legge bybanen langs Bryggen.

Innlegget introduseres ved at avsender gjør rede for sitt sinne rettet mot dem som tyr til personangrep mot politikere som er uenige med gruppens politiske ståsted. Deretter forklarer avsender at gruppens medlemmer har rett til å uttrykke sin misnøye, men at noe av responsen er skammelig, og på grensen til ulovlig. Deretter går avsender over til å forklare sitt hovedargument, at tonen i debatten fører til folk ikke tør å snakke ut og være ærlig dersom de er for en bybaneløsning langs Bryggen. Avsender poengterer videre at alle meninger er like mye verdt. Deretter bedyrer avsenderen gruppens medlemmer til å tenke over hva deres familie og venner ville tenkt dersom de så hva som ble skrevet. Avsender avslutter innlegget sitt med å fortelle at vedkommende er flau og sjokkert over det som blir publisert i gruppen, og at dette ikke hører hjemme i en slik gruppe.

Innlegget har en aggressiv, oppfordrende og kontrær stil. Innlegget er aggressivt ved at avsender uttrykker sjokk og sinne over gruppens medlemmer sine ytringer. Det er oppfordrende i den forstand at det betyr gruppens medlemmer om å endre sin måte å adressere problemet på. Innlegget er kontrært ved at det tar opp et tema som veldig sjelden blir tatt opp, som er kritikk mot gruppens medlemmer. Avsender bruker flere beskrivelser av det som vedkommende oppfatter som ugreit språk i gruppen, som «ufyselig», «skammelig», «lynsjestemning», og når avsender forklarer sin egen sinnsstemning bruker vedkommende ord som «flau, sjokkert og skamfull». Dette kan også forstås som at språket har en ovenfra- og ned stil.

Avsender forsøker å skape engasjement ved å irettesette gruppens medlemmer, og presenter sin holdning som et moralsk argument. Innlegget er svært aggressivt i sine argumenter mot gruppens medlemmer, og forsøker å overbevise sitt publikum til å endre sine holdninger til sine motstandere ved å appellere til medmenneskelighet og fornuft.

Avsender konstituerer seg selv tydelig som et svært misfornøyd medlem av gruppen. Avsender påtar seg også et formyndende ståsted, og bruker plattformen og situasjonen til å irettesette sitt publikum. Avsender konstituerer deler av sitt publikum som usmakelige og

vemmende i måten de adresserer sine motstandere. Det blir påpekt i innlegget at dette ikke gjelder alle gruppens medlemmer, men at oppførselen avsender reagerer på er såpass voldsom og i et så stort omfang at det inviterer til kommunikasjon i form av irrettesettelse. Det er som nevnt ikke tydelig hvem som kan oppfattes som avsenders motstandere i dette innlegget, ettersom det ikke kommer tydelig frem hva som er avsenders ståsted i saken. Avsender konstituerer derimot gruppens motstandere, altså politikerne som velger å endre sitt ståsted i saken i favør en løsning langs Bryggen, som aktører som mottar ufortjent hets fra gruppens medlemmer.

Politikerforakt

Politikerforakt gjør seg gjeldende som et element i denne retoriske situasjonen. Denne typen kritikk skaper, på samme måte som tidligere sterke, negative følelser, både høyt engasjement i form av kommentarer og reaksjoner.



Eksempel 37: Sjokk og sinne

Innlegget er publisert som en respons på det nye flertallet for en dagordning, som på dette tidspunktet har ført til at den avgåtte byrådslederen Roger Valhammer har blitt pekt ut til å tre inn igjen i rollen (Løland og Hafsaas 2021). I innlegget uttrykker avsender sin misnøye med Valhammer.

Innlegget inneholder kun to setninger, og et vedlagt bilde av Valhammer i møte med pressen. Avsender starter innlegget med å vise til at Valhammer vil være borte etter kommunevalget i 2023. Med dette antar avsender at valget kommer til å gå deres vei. Deretter spør avsender seg selv og gruppens medlemmer om det på det tidspunktet vil være for sent. Med dette kan en anta at avsender tenker på om det vil være for sent å reversere bybaneutbyggingen langs Bryggen. Denne setningen avsluttes med tre emoji som kaster opp.

Innlegget er aggressivt og negativt ladet, samtidig som det uttrykker et visst håp om at Valhammer, som gruppen er sterkt uenige med kommer til å miste sin plass som byrådsleder ved neste valg. Avsenders budskap forsterkes språklig gjennom emojiene, som beskriver vedkommende sitt syn på Valhammer.

Innlegget spiller i stor grad på gruppens følelser, mer konkret gruppens negative forhold til Valhammer. Argumentet at «vi» er kvitt ham om to år kan forstås som et logos-argument, fordi avsender, og gruppen som helhet antar og forventer at Valhammer ikke kommer til å sitte med makten etter valget.

Avsender presiserer at «vi», som gruppe vil være kvitt Valhammer, og konstituerer dermed seg selv og sitt tiltenkte publikum som politiske motstandere av Valhammer. Valhammer selv blir konstituert som en person som kan stå ansvarlig for å gjøre irreversibel skade i forbindelse med bybanesaken.

 2. des. 2021 · 🌐

NRK

ER det virkelig STRILER som skal bestemme her i Bergen?

Det MÅ jo være feil? 😡😡😡



👍👎👏 192

101 kommentarer

Eksempel 37: Sjokk og sinne

Avsender publiserer innlegget som en respons på det nye flertallet for bybane langs Bryggen, men mer spesifikt reagerer avsender på en nyhetssending hvor daværende bystyremedlem for Sp Steinulf Tungesvik blir intervjuet etter å ha brutt med eget parti og stemt for bybane langs Bryggen. Avsender stiller spørsmål ved at «striler» som Tungesvik skal bestemme over Bergen. Stril er historisk sett et nedsettende begrep brukt av bergensere som omfatter folk fra områder rundt Bergen.

Innlegget innledes ved at avsender viser til hvor nyhetssaken som bildet viser til er hentet fra. Deretter legger avsender frem sitt hovedbudskap, formulert som et spørsmål om det er «striler» som skal bestemme i Bergen. Innlegget avsluttes med et ledende spørsmål rettet til gruppens medlemmer, hvor avsender skriver at dette må være feil. Nederst i innlegget er bildet som avsender legger ved, som viser Tungesvik i møte med pressen.

Innlegget har en aggressiv og personrettet stil. Avsender er opprørt og rasende over at en som ikke kommer fra Bergen skal avgjøre skjebnen til bybanen. Dette forsterkes ved at avsender skriver «STRILER» i store bokstaver, og at vedkommende avslutter sitt innlegg med tre emoji som uttrykker sinne.

Avsender forsøker å skape engasjement ved å appellere til gruppemedlemmenes sinne, og med en forventning om at andre i gruppen deler synet på Tungesvik som en outsider, som gjennom sitt opphav ikke har rett til å delta i slike avgjørelser. Dette kan også forstås som et forsøk på å skape et skille mellom gruppens medlemmer, som ekte bergensere, og motstanderne deres som en motsetning til dette.

Avsender konstituerer seg selv og sitt tiltenkte publikum som en gruppe som har blitt forrådt politisk av noen som ikke bør ha rett til å ta denne typen avgjørelser. Vedkommende sin motstander i innlegget blir konstituert svært negativt, ved å bruke Tungesvik sin bakgrunn som en tilflytter til Bergen som et argument for at han ikke bør få delta i bystyret. Dette er igjen et eksempel på hvordan begrepet bergenser blir brukt for å beskrive et fellesskap som ekskluderer alle som er uenige i gruppens ståsted i bybanesaken.

Kampvilje og veien videre

Denne typen innlegg viste seg å være det mest engasjerende når det gjelder engasjement i form av reaksjoner på innlegget i denne retoriske situasjonen. Innlegget får også en stor mengde kommentarer i kommentarfeltet.

 Administrator · 2. des. 2021 · 🌐

Bergensere!

Hvis du er i nærheten av å tro at slaget er tapt, vel så tro om igjen!!!

At det finnes illojale folk i vår by, ja.. Folk som går mot sine egne partier, sine egne løfter, og ikke minst sine egne innbyggere..

Av grunner jeg ikke forstår, og ikke vil spekulere i, det får folk som har kompetanse på de feltene ta seg av..

Nå skal dere få rase fra dere, hold dere innenfor gruppens regler, ingen usaklige personangrep!

Og jeg vil ikke se snurten til noe resignasjon, dette er overhodet ikke avgjort..

Del, og verv medlemmer nå, nå skal vi vise muskler!!!

KAMPEN ER IKKE OVER!!!



 703

186 kommentarer · 61 delinger

Eksempel 38: Kampvilje og veien videre

Innlegget er publisert på dagen det igjen ble flertall for en bybaneløsning langs Bryggen, etter at to representanter fra Senterpartiet og en representant fra Rødt valgte å bryte med sine respektive partier (Løland og Hafsaas 2021). Avsender er en av gruppens administratorer, og tar for seg dette nederlaget og hva vedkommende mener er veien videre for gruppen.

Innlegget introduseres ved at avsender henvender seg til «bergensere», som er det gjennomgående begrepet som brukes for å referere til gruppens medlemmer. Avsender presiserer så at slaget ikke er tapt enda. Deretter ser avsender tilbake på hendelsen som ligger til grunn for innlegget, at politikere i bystyret har trosset partiene sine og stemt i fordel for en bybaneløsning langs Bryggen. Så presenterer avsender sine hovedargumenter: at det nå skal være lov å reagere og føle på sinne, men at det er viktig å ikke gå for langt, og opprettholde gruppens regler. Det andre hovedargumentet til avsender, er at ingenting er avgjort, og at ingen av gruppens medlemmer må gi opp. Avsender oppfordrer også til at gruppens medlemmer skal verve nye medlemmer. Til sist, i innleggets konklusjon, gjentar avsender at kampen ikke er over, og avslutter innlegget med et rødt hjerte.

Innlegget har et oppløftende, samlende og oppfordrende språk. Avsender gjentar flere ganger at det, til tross for den negative situasjonen enda ikke er over, og at det nå er viktig å ikke resignere, men tvert imot at det nå er viktig å jobbe hardere for gruppens mål. Avsender oppfordrer gruppens medlemmer til å dele innlegget på sine private profiler, og å aktivt verve nye medlemmer. Språket er også preget av sinne og frustrasjon. Avsender mener at politikerne som har valgt å gå imot egne partier er illojale mot både partiet og byens befolkning. Avsender stiller seg uforstående til dette. Setninger med mål om å være oppløftende avsluttes i dette innlegget med et eller flere utropstegn, mens setninger som uttrykker sinne eller frustrasjon avsluttes med ellipser. Avsender benytter seg også av et rødt hjerte og en emoji som forestiller en muskel, som forsterker inntrykket av fortsatt kampvilje.

Avsender fokuserer i sitt innlegg på å skape engasjement gjennom å innta en lederrolle, og å oppfordre til videre kampvilje og fellesskap. Avsender slår imot det vedkommende forventer vil være reaksjonen til sitt publikum, at slaget nå er tapt, og tar rollen som motivator. I tillegg til å snakke om fellesskapet som for eksempel ved å bruke betegnelsen «bergensere», eller å si at «nå skal vi vise muskler», viser og avsender til sin rolle som administrator ved å henvise til gruppens regler som han krever at medlemmene må følge. Administratoren gir også medlemmene «lov» til å rase fra seg, men innenfor rammer som administratoren selv

regulerer. Videre er det sterke patos-argumenter, ved at avsender bruker publikum sine sterke negative følelser knyttet til den politiske avgjørelsen, og bruker den til å oppfordre til å kjempe videre for gruppens mål.

Avsender konstituerer seg selv som en oppløftende stemme, med mål om å holde engasjementet og viljen i gruppen oppe. Som en konsekvens av dette blir publikum konstituert som nedslått, og med behov for en påminnelse om at gruppens kamp ikke er over. Avsender gjør det tydelig hva vedkommende mener om sine motstandere. Innlegget er rettet mot de tre utbryterne som førte til et nytt flertall for bybane langs Bryggen. Avsender konstituerer dem som illojale politikere som ikke handler ut ifra hverken sitt partipolitiske ståsted, eller ut ifra folkeviljen



Eksempel 39: Kampvilje og veien videre

Bildet er publisert etter det nye flertallet for en bybane langs Bryggen. Innlegget er ikke publisert i en konkret kontekst, men må forstås som en respons på den politiske situasjonen. Innlegget er publisert som tekst over en tilsynelatende tilfeldig bakgrunn som inneholder fotballer. Innleggets tekst er kun én setning, etterfulgt av tre emoji'er som forestiller flammer. Basert på den politiske konteksten, kan innleggets språk forstås som aggressivt. Budskapet forsterkes språklig av at setningen er skrevet i store bokstaver og med utropstegn, mens

flamme-emojiene og den blå fotball-relaterte bakgrunnen virker som mer tilfeldige stilistiske trekk.

Avsender forsøker å skape engasjement ved å på enkelt vis å repetere det grunnleggende formålet med gruppen, som alle gruppens medlemmer vil være enig i, at de ikke ønsker en bybane langs Bryggen. Den høye responsen på et slikt enkelt innlegg, må kunne forstås som et godt eksempel på *kairos*. Det korte budskapet var noe flesteparten av gruppens medlemmer kjente seg igjen i på dette tidspunktet, noe som bidrar til at mange velger å interagere med innlegget. Avsender konstituerer seg selv og gruppens medlemmer som sterke motstandere av beslutningen som ble tatt, og som aldri vil godta utfallet av det nye flertallet.

Retorisk situasjon 3 – sammendrag

I den siste retoriske situasjonen er det tydelig at det er en overvekt av innlegg som kan forstås som negativ respons. Dette kan forstås som et forventet resultat, ettersom det nye flertallet for en bybaneløsning langs Bryggen er den eneste av de tre retoriske situasjonene som er kategorisk negativ av natur utfra gruppens ståsted i saken. Den tredje retoriske situasjonen skiller seg fra de to andre ved at engasjementet i flere av innleggene er preget av en høy mengde kommentarer i kommentarfeltene. Dette kan tilsi at innleggene som skaper høyt engasjement i større grad oppfordrer til videre diskusjon, i stedet for kun umiddelbare reaksjoner og likerklikk.

Innleggene som skaper aller mest engasjement i denne retoriske situasjonen i form av kommentarer handler enten om politikere gruppen er uenig med, eller oppfordringer til videre handlinger. Innlegg som omhandler politikere gruppen er uenig med har til felles at bærer høyt preg av forakt, og kan tolkes som personangrep som er helt på grensen for gruppens reglement. Blant annet blir Steinulf Tungesvik beskrevet som stril, i en kontekst hvor det stilles spørsmål ved hvorvidt sånne som han skal få være med å styre Bergen. Denne typen innlegg åpner også for en ny type negativ respons. Et av innleggene responderer på nettopp denne hatefulle typen innhold, både internt i gruppen og eksternt. Innlegget er det eneste blant de mest engasjerende, uavhengig av retorisk situasjon som kritiserer gruppens medlemmer.

6: Oppsummering av analyse

I den forrige delen av oppgaven gikk jeg analytisk gjennom innleggene som skapte mest engasjement i de tre retoriske situasjonene som oppsto i datamaterialets tidsramme. Etter hver retorisk situasjon gjorde jeg kort rede for hva som kjennetegnet de mest engasjerende innleggene, og betydningen av dette. I det neste avsnittet vil jeg gå nærmere inn på hva disse tre retoriske situasjonene har til felles, og hva som tydelig skiller dem fra hverandre retorisk. Jeg vil også vurdere hvordan oppgavens analyse og resultater stemmer overens med annen relevant forskning som har blitt gjort rede for i teoridelen av oppgaven. Jeg vil også vurdere oppgavens problemstilling, som var basert på innledende observasjoner av gruppens tilsynelatende formål og interesser.

6.1: Diskusjon og sammendrag

Analysen av datamaterialet bekreftet i stor grad at de tre retoriske situasjonene var preget av tydelig ulike påtrengende problemer og retoriske vilkår. Noen av vilkårene forble de samme, dette er aller tydeligst når det gjelder det overordnede saksområdet. Enigheten rundt motstanden mot en bybaneløsning langs Bryggen var et fast vilkår gjennom hele tidsperioden. I den første retoriske situasjonen oppsto det første mer nøyaktige påtrengende problemet som inviterte til kommunikasjon: en kommende avstemning som potensielt kunne føre til at gruppens fremste mål, et banefritt Bryggen. Her var kommunikasjon knyttet til *positive forventninger* den mest tydelige responsen, men noen innlegg skapte også stort engasjement gjennom *reaksjoner på gruppens motstandere*. Innleggene som responderte med positive forventninger, appellerte i all hovedsak til positive følelser blant publikum. Det mest fremtredende av disse var fellesskapsfølelsen. Avsenderne fokuserte på suksessfulle fysiske arrangementer og eksemplifiserte sin glede over dette gjennom bruk av bilder og følelsesladde uttrykk. Respons knyttet til reaksjoner på gruppens motstandere taler imot både enkeltpolitikere gjennom språk og bilder, men også symboler som illustreres ved bilder, som i innlegget hvor et banner på størrelse med bybanen er plassert langs Bryggen. Alle innleggene er forbundet med den retoriske situasjonen ved at de knytter seg til den kommende politiske avstemningen. I den andre retoriske situasjonen, er det påtrengende problemet at avstemningen gikk gruppens vei, noe som inviterer til kommunikasjon på følgende måter: Først oppstår et behov for umiddelbar respons, som resulterte i respons knyttet til *gratulasjoner og feiring*. Deretter kan en se kommunikasjon forbundet med *kampvilje og glede over den politiske situasjonen*. Over tid blir det også tydelig at det oppstår et behov for

kommunikasjon knyttet til gruppens motstandere, altså *misnøye med media*, og *misnøye med politiske partier og politikere*. På samme tid som dette er det også kommunikasjon som viser *glede over mediedekning*, og *oppfordringer og politisk rekruttering*. Det er tydelig at denne retoriske situasjonen inviterer til flere ulike typer passende respons. Det er ulike stemningsleier som preger gruppens medlemmer, noe som viser seg i det store mangfoldet av respons på situasjonen. I den siste retoriske situasjonen er det påtrengende problemet at gruppens motstandere har vunnet frem med sitt forslag om en bybaneløsning langs Bryggen, også dette inviterer til ulike typer kommunikasjon. Det umiddelbare behovet for respons viser seg gjennom innlegg som utviser *sjokk og sinne*. Videre tyder flere innlegg på at den retoriske situasjonen inviterer gruppens medlemmer til å utvise *politikerforakt*, rettet mot flere av gruppens motstandere. Denne typen respons åpner for en type reaksjon som ellers ikke er å finne blant de mest engasjerende innleggene, nemlig *sjokk og sinne* rettet mot gruppens medlemmer. Den siste typen passende respons har fellestrekk med både *positive forventninger* fra den første retoriske situasjonen, og *advarsel og kampvilje* fra den andre retoriske situasjonen. Denne typen respons, *kampvilje og veien videre*, var situasjonens mest engasjerende innlegg.

Hvis en vurderer innleggene som skapte aller mest engasjement i hver av de retoriske situasjonene, kan en også se hvilke elementer de har til felles: Innhold som bærer preg av sterke følelser, både positive og negative, påvirker klart hvor mye engasjement som skapes i gruppen. Denne sterke følelsen er derimot ikke kun i form av tekstlige eller billedlige ord og uttrykk, men i stor grad knyttet til den retoriske situasjonen innlegget er publisert i. De tre innleggene med mest engasjement i den første situasjonen er alle publisert enten på kvelden før avstemningen, eller på dagen for avstemningen. Det er altså tydelig at den retoriske situasjonen var mest moden rett før avstemningen. På dette tidspunktet vil problemet være nært forestående, og publikummet vil i større grad være til stede i gruppen. Dette har tilsynelatende bidratt til høyt engasjement, til tross for at et av de tre mest engasjerende innleggene kun inneholder to setninger hvor avsender gjør rede for sitt budskap, mens et annet ikke inneholder noen form for tekst, kun et bilde av Bryggen. Det samme er tilfellet i den andre retoriske situasjonen. Det to mest engasjerende innleggene ble publisert rett etter avstemningen var over. Et av dem inneholder kun én setning, den andre kun ett ord og et bilde. Her var den retoriske situasjonen mest moden ganske umiddelbart etter at det påtrengende problemet, publikummet og vilkårene var til stede.

Et annet fellestrekk en kan observere, er forholdet mellom innleggets tematikk, og engasjement i form av kommentarer i kommentarfeltet. Innhold som uttrykker negativitet og sinne, skaper i betydelig større grad engasjement i kommentarfeltet. I disse innleggene spiller tilsynelatende modenheten av den retoriske situasjonen, en mindre rolle. I den andre retoriske situasjonen er flere av de negative innleggene som skaper mest kommentarer publisert opp til flere dager etter det mest modne tidspunktet.

Det neste fellestrekket som kan observeres blant de mest engasjerende innleggene i samtlige av de retoriske situasjonene, er hvordan gruppens administratorer velger å formidle sitt budskap. Også administratorene publiserer på gunstige tidspunkt, og er til stede i gruppen på tidspunkt i situasjonene som ifølge analysen fører til økt engasjement i gruppen.

Administratorene i gruppen publiserer innhold i alle de tre retoriske situasjonene, men skiller seg fra øvrige innlegg ved at det alltid oppfordres til videre kampvilje og innsats, til tross for omstendighetene som preger innleggets tematikk.

I administratorenes innlegg kan en oftere i større grad tolke hvordan forholdet mellom innleggets tema (logos), avsenders karakter (etos) og innleggets følelser (patos) enn i de øvrige innleggene i gruppen i denne tidsperioden. I forbindelse med positive omstendigheter er administratorenes tematiske fokus at gruppens medlemmer og deres innsats i kampen for Bryggen har vært utslagsgivende. Administratorene fremstiller seg selv implisitt og eksplisitt som takknemlige ledere, ved å likestille seg med gruppens øvrige medlemmer, men inntar også en overordnet rolle. Blant annet kan dette illustreres ved at administratorene gir gruppen løpende informasjon om avstemningen som viser at de er til stede når de politiske beslutningene tas, eller når en av administratorene viser forberedelsene til et arrangement som vedkommende er medansvarlig for, for så å takke gruppens medlemmer for deltakelsen og engasjementet i ettertid. En annen administrator, når vedkommende responderer på flertallet for bybane langs Bryggen, skriver «nå skal dere få rase fra dere, hold dere innenfor gruppens regler, ingen usaklige personangrep». Denne setningen tilsier at administratoren har makt og mulighet til å gi andre lov til å handle på en spesifikk måte, i tillegg til å gjøre det klart at administratoren også har makt til å håndheve gruppens regler dersom noen velger å gå for langt. Det må også påpekes at administratorene publiserte flere innlegg i de positive retoriske situasjonene, som kan forstås som at deres passende respons i større grad gjør seg gjeldende når omstendighetene inviterer til positivt engasjement.

7: Vurdering av problemstilling og teoretisk rammeverk

I denne avsluttende delen vil jeg vurdere hvordan oppgaven stiller seg til problemstillingen som har fungert som grunnlaget for analysen. Deretter vil jeg også sammenlikne oppgavens resultater med litteraturen som oppgaven har tatt utgangspunkt i, og vurdere om analysen forsterker eller svekker tidligere antakelser om hva som skaper engasjement på sosiale medier. Oppgavens problemstilling var formulert som følger:

Hvilken retorikk og retoriske trekk kjennetegner kommunikasjonen i gruppen «Folkeaksjonen Nei til bil og bybane over Bryggen», på hvilken måte skaper dette engasjement, og i hvilken grad bidrar den til mobilisering og fellesskap?

En kan en tolke det slik at retorikken som skaper engasjement i Facebook-gruppen i stor grad er knyttet til den retoriske situasjonen kommunikasjonen formidles i. Den mest fremtredende appellformen blant gruppens medlemmer er patos-argumentasjon, hvor spesielt følelsesappeller forbundet med fellesskap og samhold er et fremtredende element. Positive retoriske situasjoner legger til rette for positivt innhold og dette skaper engasjement, spesielt når situasjonens påtrengende problem, dets publikum og de aktuelle vilkårene er i balanse. Den samme logikken kan overføres til negative retoriske situasjoner, som i størst grad inviterer til negativ kommunikasjon fra gruppens medlemmer.

Mobilisering

Det neste spørsmålet i problemstillingen tar for seg hvordan gruppens medlemmer oppfordrer til mobilisering, og fellesskap. Flere av innleggene i den første situasjonen er, som nevnt, relatert til det fysiske arrangementet som fant sted dagen før avstemning. I forbindelse med denne blir det i stor grad oppfordret til deltakelse gjennom å vise til forberedelsene, og i ettertid av arrangementet blir deltakelsen et viktig tema i gruppen. Ellers oppfordres det i den andre situasjonen til deltakelse i den nye politiske listen, som dannes for å etablere et valgalternativ for gruppens medlemmer som ikke lenger ønsker å gi sin støtte til de etablerte politiske partiene på grunn av deres ståsted i bybanesaken. Å vurdere hvorvidt denne måten å oppfordre til mobilisering til aktiviteter utenfor gruppens rammer er effektivt eller ikke, vil være vanskelig å vurdere. Men det er åpenbart at gruppen brukes som et verktøy blant mange av medlemmene i sine forsøk på dette.

Fellesskap

Fellesskap i gruppen er, som tidligere nevnt, et svært fremtredende element. Fellesskapet bygges både i positive og negative retoriske situasjoner, på ulike måter.

I den første retoriske situasjonen blir fellesskap og samhold kommunisert i innleggene ved å vise til hvordan gruppen har bidratt til å samle en stor folkemengde til et fysisk arrangement.

Disse innleggene bidrar til å gi publikum et inntrykk av at gruppens medlemmer er samlet rundt ett felles mål. I den andre retoriske situasjonen blir rollen til fellesskapet kommunisert gjennom innlegg som feirer resultatet som en seier både for og av gruppens medlemmer.

I den tredje og siste situasjonen blir fellesskapet i større grad kommunisert gjennom en polariserende og aggressiv tone, hvor innleggene i stor grad appellerer til gruppens felles misnøye med «de andre». Eksempler på dette er hvordan et innlegg spør om det er riktig at striler skal bestemme i Bergen, eller når en av gruppens administrator starter innleggene sine med å henvende seg til «bergensere».

Begrepet bergenser blir brukt i mange innlegg, med en antydning om at gruppens medlemmer er å forstå som bergensere, mens de som er uenige med gruppen ikke er det. Denne lokalpatriotiske retorikken er et tydelig retorisk grep som for det første fanger oppmerksomheten til publikum, men som også forsterker fellesskapsfølelsen. Bryggen blir også ved flere anledninger omtalt som «Bryggen vår» eller «verdensarven vår», som antyder at gruppens medlemmer har en enerett over Bryggen basert på sitt politiske ståsted.

Tidligere forskning

Som nevnt i litteraturkapitlet, er det gjort mye akademisk forskning på digital aktivisme, og på engasjement på sosiale medier. I Borch, Munk og Dahlborg (2020) sin artikkel om vindkraftmotstand, konkluderes det med at det i hovedsak er tre måter gruppemedlemmene reagerer på innlegg: 1) ved å dele kunnskap, som eksempelvis innebærer å henvise til nyhetsartikler eller akademiske artikler, 2) organisering og koordinering, som kan innebære å ønske nye medlemmer velkommen til gruppen og informere om offentlige møter og aksjoner, og 3) moralsk støtte, som kan innebære å kommentere og reagere på støttende vis på det andre publiserer (Borch, Munk og Dahlborg 2020, 8).

Vurdert opp mot mine resultater, er det tydelig at både organisering, koordinering og moralsk støtte er elementer som stemmer godt overens. Stang (2018) presiserer i sin artikkel om motstand og protestgrupper mot norsk barnevern at innhold knyttet til grunnleggende utfordringer, som gjør det mulig å diskutere saken, i tillegg til at det legges til rette for en opplevelse av en form for «delt skjebne» og støtteerklæringer (Stang 2018, 284). Dette stemmer også godt overens med resultatene fra analysen. Medlemmene av gruppen har en delt grunnleggende oppfatning av hva som bør skje i forbindelse med Bryggen, og innleggene bærer preg av å variere

Når det gjelder hvilke følelser det er som bidrar til å skape engasjement, viser Berger og Milkman (2012) at både sterke positive og negative følelser fører til at innholdet i større grad blir delt, og dermed kan forstås som mer engasjerende enn innhold med en lav grad av sterke følelser. Det kommer også frem at sterke positive følelser er mer engasjerende enn sterke negative følelser (Berger og Milkman 2012, 196). Også Aalen (2016, 141) påpeker at intense positive følelser bidrar til å skape engasjement.

Analysen i denne oppgaven viser at det i stor grad er innlegg med sterke følelser som skaper høyt engasjement. Det er også tydelig at sterke positive følelser skaper noe større engasjement enn sterke negative følelser. Det er allikevel i stor grad den retoriske situasjonen som dikterer engasjementet.

Når det gjelder rollen til opinionsledere, er det vanskeligere å se noen klar forbindelse mellom gruppens administratorer og den tradisjonelle definisjonen på hva som er en opinionsleder. Som nevnt vil personer som omtales som opinionsledere ha et mer omfattende medieforbruk, og snakke i større grad om politiske saker i sine sosiale nettverk enn andre (Lazarsfeld, Berelson og Gaudet 1948, 49-51). Analysen i oppgaven vil ikke kunne svare på om dette er tilfellet eller ikke. Men Lazarfeld, Berelson og Gaudet skriver også i sin definisjon av opinionsledere at det i disse nettverkene er noen medlemmer som vil være spesielt aktive og velformulerte, og mer knyttet til gruppens interesser, og dermed i større grad ønsker å uttrykke seg (Lazarsfeld, Berelson og Gaudet 1948, xxii-xxiii). I den forstand kan en dra paralleller mellom gruppens administratorer og opinionslederrollen. Gruppens administratorer publiserer hyppig, og er gjerne mer opptatt av hvilket innhold de publiserer og hvordan innleggene formuleres. Det er hvorvidt administratorene fungerer som et mellomledd mellom massemediene og gruppens øvrige medlemmer som ikke lar seg besvare i denne analysen.

8: Konklusjon

I denne oppgaven har jeg tatt sikte på å undersøke hvilken retorikk og retoriske trekk som skaper engasjement på Facebook. For å undersøke dette har jeg tatt utgangspunkt i en lokal aktivistgruppe, og gjort en inngående retorisk analyse av de innlegg som er publisert i gruppen over en definert periode.

Overordnet viser analysen at innlegg preget av sterke positive og negative følelser bidrar til å skape engasjement, men at også den retoriske situasjonen innleggene befinner seg i spiller inn på hvordan kommunikasjonen mottas blant publikum.

REFERANSELISTE

Aalen, Ida. 2016. *Sosiale medier*. Fagbokforlaget: Bergen

Aichner, Thomas, Matthias Grünfelder, Oswin Maurer og Deni Jegeni. 2021. «Twenty-Five Years of Social Media: A Review of Social Media Applications and Definitions from 1994 to 2019». *Cyberpsychology, behavior and social networking* 24 (2): 215-222. <https://www.liebertpub.com/doi/epub/10.1089/cyber.2020.0134>

Bercovici, Jeff. 2010. Who Coined “social media”? Web Pioneers Compete for Credit». *Forbes*, 09. desember, 2009. <https://www.forbes.com/sites/jeffbercovici/2010/12/09/who-coined-social-media-web-pioneers-compete-for-credit/?sh=57b6406251d5>

Bergen Kommune. 2019. «Reguleringsplaner for bybanen». Oppdatert 16. mars, 2023 <https://www.bergen.kommune.no/hvaskjer/tema/reguleringsplaner-for-bybanen/bybanens-fem-byggetrinn>

Bergen Kommune. 2021. «Byrådet Valhammer går av etter bybanevedtak - hva skjer nå?» <https://www.bergen.kommune.no/hvaskjer/samfunn/byradet-valhammer-gar-av-etter-bybanevedtak-hva-skjer-na>

Berger, Jonah og Katherine L. Milkman. 2012. «What Makes Online Content go Viral?». *Journal of Marketing Research* 49 (2): 192-205. <https://doi.org/10.1509/jmr.10.0353>

Berry, Darrell. 1995. «Social media spaces». *Ku24.com* (arkiv). Lest 20. november 2022. <http://www.ku24.com/~darrell/hybrid1.html>

Borch, Kristian, Anders K. Munk og Vibeke Dahlgaard. 2020. «Mapping wind-power controversies on social media: Facebook as a powerful mobilizer of local resistance». *Energy Policy* 138: 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2019.111223>

- Boyd, Danah M. og Nicole B. Ellison. 2007. «Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship». *Journal of Computer-Mediated Communication* 13 (1): 210-230.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Bruns, Axel. 2007. «Proodusage: Towards a Broader Framework for User-Led Content Creation». Lest 30. mai, 2023. <https://dl.acm.org/doi/10.1145/1254960.1254975>
- Bryggens Venner. 2023. «Om oss». <https://bryggensvenner.no/om-oss/>
- Christensen, Henrik S. 2011. «Political activities on the internet: Slacktivism or political participation by other means?». *First Monday* 16 (2).
<https://doi.org/10.5210/fm.v16i2.3336>
- De nasjonale forskningsetiske komiteene. 2019. «forskningsetisk veileder for internettforskning». <https://www.forskningsetikk.no/retningslinjer/hum-sam/forskningsetisk-veileder-for-internettforskning/>
- Dinucci, Darcy. 1999. «Fragmented Future». *Print* 53 (4): 32-32 + 221-222.
<https://www.proquest.com/trade-journals/fragmented-future/docview/231011953/se-2>
- Ellison, Nicole og Danah M. Boyd. 2013. «Sociality Through Social Network Sites». I *The Oxford Handbook of Internet Studies*, redigert av William H. Dutton, 151-172.
Oxford: Oxford Academic <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199589074.013.0008>
- Enjolras, Bernard, Rune Karlsen, Kari Steen-Johnsen og Dag Wollebæk. 2014. *Liker – liker ikke: Sosiale medier, samfunnsengasjement og offentlighet*. Cappelen Damm: Oslo
- Fossen, Erik og Anders Haga. 2021. «Jussprofessor: Valhammer må starte tunnelplanlegging» *Bergens Tidende*. 29. november, 2021.
<https://www.bt.no/nyheter/lokalt/i/Ora24q/jussprofessor-valhammer-maa-starte-tunnelplanlegging>
- Grannan, Cydney. 2022. «What's the difference between Emoji and Emoticons». Britannica.
<https://www.britannica.com/story/whats-the-difference-between-emoji-and-emoticons>

- Grønmo, Sigmund. 2004. *Samfunnsvitenskapelige metoder*. Fagbokforlaget: Bergen
- Gustafsson, Nils. 2012. «The subtle nature of Facebook politics: Swedish social network site users and political participation». *New Media and Society* 14 (7): 1111-1127.
<https://journals.sagepub.com/doi/epdf/10.1177/1461444812439551>
- Hartelius, Johanna E. 2011. *The Rhetoric of Expertise*. Lanham, Maryland: Lexington Books.
- Hauser, Gerard A. 2002. *Introduction to Rhetorical Theory: Second Edition*. Waveland Press, Inc: Long Grove, Illinois.
- Herteig, Asbjørn E. 2005-2007. «Bryggen i Bergen». *Store norske leksikon*. Hentet 30. mai fra [https://snl.no/Bryggen i Bergen](https://snl.no/Bryggen_i_Bergen)
- Hirzalla, Fadi, Liesbet van Zoonen og Jan de Ridder. 2011. «Internet Use and Political Participation: Reflections on the Mobilization/Normalization Controversy». *The Information Society* 27(1), 1-15. DOI: 10.1080/01972243.2011.534360
- Jalan, Ayush. 2023. «The Evolution of Facebook: From 2004 to Meta». MakeUseOf.
https://www.makeuseof.com/evolution-of-facebook/?fbclid=IwAR31A-2M25c76-MetI2ljKohLGDkSE7hZ199pX9vSHgp-dFIWfRgO0_c06Q
- Jørgensen, Charlotte. 2009. «Hvad er retorik?». I *Retorik: Teori og praksis*, redigert av Charlotte Jørgensen og Lisa Villadsen, 11-32. Samfundslitteratur: Frederiksberg
- Kang, Minjeong. 2014. «Understanding Public Engagement: Conceptualizing and Measuring its Influence on Supportive Behavioral Intentions». *Journal of Public Relations Research* 26: 399-416.
<https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/1062726X.2014.956107?needAccess=true&role=button>

- Kaplan, Andreas M og Michael Haenlein. 2010. «Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media». *Business Horizons* 53 (1): 59-68.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Karlberg, Maria og Brigitte Mral. 1998. *Heder och påverkan*. Stockholm: Natur och Kultur
- Katz, Elihu og Paul F. Lazarsfeld. 1955. *Personal Influence: The part played by people in the flow of mass communication*. Glencoe, Ill: Free Press.
- Kjeldsen, Jens Elmelund. 2006. *Retorikk i vår tid*. Spartacus forlag: Oslo
- Kjeldsen, Jens Elmelund. 2018. *Vor tids retorik: indføring i moderne retorisk teori og metode*. København: Praxis.
- Kietzmann, Jan H., Kristopher Hermkens, Ian P. McCarthy og Bruno S. Silvestre. 2011. «Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media». *Business Horizons* 54 (3): 241-251.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681311000061>
- Larsson, Anders Olof. 2017. «Going viral? Comparing parties on social media during the 2014 Swedish election». *Convergence* 23 (2): 117-131.
<https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/1354856515577891>
- Lazarsfeld, Paul F, Bernard Berelson og Hazel Gaudet. 1948. *The People's Choice*. New York: Columbia University Press.
- Lund, Marie. 2014. «Retorisk publikum». I *Retorikkens Aktualitet*, redigert av Marie Lund og Hanne Roer, 63-85. Hans Reitzels Forlag.
- Løland, Leif Rune og Synne Lykkebø Hafsaas. 2021. «Valhammer er glad for fleirtal for Ap-byråd og for bybanen over Bryggen». *NRK*, 02. desember, 2021.
<https://www.nrk.no/vestland/floken-er-loyst.-fleirtal-for-bybanen-over-bryggen-og-ap-byrad-1.15755526>

- Malinen, Sanna. 2021. «Boundary Control as Gatekeeping in Facebook Groups». *Media and Communication* 9 (4): 73-81. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/boundary-control-as-gatekeeping-facebook-groups/docview/2597274578/se-2>.
- Morozov, Yevgeny. 2012. *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*. New York: PublicAffairs. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bergen-ebooks/reader.action?docID=868978>
- Mæland, Pål Andreas. 2021. «Bybanen til Åsane har satt sinnene i kok i 10 år. Dette har skjedd». *Bergens Tidende*, 01. oktober, 2021. <https://www.bt.no/nyheter/lokalt/i/nW4vra/bybanen-til-aasane-har-satt-sinnene-i-kok-i-10-aar-dette-har-skjedd>
- Neuman, W. Russell, Lauren Guggenheim, S Mo Jang og Soo Young Bae. 2014. «The Dynamics of Public Attention: Agenda-Setting Theory Meets Big Data. *Journal of Communication* 64 (2): 193-214. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/jcom.12088>
- NRK. «Vestlandsrevyen». 2021. Video. Nyhetssending. 23. november 2021. <https://tv.nrk.no/serie/distriktsnyheter-vestlandsrevyen/202111/DKHO98112321/avspiller>
- NTB. 2023. «Riksantikvaren godtek bybane gjennom mellomalderbyen og over Bryggen». Oppdatert 21. april, 2023. <https://kommunikasjon.ntb.no/pressemelding/riksantikvaren-godtek-bybane-gjennom-mellomalderbyen-og-over-bryggen?publisherId=17847602&releaseId=17964184>
- Obar, Jonathan A, Paul Zube og Clifford Lampe. 2012. «Advocacy 2.0: An Analysis of How Advocacy Groups in the United States Perceive and Use Social Media as Tools for Facilitating Civic Engagement and Collective Action». *Journal of Information Policy* 2: 1-25. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/advocacy-2-0-analysis-how-groups-united-states/docview/1038365119/se-2>

- Opheim, Trygve, Anders Haga, Kjetil Gillesvik, Ingrid Hjellbakk Kvamstø og Aina Fladset. 2021. «Tre utbrytere sikrer flertall for bybane over Bryggen». *Bergens Tidende*, 02. desember 2021. <https://www.bt.no/nyheter/lokalt/i/L5m1M9/tre-utbrytere-sikrer-flertall-for-bybane-over-bryggen>
- Oskarsen, Linnea Skare, Julianne Bråten Mossing, Leif Rune Løland og Oddgeir Øystese. 2021. «Bybanen skal ikke gå over Bryggen i Bergen – nå går byrådet av». *NRK.no*, 24. november, 2021. https://www.nrk.no/vestland/flertall-for-bybanen-i-bergen-i-tunnel--byradet-og-roger-valhammer_ap_gar-av-1.15742764
- Park, Namsu, Kerk F. Kee og Sebastián Valenzuela. 2009. «Being Immersed in Social Networking Environment: Facebook Groups, Uses and Gratifications, and Social Outcomes». *Cyberpsychology & behavior: the impact of the Internet, multimedia and virtual reality on behavior and society* 12 (6): 729-723. DOI:[10.1089/cpb.2009.0003](https://doi.org/10.1089/cpb.2009.0003)
- Poell, Thomas, Rasha Abdulla, Bernhard Rieder, Robbert Woltering og Liesbeth Zack. 2016. «Protest leadership in the age of social media». *Information, Communication & Society*. 19 (7): 994-1014
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369118X.2015.1088049>
- Riise, Ivar Lid, Malene Indrebø-Langlo, Daniel Gangeskar & Thea Enerud Ødegåren. «Fersk TV 2-måling: Fire av ti bergensere har svekket tillit til bystyret». *TV2.no*, 25. november, 2021. <https://www.tv2.no/nyheter/innenriks/fersk-tv-2-maling-fire-av-ti-bergensere-har-svekket-tillit-til-bystyret/14384332/>
- Riksantikvaren. 2020. «Bryggen i Bergen». Oppdatert 9. juli 2021.
<https://www.riksantikvaren.no/arbeidsomrader/verdensarv/bryggen-i-bergen/>
- Seering, Joseph, Tony Wang, Jina Yoon, og Geoff Kaufmann. 2019. «Moderator engagement and community development in the age of algorithms». *New Media & Society* 21 (7): 1417-1443. <https://journals.sagepub.com/doi/epdf/10.1177/1461444818821316>

- Smith, Brian G. og Tiffany Derville Gallicano. 2015. «Terms of Engagement: Analyzing public engagement with organizations through social media». *Computers in Human Behavior* 53: 82-90. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.05.060>
- Stang, Edda. 2018. «Resistance and protest against Norwegian Child Welfare Services on Facebook – different perceptions of child-centring». *Nordic Social Work Research* 8 (3): 273-286.
<https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/2156857X.2018.1427139?needAccess=true>
- Taylor, Maureen og Michael L. Kent. 2014. «Dialogic Engagement: Clarifying Foundational Concepts» *Journal of Public Relations Research* 26: 384-398.
<https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/1062726X.2014.956106?needAccess=true&role=button>
- UNESCO World Heritage Convention. «Bryggen». Lest 30. Mai 2023.
<https://whc.unesco.org/en/list/59/>
- Van Dijck, Jose. 2013. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. New York: Oxford University Press <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bergen-ebooks/reader.action?docID=3055231#>
- Zhang, Shaoke, Hao Jiang og John M. Carroll. 2011. «Integrating online and offline community through Facebook». *International Conference on Collaboration Technologies and Systems*. 569-578. doi:10.1109/CTS.2011.5928738