

VAKTBIKKJER I FLOKK

OM KYNISMEN I POLITISK KOMMENTARJOURNALISTIKK

En analyse av norske kommentarjournalisters omtale av Høyre-
leder Erna Solberg i valgåret 2009



Masteroppgave i medievitenskap

Pia Martine Wold

Hun mangler det meste. Velgere, støttespillere, framtidsutsikter, vinner-saker, alliansepartnere og en klar strategi.

Høyre-leder Erna Solberg er sikkert en dyktig politiker, men hun har ikke den personlige tiltrekningen som er nødvendig hos en samlende statsminister.

Erna blomstrer,
Siv visner

Høyrelederens
innlegg var et høflig
gjesp på en god dag



INNHALDSFORTEGNELSE

INNHALDSFORTEGNELSE	3
FORORD	5
SAMMENDRAG	7
1. INNLEDNING	9
1.1. SITUASJON, KONTEKST, PROBLEM	9
2. BAKTEPPE	11
2.1. POLITIKK PÅ DAGSORDEN	11
2.1.1. <i>Journalismen</i>	11
2.1.2. <i>Mediekraiet: Politikkens medialisering</i>	12
2.1.3. <i>Medienes tolkningsrammer</i>	14
2.2. KOMMENTARJOURNALISTIKK SOM SJANGER	15
2.2.1. <i>Kommentarens historie</i>	16
2.2.2. <i>Mening som merkevare</i>	18
2.2.3. <i>"Kommentariatet" – en nykomling</i>	20
2.2.4. <i>Meningstyranniet</i>	24
2.3. JOURNALISTIKKENS RETORIKK	26
2.3.1. <i>Intimisering og ethos-orientering</i>	26
2.3.2. <i>Kynismesyndromet</i>	30
3. METODE	33
3.1. METODEGRUNNLAG	33
3.1.1. <i>En metodisk avklaring</i>	34
3.1.2. <i>Hva bringer analysen til bords?</i>	34
3.2. ANALYSEMATERIALET	35
3.3. MIN ROLLE: SUBJEKTIVITET OG VERDIPÅVIRKNINGER	37
4. ANALYSE	39
4.1. SITUASJONEN	39
4.1.1. <i>Valgåret, oppsummert</i>	39
4.1.2. <i>Høyres politiske situasjon</i>	47
4.2. OVERBLIKK	49
4.2.1. <i>Når blir Erna Solberg omtalt?</i>	49
4.2.2. <i>Hva kjennetegner avisene?</i>	52
4.2.3. <i>Vendepunktet</i>	54
4.5. SPRÅK	59
4.5.1. <i>Metaforer – krig, kamp, spill, race</i>	59
4.5.2. <i>Ambisjon og posisjon - en personlig maktkamp</i>	60
4.5.3. <i>På fornavn med Erna</i>	60
4.5.4. <i>Et upopulært "tja"</i>	62
4.5.5. <i>Argumentasjon – eller ikke?</i>	63
4.5.6. <i>Kritikkpunkter i kommentarartiklene</i>	64
4.5.7. <i>Tomme og upresise karakteristikker</i>	67
4.5.8. <i>Sofistiske grep</i>	68
4.5.9. <i>Arne Strand og lettvtint retorikk</i>	71
4.5.10. <i>En analytisk tilnærming</i>	72
4.5.11. <i>Sommerens Høyre-debatt</i>	73
4.6. TENDENSER	75
4.6.1. <i>Kropp på dagsorden</i>	75
4.6.2. <i>Spådommer og skråsikkerhet</i>	78
4.6.3. <i>Kynismen som fellesnevner</i>	79
4.6.4. <i>Meningsmåling-argumentet</i>	85
4.7. "KOMMENTARIATET"	87
4.7.1. <i>Kommentatorene som markedsføring</i>	87

4.7.2. Flokken – mellom idealer og ideologi.....	93
4.7.3. La debatten begynne.....	96
5. KONKLUSJON.....	98
KILDER.....	101
FAGLITTERATUR, TIDSSKRIFTER OG DOKUMENTER	101
AVISARTIKLER	105
TV OG VIDEO	109
TELEFONSAMTALER	109
TALER.....	110
PRESSEMELDINGER	110
FAKSIMILER	110
APPENDIKS.....	112
1. UTVALGET*	112
2. OM AVISENE	117
3. STATISTIKK FOR UTVALGET.....	119

FORORD

En masteroppgave er et kjærlighetsforhold. Først må man ha en viss idé om hva man ønsker seg, deretter tester man ut de aktuelle kandidatene, før man – uvitende og med store forhåpninger – satser på den ene, rette. Så blir det sene netter, sterke følelser og stadig dypere involvering. Etter hvert blir to til én. Men selv den store kjærligheten er en humpete vei. Full av veikryss, motbakker og blindspor som krever mot til å ta sjansen. Man ender sjelden der man hadde tenkt seg, men et sted ender man like fullt.

Jeg endte med å utforske hvordan Erna Solberg ble omtalt i kommentarspaltene i valgåret 2009; det markante rolleskifte fra sydebukk til redningskvinne fascinerte meg. Avgjørelsen var motivert av en inderlig interesse for retorikk, en nysgjerrighet ovenfor politiske kommentatorers maktforvaltning og for hva som skjer når politikeres omtale plutselig endres. Som journalist har jeg selv undret meg over slike plutselige skifter, og ikke minst over at de ofte ser ut til å forekomme samtidig, uavhengig av avis. Analysen av artiklene i utvalget bekreftet disse tankene, og har gjort meg til en mer kritisk avisleser.

Med et flakkende tankeapparat som mitt, har det vært utfordrende å konkretisere ideer, holde strukturen fast og klippe greiner der det trengs. Anders Johansen, min veileder, punktumsetter og saks, har sørget for å holde svevende tanker atskilt, og latt de rette få utspille seg gjennom diskusjon og gode litteraturråd. “Streng, men rettferdig” er en betegnelse han stolt kan smykke seg med. Takk! Jeg betrakter nå min autoritetsangst for behandlet. Mamma – filosofen – må også takkes, som tålmodig og engasjert har lest mine utkast gjennom hele året, og som har møtt mine akademiske frustrasjoner med fruktbare filosofiske spørsmål. Takk til Chris for at jeg har sluppet å tenke på klesvasken. Og til beboerne på lesesal 634 – Line, Ingebjørg, Silje, Aksel, Krister og skap-634-beboer Lina: Takk for alle pausekaffekopper og for deres utholdenhet med mine høytlesninger og generelt høylytte vesen. Dorris: Takk for metodisk innsikt og korrektur formulert med strengestemmen. Og takk til Catch for konsentrasjon på høstmørke kvelder.

SAMMENDRAG

Denne oppgaven beskriver hvordan kynisme og flokkmentalitet preget kommentarjournalistenes avisomtale av Høyre-leder Erna Solberg under stortingsvalgkampen i 2009. Ved bruk av både kvantitative og kvalitative metoder har analysen bekreftet at en betydelig stemningsendring – et vendepunkt – fant sted i kommentarspaltene. Ut i fra dette har jeg undersøkt hvilket retorisk grunnlag omtalen av partilederen hadde og hvilke (språklige) årsaker som lå bak vendepunktet. Alt tyder på at flokkmentalitet preget bedømmingen av Erna Solbergs politiske prestasjoner. Det fremkommer av analysen at vendepunktet ikke er fundert i konkrete politiske årsaker, men lettvint og/eller mangelfull argumentasjon, tomme karakteristikk, (språklig sett ubegrunnet) skråsikkerhet og fordreining. Tematikken er i større grad personlig enn politisk fokusert. Valgkampen gripes ofte som et spill eller en kamp der politiske utspill tolkes av kommentatorene som en maktkamp mellom enkeltpersoners ambisjoner, og der taktikk omtales mer enn politikk i forbindelse med partilederens virke. Dette blir særlig tydelig gjennom kommentatorenes interesse i Solbergs vekt og utseende og deres hovedfokus på taktikk vedrørende regjeringssamarbeid. De øvrige tendensene kan forstås som ulike uttrykk for *kynisme* i meningsjournalistikken, noe som må problematiseres i forhold til journalistikkens demokratiske oppdrag og egne idealer. Slik kaster oppgaven nytt lys over debatten om ”kommentariatet”.

1. INNLEDNING

1.1. Situasjon, kontekst, problem

2009 var valgår. Etter fire rødgrønne år med lav oppslutning for partiet Høyre, hadde det murret jevnlig i avisene, men nå tok det av. Der Erna-kritikken tidligere var blitt ytret med hviskestemme i medier og korridorer, ble den ropt ut i riksaviser, tv-debatter og internt i partiet. Misnøyen med partileder Erna Solberg var så å si blitt en kjensgjerning. Mediene så ut til å være nærmest unisone i sin kritikk av partilederen:

Det har lenge vært kjent i politiske kretser at det er utpreget misnøye i Høyre med Erna Solberg som partileder, og særlig med hennes kandidatur som statsminister. (...) Den misnøye og usikkerhet som knytter seg til lederspørsmålet, kommer til å være en plage for Høyre fremover mot valget. Erna Solberg burde kanskje overveie å ta konsekvensen av dette.

Olav Versto, kommentar i VG, 6.2.2009

Erna Solberg får det ikke til. Hun skaper liten eller ingen begeistring blant sine egne velgere. Og hun makter ikke å skaffe partiet sitt nye. Innhyllt av partilederens tidvis ugjennomtrengelige taletåke, skulper Høyreskuta dvaskt rundt 14-17 prosent på meningsmålingene. (...) Derfor er da også misnøyen med Erna stor langt inn i egne rekker. Det murrer. Og det har gjort det lenge. Ikke bare strever hun tungt med å profilere partiet i rollen som partileder. Hun mangler også troverdighet som statsministerkandidat. Det lider Høyre under. Og det lider også hele det borgerlige prosjektet under. (...) Det at akkurat nøkkelpartiet Høyre mangler en sterk, tydelig og troverdig statsministerkandidat, er også en del av de borgerliges problem.

Stein Kåre Kristiansen, politisk redaktør i TV2 på sin blogg, 6.2.2009

Erna Solberg liker seg best i tåkeheimen. Det er ikke noe blivende sted for en partileder som vil bli statsminister. Per-Kristian Foss blir den beste statsministerkandidat Høyre aldri fikk.

Arne Strand, Dagsavisen (7.2.2009)

I store deler av norsk presse – aller mest synlig hos kommentatorene – var det opplest og vedtatt at Høyres lave oppslutning skyldtes Erna Solberg; hun var blitt en syndebukk, og Høyres velgerproblem ville derfor kunne løses ved å bytte ut partilederen, skulle man tro avisenes politiske «eksperter». Vaktbikkjene så ut til å gå i samlet flokk.

Men hva var det med Erna Solberg som ifølge kommentatorene hindret henne i å overbevise som politiker? Hvilket retorisk grunnlag hadde kritikken – hva var begrunnelsen for at hun ble omtalt som en utydelig politiker som "mangler troverdighet", slik TV2s politiske redaktør påpeker i sin blogg? Og tilsvarende: Hva var grunnlaget for den positive Erna-bølgen som skylte inn over spaltene i august, da Solberg så ut til endelig å få unison medvind i avisene etter sin første partilederutspørring på NRK¹?

¹ Se for eksempel Bergens Tidendes forside 28. 08.2009: «Solberg får æren for Høyre-opptur».

Oppgaven søker å besvare disse spørsmålene ved å kartlegge omtalen av Erna Solberg gjennom dette året. Solberg er kasus fordi hun synes å være et tydelig eksempel på hvordan et politiker-image blir skapt gjennom den politiske journalistikken, og på hvor raskt et slikt image kan endre karakter. Målet er å beskrive hvordan den politiske kommentarjournalistikken gjennom sitt språk, sine vinklinger og presentasjon bidrar til denne prosessen; kort sagt hvordan de behandler den politiske virkeligheten. Analysen vil ta for seg et bredt utvalg kommentarer som dreier seg om Erna Solberg i 2009 fra januar til september, og se på hvilke metoder og virkemidler kommentatorene bruker for å overbevise; hvordan de argumenterer og gjennom sin retorikk konstituerer Erna Solberg-skikkelsens karakter. Jeg vil trekke på situasjonelle forutsetninger når slike legger rammer for forståelsen av artiklene, det være seg nyhetsartikler eller spesielle hendelser i den politiske sfære løpet av året. Kommentarartiklene vil holdes opp mot meningsjournalistikkens sjangerspesifikke og samfunnsrelaterede idealer, den makt journalistene forvalter, samt mot teorier om politikken medialisering, intimisering av offentligheten og journalisters yrkesideologi som kan forstås med begrepet *journalismen*.

Den danske retorikeren Christian Koch publiserte i 2009 en artikkel om kynismens doxa i den politiske journalistikken. Min analyse er et forsøk på å belyse hans teori i en norsk sammenheng. Preger kynismen norsk politisk kommentarjournalistikk? Kan et ladet begrep som "kommentariatet" berettiges? Jeg vil løfte analysen av Solberg-dekningen ved å gå inn i "kommentariat-debattens"² kontekst, og bruke funnene til å avgjøre om en slik debatt er på sin plass i norsk offentlighet.

² Audun Lysbakken (SV) og Torbjørn Røe Isaksen (H), startet i 2008 debatt med artikkelen "Kommentariatets diktatur" (Samtiden 1/2008).

2. BAKTEPPE

2.1. Politikk på dagsorden

Medienes makt har økt gradvis til et nivå der vi ikke bare kan si at politikeres, partiers og regjeringers skjebne avgjøres i mediene, men også i stor grad av mediene (Jenssen og Aalberg 2009:7).

Mediene er vår tids offentlige rom. Det er i mediene de fleste debattene foregår og i mediene at brorparten av publikum møter politikk og politikere. Journalistikken overvåker, filtrerer og formidler. Denne prosessen er på ingen måte en objektiv affære. Journalistikk kan betraktes som "sosial konstruksjon av virkeligheten" (Schudson 1991:141). Journalistene legger gjennom sin dagsorden- og definisjonsmakt føringer for demokratiets innbyggere gjennom sitt utvalg, dekning og vinkling av saker og personer. Politiske aktørers troverdighet blir dermed "medieformidlete størrelser, som ikke er uavhengige av den journalistiske formidlingen" (Eide 2001:25). I denne strukturelle forståelsen av maktbegrepet angår spørsmål om journalistikk og makt "noen av de mest komplekse aspekter ved makt og maktdebatt" (Eide 2001:16f). Makten manifesteres i diskurser og profesjonens bevisste og ubevisste logikker (ibid.:16). I lys av dette blir det mulig å diskutere og problematisere journalistenes forvaltning av pressens makt.

2.1.1. Journalismen

Opplysning av folket og avkledning av den elitære makten på vegne av samfunnet er viktige idealer i journalistikkens selvforståelse (Allern og Pollack 2009:9). Den journalistiske makten kommer til uttrykk gjennom *hvordan* dette gjøres; gjennom "journalistisk logikk og journalistisk inspirerte forståelsesformers ekspansjon, og journalistiske logikkers betydning for samfunnets øvrige felt og arenaer" (Eide 2001:52). Dette kalles gjerne journalistikkens profesjonelle yrkesideologi, eller med Olof Peterssons ord *journalismen*. Petersson tillegger journalistene "omfattende, ukontrollert makt og mangelfull intern kritikk" både som yrkesgruppe og samfunnsklasse (Eide 2001:65, Petersson 1994). Med *journalismen* menes her en blanding av elitisme og populisme der journalistens funksjon – å gjennomskue makthaverne (mediemakten ikke inkludert) – er en grunnleggende bestanddel i demokratiet. Begrepet dreier seg om hvordan journalisten selv betrakter sin profesjon; han eller hun ser det som sitt ansvar å utføre og formidle analyse og fortolkning til leserne. "Det er et sentralt innslag i denne [profesjons-]ideologien at journalistens lederrolle feires [...]" (Eide 2001:50). Folket står på den ene siden, makthaverne på den

andre – og journalistene står midt i og tar oppdraget det er å utfordre makten på folkets vegne. Journalistenes verdivurderinger funderes i dette oppdraget.

Journalismen kan oppfattes som et ledd i en faglig strategi for å styrke journalistenes posisjon (Eide 2001:66). I et slikt lys blir det fruktbart å forstå avisenes satsning på egne eksperter og meningsjournalistikk som en del av profesjonaliseringsprosessen. Meningsjournalistikken illustrerer kanskje mer enn noen sjangre hvordan journalisten tar på seg oppdraget å fortolke, utfordre og kritisere makten på publikums vegne. Kommenterjournalisten spiller den tydeligste rollen i forvaltningen av dette selvplagte samfunnsoppdraget. Vedkommende er i en særegen rolle fordi han/hun besitter autoritet til å være så subjektiv han/hun vil. Kommenterjournalisten legger helt eksplisitt føringer for, regisserer, iscenesetter og dramatiserer politikken. Et godt eksempel fra valgåret 2009 var da tre sentrale kommentatorer³ før valgkampens siste fase svarte i et intervju at regjeringsspørsmålet kom til å prege innspurten av valgkampen. Her la de åpenbart noen klare føringer for hva som er viktig for velgerne å bry seg om. Gjennom sine verdivurderinger og forsøk på å avkle "makten" – politikerne i vårt tilfelle – bekrefter kommenterjournalisten sin yrkesautoritet og med dét den journalistiske ideologien.

2.1.2. *Mediekratiet: Politikens medialisering*

Valgkamp er ikke noe som eksisterer løsrevet fra nyhetsjournalistikkens kameralinser og notatblokker. Valgkampvirkeligheten produseres. Valgkampen skapes, den bedømmes, og har mye av sin påvirkningskraft i og med mediene. (Henrik Thune⁴, kronikk i Aftenposten 7.9.2009)

Mediekratiet er ifølge Henrik Thune betegnelsen på det demokratiet vi har i Norge i dag. I motsetning til i et klassisk flertallsdemokrati, mener han at samfunnsutvikling og medieutvikling skjer i en symbiose, "der politisk ideologi og resonnementer erstattes av politikerens medieoperatør" (ibid.). Altså at politikerens av journalistene ikke tillegges politiske hensikter, men omtales i kraft av sitt image, sin privatperson og sine ambisjoner, sin evne til "spin" og spill – sitt medietekke. Thunes begrepsbruk har mye til felles med kynismeteorien, og får på samme måte en normativ konsekvens. Med *mediekratiet* søker Thune å ansvarliggjøre massemediene – med NRK1 som eksempel – i forhold til sin makt og samfunnsansvar, nettopp ved å sette søkelyset på hvordan den politiske journalistikken utformes. Han mener at den politiske journalistikken overstyrer og trivialisierer

³ Marie Simonsen (Dagbladet), Arne Strand (Dagsavisen) og Håvard Narum (Aftenposten) i VG-artikkelen "Mediene avgjør politikernes valgkampssaker" 28.08.

⁴ Statsviter og seniorforsker ved Norsk Utenrikspolitisk institutt.

valgkampen, trekker endelige og bastante konklusjoner i stedet for å analysere, og med dette misbruker sin makt.

Dersom slik makt(mis)bruk er reell, er det all grunn til å rette et kritisk søkelys mot *mediokratiet*. Særlig med tanke på at det er en utbredt påstand at journalistene utøver en selvstendig og dominerende innflytelse på politisk kommunikasjon og politiske beslutninger i dag (Esmark og Kjær 2000: 25). Dette er imidlertid verken en ny situasjon eller en ny akademisk interesse. Forskningsfeltet går langt tilbake; Gudmund Hernes favnet mange lignende tanker i sitt begrep om det "mediavridde samfunn" allerede i 1978, Kent Asp (1986) kalte det "politikkens medialisering". Uansett hvilket begrep man velger å bruke, dreier det seg om en samfunnsutvikling der avhengighetsforholdet mellom politikere og massemedia blir tettere, med de implikasjoner dette har for både politikk og journalistikk.

Interessen for slike spørsmål vokste gradvis fra nittitallet og utover 2000-tallet i Skandinavia (Esmark og Kjær 2000:26). En dansk survey utført av Anders Esmark og Peter Kjær (1998) viser at 80 prosent av spurte politikere svarer bekreftende på at "den politiske journalistikk er blevet mere præget av fokusering på enkeltpersoner, enkeltsager, sensationer og skandaler." Den politiske journalistikken *oppfattes* altså som overdreven forenkling av en komplisert politisk virkelighet⁵ (Esmark og Kjær 2000:28). At forholdet mellom journalistisk formidling og den politiske virkelighet kan reise en slik bekymring, skyldes nettopp antagelsen om at journalistiske former og kriterier for organisering og fremstilling av det politiske stoffet i dag *bestemmer* de grunnleggende spillereglene for politisk kommunikasjon (Esmark og Kjær 2000:29).

Esmark og Kjær peker på flere danske eksempler på denne mediebekymringen, og tilsvarende initiativ spores også i Norge. Makt- og demokratiutredningen fra 2003 ytrer sin bekymring for medialiseringen av samfunnsdebatten og politikken; det hevdes at medienes politiske selvstendighet har gjort dem til "en viktigere arena i kampen om velgeroppslutning. Konsekvensen er at politikken vris mot det dagsaktuelle og bort fra det langsiktige og prinsipielle" (NOU 2003 19: 11.5). Mediehverdagen omtales som et spill som utformer den offentlige dagsorden i medietilpasset form. Dette er i hovedsak kritikk rettet fra akademisk hold. Journalistene selv inntar gjerne et litt annet perspektiv. Mangeårig journalist Christian Borch (2009) forstår disse tendensene som et resultat av

⁵ Her ser vi igjen hvordan Kochs teori kommer til uttrykk.

markedsmekanismens inntog i politikk og media. Han avviser imidlertid "anklager om at vi i media blåser den politiske debatten av sporet og skaper vår egen agenda", hans resonnement er at "journalistikkens oppgave er å rette søkelys mot måten makten forvaltes på", og at "da blir det gjerne til at tingene blir satt på spissen. Der sitter de som kjent best" (ibid.:178f). "Spissingen" Borch snakker om foregår imidlertid innenfor den samme konteksten, de samme rammer, som han kritiserer.

2.1.3. Medienes tolkningsrammer

Kildene kan [altså] planlegge sin innsats til minste detalj og finpusse sine mediestrategier til perfektjonisme, men resultatet er likevel aldri helt ut gitt på forhånd (Martin Eide 2001:44).

Politikk kan sees som en kamp om dagsorden (Aardal og Krogstad et al. 2004:20). Som McCombs og Shaw (1972) viste i sin studie fra den amerikanske presidentvalgkampen i 1968, er politisk dagsorden en av de viktigste faktorene som påvirker triangelet politikere-medier-velgere. Medienes dagsorden blir publikums dagsorden, hvilket er verifisert i et hundretalls oppfølgingsstudier (Jenssen og Aalberg 2007:262). Det betyr ikke at mediene forteller hva folk skal mene, men hva – eller hvem – de skal mene noe om (Waldahl 1999).

Det er imidlertid ikke bare *hva* mediene velger å sette på dagsorden som har betydning for politikere og velgere; *hvordan* en politisk sak presenteres har også sitt å si. Dette *hvordan* betegner vi gjerne som medienes *tolkningsrammer*. I et generelt perspektiv med tanke på nyhetsformidling skilles det mellom episodiske og tematiske nyhetsrammer (Iyengar 1991). Førstnevnte vektlegger enkelthendelser og egenskaper tilknyttet bestemte personer og spesifikke saker, og leder velgerne mot et fragmentert og konkretisert verdensbilde. En tematisk nyhetsramme inviterer derimot til en generell og sammenhengende forståelse gjennom sitt fokus på allmenne og abstrakte aspekter ved samfunnets hendelser (Aardal og Krogstad et al. 2004:21, Iyengar 1991). Selv om det i norsk sammenheng ikke eksisterer bred, systematisk kunnskap på dette feltet, har forskere i USA vist at amerikanske fjernsynsnyheter i stadig større grad inntar en episodisk tilnærming til nyhetsrammer (ibid. Aardal og Krogstad, ibid. Iyengar). Mange har påpekt at saksfokus og personlige egenskaper har fått større betydning i nyhetsformidlingen også i Norge (Allern og Pollack 2009, Johansen 2002, Eide 2001, Krogstad 1999). Når avisenes kommentatorer gjennom personkritikk og ved å påpeke enkelthendelser trekker frem fjerning av Erna Solberg som løsningen på Høyres problem, er dét et eksempel på episodiske tolkningsrammer for nyhetsformidling. Det motsatte vil eksempelvis være en analyse av partiet Høyres utvikling

sett i lys av samfunnsutviklingen i staten Norge. Episodiske tolkningsrammer får to viktige konsekvenser: Hendelser som ikke lar seg redusere til personifisering, konkretisering og bilder, slipper vanskeligere forbi mediens portvoktere⁶. For det andre blir årsaksforholdet i politiske spørsmål påvirket; inntrykket som sitter igjen er at konkrete personer, ikke strukturelle forhold eller myndigheter, er opphav til det bestemte problemet (Aardal og Krogstad et al. 2004:21). Motsatt vil en tematisk nyhetsramme skyve ansvarsforholdet fra individ til samfunn.

Der tolkningsramme-begrepet tar for seg mediens formidling av politiske budskap, hendelser eller tema, omfatter *priming*-begrepet mediens opptatthet av aspekter og egenskaper ved saken eller aktørene (Aardal og Krogstad et al. 2004:22). Gjennom sine valg av vinklinger – bevisst eller ubevisst – bidrar journalistene til å etablere standarder som partier og politikere vurderes etter (Allern 2001b:61, Iyengar og Kinder 1987, Aardal og Krogstad et al. 2004:22). Mediefokuseringen påvirker hvilke kriterier velgerne støtter seg på når de vurderer politikernes innsats. Priming-begrepet gjør seg derfor gjeldende i forhold til de bestemte kriterier som ligger til grunn for kommentarenes støtte/kritikk av Erna Solberg.

2.2. Kommentarjournalistikk som sjanger

Politisk kommentarjournalistikk har en særegen funksjon innen journalistikken (Enli i Allern 2009:121). Sjangeren har essayistiske trekk og tillater subjektivitet, spekulasjon og fortolkning. Slik skiller den seg markant fra resten av nyhetsjournalistikken, der objektivitetsidealet og det nøytrale, konsise språket står sentralt. Kommentarjournalistikk omfatter i utgangspunktet redaksjonelle lederartikler⁷, kommentarer og analyser (Allern 2001a), og kan betegnes som "en kilde til meningsdannelse og meningsartikulering, dagsordensetting og dagsordensevaluering" (Nimmo og Combs 1992:8). Denne oppgaven befatter seg med lederartikler og de signerte kommentarene skrevet av journalister med autoritet i politikfeltet og prioritert (gjerne fast) redaksjonell spalteplass i avisene. Ifølge Nimmo og Combs (1992:12f) er disse spaltene "en stilistisk dramatisering ikke bare av saken i seg selv, men også av den lærde journalistens rettmessige status som en opphøyet

⁶ Begrepet *gatekeeper* er hentet fra Dennis McQuail (1994:213), og betegner "Proessen der utvelgelse gjøres i mediearbeidet, spesielt der avgjørelser om hvorvidt en nyhetshistorie skal eller ikke skal slippes gjennom nyhetsmediets «porter» og inn i nyhetskanalene".

⁷ En leder er "en usignert meningsytring på vegne av avisen" (Gauslaa og Hauglid 1997:14).

autoritet." *Pundits*⁸ – eller synsere – kaller Nimmo og Combs disse spaltistene, og trekker linjer helt tilbake til sofistene i det gamle Hellas (1992:10). *Stjernekommentatorer* er også et fruktbart begrep i denne sammenheng, brukt av Gunn Sara Enli for å betegne avisenes høyt profilerte fortolkningsleverandører i sin artikkel om Ramin-Osmundsen-saken⁹ (i Allern og Pollack 2009:134). I dag er kommentarsjangeren gjerne avisens spydspiss, og kommentatorene avisens elite. Avisene, tv- og radiokanalene og nettavisene bruker hverandres kommentatorer som eksperter, for eksempel kommenterer Dagsavisens Arne Strand jevnlig for TV 2s nyhetsendinger¹⁰. Dette gir kommentaren som sjanger, og ikke minst kommentatorene en betydelig autoritet. Når man samtidig er klar over at de politiske kommentarene vanligvis vil speile en bestemt oppfatning av verden, både når det gjelder standpunkt og hvilke kilder som benyttes (Allern 2001b:51), er ikke denne autoriteten uproblematisk. Dét gjelder enten det er journaliseringen eller andre ideologier (som eksempelvis politiske sympatier) som skulle ligge til grunn. Nettopp ideologiske motivasjoner og grad av autoritet hos kommentarjournalistene, har imidlertid endret seg betraktelig gjennom sjangerens historie.

2.2.1 *Kommentarens historie*

For ti år siden var det ikke så mange kommentatorer. Men i pakt med internettets fremvekst som nyhetskanal, er disiplinen blitt et satsingsområde. Kommentatorer skal, fortrinnsvis, gi dybdekunnskap, vise sammenhenger og stimulere debatt. De skal gi noe mer enn den jevne nyhetsflyten (Frank Rossavik i Morgenbladet 18.9.2009).

Kommentarsjangeren og meningsjournalistikken skal i dag være de objektivitetssøkende nyhetsmedienes rom for frie, subjektive ytringer. Som siterte kommentator Rossavik gir uttrykk for har det ikke alltid vært slik. Kommentarens historie er lang, men det er først og fremst overgangen fra partiavis til sensasjonsavis (Roksvold 1997) som er relevant for en drøfting av kommentarens sjanger og rolle i dag. Tiden fra 1870 og hundre år fremover regnes som partiavisenes tid (ibid.). I denne perioden var kommentaren å regne som et politisk middel som i økende grad ble et utløp for partipropaganda (Sneve 2002:28). Som meningsprodusenter var kommentatorene styrt av avisens grunnholdning. I den grad sterke meninger kom på trykk, var de i tråd med denne holdningen.

⁸ Begrepet favner medienes bruk av eksperter som kommenterer, analyserer og rapporterer fra politikken – for publikum – i et offentlig forum (Nimmo og Combs 1992).

⁹ Manuela Ramin-Osmundsen var den første statsråden med minoritetsbakgrunn i norsk regjering. Hun gikk av etter fire måneder med heftig medietrykk som følge av kritiske omstendigheter omkring hennes ansettelse av Ida Hjort Kraby som nytt barneombud (Enli i Allern og Pollack 2009:121).

¹⁰ Mer om dette i kapittel 2.2.2.

Fra og med 1970-årene ble avisene løsrevet fra sine partipolitiske bånd. I sammenheng med andre faktorer, som fremveksten av kringkastingsmediet og bruddet i Arbeiderpartiets hegemoni på 1960-tallet, vokste det nå frem en mindre refererende og mer undersøkende og kommenterende journalistikk (Igland og Stølås 2008:36f). Man søkte ut fra de lukkede partimøtene som bandt journalistenes lojalitet, og i stedet mot frie kildenettverk av samfunnstopper som dannet grunnlaget for analyse av politikkers liv og makt (ibid.:38). Til og med NRK, som frem til 1970-tallet nærmest bannlyste kommentarvirksomhet, innlemmet sjangeren utover tiåret. Det hadde vært politiske elitekilder som hadde tatt seg av fortolkningen av politikk i rikskanalen (Allern 2001b:137). I løpet av 70-tallet og i tiåret som fulgte oppsto imidlertid gradvis en gruppe av politiske kommentatorer – både i NRK og i avisene – som ga journalistikken større makt til å definere den politiske arenaen utenfor de politiske partienes rammer (Enli i Allern 2009:124, Neveu 2002). Slik vokste en stadig mer profesjonalisert journalistikk frem; en ny bransjespesifikk ideologi – felles for journalistene – avløste det politiske verdigrunnlaget som hadde vært knyttet til arbeidsgiver; den enkelte avis. Det demokratiske oppdraget ble den nye tilhørigheten, og journalismen slik vi kjenner den i dag har sine røtter i denne utviklingen.

Med profesjonaliseringen endret også kommentatorenes rolle seg. Fra å hente legitimitet i sin innsikt i partienes "lukkede rom", ble rollen som maktutfordrer og -gjennomskuer kommentatorens belegg for å *mene*. Journalisters selvtillit styrket seg i denne overgangen, noe som i dag kommer konkret til syne i for eksempel terningkast når politikere skal vurderes (Ottosen og Røssland et al. 2002:151), eller i markedsføring av kommentatorene. Sneve (2002:53) snakker om et *spaltist-ideal* der sjangeroverskridelse og personlig vri er kjennetegn. Kommentatoren blir kommentaren, mener han. Med dette beveger kommentatorene seg også inn i en ekspertrolle. Ekekrantz og Olsson kommenterte allerede i 1994 – på bakgrunn av sin store historiske studie av den svenske journalistikkens fremvekst og forandring på 1900-tallet – hvordan journalistene selv kom til å overta ekspertenes rolle som fortolkere (siteret av Pollack i Allern og Pollack 2009:102). Og siden slutten av nittitallet, altså i løpet av de siste ti årene, har politisk kommentarjournalistikk tatt et stadig større jafs av spalteplassen i mediene generelt og norske aviser spesielt (Øvrebø 2003, Djerf-Pierre og Weibull 2008).

Vår tids satsning på og prioritering av meningsjournalistikk henger nok sammen med den

enorme veksten i tilgjengelig informasjon som nye medier har ført med seg. Uten å elaborere videre om nettavisenes æra, må det noteres at deres tilblivelse og stadig større markedsandeler har utfordret papiravisenes aktualitet. Som en konsekvens har papiravisene erkjent sitt mediums manglende evne til å følge nyhetsracet på nettavisenes publiseringspremisser, og heller valgt å fremme blant annet kommentarjournalistikk som sitt kjerneområde (Enli i Allern og Pollack 2009:125, Igland og Stølås 2008:25). Med økt tilgang til informasjon følger dessuten et behov for noen som kan hjelpe leseren i prioriteringen – nettopp denne veiledningen er i dag en grunnleggende del av det demokratiske oppdraget journalistene har gitt seg selv (Sneve 2002:42). Dagens kommentar er med andre ord ikke nødvendigvis mindre ideologisk enn i partiavis-tiden.

”Å presentere sterke meninger er utruleg tidsriktig. Det er den store trenden i presse-Noreg” har Morgenbladets kulturredaktør Lena Lindgren tidligere uttalt (i *Vårt Land* 9.10.2006, sitert av Igland og Stølås 2008:5). Og sjangerens plass i norske aviser i dag er sterk og synlig, og det brukes betydelige ressurser på den: Aftenposten har en søndagsseksjon med navn *Kommentaravisen*, Dagbladet har gjort ”sterke meninger” til et slagord og meningsbærende aviser som Morgenbladet og Klassekampen vokser i opplag (Igland og Stølås 2008:5, 46). Sigurd Allern (2001a) fant i en analyse av ti aviser at kommentar- og debattstoffet utgjorde ni prosent av samlet redaksjonelt areal, med *Vårt Land* og *Adresseavisen* på topp med henholdsvis 15 og 14 prosent. Sneve (2002:31) fant sågar at antallet kommentarartikler i fire riksaviser økte ”kraftig” fra fra 1991 til 2001.

2.2.2 Mening som merkevare

Dagbladet står som et godt eksempel på hvordan mange aviser nå bruker kommentarer og kommentatorer som merkevarebygging. Avisens politiske kommentator Marie Simonsen får både ansikt og kropp spredd over både forsiden og baksiden¹¹ støtt og stadig. Journalisten er blitt ekspert, og avisene formidler ekspertisen; politikerne snakker, og journalistene forteller hva de *egentlig* sa. De ”drøfter hva politikerne tenker og føler, avsløre[r] deres skjulte motiver og vurdere[r] hva som blir konsekvensene” (Enli i Allern og Pollack 2009:125). Som følge av denne utviklingen, har kommentaren stadig oftere blitt møtt med kritikk, sett i lys av journalistens objektivitetsrolle og opplysningsoppdrag. Den

¹¹ Dagbladet la i 2009 om formatet, og gikk over til å samle alt meningsstoff bakerst i avisen, med en fast kommentar akkompagnert av et stort bilde av journalisten på baksiden.

politiske journalistikken beskyldes for å være tendensiøs, overflatisk, personfokusert og kynisk. Samtidig har den politiske journalistikken beveget seg i retning metajournalistikk, altså en selv-referering og re-fortolkning av hendelser som i utgangspunktet er mediert (Enli i Allern og Pollack 2009:130). Kommentatorer som kommenterer sin egen påvirkning i valgkampen er et tydelig eksempel på dette¹². På 2000-tallet utviklet det seg en tendens til at mediekritikken også ble en del av "den rituelle skandaliseringen"¹³ (ibid.). Måten mediene ble kritisert og tok selvkritikk på i etterkant av tidligere helseminister Tore Tønnes selvmord i 2002, den nevnte Ramin-Osmundsen-saken eller daværende LO-leder Gerd-Liv Vallas sykemelding etter Valla-Yssen-konflikten i 2007 er representative eksempler.

Språk, praksis, form og innhold endrer seg med samfunnet, følgelig også journalistens rolle som samtidens fortolker (Djerf-Pierre og Weibull 2008). Det interessante med den moderne kommentatorens fortolkende rolle er at vedkommende legitimerer denne rollen i selve medieerfaringen, ikke (nødvendigvis) i politisk eller akademisk ekspertise (Arnoldi 2005:42). Man begrunner analyser og meninger med sin journalistiske erfaring/medieerfaring, ikke med utdanning, fagkunnskap eller undersøkelser. Da får også politikerne mindre å si når det gjelder å sette dagsorden – for journalistene vet best, det er de som kan og skal avdekke maktens sanne ansikt ved å *gjennomskue* politikerne. I 2009-valgkampen finnes et godt eksempel på dette i en VG-artikkel (28.8), der journalisten har spurt de mest profilerte kommentatorene/politiske redaktørene om hvem som setter dagsorden i valgkampen – pressen eller politikerne selv. Arne Strand (Dagsavisen) svarer at "politikerne har liten makt til å bestemme hvilke saker som skal tas opp. [...] Langt på vei er det mediene som setter dagsorden", og mediene "kan bestemme hvilke saker velgerne skal være opptatt av". Marie Simonsen svarer at

De fleste vil nok si at pressen IKKE bør få sette dagsorden, men jeg vil heller si at valgkampen blir bedre dersom politikerne ikke har full kontroll. Jeg synes debattene og valgkampen så langt har vært litt skuffende, nettopp fordi politikerne har fått styre.

Kyrre Nakkim (NRK) er også klar på at journalistene bestemmer hvilke saker som blir fokus: "Hvis politikerne fikk velge ville vi bare diskutert de samme kjernesakene hele tiden". Slik blir det journalistene som vet hva velgerne vil ha, på bakgrunn av sin medieerfaring. "Partiene har partipolitiske agendaer mens journalistene ser på hva som er

¹² Se sitat fra Adresseavisen-kommentator Sæther i kap. 2.2.3. for et typisk eksempel.

¹³ Den mediale skandalen oppstår når mange redaksjoner vurderer en saks nyhetsverdi på samme måte, og samler seg om en kritisk rapportering, ofte med samme dramaturgi og hovedvinkling, over tid (Allern og Pollack 2009:11f).

interessante saker til enhver tid”, for å si det med politisk redaktør i VG Hanne Skartveits ord. Det medieinteressante er viktigere enn det politiske. Slik gjør journalisten seg gjeldende i kommentatorenes ideologi.

2.2.3. "Kommentariatet" – en nykomling

Kommentariatet er blitt viktigere det siste tiåret. Kommentariatet har makt over partienes offentlige profil og over politikkenes virkemåte (*Kjersti Thorbjørnsrud¹⁴ til Morgenbladet 11.09.2009*).

I 2009 ble begrepet "kommentariatet" brukt 36 ganger i massemediene¹⁵ i Norge. I 2008 ble det brukt 42 ganger. I 2006 og 2007 ble det brukt én gang, mens det ikke er å oppdrive pre 2006. Begrepet er altså forholdsvis nytt, og nevnes blant annet av statsviter Tor Midtbø i boken *Skandaler i norsk politikk* (2007). Mediemogulen Rupert Murdoch har brukt ordet lenger, men i en noe annen forstand; for Murdoch er kommentariatet et skjellsord for medieinstitusjonenes uskreve lover og regler, eksempelvis journalistenes rett til å *mene*, uavhengig av eier (VG 11.8.2007). Kommentariatet – i Midtbøs begrepsforståelse – brukes for å betegne det man kan kalle medienes voksende kommentatorvelde; altså utviklingen mot stadig flere kommentatorer som kommenterer, profileres og – som en konsekvens – tilegner seg en slags mektig dommerrolle som følge av at de er mange og ofte enige, jf. *pundit*-begrepet som jeg diskuterte over.

Politikerne Audun Lysbakken (SV) og Torbjørn Røe Isaksen (H) hevdet i 2008 at norske politiske kommentatorer har en for stor – og uheldig – innflytelse på det politiske liv (Samtiden 1/2008). De etterlyste mer politisk substans i rikspresen:

[...] diskusjonen om de politiske sakene [er] trengt til side av terningkast, ekspertpaneler, standup-komikere og personfokus. Alle taper på denne utviklingen. Vi politikere framstår som uærlige eller idioter, gjerne begge deler, og mister folks tillit. Vanlige velgere mister sitt viktigste grunnlag for å ta en veloverveid beslutning om hvem de skal stemme på (1/2008:6).

Ved å bruke kommunevalget i 2007 som eksempel, pekte de på det de mente var svært uheldige trender i norsk politisk journalistikk: Stadig mer oppmerksomhet om taktiske spill og skandaler, tomme karakteristikker, fokus på form fremfor innhold og person fremfor sak, samt fravær av faktisk politisk diskusjon. Lysbakken og Røe Isaksen stilte følgende diagnose:

Norsk politisk journalistikk er syk. Den er smittet av sportsjournalistikken, og lider av overflatskhet og alvorlig mangel på relevans. Symptomene er flokkmentalitet, skandalerytteri og kommentatorvelde. Resultatet er at det politiske ordskiftet fordummes, og politikkenes kraft svekkes.

¹⁴ Medieforsker ved NTNU med politisk journalistikk som spesialfelt.

¹⁵ Dette og følgende tall er hentet fra Retriver.

Sykdommen er langt framskreden både i mediernes nyhetsdekning, i TV-debattene og hos de politiske kommentatorene. Det begynner å haste med å finne en kur (ibid.:4).

Med artikkelens tittel, "Kommentariatets diktatur", viste de til at kommentatorene skal tolke stadig flere innslag på TV og radio, og til slutt komme med innslagetes fasit (ibid.:6). De to politikerne pekte på at kommentariatet på denne måten får en avgjørende innflytelse over hvordan selve valgkampen skal se ut, og at journalisten vil sørge for at kommentatorenes selvpålagte maktfortolkning på publikums vegne blir ensartet og subjektiv:

Basert på meningsmålinger, magesfølelse og mer eller mindre kvalifisert synsing, kan vinnere og tapere nærmest utropes på forhånd, og under valgkampen hører det til unntakene at det planlagte scriptet endres. Dermed blir også kommentariatet bundet opp, for det tar seg dårlig ut å endre analyse underveis (ibid.:6)

Hovedproblemet er ifølge Lysbakken og Røe Isaksen ikke at "maktspill og posisjonering får fokus i avisene" (ibid.:3). Men hvis dette blir det normale formatet for å presentere og diskutere politikk, "gjør det noe med den demokratiske samtalen", ifølge dem (ibid.).

Artikkelen satte i gang et ordskifte som vedvarte gjennom 2008 og 2009, og den ble tema for artikkelserier i blant annet Klassekampen og Morgenbladet. "Kommentatorene tar for stor plass. De skygger for politikerne" hevdet tidligere formann i Fremskrittspartiet Carl I. Hagen i en nrk.no-sak (4.8.2009). "Mediedrev¹⁶", "skandalejournalistikk" og "politiske dommere" ble omdiskuterte begreper. Høyskolelektor Magne Lindholm ved Journalisthøgskolen i Oslo var en av de som svarte på og til en viss grad støttet Lysbakken og Røe Isaksens bekymring:

Journalistene kunne også begynne å vedstå seg sine vurderinger, og innrømme for seg selv og publikum at deres selvpålagte nøytralitet er en myte. Også journalister er politiske aktører (Kronikk i Dagbladet 18.3.2008).

I det som utviklet seg til å bli en rimelig polarisert metadebatt deltok også kommentarjournalistene selv med artikler og analyser av kommentariatet som fenomen. De gikk derimot stort sett i skyttergraven. NRKs Kyrre Nakkim (Dagbladet 03.03.08) og TV 2s Stein Kåre Kristiansen (Dagbladet 04.03.08) kritiserte begge politikerne i harde ordelag. Aftenpostens Håvard Narum mente diskusjonen ikke kunne tas på alvor:

For hvordan skal du seriøst møte påstander om at norsk politisk journalistikk er syk, og at flokkmentalitet, skandalerytteri og kommentatorvelde fordamper det politiske ordskiftet og svekker

¹⁶ Med *mediedrev* menes en intens kritisk rapportering mot en eller flere personer med personfokuserende anklager om normbrudd som karakteriseres som en skandale, der flere nyhetsmedier deltar over tid med samme perspektiv og der utgangen på saken er uviss (Allern og Pollack 2010:11).

politikkenes kraft? (...) Slik primitiv pingpong er dårlig egnet til å forbedre den politiske kommentarjournalistikken. (Aftenposten 6.3.2008)

Dagbladets John Olav Egeland stilte seg i samme klasse, og mener kritikken er "pinlig forutsigbar" og "mangler refleksjon" (Dagbladet 4.3.2008). Han skriver at journalistenes makt over politikerne er vevd inn i de politiske prosessene, og avviser at lengre debattprogrammer, lengre taletid og resonnementer, fokus på sak og løsninger fremfor personer og konflikter vil kunne styrke demokratiet. Han kommenterer ikke den konkrete kritikken som Lysbakken og Røe Isaksen presenterer i form av journalistiske eksempler fra NRK, TV 2 og riksavisene, det eneste han sier om eksemplene er at de "utviser mangel på refleksjon". Egeland hevder derimot å gjennomskue politikerne:

Dette handler nå som før om kontroll med samfunnsdebattens premisser. Om innflytelse på mikrofonens retning og styrke. Jeg kan ikke se at det er noe mål å øke politikernes innflytelse på mediernes prioriteringer. Problemet ligger ikke i motsetningsforholdet til politikerne, men i avhengighetsrelasjonen. Den kritiske distansen er for kort og den offentlige kildekontrollen for sterk. Problemet er ikke at den politiske journalistikken er for vill og for fri, men at den er temmet og forutsigbar. Hver dag har den overvekt av politiske sannheter av enkleste type.

Slik blir Egeland selv et eksempel på hvordan journaliseringen preger kommentatorene. Han viser sin generelle mistillit til politikere, og berettiger journalistenes plikt til å avkle dem. Til grunn for andre setning over ligger at politikernes ønske om mer politisk substans kun er et uttrykk for maktkåthet, ikke demokratiske formål¹⁷. Medieforsker Paul Bjerke hadde en kronikk i Klassekampen året før (6.9.2007) som setter Egelandts utsagn i perspektiv:

I en undersøkelse gjennomført av Jan Fredrik Hovden ved Høgskolen i Volda svarer over 80 prosent av norske journalister at det ikke fremmer demokratiet å la politikere slippe uavbrutt til orde. De oppfatter det som dårlig journalistikk å la politikere selv få velge hva de mener er viktig og riktig å få sagt. Politikken må formidles av journalister, som da åpenbart mener å besitte en spesiell evne til å få fram hva politikere 'egentlig' mener [...].

Det er ikke dermed sagt at politikere *bør* få "slippe uavbrutt til orde". Men journalistenes mottakelse av kommentariat-debattens første runde tok form av en tilnærmet blank avvisning, og brakte ikke frem noe fruktbart ordskifte. Kanskje ble det av den grunn ikke siste runde med debatt. Boken *Skandalenes markeds plass* ble utgitt sommeren 2009, og bidro til å sette kommentariat-debatten på dagsorden igjen. Forfatteren, professor i journalistikk Sigurd Allern, uttalte i Klassekampen at synsing og fordømming får et stort rom i et klassisk mediedrev. Pressen "blir samfunnets fortolkende presteskap", og

spesielt de ledende avisenes kommentatorer, som går sin runddans i andre medier, får en opphøyd rolle som politiske dommere. Når de sier at en politiker er «død», så blir det ofte en selvoppfyllende profeti (Klassekampen, 11.05.09).

¹⁷ Dette dreier også inn mot *kynismen*, som jeg redegjør for i 2.3.4.

I tråd med Allerns utsagn reflekterte Adresseavisens samfunnsredaktør Stein Arne Sæther over synsing og flokkmentalitet like etter valgkampen var over:

Årets valgkamp har vært den mest kommenterte noen gang. [...] I år har det tatt overhånd, mener noen. Ikke minst når man kommenterer i flokk og bidrar til å sementere løst funderte inntrykk. (19.09.2009)

Men også Sæther viste seg lenger nede i kommentaren å hevde journalistenes suverene rolle i å få frem hva politikerne "egentlig mener". Han bruker en spillmetafor for å fremheve hvordan politikernes spill må gjennomskues:

[Politikerne] vil ofte ikke svare på det de blir spurt om, og det er i både velgernes og politikernes egen interesse at noen ikke bare kikker dem i kortene, men også prøver å forklare hvorfor de spiller dem som de gjør og om de jukser eller innkasserer stikk de ikke fortjener. Kommentarvirksomheten bør ikke trappes ned, den bør utvikles. Det trengs i en tid med mer og mer ensartede og rådgivertrimmede politikere.

Sæther mener det er "naivt å håpe at aviser og tv-kanaler skal slutte å være opptatt av dramaturgi, politikernes velgerappell og budskapets innpakning"; han stiller seg slik i rekken av forsvarere for egen profesjon. Frank Rossavik i Morgenbladet (18.9.2009) er faktisk den eneste kommentatoren som virkelig går kritisk til verks på egen bransje og på journalisten. Han erkjenner og kritiserer en god del av de egenskapene ved journalistikken som Lysbakken og Røe Isaksen har trukket frem – og noen til: Flokkmentaliteten, ukritisk bruk av meningsmålinger, skandalejag og personfokus. Han fremhever nettopp Erna Solbergs vendepunkt som eksempel, og betegner det som "det mystiske skiftet":

Høsten 2008 fant NRKs politiske redaktør Kyrre Nakkim ut at valget i 2009 ville stå mellom den sittende statsministeren og Frps leder. Til Nakkims forsvar skal det sies at Frp den gangen var jevnstort med Ap på målingene. Likevel fantes det ikke realistisk grunnlag for noen Frp-ledet regjering. [...] Men til Aps og Frps glede fikk Nakkim satt tonen. Resten av kommentariatet hev seg på. Det såkalte «Jens mot Jensen» var født. [...] Like etter skjedde det mystiske skiftet. Plutselig begynte kommentariatet, Nakkim inkludert, å hausse opp Høyres Erna Solberg i stedet. Akkurat hva det var, bortsett fra at Høyre gikk litt frem og Frp litt tilbake på noen av målingene, får historikerne finne ut, men brått pekte de alle på Solberg som valgsuksess og hovedutfordrer.

Ifølge Rossavik var dette en medieregi bygget på et behov for å fremme konflikt og dramatik, og av mangel på mot til å fremme sterke meninger som skiller seg fra mengden.

Rossaviks kommentar møtte ikke mye respons hos andre kommentatorer i tiden etter valget i 2009. Kommentariat-debatten stilnet, enn så lenge. Nå på tampen av 2010 ligger imidlertid alt til rette for at den får et oppbluss, etter at Norsk Presseforbund markerte sin 100-årsdag med et Anti-festskrift (Kokkvold 2010). Her brukes begrepet "kommentariatet"

av flere som utgangspunkt for kritikk¹⁸, med tidligere statsminister Torbjørn Jagland i spissen:

Det som frustrerer meg er å se hvordan man kan ha så bastante kommentarer om kompliserte saker og forhold, så å si på stående fot. Hvorfor undersøker man ikke før man kommenterer? (...) Jeg ønsker at den analyserende og informerende kommentaren skal bli gjenreist, ikke avskaffet (ibid.:89f).

Denne gang er det nok en gang politikere som står i fronten for kritikken. Som Lysbakken og Røe Isaksen kan også Jagland sies å spisse sine anklager, slik kommentatorene spisser sine vinklinger. Og kanskje tok Lysbakken og Røe Isaksens artikkel frykten for mediernes makt over politikerne og i demokratiet vel langt. Man kan kanskje si at de enkelte steder tenderte mot mediepanikk, for eksempel når de skrev at

Kommentariatet har i dag svært mye makt over den norske politiske samtalen. Makten brukes på en måte som øker avstanden mellom politikere og velgere, og gir journaliststanden nær et tolkningsmonopol som innebærer stor påvirkningskraft på velgernes oppfatninger og forståelse (ibid.:7).

Men all den tid politikerne mener kommentarjournalistikken virke får store og farlige konsekvenser for demokratiet, og kommentatorene avviser kritikken blankt, er det opplagt at problemstillingen behøver å belyses fra akademisk hold. Uten å her ta stilling til Lysbakken og Røe Isaksens argumentasjon, kan man trygt si at kommentarjournalistikkens meningsspalter på politikk- og samfunnsområdet er blitt en dramatisering ikke bare av den omtalte saken eller temaet, men også av kommentatorens rettmessige status og rett til å bruke sin autoritet (Nimmo og Combs 1992:12). I dette ligger at kommentatoren gjennom sin skrivemåte og sine tema, og ikke minst gjennom kommentarspaltenes plass i avisene¹⁹, legitimerer sin ekspertrolle. Spørsmålet blir hvordan denne autoriteten faktisk forvaltes, og hvilke implikasjoner dette har i forhold til politikken og politikerne, spesielt i situasjoner som en valgkamp.

2.2.4. Meningstyranniet

Metadebatten i kjølvannet av Isaksen/Lysbakken-artikkelen kaster lys over et annet moment ved kommentarjournalistikken – nemlig konsekvensene av sterke meninger når de samles om de samme holdninger og dommer over enkeltaktører. Medieforsker Sigurd Allern (2009) har uttalt at kommentatorene har begrenset makt alene, men innflytelse når de står sammen, for eksempel om å erklære en politisk leder død etter en skandale. Ifølge

¹⁸ Også av Are Kalvø (ibid.:102-104) og Ingrid Røynesdal (ibid.:118).

¹⁹ Et godt eksempel er Dagbladet, som har gitt meningsseksjonen en egen "forside" på avisens bakside, akkompagnert av et stort bilde – ofte helfigur – av kommentatoren.

Allern (2001b) har det foregått en repolitisering av mediene, som kommer til uttrykk gjennom en ensartet oppfatning av hva som er godt stoff, eller hva som er "svekket" autoritet. Det er denne ensartede oppfatningen som skaper det mediekjøret som politikerne oppfatter som "kampanjer" mot enkeltpolitikere og partier (Jenssen og Aalberg 2007:257). Det er i en slik sammenheng det gir mening å diskutere makten som ligger i meningsjournalistikken; når meningene blir færre og i ytterste konsekvens antar form av en fasit. I Erna Solbergs tilfelle så det ut til at en slik mekanisme slo inn.

En mediehistorie fra valgkampåret illustrerer behovet for problematisering og analyse: I en artikkel Morgenbladet (11.9.2009) publisert like før valgdagen, forteller nettavisen E24s kommentator Elin Ørjasæter om en pressekonferanse som var viktig for statsminister Jens Stoltenberg. Kommentatorene skulle i etterkant vurdere hvorvidt statsministeren var svekket. Ørjasæter mente han ikke var det. Dagen etter så hun imidlertid at alle kollegene mente statsministeren var svekket, unntatt én. E24-kommentatoren tok da kontakt med sin eneste meningsfelle, som kommenterer for en av landets største redaksjoner. Følgende dialog fulgte (ibid.):

- Så hyggelig at du er enig med meg.
- Jeg angrer på at jeg skrev det. Jeg tok jo feil.
- Hva? Feil?
- Ja, for alle de andre kommentatorene skrev at han er svekket. Og da er han jo svekket.

Situasjonen illustrerer sentrale mekanismer som det siktes til med kommentariatbegrepet. For det første: Dersom det er slik at kommentatorene ser til hverandre for fasitsvar og er redde for å "ta feil" i sine analyser, synes flokkmentaliteten å ha fått sin forklaring. Slutningen blir at man ser til sine kommentatorkolleger før man tar stilling, fordi hvis flertallet mener det samme, har flertallet rett. Flokkmentaliteten kan også sees i lys av et annet moment i denne historien, nemlig at kommentatoren setter likhetstegn mellom å *skrive* at statsministeren er svekket og at han *er* det. Kommentatorene selv ser altså ut til å mene at deres tolkninger og slutninger er avgjørende for gangen i det politiske liv. Uavhengig av om det faktisk *er* slik; gjennom å erkjenne en slik påvirkningskraft plasserer kommentatorene et stort ansvar hos seg selv, hvilket også innebærer at en eventuell tilpasning av sine egne meninger til "flertallet" – det som kan betegnes som flokkmentalitet – må kunne sies å være en slags ansvarsfraskrivelse.

2.3. Journalistikkens retorikk

Kommentarjournalistene befinner seg altså i en unik posisjon til å fortelle publikum hva de skal mene om hvem. De er subjektive, og de søker å overtale. Nimmo og Combs (1992) har en interessant teori om *hvordan* kommentarene kan overtale. Ifølge de to amerikanske forskerne har leserne av kommentarer etter hvert begynt å forvente at disse spaltene har bestemte standardiserte formater og ritualer. Hvorvidt man lar seg overtale av kommentatoren eller ikke, avhenger derfor ikke av hva som skrives, men hvordan, mener de, og konkluderer med at "the column is a triumph of sophistic technique and style [...]" (ibid.:13). Linjen som trekkes til sofistene er ikke uproblematisk. Sofistene var kjent som talekunstnere som manipulerte argumenter, med makt til å kunne "gjøre det svakeste argumentet til det sterkeste" (Andersen 2002 [1995]:166). De forbindes gjerne med begrepet "tom retorikk", altså svakt innhold kamouflert i språklig staffasje. Hvis kommentarspalten er en "solistisk triumf" og leserne forventer standardisert språk, som Nimmo og Combs hevder, bør det være mulig å gjenkjenne bestemte språklige mønstre i kommentarstoffet om Solberg. I dette tilfellet kan det dreie seg om en stadig henvisning til anonyme kilder, formuleringer som at "alle vet at...", bruk av meningsmålinger som faktagrunnlag eller vektlegging av egen autoritet ved å vise til "interne krefter i partiet". Slike grep skjuler årsaksforklaring og konkrete aktører, og kan ikke faktasjekkes; de er tomme forsøk på å skape autoritet som kan underbygge argumentasjonen og påstandene. Andre mønstre kan være faste skjema for å forstå vidt forskjellige situasjoner, for eksempel å betrakte en politikers ulike handlinger som et strategisk grep for å fremme egne maktambisjoner. Disse mønstrene er ikke uvesentlige. Politikerne er dem prisgitte, da deres retoriske overbevisningskraft til en viss grad avhenger av den journalistiske fremstillingsmåten. I analysen vil jeg gi konkrete eksempler på slike mønstre.

2.3.1. Intimisering og ethos-orientering

I vår tids politiske retorikk er det særlig noen effekter som massemediene har på den offentlige kommunikasjon som er tydelige: *Intimisering* og *ethos-orientering* (Kjeldsen 2006:60). Kjeldsen fremhever særlig begrepene i forbindelse med fjernsynets mediale egenskaper, men kringkastingsintimiteten preger hele den politiske kultur (Sennet 1974, Meyrowitz 1986), også avisjournalistikken – kanskje meningsjournalistikken i særdeleshet. Dette kjennetegnes ved en personlig tone i språket, nedtoning av strukturelle og fremheving av personlige årsaker, en mer dramatisk fortellemåte og en underliggende

metaforisk oppfattelse av politikk som spill og strategi med enkeltpersoner i hovedrollen. Ove K. Pedersen og Maja Horst har vist hvordan den politiske journalistikken i Danmark har endret seg i retning av en slik karakteristikkk fra 1958 til 1998 (Pedersen og Kjær et al 2000). I Norge har blant andre Sigurd Allern, Gunn Sara Enli og Ragnar Waldahl fokusert på hvordan personfokus, subjektivitet, spekulasjon og fortolkning preger dagens kommentarjournalistikk (Allern og Pollack (red.) 2009).

Politikk knyttes i dag i stor grad til person. Det er gjennom kringkastingsmediene og avisene/nettavisene at folk flest møter politikerne og politikken, og disse tenderer mot å konsentrere seg om de mest sentrale personene, "om deres tillit og troverdighet og om deres måter å uttrykke slike egenskaper på" (Krogstad 1999:15). Posisjoneringen av "selvet" i den offentlige sfære kan ifølge Anne Krogstad i dag sies å være det viktigste hos en politiker, ikke ideologisk stillingtaken (Hayward 1988:59). Dette såkalte "selvet" skapes gjennom argumentasjon, ordvalg og debatteknikk; gjennom møter med andre politikere; gjennom personlighet, klesstil og kroppsspråk; gjennom hvilke følelser politikerne appellerer til i sitt publikum; det skapes gjennom språklig og visuell retorikk. Men "selvet" filtreres og presenteres for publikum hovedsakelig av journalister. Retoriske kunnskaper og kjennskap til medielogikk blir derfor en uunnværlig kjernekompetanse som enhver politiker må besitte. Derfor har de kommunikasjonsrådgivere, de styles og ikke minst – kursenes i kunsten å overbevise. Den politiske journalistikken er – gjennom utvalg, vinkling og valg av kilder – slik med på å konstituere en politikers karakter.

Personifisering er et påfallende trekk ved nyere journalistikk. Begrepet ble definert av Gudmund Hernes da han la det fram som én av flere medievridningsteknikker allerede i 1984. I konkurransen om å fange publikums oppmerksomhet er personifisering blant teknikkene journalistene (og også politikerne²⁰) kan benytte seg av: Et fokus på person og enkeltsaker fremfor parti og ideologi – hva denne personen representerer og står for (Jenssen og Aardal 2007:149). Særlig i lederartikler og kommentarer er personifisering et verktøy; de politiske redaktører Stein Gauslaa og Stein B. Hauglid mener sågar at personifisering er et av lederskribentens 10 bud (1997:56).

Med personifiseringen har også en ny form for intimitet dukket opp. For offentligheten betyr dette at de private sidene ved politikernes liv er kommet i forgrunnen, og at det

²⁰ Hernes (1984) beskriver hvordan partier og politikere tilpasser sine strategier til journalistenes medievridningsteknikker. Et av hans eksempler på partienes tilpasning til personifiseringen, er at partiene gjør lederne til tillitvekkende "mediepersonligheter". Et annet eksempel kunne vært Solbergs image-ændring i 2009.

svekkede skillet mellom det offentlige og det private har tvunget frem både en ny atferd og en ny journalistikk. Den amerikanske sosiologiprofessoren Richard Sennet skildrer hvordan offentligheten forvitrer i dét en moderne politisk kultur basert på en intimitetsideologi trer frem (1978:259). Ettersom relasjoners grad av nærhet, ekthet og personlighet blir målestokk for kvaliteten på disse relasjonene, og denne intimitetsideologien overføres til politikken, blir det politiske personlig og det personlige politisk (ibid.: 259-268). I en slik autensitetskultur er det kun det som gir personlig mening man evner å forholde seg til. Dermed vil prinsipper og saksforhold være vanskelig å kommunisere uavhengig personlige egenskaper. Hva politikerne setter ut i live av personlige prosjekt, Erna Solbergs slanking for eksempel, blir mer interessant enn allmenne samfunnsspørsmål. Sennet skildrer et sammenbrudd av siviliserte omgangsformer, der moral og personlige egenskaper står i sentrum for den politiske kulturen.

Journalistenes presentasjon av politikk som maktkamp blir slik forståeliggjort av Sennet. Men det er ikke uproblematisk å fremstille politikken som en kamp mellom enkeltmennesker, noe både Anders Johansen (i Eide 2001: 174) og Christian Koch (2009) har påpekt. Dét kan medføre at det legges til rette for en bestemt type politikk. Ifølge Johansen medfører nyhetsmedienes reduksjon av abstrakte samfunnsspørsmål til persons spørsmål at de samtidig tilrettelegger for partier med populistisk politikk og retorikk. Andre partier får da problemer med "å gjøre rede for seg" (Johansen i Eide 2001:169), fordi "en rekke sentrale samfunnsspørsmål kan egentlig bare fattes abstrakt" (ibid.:168). Joshua Meyrowitz (1986) har vist hvordan noen grenser da viskes ut, og ikke bare mediehverdagen, men politikernes handlingsrom, endres.

Meyrowitz har i sin situasjonelle tilnærming til medieforskningen, tegnet et omriss av hvordan elektroniske medier påvirker sosial adferd gjennom reorganisering av adferdsmønstre (1986:ix). Hans scenemetafor er godt egnet for å beskrive fremveksten av og årsaken til personifiseringen i journalistikken. Tradisjonelt er det fysiske steder – nabolag, bygninger, rom – som har forbundet og skilt mennesker, både fysisk, emosjonelt og psykologisk (ibid.:viii). De fysiske rommene har imidlertid tapt mye av sin betydning, først med kringkastingsmediene – deretter i større grad med de digitale mediene fremvekst. Sosiale sfærer eller offentlige sfærer defineres ikke lenger kun fysisk. Fordi alle i prinsippet har tilgang til den samme informasjonen, blir det vanskelig å opprettholde et skille mellom adferd på scenen og i kulissene. Vi kommer så tett på politikerne at vi

vurderer dem som privatmennesker, og rolleskillet oppheves. Selv om de klarer å skjeme deler av sin livsførsel i den private sfære, blir de eksponert som privatpersoner i offentlighetens lys; nå vet, ser og hører vi alle at politikerne lever som oss. Når muligheten ikke lenger er der til å holde kulisse-adferden skjult fra adferden på scenen, mister ikke politikeren bare muligheten til privatliv, men også muligheten til å spille ut deler av scene-adferden (ibid.:46f). Aspekter av den "øvingen" som til nå har funnet sted bak i kulissene, blir synlig for publikum, og må derfor integreres i showet. Når Erna Solberg midt i valgkampen går ut i mediene med at hun slanker seg (VG, 9.8.2009) er dette et godt eksempel på hvordan det offentlige blir mer privat, og omvendt. Denne adferden betegner Meyrowitz som *middle region behaviour*; publikum blir vitne til opptreden både bak og på scenen. Noe av kontrollen over informasjonen er borte, samtidig som den som opptrer – i vårt tilfelle politikeren – tilpasser seg så godt hun kan til publikums nærvær.

Meyrowitz' scenemetafor er fruktbar for å forklare hvordan det har foregått et informasjonsskifte fra det han betegner som *formal onstage* til *informal backstage*, eller med enklere ord: fra upersonlig, abstrakt informasjon til konkret, personlig informasjon (1986:93). Dette preger selvsagt også avisene, selv om disse endringene kom nettopp med skiftet fra trykte til elektroniske medier. Nærheten som følger med tv- og radiomediet, og også internett, appellerer til en mer personlig respons nettopp fordi vi kan se og høre på kloss hold (ibid.:99). Dette medfører videre en mer personlig kommunikasjon fra avsenders side. Skillet mellom offentlig kommunikasjon og private følelser viskes ut. Mens skriftspråket kan rapportere uten at inntrykket av personligheten når gjennom, vil kringkastingsmediene gi inntrykk av rolle og privatperson i ett²¹. Disse inntrykkene hos publikum bidrar til at politikeres autoritet endres. Meyrowitz peker på at politikerne søker å eksponere utvalgte, positive aspekter av privatlivet (kulissene), men at nye medier eksponerer for mye, for ofte til at det tradisjonelle politiske lederskapet kan bevares i sin gamle form (ibid.:271). Politikerne senkes til publikums nivå; vi blir *kjent* med dem. Slik stilner den saklige retorikken, og den personlige eskalerer. Det blir viktig å "være seg selv", fordi publikum nå når de kjenner dem, føler at de har krav på at politikerne gir av seg selv. Implisitt ligger at Solbergs makt over egen ethos når hun opptrer som politiker, svinner.

²¹ Ta for eksempel daværende statsminister Gro Harlem Brundtlands bankende halspulsåre etter noen ubehagelige spørsmål fra journalistene under partilederutspørringen høsten 1987, som ble et stort tema i kommentarspaltene (Johansen 2002:65).

Dette avler tilpasning hos begge parter. Journalistens produksjonslogikk og politikerens informasjonsstrategi har motstridende kommunikative mål (Jenssen og Aalberg 2007:15). Mens flest mulig lesere og nyhetsverdi etter visse kriterier er journalistens mål, ønsker politikerne å fremme sin sak, vinne velgere og kanskje oppnå popularitet. For politikerne betyr det at når 1) den politiske journalistikken er møtestedet mellom velger og politiker, og 2) personifisering blir en sentral del av den politiske journalistikken, bidrar kommentatorens fortolkning av en politikers personlige egenskaper betydelig til oppfatningen av troverdighet som velgeren sitter igjen med. Journalistenes opptatthet av politikerne som privatpersoner gjør at politikerne må legge stor vekt på hvordan de ser ut, snakker og oppfattes, og de bygger ofte sitt image deretter (Krogstad 1999). Dette har politikere alltid måttet gjøre, poenget er at dette imaget nå blir privat, intimt og psykologisk – gjennom det uformelle blir imaget avideologisert.

2.3.2. Kynismesyndromet

Joseph Capella og Kathleen Hall Jamieson (1997) er de som først omtaler det kyniske syndrom, men i en amerikansk kontekst. Christian Koch benytter begrepet i forhold til en "klynge av korrelerte synsmåder på politik" innen dansk politisk journalistikk 12 år senere. Koch argumenterer for at dersom journalistikken handler mer om personene enn om deres politiske programmer og ideologier, blir faktisk politisk debatt ut av syne, til fordel for en kamp om politisk maktposisjon (2009:52). "Den personorienterte journalistikk om politikk fører [nemlig] logisk til den kyniske" skriver han. Dette fordi journalisten på kynisk vis antar at det må være personlige motiv som ligger bak snakket om prinsipp og sak. Kynismen følger av at politikken skal handle om personer, ikke problemer, og ikke minst av antagelsen om at det er dette *leserne* ønsker. Selv om ingen omfattende kvantitative undersøkelser hittil har vist hvorvidt den kyniske politiske journalistikk er blitt dominerende, er antagelsen og påstandene om en slik dominans utbredt (ibid.:53). Det er nettopp denne oppfatningen som ligger bak ønsket om å analysere kommentarene om Erna Solberg i valgåret.

Den økte forekomsten av politisk kommentarjournalistikk er i seg selv en bekreftelse på kynismen, skal man følge Kochs argumentasjon. Men hva er det så som kjennetegner den, bortsett fra det allerede nevnte personfokus? Han peker på flere egenskaper ved den politiske journalistikken, som også lar seg overføre til norsk sammenheng (Se for eksempel Enli 2009:124 og Allern 2009:78,80). *Dikotomisering*, altså å fremheve ytterpunktene i en

sak, er en slik egenskap, som også kan sees i sammenheng med en *endimensjonal* beskrivelse av politikeres ytringer og holdninger (Koch 2009:59-61). At valgkampen ifølge den politiske kommentarjournalistikken innledningsvis handlet om "Jens eller Jensen" (Se f. eks. NRKs "Politisk kvarter" 25.9.2008²², Dagbladet 8.5.2009, Stavanger Aftenblad 23.5.2009), viser hvordan dikotomiseringen fremstiller valgkampen som en maktkamp mellom to politikere fremfor et valg mellom ulike politiske ideologier. Likeså er en *stereotyp oppfattelse av politikere* en effekt av kynismen (ibid.:61). Kallenavnet "Jern-Erna", som Erna Solberg fikk i pressen før valgkampen i 2005, er et eksempel på dette. Tidligere statsminister i flere perioder, "landsmoder" Gro Harlem Brundtland, er et annet. En annen egenskap er den implisitte *antagelsen om at velgernes preferanser omtrent ikke kan påvirkes* (ibid.:62-65). Ifølge Koch er dette selve kjernen i kynisme-syndromet sett fra et retorisk perspektiv. I en kynisk tenkemåte har nemlig politikerne alltid et *motiv* for å styrke eller bevare sin maktposisjon, gjennom handlinger og ytringer som innretter seg etter velgerne for å vinne deres gunst (ibid.:67). I dette ligger at velgernes ønsker er en fast faktor som politikerne ikke kan forme, men må rette seg inn etter – og en forutsetning er at politikerne alltid kan vite hva velgerne ønsker.

Som logisk konsekvens blir deliberativ argumentasjon – selve retorikkens kjerne – overflødig, skriver Koch. Velgerne skal jo uansett ikke overtales, men tilfredsstilles. Det er derfor den kyniske journalistikk ikke interesserer seg for argumenter, men om hvorvidt en politiker er dyktig eller svak/svekket. Herfra utleder Koch neste egenskap: en *kynisk basert evaluering*. Hvis politikerne ikke kan påvirke velgernes preferanser, da gjelder det å kategorisere dem og henvende seg deretter, altså tiltrekke seg flest mulig velgere. Ergo blir person og stil selve målestokken. Da er vi tilbake til utgangspunktet i teorien, nemlig at politiske journalister forholder seg til politikk som "en personlig, ikke politisk, kamp om magt mellom personer" (Koch 2009:67). Dette forplanter seg som en *normativ holdning* hos politiske kommentatorer, bygget på hvor godt en politiker fremmer sine maktformål gjennom sin adferd. Man evaluerer ikke lenger kommunikasjonens kvalitet med tanke på argumentasjonens "acceptabilitet, relevans, styrke, redelighet, debattørens "dialektiske forpliktelse"²³ – egenskaper som ligger til grunn for argumentevaluering (Se for eksempel Jørgensen og Onsberg 2002).

²² "Vi må se på realitetene her, og realitetene er at det er de to som står mot hverandre". Politisk kommentator Kyrre Nakkim om Siv Jensen og Jens Stoltenberg ("Politisk kvarter", NRK 25.9.2008).

²³ Dialektiske forpliktelser er et begrep innført av Blair og Johnson (1987), og henviser til en debattørs måte å forholde seg til et utsagn på; "retors språglige adferd" (Koch 2009:67).

Kynismeteorien blir sentral for den retoriske analysen, fordi den beskriver hvordan politikken fortolkes i journaliseringen og fordi den helt konkret viser hvordan kynismen er en fellesnevner som gir en helhetlig forståelse av flere fremtredende aspekter ved journalistikken.

3. METODE

3.1. Metodegrunnlag

Dette er en casestudie som betrakter kommentarjournalistikken i lys av ett bestemt tilfelle. Jeg skal se nærmere på et avgrenset utvalg artikler innenfor meningssjangeren, nemlig de som handlet om Erna Solberg i 2009. Dette materialet skal jeg gripe ved hjelp av to metoderetninger. *Kvantitativ* analyse vil kartlegge tendenser og vendepunkt i deknningen av Solberg, mens *kvalitativ* analyse anvendes for å se på argumentasjonsmåtene, de språklige virkemidlene og informasjonen som forekommer og formidles i de enkelte artiklene.

Jeg kombinerer elementer fra begge metoderetningene fordi jeg på den ene side trenger et nøyaktig overblikk til å skjelve tendenser og mønstre i et forholdsvis stort materiale, og på den annen side har behov for å gå mer detaljert inn i tekstene for å se hvordan de er bygget opp. Ved en eklektisk tilnærming til bruk av kvalitative og kvantitative metoder får jeg et detaljert grep om de språklige virkemidlene og samtidig muligheten til å skildre mønstre som oppstod gjennom felles variasjoner over grunnleggende trekk.

En følge av denne metodiske kombinasjonen, samt størrelsen på materialet, er at fremgangsmåten ikke innebærer en fullstendig tekstanalyse i streng forstand. Jeg tar ikke for meg hver enkelt tekst i sin sin helhet. Riktignok er alle artiklene i utvalget nøye gjennomlest, og de funn jeg senere vil presentere er basert på en total gjennomgang av materialet. I formidlingen av analysens funn vil jeg imidlertid kun presentere et utvalg korte utdrag fra tekstene. Disse er ment å beskrive hvilke(n) ord, argumenter, tendenser og dokumentasjon som er typisk for helheten, og slik eksemplifisere sjangertrekk, språklige virkemidler og variasjoner i meningssjangeren i dette spesifikke caset.

Det er viktig å merke seg at disse utdragene i alle tilfeller vil være revet ut av sin kontekst. En virkelig nærgående gjennomgang av tekster, der alle elementer blir sett i forhold til hverandre, kunne gitt et mer presist bilde av kommentarjournalistikk per se. Dét må imidlertid stå til en annen gang. Her gjelder det å få grep om noen hovedlinjer i et relativt omfattende materiale. Dette er ønskelig i mitt tilfelle, fordi Solberg-omtalen utvikling gjennom perioden har stått sentralt for forskningsinteressen.

Kommentarsjangeren er i aller høyeste grad situasjonsbestemt og formålsrettet. Analysen kan derfor sies å være *retorisk* i den grad at den plasserer artiklene i en situasjon, og ser på hva kommentatorene forsøker å oppnå og hvordan. Jeg skal se på hvordan pressen

gjennom kommentarvirksomheten: 1) Utfører sitt selvplåge samfunnsoppdrag om å avsløre makten og informere velgerne, og 2) Bygger tillit og profilerer sine produkter. Studien av språklige virkemidler og argumentasjonsmåter blir sett i lys av denne til dels konfliktfylte situasjonen. Selv om jeg ikke gjennomfører en detaljert retorisk analyse, er det overordnede perspektivet på teksteksemplene et retorisk et.

3.1.1. En metodisk avklaring

Denne oppgaven dreier seg om journalistisk kommentarstoff, ikke om politiske realiteter i valgkampen. De to sider av saken kan riktig nok ikke behandles helt uavhengig av hverandre: For å kunne vurdere de ulike journalistiske versjoner, må man ha et visst kjennskap til de politiske begivenheter og forløp som de refererer til. Men dette betyr ikke at denne oppgaven kan påta seg å sammenholde de journalistiske påstander om virkeligheten med en eller annen fasit for hva som egentlig skjedde og hvordan det hele faktisk hang sammen. I stedet må jeg nøye meg med å behandle kommentarjournalistikken som tekster og som sammenhengende diskurs. Når jeg iblant forholder meg kritisk til journalistikken, er det ikke fordi jeg mener å kunne påvise at den tar feil i sak eller overser viktige sammenhenger, men fordi den ikke – eller i helt utilstrekkelig grad – konkretiserer og underbygger sine observasjoner. Det er for eksempel ikke utenkelig at det virkelig skjedde en viktig forandring i Høyres og/eller Solbergs opptreden i løpet av valgkampen, slik de politiske aviskommentarene gir inntrykk av. Min oppgave består ikke i å avgjøre om, eller i hvilken forstand, kommentatorene kan ha hatt rett i dette. Derimot kan jeg undersøke om de dokumenterer sine påstander om dette, i det minste gjennom konkrete eksempler, og om de på noen måte søker å begrunne eller forklare dem. Slik sett er det egenskaper ved de journalistiske tekstene denne oppgaven konsentrerer seg om, ikke forholdet mellom tekstene og den politiske virkelighet i og for seg. Å finne ut hva som egentlig skjedde med Høyre under valgkampen, ville krevd omfattende undersøkelser av en helt annen type; her må jeg konsentrere meg om spørsmålet om hva som skjedde med de journalistiske kommentarene til Høyres valgkamp.

3.1.2. Hva bringer analysen til bords?

I journalistikken er det, som mange har bemerket tidligere, et sprik mellom idealer og realiteter. Det er et sprik mellom fagetikken, som er knyttet opp mot visse samfunnsidealene, og det kommersielle påtrykket, som handler om profesjonalisering og

markedsmekanismer. I dette spriket ligger en kime til konflikt mellom tradisjoner. Dette er en løpende strid mellom fagetiske og profesjonsrettede standarder. Det er i denne diskusjonen at jeg håper å delta med noe relevant.

Et casestudium som dette kan imidlertid ikke frembringe kunnskap som kan generaliseres utover det avgrensede tilfellet. Det ligger i den kvalitative metoden at dens resultater må generaliseres med betydelig omhu, og i begrenset grad (Østbye og Helland et al 2002:41,119). Jeg kan ikke trekke konklusjoner om "norsk politisk kommentarjournalistikk" basert på en analyse av 207 artikler. Men, som Clifford Gertz bemerker, kan man gjennom en slik nærstudie av et enkelttilfelle generalisere *innenfor* det enkelte tilfellet, såkalt teoretisk generalisering (1973:26). I den grad min analyse kan bli et slikt bidrag, er det i form av å øke den almenne forståelse av fenomener som det vendepunktet i Solberg-omtalen representerer. Håpet og målet må derfor være at analysen av dette caset kan bidra til å belyse eksisterende teori, utvikle begrepene om kommentarjournalistikken, styrke grunnlaget for debatt og berike litteraturen til nytte for forskere og studenter som i fremtiden vil gjøre lignende undersøkelser.

3.2. Analysematerialet

Utvalget består av kommentarartikler og lederartikler fra perioden 1. januar-30. september 2009. Perioden er valgt ut i fra et ønske om å dekke utviklingen i et valgår, fra det nye året starter og til valget er over og de oppsummerende analysene er gjort. Kriteriene for at artikkelen kommer med i utvalget er at den må 1) være redaksjonell; 2) befinne seg innenfor sjangeren meningsjournalistikk; 3) omtale "Erna Solberg" spesifikt i forbindelse med hennes politikk eller person. Med andre ord holder jeg utenfor artikler som kun nevner Solbergs navn i andre sammenhenger, uten at deler av teksten faktisk handler om henne. Navnet "Erna Solberg" sto på trykk 1 528 ganger i de ni papiravisene²⁴ som er med i dette utvalget, og samtlige artikler er gått gjennom. Av disse fyller 207 avisartikler kriteriene for å bli med i utvalget. Det er disse som ligger til grunn for tallmaterialet. Det kan imidlertid også være tilfeller som vil være relevante å trekke på underveis i analysen, men som faller utenfor utvalgets kriterier. Tv-debatter, nyhetsartikler og kommentarartikler i andre aviser kan være eksempler på dette. Slike tilfeller kan være med på å bygge opp under eller nyansere den kvantitative analysens funn.

²⁴ Jeg presenterer avisene under.

Selv om kommentar- og ledersjangrene har ulikheter, som at lederen gir uttrykk for *avisens* ståsted, mens kommentaren er den enkelte *kommentatorens* mening eller at lederen er usignert og kommentaren gjerne (høy)profilert, har de sentrale trekk til felles som gjør det fruktbart å innlemme begge i analysen. Leder- og kommentarsjangrene er begge markante uttrykk for pressens fortolkende funksjon, utviser klare meninger og er direkte i sine henvendelser til leserne. Ofte er de også skrevet av de samme personene. Jeg har også inkorporert såkalte politikeranmeldelser, der kommentatorene kaster terning etter debatter og lignende, eller på annen måte evaluerer Erna Solbergs politiske gjerning.

For å ha et bredt sammenligningsgrunnlag, har jeg valgt nokså ulike aviser: Tre riksaviser, én økonomiavis, én meningssterk Oslo-avis og de fire største regionsavisene²⁵. Slik vil også tydelige ulikheter eller likheter i kommentarjournalistikken komme til syne. Man vil kunne se hvorvidt den regionale pressen følger rikspresen, eller om avisenes tidligere eller nåværende partisympatier har en sammenheng med omtalen. Analysen befatter seg med kommentar- og lederartikler i VG, Dagbladet (DB), Dagens Næringsliv (DN), Dagsavisen (DA), Aftenposten (AP), Bergens Tidende (BT), Adresseavisen (AA), Stavanger Aftenblad (SA) og Fædrelandsvennen (FV). Jeg vil fra nå av bruke forkortelser når jeg viser til disse avisene. Samtlige artikler er lastet ned fra arkivtjenesten Retriver.

Når jeg bruker begrepene "negative", "positive" og "nøytrale" kommentarer, sikter jeg til om det i kommentaren kommer til uttrykk positive eller negative karakteristikk av Solbergs person/politikerrolle – eller ikke. Denne kategoriseringen er basert på en skjønnsmessig vurdering av ladete ord, vinklinger og overordnet budskap i artiklene. I tvilstilfeller vektlegges vinklingen i ingress og tittel, som gjerne kommuniserer hovedbudskap. Artikler er kategorisert som nøytrale når de ikke bruker direkte vurderende personkarakteristikk av Solberg. Det er verdt å merke seg at en nøytral kategorisering *ikke* betyr at kyniske tendenser ikke forekommer²⁶.

Jeg vil identifisere og fremheve viktige tidspunkt i valgkampen der Erna Solberg har blitt særlig kommentert; under partileder-diskusjonene i januar/februar, etter viktige tv-debatter, i stridshøydepunktene mellom Solberg og Frp, i forbindelse med talen på siste landsmøte før valget, etter sommerens "nye image" og det mye omtalte bildet av Solberg med Krf- og V-lederne, samt rett før og etter at valgresultatet lå klart. Dette vil legge

²⁵ Lokalaviser er utelatt da de skriver mindre om politikk på nasjonalt nivå.

²⁶ Dette går jeg nærmere inn på i 4.2.2: *Hva kjennetegner avisene?*

grunnlaget for en tidslinje som gir et overblikk over antallet kommentarer i ulike perioder av valgåret, organisert ut fra vinkling og tema: En oversikt over viktige tidspunkt i valget som både påførte Solberg bestemte retoriske utfordringer og ga spesifikke anledninger til å kommentere henne.

3.3. Min rolle: Subjektivitet og verdipåvirkninger

I denne oppgaven er det store innslag av fortolkning og vurdering; dette gir naturligvis rom for subjektivitet. Subjektivitet kan problematisere troverdigheten (Thagaard 1998:179). Like fullt har fortolkning en sentral plass innenfor kvalitative metoder (ibid.:13). For å gjøre mine fortolkninger synlige og etterprøvbare, har jeg derfor lagt vekt på *beskrivelse* og *gjengivelse* av innhold og uttrykk i kommentarartiklene. Selv om jeg har forsøkt å være aldri så systematisk i min gjennomgang av teori og i analysen, kan man imidlertid aldri "forklare hele prosessen frem til tolkning av resultatene" (ibid.:14). Dette rommet for fortolkning gjelder i denne analysens tilfelle både de kvantitative og de kvalitative elementene. Også i kategoriseringen av positive og negative artikler har det vært bruk for skjønn. Jeg har noen ganger vært i tvil når jeg har kategorisert materiale til bruk i den kvantitative undersøkelsen. Slik sett vil det nødvendigvis være et kvalitativt element i det kvantitative.

I et slikt lys kan det være oppklarende å redegjøre for min rolle som forsker og for mine eventuelle verdipåvirkninger. Når en problemstilling utformes, vil det nemlig være "en sammenheng mellom forskerens verdier, og det perspektivet hun velger å se problemet ut fra" (Hellevik 1998:434). Forskjeller i referanseramme – hvilket samfunn som foretrekkes – ligger til grunn for hva en forsker oppfatter som problematisk (ibid.:435). Derfor vil min bakgrunn og mine verdier nødvendigvis påvirke analysen. Jeg er selv en del av bransjen som denne oppgaven tar for seg. Med flere år som journalistvikar og frilanser, hovedsakelig for Adresseavisen og Bergens Tidende, går jeg snart inn i et kommunikasjonsbyrå – Geelmuyden.Kiese – som har arbeidet tett med Høyre i flere tilfeller. Jeg må presisere at jeg aldri har intervjuet Erna Solberg som journalist eller forsker, og jeg har heller ikke vært involvert i arbeid med Høyre. Jeg har aldri drevet med profesjonell kommentatorvirksomhet, og kjenner ingen av kommentatorene som er omtalt i utvalget, med unntak av Stein Arne Sæther i Adresseavisen. Det er heller ingen partipolitiske motivasjoner eller årsaker bak valget av kasus Solberg. Min mediebakgrunn bidrar imidlertid til et engasjement som bunner i en forpliktelse overfor noen grunnleggende

standarder for journalistisk arbeid; en forestilling om et demokratis behov for kritisk og analytisk kommentatorjournalistikk. Dermed legges allikevel visse rammer for oppgaven – hovedsakelig i problemstillingenes utforming og den kontekstuelle tilnærming. Jeg vedkjenner meg også et ønske om verdimesige konsekvenser av analysen, i form av en samfunnsdebatt om kommentarjournalistikkens rolle. I dette ligger et forskeransvar som man må være seg bevisst, kanskje nettopp særlig overfor kommentarjournalistene som omtales i analysen (Hellevik 1998:435f-440).

4. ANALYSE

4.1. Situasjonen

Er meningsjournalistikken knyttet til hendelser i det politiske liv, eller følger den sine egne motivasjoner for hva som skal menes noe om? For å få oversikt over denne relasjonen har jeg gått gjennom sentrale hendelser i henholdsvis nyhets- og kommentardekningen og i politikken i perioden januar-september 2009. Under følger en detaljert skisse over hele forløpet, som er ment å fungere som ramme for konteksten kommentarartiklene ble ytret i.

4.1.1. Valgåret, oppsummert

Januar

03.01: DAs kommentator Arne Strand fastslår at dette "blir Jens sitt år uansett".

16.01: Solberg uttaler på en pressekonferanse sammen med V-leder Lars Sponheim og Krf-leder Dagfinn Høybråten på Stortinget at "ikke alle fire borgerlige partier kan sitte i samme regjering" (Høyre 2009) Frp er ikke invitert. Kommentatorene i DA, VG, AP og DN tolker dette som at Frp dyttes unna regjeringsmakten og at Solberg har valgt regjeringssamarbeidspartnere, og roser henne for dette.

19.01: DA spiller Per-Kristian Foss opp mot Erna Solberg i en leder. Foss "har forstått"; Solberg "skaper ny forvirring".

21.01: DAs kommentator omtaler Foss som "den beste lederen Høyre aldri fikk", og kritiserer Solberg i sterke ordelag for at hun "ikke vet hva hun vil" angående regjeringssamarbeid. DB, DN og VG kommer med lignende kritikk.

Februar

06.02: Høyre-politiker Per-Kristian Foss har sagt ja til å være alternativ statsministerkandidat på et lukket og internt Høyre-møte. Dette kommer frem når VG trykker en inside-story med anonyme kilder, og debatten som følger utløser massiv kritikk av Erna Solberg i kommentarspaltene. DAs Arne Strand mener "Høyre har lidd mye under Erna Solbergs ledelse av partiet. Hun får det rett og slett ikke til". Strand skriver at Solberg ikke har "den autoritet som trengs for å få tillit blant velgerne i disse krisetider". Han går så langt som å si at "Hadde Høyre frontet Per-Kristian Foss, og ikke Erna Solberg, ville det ha

sett bedre ut for partiet." Flere avisartikler følger opp saken, og Solberg møter kritikk i SA (17.2) og FV (18.2), der sistnevnte trykker en leder med tittelen "Solbergs siste sjanse".

21.02: Frp-leder Siv Jensen hevder det foregår snikislamisering i Norge på partiets landsmøte, dette kommer i kjølvannet av hijab-saken²⁷ fra høsten 2008. Kommentatorer fra AA (25.2), DA (24.2) og AP (25.2) kritiserer i forbindelse med dette Solberg for uklarhet i forhold til Frp-samarbeid.

27.02: Det spekuleres blant kommentatorene i SA og AA om tidligere Høyre-politiker Børge Brende er "Høyres redningsmann".

Mars

03.03: Per-Kristian Foss og Erna Solberg har hvert sitt innlegg på trykk i AP, med kritikk mot Frp-leder Siv Jensen. "Full krig" mellom de to partiene, hevder valgforsker Bernt Aardal i BT 4. mars.

20.03: Snikislamiseringsdebatten fortsetter, og Høyres generalsekretær går ut i VG og forklarer Høyres dårlige meningsmålinger med velgerovergang fra Høyre til Frp.

28.03: DAs kommentator spår at Børge Brende, Ine Marie Eriksen Søreide og Per-Kristian Foss er "favoritter til å ta over når Solberg må kaste inn håndkleet".

31.03: Solberg foreslår en alternativ Nasjonal Transportplan, som innebærer bla. høyhastighetsbane mellom landets største byer (NTB). Hun går også ut med en lovnad om å bruke flere offentlige midler på helse, vei, kunnskap og petroleumsutbygging i nordområdene (NTB/Altaposten).

April

05-14.04: Solberg har ferie.

28.04: Etter en nokså rolig måned på kommentarfronten, trykker DB lederen "Høyre, et truet parti", der Erna Solberg oppfordres til å ta et oppgjør med Frp, og gå for et sentrumssamarbeid med Venstre og KrF i stedet. Dagen i forveien har investorene Ola Mæle og Stein Erik Hagen gått ut i en VG-artikkel med bekymring for Høyres situasjon, og en oppfordring til Solberg om å samarbeide med Frp.

²⁷ Hijab-saken var en medieskandale i lite format, som følge av at Justisdepartementet 4. februar 2009 offentliggjorde at bruk av hijab skulle tillates som del av politiuniformen, uten justisministerens viten. En "snikislamiseringsdebatt" fulgte, med Frp i spissen og de fleste partiene involvert.

30.04: "Utsiktene til suksess for Erna Solberg er små," hevder SAs kommentator, og kritiserer henne for ikke å velge samarbeidspartnere. Også Arne Strand i DA kommenterer samarbeidsuklarheten i kritiske ordelag.

Mai

02-07.05: Kravet fra kommentatorene om å velge side begynner å tilspisse seg. AAs leder mener Høyre "må velge mellom sentrum og Frp. Titler som "Høyres dype krise" (AA 06.05.), "Høyre mot stupet" (DA 06.05.), "Høyre i skvis" (AP 07.05.) illustrerer stemningen i debatten.

08.05: Høyres landsmøte starter, og skal vare i tre dager. V og KrF har hatt sine landsmøter i månedsskiftet, og har allerede fattet et klart nei til regjeringssamarbeid med Frp. SA mener landsmøtet er "siste sjanse for Erna" til å danne en klar regjeringsstrategi. Det samme gjør Stein Aabø i VG, som kommenterer at Solberg "mangler det meste. Velgere, støttespillere, framtidsutsikter, vinnere, alliansepartnere og en klar strategi". DNS kommentator Kjetil B. Alstadheim mener Solberg "sitter i klisteret, helt alene", og fastslår at "det går mot en trist valgnatt i september for Høyre-folk". Solberg på sin side, åpner landsmøtet med å stadfeste at hun er den rette til å lede H og at partiet kan gå inn i både topartiregjering med Frp og trepartiregjering med V og KrF.

09.05: Ifølge nyhetssakene fra landsmøtet blir Solberg avbrutt av applaus over 50 ganger, noe som ifølge flere aviser aldri har forekommet før. "En sjelden glød" og "en god dag" tilskrives Solberg av APs kommentator dagen etter åpningstalen på landsmøtet. Solberg utnevnes til "en ubestridt leder" av samme mann, og også AA mener talen "fjernet enhver tvil om lederskapet i det kriserammede partiet", selv om de fremdeles mener Høyres regjeringalternativ har "svak troverdighet". SA på sin side mener Solberg "aldri har blitt den trygge, sterke leiarfiguren med landsmoderpotensial", og stiller spørsmål til hvor dypt gårsdagens landsmøte-applaus stikker. Titler som "Høyre i spagat" (FV), "Solbergspagaten" (DA), "Utrygghet og pessimisme" (VG) og "Høyres kortsiktige valg" (SA) forteller at kommentatorene ser på Solbergs manglende standpunkt i regjeringsspørsmålet som problematisk. Bergens Tidendes Olav Kobbeltveit mener Solbergs strategi "er så haltande at han knapt kan klappast opp i stående stilling". Nesten alle kommentatorene mener imidlertid at striden om hvem som bør være Høyres partileder er over for denne gang.

20.05: DAs Arne Strand fastslår at valget blir et "statsministervalg" mellom Jens Stoltenberg og Siv Jensen, og avskriver Solberg som "ikke aktuell".

31.05: "Erna står svakt" hevder VG i en leder, og argumenterer med Solbergs "svake omdømme blant de borgerlige partienes velgere" og "en utbredt oppfatning i Høyres egne rekker, nemlig at partiets leder og statsministerkandidat ikke er noen vinnertype".

Juni

02.06: Juni innledes med en syrlig 2.leder i VG som spiller metaforisk videre på Solbergs uttalelse om jakt og valgkamp: "Har ikke jegerne lært henne at man ikke skal skremme vekk byttet før man trekker våpen."

03.06: DNs kommentator Kjetil B. Alstadheim betegner Solbergs statsministerambisjon som en tanke "mer absurd enn det Høyre en gang kalte "et luftslott".

05.06: SAs sjefredaktør Tom Hetland skriver i sin kommentar at "Erna Solberg drøyer stadig om Det Store Borgarlege Alternativet, men ærleg talt: er det nokon andre som trur på det lenger?" Samme dag går Høyre ut og hevder regjeringens barnehagepolitikk rammer de svake. Partiet presenterer en løsning: 50 millioner statlige kroner til gradert makspris.

15.06: V-leder Lars Sponheim går ut i SA med kritikk mot Solbergs ja til mulig Frp-samarbeid, og sier at "Høyres anstendighet er i fare".

20.06: Samme avis går ut med tilsvarende kritikk i en leder: "Partiets store utfordring ligger i manglende tydelighet". Også DB kritiserer Solberg, men mer eksplisitt: Erna Solberg "har ingen overbevisende plan for å komme ut av den trange posisjonen mellom Frp og sentrum", og hun "har i lang tid snakket fra begge munnviker når det gjelder et mulig regjeringssamarbeid med Siv Jensen", skriver John Olav Egeland. Samtidig nyanserer han også kritikken: "Her handler det om standpunkter som er langt bredere enn den sporadiske kritikken mot Erna Solberg og hennes lederstil".

19.06: Stortinget stenger for sommeren. Den påfølgende uken skal partiene holde sine oppsummerende pressekonferanser.

22.06: DN trykker en leder som spør hva som vil bli fokus i pressekonferansene, og kommenterer at "partileder Erna Solberg fremstår mer sutrete enn reelt bekymret."

26.06: Dagen etter Høyres pressekonferanse kommenterer DA innsatsen: "Solberg serverte et fullstendig uprioritert og kronglete budskap", og "holdt en så lang innledning at vi til slutt trodde vi var på et landsmøte." Solberg karikeres på en personlig måte i kommentaren, hun "hater å snakke om det politiske spillet. Hun elsker å snakke om

politiske saker. Men aller mest elsker hun å snakke. Lenge. (...) Erna Solberg har mye viktig på hjertet, men hun sier det dessverre på en måte som gjør at ingen følger med. Da kan hun like gjerne tie stille."

30.06: "Trengs Høyre?" spør Ap-politiker Rune Gerhardsen i et VG-innlegg.

Juli

03.07: I kjølvannet av Gerhardsens VG-innlegg og vårens negative Høyre-fokus i media innleder DN en debatt om partiets ideologi. Avisen innleder selv med kommentaren "Kom hjem til Frogner" og den heftige debattvekslingen vedvarer gjennom juni og juli. Ulike debattanter i og utenfor partiet diagnostiserer Høyre og Solberg²⁸. Økonomiprofessor og tidligere finansminister Victor Norman, Ap-politiker Rune Gerhardsen, Unge Høyre-leder Henrik Asheim og Fpu-leder Odd Vanebo²⁹, investor Christen Sveaas og reder Morits Skaugen er blant de mange deltagerne, i tillegg til Solberg selv.

04.07: Nok en syrlig 2.leder i VG: "Erna Solberg sier til Aftenposten at hun er fascinert av science fiction-bøkene til Doris Lessing. Fascinasjonen for sjangeren er åpenbar når hun i samme intervju fremhever sine ambisjoner om å bli statsminister etter valget." VG følger opp med en tilsvarende leder 8. juli, der man mener det er unødvendig av Solberg å konsentrere seg om et program for å bli statsminister.

15.07: Under tittelen "Solbergs solstikk" kritiserer DN i en leder Høyre-lederens angrep på regjeringens økonomiske politikk dagen i forveien.

20.07: VG kritiserer Lars Sponheim og Erna Solberg fordi de forsvarer dobbel diett når de må bo i Oslo - "de har mistet gangsynet." I DN kommenterer Kjetil Wiedswang sommerens Høyre-debatt, og deler debattantene i tre grupper, der den ene "forklarer Høyres problemer med Erna Solbergs lederegenskaper og kroppsvekt".

23.07: Erna Solberg setter i gang en krass ordveksling med Frp-leder Siv Jensen om EU og lederskap, både VG og DB har saker med utspill fra begge partiledere. DB (24.07) intervjuer "valgekspert" som kommer med "den sjeldne rosen av en partileder som har måttet tåle massiv kritikk den siste tiden".

²⁸ Se eget kapittel om Høyre-debatten under.

²⁹ De to unge lederne flytter debatten over til nyhetsspaltene med en liste med felles krav om borgerlig enighet (DN 27.07.2009).

25.07: Millardær Stein Erik Hagen erklærer at han vil sende formuen sin i politisk asyl til Sveits, og trekker dette inn i Høyre-debatten. DB følger opp med syrlig kommentar: "Erna Solberg må ha trodd Høyre allikevel ikke hadde dødd, men kommet til himmelen. I løpet av noen minutter tvitret hun salig om at Hagen bare kunne pakke ut de 19 skreddersydde tyrolerjakkene igjen. Etter valget var formueskatten så godt som historie."

26.07: VGs Nina Schmidt tar Erna Solberg i forsvar i debatten om Solbergs vekt som årsak til den sviktende oppslutningen på meningsmålinger og den omtalte interne misnøyen i Høyre. "Mange mener for eksempel at Erna Solberg ikke kan bli statsminister, fordi hun er for tykk" skriver Schmidt, og mener "debatten om politikere og kroppsvekt er både sår, vanskelig og slem, og i Ernas tilfelle også personlig".

27.07: Erna Solberg har innlegget "Hva Høyre vil" på trykk i DN.

28.07-29.07: DA, DB og AP kommenterer Solbergs innlegg og Høyre-føljetongen i DN. Arne Strand i DA hevder å ikke "finne en eneste interessant setning eller tanke. Det var svada fra første til siste setning.", og mener at "Skrekken i Høyres ledelse for å trå potensielle regjeringspartnere på tærne har angrepet partilederens evne til å tenke klart." DBs kommentator Marie Simonsen skriver at "Høyre-lederens innlegg var et høflig gjesp på en god dag (...), viljeløst og lite konkret". Aftenpostens leder er ikke fullt så negativ, og mener at "for å tydeliggjøre eget parti har Høyre-leder Erna Solberg de siste dagene gått opp noen grenser til Fremskrittspartiet" og "vært litt mer offensiv."

30.07: Nest siste dag før valgkampen offisielt er i gang, hevder DBs Kirsten Karlsen at "Høyre fremstår ved inngangen til valgkampen som et parti i identitetskrise", og at "det på mange måter har vært Ernas og Høyres sommer. På godt, men mest på vondt." I Fædrelandsvennen varsler lederen "Blått lys for Høyre" at "Høyre har under Solbergs ledelse mislykkes i å bygge et troverdig borgerlig alternativ til den rødgrønne koalisjonen", og de spekulerer i at "en ny valgfiasko kan hun neppe overleve som partitopp".

30.07: Solberg presenterer Høyres visjon om null drepte i trafikken på grunn av dårlig veistandard innen 2020. Samme dag holdes en demonstrasjon for bedre trafikksikkerhet i regi av partiet (Høyre 2009).

August

01.08: Valgkampen innledes offisielt.

04.08: Solberg holder pressekonferanse, og kritiserer regjeringens framleggelse av "Veivalgdokumentet" sitt samme dag (Høyre 2009). Hun etterlyser EU-debatt. VG og DN kommenterer pressekonferansen dagen etter, og selv om Solberg ikke roses nevneverdig i noen av artiklene, ytrer VG at de deler hennes synspunkt i EU-debatten.

05.08: En partikollega av Solberg omkommer i en trafikkulykke. Solberg snakker ut i VG om betydningen av samferdselsløft to dager senere, 7. august.

06.08: DB-kommentator Martine Aurdal har på trykk en svært positiv Solberg-kommentar, en kommentar som blir stående som et vendepunkt, fordi den er den første i en lang rekke som blir tettere mot slutten av august. Aurdal roser Solberg for blant annet at hun tåler motgang, ser godt ut og har humor³⁰, basert på hennes opptreden i pressekonferansen dagen før. Samme dag har VG på trykk en artikkel om at Høyre gjør et byks på meningsmålingene. Gjennomsnittsregning av de ulike meningsmålingene viser imidlertid at Høyres vekst startet allerede i juni (Aurdal 2009)

09.08: Solberg forteller om slanking på VGs forside.

12.08: Solberg lover nordnorsk oljefond på fem milliarder.

17.08: De første tv-sendte partilederdebuttene. Solberg roses i DA, AP, SA og DN for imponerende innsats.

21.08: Arne Strand slår fast i DA at "Erna blomstrer, Siv visner". Det er skjedd et betydelig skifte i troen på Solberg som statsminister og i måten hun omtales på.

25.08: Høyres 125-årsdag

26.08: VG trykker saken "Erna tar av - Siv stuper" og innleder med det en periode med en lang rekke positive kommentarer for Solberg. I partiledervurderingen dagen etter utnevnes Solberg til "valgkampens overraskelse", og flere positive artikler følger i dagene etter.

28.08: BT donerer forsiden til Solberg: "Solberg får æren for Høyre-opptur".

28.08: Retoriker og forfatter Kjell Terje Ringdal innleder en debatt om Solbergs vekt i AP og DB Magasinet (29.08.). Vektdebatten blir en nyhetsføljetong både i aviser og tv-debatter, der andre kvinnelige politikere går ut og forsvarer Solberg.

³⁰ Mer om dette i eget kapittel (4.4.4) under.

01.09: Siv Jensen og Erna Solberg kritiserer tv-studioene for å kjønnsdiskriminere gjennom sine kameravinkler og dype stoler (VG). Avisene døper saken "skjørtebatten", og den preger kommentarbildet.

03.09: Høyre tangerer Frp i meningsmålingene, og DA har førstesideoppslag "Veien åpen for Erna. Hun kan bli landets nye statsminister." I kommentarspaltene risses ny tiltro til Solberg, DA skriver under tittelen "Se opp for Erna" for eksempel at "Det ikke lenger er utenkelig at Erna Solberg blir statsminister etter valget". DN, AP, DB, BT og AAs kommentatorer henger seg på.

10 10 FREDAG 4. SEPTEMBER 2009

VALG 2009

Nå vil de begge ha Erna som STATSMINISTER

Av ALF BJARNE JOHNSEN, MARIANNE JOHANSEN og HEGGE KVALSØEN

Dagfinn Høybråten (Krf) og Lars Sponheim (V) fjerner nå all tvil: For første gang utroper de Erna Solberg (H) som sin statsministerkandidat.

Sponheim og Høybråten har bestemt seg

— Jeg får kanskje legge meg foran dere som en skjedehund, vil da, sier Høybråten. Så går han inn på sitt kontor.

— Ernaas status er veldig hyggelige sylveter. Men jeg må gjøre det klart at selv om Krf og Venstre har skilt ut Erna som statsministerkandidat, så har Høyre gjort det. Vi holder fortsatt alle dørene åpne også mot Frp. Og det er velvære som Høyre ønsker seg.

— I den verden mener jeg at Erna er den beste kandidaten. Men jeg vil være med i regjeringen. Det er et stort ansvar som statsminister, og jeg vil være med i regjeringen. Det er et stort ansvar som statsminister, og jeg vil være med i regjeringen.

TREKLOVERET: De tidligere regjeringssjefene Erna Solberg, Dagfinn Høybråten og Lars Sponheim står sammen opp på valgtribunen i Eidsvollsgalleriet i Stortinget i går ettermiddag.

Puster Ap i nakken
Venstre-leder Lars Sponheim, som tidligere har vært leder for Per-Kristian Foss (H) i Kvaløya som statsminister, er enig.

Hyggelig
— Han har vært myk og i regjeringstid.

Folles erfaring
At det vil være overraskende å bli utvalgt som statsminister, sier Høybråten. Han har vært statsminister i 1980- og 1990-årene.

Ernas menn og kvinner
— Erna Solberg er en fantastisk leder og en fantastisk person. Hun er en fantastisk leder og en fantastisk person. Hun er en fantastisk leder og en fantastisk person.

«DELA» STEMNINGEN: Da Kilgøy Frp-kommand og visesjefen i Stortinget, Carl I. Hagen, kom forbi de tre tidligere regjeringssjefene, utbrøt han: —Jeg får kanskje legge meg foran dere som en skjedehund.

Faksimile 1 om 1 (VG, 4.9.2009): Én av de mange anledningene kommentatorene brukte til å overtolke Solbergs stilling til regjeringsspørsmålet. Krf og V har bestemt at de ønsker Solberg som statsminister i en eventuell sentrumsregjering. Dette forstås av avisene som at Solberg har bestemt seg for å gå i regjering med Krf og V. Bildet ble kilde til et lite oppbluss i kritikken for vingling.

04.09: VG trykker et bilde av Solberg i selskap med V-leder Lars Sponheim og KrF-leder Dagfinn Høybråten. Bildet utløser en debatt der Frp-Jensen går kraftig til angrep på Solberg for et tilsynelatende valg av samarbeidspartnere etter valget. Kommentatorene tolker bildet som en lansering av Solberg som "ny" statsministerkandidat. Politisk kommentator Harald Stanghelle kaller sågar VG-bildet for "det nærmeste et offisielt kroningsbilde vi har sett i denne valgkampen" (AP 7.9). TV-kanalene legger om valgsendingene og setter på to ekstra debatter mellom sittende statsminister Jens Stoltenberg og Erna Solberg (DN 4.9).

07.09: Høyre går mest frem av alle partier i skolevalget. Solberg presenterer en rekke felles holdepunkter for de borgerlige partiene (Høyre 2009).

12.09: DN oppfordrer velgerne direkte i en lederartikkel til å stemme på Høyre og Solberg.

14.09: Valgdag. De ti siste dagene har avisene hatt 22 positive Solberg/Høyre-kommentarer på trykk.

14-15.09: Solberg og Høyre får en oppslutning på 17,2 prosent, og går frem med 3,1 prosentpoeng fra 2005-valget. "Det er vi som har gått mest frem, det er vi som har vunnet dette valget" sier Solberg i sin tale til H-forsamlingen (NRK). Hun kåres også til valgvinner av de fleste kommentatorene, selv om den rødgrønne regjeringen blir sittende.

15.09-30.09: Solberg fortsetter å få ros, og det diskuteres i kommentarspaltene hvor veien går videre for Høyre.

Gjennomgangen viser at:

1. Det var en nokså entydig negativ oppmerksomhet over hele linjen gjennom hele første del av denne perioden.
2. Det inntraff et markert vendepunkt i omtalen av Solberg 6. august, ved inngangen til valgkampen.
3. Det er en nokså entydig positiv oppmerksomhet fra alle hold om Solberg fra og med vendepunktet.

4.1.2. Høyres politiske situasjon

Ved inngangen til 2009 hersket det spenning omkring hvilke samarbeidspartnere Høyre kom til å gå inn for dersom det ble borgerlig/liberalt flertall i valget. De to alternativene var

samarbeid med de tidligere regjeringspartnere KrF og V eller å danne regjering med Frp. KrF vedtok på landsmøte i april 2009 å nekte et eventuelt regjerings samarbeid med Frp, hvilket V allerede hadde kommunisert en stund. V-leder Lars Sponheim slo dette fast én gang for alle i valgkampinnspurten i september. Men Høyre ønsket ikke å velge. Dersom Høyre ønsket regjeringsmakt, måtte de nødvendigvis holde situasjonen åpen. Kun stemmene 14. september kunne avgjøre hvilket alternativ som var gjennomførbart. Men det betød også at potensielle Høyre-velgere ikke visste hva stemmen deres gikk til; de to koalisjonene ville nemlig ha blitt to svært ulike regjeringer med tanke på alt fra ideologi og menneskesyn til økonomiske og politiske prioriteringer. KrF og Frp skiller seg for eksempel på et fundamentalt plan, blant annet i synet på statens rolle i samfunnet, miljøpolitikk, ruspolitikk og innvandring. Det er derfor sannsynlig at mange Høyre-velgere ønsket avklaring på dette spørsmålet på samme måte som kommentatorene.

Partiet og Solberg ble dermed satt i en svært vanskelig retorisk situasjon. En såkalt "avklaring" av regjeringsspørsmålet i form av forpliktende, utvetydige formuleringer, ville ha lukket denne situasjonen for Høyre. Men i og med at ønsket om borgerlig regjering sto øverst hos partiet, ble dette umulig. Særlig akutt var situasjonen med tanke på at regjeringsspørsmålet var så sentralt i nyhetsmedienes dekning av valgkampen fra begynnelse til slutt³¹. Dette sto klart tidlig på nyåret, allerede da Solbergs pressekonferanse med sentrumpartiene KrF og V fikk så stor oppmerksomhet.

Høyres utfordring var dermed å kommunisere om en uavklart situasjon på en klar og tydelig måte. Solberg måtte forsøke å virke prinsippfast, men uten å låse seg, og hun måtte sørge for å ha taktisk albuerom uten å bli oppfattet som opportunistisk. Hvordan gjorde så Solberg dét? Mitt inntrykk er at hun i dette anliggendet forholdt seg utvetydig, åpen og konsistent gjennom hele året, noe de følgende tre sitatene formodentlig viser:

Vi ønsker ikke å utelukke noen av de ikke-sosialistiske partiene fra et regjerings samarbeid, men vi innser at en regjering av alle de fire partiene ikke er det mest realistiske. Samtidig er det slik at alle disse fire partiene har sagt at de ønsker en annen regjering enn den sittende, og det er mye felles politikk disse fire partiene kan enes om. Derfor er det Høyres utgangspunkt at det utfra et borgerlig flertall må springe ut et borgerlig regjeringalternativ (pressekonferanse 15.1.2009).

Vi er klar til å gå i regjering med FrP. Vi er klar til å gå i regjering med Venstre og KrF. Det beste ville selvfølgelig vært om de også var klar til å gå i regjering med hverandre. Vi har en plan; et borgerlig flertall skal gi en borgerlig regjering. Vi blokkerer ikke for noen borgerlig regjering. Høyre holder

³¹ Uttrykkes eksplisitt av flere kjente kommentatorer i en VG-artikkel (10.7.2009). Dessuten fikk regjeringsspørsmålet generelt mye spalteplass og sendetid gjennom hele året, noe som var synlig i de rammene nyhetsmediene valgte for å dekke valgkampen (Stor oppmerksomhet om "Jens eller Jensen" først, deretter "Jens eller Erna", i tillegg til spørsmålet om borgerlig samarbeid).

døren åpen for det alternativet som lar seg realisere når velgerne har bestemt (landsmøtetale 9.5.2009).

Jeg regner med at alle politikere, alle som stiller til valg, er mest mulig opptatt av å få gjennomført sitt eget program, sine egne politiske saker. Og jeg mener at på veldig mange områder, så vil de tre tidligere regjeringspartiene ha mye til felles med FrP på noen retninger som er annerledes enn dagens regjering. For eksempel det å gjøre vilkårene bedre for små og store bedrifter. Det å sørge for et skikkelig krafttak for norsk skole, norsk kunnskap og norsk kompetanse. Og ikke minst det å sørge for at vi får et samferdselsløft i årene fremover. Da er det helt naturlig å finne frem til et felles samarbeid mellom disse fire partiene på sånne saker. Og det enkle, synes jeg, det er det budskapet vi har i denne valgkampen: Høyre blokkerer ingen. Vi vil ha en ny regjering. Det er best å stemme på oss. Vi har ikke så mange andre betingelser enn at vi skal sørge for mye Høyre-politikk ut av en sånn regjering (Folkemøte i Kristiansand 17.8.2009).

Disse tre sitatene er plukket fra tre forskjellige tidspunkter i den langstrakte valgkampen som dominerte i 2009, nemlig fra januar, mai og august, og innholdet er nokså nøyaktig det samme. Budskapet er: Høyre ønsker en borgerlig regjering, og lar velgerne bestemme *hvilken*. På tross av at budskapet ikke endret seg, mente allikevel kommentarjournalistene at dette budskapet først var uklart, og senere klart³². Når man sammenligner uttalelser fra ulike tidspunkt i valgkampen er det vanskelig å finne belegg for kommentatorenes påstand om at hun er uklar og utydelig til å begynne med og blir klar og tydelig etter hvert. Det er i alle fall ikke mulig å se en slik tendens i disse sitatene, ei heller i uttalelsene Solberg ga³³ om regjeringssamarbeid i løpet av perioden. Så vidt jeg kan bedømme, etter å ha gått grundig gjennom et bredt materiale fra 2009, er Solberg konsekvent i sin håndtering av en vanskelig politisk og retorisk situasjon.

4.2. Overblikk

4.2.1. Når blir Erna Solberg omtalt?

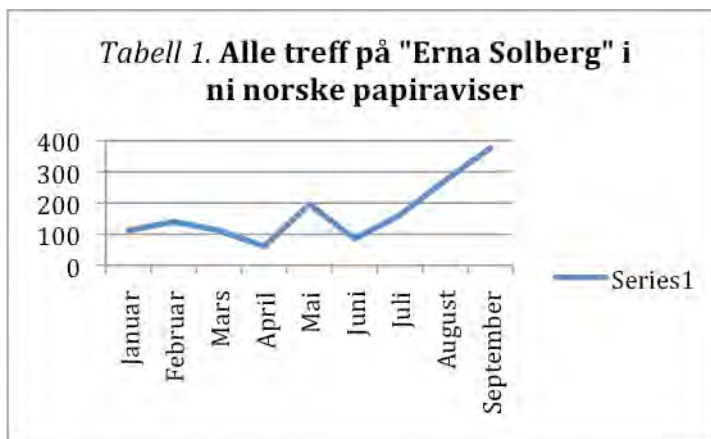
Sammenstillingen av kommentar- og nyhetsdekning opp i mot politiske hendelser viser at relasjonen mellom politiske utspill og hva som ble kommentert, følger et visst mønster. Kun noen få saker og temaer dominerte dekningen av Erna Solberg: Hennes kvaliteter som statsministerkandidat (frem til august), Solbergs holdning til regjeringssamarbeid (hele perioden, men særlig i mai), Solbergs vekt (fra juli) og Solbergs opptreden i tv-debatter (fra august). Følgelig kom politiske utspill i andre rekke; de overfor nevnte saker og temaer dreier seg jo om personlige karakteristikk som stil og utseende, taktikk, ambisjoner og maktkamp³⁴.

³² Se nærmere analyse av dette i kapitlene 4.5-4.7.

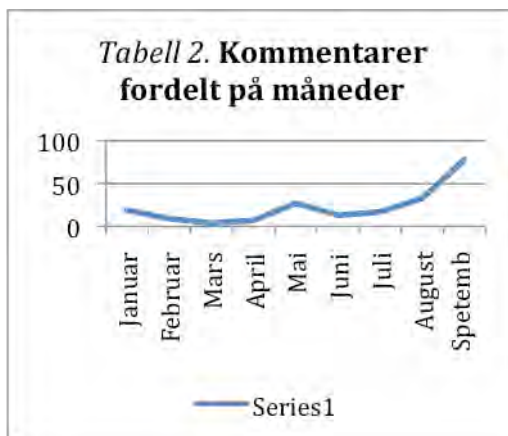
³³ Basert på de 207 artiklene i analyse materialet finner jeg ingen eksempler på at Solberg har uttalt seg annerledes om dette fra januar til september 2009.

³⁴ Dette går jeg nærmere inn på fra og med 4.2.3.

Allikevel ser det ut til at kommentarjournalistikken henger sammen med nyhetsbildet. Det er et relativt tydelig sammenfall mellom alle artikkeltreff på "Erna Solberg" totalt i perioden og antallet av kommentarartikler³⁵ om Solberg, som tabellene under viser. Vi ser tilsvarende topper i antall artikler i periodene januar/februar og mai, og den samme, jevnt bratte stigningen fra juli og ut september. I april og juni er det få artikler i begge tilfeller. Kurvens form vitner om at valgåret for Solbergs del ble preget av interne Høyre-stridigheter i januar/februar og landsmøtet i mai, foruten en stigende interesse synkront med valgkampens opptrapping.



Tabell 1. Søk i Retriever, 1.1-30.9.2009. Alle artikkeltreff.



Tabell 2. Regnet ut i fra registrering av utvalgets artikler, se appendiks 1

³⁵ Med begrepet kommentarartikler, sikter jeg her også ledere og andre sjangre som faller innenfor subjektiv meningsjournalistikk.

Kurvene avviker imidlertid noe når antall treff på samtlige nyhetsartikler om Solberg stiger en del fra januar til februar, før den synker mot april, mens antall treff på kommentarartikler synker jevnt fra januar til april. Ser vi nærmere på hvilke sammenhenger Erna Solberg ble kommentert i denne perioden, viser nyhetsartiklene at hun ble omtalt eller sitert særlig i forbindelse med to saker i månedene januar-februar: Hijab-saken og den interne partilederstriden i Høyre. Begge disse sakene avstedkom riktig nok kommentarer, men ikke i like stort omfang. Samtidig fremgår det også at flere av Solbergs utspill i nyhetsartiklene ikke ble kommentert. Partilederen kom i denne perioden med forslag om blant annet en egen statsråd for NAV (BT 18.2), endringer i lærerutdanningen (bla. DB 7.2), borgerlig veisatsing (DB 8.2), tiltak for økt kvalitet på sykehusene (AA 22.1), innstramning av abortlov (DB 31.1), bekymringsmelding for norske bedrifters kredittflyt (DN 19.1) og økt eksport av norsk gass til Europa (DB 28.2). Kommentarene i perioden omhandlet på sin side hovedsakelig "borgerlig kaos" samt spekulasjoner omkring Solbergs lederskap. Disse nyhetssakene, som kommentarene *ikke* mente noe om, viser at spennet mellom hva som ble og kunne ha blitt tatt opp til debatt, var langt større enn man skulle tro. Solbergs politiske utspill ble for øvrig i noe større grad kommentert og gitt tradisjonell nyhetsdekning etter vendepunktet. Omtalen dreide seg først og fremst om EU-utspill (BT, DN^{36*} 14.8, DN 27.8), samferdselsplaner (VG 8.8) planer for norsk oljevirkosomhet (DN 8.8, VG 13.8*), skolepolitikk (AP 18.8, SA 18.8) og diskriminering av kvinnelige politikere (for eksempel SA, DB, AA, AP 2.9). Det var imidlertid hennes stil, strategi og ytre egenskaper som ble mest kommentert både før og etter vendepunktet.

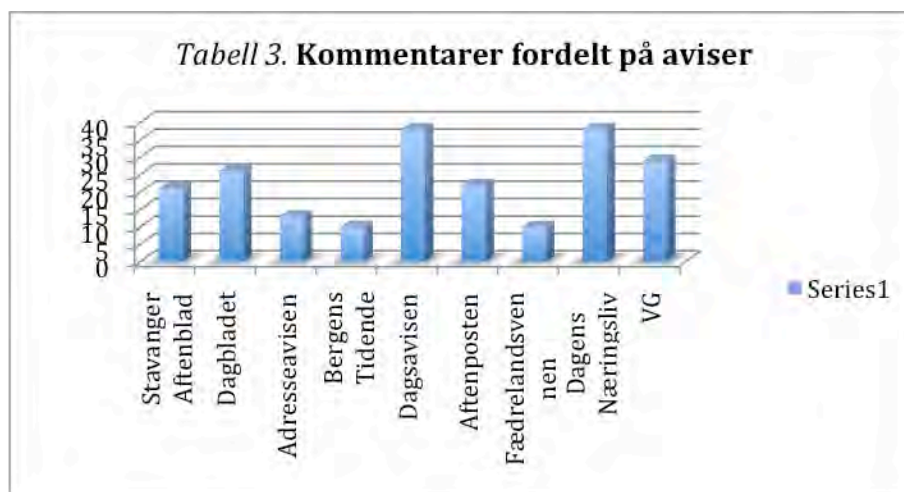
Når vi sammenligner Erna Solbergs politiske utspill i 2009 med kommentardekningen er det mest paradoksale at temaet som er hyppigst gjenstand for kritikk på vårparten – nemlig mangelen på standpunkt i regjeringsspørsmålet – er konstant gjennom hele perioden. Solberg kritiseres først for dette i kraftige ordelag, mens hun frem mot og etter valget roses for å "ha stått støtt som en påle i valgkampen" (DN 12.9). Det kan også fremstå som noe selvmotsigende at mange av kommentatorene rett og slett avskrev Solberg som reell statsministerkandidat i årets første måneder, mens de i august og september kroner henne til "dronning" (AA 8.9, AP og VG 15.9). Solberg var klar og tydelig på at hun var Høyres statsministerkandidat – også midt oppe i Foss-saken³⁷ – og hamret dette inn én

³⁶ Artikler merket med * er ikke en del av utvalget.

³⁷ Se 4.1.1: *Valgåret, oppsummert.*

gang for alle på Høyres landsmøte i mai. Allikevel kan man lese i september at ”Ernas nyfødte statsministerkandidatur gjør valgopptellingen ekstra spennende” (VG 6.9). Om kandidaturet er nyfødt, er dét i så fall på spalteplass.

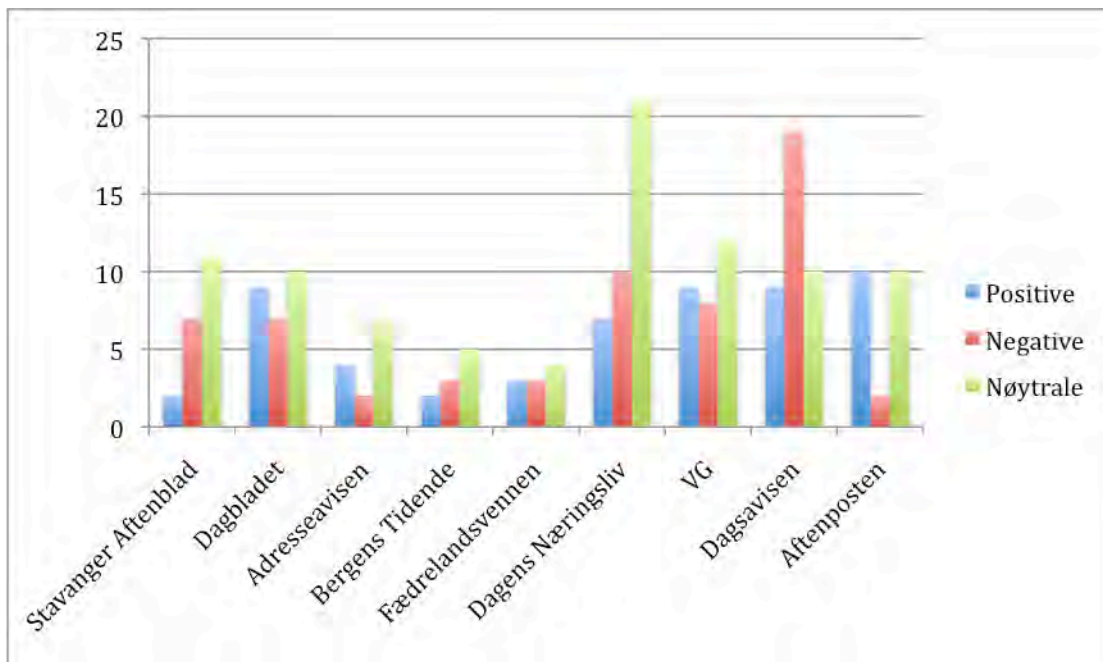
4.2.2. Hva kjennetegner avisene?



Tabell 3. Regnet ut i fra registrering av utvalgets artikler, se appendiks 1.

Hvem er det som er mest opptatt av Erna Solberg? Det er interessant at det er store ulikheter i hvor hyppig de ulike avisene kommenterer henne. *Tabell 3* viser at Dagsavisen (DA) og Dagens Næringsliv (DN) peker seg ut som de desidert mest pratsomme i Solberg-sammenheng. Etter dem følger VG, Dagbladet (DB), Aftenposten (AP) og Stavanger Aftenblad (SA), som er relativt jevne. Regionsavisene Adresseavisen (AA), Bergens Tidende (BT) og Fædrelandsvennen (FV) følger sist, og har relativt få kommentarer.

De som mener mest om Solberg er to meningssterke aviser. DN er åpen Høyre-sympatisør grunnet sine næringslivsinteresser, og har dermed en åpenbar motivasjon å omtale Høyres valgkamp. DA er tidligere Arbeiderparti-avis, og brukte like før valget forsiden til å oppfordre til å stemme rødgrønt. Slik sett kan det ligge rødgrønn sympati til grunn for kritikken mot Solberg. Men også DA snudde fra negativ til positiv i sin omtale av Høyre-partilederen. DN-kommentarene hadde den samme utviklingen. Alt tyder på at en annen, avisuavhengig og sjanger- eller profesjonsrelatert mekanisme ligger til grunn – noe jeg går nærmere inn på i 4.5.8, 4.6.3 og 4.7.



Tabell 4: Avisenes holdninger til Erna Solberg, basert på egen kategorisering³⁸.

Avisene viser også ulikheter når det gjelder antallet ladete artikler, selv om helhetsinntrykket for alle avisene viser tydelige positive og negative perioder for Erna Solberg. Dette er ikke oppsiktsvekkende, ettersom utvalget er bredt og dekker ulike typer aviser. Men den svært ulike fordelingen mellom positive, negative og nøytrale artikler er allikevel en klar indikasjon på de respektive avisenes holdninger, både ideologisk og sjangermessig.

Det er nødvendig å kommentere hva "nøytral" betyr i denne sammenhengen. Som tabell 4 viser, har tross alt sju av ni aviser et – om enn lite – flertall nøytrale artikler. Kategoriseringen er gjort med tanke på å vise hvilke holdninger avisene hadde til Solberg i perioden. At en artikkel er kategorisert som nøytral, betyr derfor *ikke* at andre kyniske tendenser enn den personlig rettede omtalen av Solberg, ikke forekommer. Tvert i mot; ofte viser kyniske tendenser seg også i disse artiklene. Alle avisene har eksempler på nøytrale artikler med slike kjennetegn, her er bare noen: SA (5.6), DN (26.6, 26.8) demonstrerer hvordan politikk gripes som spill eller drama; DB (14.1), DA (3.1, 24.2), BT (25.1, 19.6), VG (20.1), FV (8.9) og AA (9.5) viser hvordan politikken intimiseres gjennom

³⁸ Se appendiks 1.

navnebruk og personliggjøring; AP (25.8) mener å vite at taktiske, ikke politiske, årsaker ligger bak Solbergs standpunkt til regjeringssamarbeid.

Hva gjelder fordelingen av negative og positive artikler, er det noen klare trekk som står frem av *tabell 4*. For det første: DA utpeker seg som særlig negativ i sin omtale (50 prosent). For det andre: DN har et overtall nøytrale artikler (55 prosent). For det tredje: APs negative andel av dekningen er svært liten (9 prosent) og den positive merkverdig stor (45,5 prosent). Bortsett fra dette er det lite konkret å trekke ut fra disse tallene. Å konkludere om årsaksforhold blir lettvtint og spekulativt. Det er imidlertid nærliggende å tenke at – ut i fra det vi allerede vet om avisene³⁹ – en gammel Høyre-avis som AP i større grad argumenterer *for* en Høyre-politiker, og at en gammel Arbeiderparti-avis som DA i større grad stiller seg negativ til en Høyre-politiker. Det er ikke utenkelig at noen rester av en politisk kultur lever videre i redaksjonene. Men samtidig har norske aviser kommet langt i å bevege seg bort fra partitilhørigheten, og det er ikke politiske argumenter som preger kommentatorene i utvalget – det er snarere mangelen på sådanne. Når det gjelder standpunkter om politikk – eller helst politikere – er kommentatorene som regel enige.

4.2.3. Vendepunktet

Det skjer altså noe med Erna Solberg i mediene i august. Med unntak av et lite knippe positive kommentarer omkring en pressekonferanse i januar, og en liten oppsving etter landsmøtet i mai⁴⁰, har kommentarjournalistikken om Solberg vært bemerkelsesverdig negativ hele året. I august snur det. En enkel opptelling av kommentarenes direkte karakteristikker av Solberg som person/politiker viser at av totalt 105 kommentarer frem til 6. august, er 50 negative, 45 nøytrale og bare 10 positive. Det må dessuten legges til at de som *er* positive, i stor grad samtidig kritiserer partilederen. Typisk er kommentaren "Høyres tunge bær" (09.05), som beskriver Solbergs "god[e] dag", med "vanlig saklig[e] grundighet", "en glød hun sjelden avslører"; ifølge denne kommentaren holdt hun en "landsmøtetale som fikk tilårskomne Høyre-folk til å gjenoppleve et snev av de gyldne tider på 1970- og 80-tallet" med virkningen at "at Høyre etter dette har en ubestridt leder". Men samtidig betegnes Solberg også som "middels karismatisk" og kommentatoren spekulerer i om applausen etter Solbergs tale på landsmøtet var ekte eller bare "menneskelig sympati med en hardt prøvet partileder". Denne har jeg altså registrert som en positiv

³⁹ Se kort forklaring av avisenes historie og tidligere partitilknytning i appendiks 2.

⁴⁰ Mer om disse korte positive klyngene i 4.7.2: *Flokket – mellom idealer og ideologi*.

kommentar⁴¹, noe som viser hvor vanskelig det har vært å finne genuint rosende omtale inntil vendepunktet.

Som det fremgår av tidslinjen, ser det imidlertid ut til å være et vendepunkt i Solberg-omtalen i august 2009. Fra 6. august til 30. september er det nemlig 51 positive artikler, 40 nøytrale og 11 negative, brøken er med andre ord snudd på hodet i forhold til vår/sommerperioden. Tallene er svært tydelige: Av alle de negative artiklene, er 83 prosent på trykk *før* dette tidspunktet, og 83 prosent av de positive artiklene på trykk *etter* dette tidspunktet. En kommentar forfattet av Martine Aurdal i Dagbladet (6.8.2009) markerer dette skiftet. Aurdal skriver:

Det er ikke i medgang man ser lederpotensialet i mennesker, det er i motgang. Erna Solberg er ikke bare den norske partilederen som må tåle mest juling i offentligheten, hun er også den som tåler det best.

Så fortsetter kommentatoren å rose hvordan Solberg i pressekonferansen hadde en fleipende tone; hvordan hun

ironiserte over regjeringens innsats, hun smilte, hun så godt ut og hun gikk lenger enn noen annen partileder har gjort så langt i valgkampen, i forhold til å svare på hva slags politikk Høyre vil føre i regjering, uavhengig av samarbeidspartnere [...] Den opplagte, solbrune, tydelige og morsomme Høyre-lederen som startet valgkampen denne uka, er en partileder å regne med.

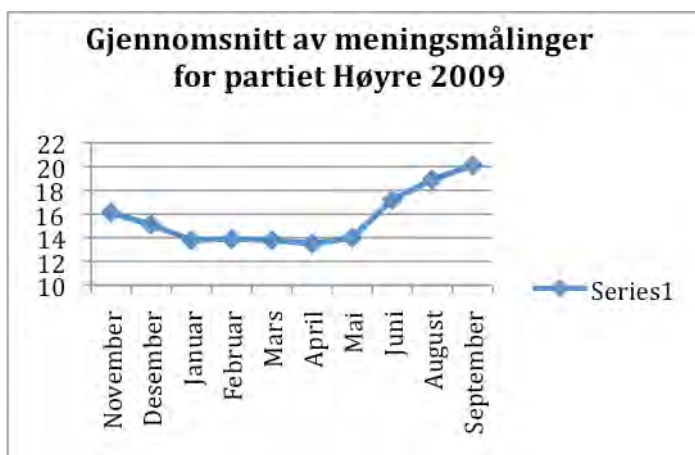
Aurdals hyllest blir den første kommentaren til å peke ut en tendens; nemlig Solbergs stigende aktualitet som statsministerkandidat i avisspaltene. Når det gjelder kommentarens forhold til eventuelle meningsmålinger, er det ett interessant poeng: Høyre har allerede vært på stigende kurs – gjennomsnittsmessig sett⁴² – siden juni, uten at det har vært noen reell registrering av dette på kommentar plass – før den samme dagen som Aurdals kommentar står på trykk. 6. august presenterer nemlig både VG, NTB og dagbladet.no en meningsmåling som viser at Høyre går frem med nesten to prosentpoeng. Sannsynligvis er ikke denne sammenhengen tilfeldig. Det er nærliggende å anta at Aurdal tilfeldigvis er den første til å ha merket seg dette stemningsskiftet, og derfor blir den første til å bemerke det. Men det kan også være at hun er den første som tør å bryte ut av flokken. Det er nemlig et interessant poeng at det gjennom sommeren ble trykket flere meningsmålinger som viste vekst for Høyre⁴³, uten at disse ble akkompagnert av analytiske bemerkninger på kommentar plass. For eksempel trykker DA en sak 30. juli der Bernt

⁴¹ Den er kategorisert som positiv fordi det slås fast at Solberg er en "ubestridt leder", og fordi de positive karakteristikkene av henne som person overgår de negative.

⁴² Se tabell 5 på neste side.

⁴³ For eksempel i DA 9. juli, der en meningsmåling fra Opinion for Avisenes Nyhetsbyrå (ANB) viser en fremgang for Høyre på 2,7 prosent til 16,3 prosent, en betydelig økning i forhold til bevegelsene for de andre partiene.

Aardal presenterer gjennomsnittsmålingene for blant annet Høyre. Aardal uttaler at borgerlig seier kan bli en realitet, uten at dette ble tatt tak i av kommentatorene. I avisen Romerikes blad registrerer man sågar i en leder at en valgprognose for juli gir Høyre en oppslutning på 20 prosent i Akershus, men konkluderer allikevel med at det går mot “tidenes dårligste valg for Høyre”.



Tabell 5: Gjennomsnittsmåling for Høyre, basert på Bernt Aardals beregninger (www.aardal.info)

Er Solberg som politiker endret i løpet av sommermånedene? Eller er Aurdal simpelthen den første som tolker meningsmålingenes Høyre-fremgang dit hen at Solberg har æren? Følger de andre kommentatorene Aurdal fordi hennes analyse av Solbergs pressekonferanse blir fasit – og at det dermed igangsettes en positiv trend? Et så tydelig vendepunkt i materialet fremkaller mange spørsmål. Men det er vanskelig – om ikke umulig – å si hva som konkret er årsak til det omtaleskiftet som markeres av Aurdals kommentar. Det kan imidlertid se ut som om kommentatorene er så innkjørt i sine synspunkter at de ikke ser hva som skjer før noen peker det ut for dem. Det er en interessant anekdote når Aurdal selv faktisk kommenterer dette noen uker senere, i lys av den økte mediepopulariteten:

Nervøse AP-folk har i helga forsøkt å gi meg ansvaret for Høyres fremgang, fordi jeg på denne plass for ei tid tilbake tok Erna Solberg i forsvar etter en vår og sommer med motgang og hets. Jeg kommenterte bare det andre burde sett: Høyre-lederen er en sjef som er god i motgang (DB 14.09).

Én mulig forklaring på det plutselige vendepunktet kan naturligvis være at det *skjedde* endringer hos Solberg, men at kommentatorene ikke klarte å spesifisere eller argumentere

for disse endringene. I et intervju med meg opplyste Høyres sekretariatsleder Lars Øy⁴⁴ at han oppfattet omtalen av Erna Solberg som enten veldig positiv eller veldig negativ, og at den bar preg av eterrasjonalisering i stedet for analyse. Men han mener også at vendepunktet til dels skyldtes faktiske forhold som at Solberg var blitt flinkere til å forholde seg til tv-mediet i debatter, at partiet hadde lagt en strategi som gikk ut på at de skulle gå ut med sine politiske saker i månedsskiftet juli/august, samt at Solberg tjente respekt og sympati på å beholde ro og fokus på politikk gjennom en periode med svært mye negativ omtale.

Men så er det jo også effekten av at når kommentatorene oppfatter at et parti er i medgang, så vil de geniforklare alt. Jeg vil gi dem litt rett. Samtidig virker omslaget fra svart til hvitt litt rart i etterkant. [...] Noe jeg tror du vil finne er at dette reflekterer det en del har påpekt, om at det blant kommentatorene er en slags flokkmentalitet, en gjengs oppfatning som man ikke alltid vet hvor kommer fra. De er ganske samstemte.

Uansett hvordan årsaksforholdet henger sammen demonstrerer vendepunktet en sentral egenskap ved kommentarjournalistikken om Solberg: Den synes ofte å være umotivert av det politiske, og har sjelden begrunnede analyser bak sine påstander. Den støtter seg ofte på meningsmålinger der resonnetet er at siden Høyre gjør det svakt på meningsmålingene, er Solberg en uegnet partileder (For eksempel "Fosser fra Erna", Dagsavisen 7.2), og karakteristikkene mangler ofte argumentasjonsgrunnlag for hvorfor partilederen er eller ikke er en egnet statsministerkandidat/partileder. De positive kommentarene er ikke mer konkret begrunnede enn de negative. Slik fremstår vendepunktet som noe tilfeldig og løsrevet fra den politiske konteksten – over en måned etter at meningsmålingene⁴⁵ har snudd, og uten annet argumentativt hold enn beskrivelse av humor, utseende og stadfesting av det tilsynelatende faktum at Solberg kler motgang.

⁴⁴ Telefonsamtale 27. september 2010. Øy ble presentert for statistikken og bedt om å tenke høyt omkring Høyres oppfatning av situasjonen i 2009.

⁴⁵ Mer om bruk av meningsmålinger i kap. 4.6.4.

Dagbladet
Sist og først
 Tlf: 24 00 10 00 - MMS/SMS 2400 PB. 1184 Sentrum, 0107 Oslo. Besøksadresse: Langkaia 1

Side 31 **Været**
 Se midten **TV-kvelden**

241-303 trykstat. Dagbladets trykkeri på Lørenskog har rett til å bruke millimeteret Sennep på sine trykte produkter

Erna kunne furtet. Det gjorde hun ikke

DET VAR TRANGT i Saras telt på tirsdag, der de rødgrønne partilederne inviterte til valgkampens innledende pressekonferanse. På bordene lå store bunker med stortingsmeldingene de har laget de siste fire åra, og en ganske tynn pressemelding med de sju viktigste områdene de er enige om å satse på hvis de får velgerens tillit i fire nye år. Liv Signe Navarsete, Kristin Halvorsen og Jens Stoltenberg ville vise at de står samlet, er fornøyde med det de har fått til og at de har vilje til å få til enda mer. Rett skal være rett; de har fått til mye, og om ikke annet viste timingen at de ikke vil gi fra seg ledelsen.

JEG LOT LIKEVEL tankene vandre til Erna Solberg. Hun måtte avlyse sin planlagte pressekonferanse om partiets skattepolitikk, da regjeringen kvelden i forveien innkalte til Saras telt på samme tid som Høyre-lederen hadde invitert hovedstadens politiske journalister til Høyres Hus. I stedet ba hun oss komme etterpå, med en raus tidsangivelse avhengig av når de rødgrønne var ferdige. Hun kunne furtet. Det gjorde hun ikke.

ERNA SOLBERG er Norges minst populære partileder, hvis man skal dømme etter kritiske utspill og antall lanserte alternativer. Tillitsvalgte høyt oppe i partiledelsen vil ikke stille seg bak henne hvis andre statsministerkandidater seiler opp, og flere av dem er villige til å overta ansvaret. I Dagens Næringslivs Høyre-debatt gjennom sommeren har det kommet fram en lang rekke grunner til at potensielle Høyre-velgere kan gjøre andre valg den 14. september. Skepsisen til Erna Solberg har vært uttrykt lenge, argumentene har variert fra utydelighet til liten entusiasme og toppet seg med ufine antydninger om kontroll over egen kropp. Kritikerne har ikke bare antydning, men hamret inn, at

de ikke tror at Høyre vil klare seg godt igjen før lederen er byttet ut.

DET ER IKKE i medgang man ser lederpotensialet i mennesker, det er i motgang. Erna Solberg er ikke bare den norske partilederen som må tåle mest juling i offentligheten, hun er også den som tåler det best. Forrige gang hun viste det, var med sin tale til Høyres årsmøte. Hun måtte levere. Hun gjorde det.

Da pressen omsider kom fram til Erna og Høyres Hus på tirsdag, møtte vi ingen antydning til furtung om hvordan de rødgrønne ødela hennes planer om å sette dagsorden. Hun fleipet om hvordan det innkalte rådgiverkorpset hadde sluppet av istedenfor å jobbe, innkalt som de var for å dekonstruere regjeringens nye løfter. Skatteutspillet, dagens gulrot, sparte hun til en annen gang når vi i pressen var mer klar for

det. Erna ironiserte over regjeringens innsats, hun smilte, hun så godt ut og hun gikk lenger enn noen annen partileder har gjort så langt i valgkampen, i forhold til å svare på hva slags politikk Høyre vil føre i regjering, uavhengig av samarbeidspartnere.

NÅR VERDEN går imot henne og hennes nærmeste er verst, legger ikke Erna Solberg seg ned og gråter. Hun livner til og kjemper som få andre. Høyre-lederen er en av de beste lederne et parti i motgang kan ha. Ved forrige valg, kommunevalget i 2007, satt hun like utsatt til som nå. Valgnatta feiret hun likevel som en vinner, med et valgresultat som viste framgang for partiet. Den opplagte, solbrune, tydelige og morsomme Høyre-lederen som startet valgkampen denne uka, er en partileder å regne med. Det vet de rødgrønne. Derfor lot de henne ikke åpne ballet.



MARTINE AURDAL
 mau@dagbladet.no

DAGBLAD-TOPPEN **BOK**
 De 10 mest solgte billigbøkene den siste uka.

1	Stieg Larsson «Jenta som lekte med ilden» (Quercus Publishing)
2	Stieg Larsson «Menn som hater kvinner» (Quercus Publishing)
3	Stephenie Meyer «Formørkelsen», Twilight-serien (Atom)
4	Stephenie Meyer «Under en ny måne», Twilight-serien (Atom)
5	Stephenie Meyer «Evhighetens kyss», Twilight-serien (Atom)
6	Stephenie Meyer «Verten» (Sphere)
7	Ben Goldacre «Bad Science» (Harper Perennial)
8	Jodi Picoult «Min søsters vokter» (Hodder Paperbacks)
9	Aravind Adiga «Hvit tiger» (Atlantic Books)
10	Charlaine Harris «Dead Until Dark» (Gollancz) Kilde: Amazon.co.uk

Kilde: Amazon.co.uk

I morgen: MUSIKK

Trykk: AS Dagbladet/trykk Trykk: Adressa/trykk AS Trykk: HFC/trykk AS Trykk: Bergens Tidende Trykk: AS Trykk: Aftenbladet/trykk AS Trykk: HFC/trykk AS

Søndag
 Dagbladets magasin for INTERIØR, LIVSSTIL OG REISE

For annonsering i Søndag, kontakt **PIA LILTVEDT** pli@dagbladet.no T: 952 93 443

Faksimile 2: Martine Aurdals kommentar 6. august 2009, den første som i positive vendinger omtaler en endring hos Erna Solberg. Artikkelen representerer et kollektivt skifte hva innstilling til partilederen angår. Faksimilen er for øvrig også et godt eksempel på profileringen av kommentatorer i form av store bilder, som jeg tar for meg i 4.7.1.

4.5. Språk

4.5.1. Metaforer – krig, kamp, spill, race

Metaforens styrke ligger i det den sier uten å si det direkte (Heradstveit og Bjørge 1987:106). Det er derfor ikke irrelevant hvilke metaforer som brukes for å forstå og presentere den politiske journalistikken. Metaforer skaper premisser for forståelse og handling (Eide 1991:166f). En valgkamp heter ikke *valgkamp* for ingenting. Men det er ikke bare de typiske "kamp" og "krig" som brukes som metaforer for det politiske valget, selv om disse er de vanligste sjablongene, også i dette utvalget. Valget er et *race* der det "i sluttspurten er blitt Jens og Erna" (DA 7.9.); en *thriller* (DA 26.2) eller *film* med navn "Dirty Erna", der Erna sammenlignes med filmkarakteren Dirty Harry, som "alltid vinner til slutt" (VG 13.9.); et *spill* der Erna har "to like i femmere" og er "på offensiven" i en partiledervurdering som presenteres som *yatzy* (DB 13.9⁴⁶). En spillforståelse av politikken går ofte igjen i kommentarene, både gjennom saksfokus (f. eks. regjeringsspørsmålets store oppmerksomhet) eller ved det rent uttrykksmessige. Et tydelig eksempel er når hele valget gripes med metaforbruk i tittelen "Det store norske regjeringsspelet – del 2" (SA 5.6).

Det har tidligere blitt påvist økende bruk av spillorienterte spørsmål i valgdekningen (Waldahl og Narud i Aardal og Krogstad et al. 2004), og det kan jeg bekrefte også for denne analysen. Den gjentatte bruken av slike metaforer tar nærmest form av et *topos* – argumenter, adjektiv, historier og vinklinger hentes fra en verden utenom det politiske, og bidrar slik til at politikken forstås innenfor rammene av nettopp et spill eller en kamp/krig. Jeg tar tak i dette fordi kampmetaforikken får implikasjoner for hele formidlingen av politikk. Kathleen Hall Jamieson har nemlig vist – riktignok i en amerikansk kontekst – hvordan en slik tolkningsramme karakteriseres av blant annet hovedfokus på vinnere og tapere samt på opptreden, stil og oppfatning av kandidatene, en dramaturgi med aktører, kritikere og publikum og bruk av meningsmålinger til å fortolke utviklingen (Capella og Jamieson 1997, Vatnøy 2010:59f). I dekningen av Erna Solberg viser det seg å være en tilsvarende sammenheng. Det er dessuten grunn til å tro at denne tolkningsrammen ikke er spesifikk for dekningen av Solberg. To masteroppgaver som har tatt for seg den journalistiske dekningen av valgkampen i 2009, har begge funnet at spill- og kampfokus preget tolkningsrammene på generell basis (Nedrestøl 2010, Lianes 2010).

⁴⁶ Ikke med i utvalget.

4.5.2. Ambisjon og posisjon - en personlig maktkamp

Et annet viktig poeng er at det å vinne politiske stemmer fremstilles som en privat ambisjon. Dette skjer ved stadig omtale av Solberg som privatperson fremfor politiker, og ved å sette likhetstegn mellom politiske mål og personlig triumf. Et typisk eksempel står VG for:

For Erna Solberg selv er det mye å vinne. En H/V/Krf-regjering er hennes beste sjanse til å bli statsminister. Det vil være en triumf for en partileder som ble dømt nord og ned [...] før valgkampen (4.9)

Helt eksplisitt uttrykkes det i samme avis 6.9: "Regjeringsmakt vil være en enorm triumf for Erna Solberg". Det private settes i sentrum også i Adresseavisen, som knytter en direkte sammenheng mellom personlige egenskaper og partiets politiske suksess:

Og til tross for hennes gamle tilnavn [Jern-Erna], får hun de aller beste skussmål som person, både fra venner og politiske tilhengere og motstandere. Hun er omgjengelig, omsorgsfull og husker bursdagen til sine ansatte. Hun er familiekjær [...]. Valgkampen vil vise om Erna Solbergs gode egenskaper smitter over på partiet hun leder. (8.8)

Dette kommer særlig godt frem i juli/august, når Solbergs vekt settes på dagsorden. "Erna Solberg har lovet et frekkere Høyre, og begynner med å invitere til egen badevekt. Det kan bli en valgvinner" (DN 13.8). Her ser vi hvordan kommentatoren ikke bare knytter politiske konsekvenser sammen med noe helt privat, men også tillegger Solberg en bevisst strategi om å bruke det private for å komme i posisjon. Enda tydeligere blir det i DN, når kommentator skriver: "At Erna Solberg nå sier til sine egne at partiet skal fokusere mer på miljø, er klart et strategisk valg snarere enn et politisk" (29.9). Forsøket på å "avkle makten" ved å fremheve personlige maktambisjoner, er et grep som røper at journalisemen i aller høyeste grad preger artiklene.

4.5.3. På fornavn med Erna

"Erna-vinden feier over Hordaland" skriver BT (11.9⁴⁷) når meningsmålingene ser bedre ut for Høyre. Bruken av partileders fornavn er påfallende. 32 kommentarer i utvalget bruker partilederens navn i tittelen, av disse bruker dessuten hele 24 – altså 75 prosent – kun fornavnet. Det å bruke "Erna" fremfor det fullstendige navnet er ikke et uvesentlig språkvalg. Å omtale Solberg ved fornavn innebærer en intimisering av rollen hennes som politiker, og bidrar til å svekke autoriteten som følger med en slik rolle (Meyrowitz

⁴⁷ Ikke med i utvalget.

1986:167ff). Hun omtales som privatperson med ambisjoner på egne vegne, ikke i kraft av sin offentlige rolle med ambisjoner for partiet eller samfunnet. Dette er ikke nødvendigvis intensjonen fra journalistenes side, det kan jo også hende at "Erna" rett og slett klinger bedre enn "Solberg" i mange journalisters ører. Like fullt er dette et effektivt språklig grep og en medievriddingsteknikk som kan virke svekkende for Solbergs autoritet og troverdighet som partileder⁴⁸. Bruken av fornavnet gjør henne samtidig mer tilgjengelig for identifikasjon. Avstanden mellom politiker og velger føles mindre. Solberg er imidlertid ikke alene om å omtales ved fornavn; også Jens [Stoltenberg] og Siv [Jensen] må ofte finne seg i en slik navnebruk, likesom i tidligere tider Kåre [Willoch] og Gro [Harlem Brundtland].

Den andre tendensen er framhevingen av partileder – fornavn som etternavn – fremfor parti. "Erna står svakt" (VG 31.05), "Erna står stille" (DA 08.09) og "Erna tar av – Siv stuper" (VG 26.08⁴⁹) er eksempler på slik personifisering. Her foregår en synekdochisk overførsel av "Høyres valgkamp" til "Ernas valgkamp". Man tar del for helhet, og fokuserer dermed på én kvinnes ansvar i situasjonen (Kjeldsen 2006:218). Det blir Erna som skaffer seg oppslutning, ikke Høyre. Dette er ingen uskyldig språklig figur, den retter tilnærmingen til valgkampen mot det personlige og bort fra det politiske. Slik bidrar kommentatorene til å formidle politikken som en maktkamp:

Det var ikke mange som trodde at Høyre ville gjøre det bra da valgkampen startet. Erna Solberg var avskrevet som statsministerkandidat. (...) Nå like før mål, har Erna nådd igjen både Jens og Jensen. Imponerende (DA 12.9).

Erna Solberg vant valgkampen ved et sterkt comeback fra en svak utgangsposisjon (DN 15.9).

Valgkampen ble en personlig triumf for Erna Solberg, men medvinden kom for sent (DB 15.9).

Personifiseringen er ikke forbeholdt omtalen av Høyre, men gjelder også de andre partiene. Tendensen går på tvers av de ulike avisene⁵⁰, med unntak av AP som er den eneste av avisene som ikke bruker titler av denne typen. AP har heller ingen titler med Solbergs navn i tittelen. Det kan selvsagt være tilfeldig, men når det er snakk om deknningen gjennom ni

⁴⁸ Det er imidlertid ikke noe nytt i å omtale politikere ved fornavn, og det er heller ikke forbeholdt kvinner. Allerede i 1981, 1983 og 1985 ble valget omtalt i den politiske journalistikken som "oppgjøret mellom Gro og Kåre" (Jenssen og Aalberg 2007:17).

⁴⁹ Nyhetsartikkelen er ikke i utvalget.

⁵⁰ "Erna står svakt", VG 31.5, "Ensomme Erna", DN 8.05, "Kamp mot Erna", FV 8.9, "Erna står stille", DA 8.9, "I hendene på Stoltenberg", BT 25.1, "I skyggen av Erna", AA 9.5, "Ernas garantier", DB 30.3 og "Det butter i mot for Siv Jensen", SA 7.9 har alle eksempler på slike synekdoher.

måneder i et valgår, kan det også bety at det er foretatt en bevisst beslutning om å unngå å vinkle politikken mot det personlige⁵¹.

Når Erna Solbergs – og de andre politikernes – personlige egenskaper settes i fokus, skjer dét nemlig på bekostning av politikkenes abstrakte nivå. Ideologisk debatt, Høyres politikk og partiprogram, komplekse sammenhenger i samfunnsutviklingen, eller endringer og utvikling i velgermassen er tema som må vike i kynismens navn. Kommentaren "Erna som brølte" (DA 2.9) eksemplifiserer dette, fordi saken egentlig handler om at "Høyre har mindre politisk makt enn noen gang i historien". Sakens kjerne er med andre ord både kompleks og abstrakt, men reduseres til noe personlig.

4.5.4. Et upopulært "tja"

Mediene vil gjerne ha entydighet og ikke for mange modifikasjoner. Problemet er, som vi vet, at situasjoner og hendelser sjelden er entydige. Men problemet kan også være at den som uttaler seg (særsomt om han/hun er politiker) vegrer seg for å komme med klare svar der det burde være mulig. En *vegrer* eller "kanskje-det"-type blir sjelden medienes favoritt" (Eide 2001:326, se også Herbert Gans 1979)

Retorisk sett er Erna Solberg en politiker som ofte bruker lange setninger, er glad i akademisk språk og skyr bombastiske uttalelser som mediene ofte er ute etter – à la sound bites⁵². Hun har dessuten et svært rolig kroppsspråk og stemmeleie. Jens Kjeldsen sier i en retorisk analyse av Solberg under forrige valgkamp at hun har en "rolig autoritet" og "gir inntrykk av kompetanse og veloverveid kontroll" (BT 3.9.2005). Hun er ikke den som gir de korteste, klareste svarene med karismatisk punch. Når samtlige kommentatorer kritiserte Solbergs manglende stillingtagen i regjeringsspørsmålet, er årsaken kanskje nettopp dette. Selv om hun forklarte mediene mange ganger hvorfor Høyre ikke ønsket å velge side, ble forklaringene for lange og lite tabloide – og dessuten er "tja" altså ikke spesielt populært hos journalister. Dette "tjaet" ser ut til å være det hyppigst nevnte grunnlaget for at Solberg lenge ble erklært uegnet som statsministerkandidat.

I kommentatorenes øyne svekket det Høyre – og derfor Solberg – at hun ikke tok standpunkt, noe materialet mitt har utallige eksempler på⁵³. Regjeringsspørsmålet ble nemlig et av valgkampens hovedtema, noe som styrker Audun Lysbakken og Torbjørn Røe Isaksen teori: "Den politiske journalistikken kretser stadig oftere om hvem som skal danne

⁵¹ For øvrig markerer AP seg som særlig positiv i sin omtale av Solberg, noe jeg kommer tilbake til i 4.7.2.

⁵² Begrepet stammer til det sene 1960-tallet, da videolengden i nyhetsreportasjer i USA begynte å synke fra 45-30 sekunder til 10-5 sekunder. Sound bites betegner de korte klippene som ofte brukes i tv-nyhetssaker, legger opp til at kilder må lære seg å uttrykke budskapet sitt i korte og poengterte uttalelser (Noonan 1998:88ff).

⁵³ Dette var det vanligste grunnlaget for de negative karakteristikene av partilederen, se 4.5.6.

regjering, og ikke hva regjeringsalternativene skal gjøre” (Samtiden 1/2008:8). Og fokuset på regjeringsspørsmålet gjaldt ikke bare for kommentarspaltene. En fersk masteroppgave viser hvordan spillfokuset regjerte også i partilederutspørringene i forbindelse med stortingsvalget 2009. Dorte Moe Lianes (2010) fant i sin innholdsanalyse av partilederutspørringene på NRK og TV2 en tydelig sammenheng mellom usikre regjeringskonstellasjoner og spillfokus. Hun avdekket til og med at “spillfokuset på den borgerlige siden er mye høyere enn på de rød-grønne partiene” (ibid.:67). Lianes trekker frem Erna Solbergs partiutspørring som et eksempel på dette. I en partilederutspørring på TV 2 3. september foregår følgende ordveksling mellom journalist Pål T. Jørgensen og Erna Solberg, der Jørgensen hele seks ganger etter hverandre spør om det samme:

- *Hvilket regjeringsalternativ er mest realistisk?*

- Det skal velgerne bestemme 14. september. Jeg synes ikke vi skal ta fra velgerne retten til å bestemme. [...]

- *Vil du ikke si hvilken av regjeringene du helst vil ha?*

- Jeg har tenkt å lytte til velgerne. Jeg skal forhandle etter at vi har fått valgseier.

- *Men du vil ikke fortelle velgerne hvilke alternativ du foretrekker?*

- Jeg foretrekker Høyres program. [...]

- *Kan du ri to hester samtidig uten å skape problemer internt i Høyre? Du frykter ikke en splittelse i Høyre?*

- Vet du hva, vårt landsmøte var helt soleklare på dette. [...]

- *Men konklusjonen er jo at velgerne ikke vet hva de får?*

- Velgerne i Norge tror jeg er ganske kloke. De vet at hvis de har stemt på Høyre, så får de våre saker. [...]

Totalt ble Solberg stilt spørsmål tilknyttet regjeringsalternativene i 7 av 23 minutter (Lianes 2010:43). Jørgensen *vet* at Solberg ikke kan si annet, hun har sagt det samme i hele 2009. Han skaper allikevel en situasjon der Solberg fremstilles som om hun har noe å skjule. Dét påvirker hennes ethos negativt. Foruten å demonstrere det som nærmest må betegnes som en besettelse med tanke på regjeringsspørsmålet, er denne ordvekslingen svært betegnende for journalistenes utbredte misnøye med mangelen på et ja/nei-svar⁵⁴.

4.5.5. Argumentasjon – eller ikke?

[Solberg] er ikke etablert i folks øyne som tydelig og opplagt (SA 17.2)

⁵⁴ Da denne partilederutspørringen ble sendt på tv, hadde Solberg for øvrig allerede begynt å oppleve medvind både på spalteplass og i meningsmålinger. Kritikken for manglende regjeringspartnervalg dominerte imidlertid inntil Høyre ble partiet med størst fremgang valgnatten.

Hun har fremstått avslappet og kul i valgkampen. Solberg gikk fra nederlagsdømt til eneste troverdige statsministerkandidat. Fra "mobbeobjekt" og taper til kommentariatets favoritt. Alle elsker Erna (Trude Ringheim i DB 15.9).

Utdragene ovenfor er betegnende både for kommentarenes tematikk og påstander. Jeg vegrer meg for å bruke ordet *argumentasjon* her fordi språket karakteriseres av omtrentlige, generelle og uspesifikke kategorier. "Tydelig" og "opplagt" sier ikke noe om Solbergs politikk, og heller ikke mye om henne. For hva menes med å være "tydelig"? Hva betyr det å være "opplagt" som partileder i folks øyne? Hva legges i "avslappet og kul"?

Dette og de neste delkapitlene fokuserer på det som konkret sies om Erna Solberg som politiker og/eller person. Er kommentatorenes argumentasjon fundert i reelle hendelser og analyser, eller fremstår meningene som løsrevet og subjektiv synsing? Er påstandene om Solberg begrunnede? Først vil jeg utarbeide en systematisk oppstilling av de mest typiske karakteristikkene – positive som negative. Deretter vil jeg ta tak i de viktigste hovedtendensene ved deknningen og se på hvordan det argumenteres for de aktuelle påstandene.

4.5.6. Kritikkpunkter i kommentarartiklene

Negative karakteristikk av Erna Solberg:

- *Ingen "vinnertype"*

"Erna står svakt" (VG 31.5). Hun anses som en "ikke sannsynlig" eller dårlig statsministerkandidat, både internt og av de borgerlige velgerne (se f. eks. SA 30.4 eller DA 7.2: Hun "får det rett og slett ikke til", "har ikke den autoritet som trengs [...]").

- *Preges av "utydelighet" og "usikkerhet" og mangler "den naturlige autoriteten"*

Hun "liker seg best i tåkeheimen" (DA 7.2) og serverer "svada og tåkeprat" (DA 28.7); hun "snakker fra begge munnviker" (DB 20.6); "Erna Solberg vet verken ut eller inn" (DA 1.8); "Solbergs problem er at hun ikke vil fortelle hva alternativet består i" (FV 9.5); Hun "er ikke etablert i folks øyne som tydelig og opplagt" SA (17.2).

- *Hun er "svak", og "sliter"*

"Erna står svakt" (VG 31.5) og "sliter ved inngangen til valgkampen" (SA 20.6). Hun "er ingen Thatcher", men "musa som brølte" (DA 2.9). "Hun var omstendelig, treg, trøtt. Virket alltid litt andpusten" (VG 13.9). "De fleste ville tro at et bilvrak måtte være noe av det siste Erna Solberg ønsker å bli fotografert ved siden av for tiden" (DN 31.7).

- *Hun er "alene"*

Hun "sitter i klisteret helt alene"(DN 8.5), og "hun mangler det meste. Velgere, støttespillere, fremtidsutsikter, vintersaker, alliansepartnere og en klar strategi" (DB 8.5).

- *"Uengasjert", "passiv" og "utilgjengelig"*

Solberg "oppleves ikke tilgjengelig" [...] (DA 7.3) og "hennes holdning bekrefter myten om Høyre-arrogansen" (DA 17.6). Hun "fremstår mer sutrete enn reelt bekymret" (DN 22.6), og "har ingen overbevisende plan for å komme ut av den trange posisjonen mellom Frp og sentrum" (VG 20.6). Hennes innlegg i DN var "et høflig gjesp på en god dag" (DB 29.7)

Positive karakteristikk av Erna Solberg:

- *"Rolig" og "trygg"*

Hun har " blitt roligere" (DA 29.8), "snakker med regjeringserfaring og selvtillit" og "står frem som en erfaren politisk leder" (DB 27.8). "Tidlig i valgkampen blomstret Høyre-leder ES. Hun var rolig, klar og trygg" (DA 9.9). Hun har tatt sommerens Høyre-debatt "med tilsynelatende stoisk ro" (AP 14.8). Hun "har vunnet på å være forsonende" (DN 14.9),

- *"Klar" og "tydelig"*

Hun "har stått frem på en bedre og tydeligere måte"(DA 21.8); hun "kom godt ut av noen tv-debatter og ble mer tydelig og synlig i valgkampen" (DN 24.8), og har "bremset taleflommen, spisset budskapet og blitt roligere" (DA 29.8). Noen har temmet bergenseren i henne slik at hun på tv er blitt tydeligere og kortere i svarene" (DN 5.9).

- *"Sterk", "stødig" og "verdig"*

Hun er "bunnsolid, med verdighet" (AP 2.9), og "har stått støtt som en påle i valgkampen" (DN 12.9). "Ernas sterke valgkampinnsats har jo vært en av de få overraskelsene de siste ukene" (AP 4.9). "Visst er det motbakke, men norsk politikks underdog [Erna Solberg] jogger på: Brun og svettende mot en overraskende valgseier" (DN 13.8).

- *"Grundig", "ryddig" og "konsekvent"*

Hun har utvist "vanlig, saklig grundighet, men iblandet en glød hun sjelden avslører i det offentlige rom" (AP 9.5), og "er en ryddig politiker⁵⁵" (AP 5.9). "Det er grunn til å berømme en politiker som møter motstand så trassig og standhaftig" (VG 5.9). Hun "var den sterkeste og mest konsekvente forkjemperen for et borgerlig alternativ" (VG 15.9). Hun "la en plan og holdt seg til den" (BT 16.9), hun har "holdt seg lojalt til strategien" (DN 18.9).

- *Hun er "god", "blomstrer", er "stjerne" og "valgkampvinner"*

Solberg "blomstrer" og "har foldet seg ut som en blåveis om våren" (DA 21.8). Hun "er blitt stjerna i denne valgkampen", "det har aldri vært grunn til å tvile på at Høyre-lederen er flink" og hun er "den ledende koalisjonsbygger" (AA 5.9). Hun "kan bli en valgvinger" (SA 7.9), og "har overrasket med sine gode opptredener i valgkampen" (DA 8.9). Hun "kom som ei kule" (DB 15.9) og "hun fremstår nå som en høyst aktuell og troverdig statsministerkandidat. Godt jobbet og godt gjort" (FV 8.9). "Erna Solberg er valgkampens store vinner" (VG 13.9).

- *"Varm", "engasjerende" og "imponerende"*

"Hun var både varmere og mer engasjerende enn vi er vant til" (VG 11.5). "Hun livner til og kjemper som få andre" (DB 6.8). "Hun har riktignok imponert mange ved å stå oppreist i kraftig motvind" (AA 8.8). "Så langt har ES gjort en imponerende innsats i debatter og utspøringer [...]" (VG 6.9). "Når hun [snakker om politiske saker] med entusiasme, er hun god (DA 9.9). "Nå like før mål, har Erna nådd igjen Jens og Jensen. Imponerende" (DA 12.9).

⁵⁵ Hun betegnes som ryddig fordi hun holder fast på at hun kan regjere med både Frp og Krf/V, altså det samme som hun har blitt massivt kritisert for tidligere.

4.5.7. Tomme og upresise karakteristikk

Generelt må det sies om både ros og kritikk at karakteristikkene har et lavt presisjonsnivå. Forklaringer er ofte fraværende i resonnementene, eksemplifisering og konkretisering likeså. Få kommentarer forsøker å veie det personlige mot det politiske og gå i dybden av den politiske situasjonen. Som de over nevnte karakteristikkene viser er de ofte rettet mot Solbergs privatperson.

Aller mest framtrædende er det imidlertid at de konkrete karakteristikkene, som for eksempel utydelig/tydelig eller klar/uklar, er ord som egentlig ikke har så mye innhold i seg selv. I lys av at kommentatorene dessuten går fra å omtale Solberg som en uegnet partileder til en valgvinner og sannsynlig statsministerkandidat uten at hun har skiftet standpunkt i noen viktige politiske saker, fremstår karakteristikkene som nær tomme. For det er interessant å se hvordan Solberg i valgkampinnspurten faktisk roses for de samme egenskapene eller handlingene hun er blitt kritisert for på vårparten og om sommeren. Først har hun et "problem" og er "utydelig", "i tåkeheimen", "snakker fra begge munnviker" og så videre fordi hun ikke tar regjeringsstandpunkt, deretter har hun "stått støtt som en påle", "vært lojal" og "tydelig" på grunn av akkurat det samme. Et sitat fra DN bidrar til å synliggjøre hvordan Solberg går fra utydelig til klar uten å ha endret mye påviselig i sin personlige stil eller politiske strategi:

Denne klarheten har endelig Erna Solberg oppnådd. Hun har holdt seg lojalt til den strategien partiet har lagt for regjeringsamarbeid, og jobbet målrettet med rådgivere for å bli bedre på tv. Det har lønnet seg. Kortere setninger og tydeligere budskap ga uttelling" (18.09).

I denne post-valganalysen av hvorfor partiet Høyre gikk mest frem i valget, tilskrives partiets fremgang Solbergs kortere setninger og "tydeligere budskap". Hva som menes med dette siste nevnes ikke, og det hele fremstår derfor som svak argumentasjon. Hva ligger i at rådgivere har gjort henne "bedre på tv"? Er hun nå klar fordi hun har holdt fast i uklarheten? Igjen mangler svaret på *hvorfor* og *hvordan* budskapet om regjeringsamarbeid ble "tydeligere"; budskapet hadde jo vært klart uttalt – og kritisert – siden januar. Også AP plasserer seg i en lignende posisjon i sin analyse av valget. Når avisens leder skal kommentere Høyres store fremgang valgnatten, argumenteres det for at "dette skyldes først og fremst en imponerende innsats fra partileder Erna Solberg. All tvil om hennes fremtid som Høyre-leder bør være borte etter dette valgresultatet" (15.09). *Hva* den imponerende innsatsen går ut på, sies det imidlertid ingenting om.

4.5.8. Sofistiske grep

Sofismens viktigste dogme er kanskje at "alt er relativt"⁵⁶, eller at verden er språklig formidlet. Platon mente sofistenes mål lå i det å *få* rett fremfor å *ha* rett. Hans oppfatning av sofistene står også i dag: Vi betrakter sofisme som retorikk i ordets mest nedsettende betydning; retorikk på tomgang. Med språklige midler søker man å imponere, og ser bort i fra etikk, logikk og kunnskap. Man benytter seg av autoritative ord og vendinger som bare gir *inntrykk* av sakkyndighet. Kanskje er ikke Nimmo og Combs' karakteristikkk av kommentarspalten som en "sofistisk triumf"⁵⁷ langt fra sannheten. Når vi ser på fremstillingen av Erna Solberg i meningsjournalistikken i 2009 er det i alle fall sikkert at en rekke sofistiske grep eller mønstre preget deknningen. Etterrasjonalisering, fast dramaturgi, generalisering av påstander og stadig henvisning til uklare eller anonyme kilder er blant disse.

Etterrasjonalisering, som sekretariatsleder i Høyre Lars Øy tidligere pekte på som en tendens i kommentarjournalistikken, er et så gjennomgående trekk ved kommentatorene i utvalget at det kan betegnes som et sofistisk grep. Med dette menes et fast mønster, et skjema for tolkning, som skjuler mangel på logikk og argumentasjon. Å konstruere årsaksforklaringer i etterkant, er et slikt skjema. "Høyre har tjent på å være en konsekvent og uforbeholden forkjemper for et borgerlig regjeringalternativ," skriver VG dagen etter valgnatten (15.9). Dette er en helomvending fra noen måneder tidligere, da samme avis mente at fokuset på "borgerlig regjering" (og ikke et klart regjeringssamarbeid) var Høyres store hovedproblem. Både BT (16.9) og DN (16.9) gjør tilsvarende snuoperasjoner. Etterrasjonaliseringen kan tilknyttes mange av de karakteristikkkene som er nevnt i 4.5.5⁵⁸. Resonnementene er enkle, og mangler stringent logikk: Før var ES ufiks, nå ser hun bedre ut. Nå gjør Høyre det bedre på meningsmålingene. Ergo må de nye stemmene skyldes utseendet.

Situasjoner legges inn i en *fast dramaturgi*. "Jens mot Jensen" og deretter "Jens mot Erna" er slike skjematisk maler som ulike hendelser i valgkampen forstås ut i fra – gjennom hele perioden. Slik rettes all oppmerksomhet mot politiske midler fremfor mål, mot privatpersonene med sine taktikker og ambisjoner. Den faste dramaturgien kan slik sees i

⁵⁶ Utsprunget av den såkalte *homo mensura*-setningen til Protagoras, som skal ha sagt at "mennesket er alle tings målestokk" (Andersen 1995:165).

⁵⁷ Jamfør kapittel 2.3.

⁵⁸ Denne formen for argumentasjon diskuteres nærmere i 4.6.3, i tilknytning til *kynismen*.

sammenheng med begrepet *episodiske tolkningsrammer*. Det tydeligste er hvordan kommentatorene gjentatte ganger forsøker å tolke Solbergs handlinger som stillingstagen i regjeringsspørsmålet. Ved å vektlegge dette spesifikke temaet i saker som i realiteten var mer komplekse – og i enkelte tilfeller til og med dreide seg om noe helt annet⁵⁹ – ledes velgerne mot en fragmentert og konkretisert bilde av situasjonen. Dagsavisens Arne Strand⁶⁰ eksemplifiserer dette i kommentarene ”Erna-regjering er alternativet” 16.1 og ”Ørnen har lettet” 17.1. I sistnevnte kommentar uttaler Strand at ”et regjeringsalternativ av Høyre, KrF og Venstre er i emning” etter at Solberg og de to partiene har presentert et forslag til regjeringens økonomiske krisepakke. Påstanden fremmes på grunnlag av følgende: ”Jeg tror det bare er et tidsspørsmål før Høyre offisielt erklærer seg som tilhenger av et borgerlig trepartisamarbeid”. I stedet for å diskutere innholdet i den alternative krisepakken som ble fremlagt av Solberg og co, behandles kun det strategiske aspektet. Strand hevder sine påstander i kraft av sin autoritet; ”jeg tror” veier opp for fakta. Et annet eksempel på episodiske tolkningsrammer er når Høyres lave meningsmålinger foreslås løst med å bytte ut Solberg som partileder (for eksempel DA 7.2, SA 17.2, FV 18.2, AA 25.2 og 28.2). I ytterste konsekvens tar denne typen vinklinger og argumentasjonsmåter form av et fast mønster.

Et annet, mer generelt grep er hvordan kommentatorene benytter seg av språklige mønstre for å styrke sin *autoritet*. Dette gjøres hovedsakelig på to måter: 1. Påstander generaliseres og selvfølgeliggjøres, ved at personlige synspunkter behandles som kjensgjerninger og blir hjemmel for argumentasjonen, og 2. Påstandene støttes på informasjon som kommentator bare ”har kjennskap til” eller som tilskrives anonyme kilder. I begge tilfeller bygges argumentasjonen på at leseren må ha tillit til kommentatoren, ikke på faktisk saksinformasjon eller analyse. Under følger en del eksempler – blant svært mange⁶¹.

1. Påstander generaliseres: ”Alle vet at...”.

Da det i fjor ble **klart for alle** – unntatt Høyres leder Erna Solberg – at et bredt borgerlig regjeringssamarbeid var en umulighet [...] (DA 24.2).

Tvert om kan det virke som om **stadig færre velgere** betrakter Høyre som et alternativ (SA 30.4).

Erna Solberg drøyer stadig om Det Store Borgarlege Alternativet, men ærleg talt: Er det **nokon andre** som trur på det lenger? (SA 5.6)

Erna Solberg [...] **oppleves ikke tilgjengelig** på samme måte [som Siv Jensen] (DA 17.6)

⁵⁹ Som for eksempel i etterkant av pressekonferansen 16. januar, se 4.3.

⁶⁰ Et av mange eksempler på at Arne Strand er en av de mest utpregede kyniske kommentatorene, se 4.5.8.

⁶¹ Merknader i gult er spesielt tydelige generaliseringer.

Dette har ikke nådd ut på en måte som har skapt tillit [hos velgerne] (SA 20.6).

Med tanke på at **ingen lenger forstår** hvorfor de skal stemme på Høyre, er det ikke så rart at partiet gjør et forsøk på å komme seg på offensiven foran valget (DN 15.7)

Det er **ingen** som synes synd på dem [om Erna Solberg og Lars Sponheim] (VG 20.7)

Men det kan svekke Høyres stilling i befolkningen at næringslivets kjendiser foretrekker Siv Jensen i stedet for Erna Solberg (DA 8.8).

2. Påstander bygget på innsidekjennskap: "Høyre-folk mener at...".

Høyre-folk fortviler. Det **snakkes høyløst** om behovet for en ny partiledelse (DA 7.2).

Per Kristian Foss] veit at **mange høyrefolk** ikkje ser henne som den naturlege statsministeren (...) (BT 7.2).

Det som gjør situasjonen spesielt kompisert for Høyre, er **murringen internt** (SA 17.2).

Høyre-folk trodde på en kraftig Erna-effekt da hun avløste fargeløse Petersen som leder. **Tillitsvalgte mente** Høyre fremsto som humørløst, kaldt, kjedelig og tregt – og uten en klar ideologi (FV 18.2).

Stemningen i Høyre er såpass dårlig [...] (AA 25.2)

Erna Solberg slit med autoriteten i sitt eige parti (SA 27.2).

Lederspørsmålet er så brennhett at **ingen tør** snakke høyt om det, for å bytte partileder et halvt år før et valg **sees på** som helt umulig (DA 28.3).

Hvis regjeringen ikke da går av frivillig, vil Høyres leder Erna Solberg, **etter det jeg vet**, stille et klassisk mistillitsforslag (DA 30.4).

Dermed er det bare Høyre som ikke ser det velgerne har oppdaget for lenge siden [...]. Det er trolig et ganske **sterkt ønske blant Høyre-folk** om fornyelse i partiledelsen (AA 6.5).

[...] det er **utbredt misnøye i Høyres egne rekker** med partileder Erna Solberg (VG 9.5).

Rekkene er sluttet om partileder Erna Solberg [...]. **Høyre våger nemlig** ikke å stille som krav at Erna Solberg skal være statsminister i en borgerlig regjering (DA 11.5).

Men dagens måling er enda et tegn på det som også er en **utbredt oppfatning i Høyres egne rekker**, nemlig at partiets leder og statsministerkandidat ikke er noen vinnertype (VG 31.5)

Slike påstander er ikke bekreftbare. Tvert i mot er de til dels spekulative. Som eksemplene viser er de like fullt helt vanlige måter å argumentere på. Slike språklige mønstre blir teknikker for å legitimere rollen som ekspert – og for å gripe og dramatisere politikken. Alt dette kan sees som et resultat av journalismens dominerende virkelighetsfremstilling, som også Eirik Vatnøy har pekt på i forbindelse med samme valgkamp (2010:25,27,84ff).

4.5.9. Arne Strand og lettvint retorikk

Strand er peker seg ut som særlig aktiv i sin omtale av Solberg, med hele 20 kommentarer i løpet av perioden – nesten like mange som AP har totalt sett. Av hans kommentarer er 11 negative, hvorav 9 er publisert *før* det jeg har kalt vendepunktet; og 9 positive, hvorav 8 av disse er på trykk *etter* vendepunktet⁶². Slik sett er Strand representativ for kommentarjournalistikken som helhet i denne perioden. Han er også representativ i form av sitt bidrag til uklare karakteristikker, da han står bak mange av sitatene jeg har gjengitt ovenfor (DA 21.1, 6.5, 9.5, 20.5, 28.7, 2.9). Strands kommentarer kjennetegnes dessuten av en stadig vektlegging av uttrykk foran innhold; han kommenterer ikke *hva* Solberg sier, men *hvordan* hun sier det, som for eksempel her: "Erna Solberg har mye viktig på hjertet, men hun sier det dessverre på en måte som gjør at ingen følger med. Da kan hun like gjerne tie stille" (26.6).

Ved å se nærmere på kommentaren "Erna blomstrer, Siv visner" (21.8) som markerer Strands endring fra negativ til positiv, burde man kunne få et inntrykk av hvorfor Solberg ikke lenger er en uegnet partileder, og hva hun har gjort som er årsak til den positive omtalen. Så hva sies? Den totale informasjonen om Solberg i artikkelen er at hun er "ukas store overraskelse", etter at hun "var avskrevet som frontfigur i valgkampen". Hun har nå "foldet seg ut som en blåveis om våren" og "stått frem på en bedre og tydeligere måte", hvilket "må glede henne, så mye hun har måttet tåle av kritikk". Argumentet er altså slik: Erna Solberg blomstrer og er nå ikke lenger avskrevet som frontfigur i valgkampen, fordi hun er bedre og tydeligere (enn før). Men hva er "bedre"? Hvorfor er hun bedre enn før? Og hvordan er hun tydeligere enn før? Strands argumentasjon bærer preg av etterrasjonalisering, beveger seg kun på påstandsoverflaten og bidrar derfor til en mangelfull analyse – leseren får ikke vite *hva* som nå gjør Solberg god. Det er ikke vanskelig å si seg både enig og uenig i en slik "lettvint" retorikk.

Et annet eksempel på det samme er artikkelen "Fosser fra Erna" (7.2), der Strands påstand er at "Høyre har lidd mye under Solbergs ledelse av partiet. Hun får det rett og slett ikke til". En meningsmåling fra 2005 trekkes frem som belegg for dette. Lenger ned i teksten fortsetter resonnementet:

⁶² Den resterende positive kommentaren (17.1) bygger dessuten på en misforståelse/overilt slutning fra Strands side om at Solberg har tatt standpunkt i regjeringsspørsmålet fordi hun hadde en pressekonferanse med Krf og V.

Problemet er at Erna Solberg ikke har den autoritet som trengs for å få tillit blant velgerne i disse krisetider. Per Kristian Foss er den eneste på borgerlig side som går jevne debattrunder med Jens Stoltenberg om økonomisk politikk. Hadde Høyre frontet Per Kristian Foss og ikke Erna Solberg, ville det ha sett bedre ut for partiet. [...] Erna Solberg har rotet det kraftig til for Høyre og det borgerlige samarbeidet ved at hun ikke våger å velge mellom sentrum og Frp. [...] Erna Solberg liker seg best i tåkeheimen. Det er ikke noe blivende sted for en partileder som vil bli statsminister.

Den overordnede påstanden er altså at Solberg ikke er en egnet statsminister. Belegget er at hun mangler autoritet, hun har rotet det kraftig til fordi hun ikke våger velge regjeringssamarbeid. Hjemmelen er at en egnet statsminister må være klar og ha autoritet. Problemet er at belegget står på tynt grunnlag. Hvordan og hvorfor – ja, i hvilken grad og forstand – mangler hun egentlig autoritet? Er det slik at hun ikke *våger* å velge regjeringssamarbeid, og hvorfor er dette å "rote det til"? Hva vet kommentator om Høyre-lederen trives i tåkeheimen? Strand kan verken begrunne noe av dette eller påstanden om at Foss ville ha fått det til å se bedre ut for partiet.

4.5.10. En analytisk tilnærming

Det er ikke her sagt at alle kommentarartiklene i analysen er blottet for argumentasjon. Eksempler på presise analyseforsøk forekommer også, men det er ikke disse som kjennetegner materialet som helhet. Artikkelen "Oppreist i motvind" (AA 8.8) er et hederlig unntak, der kommentatoren analyserer hvorfor Solberg er blitt upopulær. Artikkelen fremhever hvor lite nøyaktig meningsmålinger kan være, og at de i Solbergs tilfelle har stilt politikken hennes utenfor fokus i mediene.

Da Solberg var i Trondheim forleden dag for å snakke om Høyres forskningspolitikk, ble hun møtt med en meningsmåling i Dagsrevyen som viste at partiet hennes er nede på ellevetallet i prosentvis oppslutning blant velgerne. Det elendige tallet overskygget fullstendig hennes budskap om at miljøet rundt NTNU bør få en sentral plass i norsk klimaforskning. Dagen etterpå nådde Høyre 15 prosent i en meningsmåling i VG, men den fikk langt mindre oppmerksomhet.

Denne artikkelen prøver å forklare hvordan Solberg gjorde seg bemerket som kommunalminister fra 2001 til 2005 ved å markere seg kraftig med tøff holdning overfor kommunene og i innvandringspolitikken, ved selvironi, og ved å være streng og stolt. Videre graver artikkelen i Solbergs bakgrunn, Høyres historie og i samspillet mellom de politiske partiene for å finne svar på hvorfor "Jern-Erna" er kommet i skyggen. Medienes fremstilling av valgkampen som et oppgjør mellom "Jens og Jensen" pekes på som en mulig årsak, i tillegg til at Høyres politikk ikke er presist plassert i forhold til Frps ideologi – og at Solberg derfor får problemer med å være "klar og tydelig":

Svaret dreier seg nok om at Høyre havner i skyggen, siden valget først og fremst står mellom Jens og Jensen. Fremskrittpartiet tilbyr dessuten kraftigere Høyre-politikk enn Høyre selv, mens Erna

Solberg ikke helt vet hvor hun skal legge seg i terrenget. Noen har begynt å kalle partiet hennes "Frp light".

Her utredes dessuten hva som menes med at hun er en god leder – hun er folkelig, omgjengelig, selvironisk, omsorgsfull, velutdannet og med tung politisk erfaring. Alt i alt er "Oppreist i motvind" nyansert og vinkler mot *årsakene* til at Høyre – ikke bare Solberg – har slitt. I motsetning til flere av de siterte artiklene av Arne Strand, får leseren er servert en *forklaring* av hva som kan være årsak til Høyres situasjon og den negative omtalen av Solberg. Vi får presentert en tolkning som beskriver Solbergs posisjon i medier og blant velgere som et resultat av en konkret politisk situasjon og utvikling.

Erna Solberg har riktignok imponert mange ved å stå oppreist i kraftig motvind, og hun fikk mye sympati etter en vellykket tale til landsmøtet i mai.

Hun har fått så mye motbør at mange har begynt å synes synd på henne.

Hvorvidt disse observasjonene og forklaringsforsøkene er presise eller ikke, er ikke midt bord å bedømme. Men de skiller seg i hvert fall ut, rett og slett ved å være konkrete observasjoner og reelle forsøk på forklaringer.

4.5.11. Sommerens Høyre-debatt

Av to gode grunner er det interessant å kaste et blikk på Dagens Næringslivs store Høyre-debatt, som ble viet betydelig med spalteplass i løpet av sommeren. For det første er det fruktbart å finne ut om eksterne skribenter har en annen tilnærming og en annen argumentasjon enn de redaksjonelle når det dreier seg om det samme temaet. Dette kan bidra til å karakterisere og tydeliggjøre kommentarjournalistenes behandling av politikere/politikk. For det andre kan det dukke opp argumenter som kan kaste lys over det forestående omtaleskiftet hos kommentatorene, som skjer på tampen av sommeren.

Over 30 innlegg ble trykket av Dagens Næringsliv i forbindelse med Høyre-debatten, som avisen selv satte i gang. Ulike debattanter i og utenfor partiet forfattet kronikker og leserinnlegg om Høyre og Solberg. Mest påfallende er det kanskje at de eksterne skribentenes kritikk i DN i langt større grad enn den redaksjonelle kritikken rettet seg mot partiet Høyre fremfor personen og partilederen Erna Solberg. Av alle de 42 innleggene i debatten, hadde ingen Solbergs navn i tittelen, mot 32 av de 207 journalistiske kommentarene i mitt utvalg. DN har selv flere direkte eksempler på personifisering i sin Høyre-omtale: "Erna Solbergs realiteter" (17.1), "Solbergs dører" (21.1), "Solbergs solstikk" (15.7) og "Ensomme Erna" (8.5). Slike titler bruker ikke de eksterne skribentene. De kritiserer heller ikke Solberg personlig eller usaklig (selv om partilederkritikk forekommer

også her). For de eksterne er sentrale spørsmål i debatten hvilken ideologi som skal ligge til grunn for Høyres politikk, hva Høyre står for og ønsker å gå til, samt spekulasjon om konkrete årsaker til at Høyre har tapt stemmer. Alt i alt står *Høyre* i sentrum. På mange måter er denne debatten langt mer preget av begrunnede argumenter enn avisenes egne kommentarer om Høyres politikk. For å nevne noen eksempler på konkrete og begrunnede analyser:

Hva er galt med Høyre? [...] Den grunnleggende feilen i Høyres politikk i dag er at privat næringsliv synes å bli betraktet som et mål i seg selv. Det er motsatt. Privat næringsliv må tilpasse seg samfunnsmessige betingelser og er bare et virkemiddel for å skape et godt samfunn [...] Høyres leder Erna Solberg synes å ha reduksjonen i antall kommuner som en fiks idé. Hun leter stadig etter nye begrunnelser når det viser seg at de gamle ikke holder mål (Professor i forvaltning Stein Østre i DN 16.7).

Her kritiseres riktignok Solberg spesifikt, men for noe politisk relevant: Rigide holdninger og ideologiske skylapper.

Et annet eksempel er samfunnsøkonom Wilhelm Mohn, som kommer med en punktvis liste over hva Høyre må konsentrere seg om og hvilken strategi de burde følge for å gjenvinne sine velgere (DN 20.7), herunder hvilke fag som bør styrkes i skolen. Tidligere finansminister og professor i samfunnsøkonomi Victor Normann går også konkret inn i en analyse av *hvorfor* Høyre sliter på meningsmålingene, og *hvordan* partiet bør ta tak i problemet. Han mener problemet er identitetsrelatert, fordi Arbeiderpartiet har valgt ut Fremskrittspartiet som hovedmotstander, og dermed skjøvet Høyre ut på sidelinjen som "et Frp light". Normann fremlegger de forskjellene mellom Høyre og Frp som partiet må kommunisere, og kommenterer også Solbergs innsats:

Under Erna Solberg er man kommet et godt skritt i den retningen, noe det hadde vært hyggelig om de politiske kommentatorene hadde fått med seg (27.7).

Professor i statsvitenskap Tor Bjørklund reflekterer over forholdet mellom Høyre og Frp, og den vanskelige situasjonen det er for Høyre å være avhengig av om Frp går frem eller tilbake. Bjørklund belyser mangelen på et fast standpunkt i regjeringsspørsmålet, men uten å kritisere Solberg for å være "i tåkeheimen" eller "grå og utydelig", slik mange kommentatorer gjør i samme forbindelse. Han sier heller:

Høyres posisjon er ikke enkel. Ledelsen er motvillig blitt presset til å gi et signal om et mulig regjeringssamarbeid med Frp. Dermed er det en potensiell regjeringspartner som en strategisk sett burde gå til frontalangrep mot. (10.7.)

Filosof Henrik Syse har et langt innlegg mot slutten av debatten (29.7), der han analyserer årsaken til Høyres stemmefrafall med ideologisk dybde. Han belyser den kritiserte "utydeligheten" og *begrunner* hvorfor Høyre taper terreng, ved å hevde at Høyres mangel

på populisme og moderate liberale budskap gjør at partiet mister oppmerksomhet i konkurranse med mer skrikende retorikk fra andre partiers hold, eksempelvis Frp.

Kort sagt vitner den ikke-journalistiske meningsutvekslingen i DN om at kommentatorenes måte å betrakte og/eller omtale politikken på, ikke nødvendigvis deles av akademikere, investorer, studenter, redere, toppsjefer og den jevne mannen i gata – som alle bidro med innlegg denne sommeren. Det at de eksterne skribentene i langt større grad er konkrete, unngår ubegrunnede personkarakteristikker, og tar tak i den ideologiske debatten fremfor det taktiske *spillet*, kan tyde på at nettopp journalistenes ideologi, tolkningsrammer og nyhetskriterier fører til et person- og saksfokus som klarer seg uten språklig presisjon og begrunnelse.

4.6. Tendenser

4.6.1. Kropp på dagsorden

En tenkelig medvirkende årsak til den "plutselige" sympatien Erna Solberg fikk i avisene generelt og kommentarjournalistene spesielt fra og med august, er vektdebatten som murret i løpet av sommeren, men som ble innledet for fullt av AP og DB Magasinet i slutten av august. Begge aviser støttet sakene sine på uttalelser fra kommunikasjonsrådgiver, retoriker og forfatter Kjell Terje Ringdal. Han hevdet blant annet at "Erna Solberg er for tykk og har alt for mye rot på kontoret", og at "Solbergs fedme er et tegn som påvirker både norsk valgkamp og Høyre" (AP 28.8). I DB Magasinet utdyper Ringdal: "Erna Solberg er så overvektig at mange ikke hører hva hun sier [...] Vekta skader troverdigheten, og det kan hun tape stemmer på" (29.8).

Jeg skal ikke her ta stilling til hvor mye hold det eventuelt er i Ringdals påstander om overvekt som tegn på kontrollmangel. Det relevante er imidlertid at *kommentatorene* og avisene ved flere tilfeller omtaler Solbergs vekt med en slik forståelse som grunnleggende – om enn ikke alltid uttalt – premiss. Omfanget av vektomtalen viser hvordan *priming*⁶³ gjør seg gjeldende hos journalistene/kommentatorene: Vekt/utseende blir en knagg for å omtale Solberg, på samme måte som regjeringsspørsmålet.

⁶³ Se begrepsforklaring i kapittel 2.1.3.



Faksimile 3: En rekke saker ble skrevet om "Ernas forvandling". Dette bildet er hentet fra Side2, Nettavisens kjendisseksjon (28.08.2009). Side2 har intervjuet sin faste moteekspert, som utaler følgende: "- Mon tro om det har blitt noe på Jern Erna i det siste, for hun har nemlig vært i smeltedigelen, fått ny fasong, og gløder mer enn noen gang! Om hennes valgløfter ikke holder mål, har hun i alle fall klart å løfte seg selv." Dette er en av de mer ekstreme nyhetsartiklene jeg har kommet over, og det må legges til at Side2 riktignok er en underholdningsrettet nettavis. Men også nyhetsavisene i analyse materialet har et betydelig kroppsfokus, noe kapittel 4.6.1 tar tak i.

I løpet av under en uke i månedsskiftet august-september handlet åtte kommentarartikler om Solbergs vekt. I både en nyhetssak (28.8) og en leder i BT (29.8) gjøres det for eksempel et poeng ut av å nevne at hun har tatt av 15 kg under valgkampen. DN bruker Solbergs utseende som en indikator på at Solberg kvesser sitt politiske budskap, og at det går bedre med Høyre:

Nå sitter klærne løsere, håret er høyere og huden er brunere. [...] Når Solberg slanker seg, tar hun kontroll. Ikke bare over egen kropp, men over den allmenne fortolkningen av hennes kropp – og dermed av henne. [...] Høyre kan knapt ønske seg en bedre illustrasjon på et offensivt Høyre i valgkampen. Nå skal de kjempe mot forfallet og finne et bedre selv (13.8).

"Dét kan bli en valgvinger" fastslår kommentator Åshild Mathisen. Enda mer eksplisitt kommer vekt-"problemet" til uttrykk i DB 22. august, der det som skal være analyse, beveger seg mer over i harselas med Solbergs person.

I tiden fram mot valget skal de rødgrønne partilederne jobbe svært hardt med å viske ut bildet av dem, der de sitter med hver sin triangel og ser komplett tåpelige ut på sin egen pressekonferanse om Kulturløftet. For ikke å snakke om bildet av Lars Sponheim i bar overkropp. Det er et bilde som først vil være mulig å fortrenge om Erna Solberg skulle finne på å gjøre det samme.

Hva Solbergs vekt har å si for hennes popularitet som politiker, er vanskelig å si – meg bekjent eksisterer det ikke forskning som kan underbygge at politikeres popularitet svinger med vekten. Allikevel trekker flere kommentatorer linjer mellom vekt og politisk dyktighet, og tar det ytterligere for gitt at slanking vil gi Solberg flere stemmer. Dette gjelder riktignok ikke alle kommentatorene. I starten av september blir Solberg tatt i forsvar av flere, blant andre AA, DB, SA, AP og DA (alle 2.9). Men selv om flere av kommentatorene betegner Ringdals uttalelser som "mobbing" og "usmakelig", bidrar de likevel til å understreke at Solbergs slanking *er* et relevant tema i valgkampen nettopp ved å gi temaet så stor spalteplass. Et eksempel fra VG viser hvordan vekttapet (implisitt) fremstilles som relevant når man snakker om "Nye Erna"⁶⁴:

[Stabssjef Julie Brodtkorb Voldberg] har en stor del av æren for at det er en helt ny Erna vi har sett i denne valgkampen. På flere måter enn én (VG 13.9).

Andre er mer direkte i sin omtale av vekttapet som en fordel for Høyre. DN og APs kommentatorer mener sågar at dette er en planlagt Høyre-strategi, i to eksempler som viser kynismen på sitt mest eksplisitte:

"Høyre har også kastet seg over Erna Solbergs fysiske form for å kompensere for partiets manglende politiske brodd. [...] Bevisst bruk av hårspray og klær forsøkes solgt til oss som politisk beslutsomhet" (DN 3.9).

[Erna Solberg] vet at hennes vekt er et tema blant egne partimedlemmer og blant velgerne. Det er kanskje derfor hun selv allerede før Ringdals angrep fortalte velgerne at hun hadde slanket seg (AP 2.9).

Det personlige blir fremstilt som politisk. Det såkalte "image-skiftet" tolkes dermed av flere som en viktig årsak til et godt valgresultat. En slik forståelse for Høyres "omvending" hva meningsmålinger angår, har fortsatt inn i 2010. Kommentator Drude Beer i Nationen er en av flere som eksplisitt knytter Solbergs utseende til Høyres fremgang (6.5.2010):

Så veldig gåtefull er framgangen egentlig ikke. Dette handler, som all politikk, både om strategi og enkeltsaker, om flaks og frisyre. Ikke minst det siste. Når man ser på filmsnutter fra Høyres landsmøte i 2004, der Erna Solberg med strittende hår ble valgt som partiets andre kvinnelige leder, synes det opplagt at den smule kontroll over frisyren som Erna har fått den siste tiden, ikke er å forakte.

Den fysiske forandringen blir et bilde på en endring kommentatorene aner konturene av, men ikke klarer å gripe. Da blir det lettere å peke ut vekten som årsak. Men likhetstegnet som settes mellom partilederens utseende og meningsmålingene er naturligvis en grov forenkling. I sin forlengelse kan denne forståelsen også betraktes som et resultat av at den

⁶⁴ "Nye Erna" og "en ny Erna" er kallenavn som brukes av flere aviser etter vendepunktet, blant annet DN (13.08, 03.09), DA (21.8, 7.9), BT (28.8)

intime sfæres regler har inntatt det politiske liv. Slik vi fant at det gjaldt for den hyppige bruken av politikernes fornavn, kan Richard Sennets begrep *intimitetstyranniet* (1974) igjen anvendes i denne sammenheng⁶⁵. Sennet beskriver hvordan det intime – det følelsesmessige, private og fysiske – i løpet av 1900-tallet blir ramme for våre roller og relasjoner i offentligheten, og saklig politisk debatt blir vanskeliggjort. ”Politikerne er blitt *hele mennesker*” (Johansen 2002:16). Når Solberg går åpent ut og snakker om vekten, går hun ut av en offentlig politikerrolle og vi får se ”hele” henne. Når kommentatorene griper vekten som et politisk problem, beveger de seg tilsvarende langt inn i intimsfæren. Denne personliggjøringen av politikken er dagligdags, og preger den moderne politiske kultur. Det betyr ikke at vi stilltiende må akseptere intimiseringen, eller senke kravene til medienes samfunnsoppdrag. Én ting er å omtale Solbergs lederegenskaper, noe helt annet er det å omtale vekten hennes som et politisk problem/en politisk seier.

4.6.2. Spådommer og skråsikkerhet

Et annet fellestrekk ved kommentarjournalistenes holdninger til Solberg er skråsikkerheten. Når det spås om fremtiden, er det ikke bare snakk om hva som *kan* skje, men ofte om hva som faktisk *kommer* til å skje. Skråsikkerheten preger kommentatorene både når de predikerer og når de diagnostiserer situasjoner. For eksempel er DA-kommentator Kaia Storvik ganske freidig når hun 28. mars slår fast at ”på landsmøtet kommer det aller meste allikevel til å handle om Børge Brende [...], Ine Marie Eriksen Søreide og Per-Kristian Foss. De er favoritter til å ta over når Solberg må kaste inn håndkleet”. Hun utgir seg her for å *vite* at A) Solbergs etterfølger blir tema på Høyres landsmøte, og B) Solberg kommer til å måtte slutte som partileder. Arne Strand følger samme tendens når han i januar skriver at ”Nærmere [enn utenfor] regjeringkvartalet kommer ikke Høyre-leder Erna Solberg” (DA 3.1). Og i mai slo samme kommentator fast at ”Årets valg blir et statsministervalg der velgerne må velge mellom Jens Stoltenberg eller Siv Jensen” (DA 20.5), noe han i august måtte gå tilbake på.

Disse sitatene er bare noen få eksempler på at kommentatorene opptrer som spåmenn. De fastslår hva som kommer til å skje og *vet* hvordan det kommer til å gå med partilederne ut i fra – ofte ubegrunnede – påstander om deres evner. Skråsikkerheten som ligger til grunn for disse spådommene kommer også til uttrykk i kategoriske påstander, som at ”Per-

⁶⁵ Sennet undersøker historiske endringer i offentlige roller for å forstå skiftet fra offentlig til privat i moderne kultur – også den politiske (1974:29).

Kristian Foss blir den beste statsministeren Høyre aldri fikk” (DA 8.2). Tendensen hører ikke bare DA til. ”Høyre har rett og slett ikke et statsministerkort å spille ut i valgkampen” skriver Torbjørn Kindingstad i SA i *februar* (17.2). Dét må han spise i seg i september (7.9).

Det at Solberg ble erklært valgkampvinner de siste ukene før valget, kan imidlertid også tolkes som at hun var en vinner i *mediene*. ”Erna Solberg er allerede utropt til valgvinner siden hun har trosset alle spådommer og kommet seg bra gjennom valgkampen” står det i en kommentar i DB (12.9). Lignende vage forklaringer på hennes økte popularitet er å finne i flere artikler. På bakgrunn av dette går det an å forstå valgvinner-stempelet som en konsekvens av at partilederen hadde en utvikling gjennom året som stred i mot det mange kommentatorer så for seg.

4.6.3. Kynismen som fellesnevner

”Alle snakker om problemet Erna, bortsett fra Erna. Hun er på desperat jakt etter velgere og makt”, skriver kommentator Stein Aabø (DB 8.5). At politikk på denne måten ”gjennomskues” som et personlig maktjag og en maktkamp mellom personer – en reduksjon av ulike komplekse situasjoner til noe felles og underliggende – er et sentralt kjennetegn ved den kyniske doxa. Analysen har hittil beskrevet flere tendenser i journalistikken som kan forenes i kynismen, men uten å gå systematisk inn på hvordan Christian Kochs teori kan kaste lys over materialet. I det følgende vil jeg tydeliggjøre dette ved eksempler. Aabøs kommentar ”Den desperate jakten” – se *faksimile 4* under - er blant de tydeligste illustrasjonene på hvordan kynismen tydelig kommer til uttrykk.

Så hva kjennetegner kynismen? En endimensjonal beskrivelse av politikeres ytringer og holdninger er en slik sentral egenskap. Med *endimensjonalitet* menes at spekteret for standpunkt i forhold til sentrale temaer i politikken sees som én rett linje istedenfor som et rom med flere dimensjoner og retninger (Koch 2009:59). Et typisk kynisk uttrykk for endimensjonalitet er det når Solbergs ytringer tolkes som om de er motivert av personlig maktkamp og ambisjoner på egne vegne. Når Solbergs garanti for at Norges PISA-resultater skal økes dersom Høyre kommer i regjering, omtales dette som en ytring ment for å ”gi garantert byks på meningsmålingene” fordi ”Erna vil i regjering” (DB 30.03). Kommentatorene forklarer nemlig hyppig partiledernes handlinger og utspill med *makthensikter* som bakenforliggende årsak.

3. LEDER

- Rekordstor innvandring i fjor spesielt fra Polen, Sverige og Tyskland, viser nye tall fra SSB.
- Hvorfor advarer ingen mot snikeupafiseringen av Norge?

Alle snakker om problemet Erna, bortsett fra Erna. Hun

Den desperate jakten

KOMMENTAR



Stein Aabo
saa@dagbladet.no

INGEN BØR MISUNNE Erna Solberg akkurat nå. Hun mangler det meste. Velgere, støttespillere, framtidssutsikter, vinnere, alliansepartnere og en klar strategi. Til og med arvtakere. Det hun ikke mangler er mektige motstandere og konkurrenter. De siste meningsmålingene reflekterer dette. De er nedslående. Internt i Høyre gir tillitsvalgte seg imellom uttrykk for sterk frustrasjon. Først og fremst på grunn av partiets situasjon. Men frustrasjon vil alltid ramme partiets ledelse. I medgang løftes ledere opp på suksessens kraftige bølger, i motgang gisper de etter luft i virvelstrømmene. Slik er politikken og livets jernlov.

MEN HØYRE-LEDEREN har nerven av stål og tykk hud. Hun gleder seg sikkert til dagens landsmøtetale. Hun blåser av sutring, avfeier intern strid om lederskapet og går på samme hva hun støter på. Til tross for motgang på meningsmålingene har Erna Solberg ambisjon om å bli statsminister i en borgerlig regjering. Hvordan den skal se ut, vet hun ikke ennå. Men enten det blir en mindretallsregjering av Høyre, Venstre og Kristelig Folkeparti, eller en tilsvarende av Høyre og Fremskrittspartiet, mener hun Høyre vil ha en nøkkrolle som et slags sentrum eller tyngdepunkt på borgerlig side. Forutsetningen er at de borgerlige partiene får flertall på Stortinget og at Høyre får så stor oppslutning at de har noe å slå i

bordet med i eventuelle regjeringsforhandlinger. Med meningsmålingene på mellom 10 og 12 prosent ser det mildt sagt vanskelig ut. Men det utrolige er at det ser ut som om Erna har en plan. Hvis man ser riktig nøye etter.

ERNA SOLBERG vet at velgere er flyktige vesener som er følsomme for svingninger. Det kan gi katastrofale målinger, men også overraskende gode valg, bare vindretningen er riktig i de avgjøende ukene. Kommer velgerne, faller også en del av de andre tingene på plass. De kan komme. Mange av dem som nå har satt seg på gjerdet eller har lånt sin meningsmålings-sympati til Ap, kan komme tilbake, hvis arbeidsløsheten stiger og økonomien forverrer seg merkbart. Det kan også skje hvis det oppstår saker som regjeringen takler dårlig. Da vil misnøyen ramme Ap, og Høyre vil kunne få et oppsving. Da vil samtidig det faktum at både KrF, Venstre og Fremskrittspartiet vil samarbeide med Høyre gi politisk gevinst. I medgang vil Høyre lettere kunne framstå som den helt nødvendige bestanddelen enhver borgerlig regjering er avhengig av. Det er litt vanskelig nå, når Ap holder god høyde, og Frp alene er større enn de andre tre borgerlige partiene til sammen. Da står valget i de fleste øyne mellom Jens eller Jensen. For tida ser altså Ernas situasjon håpløs ut, men hun gir seg ikke.

UTSPILLET SOM VAR rettet mot sykepleiere og lærere var eksempel på dette. Høyre har tidligere vært mer bekymret for store offentlige utgifter enn for offentlig ansattes lønnsforhold. Partiet har tidligere mest henvendt seg til brukere av de offentlige tjenester, ikke til dem som arbeider i helse- og utdanningssektoren. Høyre har for eksempel overlatt til Venstre og SV og være lærernes parti, åpenbart fordi Høyre har vært mer

oppatt av skolens innhold enn av lærernes arbeidsvilkår. Dermed har Høyre skjovet store og viktige velgergrupper fra seg. Nå forsøker partiet å lokke dem til seg med løfter om høyere lønn. I tillegg har partiet troverdighet blant de mange foreldre som er engstelige for at barna ikke går på en god nok skole. Til sammen er dette nok så store velgergrupper. Dette må kunne oppfattes som en målrettet, om enn litt desperat jakt på velgere.

MÅLRETTET ER OGSÅ løftet om redusert arbeidsgiveravgift og andre lettelser til næringsdrivende. Det appellerer til selvstendig næringsdrivende som Frp etter hvert har forsynt seg grovt av. Det appellerer til ansatte i de samme bedriftene. Hvis jobben står i fare, vil de gi applaus til alle forslag som kan redde bedriften. Derfor kan noe så kjedelig som løfter og krav om redusert arbeidsgiveravgift gi flere velgere, bare det kommuniseres tydelig og godt i det rette øyeblikket.

DER ER HOVEDPROBLEMET. Høyre kommuniserer ikke tydelig. Partiet har ikke tegnet et klart nok bilde for velgerne. Før valget har Høyre flere prosjekter, et urealistisk A-prosjekt, som er et samarbeid mellom alle de fire borgerlige partiene, og to ulike B-prosjekter, en mindretallsregjering med Høyre og Frp og en mindretallsregjering med Sem-kameratene Høyre, Venstre og KrF. Velgerne vet ikke hva en stemme til Høyre vil resultere i. Siv Jensen? Dagfinn Høybråten? Lars Sponheim? Derfor går noen Høyre-sympatisører til Ap, andre til Frp, atter andre til Venstre. Taktiske velgere vil heller stemme på en mulig vinner enn en mulig taper. Ideologisk bevisste vil heller gi sin stemme til et parti som satser på et klart, realistisk regjeringsalternativ enn til et som helgarderer.

1984

Dagbladet 8. mai 1984: Opprør mot NRK-ledelsen. Samtlige distriktskontorer har reist seg fordi man i kampen mellom P1 og P2 om lytterne, nå vil fire distriktskontorenes beste sendetid, nemlig morgenradioen mellom klokka sju og åtte. Den vil fra hasten bli overlatt Dagsnyttredaksjonen.

” I dy ret

er på desperat jakt etter velgere og makt, skriver Stein Aabo.



ie Simonsen msi@dagbladet.no
ille lahe@dagbladet.no
en Øverbye mov@dagbladet.no
VKTOR: Peter Raasm pra@dagbladet.no

MAGASINREDAKTØR: Jane Thronsen jth@dagbladet.no
TEKNOLOGI- OG UTVIKLINGSJEFF: Ann Bækken abae@dagbladet.no
ADM. DIREKTØR: Terje Wibe tew@dagbladet.no



Dagbladet Grunnlagt 1869 av Hagbard Emanuel Berner
«Uavhengig og riksdekkende organ for
frisinn og framskrittssvennlig politikk i
nasjonal, sosialt og økonomisk henseende.»

Utgitt av AS Dagbladet, Pb. 1184 Sentrum
Sentralbord: 24 00 10 00. Trykkes i Løve
Fotografier av Dagbladets stoff og ann
tillatt uten etter avtale.

Faksimile 4 (DB 8.5.2009): Eksemplifiserer personliggjøringen av politikken og den "gjennomskuende" tilnærmingen til politikk som maktkamp. Vi ser også hvordan det antas at velgerne er uinntagelige (Se avsnittet "Målrettet er også..."), argumentasjonen bygger på meningsmålinger, nyansene faller bort, og den politiske debatten blir endimensjonal (Solberg må velge samarbeidspartner, alt annet er underordnet).

Et eksempel på hvordan politikken gripes som maktkamp, er kampen mellom Frp-leder Siv Jensen og Høyres Erna Solberg: Politikerne er "på stemmejakt" når de kommer med politiske utspill, og fremgang/tilbakegang på meningsmålingene er personlig vinning eller -tap. Dette er selve kjernen i det egentlige kyniske resonnement; man tolker partileders snakk om idealer og prinsipper som om vedkommende egentlig er ute etter noe helt annet, nemlig personlig makt. Hver gang kommentatorene løfter fram politikernes maktambisjoner og ser bort fra de uttalelser om saker og prinsipper er denne retoriske figuren implisert. De følgende to eksempler viser hvordan kommentatorene helt åpenbart resonnerer ut i fra slike kyniske kriterier:

Jensen er ute etter å kapre stemmene til velgere som er enig med Frp i innvandringspolitikken, ikke å skape et positivt samarbeidsklima (AP 25.2).

At Erna Solberg nå sier til sine egne at partiet skal fokusere mer på miljø, er klart et strategisk valg snarere enn et politisk. Solberg er mer opptatt av storstilt veibygging enn av klimautslipp. Men miljø og klima er et svakhetspunkt hos de rødgrønne, og ved å stjele denne saken fra sentrum får Høyre en viktig sak å plage regjeringen med (DN 29.9)

De følgende utsagn er ikke påfallende kyniske som isolerte setninger betraktet, men kan likevel sies å eksemplifisere en slik kynisk diskurs: Politikken forstås som maktkamp og personlige ambisjoner.

Selv med Venstre og Kristelig Folkeparti på laget, blir Erna Solberg slått av Siv Jensen (DN 28.4)

I øyeblikket ligger Erna best an av de to [Siv Jensen]. [...] Hun skimter toppetasjen i regjeringsskvartalet. Det gjorde hun ikke da valgkampen startet. (DA 5.9).

Sakte, men sikkert har Solberg manøvrert seg i posisjon, og hun fremstår nå som en høyst aktuell og troverdig statsministerkandidat. Godt jobbet og godt gjort. (FV 8.9)

[Solberg] har overtatt rollen som statsminister Jens Stoltenbergs hovedmotstander etter Siv Jensen (AA 8.9).

Årets valgkamp ser ut til å bli en suksess for Erna Solberg (VG 9.9).

Når valgkampen nå er slutt, har Solberg tidvis briljert og vist seg som den eneste som kan utfordre statsministerens posisjon (DB 14.9).

Det stadige fokuset på regjeringsspørsmålet kan i seg selv sees som et uttrykk for kynismen: Det handler ikke om hvordan landet skal styres, men om hvilke enkeltpersoner som skal gjøre det. Personifiseringen er svært tydelig som motivasjon for å fokusere på regjeringsspørsmålet. Dette er imidlertid verken nytt eller sensasjonelt:

Regjeringsspørsmålet er alltid en god nyhetssak, også fordi det er så konkret å forholde seg til. Ikke minst gjelder dette personifiseringen. Spekulasjoner rundt regjeringsmedlemmer er alltid godt stoff i media (Jenssen og Aardal 2007:93).

Medienes personfokus på partilederne i valget 2009, gjorde seg gjeldende ikke bare i kommentarspaltene. "Partilederutspørringen" ble innført etter åtte års pause på NRK, og

TV 2 kjørte også halvtimeslange utspøringer og "statsministerdebatter" gjennom valgkampens siste uker. I en VG-sak 10. august slo avisen selv fast at "Valgkampen blir personfokusert". "Dette blir det mest personfokuserte valget på lenge, og det gjenspeiler seg i dekningen", uttalte prosjektleder for valget i TV 2 Tor Godal i saken. TV 2 gikk altså inn for å ha et personfokus med støtte i en forestilling om at det eksisterer et personfokus i selve politikken. I denne forestillingen ligger det en ansvarsfraskrivelse fra medias side; Forestillingen ser ut til å deles også av kommentatorene, gjennom deres flerfoldige fremstillinger av valget som et "statsministervalg" (DA 20.5) og gjennomgående fokus på regjeringsspørsmålet.

Foruten å uttrykke en *personifisert* forståelse av politikken, indikerer kropp- og utseendefokuset også kommentatorenes *stereotype* oppfattelse av politikerne. Partileder Erna Solberg gikk fra å være utnevnt til "taper" i vinter- og vårmånedene, til å bli omtalt som "statsministerkandidat" på høstparten. VGs leder "Erna står svakt" (31.5) baserer seg på at Solberg "ikke er noen vinnertype", uten å forklare nærmere hva som menes med det. Samtidig er dette argumentasjonen bak tittelen, noe som medfører at artikkelen blir en grov forenkling av en kompleks politisk situasjon og en stereotypisering av partilederen. Solbergs kallenavn "Jern-Erna" er et annet, og kanskje mer tydelig eksempel. Ofte ser vi at de stereotype fremstillingene stilles opp mot hverandre og blir motpoler – hvilket leder over på neste tendens: hyppig anvendte *dikotomier*.

Erna blomstrer, Siv visner. Erna var taper, nå er hun vinner. Erna var overvektig, blek og grå, nå er hun solbrun, slank og på hugget. Disse dikotomiene har tidligere vært nevnt i analysen, og er eksempler på hvordan kommentatorene ofte stiller motsetninger opp mot hverandre. Fokuset på hvem som er statsministerkandidat – og ikke – gir også uttrykk for en slik tankemåte. Kommentarene i utvalget gir uttrykk for at det kun kan være to aktuelle statsministerkandidater om gangen, og at valgkampen er en kamp mellom dem. Først er det "Jens mot Jensen" det gjelder, etter hvert blir det "Jens mot Erna"⁶⁶. Når Solberg kritiseres for å ikke velge samarbeidspartnere i regjeringsspørsmålet, er dette også et slags uttrykk for behovet for dikotomier. Det underliggende mantraet er at "politikere må kunne si ja eller nei", man må ha to "lag" å velge mellom.

⁶⁶ Se for eksempel "Statsministerkandidaten" i FV (7.9): "Med én uke igjen til valget, er det nå bare to statsministerkandidater igjen. Den andre heter ikke Siv."

Hvis man tar utgangspunkt i at politikernes makthensikter ligger til grunn for deres atferd, og at de innretter seg etter velgerne for å vinne deres gunst, betyr det at politikerne ikke er idealistiske forkjempere for saker eller prinsipper, de er det bare *tilsynelatende*. Da blir velgernes preferanser noe ubevegelig, som ikke kan påvirkes. Man tar for gitt at politikerne vet hva velgerne ønsker, og ytrer seg/handler deretter. Når kommentatorene skriver at "Erna Solberg taper oppslutning på sin uklarhet om regjeringsspørsmålet" (DA 21.1), baserer man seg på at velgernes preferanse *uansett* er at Solberg tar standpunkt – at hun ville vunnet oppslutning på å tilfredsstille dem. En lignende tankegang ligger til grunn for å si at "Jensen er ute etter å kapre stemmene til velgere som er enig med Frp i innvandringspolitikken, ikke å skape et positivt samarbeidsklima" (AP 25.2). Med andre ord: Stemmer kan "kapses" ved å være enige med velgerne. DAs (6.8) lederskribent hevder på skråsikkert vis å vite hva velgerne ønsker når han skriver at

Høyre-leder Erna Solberg svarte at pengene kan tas fra oljefondet. De rød-grønne kan dermed ha fått en god sak. [...] Velgerne ønsker ikke at landets sparepenger skal brukes til skattelettelser for Stein Erik Hagen og andre rikinger.

Overtalelse er altså overflødig, velgerne må *tilfredsstilles*. Det er derfor den kyniske journalistikk ikke interesserer seg for argumenter, men for hvorvidt en politiker gjør et godt eller dårlig inntrykk. Dette preger selvsagt også måten politikerne evalueres på. For hvis politikerne ikke kan påvirke velgernes preferanser, da gjelder det å kategorisere dem og henvende seg deretter, altså tiltrekke seg flest mulig velgere. Til grunn for slik kynisk basert evaluering ligger det en *normativ holdning* hos politiske kommentatorer, bygget på vurderingen av hvor godt en politiker fremmer sine maktformål gjennom sin adferd (Koch 2009:67) – for eksempel hvor godt det ytre samsvarer med det indre (jamfør likhetstegn mellom vekt og kontroll) eller hvor kort vedkommende kan uttrykke sitt budskap (jamfør hvordan korte setninger tolkes som handlekraft). Dette forklarer hvorfor person og stil blir perspektivets ramme. En slik virkelighetsoppfatning er fundamentet når for eksempel Trude Ringheim kommenterer i DB (15.9) at "suksessvalgkampen er uansett Ernas store seier". Hun har

fremstått avslappet og kul i valgkampen. Solberg gikk fra nederlagsdømt til eneste troverdige statsministerkandidat. Fra "mobbeobjekt" og taper til kommentariatets favoritt. Alle elsker Erna.

Det er med andre ord *Erna Solberg* som har vunnet valgkampen; Høyres valgresultat er et kompliment til henne for å ha oppført seg riktig. Hun roses for å ha skaffet seg makt, ikke for at partiets politikk har vunnet frem. Det er dessuten ytre kvaliteter som legges til grunn – Solberg er avslappet og kul – ikke en evaluering av argumentasjonen hennes.

Ovenfor har jeg vist hvordan flere tendenser i materialet kan ledes tilbake til den kyniske doxa. Paraplyen over disse tendensene er særlig kommentarjournalistenes hang til å forsøke å *gjennomskue* politikerne/politikken og redusere dem/det til noe bakenforliggende eller underliggende – for eksempel personlige ambisjoner og maktbegjær. Man gir seg ut for å gjennomskue alt ved å påta seg å skjære gjennom til det *egentlige* som kommentatorene besitter kunnskap om. Slik gir man inntrykk av å være en profesjonell og skarpsindig observatør som ikke lar seg lure. Samtidig er dette et svært lettvent språklig grep. Først og fremst reduseres politikken sine dimensjoner til én. For, dersom man betrakter all politikk som drevet av personlige og strategiske hensyn, er én akse følgelig nok til å beskrive alle forskjeller (Koch 2009:60). Dessuten blir denne stadige reduksjonen i sin forlengelse et slags *topos* – en fiks ferdig retorisk figur som kan anvendes på alle tema. Kynismen blir kort sagt kommentatorenes uttrykksform, et sjangertrekk. Henrik Thunes teori (AP 7.9) om et mediekrafti der ”politisk ideologi og resonnementer erstattes av politikeren som medieoperatør” ved at politikerne omtales i kraft av sine personlige ambisjoner og sitt image, ser ut til å stemme i dette tilfellet.

Kochs artikkel om kynismen er en teoretisk utredning som søker å gripe elementene i en gruppe oppfatninger om politikk som ofte *hevdes* å prege politisk journalistikk i dag. Hans prosjekt er ikke en systematisk empirisk kartlegging, og besvarer ikke spørsmål som i *hvor stor grad* mediens politiske stoff svarer til kyniske kategorier. Min analyse viser imidlertid at kynismen i stor grad *er* til stede i kommentarjournalistikken, og kommer til syne blant annet i temavalg og personfokus. Dét betyr ikke at andre perspektiver er fullstendig fraværende. Noen kommentatorer tar for eksempel selv tak i kynismen i kommentarjournalistikken og problematiserer denne:

Og nei, NRK-reporter, eg vil ikkje høyra kven sine stemmer det er Erna Solberg spekulerer i å få tak i når ho kjem med Høyre sitt alternativ. Det kan jo vere at Erna og dei har eit bedre forslag, og då vil eg faktisk høyra kva det er og kvifor dei meiner det. Det eg i alle fall ikkje vil ha, er kommentatorar som får inn og forklarar ”spelet” ennå meir inngåande. Maktspelet, posisjoneringa, kampen om veljarane. [...] For det som først og fremst får følgjer for oss som skal velja, er kva politikarane faktisk har tenkt å gjera med det mandatet dei får. [...] Det praktiske med heller å gå for kva dei ønskjer å oppnå med forslaga sine – altså av makt, posisjonar og oppslutning, er at då held det å vera godt orientert om akkurat det – uansett kva fagfelt utspelet handlar om (Solveig Grødem Sandelson i SA 19.01).

Sandelson peker her på et fremtredende trekk ved sine kollegers profesjonsutøvelse, noe som kan være en av de viktigste årsakene til den forenklingen som finner sted i den politiske journalistikken generelt: Ved å tolke politikken ut fra en skjematisk forståelse, unngår man å sette seg inn i kunnskapen som ligger bak. Dette kan forklare hvorfor kynismen trenger bort analyse basert på saks- og fagkunnskap.

Også i vektdebatten problematiserer noen kommentatorer egen rolle ("Tjukke i huet", VG 26.7), mens andre igjen reflekterte over – og til dels kritiserte – sin egen innsats etter at valget var unnagjort:

For kommentatorene nøyer seg ikke lenger med politisk analyse, de blir nesten teateranmeldere. Hvordan var dramaturgien? Hvem spilte rollen sin best? Hvilke av politikerne har skaffet seg treffsikre replikker og gode historier? [...] Lars Peder Brekk slo fast at kommentatorene pratet Erna opp og Siv ned. [...] Som Dagsavisens kommentator Arne Strand sa: - Hvis dere er skremt av denne valgkampen, kan jeg forsikre at det i fremtiden ikke blir færre kommentarer. Det blir flere kommentarer, analyser og sterke meninger (Stein Arne Sæther, AA 19.9.09).

Det er interessant å se hvordan kommentatoren her foregriper sentrale poenger i min analyse når han går sjangerens utvikling etter i sømmene. All den tid kommentarjournalistene reflekterer over egen sjanger på en slik måte, må det betraktes som en positiv motstrøm til en kynisk utvikling. I utvalget mitt er imidlertid slike tilfeller i et ubetydelig mindretall.

4.6.4. Meningsmåling-argumentet

Dagens måling er enda et tegn på det som også er en utbredt oppfatning i Høyres egne rekker, nemlig at partiets leder og statsministerkandidat ikke er noen vinnertype (VG 31.05).

Både i Norge og internasjonalt har man sett en økning i bruk av partibarometre før parlaments- og presidentvalg de siste 30–40 årene (Beyer og Waldahl 2009:55, sitert etter Bøe 1993). Cappella og Jamieson er blant de som har dokumentert at denne utviklingen er en konsekvens av endringer i politisk journalistikk: "Politisk substans nedprioriteres til fordel for spill- og strategiaspektet ved politikken" (Cappella og Jamieson 1997). Det er tydelig at meningsmålingene legger et betydelig grunnlag for kommentatorene når de gjør sine analyser. Partibarometeret "besitter [tilsynelatende] en iboende grad av presisjon", og blir derfor et viktig hjelpemiddel i kommentarjournalistenes ekspertkommunikasjon (Frankovic 2000:104-106, Andersen 2000). Men når en god eller dårlig meningsmåling blir hjemmel for å stadfeste om Solberg er en god eller dårlig politiker, eller om Høyre fører god eller dårlig politikk, er denne sammenhengen problematisk. For meningsmålinger er en høyst usikker metode, som krever at man tar hensyn til statistiske feilmarginer og andre kriterier av betydning for målingenes kvalitet og pålitelighet (Beyer og Waldahl 2009). Meningsmålinger sier ikke noe om årsakssammenhenger, og det er hovedsakelig her problematikken med den lemfeldige bruken av metoden som fasit, ligger. Kommentatorene blir slik stående fri til å gjette seg frem til både årsaker og virkninger, eller unngå å ta stilling til at disse eksisterer – og kun referere til endring som noe uunngåelig og uforanderlig. Man gir *inntrykk* av presisjon, men når meningsmålingene brukes slik blir de kun et veldig tjenlig redskap for rutinemessig og sofistisk kommentarjournalistikk.

Men meningsmålinger bygger på komplekse sammenhenger, og selv et parti med synkende oppslutning kan ha en partileder som gjør det beste ut av situasjonen under særdeles vanskelige omstendigheter. Solbergs og Høyres innsats i valgkampen er bare en liten del av forklaringen bak fremgang eller tilbakegang. Dessuten er feilmarginene store, noe vidt forskjellige meningsmålinger foretatt på samme tidspunkt viser⁶⁷. Beyer og Waldahl har tidligere vist hvordan mediene⁶⁸ i liten grad tar slike hensyn i sine presentasjoner av partibarometre i nyhetssaker (2009:65). Selv om min analyse ikke befatter seg med den rent konkrete presentasjoner av meningsmålinger, er det imidlertid funn som tyder på at også i kommentarsjangeren forekommer en noe lemfeldig bruk av meningsmålinger som fasit, uten at denne bruken samtidig problematiseres eller belyses av kommentatorene. Ved flere tilfeller i løpet av disse månedene trykker avisene på samme dag meningsmålinger som viser henholdsvis tilbakegang *og* fremgang for partiet. "Høyre går frem etter marerittsommeren" skriver VG 6. august, samme dag som DA trykker en sak om at Høyre går tilbake. "På en fersk meningsmåling faller Høyre 0,7 prosentpoeng og får en oppslutning på kun 11,3 prosent. Likevel nekter partileder Erna Solberg å se mørkt på framtida" skriver DA, og insinuerer dermed at Solberg *burde* se mørkt på fremtiden når én meningsmåling viser svake tall. Et annet eksempel på store sprik mellom meningsmålingene er når en InFact-måling i VG (3.9) gir rekord*høy* oppslutning for Høyre på 18,1 prosent, mens en Respons-måling i AP dagen etter viser en rekord*lav* oppslutning på 12,6 prosent for samme parti. I en sjelden kommentar til disse meningsmålingene kommenterer faktisk Harald Stanghelle (AP 4.9) at "tallene ikke kan være riktige". Han hevder likevel, like etter, at de *har* fanget opp en trend siden seks av syv meningmålinger på én uke viser det samme. Således plasserer også Stanghelle seg i bås med andre kommentatorer når han ut i fra dette resonnementet forklarer Solbergs "sterke valgkampinnsats", som har skapt en ny dynamikk i valgkampen, og et "sterkere Høyre".

Observasjonen om en sammenheng mellom ros/ris og meningsmålinger styrkes av mange eksempler i kommentarmaterialet. Når "Erna fosser frem" på forsiden av DA (3.9), er det på bakgrunn av meningsmålinger. Saken er akkompagnert av en kommentar skrevet av Arne Strand, som er svært positiv til Erna Solberg ("Se opp for Erna"). Som tidligere nevnt har han til dette tidspunktet vært nær utelukkende negativ til Solberg. Når han nå skriver at Solbergs "kandidatur får farge", og at det "ikke lenger er utenkelig at Erna Solberg blir

⁶⁷ Se DA/VG 6. 8, nærmere beskrevet under.

⁶⁸ Beyer og Waldahls materiale inkluderer fem av avisene som er analysert i denne oppgaven – AP, AA, VG, DB og BT (2009:59)

statsminister”, støtter han seg på lite annet enn nettopp meningsmålingene. Også når det erklæres en ”Høyrevind” i DN (4.9), er det meningsmålingene som ligger bak. Og når AA (5.9) mener det er ”temmelig klart at Erna Solberg har lyktes med å skape velgervandring”, er dét til tross for at kommentator vedkjenner at *gjennomsnittsmålingen* ”står tilnærmet bom stille”. Det gir nemlig ”feil inntrykk”, fordi ”kommentatorer og valgforskere later til å være enige om at Erna er blitt stjerna i denne valgkampen”. Kommentaren forsøker ikke å forklare *hva* Solberg nå gjør bedre; hun *er* simpelthen bedre fordi partibarometeret viser Høyre-fremgang. Den samme slutningen drar DN (3.9) i kommentaren ”Luftslott 2009”. Argumentasjonsrekken viser at dersom meningsmålingene gir et dårlig resultat, er det noe galt med partilederen og omvendt.

Som regel forholder hver enkelt avis seg til sine egne meningsmålinger og uttaler seg på bakgrunn av disse. Med tanke på hvor mye målingene spriker, blir det slik nærmest mulig å si hva som helst, når som helst. En slik måte å knytte ros og ris til meningsmålinger på, eller å bruke meningsmålinger som fasit for å bedømme politikernes innsats, bygger på en antagelse om at velgernes meninger er faste, og at politikerne kan tilpasse seg godt eller dårlig til disse. En slik fremgangsmåte fyller derfor kynismens kriterier, og er problematisk fordi ”en ikke ubetydelig andel av velgerne benytter seg av slik informasjon når de tar sine valg” (Beyer og Waldahl 2009:55, sitert etter Salwen 1985a).

4.7. ”Kommentariatet”

4.7.1. Kommentatorene som markedsføring

Innledningsvis diskuterte jeg hvordan mange aviser – og mediene generelt – i økende grad bruker kommentatorene som en del av merkevarebyggingen. Her vil jeg gå inn på hvordan dette kommer til uttrykk i utvalget og dets kontekst. Jeg vil særlig peke ut tre tendenser: 1) Legitimering av ekspertrollen ved rotasjon mellom medier; 2) Kommentarene/kommentatorene presentert som/brukt i nyhetssaker og 3) Personifisering av avisens autoritet ved bruk av byline-bilder.

1) I 2009 så vi hvordan avisenes kommentatorer ”lånes” ut til andre medier som eksperter, for eksempel DAs Arne Strands opptredener i TV2 Nyhetene, eller DBs Marie Simonsens i NRK. Dette gjelder særlig ”stjernekommentatorene”, et lite knippe eksperter med særlig autoritet. Et lite sjikt har lyktes i å etablere en rolle der deltagelsen i kringkasting og aviseksponering bygger oppunder hverandre. Foruten Simonsen og Strand, dreier det seg

blant annet om Harald Stanghelle (AP), Martine Aurdal (DB) og Olav Versto (VG). Også NRK-kommentatorene Kyrre Nakkim og Magnus Takvam må regnes med. Gunn Sara Enlis begrep *stjernekommentatorene* (Allern og Pollack 2009:134) er treffende på denne lille eliten, som turnerer i mediene i kraft av sine ekspertuttalelser og nærmest blir rikskjendiser. Men i tillegg til å fremme sin *egen* autoritet, er dette en indirekte måte å markedsføre avisene på. Når avisene bygger mediepersonligheter med stor autoritet, tjener avisene på denne autoriteten. Nimmo og Combs' betraktninger om kommentarspalten som "en stilistisk dramatisering ikke bare av saken i seg selv, men også av den lærde journalistens rettmessige status som en opphøyet autoritet" (1992:12f) bekreftes ytterligere av den kjendis-, elite- og ekspertstatusen som kommer med denne praksisen.

2) Det er blitt vanlig at avisene presenterer sine kommentarer som nyhetsoppslag på forsiden. Dette skjer i ulik grad, med alt fra små teksthenvvisninger og et lite "passfoto" til store helfigurbilder og nyhetstitler. Et godt eksempel på det mest ekstreme er DBs utgave dagen etter stortingsvalget (15.9.) med hele tre bildehenvisninger til kommentarer på forsiden. Men også regionsavisene tar del i denne trenden, som *faksimile 5* på neste side viser. I BT-ingressen kan man lese: "Også blant kommentatorer er Erna Solberg skrevet frem fra posisjonen som klar underdog. Omkvedet er at Solberg er klarere og mindre amper". I selve nyhetsartikkelen er BTs egen kommentator Hilde Sandvik og retorikkforsker Jens E. Kjeldsen ved Universitetet i Bergen intervjuet, og det er deres sitater som gir grunnlaget for sammenhengen mellom Solberg og Høyre-opptur. Å støtte seg på akademiske eksperter er heller ukontroversielt, men at Sandvik er intervjuet av egen avis tyder på at kommentatoren, som er i "en stadig utvikling i rollen som samtidens fortolker" (Djerf-Pierre og Weibull 2008), har inntatt en rolle ikke bare som synser eller pundit, men med en *dommerstatus* som vedkommende tilkjennes i kraft av sine medieerfaringer.

BKK-slagene endte uavgjort
 BKK blir tappet for egenkapital, men får fortsette fibersatsingen. SIDE 4-5, DEL 1

i daghus og hjem



Tilbake til røttene
 INTERIÖRDESIGNER Cecilie Fasmer Stang er tilbake i Ålvgen der hun vokste opp – i et hus fra 1936.

TV 2 satser på skolene
 TV 2 VIL TJENE penger på å tilby barne- og ungdomsskolene digitale læremidler, med utgangspunkt i arkivmateriale fra TV-stasjonen. SIDE 26, DEL 2

Bygget uten løyve
 JOHN ARVID KLEPPE (Frp) startet bygging av en garasje uten byggeløyve. Selv avgjør han andres byggesaker i Tynes kommune. SIDE 7, DEL 1

kommentar

Sjur Holsen

Hvorfor ikke tenke det utenkelige – en koalisjon av Høyre og Ap?
 SIDE 3, DEL 1

Solberg får æren for Høyre-opptur



PÅ FREMMARSJ: Erna Solberg har tatt av 15 kg, men avviser at det ellers har skjedd noen endring med henne selv. – Det er helt feil at jeg har stilet meg, kjøpt nye, dyre klær eller gått på noe kurs, sier Høyre-lederen. FOTO: JO STRAUBE

Erna Solberg og Høyre er i siget, ifølge flere meningsmålinger denne uken. I dagens BT-måling går Høyre frem nesten to prosentpoeng.

Også blant kommentatorer er Erna Solberg skrevet frem fra posisjonen som klar underdog. Omkvedet er at Solberg er klarere og mindre amper.

Solberg står fast på at det er de politiske sakene som gjør susen: – Vi har konsentrert oss om tre s-er: skole, skatt og samferdsel. SIDE 12-13, DEL 1

Faksimile 5 (BT 28.8): Uttalelser fra BTs egen kommentator er grunnlaget for hovedoppslaget. Her ser vi hvordan kommentators meninger tas i bruk utenfor sin sfære, i en typisk blanding av nyhetssak og kommentarsjanger

Faksimile 6 og 7 er to eksempler på lignende tilfeller i DA. Her ser vi hvordan meningsjournalistikken blandes med nyhetsjournalistikken. Begge forsider støtter sine titler og henvisninger på kommentarer i tillegg til nyhetsartikler. Både "Syndebukken" og "Veien åpen for Erna" presenterer i realiteten meninger i nyhetsinnpakning. Særlig sistnevnte forside blander sammen nyhet og mening i en tittel som i høyeste grad er en påstand, uten annet belegg enn kommentators oppfatning.

Forskjellen mellom Valla og Flåtthen
POLITISK UKESLUTT side 4
ARNE STRAND

Kona er mer populær enn Barack Obama
SIGNERT side 34
RODA AHMED

Parken som smaker New York og Karachi.
HEGER PÅ LØRDAG side 5
ANDERS HEGER

LØRDAG 9. MAI 2009

Dagsavisen HELG

ÅRGANG 124 UKE 19 NR. 105 LØSSALG kr 25,-

www.dagsavisen.no



Hun får skylden for alt som går galt for Høyre. Les hva Erna Solberg føler om kritikken, og hva hun gjør når hun er ute av rampelyset.

Synde- bukken

DAVID OYER BERG

Nordmenn i krisenes tid
REPORTASJE side 30-33

Vinneren av verdens største valg
GRENSELØST side 38-41

Nå flytter avisen hjem

Faksimile 6 (DA 9.5.2009) og 7 (DA 3.9.2009): Begge forsider støtter sine titler og henvisninger på kommentarer i tillegg til nyhetsartikler. Grunnlaget for titlene er meninger og/eller meningsmålinger. Samtidig illustrerer også forsiden vendepunktet som er skjedd i mellom disse to avisforsidene.

TORS DAG 3. SEPTEMBER 2009

Dagsavisen

GRUNNLAGT 1884

125 ÅR

ÅRGANG 124 UKE 36 NR. 203 LØSSALG kr 20,-

www.dagsavisen.no

Veien åpen for Erna

Frp stuper, mens Høyre og Erna Solberg fosser fram. Hun kan bli landets nye statsminister.

POLITIKK side 12-13
KOMMENTAR side 3

Endelig til Syden
Alle barn har krav ferie, mener Røde Kors. Derfor sendt de Marius (7) til Syden.
NYHET side 8-9

Ampert i skoledebatt
POLITIKK side 14-15

Korrupsjon truer demokratiet
UTENRIKS side 16-17

FOTO: ANNIKEN C. MOHR

3) Et annet, og tydelig, uttrykk for journalisemen, er avisenes bruk av bylinebilder (*faksimiler 2, 6, 8-12*). Slike bilder er blitt mer og mer vanlig, og har fått stadig større plass i avisene⁶⁹. Da Dagbladet la om sitt design våren 2009, var det med nye, store helfigurbilder av kommentatorene på baksiden av avisen, og tilsvarende bilder på forsiden de gangene kommentarene blir brukt som forsidehenvisning. VG har holdt seg unna helfigurbilder, men ansiktsbildene har blitt stadig større, og en del av overkroppen er også med⁷⁰. VG hadde sågar hele seks kommentarer dagen etter stortingsvalget, alle akkompagnert av et stort bylinebilde. Men skikken er ikke bare forbeholdt de store avisene, også DAs kommentarer er akkompagnert av store bylinebilder som ofte viser hele kroppen eller overkroppen til kommentatoren⁷¹. AAs lørdagskommentarer (for eksempel *faksimile 8*) har stort bilde av kommentatoren fra livet og opp. BT har ofte kommentarhenvisning med bilde på sine forsider, dog i mindre format enn for eksempel DB.



Faksimile 8 (AA 19.9.2009)

⁶⁹ Det har vært forsket på og skrevet lite om bylinebilders plass i avisene, men nåværende DB-journalist Simen Gonsholt telte i sin bacheloroppgave (2002) ved Høgskolen i Volda antallet bylinebilder i blant annet DB fra 1992-2002, og fant at det økte fra 8 til 22 per nummer.

⁷⁰ Se for eks. bilder av Olav Versto på side 3, Yngve Kvistad på side 9, Lars Halvor Magerøy på side 11 eller Mikal Hem på side 17 i VG 15.9.2009 (*faksimile 12*).

⁷¹ Se *faksimile 9*.

Georg Apenes, tidligere både direktør i Datatilsynet, journalist, advokat og politiker, betegner bylinebilde-bruken som et uttrykk for "den journalistiske narsissisme" (i Kokkvold (red.) 2010:26). Apenes ser tendensen som en brikke i det store puslespillet som er journalistikkens overgivelse til markedsmakt og forvitring av offentligheten. Sikkert er det i alle fall at bylinebildenes fysiske vekst og økte bruk legitimerer kommentatorenes påberopelse av ekspertrollen, innbyr til tillit – igjen dette intime fokuset, som imiterer nære relasjoner – og personifiserer avisinstitusjonens autoritet. Jo mer autoritet ekspertrollen har, desto mer kan de uttale seg om, tillate seg å spå om fremtiden og komme med utsagn uten å utbrodere argumentasjonen bak. Profileringen av stjernekommentatorer personifiserer kommunikasjonen slik at vurderingene kan baseres på menneskelig tillit – og frita for plikten til å forklare og begrunne. Slik kommentator lar oss *bli kjent med* politikerne, blir vi også kjent med kommentatorene. Gjennom markedsføringen av dem og de store bildene slipper vi tett innpå dem. Skillet mellom person og rom brytes ned. Min teori er at dette tillitsforholdet avlaster for kravet til analyse. Kommentatorene kan opptre som skråsikre spåmenn når vi har en følelse av at vi kjenner dem som *personer* vi kan stole på. Man kan støtte seg på ethos fremfor logos. Ved hjelp av Meyrowitz' scenemetafor (1986) kan vi forstå dette som en del av bevegelsen fra saklig til personlig retorikk i samfunnet generelt.

4.7.2. Flokken – mellom idealer og ideologi

Jeg har tatt for meg hvordan kynismen og journalismen kommer til uttrykk i analyse materialet på en rekke måter. Det tydeligste trekket er utvilsomt *enigheten* om hvordan Erna Solberg skal forstås og formidles, som kommer spesielt til syne i det plutselige vendepunktet. Kan vi tolke denne enigheten som flokkmentalitet? Kommentator Marie Simonsen (Dagbladet) reflekterer rundt begrepet i et intervju med Igland og Stølås (2008:11):

Vi sitter rundt det samme bordet i stortingsrestauranten, hører på hverandre og er sterkt opptatt av å få rett. Det ligger en dynamikk her, en kraft som forsterkes når det stort sett er de samme kommentatorene som går fra studio til studio når store saker er på gang. Det oppstår nok en slags omforent enighet om hvordan saken skal oppfattes.

Simonsen har nok rett i at enighet er en konsekvens av at politiske kommentatorer beveger seg i samme miljøer. Det er ikke nødvendigvis noe galt i det. Men når argumentasjonen bak denne enigheten er mangelfull eller ikke-eksisterende, er det problematisk med tanke på kommentarjournalistenes informasjonsoppdrag overfor velgerne.

Jeg mener det fremgår klart at det eksisterte en flokkmentalitet blant kommentatorene i denne perioden. Både de negative og positive kommentarene om Erna Solberg publiseres nesten utelukkende i klynger. I den negative perioden frem til 6. august var det to kortvarige positive klynger⁷², og utenom disse klyngene er det kun to positive kommentarer, én som forsvarer Solberg mot vekt-fokuset (VG 26.7) og én der Solberg gis medhold for sitt synspunkt i EU-debatten (VG 3.8). Denne nærmest kategoriske enigheten tyder på at kommentatorene definitivt lot seg påvirke av hverandre i større eller mindre grad. Flokkmentaliteten gjør seg synlig helt ned på tekstenes detaljnivå. Kommentatorene låner uttrykk og karakteristikk fra hverandre som gjør det åpenbart at de skjelner til hverandre når de skal mene. Dette er det mange eksempler på i analyse materialet. Arne Strands "tåkeheimen"-uttrykk, som han introduserer allerede i januar (21.1) og bruker flere ganger senere, lånes av flere andre i løpet av året, blant andre Nationen (14.2*⁷³) og Agderposten (17.2*). Det er samme kommentator som også introduserer "spagat"-metaforen i starten av mai, som resirkuleres mange ganger senere i Dagsavisen – men også hyppig av andre aviser – for eksempel Klassekampen (22.1*), FV (9.5), Vårt Land (11.5* og 4.9*), BT (25.5), AP (25.8), DN (3.9), Romerikes blad (10.9*) og Nationen (15.9*). Uttrykket "Ernas dører" brukes av både DA (19.1), DN (21.1, 8.5), BT (25.1*, 7.2, 8.5). Også "luftslott" er hyppig brukt, blant annet av AA (2.5) og DN (3.6). Et annet klart eksempel på at kommentatorene bruker hverandres poenger, er fremstillingen av Børge Brende som "Høyres redningsmann"⁷⁴, både i AA (28.02), SA (27.02, 08.05) og DA (28.03, 06.05). Aller mest påfallende er imidlertid den utstrakte bruken av de samme adjektivene til å beskrive Solberg, allerede nevnte ord som "utydelig", "uklar", "manglende autoritet" og "uegnet." Bare mellom 21.1 og 30.3 brukes slike karakteristikk 19 ganger i 31 artikler.

Det etablerte seg over tid det som kan kalles en *Erna-diskurs* innenfor meningsjournalistikkens spalter; en konvensjonell måte å omtale Solberg på, bestående av synspunkter, betegnelser og uttrykksmåter som "alle" var enige i, og som derfor stadig kunne ytres i nye variasjoner over samme sak. Denne gikk på tvers av politiske sympatier, selv om man kanskje skulle tro at kommentatorene, som er en politisk sammensatt gruppe, ville være stødigere i sine respektive holdninger. Kommentator Frank Rossavik hevder i en

⁷² 1: 16.-17.1, etter tolkningen av Solbergs pressekonferanse med KrF og V som et regjeringsstandpunkt, og 2: 7.-11. mai, etter landsmøtet (kapittel 4.3.3 tok for seg dette i detalj).

⁷³ Datoer merket med * er ikke med i utvalget.

⁷⁴ Tidligere Høyre-politiker Brende skulle flytte hjem til Norge, hvilket var årsaken bak spekulasjonen. Han var imidlertid på vei til en lederstilling i Røde Kors, og han ble ikke et tema på landsmøtet slik flere kommentatorer spådde.

kritisk analyse av egen profesjon at det nettopp er *på grunn av* frykt for å ytre politiske meninger at flokken tar form:

Kommentatorene er heldigvis en politisk mer sammensatt gjeng. De finnes på begge sider av det politiske midtskillet. Likevel viser de mest brukte og toneangivende av dem en påfallende vilje til å gå i takt, i hvert fall om store saker. De er alltid enige om hvem som vinner og hvem som taper, og om hvordan begivenheter skal forstås. Hvorfor er de det, de som står fritt til å mene? Her er paradokset: de er redde for å gi uttrykk for noe som kan oppfattes som en (politisk) mening. Da er det tryggest å holde seg i flokken, og ta retning etter bjellesauen (Rossavik i Morgenbladet 18.9.2009).

Om Rossavik har rett i sine antagelser er vanskelig å si noe om ut i fra en tekstanalyse. Men hans poeng *kan* være en habil forklaring på den markante mangelen på deliberativ argumentasjon. Hvis kommentatorene er redde for å ta politisk standpunkt, er det ikke rart at det ble lite rom for reelle politiske problemstillinger i deres dekning av valgkampen, og at *meningene* i *meningsjournalistikken* vokste ut fra personlige, mer enn politiske kriterier.

Det er i lys av dette at jeg har kalt oppgaven min "Vaktbikkjer i flokk". Med begrepet "vaktbikkjer" henviser jeg til journalismens idealer om journalistikkens rolle i demokratiet og dens viktige samfunnsoppdrag. Når journalistene løper i flokk, og i tillegg ikke formidler analyse av *politikk* eller *politiske* meninger, er det på sin plass å spørre hva dette betyr for nettopp det demokratiske oppdraget. For når politiske problemstillinger, aspekter og saker nedprioriteres til fordel for strategiske og personlige, kan vi da si at politisk relevant informasjon og opplysning finner sted? Settes velgerne i bedre stand til å foreta politiske valg? Hvis ikke, hva er det da "vaktbikkjene" vokter, om det ikke er politikken – på vegne av borgerne?

Ser vi nærmere på journalismeteorien slik jeg presenterte den innledningsvis, er det klart at analysens funn viser et sprik mellom idealer og ideologi, slik sistnevnte virker i praksis. Med det mener jeg at journalismen kommer til syne hos kommentarene hovedsakelig som: 1) Et ledd i en strategi for å styrke journalistenes posisjon, slik Eide har hevdet (2001:66), og 2) En bekreftelse av sin yrkesautoritet og rett til å mene. De tar helt klart på seg oppdraget å fortolke, utfordre og kritisere makten (ibid.:50) – men ut i fra analyse materialet ser det ikke ut til å være på velgernes vegne. Tvert i mot kan det se ut til at selvforståelsen som skal legge stolthet i opplysning av folket og avkledning av makten på vegne av samfunnet⁷⁵, i større grad er en selvforståelse som legger stolthet i sterke meninger og maktavkledning – som sådan. Makten avkles i ordets rette forstand; den intimiseres fremfor å analyseres. Journalistrollen feires, men i kraft av seg selv og sin

⁷⁵ Begrepsforklaring i Allern og Pollack 2009:9.

markedsføring. Informasjonen som formidles er i mange tilfeller langt fra politisk relevant, og tilbyr dermed ikke velgerne noen opplysende kunnskap. "Vaktbikkjene" vokter altså først og fremst seg selv. Slik kan de minne mer om en saueflokk. En saueflokk som presser seg sammen for å beskytte seg mot en analytisk argumentasjon de vil kunne tape for, og risikere å stå alene. Anerkjennelsen innenfor et journalistideologisk rammeverk blir det sentrale; for å være mektige er de avhengige av hverandre.

Man kan stille spørsmål til om kommentatorene, slik deres ideologiske praksis kommer til uttrykk i analys materialet, skjøtter det ansvaret som journalistikkens selvpålagte idealer hevder. Like fullt er det i journalis men at avisene og kommentatorene forenes. Ingen av avisene mangler eksempler på forpliktelsen til denne ideologien, heller ikke de nøytrale artiklene. Journalis men er riktignok ingen entydig doktrine med ferdige anvisninger til hvordan enhver sak skal presenteres – men en forståelsesmåte eller et tolknings skjema som anvendes av de fleste kommentatorene i større eller mindre grad, uavhengig bakgrunn og forutsetninger. Den kan spores i ulik grad og omfang hos de kommentatorene og avisene som er behandlet i denne oppgaven. Arne Strand⁷⁶ og Dagsavisen stiller i en klasse for seg når det gjelder å trekke journalis men langt mot kynismen, det samme gjør Dagbladet og Dagens Næringsliv. Men selv om eksempelvis Bergens Tidende og Adresseavisen ikke skiller seg nevneverdig ut i statistikken, preges også de av den samme fortolkningen. Dette gjelder til og med Aftenposten, som i minst grad behandler politikk ut i fra kyniske kriterier.

Tidlig i oppgaven siterte jeg statsviter Henrik Thune, som mener politiske journalistikken overstyrer og trivialis erer valgkampen, trekker endelige og bastante konklusjoner i stedet for å analysere, og med dette misbruker sin makt. Min analyse bygger opp under Thunes påstander. Hans konklusjon var at massemediene må ansvarliggjøres. Det ironiske er at det kan bare skje gjennom reell debatt.

4.7.3. La debatten begynne.

Jeg har tegnet omriss av flere mulige årsaker til kynismens fremvekst. Intimitetstyranni; kringkastingsmedienes mulighet til å formidle politikernes personlighet og privatliv; papiravisenes reaksjon på opplagsfall og nettavisenes evne til å publisere nyheter

⁷⁶ Eget kapittel om Arne Strand, se 4.5.9.

umiddelbart; stadig mer mobile velgere; en mer kommersiell redaksjonell tankegang, partiavisenes fall.

Når alt kommer til alt er det imidlertid ikke årsakene til kynismen, men en bekreftelse av dens eksistens og omfang som er denne analysens viktigste bidrag. En konsekvens kan forhåpentligvis bli en opplysende, velbegrunnet debatt om kommentarjournalistikken. Det trengs. Nyhetsmedienes nye politiske rolle har ikke fått sin tiltrengte plass i offentligheten (Jenssen og Aalberg 2007:261). "Kommentariat"-debatten har dessuten vist at Petersson (1994), som peker på at journalismen kjennetegnes av mangelfull intern kritikk i yrkesgruppen, kan ha rett. Men kommentatorene kan ikke lenger avvise kritikken mot sin yrkesutøvelse ved hjelp av hersketeknikker, slik mange gjorde da *kommentariatet* havnet på dagsorden etter Lysbakken og Røe Isaksens artikkel i 2008. "La oss legge til grunn at folk faktisk er opptatt av politikk", skriver politikerne avslutningsvis i artikkelen. Et slikt utgangspunkt er motsatt av det som praktiseres i dekingen av Erna Solberg i 2009. Politikerne skal slett ikke uskyldiggjøres i denne utviklingen, de spiller også sin rolle. Men kommentarjournalistene har makten til å formidle politikken til publikum. De må anerkjenne det ansvaret de tross alt er fanebærere for selv; dekingen av Solberg bekrefter en kritikkverdig yrkesutøvelse i forhold til demokratiske verdier, herunder journalistikkens egne idealer. Med dét utgangspunktet kan en ny debatt om kommentarjournalistikken begynne.

5. KONKLUSJON

Innledningsvis spurte jeg hva det var med Erna Solberg som ifølge kommentatorene hindret henne i å overbevise som politiker, og hva som var grunnlaget for den positive mediemedvinden som kom i august 2009. Jeg har funnet at vendepunktet ikke begrunnes i noen ren politisk årsak, i det minste ikke en som fremkommer av kommentarjournalistikken. Snarere har analysen vist at de sentrale punktene i både kritikken og rosen av Høyres partileder gjennom valgåret ofte ble bygget på løse formodninger. En overordnet mangel på argumentasjon og faktisk analyse preger de journalistiske artiklene i utvalget. Etterrasjonalisering og ubegrunnede påstander eller spådommer om fremtiden – populært kalt synsing – forekommer ofte. Særlig synlig blir dette når nøyaktig de samme egenskapene eller standpunktene hos Solberg først kritiseres, og deretter roses. Slik tømmes dessuten allerede upresise karakteristikk som uklar/klar eller utydelig/tydelig ytterligere for mening. Snuoperasjonen hva gjelder kommentarjournalistenes holdninger til Solberg som statsministeremne fremstår som ubegrunnet, og motivert av endrede meningsmålinger og frykt for å mene noe annet enn sine kolleger i andre aviser.

Jeg har brukt begrepet *kynisme* for å samle og forstå disse tendensene, og forsøkt å vise hvordan kynismen kan forstås som et uttrykk for vår tids journalisme. Satsingen på kommentatorene i form av store bylinebilder, fremdyrkingen av stjernekommentatorer og kommentarenes økte spalteplass og prioritering underbygger kommentators rolle som ekspert, samtidsfortolker og politikens "gjennomskuer" – for ikke å si dommer. Kommentarene får et nyhetspotensial og kommentatorene en tyngde som gjør mening – i kraft av seg selv – til merkevare for avisene. Journalistene blir privatpersoner for leserne, slik politikerne ofte omtales som privatpersoner hos dem. Dette tillitsforholdet avlaster for kravet til analyse. Slik legges også listen lavere for skråsikkerhet og synsing; kommentatorene er jo *personer* vi kan stole på. Synsingen – eller fraværet av argumentasjon – legger til rette for flokkmentalitet ved at det blir vanskeligere å mene noe annet enn flertallet når meningene ikke bygger på reell analyse. Det blir lettere å benytte de samme tolkningsrammer og bekrefte hverandres virkelighetsforståelse; en slags gjensidig anerkjennelse av og innenfor "kommentariatet". Slik legitimerer kommentatorene sin posisjon og sitt oppdrag. Det er problematisk at en slik virkelighetsforståelse antar form av en fasit når argumentasjonen bak er så svak som den

var i tilfellet Erna Solberg. Man kan kanskje til og med betegne det som et maktmisbruk fra kommentatorenes hold. I alle fall er det en tvilsom utøvelse av det såkalte journalistiske oppdraget, dersom dette innebærer å gi leserne informasjon og kunnskap til å forstå politikk og foreta mer begrunnede politiske valg.

Analysens funn er teoretisk generaliserbare i dét at de bidrar til å belyse forståelsen av kommentarjournalisters formidling av politikk. Funnene viser et behov for en åpen og bred diskusjon omkring den politiske kommentarjournalistikkens oppdrag og rolle. Da Torbjørn Røe Isaksen og Audun Lysbakken skrev om "kommentariatets diktatur", støttet de seg på forholdsvis løse observasjoner. Gjennom denne oppgaven fremgår det at "kommentariatet" slett ikke er et ubegrunnet og overdrevet begrep. Det er tvert i mot dekkende på en praksis der kommentarjournalistene støtter opp om hverandre, tilslører årsak-virkningsforhold fordi de ikke kan begrunne disse – og heller argumenterer i kraft av *personlige meninger* som dermed ikke kan tilbakevises. De avpolitiserer politikken ved å behandle utspill og standpunkter som strategier i et spill (Jenssen i Jenssen og Aalberg 2007:20). Kommenterjournalistenes dekning av Erna Solberg i 2009 plasserer seg i en sofistisk tradisjon – i ordets negative betydning – der formidlingen fremmet dem selv, og verken debatten eller samfunnsoppdraget. Etter min mening rettfærdiggjøres behovet for en ny debatt om *kommentariatet* gjennom disse funnene.

KILDER

Faglitteratur, tidsskrifter og dokumenter

Aardal, Bernt, Krogstad, Anne og Narud, Hanne Marthe (red.): *I valgkampens hete*, 2004. Universitetsforlaget, Oslo

Aardal, Bernt (red.): *Norske velgere. En studie av stortingsvalget 2005*, 2007. Damm & Søn, Oslo

Allern, Sigurd: *Nyhetsverdier. Om markedsorientering og journalistikk i ti norske aviser*, 2001a. IJ-forlaget, Kristiansand

Allern, Sigurd: *Flokkdyr på Løvebakken. Søkelys på Stortingets presselosje og politikkens medierammer*, 2001b. Pax forlag, Oslo

Allern, Sigurd og Pollack, Esther (red.): *Skandalenes markeds plass*, 2009. Fagbokforlaget, Bergen

Andersen, Robert: «Reporting Public Opinion Polls: The Media and the 1997 Canadian Election» i *International Journal of Public Opinion Research*, 12, 3:285–298, 2000

Andersen, Øyvind: *I retorikkens hage*, 2002 [1995]. Universitetsforlaget, Oslo

Arnoldi, Jakob: *Den offentlige ekspert*, 2005. Forlaget Samfundslitteratur, Frederiksberg

Asp, Kent: *Mäktiga massmedier. Studier i politisk opinionsbildning*, 1986. Akademilitteratur, Stockholm

Beyer, Audun og Waldahl, Ragnar: "Partibarometre i mediene. Samsvarer presentasjonen med nasjonale og internasjonale anbefalinger?" i *Tidsskrift for samfunnsforskning* nr. 1, 2009

Blair, Anthony og Johnson, Ralph: "Argumentation as Dialectical" i *Argumentation* 1, 1987:54

Borch, Christian: *Sannhetens kår : Makt, medier og politikk i illusjonenes tid*, 2009. Cappelen Damm, Oslo

"Borgerlig politikk 09", Høyres "veivalgsdokument" om samarbeidsgrunnlag for de borgerlige partiene, tilgjengelig på http://www.hoyre.no/portal/filearchive/borgerlig_politikk_09.pdf

- Capella, Joseph og Kathleen Hall Jamieson: *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*, 1997. Oxford University Press, New York
- Djerf-Pierre, Monika og Weibull, Lennart: "From Public Educator to Interpreting Ombudsmann" i Jesper Strömbäck, Mark Ørsten og Toril Aalberg (red.): *Communicating Politics. Political Communication in the Nordic Countries*, 2008. Nordicom, Göteborg
- Eide, Martin: *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*, 2001. Gyldendal Norsk forlag, Oslo
- Eide, Martin: *Medievalkamp*, 1991. Tano A.S., Otta
- Ekekrantz, Jan og Olsson, Tom : *Det redigerade samhället. Om journalistikens, beskrivningsmaktens och det informerade förnuftets historia*, 1994. Carlssons, Stockholm
- Frankovic, Kathleen A.: «Election Polls: The perils of interpretation» i *Media Studies Journal*, 14, 1:104–109, 2000.
- Gans, Herbert: *Deciding What's News: A study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time*, 1979. Northwestern University Press, Illinois. Tilgjengelig på http://books.google.com/books?id=bWpFtVJLAD0C&printsec=frontcover&dq=herbert+gans+1979&source=bl&ots=tkJnVob28J&sig=WBXiMLAxrCPCaoqEp7XmGaEulDU&hl=en&ei=wjDZTJfcA8eSOvj47ZwJ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=4&ved=0CCEQ6AEwAw#v=onepage&q=herbert%20gans%201979&f=false
- Gauslaa, Stein og Stein B. Hauglid: *Vi – en bok om ledere*, 1997. Institutt for journalistikk, Sarpsborg
- Gertz, Clifford: *The Interpretation of Culture*, 1973. Basic Books, New York
- Gonsholt, Simen: *Hva er det de egentlig prøver å si? : om bruken av bylinebilder i tre norske aviser*, 2002. Bacheloroppgave ved Høgskulen i Volda, Avd. for mediefag
- Hayward, Susan: "Television and The Presidential Elections April-May 1988" i John Gaffney (red.) *The French Presidential Elections of 1988*. Gower Publishing Company, Vermont
- Hellevik, Ottar: *Forskningsmetode i sosiologi og statsvitenskap*, 1999. Universitetsforlaget, Oslo. Tilgjengelig som e-bok på www.nb.no
- Heradstveit, Daniel og Bjørge, Tore: *Politisk kommunikasjon*, 1992 (1987). Tano A.S., Oslo
- Hernes, Gudmund: "Det mediavridde samfunn" i Gudmund Hernes (red.): *Forhandlingsøkonomi og blandingsadministrasjon*, 1978. Universitetsforlaget, Oslo

Hernes, Gudmund: "Media, struktur, vridning og drama" i *Nytt norsk tidsskrift* 1 1984:38-58

Igland, Alf Kjetil og Stølås, Audun: *Kommentaren*, 2008. IJ-forlaget, Kristiansund

Iyengar, Shanto og Kinder, Donald: *News that matters. Television and American opinion*, 1987. The University of Chicago Press, Chicago

Iyengar, Shanto: *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*, 1991. The University of Chicago Press, Chicago

Jamieson, Kathleen Hall og Joseph N. Capella: *The Spiral of Cynicism*, 1997. Oxford University Press, New York

Jenssen, Anders Todal og Toril Aalberg (red.): *Den medialiserte politikken*, 2007. Universitetsforlaget, Oslo

Johansen, Anders: *Talerens troverdighet*, 2002. Universitetsforlaget, Oslo

Jørgensen, Charlotte og Onsberg, Merete: *Praktisk argumentation*, 2006 (1999). Nyt Teknisk Forlag, København

Kjeldsen, Jens Elmelund: *Retorikk i vår tid*, 2006. Spartacus forlag, Bergen

Kock, Christian: Kynismesyndromet, *Rhetorica Scandinavica* 49/50-2009: 51-71

Kokkvold, Per Edgar (red.): Anti-festskrift til Norsk Presseforbunds 100-årsjubileum, 2010. IJ-forlaget, Kristiansand

Krogstad, Anne: *Image i politikken*, 1999. Pax Forlag, Oslo

Lianes, Dorthe Moe: Partilederspørringene 2009 – en innholdsanalyse, 2010. Masteroppgave ved Universitetet i Oslo. Tilgjengelig på <http://www.duo.uio.no/publ/mediekomm/2010/104111/Partilederspørringenex2009xDMLianes.pdf>

Lysbakken, Audun og Isaksen, Thorbjørn Røe: "Kommentariatets diktatur" i *Samtiden* 1/08. Tilgjengelig på http://www.idunn.no/file/ci/7737355/samtiden_2008_01_kommentariatets_diktatur.pdf

McCombs, Maxwell og Shaw, Donald L.. "The Agenda Setting Function of Mass Media" i *Public Opinion Quarterly*, no 36 1972:176-187

McQuail, Dennis: *Mass Communication: An Introduction* (tredje opplag), 1994. Sage Publications, London

- Meyrowitz, Joshua: *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behaviour*, 1986. Oxford University Press, New York
- Midtbø, Tor: *Skandaler i norsk politikk*, 2007. Universitetsforlaget, Oslo
- Nedrestøl, Tone Tuft: *Kommentariatet. En studie av kommentarjournalistikken under regjeringsforhandlingene 2009*. Masteroppgave i medievitenskap ved Universitetet i Oslo
- Neveu, Erik: "Four generations of political journalism" i Raymond Kuhn og Erik Neveu (red.): *Political journalism. New Challenges, New Practices* (2002). Routledge, London.
- Nimmo, Dan og Combs, James E.: *The Political Pundits*, 1992. Praeger Publishers, New York
- Noonan, Peggy: *On speaking well*, 1998. HarperCollins Publishers, New York
- NOU 2003: 19. *Makt og demokrati. Sluttrapport fra Makt- og demokratiutredningen, Fornyings-, administrasjons- og kirke departementet*. Tilgjengelig på <http://www.regjeringen.no/nb/dep/fad/dok/nouer/2003/nou-2003-019/12/5.html?id=371236>
- NOU 2000:15. *Pressepolitikk ved et tusenårsskifte. Dagspresseutvalgets innstilling*. Tilgjengelig på <http://www.regjeringen.no/nb/dep/kkd/dok/nouer/2000/nou-2000-15.html?id=376239>
- Ottosen, Rune, Lars Arve Røssland og Helge Østbye: *Norsk pressehistorie*, 2002. Samlaget, Oslo
- Pedersen, Ove K., Kjær, Peter og Esmark, Anders et al.: *Politisk journalistikk*, 2000. Forlaget Ajour, Århus
- Petersson, Olof: "Journalistene som klass, Journalismen som ideologi" i Edvardsen, Terje
- Roksvold, Thore: *Avisjangrer over tid*, 1997. Institutt for journalistikk, Fredrikstad. Tilgjengelig som e-bok på http://www.nb.no:80/utlevering/contentview.jsf?urn=URN:NBN:no-nb_digibok_2009030604001
- Steen (red.): *Media og samfunnsstyring*, 1994. Fagbokforlaget, Bergen
- Schudson, Michael: "The Sociology of News Production Revisited" i James Curran og Michael Gurevitch (red.): *Mass Media and Society*, 1991. Edward Arnold, London
- Sennet, Richard: *The Fall of Public Man*, 1974. Cambridge University Press, London

Sneve, Stein: *Kommentarsjangeren*. HBO-rapport 19/2002, Bodø

Thagaard, Tove: *Systematikk og innlevelse. En innføring i kvalitativ metode*, 1998. Fagbokforlaget, Bergen

Vatnøy, Eirik: *Velg!09 Journalistikk og retorikk i norsk valgkamp*, 2010. Civita, Oslo

Waldahl, Ragnar: *Opinion og demokrati*, 2007. Universitetsforlaget, Oslo

Waldahl, Ragnar: *Mediepåvirkning*, 1999. Ad Notam Gyldendal, Oslo

Østbye, Helge, Helland Knut et al.: *Metodebok for mediefag*, 2002. Fagbokforlaget, Bergen

Øvrebø, Olav Anders: *Kommentarjournalistikk og "meningsbærende aviser" i det 21. århundre*. Prosjektrapport, mars 2003. Tilgjengelig på www.oov.no

Avisartikler

Aabø, Stein: "Den desperate jakten", kommentar i Dagbladet 09.05.2009

Alstadheim, Kjetil: "Solbergs dører", kommentar i Dagens Næringsliv 21.01.2009

Alstadheim, Kjetil: "Ensomme Erna", kommentar i Dagens Næringsliv 08.05.2009

Beer, Drude: "Erna er igjen stjerna", kommentar i Nationen 06.05.2010, tilgjengelig på <http://www.nationen.no/meninger/kommentar/article5104007.ece>

Bjerke, Paul: "Medievalgkampens konsekvenser", kommentar i Klassekampen 06.09.2007

Bjørkeng, Per Kristian: "Vil hjelpe oss å avsløre overbeviserne", nyhetsartikkel i Aftenposten 28.08.2009

Bjørklund, Tor: "I seng med fienden", leserinnlegg i Dagens Næringsliv 10.07.2009

Egeland, John Olav: "Medienes ubehag", kommentar i Dagbladet 04.03.2008

Ertzaas, Pål K.: "Erna knuste Jens", nyhetssak i VG 27.08.2009

Ertzaas, Pål K.: "Erna tar av – Siv stuper", nyhetsartikkel i VG 26.08.2009

"Fire nye EU-frie år?", lederartikkel i VG 05.08.2009

Flåm, Karoline H., Alf Bjarne Johnsen og Marianne Johansen: "Knuses av Erna", nyhetsartikkel i VG 03.09.2009

Foss, Per Christian: "Frps fiendebilde", leserinnlegg i Aftenposten 03.03.2009

Fretland, Ragnhild Avdem: "Slik vil de skape drømme-læreren", nyhetsartikkel i Dagbladet 07.02.2009

Gerhardsen, Rune: "Trenings Høyre?", leserinnlegg i VG 30.06.2009

Gillesvik, Kjetil: "Jensen i Solbergs skygge", nyhetsartikkel i Vårt Land 04.09.2009

Giæver, Anders: "Skriften på veggavisen", kommentar i VG 11.08.2007

Gjerde, Robert: "Sofavelgerne går til AP", nyhetsartikkel i Aftenposten 04.09.2009

Gjerstad, Tore: "Mellom linjene", reportasje i Dagbladet Magasinet 29.08.2009

Grande, Arne: "Kraftig kredittbekymring", nyhetsartikkel i Dagens Næringsliv 19.01.2009

Grønlund, Anne Leifsdatter og Jørn Pettersen: "Valgkampen blir personfokusert", nyhetsartikkel i VG 10.08.2009

Hansen, Lars M. J.: "Høyre-vind i valgkampen", kommentar i Romerikes blad 10.09.2009

Hegvik, Gunn Kari, Frank Ertesvåg og Ingar Johnsrud: "Blir ny til valgkampen", nyhetsartikkel i VG 09.08.2009

Hegvik, Gunn Kari, Frank Ertesvåg, Nadina Bouhlou, Therese Bondgard: "-Det er kjempetrist og utrolig meningsløst", nyhetsartikkel i VG 07.08.2009

Hegvik, Gunn Kari og Nadina Bouhlou: "Opptur for Erna", nyhetsartikkel i VG 06.08.2009

Hoas, Krister Clausen, Pål Andreas Mæland og Trond Olav Skrunes: "Erna-vinden feier over Hordaland", nyhetsartikkel i Bergens Tidende 11.09.2009

Horn, Anders: "Nede for telling", kommentar i Klassekampen 11.05.2009

"Høyre faller", notis i Dagsavisen 06.08.2009

"I hendene på Stoltenberg", lederartikkel i Bergens Tidende 25.01.2009

"I spagaten?", lederartikkel i Vårt Land 11.05.2009

Johansen, Jon: "Erna Solberg i tåkeheimen", kommentar i Agderposten 17.02.2009

Johansen, Marianne, Gunn Kari Hegvik, Karoline Flåm og Bjørn Haugan: "Angriper NRK og TV2 for kjønnsdiskriminering", nyhetsartikkel i VG 01.09.2009

Johansen, Marianne, Bjørn Haugan og Andreas Nielsen: "Frykter Høyre blir miniparti", nyhetsartikkel i VG 27.04.2009

Johansen, Marianne: "Islamtaperen – katastrofemåling for Høyre-Erna", nyhetsartikkel i VG 20.03.2009

Johansen, Marianne, Gunn Kari Hegvik, Andreas Nielsen og Eirik Mosveen: "Foss sa ja til å bli statsminister", nyhetsartikkel i VG 06.02.2009

Karlsen, Kirsten, Marie Simonsen og Martine Aurdal: "Høyre-leder Erna Solberg", partiledervurdering i Dagbladet 27.08.2009

Kindingstad, Torbjørn: "PS: Alle skal med", kommentar i Stavanger Aftenblad 23.5.2009

Kjeldsen, Jens E.: "Bergensfruen som forklarer", analyse av Erna Solbergs retorikk i Bergens Tidende 03.09.2005

"-Klønede", notis i VG 10.07.2009

Kristiansen, Stein Kåre: "Hvis Erna ble fjerna", 06.02.2009. Blogginlegg tilgjengelig på <http://steink.tv2blogg.no/article526189.ece>

Kristoffersen, Svein: "Lars Sponheim: -Høyres anstendighet i fare", nyhetsartikkel i Stavanger Aftenblad [NTB] 15.06.2009

Lie, Kari og Marianne Siebke: "-Journalister tar politikernes plass", nyhetsartikkel på nrk.no 14.08.2009

Lindholm, Magne: "Pressen – et demokratisk problem?", leserinnlegg i Dagbladet 18.03.2008

Lode, Veslemøy: "Vil stramme inn abortlov", nyhetsartikkel i Dagbladet 31.01.2009

"-Lover bedre vei", notis i Dagbladet 08.02.2009

Michelet, Marte: "Audun Lysbakken og Torbjørn Røe Isaksen er politikkens svar", kommentar i Dagbladet 04.03.2009

Mohn, Wilhelm: "Et gjenreist Høyre", leserinnlegg i Dagens Næringsliv 20.07.2009

Møllerop, Karen Moe: "-Personfokuset kan være stort", nyhetsartikkel i Dagbladet 03.03.2008

Narum, Håvard: "Provokatørenes kollaps", kommentar i Aftenposten 06.03.2008

Norman, Victor D.: "Høyrevridd agurk", leserinnlegg i Dagens Næringsliv 27.07.2009

NTB: "Høyre faller", notis i Dagsavisen 06.08.2009

NTB: "Høyre tror på hurtigtoget", nyhetsartikkel 31.03.2009

NTB: "Høyre vil satse mer enn regjeringen i nord", nyhetsartikkel i Altaposten 31.03.2009

Nykvist, Kato: "Fenomenet Erna Solberg", kommentar i Nationen 15.09.2009

Nykvist, Kato: "Høyre om i tåkeheimen", nyhetsartikkel i Nationen 14.02.2009

Rossavik, Frank: "Det journalistiske demokrati", kommentar i Morgenbladet 18.09.2009

Ryen, Andreas Eide: "-For lite fokus på kvalitet", nyhetsartikkel i Adresseavisen 22.01.2009

Schmict, Nina: "Tjukke i huet", kommentar i VG 26.07

Simonsen, Marie: "Nedtur at Stein Erik Hagen blir", kommentar i Dagbladet 25.07.2009

Simonnes, Kamilla: "Krever borgerlig enighet", nyhetsartikkel i Dagens Næringsliv 27.07.2009

Sjøli, Hans Petter: "Kaoset", Klassekampen 22.01.2009

Skaugen, Morits: "Er det mulig å tvile seg frem?", leserinnlegg i Dagens Næringsliv 24.07.2009

Solberg, Erna: "Hva Høyre vil", leserinnlegg i Dagens Næringsliv 27.07.2009

Solberg, Erna: "Enda en bløff fra Siv Jensen", leserinnlegg i Aftenposten 03.03.2009

Solberg, Erna: "Europa trenger norsk gass", leserinnlegg i Dagbladet 28.02.2009

Stavrum, Gunnar: "Hva er det med Erna?", bloggkommentar tilgjengelig på http://nettpaasak.origo.no/-/bulletin/show/233929_hva-er-det-med-erna

Syse, Henrik: "Høyres mange sider", leserinnlegg i Dagens Næringsliv 29.07.2009

Sæther, Stein Arne: "Ansikt til ansikt er best", kommentar i Adresseavisen 19.09.2009

Sætre, Simen: "Den fortolkende statsmakt" i Morgenbladet 11.09.09, tilgjengelig på <http://www.morgenbladet.no/apps/pbcs.dll/article?AID=/20090911/OAKTUELT/718784770>

Sætre, Simen: "Kommentariatet: A-listen" i Morgenbladet 11.09.09, tilgjengelig på <http://www.morgenbladet.no/apps/pbcs.dll/article?AID=/20090911/OAKTUELT/947159088>

Sørheim, Sara: "Mediene ofrer etikken", nyhetsartikkel i Klassekapen 11.05.2009

Thune, Henrik: "Mediekkratiet på Marienlyst", kronikk i Aftenposten 7.9.2009

Tjernshaugen, Karen R., Kjell Werner og Kjetil Elsebutangen: "Erna og co fosser frem", nyhetsartikkel og forsideoppslag i Dagsavisen 03.09.2009

Tjersland, Jonas og Anne Leifsdatter Grønlun: "Mediene avgjør politikernes valgkampsaker", nyhetsartikkel i VG 28.08.2009

Tyssebotn, Gaute: "Sjekk den nye stjErna!", nyhetsartikkel tilgjengelig på <http://www.side2.no/mote/article2695199.ece>

Valestrand, Terje, Eystein Røssum, Olav Garvik og Håvard Bjelland: "Har tro på Erna-effekt på tampen"/"Solberg får æren for Høyre-opptur", nyhetsartikkel og forsideoppslag i Bergens Tidende 28.08.2009

Versto, Olav: "Bevis på Høyres lederproblem", kommentar i VG 06.02.2009

Wiedswang, Kjetil: "Kom hjem til Frogner", kommentar i Dagens Næringsliv 03.07.2009

Ystad, Vidar: "Ordkrigen skyt fart", nyhetsartikkel i Bergens Tidende 04.03.2009

Østerbø, Kjell: "Vil ha statsråd for NAV", nyhetsartikkel i Bergens Tidende 18.02.2009

Østre, Stein: "Hva er galt med Høyre?", leserinnlegg i Dagens Næringsliv 16.07.2009

TV og video

NRK: "Politisk kvarter", debattprogram 25.9.2008

TV 2: "Tabloid", partilederutspørring 03.09.2009

Solberg, Erna: "Flere og bedre veier med Høyre", video tilgjengelig på <http://www.hoyre.no/artikler/2009/9/1252067521.58>

Solberg, Erna: Pressekonferanse 04.08.2009, video tilgjengelig på <http://www.hoyre.no/artikler/2009/8/1249393945.6>

Telefonsamtaler

27.09.2010: Lars Øy, Høyres sekretariatsleder.

Taler

Solberg, Erna: Tale under folkemøte i Kristiansand 17.8.2009, sitert av Jens E. Kjeldsen på <http://voxpública.no/2009/09/erna-solberg-overbeviser-retorisk/>

Solberg, Erna: Landsmøtetale 08.05.2009, tilgjengelig i skriftlig versjon på http://www.hoyre.no/portal/filearchive/presseversjon_av_landsmotetalen.pdf

Pressemeldinger

Høyre: "Høyres ambisjoner for trafikksikkerheten", pressemelding publisert 04.09.2009 tilgjengelig på <http://www.hoyre.no/artikler/2009/9/1252057276.72>

Høyre: "Demonstrasjon av trafikksikkerhet", pressemelding publisert 30.07.2009, tilgjengelig på <http://www.hoyre.no/artikler/2009/7/1248940627.31>

Statistikk

Aardal, Bernt: Gjennomsnitt av meningsmålinger, 2009. Tilgjengelig på www.aardal.info (<http://home.online.no/~b-aardal/>)

Medienorge: Opplagstall for norske aviser i 2009, statistikk tilgjengelig på <http://medienorge.uib.no/?cat=statistikk&page=avis&queryID=190>

Retriever: Tekstarkiv-søkemotor tilgjengelig på <https://www.retriever-info.com/no/tjenester/research.html>

Faksimiler

1. Johnsen, Alf Bjarne og Marianne Johansen: "Nå vil de begge ha Erna som statsminister", nyhetsartikkel i VG 04.09.2009

2. Aurdal, Martine: "Erna kunne furtet. Det gjorde hun ikke", kommentar i Dagbladet 06.08.2009

3. Tyssebotn, Gaute: "Sjekk den nye stjErna!", nyhetsartikkel på nettavisen Side 2 28.08.2009, tilgjengelig på <http://www.side2.no/mote/article2695199.ece>

4. Aabø, Stein: "Den desperate jakten", kommentar i Dagbladet 08.05.2009

5. "Solberg får æren for Høyreopptur", forsideoppslag i Bergens Tidende 28.08.2009
6. "Syndebukken", forsideoppslag i Dagsavisen 09.05.2009
7. "Veien åpen for Erna", forsideoppslag i Dagsavisen 03.09.2009
8. Sæther, Stein Arne: "Ansikt til ansikt er best", kommentar i Adresseavisen 19.09.2009
9. Strand, Arne: "Fosser fra Erna", kommentar i Dagsavisen 07.02.2009
10. Simonsen, Marie: "Turkameratene Jens og Lars ble valgets vinner og taper", kommentar i Dagbladet 15.09.2009
11. Versto, Olav: "Styringsvilje ga gevinst", kommentar i VG 15.09.2009
12. Forside, Dagbladet 15.09.2009

APPENDIKS

1. Utvalget*

*Positive/negative kommentarer er merket med henholdsvis grønt og rødt.

	Dato	Sjanger	Stavanger Aftenblad	Dagbladet	Adresseavisen	Bergens Tidende	Dagsavisen	Aftenposten	Fædrelands-vennen	Dagens Næringsliv	VG
1	03.01 .	Leder	Fleire kvinner på Stortinget								
2	03.01 .	Kommentar					Jens sitt år uansett				
3	14.01 .	Kommentar		Rød bølge for Siv							
4	16.01 .	Leder					Erna-regjering er alternativet				
5	16.01 .	Leder									Uten Frp
6	16.01 .	Leder						Høyres prisverdige avklaring			
7	17.01 .	Kommentar					Ørnen har lettet				
8	17.01 .	Leder								Erna Solbergs realiteter	
9	18.01 .	Leder									Høyre avklarer
10	19.01	Kommentar	Kva om me tok folk på ordet?								
11	19.01	Leder					Spikeren i kista				
12	20.01	Leder									Erna eller ingen
13	21.01 .	Kommentar					Vet ikke hva hun vil				
14	21.01 .	Kommentar								Solbergs dører	
15	21.01 .	Kommentar									Borgerlig nederlag
16	23.01 .	Kommentar					Dynger på med harde pakker				
17	23.01 .	Leder		Ball i det borgerlige							
18	24.01 .	Kommentar					Jens drar fra Siv og Erna				
19	25.01 .	Leder				I hendene på Stoltenberg					
20	07.02 .	Kommentar						Fosser fra Erna			
21	07.02 .	Leder				Kor vanskeleg skal Høyre gjera det for seg sjølv?					
22	17.02 .	Kommentar	Det butter for Høyre å di								
23	18.02 .	Leder							Solbergs siste sjanse		
24	24.02 .	Kommentar					Nå hetser Jensen igjen				
25	25.02 .	Kommentar			Muslimhets knuser Høyre-drømmen						
26	25.02 .	Leder						Høyres naivitet overfor Frp			
27	27.02 .	Kommentar	Fordel Jens								
28	28.02 .	Kommentar/P etit			Wonderboy vender hjem						
29	07.03 .	Kommentar					Klabb og babb om hijab				
30	28.03 .	Kommentar					I landsmøtenes tid				
31	30.03 .	Kommentar/p etit		Ernas garantier							
32	30.03 .	Kommentar									Storberget må være sterk
33	03.04 .	Kommentar								Rød minus grønn	
34	03.04 .	Leder						Feilslått FN-boikott			
35	28.04 .	Leder		Høyre, et truet parti							
36	28.04 .	Kommentar								Magert for Høyre	
37	28.04 .	Kommentar						Høyres onkel blå			
38	30.04 .	Kommentar	Høyres vanskelige valg								

	Dato	Sjanger	Stavanger Aftenblad	Dagbladet	Adresseavisen	Bergens Tidende	Dagsavisen	Aftenposten	Fædrelandsvennen	Dagens Næringsliv	VG
39	30.04 .	Kommentar					Rett høyre fra Jern-Erna				
40	02.05 .	Leder			Samling i sentrum						
41	04.05 .	Leder					Alternativ i det blå				
42	06.05 .	Kommentar					Høyre mot stupet				
43	06.05 .	Kommentar			Høyres dype krise						
44	07.05 .	Kommentar								Statsminister...?	
45	07.05 .	Leder						Høyre i skvis			
46	08.05 .	Kommentar	Siste sjanse for Erna								
47	08.05 .	Kommentar				Mollstemt mellomparti					
48	08.05 .	Kommentar		Den desperate jakten							
49	08.05 .	Kommentar								Ensomme Erna	
50	09.05 .	Kommentar						Høyres tunge bør			
51	09.05 .	Kommentar/p etit			I skyggen av Erna						
52	09.05 .	Leder			Krise-Høyre jubler for Erna						
53	09.05 .	Kommentar	Partiet som lengtar								
54	09.05 .	Leder							Høyre i spagat		
55	09.05 .	Kommentar					Solberg-spagaten				
56	09.05 .	Kommentar				Erna Solberg fekk liv i landsmøtet					
57	09.05 .	Kommentar									Utrygghet og pessimisme
58	11.05 .	Leder	Høyres kortsiktige valg								
59	11.05 .	Leder									Samling i bønn
60	11.05 .	Kommentar			Lang vei til makt						
61	11.05 .	Leder		Klarere og blåere Høyre							
62	11.05 .	Leder					Høyre mot Høyre				
63	20.05 .	Kommentar					Statsministervalget				
64	22.05 .	Kommentar	Fram mot makt, steg for steg								
65	29.05 .	Kommentar	Stille før stormen								
66	31.05 .	Leder									Erna står svakt
67	02.06 .	Leder									Treffsikker
68	03.06 .	Kommentar								Luftslott 2009	
69	05.06 .	Kommentar	Det store norske regjeringsspelet - del 2								
70	17.06 .	Kommentar					Tale er sølv, taushet er gull				
71	19.06 .	Kommentar				Når Sponheim tek ein Willoch					
72	20.06 .	Leder	Høyre risikerer å bli Frps haleheng								
73	20.06 .	Kommentar		Fange i en ny verden							
74	21.06 .	Leder						Ingen kan redde seg selv			
75	22.06 .	Leder								Valgkampmodus	
76	24.06 .	Kommentar								Haisommer 5	
77	26.06 .	Kommentar					Tungtale				
78	27.06 .	Kommentar					Kort oppsummert: Thriller				
79	29.06 .	Kommentar	Stille før stormen								
80	04.07 .	Leder									Diktning
81	08.07 .	Leder									Stats-Erna
82	10.07 .	Kommentar		Lang dags ferd mot flere krav							
83	15.07 .	Leder								Solbergs solstikk	

	Dato	Sjanger	Stavanger Aftenblad	Dagbladet	Adresseavisen	Bergens Tidende	Dagsavisen	Aftenposten	Fædrelands-vennen	Dagens Næringsliv	VG
84	20.07 .	Kommentar									De umettelige
85	20.07 .	Kommentar								Blått vann?	
86	25.07 .	Kommentar		Nedtur at Stein Erik Hage blir							
87	26.07 .	Kommentar									Tjukke i huet
88	27.07 .	Leder								Mangel Mørk blå enighet	
89	28.07 .	Leder									
90	28.07 .	Kommentar					Dyp splittelse i Høyre				
91	28.07 .	Leder						Høyre må markere sin egenart			
92	29.07 .	Kommentar		Dette er politikken ingen i Høyre vil snakke høyt om							
93	30.07 .	Kommentar		Men hva skal velgerne tro?							
94	30.07 .	Leder							Blått lys for Høyre		
95	31.07 .	Kommentar								Crash test dummies	
96	31.07 .	Kommentar								SV avslører	
97	01.08 .	Leder									Høyres avmakt
98	01.08 .	Leder	Aftenbladet og Høyre								
99	01.08 .	Leder							Høyre og Frp		
00	03.08 .	Leder	Høyres velgerlekkasje								
01	05.08 .	Leder									Fire nye
02	05.08 .	Leder						Fire nye år uten ny politikk			
03	05.08 .	Kommentar				Meir veg - og god jul					
04	05.08 .	Kommentar								Rødt, grønt og grått	
05	06.08 .	Leder					Uendret skattenivå				
06	06.08 .	Kommentar		Erna kunne furtet. Det gjorde hun ikke.							
07	08.08	Leder					Penger og politikk				
08	08.08	Leder									Flere midtdele n
09	08.08	Kommentar/p etit			Oppreist i motvind						
10	08.08	Kommentar								Opprør fra midten	
11	10.08 .	Leder							Polariseringen		
12	11.08 .	Leder								Slanking	
13	13.08 .	Kommentar								Kroppsmakt	
14	14.08 .	Kommentar						Klar Høyre-fremgang			
15	14.08 .	Leder				Høyres EU-kamp					
16	17.08 .	Kommentar								Uten flertall, større frihet	
17	18.08 .	Leder						Skolens hverdagsutfor dringer			
18	18.08 .	Kommentar						Mye står på spill			
19	18.08 .	Kommentar	Verdt å vite om visjoner								
20	20.08 .	Kommentar		God og vulgær							
21	21.08 .	Kommentar					Erna blomstrer, Siv visner				
22	22.08 .	Kommentar		Vår misnøyes valgkamp							
23	24.08 .	Kommentar									
24	25.08 .	Kommentar						Jubilant i spagat			
25	26.08 .	Kommentar								Bursdag i Drammen	
26	27.08 .	Kommentar								Euroavsporing	
27	27.08 .	Kommentar/p artiledervurdering		Høyre-leder Erna Solberg							
28	29.08 .	Kommentar									
29	31.08	Kommentar					Norge delt i to				Rødt gir grønt

	Dato	Sjanger	Stavanger Aftenblad	Dagbladet	Adresseavisen	Bergens Tidende	Dagsavisen	Aftenposten	Fædrelandsvennen	Dagens Næringsliv for Jens	VG
30	01.09	Kommentar		De blågule får håpe folk stoler på at de ikke holder ord							
31	01.09	Leder					Borgerlig kaos				
32	02.09	Kommentar		Siv Jensen er helt likestilt, bortsett fra i TV-studio							
33	02.09	Kommentar			Overvekt og miniskjørt						
34	02.09	Kommentar	For korte skjørt og for mye tull								
35	02.09	Leder						Når vekt blir valgkamp			
36	02.09	Kommentar		Krympet til kropp							
37	02.09	Kommentar					Skjør i skjørt				
38	02.09	Leder					Erna som brøt				
39	02.09	Kommentar									Høyre-vravl
40	03.09	Kommentar					Se opp for Erna				
41	03.09	Kommentar								Finne seg sjæl	
42	04.09	Kommentar						Tvilsomme meningsmålinger			
43	04.09	Kommentar								Høyrevind	
44	04.09	Kommentar									Endelig hjemme?
45	05.09	Kommentar								Koalisjonssimulator 2009	
46	05.09	Leder				Ingen partier har vært så nederlagsdømte					
47	05.09	Leder			Skaper ny spenning						
48	05.09	Kommentar					Silke-Erna Statsministervalget				
49	05.09	Kommentar									
50	05.09	Kommentar									Statsministe Solberg?
51	05.09	Kommentar						Et klarere Høyre			
52	06.09	Kommentar									Blått og kald
53	06.09	Leder									Ernas valg
54	07.09	Kommentar						Taktskifte før spurten			
55	07.09	Kommentar							Statsministerkandidaten		
56	07.09	Kommentar					Valgdrama				
57	07.09	Kommentar	Det butter i mot for Siv Jensen								
58	08.09	Kommentar			Regjering i det blå						
59	08.09	Kommentar					Erna står stille				
60	08.09	Leder									Lovlig sent
61	08.09	Leder							Kamp mot Erna		
62	08.09	Kommentar							Valg 2009		
63	09.09	Kommentar		Det ujevne trykket							
64	09.09	Kommentar					Omstendelige Erna				
65	09.09	Kommentar						Kulturkampen som forsvant			
66	09.09	Kommentar									Trøblete girskifte
67	10.09	Kommentar								Bilde på tillit	
68	11.09	Kommentar		Voodoo-prestinnen							
69	11.09	Leder								Mye til felles	
70	12.09	Kommentar		Kvinnene kan gi Jens seieren							
71	12.09	Kommentar						Kulturkløften			
72	12.09	Kommentar			SV-krisen kan knuse Jens						
73	12.09	Kommentar			Mye rart mellom Giske og Frp						
74	12.09	Leder								Gi landet en ny regjering!	

	Dato	Sjanger	Stavanger Aftenblad	Dagbladet	Adresseavisen	Bergens Tidende	Dagsavisen	Aftenposten	Fædrelandsvennen	Dagens Næringsliv	VG
75	12.09	Kommentar					Spenning til siste sekund				
76	12.09	Kommentar						Klimakampene			
77	12.09	Kommentar								Hun etter velgere	
78	13.09	Kommentar		Eurovisjoner							
79	13.09	Kommentar/Partiledervurdering		Termingkongen Jens							
80	13.09	Kommentar				Politisk parodi					
81	13.09	Kommentar									Dirty Erna
82	14.09	Leder						Et mobiliseringsvalg			
83	14.09	Kommentar									Jens kan ha nøkkelen
84	14.09	Kommentar		Hvis valgkampen var en fotballkamp							
85	14.09	Kommentar							Valg 2009		
86	15.09	Leder	Grønt lys for Soria Moria 2								
87	15.09	Leder		Fornyet tillit - fire nye år							
88	15.09	Leder						En seier som forplikter			
89	15.09	Kommentar		Rett kvinne for kampen							
90	15.09	Kommentar	Svekket sentrum - rød-grønt styre								
91	15.09	Kommentar									Styringsvilje ga gevinst
92	15.09	Kommentar								Partiredingsmannen	
93	15.09	Kommentar									Seier med borgerlig bismak
94	16.09	Kommentar							Fire krevende år		
95	16.09	Kommentar								Kaospilotene	
96	16.09	Kommentar				Sentrumtblues i Høyres hus					
97	16.09	Kommentar								Dagen derpå - og livet uten Lars	
98	17.09	Kommentar								Bitter bismak	
99	18.09	Kommentar								Den grå eminense	
00	19.09	Kommentar					Knallsterk høyreside				
01	21.09	Kommentar					Sutring i sentrum				
02	21.09	Leder									Lars og Erna
03	23.09	Leder									Stø kurs
04	23.09	Kommentar								Bollebakerboogie	
05	24.09	Leder						Handling			
06	25.09	Kommentar	Kan Jens + Erna bli sant?								
07	29.09	Kommentar								Nye sentrum	
		Sum fordelt på aviser	21	26	13	10	38	22	10	38	2

2. Om avisene

Dagsavisene i utvalget er listet i rekkefølge etter sin størrelse⁷⁷

Verdens Gang (VG): Partipolitisk uavhengig tabloidavis som utkommer både på papir og i elektronisk form. Målt i opplag har VG vært Norges største avis siden 1981. Avisen er partipolitisk uavhengig. VG er heleid av det børsnoterte selskapet Schibsted ASA, som også eier Aftenposten, og er deleier til blant andre Adresseavisen, Bergens Tidende, Fædrelandsvennen og Stavanger Aftenblad.

Aftenposten (AP): Norges nest største avis etter opplag, og den største norske abonnementsavis. Avisen utkommer i Oslo to ganger daglig, der morgenutgaven er riksdekkende, mens ettermiddagsutgaven Aften er lokalavis for Oslo og omegn. Tradisjonelt har avisen vært regnet som konservativ, og den var tidligere knyttet til partiet Høyre

Dagbladet (DB): Riksavis som utkommer i Oslo, landets tredje største i opplag. Historisk sett hovedorgan for partiet Venstre fra 1884, med økt uavhengighet gradvis utover 1970-tallet, og et endelig brudd fra tilværelsen som partiorgan i 1977. Dyrker en profil som radikal kulturavis.

Bergens Tidende (BT): Landets største avis utenfor Oslo og den dominerende dagsavisen på Vestlandet. Redaksjonelt er Bergens Tidende nå en liberal og partipolitisk uavhengig avis. Avisen støttet lenge partiet Venstre, men ble med over da Det Nye folkepartiet ble etablert etter Venstres deling på Røros i 1972.

Dagens Næringsliv (DN): Nyhetsavis innen økonomi, politikk, nærings- og samfunnsniv. Eies av konsernet Norges Handels og Sjøfartstidende, og har en klar politisk profil. Avisen forsvarer som oftest markedsøkonomiske fremfor politiske løsninger, og kan karakteriseres som liberalistisk. På lederplass har den flere ganger oppfordret sine lesere om å stemme Høyre.

Adresseavisen (AA): Regionsavisen for Trøndelag er Norges eldste dagsavis som fremdeles utkommer. Gikk i likhet med Bergens Tidende, Stavanger Aftenblad og Fædrelandsvennen

⁷⁷ Opplagstall fra 2008, hentet fra www.medienorge.uib.no. Fakta om aviser hentet fra NOU 2000:15 og avisenes egne historikker og formålsparagrafer.

over fra å trykkes i fullformat til tabloidformat i 2006. Var partipolitisk tilknyttet⁷⁸ Høyre frem til avisene ble profesjonaliserte og partipolitisk uavhengige gradvis i løpet av 1980-tallet og tidlig 90-tall.

Stavanger Aftenblad (SA): Regionsavis i Rogaland fylke. Avisen var fram til 1970-tallet organ for det politiske partiet Venstre, men er i dag partipolitisk uavhengig.

Fædrelandsvennen (FV): Selvutnevnt uavhengig og liberal abonnementsavis som utgis i Kristiansand i Vest-Agder, og er regionsavis for Sørlandet. Har som strategisk mål å være landsdelens ledende organ for debatt og kultur i tillegg til nyheter.

Dagsavisen (DA): Dagsavisen som utgis i Oslo kaller seg i dag for en *moderne, uavhengig og samfunnskritisk kvalitetsavis*, men var organ for Det norske arbeiderparti frem til avisen ble solgt i 1991. Det endelige bruddet kom i 1997, da avisen fikk skiftet navn fra Arbeiderbladet til sitt nåværende navn.

⁷⁸ Høyre (2005) definerer en *partiavis* som en avis som er eid, bemannet og styrt av et politisk parti eller av politisk partitilknytning.

3. Statistikk for utvalget

Alle treff på "Erna Solberg" i de utvalgte ni avisene, tall fra Retriver

Måned	Antall treff
Januar	112
Februar	140
Mars	112
April	61
Mai	196
Juni	86
Juli	161
August	273
September	377

