Pia Wold

Konsulent i Geelmuyden.Kiese

Vaktbikkjer i flokk.

Sammendrag

I artikkelen undersøkes omtalen av Høyres leder Erna Solberg i kommentarartikler og lederartikler i perioden 1.1.-30.9. i et utvalg norske aviser i stortingsvalgåret 2009. Ved hjelp av retorisk analyse kategoriserer forfatteren hhv. negativ, positiv og nøytral vurdering av denne politikerens. Undersøkelsen dokumenterer en markant, kollektiv holdningsendring i norsk presse i august, men verken før, under eller etter denne endringen synes kommentatorene og lederskribentene i særlig grad å bygge sine vurderinger på reell argumentasjon. Snarere er vurderingene uttrykk for det Christian Kock har kalt "kynismens doxa" i journalistikken, slik den utøves av pressen gjennom det såkalte "kommentariatet". Analysen bekrefter en kritikkverdig utøvelse av det journalistiske oppdraget hos norske politiske kommentarjournalister, som etter egen ideologi skal gi leserne informasjon og kunnskap for å forstå politikk og slik kunne foreta mer begrunnede politiske valg.

Bakgrunn: Valgår

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*, 06. 02. 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. (...) 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, 06. 02. 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*, 07. 02. 2009.)

I store deler av norsk presse var det opplest og vedtatt at Høyres lave oppslutning skyldtes Erna Solberg. 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, også da Solberg-omtalen i kommentarspaltene brått fikk en positiv klang senere samme år.

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”? 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?

Artikkelen 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. Jeg vil beskrive hvordan den politiske kommentarjournalistikken gjennom sitt språk, sine vinklinger og presentasjon bidrar til denne prosessen. Analysen er basert på et bredt utvalg kommentarer som dreier seg om Erna Solberg i 2009 fra januar til september, og beskriver hvilke metoder og virkemidler kommentatorene bruker for å overbevise, hvordan de argumenterer og gjennom sin retorikk konstituerer Erna Solberg-skikkelsens karakter.

Diskusjonen av funnene vil spesielt relatere seg til to begreper: Det første er kynismens doxa i politisk journalistikk, som utviklet av den danske retorikeren Christian Kock (2009); det andre er *kommentariatet*, med utgangspunkt i politikerne Audun Lysbakken (SV) og Torbjørn Røe Isaksens (H) tese om “*kommentariatets diktatur*” (2008). Artikkelen forsøker å belyse Kocks teori i en norsk sammenheng, ved å vurdere hvorvidt kynismen preger norsk politisk kommentarjournalistikk, og om et ladet begrep som “kommentariatet” ut i fra dette er berettiget.

Metode og materiale

Utvalget består av kommentarartikler og lederartikler fra perioden 1. januar–30. september 2009. 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 papiravisene som er med i dette utvalget, og samtlige artikler er gjennomgått. Av disse fyller 207 kriteriene for å bli med i utvalget. Det er disse som ligger til grunn for tallmaterialet. I tillegg vil TV-debatter, nyhetsartikler og kommentarartikler i andre aviser bli brukt for å belyse dette materialet.

¹ Se for eksempel Bergens Tidendes forside 28. 08. 2009: «Solberg får æren for Høyre-opptur».

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, de 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 regionsavisene. 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, Dagens Næringsliv, Dagsavisen, Aftenposten, Bergens Tidende, Adresseavisen, Stavanger Aftenblad (“Aftenbladet”) og Fædrelandsvennen. Kommentarsjangeren er i aller høyeste grad situasjonsbestemt og formålsrettet. Analysen kan derfor sies å være *retorisk* for så vidt som 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 selvpålagte 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.

“Kommentariatet” – en nykomling

Politisk kommentarjournalistikk har en særegen funksjon innen journalistikken (Enli i Allern 2009 s. 121). Sjangeren har essayistiske trekk og tillater subjektivitet, spekulasjon og fortolkning. Slik skiller den seg markant fra resten av nyhetsjournalistikken, der objektivitetsidealet og et nøytralt, konsist språk står sentralt. “*Kommentariatet er blitt viktigere det siste tiåret. Kommentariatet har makt over partienes offentlige profil og over politikkenes virkemåte*” (Medieforsker Kjersti Thorbjørnsrud til Morgenbladet 11.09. 2009). I 2009 ble begrepet “kommentariatet” brukt 36 ganger i massemediene² i Norge. I 2008 ble det brukt 42 ganger. I 2006 og 2007 ble det brukt én gang, mens det ikke er å oppdrive per 2006. Begrepet er altså forholdsvis nytt, og nevnes blant annet av statsviter Tor Midtbø i boken *Skandaler i norsk politikk* (2007). Kommentariatet – i Midtbøs begrepsforståelse – brukes for å betegne det man kan kalle medienes voksende kommentatorvelde; altså utviklingen mot stadig flere kommentatorer som tilegner seg en slags dommerrolle som følge av at de er mange og ofte enige.

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. De etterlyste mer politisk substans i rikspresen:

² Dette og følgende tall er basert på Retriever.

[...] 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 (Lysbakken og Røe Isaksen 2008 s. 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 overflatiskhet og alvorlig mangel på relevans. Symptomene er flokkmentalitet, skandalerytteri og kommentatorvelde. Resultatet er at det politiske ordskiftet fordummes, og politikkenes kraft svekkes. Sykdommen er langt framskreden både i medienes nyhetsdekning, i TV-debattene og hos de politiske kommentatorene. Det begynner å haste med å finne en kur (Lysbakken og Røe Isaksen 2008 s. 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 innslagets fasit (Lysbakken og Røe Isaksen 2008 s. 6). De to politikerne påpekte at kommentariatet på denne måten får en avgjørende innflytelse over hvordan selve valgkampen skal se ut, og at journalismen vil sørge for at kommentatorenes fortolkning på publikums vegne blir ensartet og subjektiv:

Basert på meningsmålinger, magefølelse 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 (Lysbakken og Røe Isaksen 2008 s. 6).

Hovedproblemet er ifølge Lysbakken og Røe Isaksen ikke at "*maktspill og posisjonering får fokus i avisene*" (Lysbakken og Røe Isaksen 2008 s. 3). Men hvis dette blir det normale formatet for å presentere og diskutere politikk, "*gjør det noe med den demokratiske samtalen*" (Lysbakken og Røe Isaksen 2008 s. 3).

Artikkelen satte i gang et ordskifte som vedvarte gjennom 2008 og 2009, og den ble tema for artikkelserier i blant annet Klassekampen og Morgenbladet. "Mediedrev",³ "skandale-journalistikk" og "politiske dommere" ble omdiskuterte begreper. I det som utviklet seg til å bli en polarisert metadebatt deltok også kommentarjournalistene selv med artikler og analyser av kommentariatet som fenomen. De gikk imidlertid stort sett i skyttergraven. NRKs Kyrre Nakkim (Dagbladet 03.03.2008) og TV 2s Stein Kåre Kristiansen (Dagbladet 04.03.2008) kritiserte begge politikerne i harde ordelag. Aftenpostens Håvard Narum mente sågar at diskusjonen ikke kunne tas på alvor (Aftenposten 06.03. 2008).

All den tid politikerne mener kommentariatets virke får store og farlige konsekvenser for demokratiet, og kommentatorene avviser kritikken blankt, er det opplagt at

³ Med *mediedrev* menes en intens kritisk rapportering mot en eller flere personer med personfokuserte anklager om normbrudd som karakteriseres som en skandale, der flere nyhetsmedier deltar over tid med samme perspektiv og der utgangen på saken er uvisst (Allern og Pollack 2010 s. 11).

problemstillingen behøver å belyses fra akademisk hold. Uten her å ta stilling til Lysbakken og Røe Isaksens argumentasjon, kan man trygt si at meningsspalter på politikk- og samfunnsområdet reiser spørsmål ikke bare om den omtalte saken eller temaet, men også om kommentatorens rettmessige status og rett til å bruke sin autoritet (Nimmo og Combs 1992 s. 12). I dette ligger spørsmålet om hvordan kommentatorene gjennom sin skrivemåte og sine tema, og ikke minst gjennom kommentarspaltenes plass i avisene,⁴ legitimerer sin eksperterolle. *Stjernekommentatorer* blir slik et fruktbart begrep i denne sammenheng, brukt av Gunn Sara Enli for å betegne avisenes høyt profilerte fortolkningsleverandører (i Allern og Pollack 2009 s. 134). Spørsmålet blir hvordan denne autoriteten faktisk forvaltes, og hvilke implikasjoner dette har med hensyn til politikken og politikerne, spesielt i situasjoner som en valgkamp. Et første naturlig skritt er å se nærmere på sammenhengen mellom politiske hendelser og kommentatorenes valg av tema.

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 Kristelig folkeparti (KrF) og Venstre (V) og regjeringsdannelse med Fremskrittspartiet (Frp). KrF vedtok på sitt landsmøte i april 2009 å nekte et eventuelt regjeringssamarbeid 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 fundamentalt i synet på statens rolle, 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 slutt. Dette sto klart tidlig på nyåret, allerede da Solbergs pressekonferanse med sentrumspartiene KrF og V fikk 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

⁴ Et godt eksempel er Dagbladet, som har gitt meningsseksjonen en egen ”forside” på avisens bakside, akkompagnert av et stort bilde – ofte helfigur – av kommentatoren.

konsistent gjennom hele året, noe de følgende tre sitatene formodentlig viser:

(...) 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 ut i fra et borgerlig flertall må springe ut et borgerlig regjeringalternativ (Pressekonferanse 15. 01. 2009).

Vi har en plan; et borgerlig flertall skal gi en borgerlig regjering. Vi blokkerer ikke for noen borgerlig regjering. Høyre holder døren åpen for det alternativet som lar seg realisere når velgerne har bestemt (Landsmøtetale 09. 05. 2009).

(...) 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 (Folkemøte i Kristiansand 17. 08. 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 klart. 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 ga⁵ 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.

Når blir Erna Solberg omtalt?

Gjennom hele perioden var det kun noen få saker og temaer som dominerte dekningen av Erna Solberg: Hennes kvaliteter som statsministerkandidat (frem til august), hennes holdning til regjeringssamarbeid (hele perioden, men særlig i mai), hennes vekt (fra juli) og hennes opptreden i tv-debatter (fra august). Følgelig kom politiske utspill i andre rekke; de nevnte saker og temaer dreier seg jo om personlige karakteristikk som stil og utseende, taktikk, ambisjoner og maktkamp.

Ser vi til nyhetsartiklene, viser de at Solberg ble omtalt eller sitert særlig i forbindelse med to saker i månedene januar-februar: Hijab-saken og den interne partilederstiden 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 Arbeids- og velferdsetaten (NAV) (BT 18.02), endringer i lærerutdanningen (bl. a. Dagbladet 07.02), borgerlig veisatsing (Dagbladet 08.02), tiltak for økt kvalitet på sykehusene (Adressa 22.01), innstramning av abortlov (Dagbladet 31.01), bekymringsmelding for norske bedrifters

⁵ Basert på de 207 artiklene i analysematerialet finner jeg ingen eksempler på at Solberg har uttalt seg annerledes om dette fra januar til september 2009.

kredittflyt (Dagens Næringsliv 19.01) og økt eksport av norsk gass til Europa (Dagbladet 28.02). 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 hva som kunne 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 i august. Omtalen dreide seg da først og fremst om EU-utspill (BT, Dagens Næringsliv^{6*} 14.08 og 27.08), samferdselsplaner (VG 08.08), planer for norsk oljevirkksomhet (Dagens Næringsliv 08.08, VG 13.08*), skolepolitikk (Aftenposten 18.08, Aftenbladet 18.08) og diskriminering av kvinnelige politikere (for eksempel Aftenbladet, Dagbladet, Adressa, Aftenposten 02.09). 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*” (Dagens Næringsliv 12.09). 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*” (Adressa 08.09, Aftenposten og VG 15.09). Solberg var klar og tydelig på at hun var Høyres statsministerkandidat – også midt oppe i Foss-saken⁷ – og hamret dette inn én gang for alle på Høyres landsmøte i mai. Allikevel kan man lese i september at “*Ernas nyfødte statsministerkandidatur gjør valgopptellingen ekstra spennende*” (VG 06.09). Om kandidaturet var nyfødt, var dét i så fall på spalteplass.

Hva kjennetegner avisene?

Når jeg bruker begrepene “negative”, “positive” og “nøytrale” kommentarer, sikter jeg til om det i kommentaren kommer til uttrykk positive eller negative karakteristikker 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 personkarakteristikker av Solberg. La meg eksemplifisere: En artikkel vil kategoriseres som negativ dersom den vektlegger at Solberg ikke egner seg som statsminister, eller at hun er utydelig og i “tåkeheimen”; som positiv dersom gode statsministeregenskaper trekkes frem og det hevdes at hun har en god posisjon/er i medvind; som nøytral dersom både positive og negative karakteristikker vektlegges omtrent likt, eller man unngår personkarakteristikker totalt, og konsentrerer seg om selve politikken.

⁶ Artikler merket med * er ikke en del av utvalget.

⁷ Se Wold (2010) for fullstendig politisk tidslinje.

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 og Dagens Næringsliv (DN) peker seg ut som mest opptatt av politikerens Solberg. Etter dem følger VG, Dagbladet, Aftenposten og Stavanger Aftenblad, som er relativt jevne. Regionsavisene Adresseavisen, Bergens Tidende og Fædrelandsvennen følger sist, og har relativt få kommentarer.

Tabell 3. Antall artikler per avis, regnet ut i fra registrering av utvalgets artikler.

De som mener mest om Solberg er to meningssterke aviser. DN er åpen Høyre-sympatisør grunnet sine næringslivsinteresser, og har dermed en åpenbar motivasjon for å omtale Høyres valgkamp. Dagsavisen 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 Dagsavisen snudde fra negativ til positiv i sin omtale av Høyre-partilederen. DN-kommentarene hadde samme utvikling. Alt tyder på at en annen, avisuavhengig og sjanger- eller profesjonsrelatert mekanisme ligger til grunn – noe jeg går nærmere inn på nedenfor.

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.

Tabell 4: Antallet ladete artikler per avis viser avisenes holdninger til Erna Solberg, basert på egen kategorisering⁸.

Hva gjelder fordelingen av negative og positive artikler, er det noen klare trekk som står frem av *tabell 4*. For det første: Dagsavisen utpeker seg som særlig negativ i sin omtale (50 prosent). For det andre: DN har et overtall nøytrale artikler (55 prosent).⁹ For det tredje: Aftenpostens negative andel av dekningen er svært liten (9 prosent) og den positive merkelig stor (45,5 prosent). Bortsett fra dette er det lite konkret å trekke ut fra disse tallene. Det er imidlertid nærliggende å tenke at en gammel Høyre-avis som Aftenposten 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 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.

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 mai, har kommentarjournalistikken om Solberg vært bemerkelsesverdig negativ

⁸ Se Wold (2010) for fullstendig oversikt over kategorisering av artiklene.

⁹ 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 *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.

hele året. I august snur det. En enkel opptelling av kommentarenes direkte karakteristikk 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 bør*” (09.05), som beskriver Solbergs “*god[e] dag*”, med “*vanlig saklig 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 den virkning 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 artikkelen har jeg altså registrert som en positiv kommentar, noe som viser hvor vanskelig det har vært å finne genuint rosende omtale inntil vendepunktet.

Vendepunktet i Solberg-omtalen inntreffer 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/sommer-perioden. 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 (06. 08. 2009) markerer 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 på 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 sett – siden juni (se tabell 5), 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 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 Høyre¹⁰, uten at disse ble akkompagnert av analytiske bemerkninger på kommentarplass. For eksempel trykker Dagsavisen en sak 30. juli der valgforsker Bernt 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 interessant at Aurdal selv faktisk kommenterer dette noen uker senere:

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 (Dagbladet 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 Øy¹¹ at han

¹⁰ For eksempel i Dagsavisen 9. juli, der en meningsmåling fra Opinion for Avisenes Nyhetsbyrå viser en fremgang for Høyre på 2,7 prosent til 16,3 prosent, en betydelig økning i forhold til bevegelsene for de andre partiene.

¹¹ Telefonsamtale 27. september 2010. Øy ble presentert for statistikken og bedt om å tenke høyt omkring Høyres oppfatning av situasjonen i 2009.

oppfattet omtalen av Erna Solberg som enten veldig positiv eller veldig negativ, og at den bar preg av etterrasjonalisering 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.

Leder: Side 54 og 55 **Ærlig talt:** Side 52 og 53 **Kronikk:** Side 51 **Debatt:** Side 59 **Ideer:** Side 48 og 49

Dagbladet

Sist og først

TIL: 24 00 10 00 - MMS/SMS 2400 PB: T184 Sentrum, 0107 Oslo. Besøksadresse: Langkaia 1

Været
Side 31

TV-kvelden
Se midten

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

1 Stieg Larsson
«Jenta som lekte med ilden» (Quercus Publishing)

I sommer har vi presentert engelske toppister, med romaner på lærder og billigbøker på torsdager. Stieg Larsson har toppet nesten alle listene. Neste uke er den norske boklista tilbake fra ferie.

2 Stieg Larsson
«Menn som hater kvinner» (Quercus Publishing)

3 Stephenie Meyer
«Formålselsen», Twilight-serien (Atom)

4 Stephenie Meyer
«Under en ny måne», Twilight-serien (Atom)

5 Stephenie Meyer
«Evlighetens kyss», Twilight-serien (Atom)

6 Stephenie Meyer
«Verden» (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

MARTINE AURDAL
mau@dagbladet.no

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 nedenfor.

Uansett hvordan dette 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 resonnementet er at siden Høyre gjør det svakt på meningsmålingene, er Solberg en uegnet partileder. Karakteristikkene mangler ofte argumentasjon for hvorfor partilederen er eller ikke er en egnet statsministerkandidat/partileder. De positive kommentarene er ikke mer konkret begrunnet enn de negative. Slik fremstår vendepunktet som noe tilfeldig og løsrevet fra den politiske konteksten – over en måned etter at meningsmålingene har snudd, og uten annet argumentativt hold enn beskrivelse av humor, utseende og stadfesting av det tilsynelatende faktum at Solberg kler motgang.

Ambisjon og posisjon - en personlig maktkamp

En hovedtendens ved artiklene er at politiske stemmer fremstilles som 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 (04.09).

Helt eksplisitt uttrykkes det i samme avis 06.09: *“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 (08.08.).

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 13.08). 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”* (29.09). Forsøket på å “avkle makten” ved å fremheve personlige maktambisjoner, er et grep som røper at journalismen i aller høyeste grad preger artiklene.

På fornavn med Erna

“Erna-vinden feier over Hordaland” skriver BT (11.09) 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 1986 s. 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 et effektivt språklig grep og en medievridningsteknikk som kan bidra til å svekke Solbergs autoritet og troverdighet som partileder. 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*” (Dagsavisen 08.09) og “*Erna tar av – Siv stupet*” (VG 26.08) 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 s. 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 personlig 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 (Dagsavisen 12.09).

Erna Solberg vant valgkampen ved et sterkt comeback fra en svak utgangsposisjon (DN 15.09).

Valgkampen ble en personlig triumf for Erna Solberg, men medvinden kom for sent (Dagbladet 15.09).

Personifiseringen er ikke forbeholdt omtalen av Høyre, men gjelder også de andre partiene. Tendensen går på tvers av de ulike avisene¹², med unntak av Aftenposten som er den eneste av avisene som ikke bruker titler av denne typen. Aftenposten har heller ingen titler med Solbergs navn i tittelen. Dette kan selvsagt være tilfeldig, men når det er snakk om dekningen gjennom ni måneder i et valgår, kan det også bety at det er foretatt en bevisst beslutning.

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. Kommentaren “*Erna som brølte*” (Dagsavisen 02.09.) 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.

¹² “Erna står svakt” (VG 31.05), “Ensomme Erna” (DN 08.05), “Kamp mot Erna”, (Fædrelandsvennen 08.09), “Erna står stille”, (Dagsavisen 08.09), “I hendene på Stoltenberg” (BT 25.01), “I skyggen av Erna” (Adressa 09.05), “Ernas garantier” (Dagbladet 30.03) og “Det butter i mot for Siv Jensen” (Aftenbladet 07.09) har alle eksempler på slike synekdoher.

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 (særsilt 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 s. 326)

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. 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 03.09.2005). 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 statsminister-kandidat.

I kommentatorenes øyne svekket det Høyre – og derfor Solberg – at hun ikke tok standpunkt, noe materialet har utallige eksempler på. 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 regjering, og ikke hva regjeringsalternativene skal gjøre” (2008 s. 8). Og fokuset på regjeringsspørsmålet gjaldt ikke bare for kommentarspaltene. En fersk masteroppgave viser hvordan spillfokuset regjerte også i partilederspørringene i forbindelse med stortingsvalget 2009. Dorthé Moe Lianes (2010) fant i sin innholdsanalyse av partilederspørringene 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” (Lianes 2010 s. 67). Lianes trekker frem Erna Solbergs partiutspørring som et eksempel på dette. I en partilederspørring 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 regjeringalternativene i 7 av 23 minutter (Lianes 2010 s. 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-svar.

Argumentasjon – eller ikke?

[Solberg] er ikke etablert i folks øyne som tydelig og opplagt (Aftenbladet 17.02).

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 Dagbladet 15.09).

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 avsnittene 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 begrunnet? 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.

Negative karakteristikker av Erna Solberg:

- *Ingen “vinnertype”*

”Erna står svakt” (VG 31.05.). Hun anses som en “ikke sannsynlig” eller dårlig statsministerkandidat, både internt og av de borgerlige velgerne (se f. eks. Aftenbladet 30.04. eller Dagsavisen 07.02: 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*” (Dagsavisen 07.02.) og serverer “*svada og tåkeprat*” (Dagsavisen 28.07.); hun “*snakker fra begge munnviker*” (Dagbladet 20.06.); “*Erna*

Solberg vet verken ut eller inn” (Dagsavisen 01.08.); *“Solbergs problem er at hun ikke vil fortelle hva alternativet består i”* (Fædrelandsvennen 09.05.); Hun *“er ikke etablert i folks øyne som tydelig og opplagt”* Aftenbladet (17.02.).

- Hun er *“svak”, og “sliter”*

”Erna står svakt” (VG 31.05.) og *“sliter ved inngangen til valgkampen”* (Aftenbladet 20.06.). Hun *“er ingen Thatcher”, men “musa som brølte”* (Dagsavisen 02.09.). *“Hun var omstendelig, treg, trøtt. Virket alltid litt andpusten”* (VG 13.09.). *“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 31.07.).

- Hun er *“alene”*

Hun *“sitter i klisteret helt alene”*(DN 08.05.), og *“hun mangler det meste. Velgere, støttespillere, fremtidsutsikter, vinnere, alliansepartnere og en klar strategi”* (Dagbladet 08.05.).

- *“Uengasjert”, “passiv” og “utilgjengelig”*

Solberg *“oppleves ikke tilgjengelig”* [...] (Dagsavisen 07.03.) og *“hennes holdning bekrefter myten om Høyre-arrogansen”* (Dagsavisen 17.06.). Hun *“fremstår mer sutrete enn reelt bekymret”* (DN 22.06.), og *“har ingen overbevisende plan for å komme ut av den trange posisjonen mellom Frp og sentrum”* (VG 20.06.). Hennes innlegg i DN var *“et høflig gjesp på en god dag”* (Dagbladet 29.07.).

Positive karakteristikk av Erna Solberg:

- *“Rolig” og “trygg”*

Hun har *“blitt roligere”* (Dagsavisen 29.08.), *“snakker med regjeringserfaring og selvtillit”* og *“står frem som en erfaren politisk leder”* (Dagbladet 27.08.). *“Tidlig i valgkampen blomstret Høyre-leder ES. Hun var rolig, klar og trygg”* (Dagsavisen 09.09.). *“Hun har tatt sommerens Høyre-debatt “med tilsynelatende stoisk ro”* (Aftenposten 14.08.). Hun *“har vunnet på å være forsonende”* (DN 14.09.).

- *“Klar” og “tydelig”*

Hun *“har stått frem på en bedre og tydeligere måte”* (Dagsavisen 21.08.); hun *“kom godt ut av noen tv-debatter og ble mer tydelig og synlig i valgkampen”* (DN 24.08.), og har *“bremset taleflommen, spisset budskapet og blitt roligere”* (Dagsavisen 29.08.). *“Noen har temmet bergenseren i henne slik at hun på tv er blitt tydeligere og kortere i*

svarene” (DN 05.09.).

- ”*Sterk*”, ”*stødig*” og ”*verdig*”

Hun er ”*bunnsolid, med verdighet*” (Aftenposten 02.09.), og ”*har stått støtt som en pæle i valgkampen*” (DN 12.09.). ”*Ernas sterke valgkampinnsats har jo vært en av de få overraskelsene de siste ukene*” (Aftenposten 04.09.). ”*Visst er det motbakke, men norsk politikks underdog [Erna Solberg] jogger på: Brun og svettende mot en overraskende valgseier*” (DN 13.08.).

- ”*Grundig*”, ”*ryddig*” og ”*konsekvent*”

Hun har utvist ”*vanlig, saklig grundighet, men iblandet en glød hun sjelden avslører i det offentlige rom*” (Aftenposten 09.05.), og ”*er en ryddig politiker*¹³” (Aftenposten 05.09.). ”*Det er grunn til å berømme en politiker som møter motstand så trassig og standhaftig*” (VG 05.09.). Hun ”*var den sterkeste og mest konsekvente forkjemperen for et borgerlig alternativ*” (VG 15.09.). Hun ”*la en plan og holdt seg til den*” (BT 16.09.), hun har ”*holdt seg lojalt til strategien*” (DN 18.09.).

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

Solberg ”*blomstrer*” og ”*har foldet seg ut som en blåveis om våren*” (DA 21.08.). 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*” (Adressa 05.09.). Hun ”*kan bli en valgvinger*” (Aftenbladet 07.09.), og ”*har overrasket med sine gode opptredener i valgkampen*” (Dagsavisen 08.09.). Hun ”*kom som ei kule*” (Dagbladet 15.09.) og ”*hun fremstår nå som en høyst aktuell og troverdig statsministerkandidat. Godt jobbet og godt gjort*” (Fædrelandsvennen 08.09.). ”*Erna Solberg er valgkampens store vinner*” (VG 13.09.).

- ”*Varm*”, ”*engasjerende*” og ”*imponerende*”

”*Hun var både varmere og mer engasjerende enn vi er vant til*” (VG 11.05.). ”*Hun livner til og kjemper som få andre*” (Dagbladet 06.08.). ”*Hun har riktignok imponert mange ved å stå oppreist i kraftig motvind*” (Adressa 08.08.). ”*Så langt har ES gjort en imponerende innsats i debatter og utspøringer [...]*” (VG 06.09.). ”*Når hun [snakker om politiske saker] med entusiasme, er hun god*” (Dagsavisen 09.09.). ”*Nå like før mål, har Erna nådd igjen Jens og Jensen. Imponerende*” (Dagsavisen 12.09.).

¹³ 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.

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 regel er karakteristikkene 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. 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 regjeringssamarbeid, 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. 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 regjeringssamarbeid ble “tydeligere”. Også Aftenposten 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.

Sofistiske grep

Sofismens viktigste dogme er kanskje at “alt er relativt”, 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 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’ karakteristikk av kommentarspalten som en “sofistisk triumf” 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 dekningen. Etterrasjonalisering, fast dramaturgi, generalisering av påstander og stadig henvisning til uklare eller anonyme kilder er blant disse.

Etterrasjonalisering 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. “*Høyre har tjent på å være en konsekvent og uforbeholden forkjemper for et borgerlig regjeringsalternativ*”, skriver VG dagen etter valgnatten (15.09.). 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 (16.09.) og DN (16.09.) gjør tilsvarende snuoperasjoner. 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 sammenheng med begrepet *episodiske tolkningsrammer*, altså at nye hendelser settes inn i den samme, faste vinklingen og tolkes ut i fra en fast oppfatning hos kommentatoren. 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 annet – ledes velgerne mot en fragmentert og konkretisert bilde av situasjonen. Dagsavisens Arne Strand eksemplifiserer dette i kommentarene “*Erna-regjering er alternativet*” (16.01.) og “*Ørnen har lettet*” (17.01.). 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 Dagsavisen 07.02., Aftenbladet 17.02., Fædrelandsvennen 18.02., Adressa 25.02. og 28.02.). 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 mange (mine kursiveringer).

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 [...] (Dagsavisen 24.02.).

Tvert om kan det virke som om *stadig færre velgere* betrakter Høyre som et alternativ (Aftenbladet 30.04.).

Erna Solberg drøyer stadig om Det Store Borgarlege Alternativet, men ærleg talt: Er det *nokon andre* som trur på det lenger? (Aftenbladet 05.06.)

Erna Solberg [...] *oppleves ikke tilgjengelig* på samme måte [som Siv Jensen] (Dagsavisen 17.06.).

Dette har ikke nådd ut på en måte som har skapt tillit [hos velgerne] (Aftenbladet 20.06.).

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 15.07.).

Det er *ingen* som synes synd på dem [om Erna Solberg og Lars Sponheim] (VG 20.07.)

Men det kan svekke Høyres stilling i befolkningen at næringslivets kjendiser foretrekker Siv Jensen i stedet for Erna Solberg (Dagsavisen 08.08.).

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

Høyre-folk fortviler. Det *snakkes høylytt* om behovet for en ny partiledelse (Dagsavisen 07.02.).

Per Kristian Foss] veit at *mange høyrefolk* ikkje ser henne som den naturlege statsministeren (...) (BT 07.02.).

Det som gjør situasjonen spesielt kompisert for Høyre, er *murringen internt* (Aftenbladet 17.02.).

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 (Fædrelandsvennen 18.02.).

Stemningen i Høyre er såpass dårlig [...] (Adressa 25.02.).

Erna Solberg slit med autoriteteten i sitt eige parti (Aftenbladet 27.02.).

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 (Dagsavisen 28.03.).

Hvis regjeringen ikke da går av frivillig, vil Høyres leder Erna Solberg, *etter det jeg vet*, stille et klassisk mistillitsforslag (Dagsavisen 30.04.).

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 (Adressa 06.05.).

[...] det er *utbredt misnøye i Høyres egne rekker* med partileder Erna Solberg (VG 09.05.).

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 (Dagsavisen 11.05.).

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 31.05.).

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 s. 25, s. 27, s. 84ff).

Arne Strand på påstandsoverflaten

Strand peker seg ut som særlig aktiv i sin omtale av Solberg, med hele 20 kommentarer i løpet av perioden – nesten like mange som Aftenposten 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* vendepunktet¹⁴. Slik sett er Strand representativ for kommentarjournalistikken som helhet i denne perioden. Han er også representativ i form av sitt bidrag til uklare karakteristikk, da han står bak mange av sitatene jeg har gjengitt ovenfor (Dagsavisen 21.01., 06.05., 09.05., 20.05., 28.07., 02.09.). 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*” (26.06.).

Ved å se nærmere på kommentaren “*Erna blomstrer, Siv visner*” (21.08.) 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? Strands argumentasjon bærer preg av eterrasjonalisering, og beveger seg kun på påstandsoverflaten – leseren får ikke vite *hva* som nå gjør Solberg god.

Et annet eksempel på det samme er artikkelen “*Fosser fra Erna*” (07.02.), der Strands påstand er at “*Høyre har lidd mye under Solbergs ledelse av partiet. Hun får det rett og slett*

¹⁴ Den resterende positive kommentaren (17.01.) bygger 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.

ikke til’. En meningsmåling fra 2005 trekkes frem som belegg for dette. Lenger ned i teksten fortsetter resonnementet:

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 å velge. 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.

Kropp på dagsorden

En tenkelig medvirkende årsak til sympatien Erna Solberg fikk i avisene generelt og fra kommentarjournalistene spesielt fra og med august, er vektdebatten som murret i løpet av sommeren, men som ble innledet for fullt av Aftenposten og Dagbladet 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*” (Aftenposten 28.08.). I Dagbladet 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*” (29.08.).

Jeg skal ikke her ta stilling til hvor mye hold det 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*¹⁵ gjør seg gjeldende hos journalistene/kommentatorene: Vekt/utseende blir en knagg for å omtale Solberg, på samme måte som regjeringsspørsmålet.

¹⁵ *Priming* forklares nærmere av Allern (2001b s.61), Iyengar og Kinder (1987), Aardal et al. (2004 s. 22)

Faksimile 3: En rekke saker ble skrevet om "Ernas forvandling". Dette bildet er hentet fra Side2, Nettavisens kjendisleksjon (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".

I løpet av mindre enn en uke i månedsskiftet august-september handlet åtte kommentarartikler om Solbergs vekt. I både en nyhetssak (28.08.) og en leder i BT (29.08.) 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 valgvinner*" fastslår kommentator Åshild Mathisen. Enda mer eksplisitt kommer vekt-"problemet" til uttrykk i Dagbladet 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 slankingen vil gi Solberg flere stemmer. Dette gjelder riktignok ikke alle. I starten av september blir Solberg tatt i forsvar av flere, blant andre Adressa, Dagbladet, Aftenbladet, Aftenposten og Dagsavisen (alle 02.09.). 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*”¹⁶:

[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 13.09.).

Andre er mer direkte i sin omtale av vekttapet som en fordel for Høyre. DN og Aftenpostens 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 03.09.).

[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 (Aftenposten 02.09.).

Det såkalte “image-skiftet” tolkes 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 (06.05.10.):

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. 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 intime sfæres regler har inntatt det politiske liv (Jf. Sennett 1974; Johansen 2002). 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

¹⁶ “*Nye Erna*” og “*en ny Erna*” er kallenavn som brukes av flere aviser etter vendepunktet, blant annet DN (13.08., 03.09.), Dagsavisen (21.08., 07.09.), BT (28.08.).

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 eller en politisk seier.

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 Dagsavisen-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] regjeringskvartalet kommer ikke Høyre-leder Erna Solberg*” (Dagsavisen 03.01.). Og i mai slo samme kommentator fast at “*Årets valg blir et statsministervalg der velgerne må velge mellom Jens Stoltenberg eller Siv Jensen*” (Dagsavisen 20.05.), 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-Kristian Foss blir den beste statsministeren Høyre aldri fikk*” (Dagsavisen 08.02.). Tendensen hører ikke bare Dagsavisen til. “*Høyre har rett og slett ikke et statsministerkort å spille ut i valgkampen*” skriver Torbjørn Kindingstad i Aftenbladet i februar (17.02.). Dét må han spise i seg i september (07.09.).

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 valgvinnersiden hun har trosset alle spådommer og kommet seg bra gjennom valgkampen*” står det i en kommentar i Dagbladet (12.09.). Lignende vage forklaringer på hennes økte popularitet er å finne i flere artikler. På bakgrunn av dette går det an å forstå valgvinnerstemplet som en konsekvens av at partilederen hadde en utvikling gjennom året som stred i mot det mange kommentatorer så for seg.

Kynismen som fellesnevner

“*Alle snakker om problemet Erna, bortsett fra Erna. Hun er på desperat jakt etter velgere og makt*”, skriver kommentator Stein Aabø (Dagbladet 08.05.). 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. Doxa-begrepet betegner et system av forestillinger, eller de allment utbredte oppfatninger i en gruppe. Det kan se ut som om den kyniske doxa ligger til grunn for

kommentariatets gjerning. Analysen har hittil beskrevet flere tendenser i journalistikken som kan forenes i kynismen, men uten å gå systematisk inn på hvordan Christian Kocks 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 eksemplene på hvordan kynismen kommer til uttrykk.

Hva kjennetegner kynismen og den kyniske doxa? En éndimensjonal beskrivelse av politikeres ytringer og holdninger er en sentral egenskap (Kock 2009 s. 59). Et typisk kynisk uttrykk for éndimensjonalitet 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*” (Dagbladet 30.03.). Kommentatorene forklarer nemlig hyppig partiledernes handlinger og utspill med *maktambisjoner* som bakenforliggende årsak.

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 deres 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 (Aftenposten 25.02.).

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 29.09.)

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.

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*” (31.05.) 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.

3. LEDER

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

Alle snakker om problemet Erna, bortsett fra Erna. Hun

Den desperate jakten

KOMMENTAR

Stein Aabø
saa@dagbladet.no

INGEN BØR MISUNNE Erna Solberg akkurat nå. Hun mangler det meste. Velgere, støttespillere, framtidsutsikter, vinnersaker, 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. Internett i Høyre gir tillitsvalgte seg mellom 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 nervet av stil og rykk hud. Hun gleder seg sikkert til dagens landsmøtete. 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 nøkkelrolle 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 meningsmålinger 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 folsomme for svingninger. Det kan gi katastrofale målinger, men også overraskende gode valg, bare vindretningen er riktig i de avgjørende 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 meningsmålingsympati til Ap, kan komme tilbake, hvis arbeidsledigheten 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

opptatt av skolens innhold enn av lærernes arbeidsvilkår. Dermed har Høyre skjøvet 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 Høyresympatisører til Ap, andre til Frp, etter 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 regjeringssalternativ enn til et som helgarderer.

1984

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

FRED

I dy ret

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

ie Simonsen msi@dagbladet.no
lle lahe@dagbladet.no
en Øverbye mov@dagbladet.no
KTØR: Peter Raam pra@dagbladet.no

MAGASINREDAKTØR: Jane Thronsen jth@dagbladet.no
TEKNOLOGI- OG UTVIKLINGSSJEF: Ann Baekken abae@dagbladet.no
ADM. DIREKTØR: Terje WiBe tew@dagbladet.no

Dagbladet Grunnlagt 1869 av Hagbard Emanuel Berner
«Uavhengig og riksdekkende organ for
frisinnet og framskrittvennlig politikk i
nasjonalt, sosialt og økonomisk henseende.»

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

Faksimile 4 (Dagbladet 08.05.2009): Denne kommentarartikkelen 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).

Ofte ser vi at de stereotype fremstillinger 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. 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*”. 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.

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*” (Dagsavisen 21.01.), 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*” (Aftenposten 25.02.). Med andre ord: Stemmer kan “kapes” ved å være enige med velgerne. Dagsavisens (06.08.) 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 (Kock 2009 s. 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 Dagbladet (15.09.) 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 kunne 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 lettvinnt språklig grep. Først og fremst reduseres politikken dimensjoner til én (Kock 2009 s. 60). Dessuten blir denne stadige reduksjonen i sin forlengelse et slags *topos* – en fiks ferdig retorisk figur som kan anvendes på alle tema. Henrik Thunes teori (Aftenposten 07.09.) om et mediekрати der “*politisk ideologi og resonnementer erstattes av politikerens som medieoperatør*” ved at politikerne omtales i kraft av sine personlige ambisjoner og sitt image, ser ut til å stemme i dette tilfellet.

Kocks 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* mediernes 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. Dèt 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 går 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 politikanane 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 Aftenbladet 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.

Meningsmålingsargumentet

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.).

Meningsmålinger må omtales her, da de hyppig brukes som argument av kommentariatet. 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 s. 55). Capella 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 s. 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.

I artiklene om Solberg er det flust av 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 Dagsavisen 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 Dagsavisen, og antyder 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 (03.09.) gir rekordhøy oppslutning for Høyre på 18,1 prosent, mens en Respons-måling i Aftenposten dagen etter viser en rekordlav oppslutning på 12,6 prosent for samme parti. I en sjelden kommentar til disse meningsmålingene kommenterer faktisk Harald Stanghelle (Aftenposten 04.09.) at *“tallene ikke kan være riktige”*. Han hevder likevel, like etter, at de *har* fanget opp en trend siden seks av syv meningsmålinger 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 Dagsavisen (03.09.), 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. Når han nå skriver at Solbergs *“kandidatur får farge”*, og at det *“ikke lenger er utenkelig at Erna Solberg blir statsminister”*, støtter han seg på lite annet enn nettopp meningsmålingene. Også når det erklæres en *“Høyrevind”* i DN (04.09.), er det meningsmålingene som ligger bak. Og når Adresseavisen (05.09.) mener det er *“temmelig klart at Erna Solberg har lyktes med å skape velgervandring”*, er det 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 (03.09.) 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, 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 s. 55, sitert etter Salwen 1985a).

Flokken – mellom idealer og ideologi

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.¹⁷ Denne nærmest kategoriske enigheten tyder på at kommentatorene lot seg påvirke av hverandre i større eller mindre grad. Flokkmentaliteten er synlig helt ned på tekstenes detaljnivå. Kommentatorene låner uttrykk og karakteristikker fra hverandre som gjør det åpenbart at de skjeler til hverandre når de skal mene. Dette er det mange eksempler på i analysematerialet. Arne Strands *“tåkeheimen”*-uttrykk, som han introduserer allerede i januar (21.01.) og bruker flere ganger senere, lånes av flere andre i løpet av året, blant andre Nationen (14.02.) og Agderposten (17.02.). 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 (22.01.),

¹⁷ I den negative perioden frem til 6. aug. var det to kortvarige positive klynger (16.-17. jan., etter Solbergs pressekonferanse med KrF og V, og 7.-11. mai, etter landsmøtet), og utenom disse klyngene er det kun to positive kommentarer, én som forsvaret Solberg mot vekt-fokuset (VG 26.07.) og én der Solberg gis medhold for sitt synspunkt i EU-debatten (VG 03.08.).

Fædrelandsvennen (09.05.), Vårt Land (11.05. og 04.09.), BT (25.05.), Aftenposten (25.08.), DN (03.09.), Romerikes blad (10.09.) og Nationen (15.09.). Uttrykket “*Ernas dører*” brukes av både Dagsavisen (19.01.), DN (21.01., 08.05.), BT (25.01., 07.02., 08.05.). Også “*luftslott*” er hyppig brukt, blant annet av Adressa (02.05.) og DN (03.06.). Et annet klart eksempel på at kommentatorene bruker hverandres poenger, er fremstillingen av Børge Brende som “*Høyres redningsmann*”, både i Adressa (28.02.), Aftenbladet (27.02., 08.05.) og Dagsavisen (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 21.01. og 30.03. brukes slike karakteristikk 19 ganger i 31 artikler.

Det etablerte seg over tid hva man kan kalle 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 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 18.09.09).

Om Rossavik har rett i sine antagelser, er vanskelig å si noe om ut 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.

Tillit og ansvar

Jeg har brukt begrepet *kynisme* for å samle og forstå tendensene i kommentarjournalistenes dekning av Erna Solberg, og forsøkt å vise hvordan kynismen kan forstås som et uttrykk for vår tids journalistikk. Satsingen på kommentatorene i form av store bylinebilder, fremdyrkingen av stjernekommentatorer og kommentarenes økte spalteplass og prioritering underbygger kommentators rolle som ekspert, samtidsfortolker og politikkers “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 *personer* vi kjenner og 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.

Litteratur

- 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 Jamieson, Kathleen Hall: *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 förnufts 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=bWpFtVJIAD0C&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%20g

- [ans%201979&f=false.](#)
- Gauslaa, Stein og Hauglid, Stein B.: *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.
- 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 Aalberg, Toril (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, Dorte 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 Tufte: 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 kirkedepartementet. 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, Røssland, Lars Arve og Østbye, Helge: *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 Terje Edvardsen og Thore 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.
- Sennett, 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 og 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.

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>.