

Politikern
Hovedkontor
Bekymret for Statoils tillit
sier ja til stanset fusjon
Skuffet over Lindbæk
Statoil/Hydro
Et kuppforsøk

Oppvask etter fusjonssamtaler

Statoilpensjonist stanset fusjon
Ordknapp om Statoil-romanse

NÅR TO SKAL BLI ÉN

en analyse av medienes rolle ved fusjonsforsøkene mellom Statoil og Hydro i 2004 og 2006

«STOLTOIL»

Hvem styrer hvem?

Sukker over navnestriden

Oljefusjonskameratene

Navneskifte på Reitens befaling

- Politisk monster
Nei, nei, nei til Statoil

- Kan bare glemme Statoil-navnet

Tviler på navnebytte

Spillet om Statoil/Hydro

Anders Vindegg

Masteroppgave i medievitenskap

Universitetet i Oslo

Institutt for medier og kommunikasjon

08.05.2012

makt til Helge Lund

Økte tempoet av frykt for lekkasjer

Kritisk! Positiv!

Når to skal bli én

en analyse av mediens rolle ved fusjonsforsøkene
mellom Statoil og Hydro i 2004 og 2006

Anders Vindegg

Masteroppgave i medievitenskap

Universitetet i Oslo

Institutt for medier og kommunikasjon

08.05.2012

UiO • Universitetet i Oslo

Spillet som ledet fram til presentasjonen av fusjonen på en pressekonferanse 19. desember 2006, og informasjonshåndteringen i dagene som fulgte, bør kunne danne grunnlag for utførlige studier av makt og kommunikasjon.

Helge Ryggvik (2009: 306) om Statoil/Hydro-fusjonen

Sammendrag

I denne masteroppgaven undersøker jeg mediernes rolle ved to fusjonsforsøk mellom oljeselskapene Statoil og Hydro på 2000-tallet. Det første fusjonsforsøket som analyseres i denne oppgaven fant sted i 2004, og det andre forsøket skjedde rundt årsskiftet 2006/2007. Jeg henter empiri fra et utvalg papiraviser (Aftenposten, Dagbladet, Dagens Næringsliv og Stavanger Aftenblad) over 30 dager, og konstruerer et narrativ av nyhetsforløpene. Ved hjelp av teorier om mediedramaturgi, kilde-journalist-forhold og makt, viser jeg hvordan mediene spiller forskjellige roller ved de to fusjonsforsøkene. Årsaken finner jeg blant annet i den økonomiske journalistikkens ulike tilgang til informasjon i selskapenes bak- og frontregion, noe som igjen har betydning for maktforholdet mellom journalist og kilde. Jeg argumenterer for at mediene synes å spille en sentral rolle ved fusjonsforsøket i 2004, fordi det journalistiske feltet her fungerer som anførere overfor det økonomiske og politiske feltet, og at mediene derfor er sterkt delaktig i å sette dagsorden. Ved fusjonsforsøket tre år senere har det økonomiske feltet (de profesjonelle kildene) et tydeligere grep om nyhetsforløpet, og mediene blir i større grad henvist til å spille en rolle som referent av hendelsene.

Abstract

In this thesis I explore the role of the media in two merger attempts between the oil companies Statoil and Hydro in the 2000s. The first merger attempt analyzed took place in 2004, and the second took place around the turn of the year in 2006/2007. I collect empirical data from a range of newspapers (Aftenposten, Dagbladet, Dagens Næringsliv and Stavanger Aftenblad) over 30 days, and construct a narrative from the news cycles. Using theories of media dramaturgy, source-journalist relationships and power, I argue how the media play different roles in the two merger attempts. Among other factors, I find that this is due to the economic journalism's different access to information in the companies' back and front regions, which in turn affects the power relationship between journalist and source. I argue that the media play a central role in the merger attempt in 2004. Here, the journalistic field acts as ringleaders to the economic and political field, and hence the media is heavily involved in setting the agenda. In the merger attempt three years later, the economic field (the professional sources) has a clearer grasp of the news cycle, which seems to give the media more of a role as merely reporting from the events taken place, without the same influence on the merger attempt.

Forord

Når du leser dette betyr det at jeg (endelig) har levert min masteroppgave i medievitenskap. Det var jammen på tide! Mer enn én gang har jeg lurt på om jeg noen gang ville klare å komme i mål. Det har vært en lang prosess, og det kjennes utrolig godt endelig å være ferdig.

Arbeidet med oppgaven har vært svært lærerik, samtidig som det også har vært veldig krevende. Det gjelder selvsagt på det rent faglige plan, men også vel så mye motivasjonsmessig. Når man føler at man gang på gang stanger hodet i vegg er det ikke alltid like lett å motivere seg for å skrive om teori- og metodekapitler for n'te gang.

Det er mange som nå fortjener en stor takk. Veileder Tore Slaatta (høst 2009 til vår 2011) har tålmodig guidet meg tilbake på rett kurs de gangene omveiene jeg bega meg ut på begynte å bli i overkant lange og kronglete. Takk!

Takk går også til mine medstudenter (ingen nevnt, ingen glemt), for laaaange kaffepauser og mye tullprat. Særlig gjelder det gutta i *Forskningsparken Foosball Association* (FFA). Jeg ville aldri vært så god (?) i foosball hvis det ikke hadde vært for at det til tider ble mer fotballspilling enn masterskriving. Foosball-ferdighetene vil jeg helt sikkert få god bruk for videre inn i arbeidslivet.

En stor takk fortjener også min familie, og da særlig mamma Jorunn og pappa Helge. Støtten fra dere, når det gjelder alt fra faglige diskusjoner og innspill, til støtte av mer materialistisk art, har vært veldig god å ha.

Til slutt en stor takk til min samboer, Kamilla, for støttende og oppmuntrende kommentarer gjennom hele prosessen. Nå er det din tur til å skrive masteroppgave, og jeg håper jeg vil kunne være en like stor støtte i arbeidet som du har vært for meg.

Oslo, mai 2012
Anders Vindegg

Innholdsfortegnelse

Sammendrag.....	iv
Forord	v
1. Innledning	1
1.1 Oppgavens forskningsspørsmål	2
1.2 En hypotese om pressens rolle.....	3
1.3 Begrunnelse for oppgaven	5
1.4 Avgrensninger	6
1.5 Oppgavens oppbygging og struktur	7
2. Teoretisk rammeverk og analytiske perspektiver	8
2.1 Journalistikk i økonomi- og næringslivsfeltet	8
2.2 Forholdet politikk, økonomi, journalistikk.....	9
2.3 Journalistikkens og mediernes makt.....	12
2.4 Forholdet mellom journalist og kilde: en modell.....	14
2.5 Nyheter som narrativer.....	19
2.6 Mediedrama og mediedramaturgi.....	21
3. Metodekapittel	24
3.1 Datamateriale, utvalg og avgrensning.....	24
3.2 Valg av metode	26
3.3 Kvalitativ metode og tekstanalyse.....	27
3.4 Operasjonalisering av narrativ analyse.....	28
3.5 Kvantitativ innholdsanalyse	30
3.6 Nærmere om analysestrategi.....	31
3.7 Validitet og reliabilitet.....	33
4. Bakgrunn: historien, politikken og økonomien.....	36
4.1 Statoil og Hydro – olje på norsk	36
4.2 Politiske forutsetninger for fusjonssamtaler i 2004 vs. 2006	39
4.3 Økonomiske forutsetninger for fusjonssamtaler i 2004 vs. 2006.....	42
5. 2004: Første fusjonsforsøk.....	46
5.1 Første akt	46
5.2 Andre akt	50
5.3 Tredje akt.....	57
5.4 Oppsummering.....	60
5.5 Kvantitativ analyse av nyhetsforløpet.....	60

6. 2006: Andre fusjonsforsøk	62
6.1 Første akt	62
6.2 Andre akt	68
6.3 Tredje akt	76
6.4 Oppsummering	79
6.5 Kvantitativ analyse av nyhetsforløpet	81
7. Sammenligning av mediedramaene	83
7.1 Nyhetsforløpene som mediedramaer	83
7.1.1 Mediedramaene og det politiske felt	84
7.1.2 Mediedramaene og det økonomiske felt	85
7.2 Medienes tilgang til informasjon	87
7.3 Maktforholdet mellom kilde og journalist	90
7.4 Den økonomiske journalistikkens posisjon	92
8. Konklusjon og avslutning	94
8.1 Oppsummering	94
8.2 Første vs. andre fusjonsforsøk: konflikt mot konsensus?	96
8.3 Oppgavens bidrag	97
8.4 Begrensninger og andre tilnæringsmåter	98
Litteraturliste	100
Artikkeloversikt	104
Vedlegg 1: Kodebok for kvantitativ innholdsanalyse	108

1. Innledning

Den 18. desember 2006 ble styrene i Statoil og Norsk Hydro enige om å anbefale en fusjon mellom Statoil og Hydros olje- og gassdivisjon. I en felles pressemelding fra de to selskapene uttalte styrelederne Jan Reinås i Hydro og Jannik Lindbæk i Statoil at «Både Hydro og Statoil har utviklet kompetanse og teknologi som er anerkjent som noe av det beste i den globale energibransjen. Ved å forene de to enhetenes krefter, vil det fusjonerte selskapet bli en svært kompetent og økonomisk sterk norskbasert aktør, posisjonert for å sikre fortsatt gode resultater innenlands og forfølge internasjonale muligheter til langsiktig vekst» (Statoil 2006b). Sammenslåingen av Statoil og Hydros olje- og gassvirksomhet var også i internasjonal målestokk av betydelig størrelse, og målet med fusjonen var klar: Å skape verdens største operatørselskap i offshoresektoren, med en styrket plattform for framtidig vekst (Statoil 2006b).

Dette var imidlertid ikke første gang Statoil og Norsk Hydro forsøkte å slå sammen de to selskapenes olje- og gassdivisjoner. I 2004 ble det som senere fra selskapenes side i pressemeldinger (Statoil 2004; Norsk Hydro 2004) ble kalt for «sonderende samtaler på ledelsesnivå» avslørt av Aftenposten (Aftenposten Aften 10.02.2004 s10). Ifølge selskapene selv fant man den gangen at det «...ikke var grunnlag for å fortsette samtalene» (Statoil 2004, Norsk Hydro 2004). Aftenposten kunne imidlertid etter noen dager med undersøkelser skrive at dette slett ikke var tilfelle. Ifølge avisen så Statoil og Hydro seg nødt til å skrinlegge fusjonssamtalene «som følge av rykteflommen og ikke fordi partene mistet troen på prosjektet», slik selskapene selv hevdet (Aftenposten 21.2.2004 s1).

Som betydelige størrelser i norsk næringsliv var, og er fortsatt, Statoil og Hydro med sine titusener av ansatte utvilsomt en viktig del av norsk økonomi. Inspirert av Pierre Bourdieu beskriver Tore Slaatta i boken *Den norske medieorden* (2003) et Norge der det han kaller for «det økonomiske feltet» spiller en stadig viktigere og større rolle. Ifølge Slaatta har dette de siste tiårene i sin tur igjen ført til en vekst i den økonomiske journalistikkens profesjonelle utøvere. Det gjør blant annet at «journalister fra alle medier kappes i å spekulere i næringslivets maktkamper og generalforsamlinger og styrerom er blitt viktige nyhetsbeiter»¹ (Slaatta 2003: 183).

¹ Uttrykket «nyhetsbeite» er en norsk oversettelse av «news beat» fra Eide (1992: 87-88). Begrepet beskriver nyhetsarenaer som følges systematisk av journalister, som for eksempel Stortinget og rettssalen.

Som viktige aktører i dette økonomiske feltet og i næringslivet følges Statoil og Hydros «gjøren og laden» dermed også med stor interesse av pressen.

For i tillegg til de økonomiske og politiske prosessene som naturlig nok vil være med på å påvirke en fusjon mellom to selskaper på Statoil og Hydros størrelse, er det i en tid der det ofte er et tett samspill mellom næringsliv, politikk og mediene også naturlig å anta at pressen spilte en rolle ved fusjonsforsøkene. Mediene formidler og reproducerer fortolkninger og teorier omkring økonomiens forhold til politikken på forskjellig vis, i og mellom ulike sosiale grupper (Slaatta 2003: 23). Og gjennom blant annet journalisters relasjoner til maktøverne og kildene, gjennom pressens bruk av rammer i sin framstilling og i valg av vinkling, har mediene potensielt stor makt.

1.1 Oppgavens forskningsspørsmål

Makten som pressen har, forplikter. Et fundament for pressens selvforståelse, skriver Svein Brurås (2006: 30), er at journalistikken har en nyttefunksjon i samfunnet. Medienes oppgave er å ivareta visse funksjoner som er nødvendige og verdifulle i et velfungerende demokrati. Herunder ligger pressens rolle som informasjonsformidler, som overvåker og som arena for samfunnsdebatten.

Med bruk av fusjonsforsøkene mellom Statoil og Norsk Hydro som caser er det den rollen pressen har – som formidler av informasjon, overvåker og arena for samfunnsdebatten – jeg ønsker å studere nærmere i denne oppgaven. Hovedvekten legges på journalistikkens rolle i skjæringspunktet mellom økonomi, næringsliv, politikk og medier. Oppgavens empiri hentes fra nyhetsstoff fra fusjonsforsøkene mellom Statoil og Norsk Hydro i 2004 og i 2006. På den bakgrunn har jeg formulert følgende hovedproblemstilling:

Hvilken rolle spilte mediene og deres dekning av fusjonsforsøkene mellom Statoil og Norsk Hydros olje- og gassdivisjon i 2004 og i 2006?

De to fusjonsforsøkene mellom Statoil og Hydro hadde vidt forskjellige utfall. Mens selskapene i 2004 måtte skrinlegge planene etter at informasjon om forhandlingene lekket til pressen, var situasjonen i 2006 en helt annen. Da klarte selskapene å holde tett inntil de selv kunne gå ut med pressemeldinger om at en intensjonsavtale om fusjon var inngått. På det grunnlaget går jeg ut fra at medienes behandling av fusjonsprosessene var ulik, og at den rollen pressen spilte var forskjellig. Det er denne rollen mediene spilte under fusjonsforsøkene jeg ønsker å studere

nærmere. For å gjøre forskningsspørsmålet som stilles over, lettere å angripe for meg som forsker har jeg videre formulert to underproblemstillinger:

1. *Hvordan var de to fusjonsforsøkene forskjellige med hensyn til dramaturgien i nyhetsforløpene, og hvilken betydning hadde disse forskjellene for det journalistiske arbeidet?*
2. *Hvordan var mediernes tilgang til informasjon ved fusjonsforsøkene, og hva hadde dette å si for hvordan pressen utøvet sin demokratiske rolle som informasjonsformidler?*

Den første underproblemstillingen understreker at jeg vil gjennomføre en komparativ studie, der fusjonsforsøkene dramaturgi og journalistikkens rolle i fusjonsforsøkene vil være sentralt. I og med at det her er snakk om to forskjellige fusjonsforsøk, men mellom de samme selskapene, er det også to ulike situasjoner som journalistikken opptrer i. Det jeg dermed ønsker å undersøke er hvilke forskjeller og likheter som finnes i pressens framstilling og dramaturgi av fusjonsforsøkene, hvilke rom (for eksempel forholdet mellom økonomi og politikk) journalistikken beveget seg i, og hva det kan ha hatt å si for utøvelsen av journalistikken.

I andre underproblemstilling ønsker jeg å se på mediernes tilgang på informasjon ved de to fusjonsforsøkene. For å besvare problemstillingen vil jeg særlig støtte meg til teori fra Ericson et al. (1989) og Allern (1997). Jeg vil her se på hvordan pressen ble møtt av og med ulike former for informasjonssubsidier og informasjonshindre ved de to fusjonsforsøkene. Dette vil forhåpentligvis igjen kunne si noe om hvordan pressen formidlet de to fusjonsforsøkene i 2004 og 2006/07 til omverden.

1.2 En hypotese om pressens rolle

Pressens interesse for fusjonsforsøkene og mediernes dekning av de to sakene var omfattende. På bakgrunn av at fusjonsforsøkene mellom Statoil og Hydro hadde ulikt utfall, går jeg også ut fra at pressens og den journalistiske behandling av fusjonsforsøkene var ulik. Det gjør at det også er to forskjellige rom og situasjoner som journalistikken opptrer i. Ifølge Kjær og Sahlin (2007: 285) er det slik at

[t]he business press performs a variety of roles in society. One key role is still that of providing public information about business and economic events and of critically scrutinizing business activities. Ideally the role of business journalists is not just to make business visible but to cultivate transparency, i.e. to make it possible for an observer to look beyond the surface appearances and to scrutinize the inner workings of business corporations or of particular industries or sectors.

I den videre studien av fusjonsforsøkene mellom Statoil og Hydro er det denne rollen journalistikken har, som leverandør av informasjon fra hendelser i næringslivet og økonomien, og som kritisk gransker av næringslivet og aktiviteter i dette feltet, som skal studeres. Hva slags rolle spilte mediene under fusjonsforsøkene mellom Statoil og Hydro? Hvordan spilte de denne rollen? Og hvordan utøvet pressen sin makt, i kraft av at de satt sitt søkelys på sakene?

I en sak om fusjon mellom Statoil og Hydro, der staten er tungt inne på eiersiden i begge selskaper, er det ikke så lett å skille mellom hva som er økonomi og næringsliv, og hva som er politikk. Sikkert er det imidlertid at innenfor både det økonomiske og det politiske feltet spiller mediene en sentral rolle (Slaatta 2003: 82). Pressen og de enkelte redaksjoner mottar et mylder av informasjon og tips hele tiden. Fra denne informasjonen gjør mediene sine vurderinger og siler ut det som til slutt blir nyheter. Noe blir til forsidenyheter og store oppslag. Noe informasjon blir til små notiser, mens annet igjen vurderes ikke som interessant nok å vie tid og ressurser, og når dermed ikke fram i mediene i det hele tatt. Men gjennom de redaksjonelle vurderinger og valg mediene daglig gjør, påvirkes både den offentlige og politiske dagsorden (Engwall og Sahlin 2007: 269).

Spillet mellom journalist og medier på den ene siden og kildene og organisasjonene disse jobber for på den andre, er en kamp om kontroll, posisjoner og makt. Spørsmålet som bør stilles (Ericson et al 1989) er imidlertid: Hvem kontrollerer hvem? Er det mediene, som i kraft av muligheten til å «winkle virkeligheten», kontrollerer kildene? Eller er det kildene, som i kraft av den informasjonen de sitter på, kontrollerer mediene? Hvem det er som har kontrollen av kilde og journalist er avhengig av en rekke faktorer. Ifølge Ericson et al (1989: 378) er det

considerable variation in who controls the process, depending on the context, the type of sources involved, and what is at issue. It is a matter of who wants to control whom via news accounts, and how all the sources and the news organizations involved see themselves fitting into the picture. (Ericson et al 1989: 378)

I kapittel 4 ser jeg på hvordan klimaet var mellom Statoil og Hydro, mellom næringsliv, økonomi og politikk, og hvordan situasjonen var i forkant av fusjonsforsøkene og opp mot pressens dekning av saken. Det foreløpige bildet som da tegnes av fusjonssaken fra 2004 viser en offensiv presse, som tidlig satt på mye informasjon om fusjonssamtalene og dens aktører. Fra 2006 virker bildet annerledes, og gir i større grad et inntrykk av selskapene selv som sakens anførere. På bakgrunn av dette har jeg formulert en hypotese om pressens rolle og medienes makt ved de to fusjonsforsøkene i 2004 og i 2006:

Journalistikkens makt og innflytelse under fusjonsforsøket mellom Statoil og Hydro var større i 2004 enn under fusjonsforsøket mellom selskapene i 2006. Mens pressens framstilling av saken i 2004 var preget av kamp og konflikt, var framstillingen i 2006 preget av enighet og konsensus.

Gjennom analyse av avisartikler fra Aftenposten, Dagens Næringsliv, Dagbladet og Stavanger Aftenblad vil gyldigheten av hypotesen jeg har framsatt her, kombinert med relevant teori, bli diskutert og studert nærmere. Dersom det i de videre undersøkelsene viser seg at hypotesen synes å stemme, blir spørsmålet deretter hvorfor det i så fall var slik. Interessante spørsmål er i så fall også knyttet til hvilke faktorer som gjorde at journalistikkens og mediernes muligheter til å sette dagsorden og utøve innflytelse og makt, var større under fusjonsforsøket i 2004 enn i 2006/2007.

1.3 Begrunnelse for oppgaven

Første gang jeg var inne på tanken om at en studie av de to fusjonsforsøkene mellom Statoil og Norsk Hydro, med fokus på mediernes rolle ville være interessant, var da «navnedebatten» stod på som verst i norske medier i januar 2007. Medieoppmerksomheten rundt hva som skulle bli det nye navnet på et nytt og sammenslått Statoil/Hydro var enorm. Det kunne til tider virke som de mer substansielle spørsmålene ved fusjonen «druknet» i en altoverskyggende debatt om navn.

Før fusjonen ble endelig gjennomført høsten 2007, var Statoil og Hydro de to dominerende selskapene på norsk sokkel, og ble ofte omtalt synonymt med «norsk oljeindustri» (Ihlen 2007: 13). Tidligere bestod imidlertid norsk petroleumsnæring av tre store aktører; det private Saga Petroleum, det halvstatlige Hydro, og Statoil, som inntil 2001 var heleid av staten. I 1999 ble først Saga fusjonert med Hydro, og etter at Hydro så fusjonerte med Statoil i 2007, er det i dag bare Statoil igjen. Statoil er blitt en norsk petroleumskjempe blant mange mindre aktører, og en viktig del av norsk næringsliv og økonomi. I både Statoil og Hydro var staten ved begge fusjonsforsøkene tungt inne på eiersiden. Olje- og energidepartementet satt med aksjemajoriteten i Statoil og Næringsdepartementet hadde en betydelig eierandel i Norsk Hydro (Olje- og energidepartementet 2007: 12; 16). Fusjonsforsøkene mellom Statoil og Hydro hadde dermed både sterke økonomiske og politiske aspekter ved seg.

Ifølge Kjær og Slaatta (2007: 13) har journalistikk rettet mot næringsliv og økonomi blitt en stadig viktigere del av mediene. Det vil derfor være interessant å se hvilken rolle mediene spilte ved de to fusjonsforsøkene mellom Statoil og Hydro, først da selskapene mislykkes i 2004 og så da fusjonen ble realisert seint i desember 2006. En studie av pressen og journalistikkens rolle ved

fusjonsforsøkene vil forhåpentligvis kunne være et nyttig bidrag til feltet. Hvordan opptrådte pressen ved fusjonsforsøkene mellom Statoil og Hydro? Hvilke forskjeller og likheter finnes? Og hva kan det si om den økonomiske journalistikken og pressens rolle som informasjonsformidler, overvåker og arena for samfunnsdebatten?

1.4 Avgrensninger

Innenfor rammene til et masterprosjekt er det nødvendigvis behov for å gjøre en del avgrensninger. Når to størrelser som Statoil og Hydro planlegger fusjon er det selvsagt en rekke faktorer som spiller inn. Blant politikerne ble begge fusjonsforsøkene grundig debattert, og både i Statoil og Hydros finansavdelinger gikk kalkulatorene garantert varme både i 2004 og i 2006. En fusjon mellom Statoil og Hydro var med andre ord også et svært viktig tema både politisk og økonomisk. Denne masteroppgaven er imidlertid skrevet i medievitenskap, og har mediernes rolle ved fusjonsforsøkene som fokus. Som jeg allerede har vært inne på vil mediernes forhold til næringsliv, økonomi og politikk bli et tema for denne oppgaven, men det vil altså bli gjort med et medievitenskapelig utgangspunkt.

Empirien som oppgaven støtter seg på vil bestå av medietekster og pressemeldinger fra periodene rundt fusjonsforsøkene. Det hadde selvsagt vært interessant å finne ut hva fusjonsforsøkernes interessenter selv ville hatt å si om fusjonen og hvordan de oppfattet mediernes framstilling, men jeg har i denne oppgaven valgt bort intervjuer med journalister, informasjonsfolk i selskapene, politikere og andre sentrale personer som var til stede i mediene i forbindelse med fusjonsforsøkene. Oppgaven vil dermed kunne si lite om de prosesser og vurderinger som ble gjort underveis for eksempel i ulike redaksjoner og i selskapenes kommunikasjonsavdelinger. Dette er gjort med hensyn til oppgavens omfang, og fordi jeg mener oppgavens problemstilling(er) vil kunne besvares like godt ved å analysere det faktisk skrevne medieinnholdet.

En av mediernes hovedoppgaver, deres samfunnsoppdrag, er deres rolle som formidler av informasjon, slik at publikum kan ta stilling i samfunnsspørsmål (Brurås 2006: 30-31). Denne oppgaven gjør imidlertid ingen forsøk på å studere publikums oppfatning av fusjonsforsøkene slik den ble framstilt i pressen, og det vil dermed ikke være mulig å si stort om publikum og dets eventuelle påvirkning av mediernes framstilling av fusjonsforsøkene. Det denne oppgaven imidlertid gjør er å gi et bilde av mediernes rolle under fusjonsforsøkene mellom Statoil og Hydro i henholdsvis 2004 og 2006. Dette gjøres ved hjelp av analyse av medietekster, og pressens omtale

av fusjonsforsøkene blir knyttet opp mot overordnede spørsmål rundt journalistikkens spillerom, makt og innflytelse, og sett i lys av pressens funksjon som utøver av sine samfunnsoppgaver.

1.5 Oppgavens oppbygging og struktur

Kapittel 2 drøfter teorien som vil danne grunnlaget for den senere analysen av medienes rolle i fusjonen. Kapittel 3 omhandler de metodiske valg som er gjort. Her vil også utvalget av aviser presenteres og begrunnes. Kapittel 4 ser på bakgrunnen for de to fusjonssakene, og de økonomiske og politiske forholdene rundt de to forsøkene på fusjon. I oppgavens kapittel 5 ser jeg på medienes framstilling av fusjonsforsøket fra 2004. Kapittel 6 ser på fusjonsforsøket tre år seinere, fra 2006/2007. I kapittel 7 sammenligner jeg analysefunnene fra de to foregående kapitlene, og de mest vesentlige poengene fra analysene trekkes fram. Oppgaven avsluttes med kapittel 8, som gir en oppsummering og en konklusjon rundt spørsmålene og problemstillingene som reises innledningsvis.

2. Teoretisk rammeverk og analytiske perspektiver

I dette kapittelet ser jeg på de teoretiske og analytiske perspektivene jeg støtter meg til gjennom oppgaven, og som jeg har latt meg inspirere av for å kunne svare på problemstillingene reist i innledningskapittelet. Jeg ser først på journalistikkens forhold til det økonomiske og det politiske feltet. Deretter diskuterer jeg mediens makt og relasjonene mellom kilde og journalist. Til slutt ser jeg på hvordan nyheter og nyhetsforløp kan forstås som narrativer, og hvordan disse narrative kan utvikle seg til mediedramaer.

2.1 Journalistikk i økonomi- og næringslivsfeltet

Økonomi- og næringslivsjournalistikk i mediene skiller seg i mange henseender lite fra andre typer journalistisk praksis (Slaatta 2003: 209). Den er, på samme måte som annen nyhetsjournalistikk, produsert med det mål å treffe et publikum og den blir ledet av mediets posisjon og redaksjonelle linje. Som i annen nyhetsjournalistikk spiller også desker, redaksjonslederens beslutninger og redaksjonelle rutiner inn i produksjonen av den økonomiske journalistikken. Men til tross for at økonomisk journalistikk i flere år har vært et satsningsområde for redaksjoner, har medieforskning på den økonomiske journalistikkens nyhetsbeiter og logikker ofte blitt neglisjert (Baumberger og Slaatta 2011). Slaatta har imidlertid de siste årene kommet med nyttige bidrag til feltet, blant annet gjennom *Den norske medieorden* (2003) og *Mediating Business* (2007). Men all den tid denne formen for journalistikk i dag en helt naturlig og viktig del av den daglige nyhetsflaten (Kjær og Slaatta 2007: 13), kan det virke rart at økonomi- og næringslivsjournalistikk ikke har fått enda større oppmerksomhet fra medieforskere.

For at journalistikk rettet mot næringsliv og økonomi har utviklet og forandret seg mye de siste tiårene, er det liten tvil om. I *Mediating Business* (Kjær og Slaatta 2007) gjøres analyser av den økonomiske journalistikken i de nordiske landene. Her beskrives utviklingen slik:

Over a period of 30 – 40 years business news has been subject to expansion on a great scale. The proportion of business news compared to other news in general news media has increased, new outlets for business information and news have appeared, and new technology has transformed the context for production, mediation and consumption of business news. (Kjær og Slaatta 2007: 13)

I sitt bidrag til feltet i *Makt- og demokratiutredningen* (1998-2003) tegner Slaatta (2003) et bilde av utviklingen av økonomisk journalistikk i Norge gjennom fire sekvenser: Først kom en

ekspansjon i ukeblad- og magasinmarkedet, med Kapital og Økonomisk Rapport i spissen. Deretter fulgte dagsavismarkedet med Dagens Næringsliv og Finansavisen i spissen på 80-tallet. De bredere orienterte mediene, både innenfor avis, radio og fjernsyn, kom så på banen med økonomisk relaterte nyheter og økonomistoff. I siste sekvens fungerer digitalisering og nettets framvekst som nyhetskanal ekspanderende på den økonomiske journalistikken. Særlig de siste årene har de mer tradisjonelle nyhetskanalene blitt utfordret på digitale plattformer, for eksempel med økonomi- og næringslivsnyheter fra nisjenettsteder som E24.no og NA24.no.

Ifølge Slaatta (2003: 236) har framveksten av en sterkere økonomisk journalistikk bidratt til å styrke den offentlige kritikk og kunnskap om økonomiske transaksjoner, personlige formuer, nettverk og markedsstrategiske disposisjoner. Det har i sin tur igjen

øket den politiske kontroll og kunnskap om økonomien i samfunnet og vært viktig for utbredelsen av fortolkningsrammer og forståelser av nasjonens og økonomiens «ve og vel». Samtidig som dette kan sies å ha hatt demokratiserende virkninger innenfor politikken, har den økonomiske journalistikkens ekspansjon bidratt til endringer i kunnskap og virkelighetsforståelser som har og har hatt legitimerende og ideologiske virkninger på forholdet mellom ulike sosiale grupper og på forholdet mellom det politiske og økonomiske felt. (Slaatta 2003: 236)

På noen områder argumenterer imidlertid Slaatta for at den journalistiske makten er blitt mer utsatt og ikke har like stor innflytelse. Ifølge Slaatta (2001) har en stadig økende global økonomisk utvikling ført til maktforskyvninger og endret forholdet mellom økonomisk og politisk makt. Disse endringene har i sin tur betydning for journalistisk makt og gjør denne mer utsatt. Baumberger og Slaatta (2011) har for eksempel vist hvordan denne forandringen internasjonalt har innvirkning på og svekker oljejournalistikken. Dette skjer ifølge de to som en konsekvens av globaliseringen, der journalistene i større grad enn tidligere utfordres både på ressurser og kunnskap av industrien og selskapene (Baumberger og Slaatta 2011: 56).

2.2 Forholdet politikk, økonomi, journalistikk

«Innen moderne samfunnsteori tenkes gjerne samfunn som bestående av ulike felt, systemer og nettverk med innbyrdes relasjoner og flytende grenser. I et slikt perspektiv må kommunikasjon og formidling i forhold til og mellom de ulike felt og systemer stå sentralt – og journalistikkens rolle burde i så måte påkalle en særlig oppmerksomhet», skriver Martin Eide (2001: 16) i boka *Til dagsorden!* fra Makt- og demokratiutredningen. Slaatta (2003) ser i likhet med Eide på journalistikken som et eget felt i samfunnet, på samme måte som det finnes egne felt for blant annet økonomi og politikk. Ifølge Slaatta (2003: 23) spiller journalistikken her en viktig rolle ved å

bringe økonomisk informasjon og kunnskap om ledelse og politikk i og mellom privilegerte eliter innenfor disse andre feltene.

I det politiske landskapet har utformingen av en bærekraftig, norsk oljepolitikk vært et stort, omfattende og omdiskutert tema siden «oljeeventyret» i Nordsjøen startet på begynnelsen 1970-tallet. Olje- og gassnæringen har etter hvert vokst til å bli Norges viktigste. I 2009 hadde 200 000 mennesker arbeid knyttet til næringen (Stoltenberg 2009) og statens eierinteresser (gjennom selskapet Petoro) var i år 2000 verdt mer enn 500 milliarder kroner (Mjøset 2005). Det tilsvarte omtrent verdien av alle selskapene på Oslo Børs! Forvaltningen av ressursene, og ikke minst bruken av oljepengene, har alltid vært – og er fortsatt – et mye debattert tema på så vel Stortinget som i avisspaltene og TV-debatter. Et eksempel er debatten rundt den såkalte handlingsregelen, en regel for bruk av avkastningen i «Oljefondet»², som er et stadig tilbakevendende tema i norsk økonomisk politikk. En annen framtrædende debatt som har preget norsk oljepolitikk, har også vært hvor store føringer staten skal legge på petroleumsnæringen og hvordan statens eierskap i sektoren skal styres og reguleres (se for eksempel Ryggvik 2009).

Innen det Helge Ryggvik (2009: 178) kaller for «oljens politiske økonomi» vil makt alltid være en sentral faktor. I startfasen av oljeutvinningen i Nordsjøen handlet store deler av norsk oljepolitikk om å finne fram til tiltak som kunne veie opp for de internasjonale oljeselskaperes makt. Utallige maktkamper i skjæringspunktet mellom oljepolitikk og oljeøkonomi har utspilt seg siden Philips Petroleum fant de første oljereservene på norsk sokkel i 1969. Og Statoil og/eller Hydro har vært sentrale aktører i de fleste av dem. Blant mange kan nevnes opprettelsen av Statoil i 1972, den såkalte «vingeklippingen» av samme selskap i 1984, «slaktingen» av Saga Petroleum i 1999 (der Hydro og Statoil delte selskapet mellom seg) og prosessen rundt delprivatiseringen av Statoil i 2001. Det er altså en tett kobling mellom næringsliv og politikk, og tette er kanskje koblingen når det kommer til utvinning av olje og gass. Politikken gir tilgang til ressurser og fastlegger regler og rammebetingelser for næringslivet. Makt i næringslivet kan derfor bare oppnås i begrenset grad uten et nært forhold til politikken (Engelstad et al 2003: 11; Slaatta 2003). Nettopp dette forholdet mellom det politiske og økonomiske felt blir viktig når medienes rolle i fusjonsforsøkene mellom Statoil og Hydro i 2004 og i 2006 i denne oppgaven skal analyseres. På grunn av statens eierskap i både Statoil og Hydro er det naturlig nok her tette bånd mellom disse to feltene, og det er naturlig å anta at relasjoner mellom det politiske feltet (da særlig temaer knyttet til oljepolitikk) og det økonomiske feltet (i form av oljeindustrien) blir sentrale når

² Fondets fulle navn er «Statens pensjonsfond utland».

medienes roller skal analyseres. For i dette forholdet mellom politikk og økonomi og næringsliv spiller journalistikken en sentral rolle. Slaatta (2003: 222) fremholder for eksempel at kildene i det økonomiske feltet gjennom bruk av spesialisert kompetanse og strategiske nettverk, trekker mediene inn i sammenheng med finansielle og markedsøkonomiske posisjoner, for eksempel ved oppkjøp, aksjespekulasjon, fusjonsavtaler og oppbygging av strategiske allianser:

Gjennom å søke legitimitet i medieoffentligheten søker økonomiske aktører å vinne tilslutning for politiske løsninger og løsningsforslag og for innflytelse på politiske beslutninger. Det foregår dermed en kontinuerlig dragkamp mellom økonomiske og politiske aktører med tanke på å definere grensene og maktforholdet mellom det økonomiske og det politiske felt. (Slaatta 2003: 222)

Ifølge Slaatta (2003: 237-238) spiller økonomisk journalistikk en klar politisk rolle her, ved at den kommuniserer mellom de økonomiske og politiske elitene i samfunnet. Det gjør mediene blant annet gjennom å inkludere et større publikum i en «politisk samtale om medborgernes felles økonomiske anliggender».

I det økonomiske feltet møter imidlertid journalistikken andre utfordringer enn den gjør i politikken. I det politiske feltet har man for eksempel Stortinget som et stort og relativt tydelig nyhetsbeite. Noe lignende finnes ikke i det økonomiske feltet. Her er i stedet en «kronglete og uoversiktelig utmark» (Slaatta 2003: 238) hvor maktkampene foregår, bestående av pressekonferanser, årsrapporter, eiere, styremøter, generalforsamlinger, bedriftsforsamlinger, komplekse næringslivsorganisasjoner, bedrifter og handelsplasser. Dette gjør ifølge Slaatta at maktkampene i det økonomiske feltet kan være vanskeligere å få øye på, og vanskeligere å avsløre. Årsaken finner man i næringslivets begrensede krav til offentlighet, noe som gjør journalistikken mer utsatt for påvirkning og kontroll fra aktører som vet hva de vil oppnå i mediene. Det vil samtidig

kunne medføre at medienes oppslag vil kunne virke mer tilfeldige og uinformerte, fordi de ikke har tilgang til eller rett til offentlig informasjon, slik som i det politiske felt. Medienes evne til å formidle og inkludere i denne sammenheng vil være situasjonsbetinget, avhengig av hendelsenes art, kildenes kontroll over informasjon, og journalistenes evne til å fungere som kritisk og kompetente motekspertise. (Slaatta 2003: 238)

Hvilke politiske og økonomiske motiver som lå til grunn for fusjonssamtalene mellom Statoil og Hydro i 2004 og 2006, vil jeg diskutere videre senere i oppgaven (kapittel 4), men det overstående sitatet fra Slaatta står godt til det som vil være fokus videre. I det økonomiske feltet har mediene en vanskelig oppgave med å utøve sitt ideal som «den fjerde statsmakt» og fungere som en kritisk og kompetent motekspertise til de andre aktørene i feltet.

2.3 Journalistikkens og mediernes makt

Verken journalistikk eller makt er entydige størrelser; selvsagt ikke. Like klart som at dette er uklart, bør det være at den samfunnsforståelse er fattig som i sitt forsøk på å gripe makten ikke tar høyde for journalistikkens rolle. (Eide 2001: 16)

I oppgavens innledning lanserte jeg en hypotese om mediernes makt og innflytelse på fusjonsforsøket mellom Statoil og Hydro. At mediene, i kraft av sin posisjon i et velfungerende demokrati med presse- og ytringsfrihet, har makt og innflytelse, er hevet over enhver tvil. Men hvordan har de makt? Hvor har de denne makten? I hvilken grad har de makt og innflytelse? Og hvor utøves i så fall makten?

Ifølge Eide (2001) skal journalistikken gi samfunnsborgerne bakgrunn for egne meninger og grunnlag for å fatte demokratiske valg. Mediernes oppgave er å tjene samfunnsdebatten, rette søkelys mot kritikkverdige forhold og sørge for å gi innhold til en aktiv utfoldelse av ytringsfriheten. «Den skal gi råstoff til og bidra til en kommunikativ fornuft i det sivile samfunn mellom marked og stat. Journalistikken skal spille en nøkkelrolle i en fungerende offentlighet», slår Eide (2001: 26) fast i sin beskrivelse av journalistikkens «demokratiideal». Men på hvilken måte løser mediene og journalistikken disse oppgavene? Ifølge Slaatta (2001) utøver mediene sin makt gjennom en «medieoffentlighet». Ved å kontrollere tilgang til – og fordeling av – oppmerksomhet og omdømme har mediene makt til å holde den øvrige makten i samfunnet ansvarlig. Det gjør igjen mediene til «viktige ivaretagere av rollen som formidler mellom makten og dens demokratiske grunnlag» (Slaatta 2001: 137).

Når mediene for eksempel formidler og reproducerer fortolkninger og teorier omkring økonomiens forhold til politikken (Slaatta 2003: 23), setter samtidig pressen også dagsorden. Det Dagbladet slår opp i krigstyper på sin førsteside blir ofte også temaet i Dagsnytt Atten seinere samme dag. Mediene inviterer politikere og andre relevante maktpersoner til å ta stilling i en sak, og dermed er debatten i gang. Pressen definerer med andre ord hva som skal oppfattes som «viktig» i samfunnet. Her ligger åpenbart stor makt og påvirkningsmulighet. Av den grunn er mediene ofte betegnet som «vaktbikkje» og kalles for «den fjerde statsmakt». Disse begrepene bygger på ideer om at media og pressen skal tjene til samfunnets beste, og med et kritisk blikk rette fokus mot skjevheter i samfunnet og demokratiet (Merkelsen 2007). Idealet og ideologien er med andre ord at mediene, som daglig serverer publikum nyheter, skal være en «motmakt» til de herskende elitene i samfunnet (Allern 1997: 13).

Både Henrik Merkelsen (2007) og Thomas Mathiesen (2002) har gitt ut bøker om perspektiver på makt og maktforhold i mediene. Merkelsen skiller mellom (I) *makten bak mediene (eierne)*, (II) *makten rundt mediene (kildene)* og (III) *makten fra mediene (journalistene)*.

Makten bak mediene: I tillegg til å fylle viktige samfunnsoppgaver er det ikke til å komme unna at mediene også driver næringsvirksomhet. En mediebedrifts eiere forventer avkastning, og her ligger en potensiell interessekonflikt. Idealet for redaksjonell praksis i det moderne demokratiske samfunn er at eierforhold ikke skal ha innflytelse på det redaksjonelle innholdet, og mediene skal være frie og uavhengige av økonomiske og politiske interesser. Men samtidig har for eksempel eierne avgjørende innflytelse på ansettelse i mediens redaksjonelle ledelse, for eksempel når en ansvarlig redaktør skal ansettes. De valg som eierne gjør her, peiler dermed ut kursen for en mediebedrifts overordnede redaksjonelle linje (Merkelsen 2007: 53-55). Her ligger makten bak mediene.

Makten rundt mediene: Som flere undersøkelser har vist (feks Allern 1997) har PR- og kommunikasjonsfaget fått en voldsom oppblomstring siden begynnelsen av 1990-tallet. Ifølge Merkelsen (2007: 57) har dette, sammen med mediens harde krav til profitt fra eierne, ført til at mange argumenterer for en situasjon der «maktbalansen mellom kilder og journalister er tippet i kildernes favør». Særlig gjelder dette de profesjonelle kildene, som for eksempel kommunikasjonsfolk, næringslivsledere og politikere. For de mindre profesjonelle kildene («mannen i gata») mener Merkelsen at det forholder seg omvendt. I takt med at de profesjonelle kildene leverer et stadig større antall historie til pressen og oppnår «sin» vinkling på en sak, er det en reell risiko for at alternative synspunkter fra ikke-profesjonelle kilder ikke finner vei inn i mediens nyhetssaker (Merkelsen 2007: 57). Kilden har altså makt til å påvirke journalisten. Det kan skje indirekte, for eksempel ved at kilden neglisjerer journalisten eller avslår å opptre som kilde i en bestemt sak. Men det kan også skje mer direkte ved at kilden setter visse vilkår og betingelser for å bidra i en sak, enten som kilde i saken eller med bakgrunnsinformasjon. I tillegg har det Merkelsen kaller for strukturmakt en avgjørende betydning for kildens makt og innflytelse. Overordnede samfunnsstrukturer gjør at dersom en journalist blir avvist av kilden, er det ofte ikke slik at journalisten bare kan velge en annen kilde. For en journalist med norsk oljesektor som arbeidsområde ville det for eksempel være svært uheldig om hun «havnet i unåde» hos Statoil, og ikke lenger fikk tilgang på kilder eller informasjon som selskapet sitter på. De eksisterende maktstrukturene er med dermed med på å favorisere de aktørene som allerede har mye makt (Merkelsen 2007: 59).

Makten fra mediene: «Whatever we know about our society, or indeed about the world in which we live, we know through the mass media», skriver sosiologen Niklas Luhmann (2000: 1), og fanger med det mye av essensen i makten journalistikken har. Det er denne makten journalisten besitter, som Merkelsen i siste instans kaller *makten fra mediene*. Mediene er i stand til å forsyne samfunnet med informasjon som du og jeg som borgere ellers ikke ville kunne få på annet vis (eller i det minste hatt store vanskeligheter med å få tak i). Uten mediene som kilde til informasjon ville det enkelte individs kjennskap til omgivelsene og verden være begrenset til vårt eget nærmiljø (Merkelsen 2007: 63). Kunnskap om fusjonsforsøkene mellom Statoil og Hydro ville for eksempel være svært vanskelig å få tak i for publikum uten en presse som produserte nyheter og ga informasjon om hendelsene.

Fra mediene henter vi altså kunnskap om samfunnet, og pressen har ofte evnen til å sette dagsorden i opinionen. Men mediene kan – heldigvis – ikke bestemme hva folk skal mene. Pressen setter derfor ikke dagsorden direkte. Pressen har istedenfor det Merkelsen (2007: 236) kaller «skjult makt». Med det mener han at mediene har muligheten til å velge ut saker som publikum og samfunnet skal ta stilling til. Mediene spiller dermed en rolle som «førbeslutningsinstans». Dette fordi noen problemstillinger defineres som viktigere enn andre, noe som gjør at pressen ofte beslutter hva politikere og andre samfunnseliter, og til syvende og sist samfunnet som helhet, skal bry seg om (Merkelsen 2007: 236). Pressen har altså ikke muligheten til å bestemme *hva* du og jeg skal mene, men medienes fokus og det de rapporterer fra, er definitivt med på å avgjøre hva vi skal mene noe *om*. Som Sigurd Allern (1997: 15) påpeker, er det imidlertid viktige spørsmål knyttet til medienes makt. For er mediene, som pressens egen ideologi forutsetter, egentlig en «motmakt» til de herskende grupper og sjikt i samfunnet? Eller er det, slik Allern spør seg, egentlig slik at profesjonelle kilder har så stor innflytelse på nyhetsmedienes prioriteringer og dagsorden at de fungerer som «en forlenget arm» for de økonomisk og politisk sterkeste i samfunnet? En viktig del av denne oppgaven tar for seg spillet mellom kilde og journalist, altså forholdet mellom bedriftene Statoil og Hydro på den ene siden og pressen på den andre. Vi snakker med andre ord om *makten rundt mediene* versus *makten fra mediene*. I de neste avsnittene diskuteres forholdet mellom kilde og journalist nærmere.

2.4 Forholdet mellom journalist og kilde: en modell

En sentral teori for denne oppgaven presenteres av Richard V. Ericson, Patricia M. Baranek og Janet B.L. Chan i *Negotiating News: A Study of News Sources* (1989). Boken tar for seg forholdet mellom kildeorganisasjoner og pressen, og er ifølge Baumberger og Slaatta (2011: 43-44) blitt en

klassiker innenfor det de kaller en «kulturalistisk eller institusjonell tilnærming til nyhetsproduksjon». Boken til Ericson et al er omfattende, men i det følgende vil jeg spesielt se på deres teori og modell som tar for seg kildenes frontområder og bakområder.

Med deadlines konstant hengende over seg kan en journalists hverdag være svært hektisk og krevende. En journalist må samle sammen informasjon, gjøre intervjuer og skrive ut saker raskt – aller helst skulle alt sammen vært gjort i går. Det finnes i dag ikke en eneste nyhetsredaksjon i Norge som ikke er presset på ressurser og har en trang økonomi. Når pressemeldinger med ferdigtygde sitater, informasjon og tall tikker inn til redaksjonen er det ofte fristende å bruke informasjonen som den er. Det krever minimalt av bearbeidelse og en sak kan være ute i løpet av få minutter. Slike pressemeldinger er et eksempel på det som kalles *informasjonssubsidier*. Daglig må journalister og redaktører daglig ta stilling til slike (subsidierte) tilbud om informasjon, som er journalistisk bearbeidet, ofte av en kommunikasjonsavdeling, og utsendt fra kildeorganisasjonene. Materialet, enten det er en vanlig pressemelding, bilder, årsrapporter, videoklipp, undersøkelser eller andre former for informasjon, tilbys normalt gratis. Avsenderen tar alle kostnader (Allern 1997: 72). Slike informasjonssubsidier er en viktig del av en arbeidet i det Ericson et al (1989) kaller en virksomhets frontregion.

Men produksjon av ulike former for informasjonssubsidier fra en bedrifts kommunikasjonsavdeling er bare en del av bildet. En journalist som ikke nøyer seg med de informasjonssubsidiene han eller hun får servert, vil ofte møte stengte dører, møter lukket for offentligheten, dokumenter som ikke utleveres og konflikter som ikke omtales. Allern (1997:75) beskriver dette som en virksomhets «forsvarsverk». Forsøk på å trenge gjennom disse forsvarsverkene vil bli avvist eller forsøkt avvist. Journalisten møter på det som kalles *informasjonshindre*.

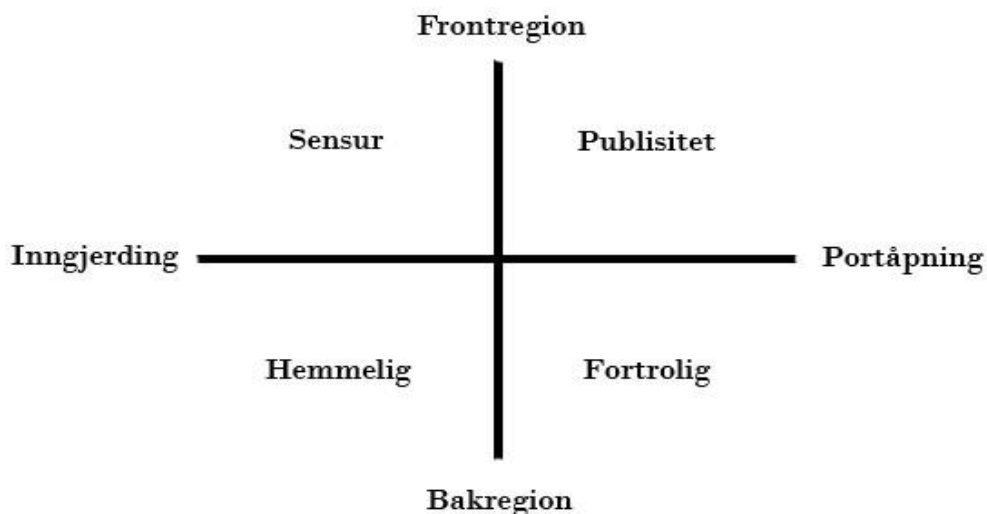
Som privatpersoner trenger vi et privatliv. Også de største kjendiser og offentlige personer har en fasade de ønsker å opprettholde, og et rom de ikke ønsker at mediene skal få innblikk i. Slik er det ifølge Ericson og hans kollegaer også for selskaper og andre virksomheter («organizations»). Selskapene trenger en privat sfære eller område, slik at visse saker og spørsmål kan behandles konfidensielt. Dette området beskrives av Ericson et al som «those places, spaces, and matters upon or into which others may not normally intrude without the consent of the person or organization to whom they are designated as belonging» (Reiss 1987, i Ericson et al 1989: 8). For samtidig som positiv omtale gjennom oppslag i pressen er viktig, er det for en kilde hele tiden

også viktig å beskytte virksomheten han eller hun jobber for, fra det Ericson et al (1989: 8) kaller inntrenging («intrusion») fra journalister:

For the capacity to act is predicted in part on preserving a unique form of organization that sets it apart from others. Moreover, any competitive advantage one may have stems in part from being able to 'keep others guessing'. There appears to be an implied threat even in sharing that information with others; its disclosure makes one vulnerable. At the core, then, of one's private matters or space is a fear that one is vulnerable to others. Hence, one seeks to protect that space against intrusion. (Reiss 1987: 27-8, i Ericson et al 1989: 8)

Inspirert av sosiologene Ervin Goffman og Anthony Giddens har Ericson et al (1989) utarbeidet en modell for hvordan de ser for seg at en virksomhet og dens kilder forsøker å beskytte seg og presentere de aktiviteter virksomheten måtte drive med på best mest mulig måte. Modellen belyser kildeorganisasjoners forhold til offentligheten, og viser en journalists muligheter til innpass og adgang til en virksomhet. Det gjelder både tilgang fysisk og til informasjon og opplysninger i organisasjonen. Begrepene som brukes her er «fornorsket» av Sigurd Allern (1997).

Figur: Kildens frontområder og bakområder



Modell fra Ericson et al (1989: 9), til norsk av Allern (1997: 77).

Figuren består av to akser. Den ene, vertikale, akse går mellom en «frontregion» og en «bakregion». Dette er begreper som henviser til de åpne og utadvendte og de interne og lukkede delene av en bedrifts virksomhet. Den andre, horisontale, akse går mellom «inngjerding» og «portåpning». Inngjerding innbefatter tiltak for tildekking og hemmelighold, mens portåpning omfatter kunngjøringer, publisitet og «kontrollerte lekkasjer» (Allern 1997: 75).

Modellens *bakregion* er et område hvor virksomheten eller organisasjonen tar avgjørelser og gjør beslutninger som har strategisk eller taktisk betydning. Bakregionen er imidlertid bare tilgjengelig for dem som gjennom sin stilling eller posisjon er autorisert til å være på innsiden. Det er med andre ord ikke bare journalister og andre utenforstående som er ekskludert og ikke har tilgang til en virksomhets bakregion. Ekskludert er også de som bare har autorisert adgang til deler av organisasjonen og ikke til andre (Ericson 1989: 9). Allern (1997: 76) trekker fram et eksempel som for denne oppgaven er svært relevant: I en virksomhets bakregion kan konsernledelse og styre behandle og hemmeligstemple viktige forretningsvedtak, for eksempel om framtidige oppkjøps- eller salgsplaner, uten at ledere på et lavere nivå og vanlige ansatte er informert. En fusjonsprosess mellom Statoil og Hydro, to av Norges største selskaper, er et godt eksempel på en situasjon der diskresjon og fortrolighet er svært viktig, og der forhandlingene i aller høyeste grad hører til i selskapenes bakregion.

En virksomhets *frontregion* er områdene der den offentlige virksomheten til organisasjonen foregår. Disse områdene er under normale omstendigheter åpne alle, som for eksempel journalister, personer som er interessert i å gjøre forretninger med virksomheten og andre interessenter. Her finner man også ledere og toppsjefer som uttaler seg offentlig til pressen. I frontregionen ligger også viktige funksjoner med hensyn til kommunikasjon, som informasjonsavdelinger og informasjonsmateriell, som interne intranettsider og eksterne nettsider, samt bedrifts- og kundeblader. Allern (1997: 76) beskriver deler av denne frontregionen som en «fasade». Han bruker en teaterscene som metafor, fordi det handler om et regissert spill for offentligheten, og trekker fram pressekonferanser og ulike typer arrangementer i en virksomhets regi som eksempler på slike scener. Det er også ifølge Allern slik enkelte av «portene» mot omverdenen er stengt. En del informasjon er ansett som privat, og det som slippes gjennom er derfor i praksis sensurert.

På den andre aksen finner man *inngjerdning*, som beskrives som ulike tiltak som kan begrense, dekke over eller hemmeligholde deler av organisasjonens virksomhet som man ønsker å holde skjult (Ericson et al 1989: 10; Allern 1997: 76). Et viktig tiltak for å sørge for at konfidensiell informasjon ikke kommer på avveie er å holde personer man ikke ønsker at skal få tak i denne informasjonen unna organisasjonens bakregion. Kun de som er «autorisert til å vite», som Allern skriver, får adgang til bakregionen. Tiltak blir for eksempel gjort for å hindre at sensitiv informasjon ikke kommuniseres mellom og på tvers av en bedrifts avdelinger. I stedetfor er det bare bedriftens ledelse som skal ha den fulle oversikten og anledning til å avgjøre hva som skal kommuniseres til alle innad og eventuelt utad (Allern 1997: 76-77).

Inngjerding er dermed ikke bare begrenset til en organisasjons bakregion. For informasjon som skal kommuniseres ut offentlig gjøres det også tiltak for å sikre at det som kommer ut setter virksomheten i et så positivt lys som mulig. Det betyr for eksempel at man i informasjonsmateriell og pressemeldinger er bevisst på å bruke «plussord», ord som gir positive konnotasjoner. Et eksempel kan hentes fra sammenslåingen av Statoil og Hydros olje- og gassdivisjon i 2006. Hydro, som var det minste av selskapene, var i mediene svært opptatt av at prosessen skulle omtales som en «fusjon» eller «sammenslåing», og ikke som et «oppkjøp» fra Statoils side. Årsaken er selvsagt at Hydro ikke ønsket å bli oppfattet som en lillebror eller som at selskapet ble spist av en større og sterkere part. I privat næringsliv er det meste av åpen informasjon «filtrert» på denne måten (Allern 1997: 77).

Portåpning refererer til forskjellige typer kommunikasjonstiltak som gir rom for publisitet. Ifølge Allern er dette i frontregionen organisert med betegnelser som «informasjon» og «samfunnskontakt», og omfatter både på den ene siden offensive tiltak for publikumspåvirkning, og på den andre siden beredskap til å takle kriser som berører forholdet til offentligheten. Dette er den synlige delen av en virksomhet, og omfatter aktive relasjoner til nyhetsmediene (Allern 1997: 77-78). Men som det kommer fram av modellen til Ericson og hans medforfattere kan også portåpning skje i fortrolighet («confidence»). Det skjer når de i organisasjonen som er «autorisert til å vite» gir informasjon til personer som vanligvis ikke har tilgang til bakregionen. Et godt eksempel er journalisten som får informasjon og innsyn i deler av bakregionen. Journalisten får da informasjon «off the record», som gir bedre innsyn, samtidig som kilden beskyttes mot å bli direkte sitert eller offentliggjort (Allern 1997: 78).

Slik «off the record»-informasjon er ofte det som kalles «lekkasjer». Disse kan være både kontrollerte og ukontrollerte, men den typiske nyhetslekkasjen er ifølge Allern en planlagt og styrt hendelse:

De som lekker har et motiv, en hensikt med «lekkasjen», som når en aktør planter diskrediterende opplysninger om en konkurrent i mediene, eller en politiker «lekker» et politisk utspill for å teste publikumsreaksjonen før noen er bundet av forslaget. Nyhetsredaksjonens dilemma er at mektige kilder som lekker, selvsagt gjør det med hensikt, og at muligheten for å bli brukt i en strategisk sammenheng er stor, spesielt hvis det er *kilden* som tar initiativet til transaksjonen. (Allern 1997: 78)

En virksomhets relasjoner til medier og offentligheten handler altså både om det som skjer i frontregionen og bakregionen. Det skjer å åpne og lukkede rom, det er aldri snakk om noe enten eller (Allern 1997: 79). Som Ericson et al (1989: 12) forklarer er det slik at «it is not just a matter of what reporters expose themselves to, but what sources allow them to be exposed to». Selv tilgang til organisasjonens bakregion vil ikke nødvendigvis gi en utenforstående journalist godt

stoff til en sak, fordi informasjonen for eksempel kan være hemmeligholdt, eller gitt under forutsetning at informasjonen ikke vil bli offentliggjort i media. På samme måte kan den informasjonen som presenteres fra virksomheten i frontregionen være så filtrert og sensurert at nyhetsverdien for en redaksjon forsvinner. Til sammen må begrepene som presenteres i modellen – frontregion og bakregion, inngjerding og portåpning, hemmeligholdelse og publisitet, avvisning og fortrolighet – betraktes som ulike taktiske elementer i en samlet kommunikasjons- og påvirkningsstrategi fra de profesjonelle kildene (Allern 1997: 79).

Kildeorganisasjonen ønsker i stor grad å kontrollere det som slippes ut av informasjon, og det vil derfor alltid være en kamp mellom journalist og kilde. Ved å kontrollere informasjonen som går ut fra organisasjonen har kilden bedre oversikt over hva både mediene og andre, for eksempel konkurrenter innen samme bransje, vet og har tilgang til av opplysninger om organisasjonen. Journalisten på sin side ønsker størst mulig åpenhet og tilgang til informasjon om en organisasjons virksomhet. Ofte må det imidlertid gravearbeid til fra journalistens side, og med større og bedre tilgang til informasjon øker også mulighetene for å «finne gull» og dermed saker som kan bli til gode nyheter.

2.5 Nyheter som narrativer

Felles for mange av de nyhetene som daglig presenteres for publikum via nettet, radio, fjernsyn og aviser er at de er en del av en større *historie* eller *narrativ* som *fortelles* i mediene. Artikkelen som står på trykk i avisen i dag kan for eksempel være en oppfølger av en sak fra gårsdagens avis, og kan også danne grunnlaget for en ny artikkel påfølgende dag – eller artikkelen kan snappes opp, bygges ut og utvikles videre av andre medier.

Mennesker har alltid fortalt historier til hverandre. Historiene vi forteller er ofte ment å underholde, men samtidig har de også hatt andre og viktigere oppgaver, som for eksempel å bevare kultur, normer og verdier innenfor et samfunn. Tenk bare på våre norske folkeeventyr, som ofte inneholder et moralsk budskap. Fortellingen er en sentral del av menneskers verktøykasse for kommunikasjon, og er derfor grunnleggende viktige for oss mennesker, fordi de utstyres oss både med en metode for å lære om verden vi lever i og en framgangsmåte for å fortelle andre hva det er vi har lært (Berger 1997: 10). Vi er dermed i bunn og grunn alle fortellere – enten det handler om en viktig presentasjon i jobbsammenheng eller bare en liten anekdote ved middagsbordet fra en av dagens mange hendelser.

Jostein Gripsrud (2006: 193) siterer filmviterne David Bordwell og Kristin Thompson, som innen en humanistisk retning definerer en fortelling (eller et narrativ, som det ofte kalles innen akademiske disipliner) ganske enkelt som «en kjede av begivenheter i årsak-virkning-forhold som finner tid i sted og rom». Ifølge Gripsrud er denne definisjonen imidlertid litt for simpel. Han foreslår derfor følgende utdypende definisjon: «En fortelling er en framstilling av et menneskelig (eller menneskelignende) subjekt som har et prosjekt (vilje, ønske, begjær) og som gjennomlever en kjede av kausalt sammenhengende begivenheter» (Gripsrud 2006: 193). En slik måte å se på narrativer er også i tråd med en mer samfunnsvitenskapelig rettet definisjon. For John W. Creswell (2007: 54) er narrativer «understood as a spoken or written text giving an account of an event/action or series of events/actions, chronologically connected».

Ord som «historie», «narrativ» og «fortelling» gir ofte konnotasjoner til noe som er fiktivt og konstruert, men det er altså ikke nødvendigvis tilfelle. På engelsk kalles et nyhetsoppslag nettopp for en «story», og setter på mange måter rammene for en nyhetssaks struktur og utforming:

The word story is such a basic descriptor of a news event that we tend to forget it defines a unique way for organizing ideas. Storytelling involves the organization of facts and human motives in a definite sequence of stages. To tell a story is to set up a general structure for organizing a set of actors and events in ways that meet certain prior expectations. The story format defines actors moving through a sequence of events filled (usually) with victims, villains, and heroes. Conflict generates our interest, and sets up for the search for a final or at least temporary resolution. The story format exists in most general news reporting because it is an efficient structure for reducing complexity to a minimum, and for collapsing a long time frame into a short and interesting summary. (Woodward 1997: 76-77, sitert i Johnson-Cartee 2005: 157)

Ifølge Marie Gillespie (2006: 82-83) er kunnskap om nyhetene ved hjelp av analyser av mediens narrativer verdifulle fordi de gir bidrag til hvordan vi kan forstå hvordan kunnskap, meninger og verdier blir produsert, reprodusert og sirkulert i samfunnet. Det å forstå hvordan mediens narrativer virker, som for eksempel hvordan de forklarer årsaker og virkninger ved ulike hendelser, er avgjørende for forståelsen av hvordan mediene former vår kunnskap om verden. Analyser av mediens narrativer bidrar også til å skape en forståelse av hvordan ulike institusjoner og mennesker i maktposisjoner blir framstilt i mediene, og hvordan makten som ligger i mediens narrativer former vår oppfatning av virkeligheten.

Selv om målet for journalisten er å oppnå en så objektiv beskrivelse av virkeligheten som mulig – som et speilbilde av verden – vet vi at det sjelden fungerer slik i praksis. Det skyldes blant annet at journalister i sin produksjon av nyhetssaker og utforming av fortellinger fra virkeligheten nødvendigvis må velge, prioritere og utelate informasjon. Det som utelates er ofte like viktig som det som faktisk kommer med i en nyhetssak. For ifølge Gillespie er det slik at

[m]edia narratives, like all narratives, are told from particular perspectives, privileging certain viewpoints and versions over others. Knowing what (and whose) stories get told or remain untold is crucial to understanding the exercise of power in society. Stories about events and characters, real or fictional, may be shaped in ways that serve the interests of powerful institutions such as government and business. (Gillespie 2006: 83)

Via nyhetene får vi dag for dag og time for time vite hva som skjer i verden. I en narrativ analyse av nyhetsforløp, som i denne oppgaven vil gjøres av Statoil og Hydros fusjonsforsøk i 2004 og 2006, vil det være fornuftig å konstruere en tidslinje. I tidslinjen presenteres en sammenfatning av historien (eller narrativen) som for eksempel belyser sakens hendelsesforløp, dramaturgi og rammer. Det ligger i nyhetenes natur at forløpet har en lineær struktur. En slik lineær struktur kan med en enkel modell vises på følgende måte (Berger 1997: 4):

$$A \rightarrow B \rightarrow C \rightarrow D \rightarrow E \rightarrow F \rightarrow G \rightarrow H \rightarrow I$$

Fortellingen og nyhetsforløpet starter med en nyhet som presenteres i oppslag A. Det leder til oppslag B, som igjen fører til C og så videre, inntil nyhetsforløpet ender med oppslag I. Når en nyhetssak bygges opp på denne måten og får et slikt forløp, skapes en dramaturgi av nyheten. Det mediene gjør er å presentere saken som et mediedrama.

2.6 Mediedrama og mediedramaturgi

De fleste journalister drømmer om å finne den saken der stadig ny informasjon dukker opp etter hvert som det gjøres mer research og dagene går. Journalistens drøm er å grave fram saken som har potensial bli til et langvarig *mediedrama*. En modell for mediedramaturgi ble lansert av Eide og Hernes i forbindelse med et forskningsprosjekt som tok for seg helse, politikk og journalistikk i boka *Død og pine!* fra 1987. Modellen bygger på en tese om at mediene ikke bare tar opp isolerte hendelser eller konkrete enkeltbegivenheter. I mediene kan hendelser kjedes sammen, eller saker kan veves sammen i forløp. Når pressen følger en sak eller historie over tid kaller Eide og Hernes (1987: 54) disse nyhetsforløpene for *mediedramaer*.

Mediedramaturgi er altså en måte for mediene å presentere nyhetssaker på, «i et samvirke mellom journalistens innsats og andre aktørers og kilders medvirkning og initiativ» (Eide 1992: 96-97).

For et godt mediedrama er særlig to forhold viktige:

- Ifølge Eide og Hernes (1987: 54) må for det første sakene ha preg av *serier*, som løper over dager og uker, eller til og med måneder og år. Disse seriene kan også gå mellom

mediene, for eksempel ved at en sak i en avis følges opp i nyhetene på TV seinere på kvelden.

- For det andre må en serie gjerne ha sentrale motiver eller tema. Selv om seriene kan ha sitt utspring i en konkret situasjon, utgjør disse seriene da *dramatiske arketyper*. Ifølge Eide og Hernes er det på grunn av disse arketyperiske strukturene at seriene som presenteres i media fanger og holder publikums oppmerksomhet (Eide og Hernes 1987: 54).

Når en sak utvikler seg til en serie, blir den samtidig en føljetong, og saken dekkes ofte av forskjellige medier og på ulike plattformer. Eide og Hernes sammenligner presentasjonen av en sak i mediene med trekk som minner om genrer vi kjenner igjen fra teaterscenen. Ulike aktører har ulike roller, og konflikten utvikles ved å sette aktørens utspill mot hverandre. Utviklingen av, og den eventuelle løsningen i konflikten, kaller Eide et mediedramaturgisk forløp (Hillesund 1996: 27). En «idealtypisk mediedramatisk struktur» (Eide 1992: 97) er en tre-akter, der en konflikt eller strid introduseres i første akt. Konflikten følges av en konfrontasjon i andre akt, noe som resulterer i ny innsikt og refleksjon (en løsning på problemet) i tredje akt. Veien går da fra hensikt, over konflikt til innsikt.

Disse mediedramaene går kontinuerlig, og er en viktig mekanisme i samspillet mellom mediemakt og annen institusjonell makt (Eide og Hernes 1987: 55), for eksempel i det politiske og økonomiske feltet. Utgangspunktet er gjerne en latent konflikt, og i mediene skapes en fortellingsstruktur som går fra konflikt til en eller annen form for løsning (Gripsrud 2006: 196). I et mediedrama, slik Eide og Hernes (1987) beskriver det, kan for eksempel journalistene spille samfunnsstopper og personer i maktposisjoner ut mot hverandre og dermed «tvinge» dem til å reagere på andres utspill gjennom mediene. Dette kaller Eide og Hernes for *triangelhypotesen*. Triangelhypotesen går ut på at mediene utøver mye av sin fortellende og dramatiserende makt gjennom å provosere andre aktører og institusjoner til å reagere på hverandre. For en nyhetsjournalist er konflikten et viktig moment for de fleste saker, og ved å engasjere ulike grupper som motparter til hverandre skapes det også forskjellige parter i konflikter. Slike konflikter skapes ofte ved at mediene inviterer til et utspill fra en part. Utspillet som kommer skaper så en ubalanse og tvinger dermed en annen aktør til å komme med motsvar: Mediene presenterer først en sak om aktør A, som så gjør at aktør B må forholde seg på en annen måte enn ellers til A (Eide og Hernes 1987: 30).

Martin Eide tar i bruk en analogi fra idretten og skriver at «i sin dramatisering overlater ikke journalisten til partene selv å «komme på banen», men tar kontakt for å få dem til å ta stilling.

Mediene gjør dermed aktørene til sine medspillere ved å gjøre dem til motspillere i en konflikt» (Eide 2001: 43). Som medspillere har da også mediene en dobbeltfunksjon: Pressen er en *arena* for nyheter og debatt, men den er samtidig også en *aktør*. Gjennom rollen som iscenesetter og intrigemaker, fremstår mediene og journalistene selv som aktører ved at de bruker sin mediedramaturgiske kunnskap til å påvirke den politiske, økonomiske og sosiale verden utenfor mediene. Men samtidig som mediene selv altså påvirker prosessene er det viktig å huske på at også andre aktører bruker pressen for å oppnå bestemte hensikter utenfor mediene, i ulike institusjonelle sammenhenger (Hillestad 1996: 149).

I pressen og journalisters konstruksjon av mediedramaer ligger det åpenbart mye makt. Som det kommer fram av triangelhypotesen, er det i stor grad pressen som velger hvilke aktører som skal spilles ut mot hverandre. Mediene påvirker ikke bare enkeltaktører og enkeltgrupper direkte, men tvinger også aktører til å reagere på hverandre (Eide og Hernes 1987: 32). At fusjonsforsøket mellom Statoil og Norsk Hydro både i 2004 og i 2006 har klare mediedramaturgiske trekk, er klart. I en sammenligning av mediernes rolle rundt fusjonsforsøkene mellom Statoil og Norsk Hydro vil jeg videre i oppgavens analysedel se på hvordan disse mediedramaene rundt fusjonsforsøkene utspilte seg. I hvilken grad gjør mediedramaturgien seg gjeldende ved de to fusjonsforsøkene? Hvordan klarte for eksempel mediene å spille partene i de to sakene ut mot hverandre i 2004 i forhold til 2006 (jmf. triangelhypotesen)? Hvilke forskjeller finnes her? Og hvilken rolle hadde disse forskjellene for journalistikkens makt og innflytelse på sakene og nyhetsforløpet?

3. Metodekapittel

I dette kapitlet diskuterer jeg den metodiske tilnærmingen som videre i oppgaven skal brukes for å analysere nyhetsforløpene i de to fusjonsforsøkene mellom Statoil og Norsk Hydro.

3.1 Datamateriale, utvalg og avgrensning

Både da Aftenposten i februar 2004 avslørte at det var blitt ført hemmelige forhandlinger om en fusjon mellom Statoil og Hydro og da planene om en fusjon ble offentliggjort fra selskapene i desember 2006, fikk selskapene og fusjonsplanene bred dekning i norske medier. En fusjon mellom de to største oljeselskapene i Norge ville kunne få stor innvirkning på sentrale områder i industrien og norsk økonomi generelt, og også politisk var fusjonen en «het potet».

Et søk i Retrievers tekstmediarkiv³ gir 388 treff på søket «Statoil AND hydro AND fusjon» i 2004, og 1942 treff på samme søkestreng gjennom 2006 og 2007. I tillegg kommer alt redaksjonelt innhold fra andre mediekanaler som radio og TV i samme tidsperiode. Det vil selvsagt være en umulig oppgave å gjøre analyser av alle medietekster produsert i perioden, og i denne studien er derfor avisartikler valgt ut som analyseobjekt. Årsaken til valget er rett og slett at avisarkivene i Norge er gode og store, og at det er enkelt å få tilgang til arkivene.

Avisene produserte svært mye stoff om fusjonsforsøkene både i 2004 og 2006. Jeg har derfor blitt nødt til å gjøre et utvalg. Jeg ønsket å analysere ulike typer aviser, som står for ulike uttrykk, fokus og orientering i sin journalistikk, og som sannsynligvis også ville velge forskjellige vinklinger på sine saker. På bakgrunn av disse kriteriene falt valget på Aftenposten, Dagbladet, Dagens Næringsliv og Stavanger Aftenblad:

Dagens Næringsliv (DN) er landets største avis innen områdene økonomi, finans og næringsliv. I og med at denne oppgaven skal se på fusjonen mellom to av de aller største selskapene i Norge blir DN derfor et naturlig valg for denne oppgaven.

Aftenposten kniver med VG om å være landets største avis, målt i opplag. Avisen har en egen økonomiseksjon og har hatt journalister ansatt med et spesielt ansvar for olje- og gassnæringen.

³ Retriever er leverandør av blant annet medieovervåkning, verktøy for redaksjonell research og medieanalyse. Se <http://www.retriever.no/om-retriever.html>

Det var også daværende oljejournalist i Aftenposten Alf Ole Ask som avslørte det første forsøket på en fusjon mellom Statoil og Hydro i 2004.

Dagbladet er denne studiens eneste tabloid, i betydningen tabloidpresse, med et større fokus på sensasjon enn andre aviser. *Dagbladet* går for å være en radikal kulturavis, og har således en profil som skiller seg ganske klart fra for eksempel DN og Aftenposten.

Stavanger Aftenblad (Aftenbladet) er den eneste regionavisen i utvalget, og favner Stavanger- og Sandnes-området og distriktene rundt. Aftenbladet er tatt med på grunn av avisens tilknytning til Norges «oljehovedstad», Stavanger. Næringslivet i regionen preges naturlig nok av olje- og gassutvinningen i Nordsjøen, og som største avis i Rogaland følger Aftenbladet denne industrien tett.

I tillegg til artikler fra disse fire avisene vil pressemeldinger fra Statoil og Hydro og Statsministerens kontor brukes i analysen.

Når det gjelder perioder for analyse vil oppgaven ta for seg avisartikler i de nevnte avisene i én måned (30 dager) etter at fusjonsforhandlingene ble gjort kjent. Det vil si fra 10. februar til 12. mars 2004, da første fusjonsforsøk ble gjort kjent, og fra da andre fusjonsforsøk ble gjort kjent 18. desember 2006 til 18. januar 2007. Til sammen utgjør altså datamaterialet 60 dager fra de fire avisene. De to periodene på 30 dager korrelerer også bra med det Grønmo (2007: 89) kaller for et *teoretisk metningspunkt*. Det vil si punktet der utvelgningen (av artikler til analysen) kan slutte fordi «inkluderingen av nye enheter til utvalget ikke tilfører vesentlig informasjon som både er relevant i forhold til problemstillingen og ny i forhold til den informasjonen som de tidligere utvalgte enhetene har bidratt til» (Grønmo 2007: 89). Det ble selvsagt også skrevet artikler som kunne vært relevante i avisene i utvalget også etter disse 60 dagene, men jeg fant fort ut at jeg måtte sette en grense for innsamlingen av data. Hvis ikke kunne for eksempel tidslinjen for fusjonsforsøket som ble offentliggjort 18. desember 2006 strekkes helt til 1. oktober 2007, da fusjonen mellom Statoil og Norsk Hydro ble offisielt gjennomført. Jeg ville da endt opp med et for omfattende utvalg artikler, som heller ikke ville være nødvendig for å svare på oppgavens problemstillinger.

Med dette utgangspunktet for utvalget ender jeg opp med i underkant av 300 avisartikler, inkludert kommentar- og debattstoff. Planen var først å støtte meg utelukkende til Retrievers avisarkiv på nettet. Under datainnsamlingen fant jeg imidlertid ut at Retriever har en del «hull» i sine arkiver. Derfor har jeg også brukt Nasjonalbibliotekets avisarkiv på mikrofilm, og hentet ut samtlige avisartikler relatert til fusjonssamtalene i de to periodene fra Dagens Næringsliv, Aftenposten, *Dagbladet* og *Stavanger Aftenblad* derfra. Det var et tidkrevende arbeid, men jeg

følte det var nødvendig for å sikre at jeg fikk med meg alle relevante artikler. Da jeg begynte gjennomgangen av avisene i utvalgsperioden på mikrofilm, fant jeg også ut at jeg måtte gå bort fra å bruke «fusjon» som søkeord for å finne relevante artikler. Årsaken er at enkelte relevante artikler rett og slett ikke inneholder ordet «fusjon». I stedet brukes for eksempel «sammenslåing». For å være sikker på å få med meg alle artikler relatert til fusjonsforsøkene har jeg derfor gått gjennom alle artikler i utvalgsperioden som nevner «Statoil» og «Hydro» i samme artikkel.

I og med at jeg studerer avisene på artikkelnivå var et spørsmål som tidlig meldte seg hvordan jeg skulle definere en artikkel. På en avisside er det ofte flere artikler, store oppslag kombinerte med små, med eller uten undersaker osv. Jeg har derfor valgt å definere en artikkel som en sak som inneholder følgende tre momenter: 1) tittel 2) ingress og 3) byline fra en eller flere journalister (eller som kommer fra et nyhetsbyrå, som for eksempel NTB).

Fortsatt er selvsagt 300 artikler et stort antall, men ved å analysere fusjonsprosessene som narrativer vil det være en overkommelig oppgave. I tillegg er det klart at ikke alle artiklene fra disse to månedene vil være like relevante for mine problemstillinger. Hovedtyngden i denne oppgaven er lagt på bruk av kvalitative undersøkelser, og i denne delen av analysen lar det meg som forsker gjøre det Østbye m.fl. (2007: 247) kaller for et *strategisk utvalg*. Det vil si at det gjøres et utvalg fra artiklene som synes å være spesielt interessante for studien. Ifølge Grønmo (2007: 88) bygger utvelgingen da «ikke på tilfeldighetsprinsippet, men derimot på systematiske vurderinger av hvilke enheter som ut fra teoretiske og analytiske formål er mest relevante og mest interessante».

Jeg har i denne oppgaven valgt å vektlegge tekst fra avisene. Det vil si at jeg samtidig da har valgt bort en del elementer ved avisene som også kunne vært relevant, som for eksempel bruk av bilder, layout og spalteplass. Jeg har gjort dette valget av to årsaker: For det første har jeg som nevnt måtte gjøre noen valg for å hindre at mitt eget datamateriale blir for omfattende, og for det andre virket ikke avisenes bruk for eksempel foto og layout umiddelbart relevant for min oppgaves problemstilling. En slik oppfatning har også blitt styrket gjennom nærlesningen av avisartiklene.

3.2 Valg av metode

«Metoder gir oss råd om framgangsmåter for å finne gode svar» (Østbye et al 2007: 12). Det er flere måter å gjøre analyser av data på, og det er fordeler og ulemper med alle metoder, enten dataene analyseres kvalitativt eller kvantitativt. Metode i et vitenskapsperspektiv er

framgangsmåter som forskeren tar i bruk for å få svar på forskningsspørsmål, og omfatter blant annet teknikker for å samle inn ulike typer data, hvordan dataene velges ut, avgrenses og bearbeides og analyse av disse dataene (Ringdal 2001:21). Når det kommer til valg av forskningsmetode og forskningsdesign skiller man gjerne grunnleggende mellom kvalitative og kvantitative metoder. Mens bruk av kvalitativ metode innebærer grundige undersøkelser av få enheter (eller case), omfatter gjerne kvantitative metoder måling av variabler i et større utvalg enheter (Ringdal 2001: 26).

Valget av metode må alltid tilpasses formålet med oppgaven og dens problemstilling. Mens man i kvalitative metoder søker å gå i dybden og vektlegge betydning, er man i kvantitative metoder mer opptatt av å vektlegge utbredelse og antall (Thagaard 2004: 16). Kvalitativt arbeid innebærer en nærhet til det man analyserer og tekst er ofte det man arbeider med, mens kvantitative studier kjennetegnes ofte av store utvalg, større avstand til kildene og arbeid med talldata. Men selv om man skiller mellom kvalitative og kvantitative måter å angripe et analyseområde på, er det flytende overganger mellom de to metodene, og de to overlapper ofte hverandre (Silverman 2008: 14). Tekst brukes for eksempel sammen med talloversikter i kvantitative metoder, og resultater fra kvalitative undersøkelser kan suppleres med tall i tillegg til teksten. I denne oppgaven benytter jeg meg i hovedsak av en kvalitativ metode, men undersøkelsene suppleres også av en enkel kvantitativ innholdsanalyse.

3.3 Kvalitativ metode og tekstanalyse

I analysen av mediens rolle ved fusjonsforsøkene mellom Statoil og Norsk Hydro vil jeg i hovedsak støtte meg til kvalitativ metode og tekstanalyse. Den store fordelen ved å gjøre en kvalitativ analyse er de mulighetene metoden gir for grundigere og mer dyptpløyende analyser enn det kvantitativ forskningsmetode ofte kan gjøre. Avhengig av hva man ønsker å få vite noe om, kan språk og symbolbruk være viktige sider ved det man studerer i samfunnsvitenskapen og humaniora. Disse aspektene og nyansene kan det være vanskelig å få frem eller tallfeste ved bruk av kvantitative metoder for analyse (Priest 2010: 6). Nærheten til området man forsker på, enten det er ved hjelp av observasjon, intervjuer eller analyse av tekst og bilde, gjør kvalitative metoder egnet til å få frem betydning og mening. På samme måte er denne metoden mindre nyttig dersom man er på jakt etter utbredelse og antall. Da vil en kvantitativ tilnæringsmåte være å foretrekke.

En størst mulig nærhet til forskningsmaterialet man sitter med høres unektelig ut som en fordel for forskeren. Det er det selvsagt i mange tilfeller også, men samtidig er det viktig å være klar

over de utfordringene som oppstår ved en slik nærhet. Ofte er det nemlig slik at kvalitative metoder vil være basert på det Thagaard (2004: 18) kaller et «subjekt-subjekt-forhold» mellom forskeren og kilden. Det vil si at både forsker og informant/kilde påvirker forskningsprosessen. Ved en kvalitativ analyse av tekst, i dette tilfelle medietekster, er kanskje ikke kildens påvirkning av forskeren et stort problem. Men det er likevel slik at forskerens nærvær ved bruk av kvalitative metoder og tekstanalyse har innflytelse på hvordan datainnsamlingen forløper, og hvordan dataene tolkes i etterkant. Som Kristen Ringdal (2001: 253) skriver: «Verden er sjelden slik som den fremtrer for forskeren.» Det er med andre ord vanskelig å komme unna at analysene som gjøres, i en viss grad vil påvirkes av forskerens oppfatninger og dermed få subjektive innslag. Dette svekker ikke nødvendigvis forskningen og trenger ikke være noen svakhet, men fordi forskningen og konklusjonene man kommer fram til, ofte er et resultat av egne tolkninger, er bruk av kvalitativ metode avhengig av svært god dømmekraft hos forskeren (Priest 2010: 161).

Hovedvekten for analysen i denne oppgaven er på kvalitativ metode og tekstanalyse. Det skyldes de mulighetene som denne metodeformen gir for grundig analyse av tekst. Helge Østbye og hans kollegaer påpeker at tekstanalyser ikke er en fremgangsmåte med en entydig oppskrift. Tekstanalyser er objektstyrt, noe som vil si at de framgangsmåtene som benyttes må styres av egenskapene til teksten(e) som skal analyseres (Østbye m.fl. 2007: 66). En kvalitativ analyse av innhold og mening i tekst gir mange muligheter når det kommer til måten materialet undersøkes og studeres på og metoden som benyttes. Blant de mest brukte metodene for å analysere innhold i tekst finner vi for eksempel innholdsanalyse (brukes ofte med kvantitativt fortegn), argumentasjonsanalyse, idé- og ideologianalyse, begrepshistorie, diskursanalyse, lingvistisk tekstanalyse, semiotisk analyse og retorisk analyse (Bergström & Boréus 2005; Neuendorf 2002). I tillegg til de overnevnte er også narrativ analyse eller narrative undersøkelser (kjært barn har mange navn) mye brukt for å analysere medietekster. Hvordan mediene konstruerer narrativer og dramaer i sin framstilling av et nyhetsforløp, så jeg på i kapittel 2, og narrativ analyse vil her være utgangspunktet for undersøkelsene av datamaterialet.

3.4 Operasjonalisering av narrativ analyse

I teorikapittelet så jeg på hvordan en sak i mediene over tid kan forstås som et narrativ og hvordan journalister og nyhetsjournalistikken kan forme utviklingen av en sak som et mediedrama. En sentral del av mediedramaturgien er, som jeg var inne på, journalistenes mulighet til å spille partene i en konflikt ut mot hverandre og danne grunnlaget for en serie oppslag, en medieføljetong. Narrative undersøkelser er en metode som egner seg godt for å

studere saker i nyhetene som går over en lengre periode, som nyhetsforløpene ved Statoil og Hydros to fusjonsforsøk i 2004 og 2006. I tillegg egner metoden seg godt til å undersøke poenger jeg tok opp i teorikapittelet med hensyn til mediemakt og forholdet mellom journalist og kilde i mediene.

Undersøkelser av fortellinger og historier benyttes som forskningsmetode innen rekke disipliner, som for eksempel litteraturstudier, historie, antropologi, sosiologi, lingvistikk og medievitenskap. Analyse ved hjelp av narrativer handler om å undersøke de fortellinger som framstiller og beskriver «en serie begivenheter som fører fra en relativt stabil situasjon til en annen» (Gripsrud 2006: 194). I denne oppgaven vil slike narrativer bli brukt for å analysere mediernes framstilling av fusjonsforsøkene mellom Statoil og Norsk Hydro. Fokuset vil settes på de kausale forbindelsene i nyhetsbildet, som drev mediernes behandling av nyhetene om fusjonsforhandlingene i 2004 og 2006 framover. De to narrativene av nyhetsforløpene som da formes, vil så sammenlignes for å gi svar på oppgavens forskningsspørsmål.

Det at narrativ analyse brukes innen såpass mange ulike akademiske disipliner, gjør at det naturlig nok ikke finnes bare én måte å utføre en slik analyse på. Alexa Robertson (2005: 221) fastslår derfor at narrativ analyse er en tverrvitenskapelig metode, der det ofte lånes og byttes ideer og framgangsmåter mellom fagfelt som tradisjonelt befinner seg lang unna hverandre. Robertson beskriver narrativ analyse som en verktøykasse. Oppi verktøykassen kan forskeren finne forskjellig utstyr og redskaper som kan tas i bruk for å bygge en metode for narrativ analyse som passer til de forskningsspørsmål man ønsker å undersøke (Robertson 2005: 223).

På samme måte presenterer heller ikke John W. Creswell (2007) noen bestemt fremgangsmåte for å gjennomføre undersøkelser av narrativer på. I stedet presenterer han en samling punkter (topics) og forslag som kan være nyttige for å utføre narrative analyser. Creswells (2007: 55-57) utgangspunkt er mer orientert mot intervjuer og analyser av historier fra enkeltindivider og grupper enn analyse av medietekster, som denne oppgaven baserer seg på. Men hans strategi for å gjøre undersøkelser av narrativer kan imidlertid fint tilpasses denne oppgavens forskningsspørsmål, og vise vei for hvordan analysen av nyhetsforløpene ved fusjonsforsøkene mellom Statoil og Hydro kan utføres.

Ifølge Creswell passer narrative undersøkelser best for å fange historiene til ett eller et fåtall hendelser. Årsaken er den omfattende datainnsamlingen som bør ligge til grunn for narrative analyser. I denne oppgaven er det mediernes behandling av to separate hendelser – Statoil og Hydros fusjonsforsøk i 2004 og 2006 – som vil være gjenstand for analyse. I tillegg til å samle

informasjon om den eller de historiene man ønsker å undersøke, vektlegger Creswell at er det viktig også å kunne gi et bilde av bakgrunnen og sammenhengen (the context) for historiene som forskeren ønsker å undersøke. I min undersøkelse og analyse vil historien være nyhetsforløpene rundt fusjonsforsøkene. Men kapittel 4 er et bakgrunnskapittel, der jeg blant annet ser på en del politiske og økonomiske faktorer som ligger til grunn for de to selskapenes ønske om – og forsøk på – å fusjonere.

Sentralt i oppgaven står selvsagt analysen av de to nyhetsforløpene og de historiene som her blir fortalt av og gjennom mediene. For å gjøre nytte av datamaterialet anbefaler Creswell å «refortelle» (restory) historien, og gi den en struktur «that makes sense» (Creswell 2007: 56). I denne oppgaven vil dette gjøres ved å samle nyhetene og nyhetsforløpet i en kronologisk rekkefølge. Som Creswell framholder:

One aspect of chronology is that the stories have a beginning, a middle, and an end. Similar to basic elements found in good novels, these aspects involve a predicament, conflict, or struggle; a protagonist, or main character; and a sequence with implied causality (i.e., a plot) during which the predicament is resolved in some fashion. (Creswell 2007: 56)

Forskeren kan deretter finne, trekke ut og analysere sentrale poenger i historiene:

Beyond the chronology, researchers might detail themes that arise from the story to provide a more detailed discussion of the meaning of the story. Thus, qualitative data analysis may be a description of both the story and themes that emerge from it. (Creswell 2007: 56)

Det vil altså i en analyse og sammenligning av nyhetsforløp være viktig å velge ut artikler og vise hva som skjer, hvordan og på hvilken måte saken utvikler seg og hvilke variasjoner i innholdet som finnes i de to nyhetsforløpene fra fusjonssakene i 2004 og 2006. Som Robertson (2005: 242) poengterer kan forskeren gjennom å rette oppmerksomheten mot historien som skapes av mediene, studere hvordan ulike temaer og verdier får sentrale posisjoner i nyhetsrapporteringens dramaturgi, og dermed også gjøre det mulig å ta i bruk og sammenligne et stort antall nyhetstekster.

3.5 Kvantitativ innholdsanalyse

Det er kvalitative metode og narrativ analyse som i denne oppgaven vil vies størst oppmerksomhet. Men i tillegg inneholder også oppgaven en kvantitativ innholdsanalyse av avisene i utvalget og deres dekning av fusjonsforsøkene. Kvantitativ betyr at det siktes «mot en tallmessig beskrivelse av materialet» (Østbye 2007: 210). En kombinasjon av kvantitative metoder og data

med kvalitative undersøkelser er vanlig, og dette kalles da ofte for triangulering (Ringdal 2001: 115; Østbye 2007: 120).

Hensikten med å gjøre en enkel kvantitativ innholdsanalyse i tillegg til den kvalitative, er å styrke den kvalitative delen av analysen. I kvalitative metoder må det ofte stoles mye på forskerens *tolkninger* og *skjønn*, mens målet med en kvantitativ innholdsanalyse er at den skal være *systematisk* og *objektiv*. At analysen skal være systematisk betyr at det formuleres generelle regler for hvordan materialet behandles, mens objektiv i denne sammenheng betyr at man så langt det er mulig prøver å redusere betydningen av skjønn (Østbye 2007: 210). Forhåpentligvis vil da også metodetrianguleringen bidra til å øke oppgavens validitet.

Som jeg var inne på i teorikapittelet, er konflikten sentralt for å drive et mediedrama framover og utvikle føljetongen. Jeg ønsker derfor også en enkel kvantitativ analyse og framstilling av hvordan fusjonssaken omtales i de enkelte artiklene fra utvalget i 2004 og 2006. Nærmere bestemt: Er konflikt mellom to eller flere parter sentralt for artikkelens framdrift og historie? Innholdsanalysen gjennomføres ved å telle, kvantifiseres og tallfeste antall artikler der konflikt er bærende for historien i utvalget av aviser.

Det jeg her er ute etter å finne fram til det Østbye (2007: 213) beskriver som «underliggende (latente) former for meninger i teksten». I og med at det da er snakk om tolkning av tekst kan dette gjøre at også den kvantitative innholdsanalysen får spor av subjektivitet. Østbye et al (2007: 213) framholder imidlertid at dette ikke nødvendigvis er et problem, og at man i medievitenskapen uansett har «akseptert at alle budskap må tolkes for å bli forstått av mottakerne». I den kvantitative delen av analysen er universet de fire avisene i utvalget, mens enhetene er artiklene fra avisene. Som nevnt er dette en relativt enkel innholdsanalyse. Jeg har derfor definert én variabel, med to variabelverdier. Se vedlegg 1 for oversikt over hvordan variablene og variabelverdiene er kodet.

3.6 Nærmere om analysestrategi

Hvordan dramaturgien er og utvikler seg i de to nyhetsforløpene blir nødvendigvis sentralt for undersøkelsene av empirien. Som påpekt i teoridiskusjonen henter Eide og Hernes (1987: 55) inspirasjon fra teater, og deler inn mediedramaer i tre-aktere. Disse tre aktene består, som hos Creswell (2007), av en begynnelse, midtdel og en avslutning. I første akt introduseres en strid, i andre akt følger en konfrontasjon og i tredje akt en refleksjon. For å identifisere aktene i mediedramaene rundt Statoil og Hydros fusjonsforhandlinger er det viktig å ha god oversikt over

sakenes nyhetsforløp og oppbygning. På den måten vil det være mulig å skille aktene fra hverandre og kartlegge når saken får sin begynnelse og blir introdusert (i første akt), går over i en midtdel og selve konfrontasjonen (i andre akt), før den avsluttes med innsikt og refleksjon (i tredje akt).

Oversikten i datamaterialet fikk jeg ved å plassere avisartiklene fra de to periodene i utvalget inn i dager, fra dag 1 i utvalget til dag 30. Analyseprosessen bestod i å lese tekstene (artiklene) systematisk og grundig flere ganger. Måten jeg leser nyhetsforløpene på har dermed også fått en narrativ struktur, og har bidratt til forståelsen av nyhetsforløpenes dramaturgi. Inndelingen av artiklene etter dager har, sammen med nærlesing gjentatte ganger, gjort at jeg har fått et godt bilde av utviklingen av sakene, nyhetsforløpet og mediedramaet. For lettere å gripe nyhetsforløpenes mest sentrale deler har jeg underveis i nærlesingen også tatt omfattende notater fra datamaterialet og hentet ut relevante utdrag fra artiklene. Jeg satt da igjen med utdrag og notater fra de to nyhetsforløpene i kronologisk rekkefølge, som jeg så redigerte og strukturerte om til de to narrative i kapittel 5 og 6. Her gir jeg ved bruk av utdrag, sitater og eksempler fra datamaterialet en kronologisk framstilling og analyse av mediedramaene, aktene og deres sentrale deler.

Ifølge både Robertson (2005) og Østbye et al (2007) kan en nyttig framgangsmåte for å analysere et nyhetsforløp og narrativens historie kan være plukke tekstene fra hverandre ved å stille spørsmål til dem. Men som Østbye et al (2007: 68) påpeker dreier det seg da også vel så mye om «å sette den sammen igjen på en ny måte som gir både analytikeren og analysens lesere økt forståelse for teksten». På den måten kan forskeren blant annet avdekke ulike perspektiver og strategiske posisjoner i nyhetsartikler og nyhetsforløp (Robertson 2005: 245). En annen måte kan ifølge Robertson være å kikke nærmere på nyhetsforløpets pedagogiske og dramaturgiske elementer. Bruker for eksempel journalistene i sine fortellinger ord som kan ha en «symbolsk verdi»? Hvordan beskrives for eksempel bedriftslederne i Statoil og Hydro i forhold til politikere og andre sentrale aktører i nyhetsforløpet?

Gjennom å konstruere og sammenfatte narrativer fra de to nyhetsforløpene i 2004 og 2006 viser jeg altså hva som skjer med sakene i media, hvordan de to nyhetsforløpene utvikler seg som mediedramaer, hvordan pressen opptrer og hvilke roller den spiller i de to nyhetsforløpene. Dette kombineres med en enkel kvantitativ analyse av datamaterialet. Undersøkelsene knyttes særlig opp til tre sentrale punkter diskutert i kapittel 2: I) mediedramaturgien og de forskjeller og likheter som finnes ved de to nyhetsforløpene, II) selskapenes front- og bakområder og journalistenes tilgang til informasjon i disse områdene, og III) forhold relatert til medienes makt.

3.7 Validitet og reliabilitet

De to begrepene *validitet* og *reliabilitet* brukes i forskningen for å måle troverdigheten i en undersøkelse, eller som Widerberg (2005: 18) skriver: «man må ta stilling til og legitimere sine kunnskapskrav».

Østbye m.fl. (2007: 25-26) mener validitet er et så omfattende begrep at det kan være vanskelig å gi en helt presis og dekkende beskrivelse, men mener enkelt sagt at validitet betyr «det å måle det en sikter mot å måle». Grønmo (2007: 234-237) presenterer tre ulike validitetstyper for kvalitative studier: *kompetansevaliditet* (som refererer til forskerens kompetanse for innsamling av kvalitative data på det aktuelle forskningsfeltet), *kommunikativ validitet* (som bygger på dialog og diskusjon mellom forskeren og andre om hvorvidt materialet er godt og treffende i forhold til problemstillingene i studien) og *pragmatisk validitet* (som viser i hvilken grad datamaterialet og resultatene i en studie danner grunnlag for bestemte handlinger, for eksempel dersom en studie kan brukes som utgangspunkt for forbedringer i en bedrift). I en del nyere kvalitativ forskningslitteratur har man imidlertid gått bort fra å bruke validitet og istedenfor erstattet det med *bekreftbarhet*. Grønmo (2007: 237) sier videre følgende om det å måle validitet/bekreftbarhet i kvalitative undersøkelser:

Den viktigste framgangsmåten for å vurdere validiteten er å foreta systematiske og kritiske drøftninger av undersøkelsesopplegget, datainnsamlingen og datamaterialet med vekt på de validitetstypene som er mest relevante for den aktuelle studien, og med referanse til de ulike aspektene ved hver av disse validitetstypene.

Reliabilitet betyr pålitelighet og dreier som om kvaliteten i innsamlingen, bearbeidingen og analysen av data (Østbye et al. 2007: 25-26), og at gjentatte målinger gir samme resultat. Som med validitetsbegrepet har man i en del nyere litteratur gått bort fra å bruke reliabilitet som en faktor for måle pålitelighet (Grønmo 2007: 228-229). Istedenfor brukes begrepet *troverdighet*. Å måle reliabilitet/troverdighet i kvalitative undersøkelser dreier seg om

(...) at de empiriske funn som presenteres er basert på data om faktiske forhold, og at disse data ikke bygger på forskerens rent subjektive skjønn eller skyldes tilfeldige omstendigheter under forskningsprosessen, men er innsamlet på en systematisk måte og i samsvar med etablerte forutsetninger og framgangsmåter i det undersøkelsesopplegget som er benyttet. Vurderingene av reliabilitet (eller troverdighet) vil på denne måten styrke tilliten til de empiriske analyseresultatene og de kvalitative data som analyseresultatene bygger på. (Grønmo 2007: 228-229)

Widerberg (2007: 18) hevder sågar at begreper som objektivitet, reliabilitet og validitet passer dårlig for kvalitativ forskning generelt. Widerbergs ståsted er kontroversielt, men hun begrunner det med at hensikten i kvalitativ forskning ikke er «at forskeren skal kunne være utskiftbar

(reliabilitet) eller at det er helt bestemt på forhånd hva man skal måle (validitet)». Den kvalitative forskeren skal imidlertid naturligvis være både saklig og pålitelig, og det kan forskeren ifølge Widerberg (2007: 18) vise gjennom å dokumentere og diskutere sine valg og tolkninger fortløpende i forskningsprosessen.

Når det gjelder tekstanalyse bemerker Bergström og Boréus (2005: 35-36) at den største utfordringen er knyttet til reliabiliteten. Problemet er intersubjektivitet, som i dette tilfelle vil si at ulike forskere ved å analysere det samme datamaterialet vil komme fram til samme resultat. Men selv om målet om intersubjektivitet i både samfunnsvitenskapelige og humanistiske forskningstradisjoner er svært vanskelig å tilfredsstille helt, bør god forskning «utmärkas av genomskinlighet och valgrundad argumentation» (Bergström & Boréus 2005: 36). Det krever for eksempel at tolkninger underbygges med sitater og referater fra tekstene som analyseres.

Videre er det viktig at jeg som tolker av tekst selv er bevisst på at det vil være en viss grad av subjektive fortolkninger av dataene som foreligger, og at man reflekterer over dette underveis i prosessen. Det ligger en stor utfordring ved bruk av kvalitativ metode som analyseform i at det vil være lett å velge ut, rapportere og vektlegge de data som stemmer overens med det man tror at stemmer, og har gjort seg opp en mening om på forhånd. Det er derfor viktig underveis i undersøkelsene å reflektere både over sine egne verdier og i hvor stor grad man som observatør har påvirket det fenomen som studeres (Ringdal 2001: 252-253). På den måten minimeres faren for at forskeren ser det han eller hun vil se, og dermed unnlater å ta med viktige momenter i datamaterialet som ikke passer med de tanker forskeren har gjort seg på forhånd.

Uansett hvilke begreper man bruker for å si noe om troverdigheten i et forskningsprosjekt, vil det i en oppgave som denne, med knapphet på både tid og ressurser, være en vanskelig oppgave å tilfredsstille alle krav til validitet/bekreftbarhet og reliabilitet/troverdighet. Når datamaterialet skal undersøkes kvalitativt, er det derfor ikke til å unngå at analysen vil påvirkes av meg som forsker og den «ballast» jeg drar med meg inn i studien. Det jeg imidlertid kan og må gjøre gjennom studien er å reflektere over det opplegget jeg legger for undersøkelsen og analysen av datamaterialet (bekreftbarhet), og være observant og kritisk til mitt eget ståsted når det kommer til analysen av de empiriske dataene (troverdighet). I tillegg støtter jeg meg som nevnt til en enkel kvantitativ analyse. Formålet med denne er å styrke den kvalitative delen av studien.

Datamaterialet valgt ut for denne oppgaven består av flere hundre små og store avisartikler. I den endelige presentasjonen av narrativene og de resultatene jeg som forsker etter hvert kommer fram til i analysen, vil det selvsagt være umulig å gi en fullstendig presentasjon av alle detaljer i

nyhetsforløpet (narrativet). Det kan ifølge Robertson gå ut over oppgavens troverdighet. Hvordan vet jeg, i egenskap av forsker og tolker av tekstene, at jeg har lest narrativet på samme måte som andre? Løsningen på problemet blir å sammenfatte materialet fra de to nyhetsforløpene som her skal studeres og sammenlignes i et narrativ. I kapittel 5 tar jeg for meg nyhetsforløpet rundt fusjonsforhandlingene i 2004, og i kapittel 6 ser jeg på mediernes behandling av saken fra 2006. Disse kapitlene er da i praksis et narrativ om et narrativ (Robertson 2005: 253).

4. Bakgrunn: historien, politikken og økonomien

Før jeg starter analysen av mediernes rolle i forsøkene på fusjon mellom Statoil og Hydro, vil jeg først se på noen forhold knyttet til selskapene og det økonomiske og politiske feltet. Årsaken til at dette er viktig å ha med inn i de videre undersøkelsene, er at disse forholdene også vil spille en rolle for utøvelsen av journalistikken. Kapittelet starter med en kort redegjørelse for Statoil og Norsk Hydros rolle og betydning i og for norsk petroleumsindustri. Kapittelet ser så på bakgrunnen for fusjonsforsøkene mellom Statoil og Norsk Hydro i 2004 og 2006 ut fra politiske forhold. Deretter rettes blikket mot de økonomiske faktorer og motiver som virket inn og spilte en rolle ved de to fusjonsforsøkene.

4.1 Statoil og Hydro – olje på norsk

For å skjønne hvorfor en fusjon mellom Statoil og Hydro var en såpass intrikat og vanskelig sak, er det viktig å kjenne litt til norsk oljehistorie og selskapenes posisjon på norsk sokkel. Det følgende avsnittet er en lynintroduksjon til Statoil og Hydros historie som olje- og gasselskaper.

Både Statoil og Hydro kunne før fusjonen ble gjennomført høsten 2007 se tilbake på mange og suksessrike år på norsk sokkel, og etter hvert også utenfor norsk territorium, i søken etter olje- og gassressurser. Grunnet for gigantselskapet som ble skapt ved fusjonen av Statoil og Hydro ble lagt på 60-tallet. Da ble norske myndigheter for første gang klar over hvilke enorme inntektskilder som ligger rett utenfor kysten av Norge.

Det ble derfor utarbeidet en plan for norsk oljepolitikk. Denne politikken gikk blant annet ut på at staten måtte spille en sentral rolle, og at avhengigheten til de store internasjonale gigantene i oljenæringen ikke måtte bli for dominerende. Dette gjorde staten og den borgerlige Borten-regjeringen blant annet ved å skaffe seg aksjemajoriteten i Norsk Hydro i 1970. Investeringen gjorde at staten gikk fra et eierskap på snaut 48 prosent i Hydro til en eierandel på 51 prosent av selskapet (Sagafos 2005: 218-219). I Hydro så man positivt på det statlige eierskapet, og innad i selskapet håpet man at Hydro ville kunne bli den norske stats «redskap» i oljevirkosomheten. Men ikke alle partiene på Stortinget delte de borgerliges syn på at Hydro burde være statens verktøy i utviklingen av norsk oljeindustri.

«Det er ingen grunn til, selv om vi er et lite land og et lite folk, ikke å tenke stort». Slik formulerer Statoils første direktør Arve Johnsen seg om formålet med opprettelsen av Statoil, et operativt oljeselskap eid 100 prosent av den norske stat (NRK 2009, Olje!: AS Norge). Som nevnt var det på borgerlig side opprinnelig et ønske om å gjøre Norsk Hydro til en stor statlig aktør. Men i 1971 kom Arbeiderpartiet i regjeringsposisjon. Ap ønsket sterkt å opprette et nytt helstatlig selskap. Ap fikk det til slutt som de ville, og forslaget om å opprette Statoil fikk enstemmig oppslutning på Stortinget den 14. juni 1972 (Lerøen 2006: 26). Dermed hadde Norge på begynnelsen av 70-tallet fire norske selskaper for utvinning av olje og gass: private Saga Petroleum og DNO, halvstatlige Norsk Hydro og det statlige Statoil.

Tidligere spesialkonsulent i Statoil, Bjørn Vidar Lerøen (2006: 26) skriver at «statens valg stod i realiteten mellom rollen som passiv skatteoppkrever eller aktiv aktør i Norges nye industrieventyr». Årsaken til at Arbeiderpartiet og norske myndigheter ønsket et 100 prosent statlig eierskap var i hovedsak at man vanskelig kunne favorisere et selskap i norsk industri som ikke var helstatlig. Samtidig var man heller ikke garantert at et delvis privateid selskap ville sette nasjonale hensyn øverst (Lerøen 2002: 117).

Utover på 1970-tallet ble det til tider et anstrengt forhold mellom Statoil og Hydro, som var Norges to største selskaper i olje- og gassindustrien. Statoil ble i 1972 opprettet som et heleid statlig oljeselskap, og knivingen og konkurransen mellom Hydro og Statoil om viktige blokker i Nordsjøen var stor. Som statseid oljeselskap fikk Statoil en rekke goder som andre oljeselskaper på norsk sokkel kunne se langt etter. Statoil var for eksempel garantert deltagelse i alle lisenser med 50 prosent, og hadde også en rett til å øke sin eierandel ved funn. De andre selskapene på norsk sokkel betalte dessuten for leteknøstnader (Lerøen 2002: 118).

Da Statoil ble opprettet i 1972, fikk selskapet mye makt og særrettigheter på norsk sokkel. I 1981 tok imidlertid Høyre-regjeringen til Kåre Willoch over etter Arbeiderpartiet og Gro Harlem Brundtlands regjering. Willoch startet en prosess for å redusere Statoils dominans og makt på norsk sokkel og i næringslivet. Målet var for Willoch-regjeringen var å bedre den politiske styringen, unngå sammenblanding av statens foretningmessige og forvaltningmessige oppgaver, samt å hindre makt- og avhengighetsforhold mellom næringslivet og norske myndigheter (Olsen 1989: 106). I politikken fikk man med dette på nytt aktivert de tradisjonelle høyre-venstre-motsetningene i norsk politikk. Motstanderne av denne reformen som Willoch og regjeringen ville gjennomføre mente at et svakere Statoil ville være negativt for konkurransen mot utenlandske interesser på norsk sokkel, og så en fare for at Statoil skulle bli for svakt utad. I

tillegg var det et argument at det ikke var noen bedrift som var underlagt samme grad av politisk styring og kontroll som nettopp Statoil. Tilhengerne mente derimot at Statoil hadde en for dominerende posisjon i forhold til andre oljeselskaper, og at mangfoldet var truet fordi Statoil representerte en uvanlig konsentrasjon av makt og innflytelse (Olsen 1989: 106-107).

Det hele endte med et oljepolitisk kompromiss mellom de ikke-sosialistiske partiene og Arbeiderpartiet. Reformen som til slutt ble gjennomført innebar at Statens direkte økonomiske engasjement (SDØE) ble opprettet. Ordningen trådte i kraft med virkning fra 1. januar 1985, og innebar at de fleste av Statoils utvinningstillatelser på norsk kontinentalsokkel ble delt i en direkte økonomisk del til staten (SDØE) og en økonomisk del til Statoil (Olje- og energidepartementet 2000: 41). Reguleringene som ble gjennomført reduserte Statoils eierandeler i feltene i Nordsjøen, og reformen fratok dermed også Statoil posisjoner og makt (Lerøen 2002: 75).

Det hindret imidlertid ikke vekst for Statoil, og på begynnelsen av 1990-tallet hadde Statoil vokst seg store på norsk sokkel. Selskapet hadde dratt god nytte av å være «en mellomting mellom et operativt oljeselskap på linje med de andre selskapene og et politisk instrument for nasjonal oljepolitikk» (Sejersted 1993: 202). Statoil hadde vokst i rekordfart, og gått fra å stå på bar bakke og én ansatt i 1972, til å være operatør på flere store olje- og gassfelt i Nordsjøen med mange tusen ansatte. Fram til 1999 fantes det tre store oljeselskaper i Norge, i Statoil, Hydro og Saga. I mai 1999 tok imidlertid Hydro initiativ til en sammenslåing av Hydro og Saga. Hydros kjøp av Saga ble gjort i samarbeid med Statoil, som allerede eide 20 prosent av Saga-aksjene. Avtalen innebar derfor at Statoil fikk overta 25 prosent av Sagas feltandeler. For Hydro gjorde oppkjøpet av Saga at deres olje- og gassproduksjon økte med 45 prosent, og reservene med 40 prosent (Sagafos 2005: 369-370). Politisk var det enighet om at tre petroleumsmiljøer var til det beste for industrien, men etter 1999-fusjonen stod Norge igjen med to slike miljøer: Hydro og Statoil.

Etter Hydro/Saga-fusjonen i 1999 ble etter hvert også en sammenslåing av Hydros olje- og gassdivisjon med Statoil luftet som en mulighet. Saken ble et politisk tema (Ask 2004: 71), og det skulle ikke gå mange år før fusjon i petroleumssektoren igjen ble aktuelt. At Norsk Hydro og Statoil skulle kunne føre samtaler om fusjon, var stikk i strid med politiske føringer på området og hva som den gang ble ansett som samfunnsøkonomisk fornuftig. Men i februar 2004 kunne pressen, også før det var bekreftet av selskapene selv, fortelle at Hydro og Statoil hadde ført samtaler om å fusjonere de to selskaperes olje- og gassavdelinger.

4.2 Politiske forutsetninger for fusjonssamtaler i 2004 vs. 2006

Før de første samtalene om fusjon mellom Statoil og Hydro ble kjent i februar 2004, hadde det skjedd en svært viktig forandring hos Statoil. I 2001 ble selskapet notert på Oslo Børs og New York Stock Exchange (Falkum og Tharaldsen 2011: 32), og dermed også underlagt børsenes regler og logikk. Inntil da hadde Statoil helt siden opprettelsen i 1972 hele tiden vært heleid av staten. Det ble det nå en slutt på. Med børsnoteringen åpnet man samtidig for nye eiere i selskapet med inntil 1/3 av selskapets verdi.

Men allerede på begynnelsen av 1990-tallet, lenge før børsnoteringen, hadde Statoil endret på en del av sin strategi. Selskapet innså at dersom man skulle fortsette å vokse, var det umulig kun ved hjelp av olje og gass fra norsk sokkel. I tillegg til å være en dominerende aktør i Norge ville Statoil nå også «internasjonaliseres» og forsøke å etablere virksomhet i andre land. Som en del av denne nye strategien inngikk Statoil i august 1990 en strategisk allianse med oljegiganten British Petroleum (BP). Målet med alliansen var at Statoil med BPs hjelp skulle «konverteres til å bli en internasjonal oljegigant» (Ryggvik 2009: 195).

Selv med BP på laget og deltagelse i flere store prosjekter, både i Afrika, Sør-Amerika og Asia, viste det seg imidlertid fort vanskelig for Statoil å markere seg og vokse utenlands. Samarbeidet mellom Statoil og BP gikk heller ikke alltid på skinner, og i januar 1999 endte alliansen de to selskapene imellom (Ryggvik 2009: 246). Slutten på BP-samarbeidet gjorde samtidig at Statoil måtte tenke nytt. Som jeg vil komme tilbake til, skjedde det på 1990-tallet en rekke store fusjoner i oljebransjen, og i alle fall delvis som en konsekvens av disse fusjonene foreslo Statoils styre i august 1999 at selskapet skulle delprivatiseres. Bakgrunnen for forslaget var at Statoil, for fortsatt å kunne henge med internasjonalt, måtte løsrive seg fra en del politiske begrensninger. I tillegg ønsket Statoil at deler av SDØE skulle overføres til Statoil, slik at selskapet kunne få større muskler til å kjempe med de store internasjonale oljeselskapene (Ryggvik 2009: 267).

En delprivatisering av Statoil var naturligvis et politisk spørsmål. Kjell Magne Bondeviks første regjering, en koalisjon bestående av Kristelig Folkeparti, Senterpartiet og Venstre, satt med makten da Statoil lanserte forslaget i 1999. Fordi det var stor uenighet innad i regjeringen, nølte imidlertid Bondeviks første regjering med å ta standpunkt og fremme et forslag som kunne behandles på Stortinget. Men da mindretallsregjeringen til Arbeiderpartiet og statsminister Jens Stoltenberg tok over i mars 2000, ble det fart på prosessen. Stoltenberg gjorde privatiseringen av Statoil til en politisk hovedsak (Ryggvik 2009: 272) og fikk det også som han ville. Den 18. juni 2001 ble Statoil børsnotert. Det politiske vedtaket innebar at staten skulle selge seg ned i Statoil

og slippe til en privat andel på rundt 30 prosent. Statoil fikk også kjøpe 15 prosent av andelene i SDØE, som så overførte de resterende andelene til det nyopprettede statseide selskapet Petoro. Ifølge Helge Ryggvik var tanken at staten fortsatt skulle ha kontrollen over Statoil, men at man med privatiseringen la grunnlaget for ytterligere vekst: «Privatiseringen skulle gi Statoil muligheten til å ta det endelige skrittet for å bli et av verdens dominerende oljeselskaper» (Ryggvik 2009: 279).

Noen plan fra politikerne var det kanskje ikke, men med Statoil privatisert ble samtidig også et viktig hinder på veien for en fusjon mellom Statoil og Norsk Hydro passert. Når Statoil ikke lenger var helstatlig, åpnet det seg nemlig nye muligheter for samarbeid. Og det gikk heller ikke lenge etter privatiseringen av Statoil før de første utspillene om fusjon mellom Statoil og Norsk Hydro kom. I august 2002 gikk Statoil-styreleder Leif Terje Løddesøl ut og sa Statoil ville være interessert i en fusjon, dersom Hydro også fant det fornuftig. Løddesøls utspill ble imidlertid møtt med kraftig politisk motstand, blant annet fra olje- og energiminister Einar Steensnæs i KrF og leder for Statoils bedriftsforsamling, daværende ordfører i Trondheim, Anne Kathrine Slungård. Kritikken førte til at Løddesøl etter hvert måtte forsøke å moderere sitt opprinnelige utspill om å slå sammen Statoil og Hydros olje- og gassdivisjon (Ask 2004: 69). Den politiske motstanden syntes imidlertid ikke å skremme Statoil-ledelsen nevneverdig, og under et foredrag på Lillehammer i januar 2003 var det konsernsjef i Statoil, Olav Fjell, sin tur til å luften ideen om å slå sammen Norges to største oljeselskaper til ett:

Det er klart vi har vurdert en sammenslåing av Hydros olje- og gassvirksomhet med vår. Vi har brukt mye tid på det. Det er både plusser og minuser her. Vår vurdering er at dette ikke er et realistisk alternativ nå. Det betyr ikke at vi kan legge til side og glemme det for alltid. Da hadde vi ikke gjort jobben vår. (Ask 2004: 71)

I januar 2003 ser altså heller ikke Statoil selv på en sammenslåing med Hydro som et realistisk alternativ. Men det tok ikke engang ett år før Statoil-pipen hadde fått en helt annen lyd. Før jul i 2003 fant konstituert Statoil-sjef Inge K. Hansen og Hydro-sjef Eivind Reiten sammen. Samtaleemnet var strategi, og herunder en sammenslåing av selskapene (Ask 2004: 73). Dette skjedde altså bare 11 måneder etter at Statoil (ved daværende konsernsjef Olav Fjell) uttalte at «dette ikke er et realistisk alternativ nå».

Fra Statoil ble delprivatisert av Arbeiderpartiet og til samtalen om fusjon mellom Statoil og Hydro ble kjent første gang i februar 2004 hadde Norge igjen hatt regjeringsskifte. På nytt var det en mindretallsregjering, Kjell Magne Bondeviks andre regjering, denne gang bestående av Kristelig Folkeparti (KrF), Venstre og Høyre. Både statsminister Bondevik (KrF) og olje- og energiminister Einar Steensnæs (KrF) var ukjente med fusjonssamtalene før nyheten ble spredt

gjennom mediene. Men etter hvert som mer informasjon kom på bordet i februar 2004, uttalte de seg begge som motstandere av en fusjon. De første dagene var imidlertid ikke holdningen blant politikerne på Stortinget direkte avvisende. («Selv SVs energipolitiske talsmann, Hallgeir Langeland, avviste ikke tanken» (Ask 2004: 76).) Men ettersom dagene gikk og mer informasjon om prosessen og planene kom fram, vokste motstanden. På Stortinget ble det etter hvert politisk enighet fra SV til Høyre om at en fusjon mellom Statoil og Hydro ikke var ønskelig. Eneste parti som var uttalt positive til fusjon var Frp (Dagens Næringsliv 14.2.2004 s6).

Uten politisk støtte fra sine største eiere blir det vanskelig å tvinge gjennom en fusjon, og den manglende ryggdekningen politisk ble da også avgjørende for sakens utfall. Som jeg etter hvert skal komme tilbake til måtte Statoil og Hydro gjøre retrett etter mye bråk rundt fusjonen i mediene. Forhandlingene om fusjon måtte legges på is, og fordi selskapene også måtte sende ut børsmelding og orientere om at samtale var avsluttet, ble konsekvensen at Statoil og Hydro heller ikke kunne gå inn i nye slike drøftinger på lang tid (Ask 2004: 76).

Som nevnt stilte politikerne seg negative til en fusjon mellom Statoil og Norsk Hydro i februar 2004. Blant de største motstanderne den gang var politikere i sentrale posisjoner, som daværende statsminister Kjell Magne Bondevik (KrF) og olje- og energiminister Einar Steensnæs (KrF). Men da nye fusjonsforhandlinger igjen ble aktuelt i desember 2006, var situasjonen en annen. Siden forrige fusjonsforsøk mellom Statoil og Hydro hadde Norge fått en flertallsregjering bestående av Arbeiderpartiet (Ap), Sosialistisk Venstreparti (SV) og Senterpartiet (Sp). Og med Jens Stoltenberg, samme mann som fikk gjennomslag for delprivatiseringen av Statoil i 2001, i statsministerstolen var fusjonsstemningen hos politikerne endret fra kjølig til positiv.

Ap-statsminister Jens Stoltenberg og hans to statsråder i henholdsvis Olje- og energidepartementet (Odd Roger Enoksen, Sp) og Nærings- og handelsdepartementet (Dag Terje Andersen, Ap) var selv delaktige i sluttfasen av forhandlingene (Dagens Næringsliv 19.12.2006 s4-5), og i en pressemelding fra statsministerens kontor 18. desember 2006 ønsket Stoltenberg sammenslåingen velkommen:

- Dette innleder en ny epoke. Vi skaper et verdensledende energiselskap og gir Norge et sterkere olje- og gassmiljø. (...) Sammenslåingen gir et sterkere og mer konkurransedyktig selskap både nasjonalt og internasjonalt, sier Stoltenberg.
- Det nye selskapet vil bidra med store verdier til det norske samfunnet. Dette gir et godt grunnlag for å møte de utfordringene olje- og gassvirksomheten står overfor. Regjeringen mener at forslaget om fusjon av olje- og gassvirksomheten i de to selskapene er industrielt og strategisk fornuftig, sier statsministeren. (Statsministerens kontor 2006)

Regjeringen informerte samtidig om at den hadde som mål å være langsiktig eier i det fusjonerte selskapet, med en intensjon om over tid å øke eierandelen til 67 prosent. I pressemeldingen het det også at regjeringen vil videreføre sin eierskapspolitikk. «Det innebærer at selskapet skal drives etter de samme forretningsprinsipper som Hydro og Statoil hittil har blitt drevet etter». I Stoltenbergs regjering fra 2006 hadde med andre ord selskapene sikret seg en viktig politisk alliert, og dermed et helt annet politisk fusjonsklima enn tilfellet var tilbake i 2004.

4.3 Økonomiske forutsetninger for fusjonssamtaler i 2004 vs. 2006

Hovedtanken bak opprettelsen av Statoil var at selskapet skulle spille hovedrollen i olje- og gassvirksomheten på den norske kontinentalsokkelen. Men fordi mesteparten av markedene lå utenfor Norge ble Statoil, i det selskapet også begynte å produsere olje og gass utenfor landets grenser, et internasjonalt selskap (Lerøen 2002: 249). Som nevnt bestemte Statoil på begynnelsen av 1990-tallet seg for at de ikke var fornøyde med å bli værende «kun» på norsk sokkel. I *Dråper av svart gull* (2002: 251) skriver Bjørn Vidar Lerøen at «Statoils veivalg ved inngangen til 1990-årene var brutalt nok å følge med utviklingen på den norske kontinentalsokkelen, og å dø ut med den siste dråpe av svart gull, eller å gå ut i verden for å forlenge livet for selskapet og gjøre norsk oljeindustri til en global aktør».

Sett i lys av dette er det kanskje ikke så rart at ledelsen i Statoil så behovet for å komme seg ut i verden og vokse seg større. Statoil så etter en samarbeidspartner som ville dele investeringer og risiko ved olje- og gassleting internasjonalt, og som allerede opererte i flere land og hadde solid letekompetanse. Det ble vurderte samarbeid med flere store internasjonale selskaper, blant annet britisk-nederlandske Shell og italienske Agip. Men til slutt ble et samarbeid med British Petroleum (BP) inngått i 1990, og det ble også Statoils inngangsbillett til det internasjonale markedet. Statoil gikk inn i prosjekter verden over, i land i Europa, Vest-Afrika, Asia og Sør-Amerika.

Men etter nesten 10 år med samarbeid gikk Statoil og BP hver til sitt i 1999. Allerede året før ble det klart at BP skulle fusjonere med det amerikanske oljeselskapet Amoco. BP/Amoco-sammenslåingen var den første store av en «fusjonsbølge» i oljebransjen på 1990-tallet, og snart fulgte en rekke tilsvarende sammenslåinger. Årsaken ligger i at det i den knallharde kampen om nye oljereserver rundt om i verden er det å være stor ofte sett på som et mål i seg selv. På den måten får selskapene mulighet til å være til stede og delta i flere prosjekter samtidig, og det øker igjen sannsynligheten for å få et forsprang i områder hvor det blir gjort nye funn (Ryggvik 2009: 244-245). Etter BP/Amoco-fusjonen fulgte en sammenslåing mellom Exxon og Mobil (som er

blant historiens største, uavhengig av bransje). Deretter fusjonerte Chevron med Texaco, før Conoco slo seg sammen med Philips. Så fusjonerte de franske selskapene Total og Elf, som senere også tok over FINA.

Statoil, med tilgang på store olje- og gassforekomster og et operativt ansvar på norsk sokkel, var ikke noe lite oljeselskap målt opp mot de andre aktørene internasjonalt på 1990-tallet. Bruddet med samarbeidspartner BP var heller ikke altfor vondt for Statoil. Men de mange og raske fusjonene i oljeindustrien som ble gjennomført omtrent samtidig på tampen av 1990-tallet, var det verre med. De mange fusjonene gjorde at avstanden opp til de største «over natta» var blitt enda større enn da Statoil startet sin internasjonaliseringsstrategi på starten av 1990-tallet (Ryggvik 2009: 257). Det gjorde samtidig også at Statoil nå var enda lenger unna målet om å bli blant de ledende oljeselskapene i verden. Statoil måtte med andre ord gjøre noe. Blant de tingene Statoil gjorde for å kunne vokse og øke sin handlefrihet var å presse på politikerne for å få gjennom den omtalte delprivatiseringen og introdusere selskapet på børs, som ble gjennomført av Aps mindretallsregjering i 2001.

Som statseid hadde en fusjon med andre selskaper vært både en politisk og praktisk umulighet, men delprivatiseringen gjorde nå dette til en reell mulighet for Statoil. Riktig nok var det også etter privatiseringen en del forhold som begrenset Statoils muligheter til oppkjøp eller fusjon med andre selskaper. Staten skulle fortsatt eie rundt 70 prosent av Statoil, og dette politiske vedtaket gjorde det samtidig umulig å fusjonere med utenlandske selskaper (Ryggvik 2009: 301-302).

I Norge hadde man på begynnelsen av 2000-tallet to oljeselskaper av betydelig størrelse, og som jeg var inne på i diskusjonen rundt politiske forhold, tok det ikke lang tid før giganten Statoil begynte å flørte med det noe mindre Norsk Hydro for å få til en sammenslåing. Både i næringslivet og i det politiske miljøet var det en gjengs oppfatning at det som på sikt var best for petroleumssektoren, samfunnsøkonomisk sett, var å sikre to store miljøer for utvinning av olje og gass. På den måten ville en sunn konkurranse i næringen opprettholdes. Selskapene ville utfordre hverandre og dermed også utvikle petroleumindustrien på viktige områder, som for eksempel innen teknologi og innovasjon. Dette var særlig blitt gjeldende etter Norsk Hydro og Statoil «slaktet» det privateide og tredje store norske petroleumsselskapet Saga og delte det mellom seg i 1999 (se for eksempel Engelstad m.fl. 2003; Ask 2004: 71).

Ordentlig seriøst med tanke på en fusjon mellom Statoil og Hydro ble det imidlertid ikke før rundt årsskifte i 2004, og i februar ble det gjennom mediene kjent at Statoil og Norsk Hydro

hadde ført samtaler om en sammenslåing av selskapenes avdelinger for olje og gass. Ryggvik og Engen (2005: 53) beskriver situasjonen rundt fusjonssamtalene på denne måten:

Da planene om en fusjon mellom Statoil og Norsk Hydros olje- og gassdel ble kjent i februar 2004 trodde åpenbart direktørene i de to selskapene og deres styreledere at viktige politiske hindringer var ryddet av veien (Aftenposten 11.2.2004). Lenge før planene ble luftet med politikere som kunne være en nøkkel for å drive gjennom et flertallsvedtak var det ført dyptgripende diskusjoner om hva en fusjon ville bety helt konkret. Trolig har man allerede tenkt ut løsninger om hvor et eventuelt hovedkvarter skal være, hvem som skal være direktør m.m. Planene om å rykke raskt frem ble imidlertid effektivt stoppet da tidligere Statoil-direktør, Arve Johnsen, gikk hardt ut mot planene (Aftenposten 20.2.2004). Det ble umulig å fremstille fusjonen som en selvfølgelig, ukontroversiell utvikling når selve nestoren i norsk oljevirksomhet så klart markerte seg imot. Johnsens hovedargument var at det i et langt perspektiv ville være ødeleggende for den teknologiske utviklingen på norsk sokkel hvis de to selskapene med størst innsikt i forholdene på norsk sokkel sluttet å konkurrere.

Et annet viktig moment er at Statoil i februar 2004 stod uten konsernsjef. Konstituert i stillingen var imidlertid en handlekraftig Inge K. Hansen. Uten fast øverste sjef hadde selskapet vært siden den såkalte «Horton-saken» (ofte referert i media som «Iran-skandalen») året før. I september 2003 måtte både daværende Statoil-sjef Olav Fjell og styreleder Leif Terje Løddesøl gå av, da det ble avdekket at selskapet hadde drevet med bestikkelser og korrupsjon for å sikre en kontrakt for utbygging av det iranske gassfeltet South Pars. Som en konsekvens av korrupsjonen måtte Statoil blant annet betale om lag 120 millioner kroner i bot til amerikanske antikorrupsjonsmyndigheter, og i tillegg ila norsk Økokrim selskapet en bot på 20 millioner kroner (Statoil 2006a). Mest smertefull var nok ikke boten i seg selv, men den solide ripen i lakken som selskapet fikk. På bakgrunn av Horton-saken mente mange, inkludert ansatte i selskapet, at Statoil var svekket, og at fusjonssamtalene med Norsk Hydro derfor kom på et svært lite gunstig tidspunkt (Ask 2004: 74). Hydro på sin side var våren 2004 midt oppe i en restrukturering av selskapet som blant annet innebar en utskillelse av landbruksdivisjonen i et eget selskap, Yara. Selv om selskapene altså hadde satt seg ved bordet for å diskutere fusjon, førte samtalene også samtidig til usikkerhet i de to selskapene. Aftenposten (21.2.2004 s10) beskriver det slik:

De første følerne skal han (Inge K. Hansen) ha sendt ut før jul, men det var først på nyåret samtalene begynte. Målet var å danne Norges største selskap en nasjonal energichampion. Statoil ble overrasket over at Hydro plutselig sa ja til samtaler, så overrasket at det i Statoil grodde frem en viss skepsis blant de involverte. Ville Hydro utnytte Statoils svake stilling i kjølvannet av Iran-saken? På Hydros side fryktet en at Statoil kom dit med skittentøyet etter Iran-skandalen.

Som denne gjennomgangen av situasjonen i næringslivet, økonomien og politikken viser, var en fusjon mellom Statoil og Hydro et kontroversielt tema. Etter at planene om å slå sammen Statoil og Norsk Hydros olje- og gassdivisjon måtte skrinlegges i februar 2004, var det en stund relativt stille om fusjon rundt selskapene. I avisene kunne man imidlertid med ujevne mellomrom lese

artikler som omtalte en mulig sammenslåing mellom Statoil og Hydro. Helge Ryggvik og Ole Andreas Engen (2005: 7) hevder dette ofte dreide seg om det de kaller for «prøveballonger» fra selskapene, og at disse hadde «til hensikt å legge forutsetningen til rette for å drive gjennom nok en stor endring i norsk oljepolitikk, uten en grunnleggende demokratisk debatt». Sannhetsgehalten i dette utsagnet til Ryggvik og Engen skal jeg ikke diskutere her, og like hyppig kom dessuten utspillene fra eksterne oljeanalytikere. Argumentasjonen var ofte at en fusjon mellom de to norske selskapene ville gjøre det lettere å få innpass utenlands, først og fremst i det gigantiske Stockman-feltet på russisk side i Barentshavet.

Ifølge Ryggvik (2009: 306-307) hadde det for «de fleste med en viss nærhet til oljevirkksomheten» helt siden februar 2004 vært kjent at det i ledelsen av både Statoil og Hydro fantes et ønske om å fusjonere selskapene sammen til ett. Bakgrunnen lå i et ønske om å hevde seg utenlands. Statoil hadde siden tidlig på 1990-tallet hatt internasjonalisering av virksomheten som et uttalt mål. På samme måte hadde Hydro gjennom 1990-tallet og begynnelsen av 2000-tallet jobbet for å bygge opp reserver utenfor Norge, men uten å lykkes i særlig grad.

Etter at fusjonsplanene måtte skrinlegges i 2004, hadde Statoil på ledersiden nå fått inn «norsk næringslivs wonderboy» Helge Lund som konsernsjef. Selskapet hadde også rukket å komme seg etter den nevnte Horton-saken tre og et halvt år tidligere. Hydro var på sin side ferdig med utskillelsen av landsbruksdivisjonen Yara, som nå stod på egne bein. Helge Ryggvik (2009) hevder også at både Statoil og Norsk Hydro hadde sett seg om etter andre mulige kandidater for fusjon og/eller oppkjøp, men ingen av dem hadde funnet noen passende selskaper. Samtidig hadde begge selskapene også i større grad tatt inn over seg at framtidig vekst ikke ville være mulig ved satsing kun på norsk sokkel. Til det er olje- og gassreservene som antas å være igjen på norsk sokkel for små, og vanskelig og kostbare å hente opp. «Ved å slå seg sammen slapp de to å konkurrere med hverandre om de få godbitene som var igjen» (Ryggvik 2009: 307) og for fortsatt vekst ville det også bli nødvendig å vokse utenlands (Johnsen 2008: 344). Og så, da det nærmet seg jul i 2006, nesten tre år etter at fusjonsforhandlingene første gang måtte avbrytes, fant selskapene sammen på nytt.

5. 2004: Første fusjonsforsøk

I de fire avisene som brukes i denne oppgavens analyse av mediernes rolle rundt fusjonsforhandlingene (Dagbladet, Dagens Næringsliv, Aftenposten og Stavanger Aftenblad) ble det i løpet av 30 dager i 2004, fra 10. februar til 12. mars, til sammen skrevet 84⁴ artikler om Statoil, Hydro og samtalen om å slå sammen selskapene. I dette kapittelet konstruerer jeg en narrativ av dette nyhetsforløpet. Jeg trekker fram og analyserer artikler og hendelser som jeg anser å være spesielt relevant. Inspirert av Eide og Hernes (1987) vil nyhetsforløpet bygges opp som et mediedrama i tre akter.

5.1 Første akt

Formiddagen den 10. februar 2004 kan journalist Alf Ole Ask, som har olje- og gasssektoren som dekningsområde, og hans arbeidsgiver Aftenposten, publisere en artikkel som avslører at det har pågått fusjonssamtaler mellom Statoil og Hydro. I artikkelen (Aftenposten Aften 10.2.2004 s10) med tittelen «Hydro og Statoil dropper fusjon» skriver avisen blant annet at «Statoil og Norsk Hydro har ført samtaler om å slå sammen selskapene til det som ville blitt Norges største selskap». Ifølge avisen skal imidlertid samtalen være avsluttet på tidspunktet da artikkelen publiseres. Aftenposten oppgir ingen kilder til opplysningene, men benytter istedenfor formuleringer som «etter det Aftenposten erfarer» og «etter det Aftenposten forstår», som er vanlige uttrykk å bruke når pressen ønsker å verne rundt sine kilder, og ikke gå direkte ut og avsløre hvor og hvem man har fått informasjon fra.

Etter at Aftenposten skriver om fusjonssamtalene mellom selskapene må både Statoil og Hydro, for å tilfredsstille børsen og andre interessenter, sende ut presse- og børsmeldinger som bekrefter samtalen. I sine pressemeldinger er både Statoil og Hydro sparsomme med opplysninger. Med tittelen «Ikke grunnlag for nærmere samarbeid» skriver Statoil (2004):

Samtaler om et nærmere strategisk samarbeid mellom Statoil og Hydro førte ikke fram, og er avsluttet.

⁴ Jeg regner alle avisenes forsideoppslag som såpass sterkt knyttet til artiklene inne i avisene at forsiden ikke er med i oversikten. De faller inn under hver enkelt artikkel som forsideoppslagene henviser til inne i avisen.

Statoils styreleder Jannik Lindbæk bekreftet under en presseorientering i Stavanger i dag, 10. februar, at det har vært ført sonderende samtaler på ledelsesnivå mellom de to selskapene.

«Statoil har vurdert et forretningsmessig samarbeid med Hydro som interessant. Det er interessante, forretningsmessige perspektiver, og spørsmålet har også vært luftet tidligere. Denne gang ble det imidlertid etter kort tid konstatert at det ikke var grunnlag for å fortsette samtale,» sa Lindbæk. (...)

Norsk Hydro på sin side er enda mer sparsommelige med informasjon. I pressemeldingen «Samtaler om samarbeid med Statoil avsluttet» (Norsk Hydro 2004) nøyer selskapet seg med å melde følgende:

Samtaler om et nærmere strategisk samarbeid mellom Hydro og Statoil er avsluttet, går det fram av en pressemelding tirsdag.

Hydro bekrefter at det i kort tid har vært ført samtaler på ledelsesnivå mellom de to selskapene. Samtalene er nå avsluttet, heter det i meldingen.

Sammen med den lille artikkelen som står på trykk i Aftenpostens aftenutgave (10.2.2004 s10) danner pressemeldingene fra Statoil og Hydro grunnlaget for den videre medieføljetongen. De neste ukene følger en lang rekke artikler i mediene om fusjonsforhandlingene mellom selskapene. En mulig fusjon mellom Statoil og Hydro ville selvsagt få konsekvenser for Norges største næring, olje- og gasssektoren. Fordi staten stod som største eier både i Statoil og i Norsk Hydro, ble fusjonssamtalene også en sak for politikerne på Stortinget. Innledningsvis fokuserer derfor mediene på de politiske sidene ved en fusjon mellom Statoil og Hydro. Til å begynne med er det, både på tvers av partiene og innad i egne partirekker, vanskelig å enes om et standpunkt i saken. Er en fusjon ønskelig, eller vil en sammenslåing av de to største selskapene på norsk sokkel føre til en svekket olje- og gasssektor, og dermed noe det må legges politisk makt bak for å stoppe?

I sin dekning dagen etter at fusjonssamtalene ble gjort kjent, vektlegger både Aftenposten og Stavanger Aftenblad de politiske sidene ved saken. De to avisene ender imidlertid opp med helt ulike vinklinger på sine artikler. Aftenposten (11.2.2004 s1) har på forsiden av avisen tittelen «Politikerne sier ja til Statoil/Hydro». Avisen skriver videre i forsideoppslagets ingress: «For første gang sier et politisk flertall ja til en fusjon mellom Statoil og Norsk Hydro. Det ble i går kjent at det har vært fusjonssamtaler, men at samtale denne gangen ble lagt på is.» Stavanger Aftenblad (11.2.2004 s1) har på sin forside samme dag følgende ingress:

Aksjeanalytikere mener at en fusjon mellom Statoil og Norsk Hydro vil tvinge seg fram i løpet av de neste 12 månedene. Men politikere fra de store partiene unntatt Frp og SV er negative til en fusjon mellom selskapene.

De to avisene intervjuer forskjellige politikere i de ulike partiene på Stortinget, og kommer dermed – selv med et likt sakspremiss – fram til to ulike vinklinger. I Aftenposten (11.2.2004 s9) er politikere fra alle partiene som intervjues åpne for en fusjon. Unntaket er intervjuobjektet fra KrF. Aftenposten skriver: «På Stortinget er det kun KrFs Bror Yngve Rahm som ikke tar bølgen». Blant politikerne som intervjues i Stavanger Aftenblad (11.2.2004 s2) er situasjonen motsatt. Olje- og energiminister Einar Steensnæs, tidligere olje- og energiminister Olav Akselsen (Ap), Leif Frode Onarheim (H) og Bror Yngve Rahm (KrF) er ifølge avisen alle negative til fusjon. Unntakene på Stortinget finner Stavanger Aftenblad i SV og Frp:

De eneste virkelig positive politikerne er fra fløypartiene SV og Frp: – Fornuftig at ledelsen og styret i de to selskapene vurderer hva som er mest hensiktsmessig organisering i fremtiden. Jeg ser gjerne at de to selskapene fortsetter samtalen ved en annen anledning, sier Øyvind Vaksdal, Frps mann i Stortingets energi- og miljøkomité. (Stavanger Aftenblad 11.2.2004 s2)

Avisen snakker også med Hallgeir Langeland (SV), som mener at «det kan være naturlig og riktig å slå sammen de to selskapene, forutsatt at Statens eierandel ikke svekkes, og helst styrkes». Aftenposten og Stavanger Aftenblad bruker altså den samme tolkningsrammen, men fordi partikildene avisene velger å kontakte og bruke i stor grad ikke er de samme, blir vinklingene i de to avisene vidt forskjellige. Det fører dermed til at Aftenposten (11.2.2004 s9) skriver en sak der det nå er «politisk ja til en storfusjon», mens Stavanger Aftenblad (11.2.2004 s1) samme dag skriver at «politikere fra de store partiene unntatt Frp og SV er negative til en fusjon».

Men premisset for det som driver fusjonssaken framover i pressen, og som skaper mye av grunnlaget for medieføljetongen, er imidlertid ikke politisk uenighet på Stortinget. Avhengig av på hvilket nivå og hvor langt man i Statoils og Hydros ledelse hadde kommet i samtalen om en fusjon mellom selskapene, ville det på tidspunktet da samtalen ble seriøse nok, være naturlig også å informere sin største eier om forhandlingene. I Statoil var staten i 2004 desidert største eier, med nær 82 prosent av aksjene i selskapet. Også i Hydro var staten største eier, men her med en aksjepost på 43 prosent. Spørsmålet som både politikere og medier stilte var imidlertid: Når har man kommet så langt i forhandlingene om en fusjon at det er naturlig å varsle sin største eier? Dagbladet er først ut med en artikkel om dette 11. februar, dagen etter at fusjonen ble gjort kjent. Under tittelen «Ukjent med «Hydroil»», skriver avisen at olje- og energiminister Einar Steensnæs var «totalt ukjent med fusjonssamtalen mellom Hydro og Statoil før nyheten sprakk i media i går morges» (Dagbladet 11.2.2004 s17). Avisen skriver at dersom det hadde vært seriøse samtaler med tanke på sammenslåing, skulle Steensnæs som representant for hovedeieren i Statoil vært informert, og at «fusjonssamtaler mellom Statoil og Hydro er av en slik karakter at de må ha

politisk ryggdekning». Dagen etter at nyheten om samtalene ble kjent er imidlertid Steensnæs klar på at selskapene ikke hatt gått over streken:

– Dette har bare vært uformelle og helt uforpliktende sonderinger innenfor rammen av det et selskap må kunne gjøre uten å binde seg opp. Det må være greit. Men hadde det dreid seg om forhandlinger, forutsetter jeg at de hadde kommet til eieren, sier Steensnæs til Dagbladet. (...)

– Dette er en type uformelle samtaler som det føres mye av i og mellom mange selskaper, men som ikke er forpliktende og derfor burde vært holdt fortrolige. Når slikt kommer ut, skaper det lett turbulens og uro som kan være skadelig for selskapene, sier Steensnæs. (Dagbladet 11.2.2004 s17)

Avisen skriver videre at Statoil-styreleder Lindbæk så seg nødt til å offentliggjøre historien om fusjonssamtalene for å stoppe ryktene som begynte å gå. Styrelederen siteres på følgende: «– Av hensyn til markedet, Børsen og våre egne eiere valgte vi å gå ut og fortelle om dette» (Dagbladet 11.2.2004 s17). At selskapene *valgte* «å gå ut og fortelle om dette» er i beste fall en sannhet med modifikasjoner. Selskapene ble etter hvert klar over at flere og flere interessenter fikk vite om at det pågikk samtaler om fusjon. Da informasjon om samtalene nådde pressen, hadde selskapene i realiteten ikke noe annet valg enn å bekrefte kontakten. I pressemeldingene som sendes ut fra Statoil og Hydro forsøker imidlertid selskapene å dempe betydningen av fusjonssamtalene, blant annet ved kun å betegne dem som «sonderende samtaler på ledelsesnivå» (Statoil 2004, Norsk Hydro 2004).

Dagbladet følger dagen etter opp sin egen nyhetssak fra 11. februar med kommentaren «Et kuppforsøk». Dagbladets kommentator Halvor Elvik hevder her blant annet at «en sammenslåing nå av Statoil og Hydro ville foregå i strid med de økonomiske tyngdelover». Elvik skriver:

Det er noe helt galt med de avbrutte samtalene om sammenslåing av Statoil og Hydro. Økonomiredaktør Ola Storeng i Aftenposten skrev i går at fusjonsforhandlinger ofte er persondrevet, og at en sammenslåing nå ville bringe Hydro-sjef Eivind Reiten helt til topps som statskapitalismens wonderboy, og samtidig sikre Inge K. Hansen en ærerik avgang som Statoil-sjef. Skulle det være det minste fnugg av slike personlige motiver i det som har foregått mellom toppsjefene, burde det rammes av straffeloven. (Dagbladet 12.2.2004 s3)

I kommentaren er ikke Elvik nådig, og fortsetter i krasse ordlag mot både ledelsen i Statoil og Hydro: «Det som er lekket ut i offentligheten, får initiativet til å se ut som et foreløpig mislykket forsøk på kupp» (Dagbladet 12.2.2004 s3).

I Dagens Næringsliv (13.2.2004 s7) neste dag uttrykker også konserntillitsvalgt og styremedlem i Statoil, Stein Bredal, sin misnøye med måten Hansen og særlig Lindbæk har håndtert saken på. Med overskriften «Skuffet over Lindbæk» forteller avisen at Bredal er «svært overrasket over at

styreformann Jannik Lindbæk og konstituert konsernsjef Inge K. Hansen valgte å kjøre et løp i forhold til Hydro uten å ta med resten av styret):

- Jeg synes det er merkelig at man kommer så langt uten at noen visste om det, sier Bredal.
- *Hvordan reagerte du da disse samtalen kom opp i styret?*
- Det var med stor forbløffelse jeg hørte om samtalene, sier Bredal.

Som Statoil-styremedlem er det naturlig å anta at Bredal etter hvert har blitt informert om samtalene og prosessen. At han siteres på at «det er merkelig at man kommer så langt uten at noen visste om det» er blant de første tegn i mediene som kan tyde på at Statoil og Hydro var kommet lenger i fusjonssamtalene enn selskapene selv ga uttrykk for i pressemeldingene (Statoil 2004, Norsk Hydro 2004) som ble sluppet 10. februar.

Det er her allerede i første akt tegn til at pressen bruker sin makt – både i nyhetsjournalistikken og kommentarjournalistikken – til å holde den øvrige makten i samfunnet ansvarlig. Mediene retter søkelys mot det de mener er kritikkverdig, og for å få til det spiller de sentrale aktører i oljeøkonomien og oljepolitikken ut mot hverandre. Tidlig kan det dermed tyde på at journalistikken fyller sin rolle og opptrer som «formidler mellom makten og dens demokratiske grunnlag» (Slaatta 2003: 137).

I løpet av de tre første dagene etter at nyheten om fusjonssamtaler ble kjent, får altså styreleder Lindbæk og konstituert konsernsjef Hansen i Statoil kritikk både fra sine eiere, ved politikerne, av mediene og fra de ansatte i selskapet (særlig ved tillitsvalgt Stein Bredal). Slik avsluttes også første akt i mediedramaet rundt fusjonsforsøket mellom Statoil og Hydro. Konflikten deltagere er presentert og deres ståsted i saken luftet, slik at alt lå til rette for å ta føljetongen videre, inn i andre akt og en ny fase. Og det skulle snart bli enda hetere rundt ørene på Statoils lederduo.

5.2 Andre akt

Andre akt innledes 14. februar ved at konflikten tilspisses ytterligere. Dagbladet (14.2.2004 s14-15) skriver da at det er «oppvask etter fusjonssamtaler» i Statoil, og at leder Anne Kathrine Slungård i selskapets bedriftsforsamling⁵ forlanger «full forklaring». Slungård sier blant annet i avisen: «(...) jeg forventer at vi på bedriftsforsamlingens møte 16. mars får en tydelig redegjørelse fra styreleder og konsernsjef om den prosessen som har foregått». Også SV-nestleder og

⁵ Bedriftsforsamlingens oppgave er å velge styret basert på valgkomiteens innstilling, og å overvåke styrets og konsernsjefens forvaltning av selskapet.

stortingsrepresentant Øystein Djupedal kommer på banen og «sparer ikke på kruttet», som Dagbladet skriver, i sin omtale av fusjonssaken:

- Toppledelsen i Statoil og Hydro opptrer uten fullmakter når de innleder fusjonssamtaler uten å ha informert sin største eier, staten, raser Djupedal.
- Olje- og energiminister Einar Steensnæs har bekreftet overfor Dagbladet at han var totalt ukjent med fusjonssamtalene mellom topplederne i de to oljekjempene før nyheten sprakk i media.
- Totalt uakseptabelt og arrogant av ledelsen i Statoil, der staten eier hele 82 prosent. Staten som eier kan ikke finne seg i dette. Statsråd Steensnæs må reagere overfor styret i Statoil, sier Øystein Djupedal opprørt. (Dagbladet 14.2.2004 s14-15)

Både hos ledelsen i Statoil (ved konsernsjef Inge K. Hansen og styreleder Jannik Lindbæk) og ledelsen i Norsk Hydro (ved konsernsjef Eivind Reiten og styreleder Egil Myklebust) er det svært få kommentarer i media om fusjonssamtalene den første tiden etter at de blir gjort kjent. Lengst de første dagene går Eivind Reiten, som under presentasjonen av Hydros resultatregnskap for 2003 ifølge Dagbladet (17.2.2004 s12) kun vil si følgende: «– Jeg vil ikke si noe om hvem som tok initiativet til samtalene». Avisen skriver imidlertid videre at Reiten likevel bekrefter at «han ikke så noen grunn til å orientere myndighetene om samtalene han hadde med Statoils konstituerte sjef».

Lite informasjon om samtalene kommer ut, og Statoil og Hydros ledelse ser en stund ut til å lykkes med sin strategi om å si minst mulig i pressen om fusjonssamtalene, trolig i et håp om at mediene vil miste interessen for saken. Men 11 dager etter at Aftenposten skriver om samtalene for første gang, gjør avisen igjen livet surt for ledelsen i selskapene. 21. februar (s1) har Aftenposten følgende tittel på forsiden av avisen: «Statoilpensjonist stoppet fusjon». I forsideingressen skriver avisen videre:

Da Statoils første toppsjef, Arve Johnsen (70), fikk høre ryktene om fusjonsplanene mellom Statoil og Norsk Hydro, satte han i gang en ringerunde i sitt omfattende nettverk. Resultatet var at de to selskapene ble tvunget til å sende ut en børsmelding om at samtalene var avsluttet. Aftenposten kjenner til at samtalene ble avsluttet som følge av rykteflommen og ikke fordi partene mistet troen på prosjektet.

Artikkelen er skrevet av Alf Ole Ask, samme journalist som avslørte og skrev om samtalene første gang 10. februar. Under tittelen «Stanset ny norsk oljegigant» skriver Aftenposten (21.2.2004 s10) inne i avisen at det etter hvert var flere og flere som fikk kjennskap til fusjonssamtalene, som startet som et rykte under oljekonferansen på Sanderstølen i begynnelsen av februar. Avisen skriver at da «ordfører Leif Johan Sevland i Stavanger var på tråden, forsto Statoil at ryktene med god hjelp hadde tent en politisk gressbrann». Aftenposten og journalist Ask skriver videre:

Det var bare snakk om tid før ryktene om samtaler ville ha nådd mediene, noe de også gjorde for Statoil og Hydro rakk å sende ut børs melding. Børs meldingen slo fast at det hadde vært samtaler, men disse var avsluttet. Kilder sier at samtaler ikke ble avsluttet fordi de to selskapene fant det industrielt lite attraktivt: Samtaler ble i første rekke avsluttet fordi saken ble kjent.

Både i Statoil og i Hydro er det krefter som fortsatt ønsker en sammenslåing. Men at selskapene ble tvunget til å avslutte samtaler, gjør det vanskeligere å gjenoppta kontakten. At partene dessuten ikke klarte å holde forhandlingene skjult, men ble tvunget til å sende ut meldinger om forhandlingene, gjør at det må ta tid før Statoil og Hydro kan sette seg til bordet. Juridiske vurderinger i de to selskapene har gått ut på at det kan være snakk om minst ett år. (Aftenposten 21.2.2004 s10)

Avisen hevder også å vite at det var konstituert Statoil-konsernsjef Inge K. Hansen som tok initiativ til forhandlingene allerede før jul, men at det først var på nyåret selskapene begynte samtaler. Målet, skriver Aftenposten, var «å danne Norges største selskap en nasjonal energichampion». Avisen skriver at «selv med rykteflommen på Sanderstølen bestemte de seg ikke for å avslutte samtaler». Det endte til slutt med at fusjonsmotstandere som Arve Johnsen fikk greie på hva som foregikk. Avisen mener også å vite at «hverken Statoil eller Hydros ledelse ønsket at samtaler skulle bli kjent og dermed idéen torpedert». Statoils tidligere toppsjef Johnsen tok imidlertid sitt gamle nettverk fra oljebransjen og Statoil i bruk for å stoppe samtaler, noe som til slutt også resulterte i Aftenpostens artikkel og de første avsløringene av fusjonssamtaler i media elleve dager tidligere, 10. februar.

I boken *Hvem skal eie Norge?* beskriver Aftenposten-journalist Alf Ole Ask (2004) hvordan Arve Johnsen på vei hjem fra en reise til USA fikk nyss om at Statoil og Hydro hadde ført samtaler om fusjon. Ask skriver at på flyplassen traff Johnsen på gamle kjente, og at han her ble konfrontert med et rykte som var snappet opp på den årlige internasjonale oljekonferansen på Sanderstølen to dager tidligere. Hjemme i Norge satte Arve Johnsen i gang med en ringerunde og startet det Ask i boken betegner som en «politisk prairiebrann». Den tidligere Statoil-sjefen brukte sine kontakter i oljemiljøet til å lekke informasjon om fusjonen i tilstrekkelig grad til at selskapene måtte stanse planene. Et slikt hendelsesforløp bekreftes også av Arve Johnsen (2008: 336) selv: «I løpet av 24 timer etter min telefonsamtale sendte Statoil og Hydro ut pressemeldinger med beskjed om at drøftelsene mellom selskapene var avsluttet. Da var jeg fornøyd.»

Som nevnt kunne altså Aftenpostens journalist den 10. februar 2004 skrive den første saken om fusjonssamtaler, som først ble publisert på Aftenposten.no og seinere samme dag i avisens Aften-utgave. Alf Ole Ask ble for avsløringene nominert til SKUP-prisen⁶, og i en metoderapport

⁶ SKUP er norsk presses pris for fremragende undersøkende journalistikk. Asks avsløring om fusjonssamtaler mellom Statoil og Hydro var nominert til prisen i 2005.

om arbeidet med saken beskriver Ask (2005) hvordan det var mer eller mindre tilfeldig at han fikk greie på at det hadde foregått fusjonsforhandlinger:

10. februar 2004 hadde jeg fått i oppdrag å lage et miniportrett av Arve Johnsen, Statoils første administrerende direktør. Han fylte 70 år senere i måneden. Jeg hadde kort tid før fått hans mobilnummer, men mistet det.. For raskest mulig å komme i kontakt med mannen, ringte jeg til Statoil og sa som sant var at jeg hadde hatt Johnsens nummer, men mistet det, og ba om hjelp til å få fatt i det fordi jeg måtte snakke med ham. Jeg sa ikke hva det gjaldt.

– Herregud, har han ringt deg også, sa vedkommende. Jeg fant denne uttalelsen underlig og la til at jeg for så vidt hadde god kontakt med Johnsen. Denne telefonsamtalen førte til at jeg raskt forsto at noe hadde skjedd i Statoil. Jeg startet dermed en telefonrunde og kort tid etterpå kunne jeg legge ut på aftenposten.no at det hadde vært ført fusjonsdrøftelser mellom Statoil og Hydro, men at disse hadde strandet.

Som konsekvens av en litt tilfeldig oppringning til Statoil starter Ask undersøkelser som gjør at han etter hvert får tilgang til opplysninger om fusjonssamtalene som Statoil og Hydro åpenbart ønsket å beholde internt. Selskapene klarer ikke å holde samtalene om fusjon fortrolig i et «ikke-offentlig bakrom» (Allern 1997:76). At pressen får tilgang til denne informasjonen om fusjonssamtalene, er avgjørende for utviklingen av nyhetsforløpet og den videre dramaturgien som utspiller seg i mediene. Statoil og Hydros bakregion, som bare skal være tilgjengelig for dem som er autorisert til å være på innsiden, blir åpnet for pressen, og dette skjer på et tidspunkt som gjør at kildene på innsiden, som stod for fusjonsforhandlingene i selskapene, åpenbart ble tatt på senga. Ask (2005) beskriver det på følgende måte i sin rapport til SKUP:

Statoil og Hydro ga umiddelbart inntrykk av at dette var foreløpige samtaler, de ville ikke kalle dette for forhandlinger. Dette forsøkte de å selge i alle fora der de slapp til, for å dempe inntrykket av at de forhandlet bak hovedeierens, statens, rygg. (...) Fusjonssamtaler mellom to børsnoterte selskap skal være noe av det mest hemmelige som finnes. Jeg fikk tidlig indikasjoner om at det ikke var foreløpige eller løse samtaler som var ført, men derimot helt konkrete forhandlinger. (Ask 2005)

Det Ask sier er altså at Statoil og Hydro, med hjelp av ulike informasjonssubsidier (pressemeldinger m.m.), prøvde å kommunisere en sminket versjon av saken, tilpasset en situasjon der kontakten mellom selskapene allerede var gjort kjent. Dette gjør selskapene etter at deres informasjonshindre, selskapenes «forsvarsverk», ikke lykkes i å holde mediene ute fra bakregionen og forhindre mediene fra å rapportere om fusjonssaken.

Det er her åpenbart en interessekonflikt mellom ulike aktører i saken. En del av de politiske aktørene får kjennskap til at Statoil og Hydros ledelse – de økonomiske aktørene – har drevet samtaler om å slå selskapene sammen. Etter hvert som «brannen» sprer seg, får også mediene vite om samtalene, som resulterer i starten på en medieføljetong. Mediene klarte å trenge gjennom de informasjonshindre selskapene hadde satt opp, og fikk dermed opplysninger som skulle vært

forbeholdt selskapenes bakområder. For Statoil og Hydro blir konsekvensen av disse lekkasjene at den informasjonen som kommer fra selskapenes frontområder, for eksempel i form av pressemeldinger som tidlig ble sluppet fra selskapene, nå virker mot sin hensikt. Aftenposten avslører at Statoil og Hydro hadde kommet lenger i fusjonssamtalene enn selskapene innledningsvis selv hevdet. Dette setter selskapenes tidligere uttalelser om at det kun var snakk om «sonderende samtaler» i et merkelig lys. Statoil og Hydro blir her tatt i å snakke usant overfor pressen, og selvsagt mer graverende, overfor sine egne eiere, politikere og staten.

Mediedramaet ruller ufortrødent videre, og Aftenposten følger opp sin egen sak dagen etter. Aftenposten (22.2.2004 s10) kan da fortelle at «flere i styret kan ha kjent til fusjonsprat», og at hvis så er tilfelle vil det kunne «skape interne problemer i styret». Personene som ifølge Aftenposten kan ha kjent til samtalene er utvalget i styret som jobbet med å finne ny, permanent konsernsjef. Styreleder Jannik Lindbæk vil ovenfor avisen ikke benekte at andre styremedlemmer var orientert om samtalene, og i avisen kan man lese følgende dialog mellom Lindbæk og journalist Alf Ole Ask:

- Det jeg vil si om det er at saken ikke kom så langt at den ble behandlet i styret, sier Lindbæk til Aftenposten. (...)
- *Når en innleder fusjonssamtaler som har så stor betydning for jakten på å finne en konsernsjef, kan en ikke da gå ut fra at dette utvalget på tre personer ble orientert?*
- Samme svar: Saken er ikke behandlet i styret, sier styrelederen.
- *Så du benekter ikke at de to andre kjente til fusjonssamtalene?*
- Jeg kan bare si at saken ikke er behandlet i styret.
- *Men det er ikke det jeg spør om.*
- Nei, men det er det jeg svarer, sier Lindbæk. (Aftenposten 22.2.2004 s10)

For å poengtere at Lindbæk svarer svært unnnvikende på spørsmålene som stilles, velger journalisten å sette dialogen mellom dem ordrett på trykk. Det er tydelig at journalisten her har informasjon som skulle vært forbeholdt Statoils bakområder, og spørsmålene er åpenbart svært ubehagelige for Lindbæk. Dette er et godt eksempel på hvordan mediene her er på offensiven overfor hendelsene og sakens andre aktører. Det viser samtidig også hvor presset Statoils ledelse er. I samme artikkel kommer det også fram at det man tidligere trodde hadde vært samtaler mellom styrelederne og konsernsjefene i Statoil og Norsk Hydro, i virkeligheten omfattet mange flere mennesker – på begge sider i selskapene:

Et sted mellom 15 og 20 personer i Statoil visste trolig om samtalene, som fant sted blant annet under oljepolitiske seminarer i Sandefjord i januar og på det internasjonale oljetoppmøte på Sanderstølen i den første uken i februar. (...) I Norsk Hydro var Eivind Reiten, finansdirektør John Ove Ottestad, konserndirektør Tore Torvund og strategidirektør David W. Nunn informert. På et senere tidspunkt ble også informasjonsdirektør Cecilie Ditlev-Simonsen og leder for informasjon til aksjemarkedet, Peik Norenberg innlemmet i hemmeligheten. Begge styrelederne, Jannik Lindbæk fra Statoil og Egil Myklebust i Hydro, var informert og hadde et møte. (Aftenposten 22.2.2004 s10)

I dagene som følger, er presset stort på Statoils styreleder Jannik Lindbæk og konstituert konsernsjef Inge K. Hansen. De får knallhard kritikk for håndteringen av fusjonssaken fra alle hold, og mediene er krasse i sine omtaler av de to og samtalene mellom Statoil og Hydro. Særlig Aftenposten kjører saken hardt, og 23. februar går de ansattes representant i Statoil-styret Stein Bredal hardt ut mot sin styreleder, og mener håndteringen av fusjonssaken skader Statoil:

- Det er uholdbart hvis det er på den måten det foregår, sier Stein Bredal til Aftenposten når han blir konfrontert med at flere enn Jannik Lindbæk i styret kan ha kjent til fusjonssamtalene mellom Norges to oljegiganter. (...)
- *Tror du dette vil få noen konsekvenser i styret?*
- Det er viktig først å få en redegjørelse. Men slik saken er blitt håndtert hittil, mener jeg Statoil er skadelidende, sier Bredal. (Aftenposten 23.2.2004 s11)

Som vi har sett var Aftenposten avisen som brakte nyheten om at Arve Johnsen var svært sentral i prosessen for å stoppe planene om en fusjon mellom Statoil og Norsk Hydro. Men avisen lar heller ikke Johnsen slippe unna kritikk. På lederplass 23. februar karakteriseres Johnsens handlinger rundt Statoil og Hydros fusjonssamtaler som «utidig innblanding» (Aftenposten 23.2.2004 s9):

Johnsen mener en sammenslåing mellom landets to store oljeselskaper vil skade landet. Det må han gjerne mene, men det er lang vei fra å benytte talefrihet til å gripe aktivt inn i bedrifters konkrete utviklingsplaner. (...) Seriøse investorer stiller seg skeptisk til å investere i bedrifter som drives på politisk ad hoc-basis fra sidelinjen. De mange finansskandalene de siste årene har for alvor vekket verdens investorer, som daglig diskuterer hva som kan regnes som god bedriftsstyring - eller god Corporate Governance. Arve Johnsen har gitt oss et eksempel på det motsatte.

Det at heller ikke Johnsen, som viser seg å være Aftenpostens primærkilde til informasjonen om fusjonssamtalene, unngår kritikk, viser tydelig hvordan det er mediene som i stor grad bestemmer utviklingen av konflikten og mediedramaet. I forholdet til kildene og sakens andre aktører synes det å være mediene som har makten – både i det økonomiske og politiske feltet. Det er økonomi- og næringslivsjournalistikken som setter premissene for hvordan saken skal utvikle seg videre, og kampen om hvem som har makten, mellom mediene og de profesjonelle kildene, ser altså i stor grad ut til å være «vunnet» av mediene.

I tillegg til Aftenpostens lederartikkel har også Dagens Næringslivs redaksjonssjef Magne Otterdal en kommentar («Nytt spørsmål om tillitt», DN 23.2.2004 s4) som kritiserer Statoils ledelse for håndteringen av saken, og på lederplass 24. februar summerer Stavanger Aftenblad (24.2.2004 s9) opp momentene i fusjonssaken og konkluderer med at dette «i sum viser (...) at samtalene om sammenslåing av Statoil og Hydro ble etablert på et så sviktende grunnlag at det var godt de ikke kom lenger». Av alle meningsbærende artiklene i utvalget er det imidlertid Dagbladets Halvor Elvik lengst i sin kritikk av Statoils ledelse. I kommentaren «Det ringer, det ringer...» (Dagbladet

25.2.2004 s3) skriver han at «jo mer vi får vite om det mislykte kuppforsøket til vikarsjefen i Statoil, jo mer skandaløst og amatørmessig virker det». Kommentaren er illustrert med en karikatur av Inge K. Hansen, som sklir på en Statoil-logo tegnet som oljesøl på bakken. Elvik skriver:

Statoils konstituerte konsernsjef Inge K. Hansen er vel nå i et slags fritt fall uten særlig støtte fra noen kant. Det er ikke bra for selskapet. Statoils nye styreformann Jannik Lindbæk som ble trukket inn i, eller snublet inn i, fusjonsforsøket, strever med å unngå å bli dratt med i fallet. Hans autoritet som eiernes representant og styreleder er sterkt svekket. (Dagbladet 25.2.2004 s3)

Olje- og energiminister Einar Steensnæs (KrF) forholder seg forholdsvis rolig og sier lite om hva han mener om fusjonssamtalene. Men i Dagens Næringsliv (25.2.2004 s11) tar ministeren bladet fra munnen. I artikkelen «Klart nei til fusjon» 25. februar skriver avisen:

Olje- og energiminister Einar Steensnæs gjorde det igår klart at han ikke synes en fusjon mellom Statoil og Hydro er noen god idé. (...)

– Ingen har til nå klart å overbevise meg om at en fusjon mellom de to selskapene er en god idé, svarte Steensnæs. Han gjorde det klart at dette gjelder både industrielt sett, ut fra konkurransemessige hensyn og ut fra målsettingen om å bevare to norske miljøer på norsk sokkel.

I dagene som følger, fortsetter kritikken mot Lindbæk og Hansen i Statoil-ledelsen med uforminsket styrke. 26. februar skriver både Dagbladet (26.2.2004 s17) og Aftenposten (26.2.2004 s15) at statsminister Kjell Magne Bondevik refser det som av Aftenposten syrlig beskrives som «fusjonskameratene». Under en pressekonferanse er statsminister Bondevik ifølge Dagbladet klar i sin sak:

– Min oppfatning er at eier skal informeres, sa Bondevik, og viste til at det ville ha vært riktig ettersom et stort antall personer i begge selskapene etter hvert var informert om de pågående drøftingene mellom konstituert konsernsjef Inge K. Hansen i Statoil og konsernsjef Eivind Reiten i Norsk Hydro. (Dagbladet 26.2.2004 s17)

Aftenposten refererer til den samme pressekonferansen med Bondevik, og skriver i tillegg at også Oslo Børs nå «krever en forklaring», og en liste over hvilke personer som visste om fusjonssamtalene, i tillegg til når disse fikk vite om samtalene. Ifølge avisen er det en rutinemessig henvendelse fra børsen til selskapene, som kommer etter at Aftenposten skrev om antallet personer som etter hvert visste om fusjonssamtalene.

I Aftenposten følges det opp med en kritisk lederartikkel med tittelen «Statoil i ny tillitskrise» påfølgende dag (27.2.2004 s10). På lederplass skriver avisen:

Omstendighetene rundt de avbrutte fusjonssamtalene mellom Statoil og Hydro fremstår som uvanlig lite profesjonelle. Mens rundt tretti personer tilknyttet de to selskapene kjente til samtalene,

var styrene og selskapenes største eier ikke informert. Nå har Oslo Børs tatt første skritt i retning av en granskning. (...) Uansett hva man måtte mene om selve ideen om en fusjon mellom landets to største oljeselskaper, er det åpenbart at informasjonsflyten rundt samtalene var ute av kontroll. Dersom de var blitt ført som sonderinger mellom toppsjefene i de to selskapene, hadde det ikke vært helt avgjørende å informere selskapenes største eier - den norske stat. Men når det viser seg at et trettitalls mennesker har visst noe, inkludert Statoils faste finansielle rådgiver Morgan Stanley, er det noe nær en skandale at olje- og energiminister Einar Steensnæs ikke var informert. Statsminister Kjell Magne Bondevik uttrykte sin utvetydige misnøye på en pressekonferanse tirsdag denne uken.

Slik går teppet ned og avslutter andre akt i mediedramaet og konflikten rundt fusjonsforhandlingene mellom Statoil og Norsk Hydro. Verken Statoil eller Hydro klarer gjennom sine frontområder å rette opp noe særlig av inntrykket som skapes av og i mediene. Narrativet av nyhetsforløpet viser, i tråd med Eide og Hernes' (1987) triangelhypotese, at pressen lykkes godt med å utøve fortellende og dramatiserende makt ved å framprovosere andre aktører og institusjoner til å reagere på hverandre. I tillegg er pressen også svært delaktig i mediedramaet med meningsbærende kommentarjournalistikk. Et inntrykk av mediene som anførere opprettholdes også i tredje og siste akt. Her er det tid for ettertanke, og en mer ydmyk Statoil-ledelse.

5.3 Tredje akt

Kritikken mot ledelsen i Statoil (og også i en viss grad i Hydro) blir så stor at Statoil-styreleder Jannik Lindbæk 27. februar ser seg nødt til å sende ut en egen, personlig pressemelding. Der skriver Lindbæk at han «tar til etterretning regjeringens syn om at hovedeierne skal informeres om substansielle og konkrete drøftinger med andre selskaper knyttet til vesentlige endringer i selskapsstruktur og eierforhold» (Dagbladet 28.2.2004 s16). Lindbæk siteres samme dag i Dagens Næringsliv (28.2.2004 s7) på at: «– Jeg kan se at jeg burde informert den store eieren på et noe tidligere tidspunkt».

På lederplass skriver Dagbladet (28.2.2004 s2) at «denne saken har preg av solid skandale». Stavanger Aftenblad (28.2.2004 s7) henter et sitat fra en NTB-melding der olje- og energiminister Steensnæs uttrykker at han er fornøyd med presiseringen fra Statoils styreleder: «Med denne har jeg fått den nødvendige klargjøring, slik at det nå er fastslått hvordan rutinene skal være. Med dette er det ryddet opp i det som måtte være av misforståelser».

Etter at Lindbæk kommer med det som nok av mange blir tolket som en beklagelse og unnskyldning til regjeringen og Stortinget, blir også fokuset mot ham som leder noe mindre i mediene – i alle fall for en periode. Saken blir ikke interessant igjen før 4. mars, når Lindbæk etter et styremøte i Statoil forteller at hans rolle i fusjonssamtalene var større enn han tidligere har

erkjent, og at konstituert konsernsjef Inge K. Hansen ikke drev noe sololøp for å fusjonere Statoil og Hydro. I artikkelen «Ba om Hydro-samtaler» skriver Dagens Næringsliv (4.3.2004 s8):

Etter første kontakt med Hydro sier Lindbæk nå at han burde ha satt en fot i bakken og tenkt seg om når det gjaldt de videre forhandlinger - spesielt angående informasjon til staten som største eier og til styret i Statoil. (...)

– Jeg gikk til Inge Hansen og ba om en oppdatering på hvor saken sto, og hvilken historikk saken hadde. Hansen nevnte at han allerede hadde planlagt et regulært møte med Eivind Reiten (generaldirektør i Hydro, red.anm). Jeg ba Hansen om å luften spørsmålet med Reiten. Initiativet var mitt. Inge Hansen handlet etter fullmakter fra meg, fastslår Lindbæk. (Dagens Næringsliv 4.3.2004 s8)

Stavanger Aftenblad (4.3.2004 s7) refererer fra det samme møtet med pressen etter selskapets styremøte, og skriver:

– Etter at fusjonstemaet var brakt på bane, burde jeg vurdert hvorledes jeg skulle informert så vel staten som hovedeier og hele styret. Det tar jeg selvkritikk på, sa Lindbæk som tidligere har beklaget at olje- og energiminister ikke ble informert - og som nå altså fulgte opp med en beklagelse overfor styret.

Dagbladet fortsetter å kjøre hardt på Lindbæk og hans rolle i fusjonssamtalene på kommentarplass, og lørdag 6. mars har avisen en leder som nærmest er et karakterdrap av Statoils styreleder. I lederartikkelen «Lindbæk bekrefter kupp» skriver avisen blant annet:

Slik denne skandalesaken nå står etter Lindbæks siste forklaringer, må vi trekke den konklusjon at Statoils styreleder bevisst valgte å ikke spørre statsråden, som han visste var imot en fusjon. I stedet satte han i gang en prosess som dersom den ikke hadde lekket ut, kunne blitt lagt fram som et fait accompli det ville vært vanskelig å stanse.

Altså som et kupp av liknende art som det Hydros Egil Myklebust gjennomførte da han for drøye fire år siden egenhendig avvirket den nasjonale oljepolitiske målsetting om å opprettholde tre uavhengige oljemiljøer. Vi leser Lindbæks siste forklaringer som en innrømmelse av at det var et kuppforsøk mot selskapets hovedeier som fant sted i januar, og at han var obersten bak det. (Dagbladet 6.3.2004 s2)

I lengre tid hadde Statoil stått uten noen permanent konsernsjef, altså personen som skal styre selskapet i det daglige. Inge K. Hansen, som særlig i starten fikk mye av skylden for fusjonssamtalene med Hydro, var kun konstituert (midlertidig) sjef i Statoil. Det ble Hansen etter at Olav Fjell måtte gå fra stillingen som følge av den såkalte «Iran-skandalen» i 2003. En av styreleder Jannik Lindbæks hovedoppgaver var å finne en ny, permanent leder og konsernsjef til Statoil. Det var derfor mange – både i mediene, på Stortinget, i næringslivet og innad i selskapet – som reagerte på at Hansen, som «bare» var konstituert konsernsjef, og Lindbæk, hvis hovedoppgave de fleste mente burde være å finne Statoils nye sjef, brukte tid og krefter på å innlede fusjonssamtaler med Hydro. Allerede før det blir kjent at selskapene har diskutert en

fusjon, er det mange som mener at prosessen med å finne en ny konsernsjef i Statoil tar for lang tid. Når fusjonssamtalene blir avslørt 10. februar, har Statoil vært uten fast toppsjef i over fire måneder, siden september 2003. Etter hvert som konfliktene i fusjonsdramaet utvikler seg, og kritikken mot ledelsen vokser, blir det også flere artikler som handler om hvem som til slutt kommer til å ende som Statoils nye leder. I mediedramaets tredje akt skrives stadig flere artikler som handler om den ledige stillingen som konsernsjef i Statoil, og arbeid med å finne en egnet kandidat.

Mediene spekulerer blant annet i om grunnen til at det drøyer med å finne ny Statoil-sjef, er bråket rundt fusjonsforsøket med Hydro. Et eksempel er hentet fra en artikkel i Aftenposten 3. mars (s10), med tittelen «Ny Statoil-sjef lar vente på seg». Her skriver avisen: «Spekulasjoner har i den senere tid gått ut på at flere sjefskandidater har trukket sin interesse tilbake, ikke minst som følge av det nylige og omstridte fusjonsforsøket mellom Statoil og den gamle erkerivalen Norsk Hydro». I samme artikkel skriver også Aftenposten at det er blitt «antatt at fusjonsforsøket - som ikke medførte fusjon, men irritasjon fra en uvitende norsk regjering - har svekket Hansens muligheter til å bli permanent konsernsjef», samt at det er blitt «satt spørsmålsteget ved Lindbæks fremtid som styreformann i Statoil» (Aftenposten 3.3.2004 s10).

I de påfølgende dagene fortsetter mediene å spekulere i aktuelle navn til sjefsstillingen, hvorfor det drøyer med ansettelsen og når man kan forvente en avklaring. Morgenen 8. mars kan imidlertid Stavanger Aftenblad (8.3.2004 s7), som landets eneste avis⁷, melde at Statoil har ansatt Helge Lund som ny toppsjef. På avisens forside kan styreleder Lindbæk meddele at «Helge Lund var førstevalget vårt». Nyheten følges opp og blir naturlig nok bredt dekket av Aftenposten, Dagens Næringsliv og Dagbladet dagen etter, 9. mars. Med ansettelsen av Lund som ny sjef en knapp måned etter at fusjonssamtalene ble gjort kjent, får Statoil også endelig fokuset over på noe annet enn diskusjoner rundt fusjonssamtalene.

Ansettelsen setter også et punktum for mediens hardkjør mot Statoil og selskapets toppledelse, og avslutter også tredje akt i mediedramaet rundt fusjonssamtalene i 2004. I tredje akt er det klart at Statoil og Hydro innser at såpass mye informasjon rundt fusjonssamtalene er lekket ukontrollert ut i mediene at ledelsen må innta en ny holdning. Særlig Statoils ledelse må kripe til korset og innrømme overfor sine eiere at de burde informert om samtalene på et tidligere tidspunkt. Mediene får i tredje akt det de ofte er ute etter i et mediedrama, nemlig en beklagelse

⁷ Ifølge databasen Retriever er Stavanger Aftenblad eneste papiravis som skriver om saken i morgendnummeret 8. mars. NTB og Aftenpostens aftenutgave skriver om ansettelsen seinere på dagen.

og innrømmelse fra Statoil og Hydro om at håndteringen av saken ikke har vært god nok, og at det hele burde vært løst på en annen måte.

5.4 Oppsummering

Nyhetsforløpet rundt fusjonssamtalene fra 2004 er, slik Hernes og Eide (1987) definerer det, et typisk mediedrama. Første akt starter med sakens kompliserende handling ved at fusjonssamtalene avsløres av pressen. Dermed er mediedramaet i gang. Partene i konflikten presenteres og deres ulike roller defineres. I andre akt utvikler og tilspisser konflikten seg. Sentralt i konflikten står Statoil og Hydros ledelse på den ene siden, mot politikere, representanter fra de ansatte og mediene selv på den andre. I tråd med triangelhypotesen får mediene dramaets aktører til å reagere på hverandre og skaper på den måten parter i konflikten. Utspillene skaper ubalanse, og etter hvert som saken skrider frem tvinges også selskapenes ledelse til å endre sin «ingen kommentar»-strategi og uttale seg. Årsaken til at selskapene etter hvert må endre strategi, og til slutt beklage og legge seg flat for kritikken som blir rettet mot ledelsene i Statoil og Hydro og deres behandling av fusjonsforhandlingene, ser ut til å være at pressen får tilgang på informasjon fra selskapenes bakområder. Tilgangen på informasjon kommer av ukontrollerte lekkasjer fra selskapene, og Statoil og Hydro klarer heller ikke å rette opp inntrykket som skapes via arbeidet i selskapenes frontområder.

Pressen opptrer selv også som aktører i dramaet, blant annet gjennom hyppige kommentarer og meningsbærende journalistikk. Som jeg har vist, kommer mediene etter hvert som saken og nyhetsforløpet utvikler seg, med til dels svært tøffe karakteristikk av den ene parten i konflikten. Den endelige løsningen på konflikten kommer til slutt ved ansettelsen av en ny toppsjef i Statoil. Helge Lund er på forhånd en populær og godt likt leder i næringslivet, og når Lund kommer fra Aker Kværner som nyansatt konsernsjef i Statoil, skaper det samtidig ro rundt fusjonssaken, som da ikke lenger får førsteprioritet i den økonomiske journalistikken. Mediedramaet som har utspilt seg har dermed gått fra hensikt, over konflikt til innsikt (Eide og Hernes 1987: 125).

5.5 Kvantitativ analyse av nyhetsforløpet

Som konstruksjonen av mediedramaet viser er det tidvis et høyt konfliktnivå i sakene som skrives og i nyhetsforløpet som helhet. Til sammen ble det skrevet 84 avisartikler i utvalget i perioden.

Når disse fordeles mellom artikler med og artikler uten konflikt som sentralt element for framdrift og historie, gir det følgende tabell:

Tabell 1: Antall artikler der konflikt er sentralt for artikkelens framdrift og historie.⁸

Fusjonsforsøket i 2004:			
Konflikt?	Ja	Nei	Totalt
Aftenposten	18 (62,1 %)	11 (37,9 %)	29 (100 %)
Dagens Næringsliv	11 (50 %)	11 (50 %)	22 (100 %)
Dagbladet	11 (78,6 %)	3 (21,4 %)	14 (100 %)
Stavanger Aftenblad	7 (36,8 %)	12 (63,2 %)	19 (100 %)
Totalt	47 (56 %)	37 (44 %)	84 (100 %)

Som det framgår av tabellen, er det Aftenposten som har høyest antall artikler med en konflikt som bærende element. Det er kanskje ikke så altfor overraskende, tatt i betraktning at det også var Aftenposten som først kunne avsløre samtalen om å slå sammen selskapene. 62,1 prosent av artiklene til Aftenposten i perioden er preget av konflikt. Aftenposten er også den avisen i utvalget som skriver desidert mest om saken, med sine 29 artikler på trykk i løpet av perioden. For Dagens Næringslivs del fordeles avisens 22 artikler seg mellom 11 artikler med konflikt og 11 uten. Dagbladet har høyest andel saker med konflikt på trykk. 78,6 prosent av avisens saker i utvalgsperioden har konflikt som utgangspunkt. Stavanger Aftenblad er avisen som vier minst plass til saker der konflikt er det sentrale for sakspremisset. Kun sju (36,8 prosent) av totalt 19 artikler om fusjonssamtalene på trykk i Aftenbladet er vinklet på konflikt.

Til sammen viser likevel resultatene fra den kvantitative undersøkelsen at det er en overvekt av nyhetssakene som baserer seg på konflikt som grunnlag for framdriften i historien. 47 artikler, eller 56 prosent, av utvalgets totalt 84 artikler har et innhold der konflikt er sentralt for framdriften og historien. Resultatene fra den kvantitative delen av undersøkelsen synes dermed å samsvare med den kvalitative analysen av nyhetsforløpet, og er med på å støtte opp om at det ved fusjonssamtalene i 2004 utvikles et mediedrama som gir pressen god anledning til å provosere andre aktører og institusjoner til å reagere på hverandre.

⁸ Tellingene og datamatriksen er gjort for nyhetsforløpet i 2004 og 2006/2007. Nyhetsartikler, meningsbærende kommentarer og debattinnlegg er tatt med. Oversikt over hvordan variablene og variabelverdiene er kodet finnes i vedlegg 1.

6. 2006: Andre fusjonsforsøk

Etter at første fusjonsforsøk gikk i vasken i 2004, var det lenge stille rundt Statoil og Hydro og en eventuell sammenslåing av selskapene. Men helt på tampen av 2006 blir saken igjen aktuell. I utvalget i denne oppgaven ble det skrevet og trykket til sammen 219 artikler, kommentarer og debattinnlegg om saken i tidsrommet 19. desember til 18. januar. I dette kapittelet analyserer jeg nyhetsforløpet fra denne perioden. Jeg konstruerer et narrativ, og presenterer det som et mediedrama i tre akter.

6.1 Første akt

Mens julefreden er i ferd med å senke seg over landet, den 18. desember, sendes det ut en felles pressemelding fra Statoil og Norsk Hydro. I pressemeldingen med tittelen «Olje- og gassaktiviteter fusjonerer med Statoil» skriver selskapene:

Styrene i Hydro og Statoil er enige om å anbefale fusjon mellom Hydros olje- og gassaktiviteter og Statoil ASA overfor sine aksjonærer og med dette skape verdens klart største operatørselskap i offshoresektoren med en styrket plattform for framtidig vekst. (Statoil 2006b)

Knappe tre år etter at Statoil og Norsk Hydros mislykkede fusjonsflørt med hverandre ble kjent, går selskapene på nytt inn for å fusjonere Hydros olje- og gassdivisjon med Statoil. Ikke overraskende kastet mediene seg raskt over fusjonssaken. Illustrerende i så måte er Dagens Næringsliv (19.12.2006), som dagen etter at nyheten ble sluppet av selskapene dekket fusjonen med ikke mindre enn 26 helsider. En av de første store og merkbare forskjellene fra fusjonsforsøket i 2004, er at selskapene denne gangen klarer å holde lekkasjene til pressen på et minimum. Eller rettere sagt: Lekkasjene til pressen i 2006 var ikke-eksisterende. Lekkasjer om fusjonen, som til slutt veltet hele prosjektet tilbake i 2004, var noe Statoil og Hydro for enhver pris ville unngå. Dette illustreres godt med et sitat av Helge Lund, hentet fra Dagens Næringslivs sak «Brudeferden til Stavanger» 19. desember, dagen etter at fusjonsplanene blir offentliggjort:

Statoil-sjef Helge Lund har akkurat steget ut av Hydro-sjef Eivind Reitens Audi på Gardermoen. Klokken er kvart over 11, og de to har akkurat fått hele Norge til å sette kaffen i halsen: Hydro og Statoil skal slås sammen. Nå skal storebror Statoil vise frem trofeet i hovedkvarteret i Stavanger. Helge Lund smiler fra øre til øre på sin vei til sikkerhetskontrollen og det ventende privatflyet.

– Det jeg er mest fornøyd med, er at vi fikk til dette uten at pressen fikk vite om det. (Dagens Næringsliv 19.12.2006 s18)

Sitatet fra Lund sier en hel del om hvor viktig det var for selskapene at forhandlingene om fusjon, ble holdt hemmelig i Statoil og Hydros bakområder. Informasjonshindrene som ble satt opp og inngjerdingen av de fortrolige samtale om fusjon, synes å ha fungert etter planen. Det førte igjen til at pressen ikke fikk den samme inngangen på mediedramaet som ved det første forsøket på fusjon mellom Statoil og Hydro tre år tidligere. Viktigheten av at planene ble holdt hemmelig kommer også klart fram av Dagens Næringslivs forsideoppslag dagen etter offentliggjøringen, 19. desember. Avisen har ryddet sin forside for alle andre nyheter. DN forteller om et fusjonsprosjekt som gikk under kodenavnet «Color», og kan presentere «Thrilleren bak gigantfusjonen». I forsideingressen skriver avisen: «OPERASJON COLOR: Statoil/Hydro-fusjonen ble gjennomført på skjult adresse og under dekknavn. Les historien om hvordan selskapene «Red» og «Blue» ble til ett.»

Fordi det denne gangen er selskapene selv som slipper nyheten om fusjonsplaner (istedenfor mediene, slik tilfelle var i 2004), er også selskapenes toppledelse forberedt, tydelige og aktivt til stede i første akt. Dagen etter selskapenes felles pressemelding figurerer Statoils Helge Lund og Hydros Eivind Reiten begge hyppig i avisspaltene. De to konsernsjefene framstår som perlevenner og kappes om å bruke de største superlativene for å overbevise medier og andre om at fusjon mellom selskapene er veien å gå. I saken «Derfor ble det fusjon» i Dagens Næringsliv (19.12.2006 s6) forteller de to toppsjefene:

- Ett stort selskap er bedre posisjonert til å få til denne veksten enn det to selskaper ville vært, sier Statoil-sjef Helge Lund, som også skal være sjef i det fusjonerte selskapet. (...)
- Dette er en prosess som gradvis har vokst frem gjennom jevnlig samtaler som Helge og jeg har hatt. Det er mindre viktig hvem av oss det var som tok initiativ til eller forløste disse samtale. Selve forhandlingene har pågått over svært kort tid. Det har vært noen intense netter og morgener, sa Reiten, som skal være styreleder i det nye selskapet. (...)

Mediene møtes samme dag som planene om fusjon gjøres kjent av Statoil og Hydros ledelse, deres profesjonelle kilder, som åpenbart har en strategi for hva som skal kommuniseres ut til pressen. I frontområdene er med andre ord selskapene klare, og det hele virker svært godt regissert: Først med en omfattende pressemelding, der både Statoil og Hydros ledelse redegjør for hvorfor de har kommet fram til at en fusjon er ønskelig. Deretter stiller de to konsernsjefene Lund og Reiten opp på intervjuer med pressen. Forskjellen fra «ingen kommentar»-strategien tilbake ved fusjonsforsøket i 2004 er tydelig.

Også statsminister Jens Stoltenberg er fornøyd med at man har forhandlet seg fram til en intensjonsavtale om fusjon mellom Statoil og Hydro. I en pressemelding fra Statsministerens

kontor (18.12.2006), samme dag som planene ble gjort kjent, er Stoltenberg full av lovord om den foreslåtte fusjonen:

- Dette innleder en ny epoke. Vi skaper et verdensledende energiselskap og gir Norge et sterkere olje- og gassmiljø, sier statsminister Jens Stoltenberg. Sammenslåingen gir et sterkere og mer konkurransedyktig selskap både nasjonalt og internasjonalt, sier Stoltenberg.
- Det nye selskapet vil bidra med store verdier til det norske samfunnet. Dette gir et godt grunnlag for å møte de utfordringene olje- og gassvirksomheten står overfor. Regjeringen mener at forslaget om fusjon av olje- og gassvirksomheten i de to selskapene er industrielt og strategisk fornuftig, sier statsministeren.

Stoltenberg utdyper sitt syn på fusjonen i et sitat hentet fra Dagens Næringsliv påfølgende dag (19.12.2009 s7):

- Vi ønsket ikke at Statoil og Hydro skulle konkurrere mot hverandre om utenlandske oppdrag. Det som skjedde med Shtokman har bidratt til prosessen. Russerne undret seg over at to norske statlige selskaper konkurrerte om kontrakter, sier statsminister Jens Stoltenberg.

Pressemeldingene fra statsminister Stoltenberg og Statoil og Hydro er samkjørte, og blir sluppet med korte mellomrom (18. desember 2006). De sentrale politikerne i Stoltenbergs regjering og fagforeningene er varslet og informert om fusjonsprosessen i god tid på forhånd. Hvor koordinert fusjonssamtalene har vært, påpekes av Helge Ryggvik: «Det ble diskutert fusjon i sene nattetimer på mange russiske hoteller i løpet av 2006. Alle viktige parter var til stede – de to selskapene selvfølgelig, myndighetene med Jens Stoltenberg og Jonas Gahr Støre, alltid tilstedeværende – og fagforeningene» (Ryggvik 2009: 309). Det er altså klart at selskapene på forhånd hadde sikret seg den nødvendige ryggdekningen og alliert seg – både på det politiske og økonomiske feltet – i god tid i forveien. Det var, som vist, nettopp på dette punktet at fusjonssamtalene virkelig fikk nådestøtet i 2004, på grunn av manglende politisk støtte fra regjeringen.

I dagene etter at fusjonsplanene gjøres kjent, bruker mediene mye plass på å forklare hva saken går ut på, for eksempel hvordan Statoil og Hydro vil se ut etter en fusjon. Det hentes også inn kommentarer fra andre deler av oljeindustrien, og finans- og oljeanalytikere er mye brukt som intervjuobjekter. Men det som virkelig opptar mediene, og som i nyhetsforløpets første akt vies desidert størst plass, er spørsmålet om navn. For hva skal egentlig barnet hete? I intensjonsavtalen, som Statoil og Hydro forhandlet seg fram til i aller største hemmelighet, har sistnevnte fått gjennomslag for at det nye, sammenslåtte selskapet skal ha et nytt navn og en ny logo. Men er det egentlig så enkelt? Allerede fra første stund begynner mediene å fatte interesse for temaet som skal oppta store deler av mediedramaet, og som det de neste ukene vil bli skrevet

spalte opp og spalte ned om i avisene. Dagens Næringsliv skriver om saken over to sider 19. desember (s 56-57) i artikkelen «Norgeshistoriens største profilering»:

– Det eneste som er bestemt er at selskapet skal ha et nytt navn. Det har det vært forhandlinger om. Men for å finne navnet vil vi ha en profesjonell prosess, sier Cecilie Ditlev-Simonsen, kommunikasjonsdirektør i Hydro. (DN 19.12.06 s56-57)

Avisen tar utgangspunkt i at det nye selskapet skal ha et nytt navn, og intervjuer en rekke kilder fra PR- og kommunikasjonsbransjen. Alle gir uttrykk for at en oppgave med å gi et fusjonert Statoil/Hydro et nytt navn, ny logo og en felles PR-strategi vil være en svært attraktiv og spennende oppgave:

– Statoil og Hydro er to meget kjente merkenavn. Det vil kreve flere hundre millioner kroner i rene kostnader å bygge opp et nytt navn for det fusjonerte selskapet, sier administrerende direktør Erlend Stefansson i det børsnoterte kommunikasjonshuset Spits. (DN 19.12.06 s56-57)

Mer motstand mot en stor omprofilering av selskapene finner man hos Aftenpostens intervjuobjekter i saken «Navnebytte risikabelt og dyrt» samme dag:

– Å gjennomføre en navneendring, på alt fra brevark til lysreklame i samtlige land der disse to selskapene er representert, koster fort en halv milliard kroner. I tillegg kommer den finansielle risikoen ved å erstatte to innarbeide navn med et nytt og ukjent. Meget kostbart og svært risikabelt, konkluderer merkevareekspert Christian Sinding, daglig leder i selskapet Brand Consulting. (Aftenposten 19.12.06 s4).

Aftenposten mener også å vite at navnet på det nye selskapet har vært et av de mer problematiske punktene under fusjonsforhandlingene mellom Hydro og Statoil: «Et av de vanskeligste spørsmålene blir angivelig navnet på det nye selskapet. Hydro insisterer på at det ikke må hete Statoil, for å styrke påstanden om at dette er en fusjon mellom likeverdige parter. For Statoil sitter navneskiftet langt inne, og Hydro går med på at bensinstasjonene kan fortsette å hete Statoil.» (Aftenposten 19.12.06 s4)

Slik settes også premissene for den videre debatten i mediene. Pressens framstilling av fusjonssaken dreier seg i svært liten grad om hvilke muligheter og utfordringer som følger med en fusjon av Norges to største selskaper. Mangelen på kritiske røster i en slik viktig debatt påpekes også av Aftenposten på lederplass tidlig i nyhetsforløpet, 20. desember:

[D]et [er] påfallende hvor overveldende positiv og samstemt mottagelsen av fusjonen har vært, både blant politikere og næringslivsledere. Det kritiske perspektivet er dårlig representert. I virkeligheten reiser sammenslåingen dilemmaer som nå må underlegges kritisk drøfting. Det gjelder både hvordan konkurransen på norsk sokkel skal sikres og kanskje enda mer, hvordan de politiske maktforholdene i Norge forskyves. (Aftenposten 20.12.2006 s2)

Mangelen på kritiske røster i debatten rundt fusjonsplanene er helt sikkert noe som passer Statoil og Hydro utmerket, og tyder på en god strategi og godt arbeid i bakområdet *før* offentliggjøringen, og i frontområdet *etter* at planene om fusjon ble gjort kjent. Innledningsvis i mediedramaet er det altså mye som tyder på at maktbalansen tipper i favør av kildene. De profesjonelle kildene (Statoil og Hydros ledelse og kommunikasjonsapparat) oppnår «sin» vinkling på artiklene i nyhetsforløpet. Økonomi- og næringslivsjournalistikken blir dermed henvist til å være en slags referent.

Den «kritiske drøftingen» som Aftenposten etterlyser på lederplass, uteblir som nevnt fra mediernes fokus på saken, og avisene fortsetter å skrive mye om navn og profilering av selskapet. Dagens Næringsliv forteller at det er «Strid om nytt navn» (DN 20.12.2006 s8-9), og avisen mener å vite at Hydro stilte et ultimatum om nytt navn på selskapet. Statsminister Jens Stoltenberg var visstnok så opptatt av at fusjonen skulle gå gjennom at han til slutt ble nødt til å godta en navneendring:

I Hydro var det imidlertid ingen bønn. Hydro-sjef Eivind Reiten skal ha vært svært insisterende på at navnet måtte byttes. En av de viktigste begrunnelsen (sic) for det var at Hydro og Statoil i denne saken måtte bli omtalt og sett på som likeverdige selskaper. I Hydro var det en frykt for at det hele kunne bli sett på som et oppkjøp og ikke fusjon, hvis det nye selskapet fortsatt skulle hete Statoil. (DN 20.12.2006 s8-9)

Navnet på det nye selskapet er også tema for DN's lederartikkel 20. desember. Avisen skriver at «[d]e som ikke er skeptisk til den makten det fremtidige Statoil får, bør merke seg hvordan Reiten tvang både Statoil, statsminister Jens Stoltenberg, olje- og energiminister Odd Roger Enoksen og nærings- og handelsminister Dag Terje Andersen i kne i navnespørsmålet». Avisens leder konkluderer: «Hvis det beste for Statoil er å beholde navnet, bør navnet beholdes, og det er vanskelig å se hvorfor det ikke skulle være det beste» (Dagens Næringsliv 21.12.2006 s2).

Dagens Næringsliv følger opp 21. desember og kan da melde at den tidligere Telenor-toppen Tormod Hermansen «spår at det sammenslåtte selskapet vil bli hetende Statoil»:

– Det vil hete Statoil. Det er svært usannsynlig at selskapet vil bytte navn. Man må forholde seg til realitetene: Det er Statoil som kjøper Hydros olje- og gassaktiviteter, sier han. (...)
– Det er helt naturlig at de to selskapene inngår en avtale om at selskapet skal bytte navn. Men i siste instans er det eieren, det vil si den norske stat, som skal ta stilling til dette, sier han. (DN 21.12.2006 s15)

Hermansens utspill gir rom for en ny artikkel i samme avis dagen etter, 22. desember. I saken «Ny kamp om Statoil-navnet» bringer Dagens Næringsliv politikerne på banen, og intervjuer en rekke stortingsrepresentanter som «sier kontant nei til å fjerne Statoil-navnet». Ifølge avisen vil det

kunne bety at «Hydro-sjef Eivind Reiten kan gå på et smertelig prestisjenederlag» (DN 22.12.06 s8-9). Avisen skriver:

Flere forhold tyder nå på at det slett ikke er sikkert at Statoil-navnet forsvinner. Sterke krefter på Stortinget ønsker at navnet beholdes. Etter det DN kjenner til kan det også komme nye runder om navnet i Statoil-styret. (DN 22.12.06 s8-9)

Avisen mener å vite at «navnevedtaket trolig er nedfelt i integrasjonsavtalen», men får opplyst at saken kan komme opp til diskusjon igjen. Ifølge Dagens Næringsliv skal selskapene «nå utarbeide en fusjonsplan der blant annet navneproblematikken må utredes. Denne skal diskuteres i styrene og vil til slutt havne i generalforsamlingene». Sentrale politikere, både i regjering og komiteer på Stortinget, som avisen bruker som kilder i saken, er alle negative til navnebytte. Aps Olav Akselsen, som er leder av utenrikskomiteen og tidligere olje- og energiminister, mener regjeringen må på banen: «Regjeringen bør absolutt ta initiativ til at navnet beholdes, sier Olav Akselsen (...).» Heller ikke leder for Stortingets næringskomité, Lars Peder Brekk, skjønner hvorfor Statoil-navnet må skiftes ut:

– Navneskiftet synes jeg er et merkelig påfunn. Selskapene burde tenkt kostnader. Det fremstår som om Statoil overtar. Derfor trengte man ikke skifte selskapsnavn. Jeg vet ikke hvorfor dette spørsmålet er kommet opp, sier Lars Peder Brekk (Sp). (DN 22.12.2006 s8-9)

Dagbladet er også krystallklare på hva de mener om navnet på det nye selskapet på lederplass 22. desember. I lederen «Navnet er Statoil» skriver avisen at «løsningen er enkel»:

Staten som eier kan si at Statoil er navnet godt nok - og så får Reiten finne seg i det. Selv om han skulle få en million kroner for å bite det i seg, er det bare en promille av det det vil koste å legge om. Så Reiten må tåle at det nye selskapet får leve videre som Statoil, selv om en stor del av det er Hydro. Næringsminister Dag Terje Andersen får heller gi mannen en flaske akevitt til jul. (Dagbladet 22.12.2006 s2)

Slik slutter også første akt i dette mediedramaet rundt fusjonsforsøket mellom Statoil og Hydro. Som vi har sett, ble fusjonsplanene stort sett godt mottatt blant politikere og næringslivsledere i medieføljetongen som fulgte etter offentliggjøringen av fusjonssamtalene 18. desember. Dette synes i stor grad å skyldes Statoil og Hydros velregisserte offentliggjøring av sine planer i deres frontområder. Selskapene synes også å ha kontroll på bakområdene, og lite «hemmelig» og kontroversielt slippes ut. Som vist har selskapene også sikret seg viktig og nødvendig politisk støtte fra regjeringen før saken gjøres kjent for pressen og omverden. Uenigheten fant imidlertid mediene fort fram til i spørsmålet rundt det nye, fusjonerte selskapets navn. Norsk Hydro argumenterer i første akt for at et navnebytte er nødvendig for å lykkes best mulig med fusjonen, mens det fra politisk hold og i Statoil åpnes for at Statoil-navnet beholdes. Konfliktnivået er likevel moderat i første akt, og når teppet går opp for andre akt, utvikler debatten seg rundt navnet på nye Statoil/Hydro.

6.2 Andre akt

Det er Hydro selv som tar bladet fra munnen og høyner konfliktnivået lille juleaften. Da uttaler styreleder Jan Reinås i Hydro at de som ivrer etter å beholde Statoil-navnet, i så fall må gjøre det ved å stemme ned hele fusjonen på selskapenes generalforsamlinger. I Aftenpostens artikkel med tittelen «– Kan bare glemme Statoil-navnet» skriver avisen:

– Det er ikke aktuelt med Statoil. At det blir et nytt navn er avtalt av de to selskapenes styrer i integrasjonsavtalen. Det står fast, sier Hydros styreleder Jan Reinås. Han legger vekt på at man frem mot den endelige fusjonsavtalen, som skal legges frem for de to selskapenes generalforsamlinger til våren, ikke kan begynne å endre enkeltelementer i dagens integrasjonsavtale. (Aftenposten 23.12.2006 s16)

Reinås' utspill kommer rett før aviser og andre medier går inn i noen dagers «juledvale». Men i romjula dukker saken opp igjen. Dagens Næringsliv kan i krigstyper på sin forside 27. desember fortelle at det nå foregår «Maktkamp om Statoil-navnet». Avisen forteller at statsråder i den rød-grønne regjeringen ønsker å beholde Statoil som navn på det nye selskapet, men at Jan Reinås «avviser alle forsøk på omkamp om navnet». Uenigheten om nytt navn mellom politikere på Stortinget og regjeringsmedlemmer på den ene siden og Hydro på den andre, slås opp over en dobbeltside inne i avisen. Der siteres først en person som av DN bare omtales som «en regjeringskilde»: «– Å kutte ut Statoil-navnet, er en skrekkelig dårlig idé. Til en viss grad kan vi skjønne at Hydro er redd for balansen hvis Statoil-navnet beholdes, men det er viktig å se realitetene her. Det nye selskapet vil ha 31.000 ansatte, 5000 av dem vil komme fra Hydro» (DN 27.12.2006 s6-7). Hydro-styreleder Reinås utdyper i samme artikkel sitt standpunkt om at han og resten av ledelsen i Hydro ikke kommer til å fire på kravet om nytt navn:

Hydros styre og ledelse vil ikke gi seg. Nå avvises alle forsøk fra både regjering, storting og andre aktører som ønsker at Statoil-navnet skal beholdes.

– Jeg vil avvise et hver (sic) forsøk på å ta opp den diskusjonen igjen.

– Nytt navn er en viktig del i arbeidet med å føye sammen to kulturer. Det er faktisk langt mer betydningsfullt enn navnet isolert sett, fastholder styreleder Jan Reinås.

– *Du avviser, selv om betydningsfulle politikere ønsker at Statoil-navnet beholdes?*

– Ja, det er helt uaktuelt. Det går ikke an å ta opp enkelt biter og diskutere det på nytt. Det er gjennomført grundige forhandlinger og fattet klare beslutninger.

– Nå må vi ikke rote til prosessen videre. En ny navnediskusjon vil bety at man må åpne hele fusjonsprosessen på nytt, sier Reinås. (DN 27.12.2006 s6-7)

Journalistene i Dagens Næringsliv benyttet åpenbart de mest hellige juledagene til mer enn bare å spise ribbe og pinnekjøtt. 27. desember skriver avisen nemlig også at Statoil og Hydro opprinnelig hadde planlagt å bruke romjula til å meisle ut et forslag til fusjon, men «frykten for lekkasjer gjorde at prosessen ble fremskyndet»:

Etter det Dagens Næringsliv forstår, var det meningen å starte forhandlingene nå i romjulen, mens presse og aktører ellers har en roligere tid. Men frykten for lekkasjer gjorde at de to toppsjefene, Eivind Reiten i Hydro og Helge Lund i Statoil, valgte å forsere planene, ifølge velinformerte kilder. Sist Statoil og Hydro forhandlet om sammenslåing, for snart tre år siden, ble hele prosessen veltet av lekkasjer. (DN 27.12.2006 s8)

Igjen poengteres altså Statoil og Hydros frykt for lekkasjer av hemmelig informasjon fra selskapenes bakregion. DN følger opp sin egen sak dagen etterpå, 28. desember. I saken «Planla fusjon fra dag én» skriver avisen at Statoil i det stille har jobbet systematisk med fusjonsplaner med Norsk Hydro siden selskapet ble delprivatisert og børsnotert helt tilbake i 2001. Et team på fire-fem personer jobbet ifølge DN med fusjonsplanene, og prosjektet var hele tiden støttet av Statoil-sjefer som Olav Fjell og Inge K. Hansen, men det var først med Helge Lund ved roret at det virkelig ble fart på planene:

Fusjonsdiskusjonen kom da også til overflaten tidlig i 2004, da Inge K. Hansen som konstituert Statoil-sjef var i sammenslåingsdiskusjoner med Hydro-sjef Eivind Reiten. Morgan Stanley var Statoils rådgiver. Prosessen ble dengang torpedert på grunn av lekkasjer til politikere og medier på et tidlig tidspunkt. (DN 28.12.2006 s6-7)

Dagens Næringsliv mener også å vite at «Shtokman ble katalysatoren» for planene selskapene imellom. «Begge de norske selskapene gikk nemlig på et sviende nederlag i kampen om utbyggingsoppdrag og eierandeler i den gigantiske russiske gassutbyggingen Shtokman». Det ble ifølge avisen tungt på fusjonsvevtskålen for selskapene selv, og ikke minst for å gi politisk ryggdekning for fusjonen:

Politikerne har også opplevd hvordan russerne aldri helt har forstått hvorfor Norge skulle operere med to forskjellige oljeselskaper med staten som hovedeier i begge. (...) Ifølge én kilde var det derfor Shtokman-nederlaget som for alvor gjorde det politisk mulig å slå sammen selskapene. Med grønt lys fra Stoltenberg var det bare for selskapene å kjøre på. Og med Shtokman-nederlaget vurderte selskapene det slik at det knapt var noe alternativ, spesielt ikke for Hydro. (DN 28.12.2006 s6-7)

Her presiseres igjen viktigheten av å sikre politisk ryggdekning i en slik sak. Oljenæringen hadde over lengre tid i forkant av offentliggjøringen av fusjonsplanene argumentert for at en ekspansjon utenlands ville bli vanskelig å gjennomføre så lenge Statoil og Hydro begge sloss om de samme kontraktene, for eksempel i forbindelse med Shtokman-utbyggingen på russisk side. Det strategiske arbeidet fra selskapene startet altså lenge før mediedramaet og kjøret rundt fusjonsplanene ble satt i gang 18. desember 2006, og det er tydelig at Statoil og Hydro her har tatt i bruk de kanalene de har tilgjengelig – blant annet pressen og medieoffentligheten (Slaatta 2003: 222) – for å vinne tilslutning for et politisk «ja» til fusjon.

Samtidig ruller navnedebatten videre, og 28. desember tar Statoil-tillitsvalgt og tidligere styremedlem Stein Bredal bladet fra munnen. Han sier til Dagbladet at det er «meningsløst at Hydro skal kreve et helt nytt navn». Bredal mener at det er eierne (staten) som bestemmer, og at et spørsmål om navn ikke bør avgjøres av «få mennesker i et lukket rom». Bredal har liten tro på at Hydro vil risikere at en fusjon går i vasken, dersom staten vil at selskapet skal hete Statoil: «– Jeg skal like å se den Hydro-eieren som avblåser fusjonen hvis det kommer krav fra generalforsamlingen om at Statoil-navnet skal beholdes, sier han» (Dagbladet 28.12.2006 s6). Stein Bredal får støtte fra blant andre Jan Bøhler, leder i Oslo Arbeiderparti:

– Jeg tror alle, inkludert Hydros ledelse, snart vil tenke ut fra det nye selskapets beste og legge bort snevre prestisjehensyn til gamle Hydro. De bør vise at de går for fullt inn for det nye selskapet, og at de er voksne nok til å gå ut av slike forhandlingsposisjoner, uavhengig av hva de har fått presset gjennom i fusjonskampens hete, sier Bøhler. (Dagbladet 28.12.2006 s6)

Samme oppfatning om navnet har første nestleder i LO, Roar Flåthen. I saken «LO om Statoil/Hydro: Visvas med navneskifte» i Stavanger Aftenblad 28. desember sier Flåthen at LO er positiv til selve fusjonen, men at det vil koste «uforholdsmessig mye penger å skifte navn» (SA 28.12.2006 s14). Påfølgende dag, 29. desember, får de som ønsker å beholde Statoil-navnet også støtte fra Arne Selvik ved Norges handelshøyskole. Ifølge Selvik, som av Aftenposten omtales som «styreekspert», løper Hydro-konsensjef Eivind Reiten en risiko, og kan gjøre seg selv «uspiselig som styreleder», dersom han og resten av Hydro-ledelsen trumfer gjennom at Statoil-navnet må forsvinne. Reiten kan da fort få «takk for sist i neste runde», mener Selvik i Aftenpostens artikkel «– Kan kaste Reiten og beholde Statoil-navnet» (Aftenposten 29.12.2006 økonomi s1-2-3).

– Det er opp til generalforsamlingen hvem som skal være styreleder og hvem som skal sitte i styret fremover. Vi kan få en situasjon hvor generalforsamlingen kaster Reiten og beholder Statoil-navnet. Det kommer an på hvor mye prestisje som legges i dette, sier Selvik. (Aftenposten 29.12.2006 økonomi s2-3)

Litt mer diplomatisk i sine uttalelser er næringsminister Dag Terje Andersen (Ap). Til Aftenposten sier næringsministeren: «– Fusjonen er for viktig til at navnet skal avgjøre utfallet.» (Aftenposten 29.12.2006 økonomi s2-3). At det er en viktig fusjon, mener også den profilerte kommentatoren og politiske redaktøren i Dagbladet, Marie Simonsen. Hun er imidlertid opptatt av at det kun er de mindre viktige aspektene ved fusjonen som har fått plass i mediene, og blitt diskutert offentlig. 29. desember skriver Simonsen i en kommentar med tittelen «Oljemonopole» at «det minst viktige er hva oljegiganten skal hete» (Dagbladet 29.12.2006 s3). I sin kommentar er hun kritisk til hvordan mediene har gjort Statoil/Hydro-fusjonen til et spørsmål om navn, og dermed også neglisjert det hun mener er langt viktigere deler av debatten rundt fusjonen. Ifølge

Simonsen kan man nesten «mistenke at navnestriden mellom Statoil og Hydro er en avledningsmanøver» og mener det er merkelig at Statoil og Hydros ledelse har brukt så mye energi på en «krangel» som burde være mindre betydelig enn det man kan ha fått inntrykk av ved å følge fusjonsprosessen i mediene. Simonsen skriver:

Hydros styreleder Jan Reinås har vel knapt deltatt i en industripolitisk debatt offentlig før, men dette spørsmålet brenner han slik for at han klarer ikke holde munn. Strategien har i så fall virket. Norges-historiens største sammenslåing i landets viktigste næring er nærmest blitt redusert til et spørsmål om hva barnet skal hete og blir heftigst debattert av merkevareeksperter. (Dagbladet 29.12.2006 s3)

Simonsen skriver videre at hun mener det var presentasjonen av fusjonen som bidro til det hun betegner som en «avsporing» av debatten: «Midt i julestria ble den pakket ut på statsministerens halvårslige pressekonferanse. På det tidspunktet var de fleste nordmenn villige til å tro på julenissen bare de rakk å få ribba i hus.» Dermed var det svært gunstig for Statoil og Hydro, med støtte fra statsminister Jens Stoltenberg og resten av regjeringen, å slippe nyheten om fusjonsplaner. Som en ekstra bonus unngår i tillegg selskapene en debatt med mer substans og tyngde: «Debatt rundt den nye oljegiganten er druknet i navnestrid. Det har sikkert ikke påtroppende konsernsjef Helge Lund og styreleder Eivind Reiten noe imot», skriver Simonsen (Dagbladet 29.12.2006 s3).

Simonsen problematiserer i sin kommentar altså at debatten rundt fusjonen i mediene så langt har dreid seg om én ting: navn. Selv om navnedebatten ikke er bare enkel for Statoil og Hydro, er det klart at alternative debatter med mer substans, for eksempel knyttet til det nye, sammenslåtte selskapets dominerende posisjon på norsk sokkel og den nye konkurransesituasjonen i industrien, trolig ville vært betydelig vanskeligere å håndtere for Statoil og Hydro. Det Simonsen setter fingeren på, er nok et tegn på at det i mediedramaet her er kildene som har størst kontroll over det som skjer og at det er det Merkelsen (2007: 57) kaller *makten rundt mediene* som er dominerende. Det tyder igjen på at maktbalansen mellom kilde/journalist-forholdet tipper i favør av kildene.

Samtidig som dette skjer kommer også opposisjonen på Stortinget på banen. Kanskje ikke helt overraskende er det regjeringen, og særlig Arbeiderpartiet, som får kritikk. Som Marie Simonsen etterlyser også Høyres Erna Solberg en debatt rundt det hun mener er langt viktigere aspekter ved fusjonen enn navnet på det nye selskapet. Erna Solberg legger skylden på regjeringen for at debatten har ført galt av sted:

– Vi skulle debattert hvilke konsekvenser fusjonen får for norsk oljepolitikk, for konkurransen på sokkelen, for leverandørindustriens framtid, og ikke minst konsekvensene ved å satse sterkt på virksomhet i andre land. Så ender vi med å diskutere et navnespørsmål som allerede skulle vært avgjort. Ett av premissene for fusjonen var at det nye selskapet skulle få et helt nytt navn. Det utelukker «Statoil». Dette burde næringsministeren ha gjort klart, og slik satt en stopper for debatten, sier Solberg. (Dagbladet 29.12.2006 s9)

Navnespørsmålet blir etter hvert også et diskusjonstema innad i regjeringen. Det bekrefter statsminister Jens Stoltenberg i Dagens Næringsliv 30. desember. På forsiden av avisen har DN et bilde av Stoltenberg og tittelen «Åpner for å beholde Statoil-navnet». Over en dobbeltside skriver DN at Stoltenberg dermed snakker Hydro-styreleder Jan Reinås og Statoil-sjef Helge Lund imot. De to har begge gått ut og sagt at nye Statoil/Hydro skal ha nytt navn: Ifølge Dagens Næringsliv «risikerer næringslivslederne et tøft nederlag». Avisen skriver at regjeringen som eier skal vurdere navnespørsmålet i den videre fusjonsprosessen:

DN har tidligere avslørt at regjeringen har vært svært skeptisk til å fjerne det kjente navnet og en rekke stortingsrepresentanter har gått ut og gitt klar støtte til at Statoil-navnet skal beholdes. Da DN igår (sic) møtte statsministeren hadde han muligheten til å sette en endelig stopper for navnedebatten. Det gjorde han ikke: – Vi som eier skal i den videre prosessen gå igjennom alle enkelthetene, herunder også navnespørsmålet, sier Stoltenberg. (Dagens Næringsliv 30.12.2006 s6-7)

Dagens Næringsliv hevder også å vite at det i løpet av romjula har vært «hektisk kontakt mellom Statsministerens kontor, Olje- og energidepartementet og Nærings- og handelsdepartementet». Der har man diskutert hvordan regjeringen skal «forholde seg til navnedebatten og kravet fra en rekke samfunnsaktører om at Statoil-navnet må beholdes». Løsningen politikerne, ifølge DN, landet på, ble neppe mottatt særlig positivt – i alle fall ikke i Hydro-leiren:

Konklusjonen ble at statsminister Jens Stoltenberg og statsrådene Odd Roger Enoksen og Dag Terje Andersen ble enige om at navnespørsmålet skal holdes åpent, uten at dette skulle rokke ved den tilliten de har til styrene i Hydro og Statoil. (...)
– Vi har vært veldig klare på at vi støtter ideen om et sammenslått selskap. Så vil vi nå gå igjennom enkelthetene i fusjonen i forbindelse med at fusjonsprospektet skal lages - herunder navnespørsmålet, sier Jens Stoltenberg. (Dagens Næringsliv 30.12.2006 s6-7)

Til samme avis sier også lederen for Statoils bedriftsforsamling, Anne Kathrine Slungård, at Statoil-navnet ville blitt beholdt, dersom det bare var opp til henne. Hun poengterer imidlertid overfor avisen at hun «formelt forholder seg til den avtalen som er inngått mellom selskapene, og (...) at for henne er diskusjonen rundt navnet en avsporing»:

– Ja, jeg skjønner at den er viktig for mange, men må innrømme at jeg sukker litt i forhold til perspektivene her. Tenk på alt som ligger av store diskusjonstema i denne prosessen. Denne fusjonen er så riktig og viktig for as Norge. Den representerer et kvantesprang, vi får på plass et lokomotiv både industrielt, teknologisk og i forhold til internasjonalisering. I en slik sammenheng

blir navnet ganske lite, og jeg klarer ikke få i gang de sterke følelsene i forhold til det (...), sier Slungård. (Dagens Næringsliv 30.12.2006 s7)

På andre siden av nyttår, 4. januar 2007, trykker så Aftenposten en artikkel med tittelen «Nei, nei, nei til Statoil», der Hydros styreleder Jan Reinås på nytt uttaler seg om navnespørsmålet. Men det er nå tydelig at Reinås begynner å kjenne presset fra politikerne:

Hydros styreleder Jan Reinås blir irritert da Aftenposten spør ham om styrene må instrueres, eller om det kan bli aktuelt å rette seg etter signaler. – Nå synes jeg denne navnesaken har fått en urimelig dimensjon i forhold til hele saken. Å spekulere i enkelthetene på dette, det gjør vi ikke, sier han. Han mener styrets holdning til navnesaken er avklart mange ganger, og står fast på at det ikke er aktuelt å endre enkeltheter i fusjonsavtalen. – Det har vi vært tydelige på hele tiden, sier han. (Aftenposten 4.1.2007 økonomi s4)

I samme avis går den profilerte kommunikasjonsrådgiveren Hans Geelmuyden i Geelmuyden-Kiese hardt ut mot planene. I kommentaren «Eventyr» er Geelmuyden krass i sin karakteristikk av selskapenes forsøk på å få det til å framstå som ytterst nødvendig å bytte ut Statoil-navnet:

Ledelsen i Hydro og Statoil påstår at et nytt navn må til for å skape noe nytt og se fremover. Hydro-folk hevder at dette er en fusjon mellom likeverdige parter. Derfor kan ikke Statoil-navnet brukes. Påstandene er reinspikka oljeeventyr fra kommunikasjons-avdelingene i Hydro og Statoil. (Aftenposten 4.1.2007 økonomi s6)

Dagen etter er igjen Hydros ledelse ute i avisene for å forsvare standpunktet i navnedebatten. Det er tydelig at Hydros ledelse føler seg presset, og har bestemt seg for at de må kjøre en hardere linje i spørsmålet om navn. I en artikkel i Dagbladet slås et sitat fra Reiten stort opp: «Det er styrene i Statoil og Hydro som bestemmer - ikke regjeringen». Avisen skriver: «Konsernsjef Eivind Reiten i Hydro vil ikke la seg presse av politiske signaler, og står steilt på at det fusjonerte Statoil og Hydro skal få et nytt navn» (Dagbladet 5.1.2007 s18-19). I likhet med Reinås i Aftenposten dagen før, blir Reiten tydelig frustrert over det stadig tilbakevendende spørsmålet om navn. Dagbladet skriver:

– Det er styrene i Statoil og Norsk Hydro som avgjør hva det nye selskapet skal hete, sier Reiten. – *Men betyr ikke det i realiteten at staten som majoritets-eier kan diktere styrene til å kalle selskapet Statoil, på tvers av selskapenes opprinnelige fusjonsavtale?* – Nå skal du høre etter. Jeg sier at styrene i selskapene avgjør navnespørsmålet, og den diskusjonen avsluttet vi under fusjonsforhandlingene, fastslår Hydro-sjefen overfor Dagbladet. (Dagbladet 5.1.2007 s18-19)

Reiten gjentar også det samme i en artikkel med tittelen «Lei av navnemaset» i Dagens Næringsliv samme dag. «– Hele løsningen er basert på en fusjon mellom likeverdige partnere. Det er bærebjelken i hele fusjonen og nedfelt i hele avtalen (...), sier Reiten» (Dagens Næringsliv 5.1.2007 s7). Økonomi- og næringslivsjournalistikkens fokus på navn kan kanskje sies å være til fordel for Statoil og Hydro i mediedramaet, fordi man på den måten unngår debatt med mer

substans. Men det er likevel ganske tydelig at det store trykket fra mediene rundt navnedebatten etter hvert begynner å tære på tålmodigheten til kildene i selskapene frontområder, primært konsernsjefene og deres styreledere, og at det etter hvert blir ubehagelig mange spørsmål. Særlig gjelder det Hydro-ledelsen, som i forhandlingene er de som har fått gjennomslag for et nytt navn. Reitens uttalelser til mediene står også sterk kontrast til en gjestekommentar fra siviløkonom Ove Gusevik i Dagens Næringsliv. Her skriver Gusevik:

Og for dem som måtte tro noe annet: Det blir selvfølgelig norske politikere som til slutt bestemmer hva navnet på Statoil og Hydro blir. Dersom de vil. Det vil være arrogant og på grensen til det tåpelige om styrene i Statoil og Hydro velger å overse den klart dominerende eierens syn på dette spørsmålet. (Dagens Næringsliv 5.1.2006 s33)

Guseviks dom over Statoil og Hydros styrer følges opp med saken «Navnekrangel irriterer» 6. januar. Her skriver Dagens Næringsliv at det fra flere hold nok en gang reageres på måten regjeringen har håndtert navnsaken på. DN skriver:

Aksjeanalytiker Kjetil Bakken (...) er oppgitt over navnedebatten i forbindelse med sammenslåingen av Statoil og Hydros olje- og gassvirksomhet. Han mener politisk innblanding i navnevalget kan skade den nye olje- og gassgiganten i utlandet. (...) – Statsministeren har i realiteten gitt sin velsignelse til fusjonsavtalen da han den første dagen ga sin tilslutning til planene. Hvis regjeringen i ettertid krever at Statoil-navnet beholdes går den tilbake på noe den allerede har sagt, sier Bakken. (Dagens Næringsliv 6.1.2007 s9)

Bakken gir uttrykk for at navnedebatten «har tatt altfor mye plass i forhold til viktigere ting, som hvilke konsekvenser sammenslåingen vil få for leteaktiviteten på norsk sokkel». Hans synspunkter støttes av professor i statsvitenskap ved Universitet i Oslo, Helge Hveem. I en kronikk i Aftenposten 6. januar skriver Hveem blant annet:

Sammenslåingen av Statoil og Hydros oljedivisjon er den største næringspolitiske saken på mange år. Det politiske miljø diskuterer selskapets navn og lederne lønn. Det er overlatt til noen journalister og forskere å stille de spørsmål miljøet burde ha drøftet og Stortinget hatt en høring på: Følgene for konkurransen på sokkelen, for leverandørindustrien, og for maktforholdene i økonomien og i det norske politiske system i stort. (Aftenposten 6.1.2007 s4)

At det aller meste av oppmerksomheten rundt fusjonen vies navn og navnedebatt er det, som vi har sett, etter hvert stadig flere som påpeker og ser det problematiske ved. 8. januar skriver Dagbladets Jan Egeland en kommentar med tittelen «Vår nye adel», som tar for seg den manglende politiske debatten rundt konsekvensene av en fusjon. Egeland argumenterer for at dette kommer av at mange næringslivstopper har fått litt vel stor makt, og bruker nettopp Hydros Eivind Reiten som et eksempel. Ifølge Dagbladets journalist har dette blitt et demokratisk problem: «Vi har havnet i ei tid da viktige samfunnsendringer bare kan drøftes i de aller innerste gemakker der det ikke finnes vinduer. Problemet med slike steder er ikke bare at det blir vanskelig

å se deltakerne. Aktørene kan heller ikke se ut. Det siste er faktisk verst» (Dagbladet 8.1.2007 s3). Egeland uttrykker altså et savn etter de formene for åpne «nyhetsbeiter» som blant annet finnes i politikken, men som Slaatta har påpekt at ikke finnes i like stor grad i næringslivet. Her finnes i stedet kun en «kronlete og uoversiktelig utmark» (Slaatta 2003: 238). Mangelen på et nyhetsbeite å gresse på for journalistikken i næringslivet, som Egeland altså mener fører til at næringslivstoppene har fått for stor makt, er trolig en viktig årsak til at de store og viktige debattene rundt fusjonene uteblir fra mediedramaet og føljetongen.

I et debattinnlegg i Dagens Næringsliv påfølgende dag er tidligere statssekretær i Olje- og energidepartementet Øyvind Håbrekke opptatt av det samme. I «Perspektiver ved en fusjon» skriver Håbrekke:

Den største fusjonen i Norge noensinne er i den offentlige debatten nærmest redusert til et spørsmål om navn. En ekspert anslår i DN 3. [januar] kostnaden ved et navneskifte til rundt 3,6 milliarder kroner, og politikere lar seg rive med i diskusjonen. Strategene bak fusjonen må ha forberedt scenarier for hvilke krevende spørsmål offentligheten ville diskutere når dette ble kjent. De er sikkert godt fornøyd med utviklingen. (Dagens Næringsliv 9.1.2007 s3)

I Stavanger Aftenblad skriver forsker Morten H. Abrahamsen ved Handelshøyskolen BI noe lignende i en kronikk samme dag. I kronikken «Logo til besvær» skriver forskeren at «[v]i opplever for tiden det paradoks at innholdet i Norgeshistoriens største selskaps-sammenslåing går relativt upåaktet hen, mens selve navnevalget vekker sterke følelser»:

Striden står om hvorvidt Statoil bør beholde sitt navn og logo i et fusjonert Statoil/Hydro. Fra å være en parentes i den fremforhandlede avtalen mellom styrene i disse to selskapene, har navnesaken havnet på statsministerens bord. Navnesaken truer med å velte hele fusjonsprosessen, og Jens Stoltenberg vil at Statoil skal beregne hvor mye et navneskifte vil koste. (Stavanger Aftenblad 9.1.2007 s36)

Aftenposten kan på sin side melde følgende 9. januar: «Etter noen uker med navnekrangel rundt den nye norske oljegiganten, er det nå duket for en annen norsk spesialøvelse: lokaliseringsstrid» (Aftenposten 9.1.2007 s4). Med dette følger en rekke artikler i mediene de neste dagene om hvor det nye Statoil/Hydro skal være lokalisert. Stavanger vil at byen skal beholde ansvaret for utvikling av selskapet internasjonalt. Ordfører i Stavanger, Leif Johan Sevland, går ut og forteller hvor viktig det er at det nye selskapet fortsatt vil ha sitt hovedkontor i Stavanger, mens Statoils konsernsjef Helge Lund siteres i en artikkel i Stavanger Aftenblad (9.1.2007 s1-20-21) samme dag på at Statoils framtid i Stavanger-regionen er opp til regionen selv:

- Beste måte dere kan møte framtiden på, er å gjøre som før. Bygg kompetanse gjennom universitetet. Da blir det fristende for industrien å utvikle seg her.
- *Men forstår du reaksjonene som kommer?*

– Den eneste måten å se dette på er å tenke at det nye selskapet blir mer slagkraftig. At det blir vekst. Som gir mer muligheter for dem som posisjonerer seg riktig, sier Lund til Aftenbladet. (Stavanger Aftenblad 9.1.2007 s20-21)

Påfølgende dag heller imidlertid statsminister Jens Stoltenberg kaldt vann i årene på en del Oslo-politikere som håper på en relokalisering av nye Statoil/Hydro. På forsiden av avisen skriver Stavanger Aftenblad at «Stoltenberg freder oljebyen». Avisen skriver: «Statsminister Jens Stoltenberg vil ikke gå inn for å flytte Statoils hovedkontor til Oslo og Groruddalen, slik partifellene i hovedstaden foreslår» (Stavanger Aftenblad 11.1.2007 s14-15).

Med dette slutter også andre akt. Etter at første akt ble preget av at de økonomiske aktørenes synspunkter får gjennomslag i debatten, synes de politiske aktørenes meninger å komme sterkere fram i andre akt. Blant annet klargjøres de politiske aktørenes syn på selskapets navn, og skillelinjene i politikken blir tydeligere. Det kan tyde på en dreining i maktbalansen i mediedramaets to første akter – fra å være styrt av økonomiske aktører i første akt, til en mer politikkestyrt debatt i andre akt. Etter et nyhetsforløp i hovedsak har dreid seg om uenighet rundt navnet på det nye selskapet og en diskusjon rundt lokaliseringen, er det tid for ettertanke og å få perspektiv på sakens forløp. Det er klart for mediedramaets tredje og siste akt. Og her slår mediedramaet økonomiske aktører etter hvert tilbake mot det politiske feltet.

6.3 Tredje akt

Tredje akt innledes med artikkelen «Får ikke jobbe i fred» i Dagens Næringsliv (11.1.2007 s6). I saken skriver avisen at regjeringen skal komme med en proposisjon til Stortinget i mars: «Hydro-sjef Eivind Reitens og styreleder Jan Reinås' plan om at Statoil og Hydro skulle få jobbe i fred med fusjonsprosessen, går i vasken. Navnespørsmål og lokaliseringsspørsmål skal utredes og presenteres for Stortinget allerede i mars». Ifølge DN vil proposisjonen i hovedsak ta for seg to hovedtemaer: konsekvensen av en fusjon for norsk oljevirkosomhet som helhet, og hva myndighetene må gjøre for å sikre seg fortsatt konkurranse og ny teknologiutvikling på sokkelen. Men olje- og energiminister Odd Roger Enoksen bekrefter overfor Stortinget at også selskapsnavn og lokalisering av selskapslokaler vil komme i proposisjonen:

– Regjeringen kommer til å gjennomgå alle enkeltheter i fusjonen før proposisjonen sendes Stortinget. Når det gjelder diskusjonen rundt selskapets navn og lokaliseringsspørsmål, vil vi spille inn våre eventuelle synspunkter til selskapets styre. Til slutt er det styrene i Hydro og Statoil som må ta stilling til om de ønsker å følge største eiers ønsker eller ikke, sier olje- og energiminister Odd Roger Enoksen (Sp). (Dagens Næringsliv 11.1.2007 s6)

To dager seinere, 15. januar, forteller Dagens Næringsliv at Eivind Reitens rolle som ny styreleder i et sammenslått Statoil/Hydro er omstridt blant politikerne, og at sentrale politikere i Ap og SV vil påvirke fusjonen. DN skriver at krefter i regjeringspartiene har bestemt seg for å stanse Hydro-sjef Eivind Reitens «parademarsj mot styrelederjobben i det nye Statoil, og endre sentrale deler av fusjonen mellom de to selskapene». Artikkelen fører i sin tur til at opposisjonen (i form av Høyre, Venstre og Frp) dagen etterpå går ut mot regjeringspartiene og krever at Stoltenberg må «rydde opp i egne rekker». Opposisjonspartiene får støtte av «fusjonsekspert» Christine B. Meyer ved Norges Handelshøyskole, som mener at når rødgrønne politikere går ut i mediene og foreslår endringer, vil det «forykke balansen i favør av Statoil» (Dagens Næringsliv 16.1.2007 s4). Samme dag skriver økonomiredaktør i Aftenposten, Ola Storeng, en omfattende kommentar, der han forsøker å oppsummere og se de store linjene i saken. Han innleder:

Sammenslåingen av Hydros olje og gassvirksomhet og Statoil vil forandre Norge. Den offentlige debatten har likevel dreid seg mest om navn og lokalisering – samt om behovet for å gi ledelsen i statens selskaper en nesestyver. Men fordi debatten har vært så enkel, har vi fått en lett forståelig anskuelsesundervisning i maktspill, både mellom selskap og eier og mellom regjering og engasjerte stortingsrepresentanter. (Aftenposten 16.1.2007 s3)

Det store spørsmålet for Storeng er hvordan fusjonen kan gjennomføres med færrest mulig kameler å svelge både for den rødgrønne regjeringen og ledelsen i Statoil og Hydro. Ifølge Storeng «bløffet» Hydros styreleder Jan Reinås da han sa at fusjonen må vedtas punkt for punkt som foreslått av styrene i de to selskapene:

Hvis ikke Stoltenberg har sagt seg enig i å utelukke Statoil som navn på det nye selskapet, er Reinås' uttalelser både provoserende og ukloke. Reinås' uttalelse, eller trussel, om å trekke fusjonsforslaget fremfor å justere et eneste punkt, er uansett ikke troverdig. Også Hydros private aksjonærer ville rase hvis Reinås på grunn av en navnestrid trakk et fusjonsforslag som da det ble offentliggjort, gjorde aksjonærene i Hydro 40 milliarder kroner rikere. (Aftenposten 16.1.2007 s3)

Ifølge Aftenpostens kommentator vil det også bli svært vanskelig for politikerne som ønsker å fjerne Eivind Reiten som selskapets nye styreleder: «Med mindre Stoltenberg tydelig har reservert seg mot Reiten som styreleder, vil det derfor være helt rimelig å tolke hans ja til fusjonen som et statlig ja til Reiten som styreleder». Storeng konkluderer med at det i kanskje er en mulighet for at stortingsflertallet kan blokkere for Eivind Reiten som styreleder, men at det ikke kan skje «uten å svekke statsminister Jens Stoltenberg» (Aftenposten 16.1.2007 s3).

Påfølgende dag slår Aftenposten stort opp på forsiden av økonomiseksjonen at ledelsen i Statoil og Hydro «Setter Stortinget sjakk matt». Avisen skriver at styrene i selskapene i midten av mars satser på å vedta en endelig fusjonsplan: «Etter det kan ingenting endres, fastslår Statoil-sjef Helge Lund. Når Stortinget senere skal behandle fusjonen, kan politikerne derfor ikke gjøre annet enn å

si ja til hele pakken – eller velte fusjonen» (Aftenposten 17.1.2007 økonomi s1-2-3). Stavanger Aftenblad følger opp 18. januar og skriver i en artikkel med tittelen «De lukkede roms politikk» blant annet at Olje- og energiminister Odd Roger Enoksen «bekrefter overfor Aftenbladet at regjeringens syn på fusjonen mellom Statoil og Hydro vil bli formidlet til selskapene uten at saken først er drøftet Stortinget» (Stavanger Aftenblad 18.1.2007 s22-23). Det skjer ifølge Aftenbladet på tross av at Enoksen forrige onsdag i Stortingets spørretime lovet Stortinget at det skal få drøfte «alle forhold» rundt fusjonen til våren:

Nå viser det seg at politikernes mulighet til å påvirke fusjonen er nå - ikke senere i vår. Og det skjer uformelt: – Regjeringen har tatt forbehold om at det kan være sider ved fusjonen vi vil ha kommentarer til. Regjeringen vil eventuelt komme med sine kommentarer til styrene i de to selskapene. Tidlig, slik at styrene kan ta hensyn til dette før det legger fram sine endelige fusjonsdokument. Det er styrets ansvar. Vi vil gi våre signaler før det, hvis det er aktuelt, sier Enoksen. – Så er det opp til styrene om de vil ta hensyn til signalene, og eventuelt andre innspill de måtte få, sier Enoksen. (Stavanger Aftenblad 18.1.2007 s22-23)

18. januar forteller også Odd Roger Enoksen at «Olje- og energidepartementet vil legge frem en stortingsproposisjon om fusjonsplanene og statens nye rolle som regulator og myndighetsutøver i mars» (Aftenposten 18.1.2007 økonomi s2-3). I et intervju med Aftenposten sier Enoksen at han ikke utelukker «at departementet vil komme med innspill til styrene i Hydro og Statoil både når det gjelder navnevalg og forslaget til ny styreleder i den nye oljegiganten»:

Enoksen mener også at det beste ville ha vært om navnespørsmålet hadde blitt avklart allerede da fusjonsplanene var klare 18. desember i fjor.

- Ideelt sett kan man si at det kunne vært avklart i en tidligere fase. Men jeg har respekt for at tempoet under fusjonsforhandlingene før jul var slik at det ikke var avklart.
- *Vil departementet komme med innspill når det gjelder navn for styrene i de to selskapene kommer med endelige forslaget til fusjon i mars?*
- Vi er inne i en fase hvor vi vil vurdere enkelthetene i forslaget. I den grad vi har innspill, vil vi komme med dem til styrene i god tid før de vedtar fusjonsplanen. Så er det opp til styrene å vurdere innspillene. Jeg understreker at det er styrene som tar stilling til fusjonsforslaget, og at det er opp til generalforsamlingen å ta stilling til den ferdige pakken.
- *Du bekrefter at generalforsamlingen og Stortinget må si enten ja eller nei til hele fusjonen, og at man ikke kan gå inn på enkeltpunkter, slik blant andre Statoils konsernsjef Helge Lund har sagt til Aftenposten?*
- Det er korrekt. (Aftenposten 18.1.2007 økonomi s2-3)

Olje- og energiminister Enoksen gir i artikkelen samtidig sin støtte til Hydros konsernsjef Eivind Reiten som styreleder i det nye selskapet, slik det hele tiden var foreslått i fusjonsforslaget fra Statoil og Hydro. Aftenposten siterer Odd Roger Enoksen, som sier: «– Eivind Reiten blir en utmerket styreleder i det nye selskapet. Han er en utmerket industrileder og vil gjøre en utmerket jobb som styreleder i det nye selskapet» (Aftenposten 18.1.2007 økonomi s2-3). Aftenposten tar også for seg fusjonen på lederplass og kritiserer regjeringen for håndteringen av saken 18. januar. Avisen skriver at regjeringen har vært uklar rundt hva det er Stortinget kan gjøre og hva de skal

stemme over i fusjonen. Det endelige svaret, skriver Aftenposten, er som Statoil-leder Helge Lund har påpekt, nemlig at Stortinget ikke kan bestemme innholdet i avtalen om å slå sammen Hydros olje- og gassvirksomhet og Statoil. Stortinget kan bare stemme ja eller nei til hele fusjonspakken, og ikke plukke den fra hverandre og velge enkeltdeler. Aftenposten skriver på lederplass: «Det er pinlig at Regjeringen har vært så uklar. Det får også være Lunds unnskyldning når han belærer Stortinget om beslutningsprosessen som nå venter» (Aftenposten 18.1.2007 s3).

I siste akt gjenvinner de økonomiske aktørene (Statoil og Hydros ledelse) i mediedramaet mye av det initiativet de hadde innledningsvis i dramaet, både i forhold til det politiske og det journalistiske feltet. Dette bekreftes og tydeliggjøres også i det Aftenposten skriver på lederplass i avsnittet over. Når regjeringen bestemmer seg for likevel ikke å drøfte fusjonssaken åpent i Stortinget før regjeringen formidler sitt syn på fusjonen (Stavanger Aftenblad 18.1.2007 s22-23), betyr det samtidig også at mediedramaets økonomiske aktører (Statoil og Hydro) i stor grad får tilslutning for sine politiske løsninger og løsningsforslag. Selskapene, med Reiten og Lund i spissen, får viljen sin, og unngår en stor og felles diskusjon og debatt rundt fusjonssaken i mediene – og ikke minst i Stortinget. Sakens økonomiske aktører vinner dermed en viktig kamp rundt de politiske beslutningsprosessene, fordi den politiske opposisjonen på denne måte ikke får mulighet til å diskutere fusjonen åpent. Den dragkampen som kontinuerlig finner sted mellom økonomiske og politiske aktører, slik Slaatta (2003: 222) beskriver den, er altså her til stede i alle dramaets akter. Vinneren av denne dragkampen må kunne sies å være mediedramaets økonomiske aktører, som både i pressen og gjennom sine nettverk får gjennomslag for sitt ønske, nemlig at det generalforsamlingene i Statoil og Hydro skal ta stillingen til, enten er et «ja» eller et «nei» til fusjon.

6.4 Oppsummering

Aftenpostens lederartikkel (18.1.2007 s3), som her avslutter min konstruksjon av mediedramaet, kommer altså med et slags fasitsvaret på spørsmålet som har blitt diskutert i mediene gjennom hele fusjonssaken. Kan Stortinget bestemme innholdet i fusjonen mellom Statoil og Hydro? Det endelige svaret er: Nei, i svært liten grad. Dermed settes også et foreløpig punktum for debatten rundt Statoil/Hydro-fusjonen. Saken har med hjelp av Hernes og Eides (1987) verktøy og teori om mediedrama blitt framstilt som en tre-akter. I første akt innledes sakens konflikt, som jeg har vist her i stor grad dreide seg om navnet på et sammenslått Statoil/Hydro. Sakens deltagere og partner presenteres og defineres. I hovedsak er det her ledelsen i Statoil og Hydro som spilles ut mot politikere. I andre akt trappes diskusjonene rundt navn opp og konfliktnivået i synes å heves

noe. Her dreier det seg om hvorvidt staten, som største eier i begge selskapene, kan instruere Statoil og Hydro til å beholde Statoil-navnet i det nye, fusjonerte selskapet. Etter hvert påpekes det fra stadig flere hold, både fra kommentatorer (pressen selv), fra forskere og andre interessenter, at debatten rundt navn på det sammenslåtte selskapet får uforholdsmessig stor plass i diskusjonen rundt fusjonen. I tredje og siste akt tas det så et skritt tilbake, for å få innsikt, reflektere og konkludere over den debatten som har versert i mediene og det mediedramaet som har utspilt seg. Konklusjonen fra både Statoil og Hydro (sakens økonomiske aktører), regjeringen (sakens politiske aktører) og mediene (som her fungerer som bindeledd mellom de to aktørene) blir som Statoil og Hydro hele tiden har hevdet, nemlig at politikernes innflytelse på forslaget til fusjon er svært liten.

Mediedramaet viser at selskapene både i sine bakområder og frontområder arbeider godt. Selskapene lykkes også med sin inngjerding, og bakregionen er dermed lukket for inntrenging fra pressen og andre interessenter. Det gjør at de strategisk og taktisk viktige diskusjonene og avgjørelsene som tas, ikke slipper ut. Flere feilskjær her var, som vist, helt sentralt for det mislykkede forsøket på fusjon tre år tidligere i 2004. I frontregionen framstår Statoil og Hydros ledelse som klare og tydelige på hva som skal til for at fusjonen skal bli en realitet. De ulike formene for kommunikasjonstiltak (portåpning) som iverksettes, gjør at selskapene i stor grad får den utviklingen som de ønsker i mediedramaet. Selv når en del av sakens politiske aktører rasler med sablene, står Statoil og Hydro fast på hvordan fusjonen må og skal gjennomføres, og de økonomiske aktørene får i tredje og siste akt også gjennomslag for sitt syn.

6.5 Kvantitativ analyse av nyhetsforløpet

Oversikten under viser den prosentvise andelen av artikler der konflikt er sentralt ved mediedramaet i 2006/2007.

Tabell 2: Antall artikler der konflikt er sentralt for artikkelens framdrift og historie.

Fusjonsforsøket i 2006/2007:			
Konflikt?	Ja	Nei	Totalt
Aftenposten	15 (33,3 %)	30 (66,7 %)	45 (100 %)
Dagens Næringsliv	27 (31 %)	60 (69 %)	87 (100 %)
Dagbladet	8 (24,2 %)	25 (75,8 %)	33 (100 %)
Stavanger Aftenblad	25 (46,3 %)	29 (53,7 %)	54 (100 %)
Totalt	75 (34,2 %)	144 (65,8 %)	219 (100 %)

Desidert fleste artikler er det Dagens Næringsliv som står for. 87 av sakene i utvalget er skrevet på rosa papir. Av disse har 31 prosent (27 stk) en konflikt som bærende element. Aftenposten legger seg tett opp til gjennomsnittet av de fire avisene. Av avisens 45 artikler i perioden har 15 av dem, eller 33,3 prosent, et innhold preget av konflikt. Ytterpunktene i oversikten finnes i Stavanger Aftenblad og Dagbladet. (Det er interessant å se at deres «roller» sammenlignet med saken fra 2004 synes å være snudd.) Stavanger Aftenblad har her den klart høyeste andelen av saker med konflikt i utvalget, med 46,3 prosent. Tabloidavisen Dagbladet har på sin side den laveste andelen av konfliktfylte saker i utvalget fra 2006/2007, med 24,2 prosent. Kun åtte av avisens 33 artikler har en konflikt som sentralt element i fremstillingen av saken.

Som det framgår av tabellen er det samlet skrevet totalt 219 artikler i avisutvalget i perioden fra 2006/2007. 75 av artiklene, eller 34,2 prosent, har et innhold der konflikt er sentralt. For 65,8 prosent (144 stk) av artiklene som ble skrevet er innholdet ikke av en slik karakter. Det prosentvise antallet artikler vinklet på konflikt mindre enn ved mediedramaet i 2004 (54 prosent), noe som tyder på at konfliktnivået i medieføljetongen fra 2006/2007 som helhet også er lavere.

Tabell 3: Samlet ser tallene fra de kvantitative undersøkelsene av de to mediedramaene fra 2004 og 2006/2007 slik ut:

Fusjonsforsøkene, samlet:			
Konflikt?	Ja	Nei	Totalt
Nyhetsforløpet fra 2004:	47 (56 %)	37 (44 %)	84 (100 %)
Nyhetsforløpet fra 06/07:	75 (34,2 %)	144 (65,8 %)	219 (100 %)

De kvantitative opptellingene av artikler fra nyhetsforløpene tyder altså på at fusjonsforsøket mellom Statoil og Hydro fra 2004 har et høyere konfliktnivå (56 prosent av alle sakene i utvalget) i mediene, enn det som var tilfelle for fusjonsforsøket i 2006/2007 (34,2 prosent av alle sakene i utvalget). Tallene og resultatene synes dermed å samsvare med inntrykket fra den kvalitative framstillingen av de to nyhetsforløpene i kapittel 5 og 6. Konstruksjonen av nyhetsforløpet fra fusjonsforsøket i 2004 (kapittel 5) viser at i mediedramaet som utspilte seg, var konfliktnivået mellom sakens aktører til tider svært høyt. Nyhetsforløpet fra 2006/2007 er annerledes, med et mediedrama der konfliktnivået synes å være mindre, mye på grunn av måten som Statoil og Hydro og de profesjonelle kildene i det økonomiske feltet håndterte saken.

7. Sammenligning av mediedramaene

I de to foregående kapitlene har jeg konstruert og analysert mediedramaene slik de utspilte seg i pressen ved de to fusjonsforsøkene mellom Statoil og Hydro. Kapittel 5 tok for seg det mislykkede forsøket på sammenslåing i 2004, og i kapittel 6 så jeg på mediernes behandling av fusjonsforsøket fra 2006/2007, som til slutt endte med at Hydros olje- og gassdivisjon ble innlemmet i Statoil. I dette kapitlet sammenligner jeg de to mediedramaene, og ser på mediernes rolle og posisjon ved de to fusjonsforsøkene.

7.1 Nyhetsforløpene som mediedramaer

Som vist i de to foregående kapitlene (5 og 6) kan altså både nyhetsforløpet fra 2004 og fra 2006/2007 behandles etter Eide og Hernes' (1987) teori om mediedramaer. Men hvordan disse to dramaene utspiller seg i pressen er vidt forskjellige i de to nyhetsforløpene. Det er også med på å bidra til at sakene får svært ulike utfall. Narrativene konstruert for de to ulike mediedramaene viser at utgangspunktet og innledningen for nyhetsforløpene har en klar innvirkning på hvordan sakene utvikler seg videre i mediene, og på hvordan pressen behandler historien etter hvert som dagene går.

I fusjonsforsøket fra 2004 innledes første akt ved at Aftenposten 10. februar kan avsløre at Statoil og Hydro over noe tid har ført samtaler om fusjon. Men som Aftenposten-journalist Alf Ole Ask (2004) skriver i sin bok, ble det etter hvert som fusjonssaken utviklet seg i 2004, klart at Statoil og Hydro hadde kommet betydelig lengre i forhandlingene om å slå sammen selskapene enn de først ville innrømme. Denne informasjonen førte til en opphetet debatt, der politikere, tillitsvalgte og mediene kjører et svært tøft løp mot ledelsene i Statoil og Hydro over lengre tid.

Statoil og Hydros strategi innledningsvis i frontregionen er et forsøk på å fortelle litt, men ikke alt. Konsekvensen av denne strategien synes å være at Eide og Hernes' (1987: 30) triangelhypotese slår inn med full kraft. Journalister og medier får spille sentrale personer i saken fra det politiske og økonomiske feltet ut mot hverandre gang etter gang. Mediene skaper dermed stoff og artikler der konflikt mellom sakens deltagere er sentralt for framdriften i hver enkelt artikkel og medieføljetongen som helhet. Dette reflekteres også som vist i kapittel 5 i opptellingen av antall artikler fra avisutvalget i perioden med en dramaturgi vinklet på konflikt. Den viser at 56 prosent av sakene har en slik vinkling.

Ved fusjonssaken i 2006/2007 innledes mediedramaet og første akt med at Statoil og Hydro sender ut en felles pressemelding 18. desember 2006. I meldingen kommer selskapenes ledelse med informasjon om at de ønsker å slå sammen selskapenes olje- og gassdivisjoner til én. Tidspunktet og saken i seg selv kommer overraskende på de fleste, mediene inkludert. Gode forberedelser i både front- og bakregionen hos selskapene gjør at Statoil og Hydro allerede innledningsvis i mediedramaet får et forsprang, som det er tydelig at pressen har problemer med å hente inn, og det gjør at selskapene i større grad selv får styre dramaturgien i nyhetsforløpet. Fordi Statoil og Hydro denne gangen selv får muligheten til å styre når nyheten om fusjonsplanen skal slippes, virker det her som selskapene kommer på offensiven i forholdet til mediene. Istedenfor at mediene kunne avsløre og offentliggjøre planene om fusjon før selskapene selv var klare, slik Aftenposten gjorde i 2004, tyder konstruksjonen av nyhetsforløpet fra 2006/2007 nå på at selskapene er mye bedre forberedt. Med godt forberedte profesjonelle kilder som toppsjefene Helge Lund og Eivind Reiten i spissen, får ikke pressen spilt aktørene ut mot hverandre slik tilfellet var i 2004. Både selskapene selv og mediene forholder seg dermed også til saken på en annen måte. Resultatet blir et nyhetsforløp som kun tidvis bærer preg av konflikt og et fullgodt mediedrama. Mens Eide og Hernes' (1987) triangelhypotese som nevnt ble utnyttet til det fulle av mediene i 2004, viser konstruksjonen av nyhetsforløpet fra 2006/2007 at mediene ikke har det samme grepet om de sakene som presenteres. En slik tolkning av narrativet støttes også av den kvantitative undersøkelsen gjort på medienes behandling av fusjonssakene, der 34,2 prosent av artiklene er konfliktrettet.

7.1.1 Mediedramaene og det politiske felt

Som jeg skriver i kapittel 4, er det store forskjeller på når det gjelder de politiske forutsetningene ved de to forsøkene på fusjon. Den jobben selskapene har gjort på forhånd i det politiske landskapet vises også tydelig i narrativet fra nyhetsforløpet i 2006/2007, og Statoil og Hydros håndtering av sakens politiske sider står i sterk kontrast til mediedramaet i 2004. Gjennom alle tre aktene i mediedramaet fra 2004 viser representanter fra de fleste partiene på Stortinget en kritisk holdning til fusjonsforhandlingene. Det gjør en fusjon umulig å gjennomføre for Statoil/Hydro, samtidig som det også gir mediene gode muligheter til å spille sakens aktører ut mot hverandre og lage saker vinklet på konflikt. Det er liten tvil om at måten den daværende Bondevik-regjeringen ble informert om samtalene på, gjennom oppslag i Aftenposten, hadde en klar negativ virkning og førte til at selskapene måtte tåle kraftig kritikk – både fra regjering og opposisjon. Mediedramaets andre akt avsluttes med at statsminister Bondevik går ut og kritiserer samtalene

(feks Dagbladet 26.2.2004 s17; Aftenposten 26.2.2004 s15). Med det legger han også på mange måter saken død politisk. Som vist i kapittel 5 går mediedramaet etter Bondeviks uttalelser over i en tredje og siste akt. Siste akt preges av en mer ydmyk Statoil-ledelse, som innser at regjeringen burde vært informert på et tidligere tidspunkt. Det er også i tråd med en typisk struktur for et mediedrama i tre akter, der konfrontasjonen som kommer i andre akt, resulterer i ny innsikt og refleksjon i tredje akt (Eide 1992: 97).

Når fusjonssamtaler på nytt blir et tema i 2006, er det mye som tyder på at Statoil og Hydro har lært. Forholdet til – og håndteringen av – sentrale aktører i det politiske feltet er tydelig forbedret. Når fusjonssamtalene gjøres kjent, har selskapene allerede alliert seg med daværende statsminister Jens Stoltenberg (Ryggvik 2009). I mediene kommer det etter hvert fram at Lund og Reiten har hatt møter med Stoltenberg og informert ham om planene på forhånd. Stoltenberg gir også selskapene drahjelp ved at det fra Statsministerens kontor (SMK 2006) sendes ut en pressemelding helt i starten av nyhetsforløpet som støtter fusjonsplanene, og ikke minst roser selskapenes initiativ til å slå seg sammen. Her sier Stoltenberg blant annet at en fusjon mellom Statoil og Hydro «innleder en ny epoke» og at det nå skal skapes et «verdensledende energiselskap» som gir Norge «et sterkere olje- og gassmiljø». En bedre støtte og kraftigere dytt i ryggen kunne neppe selskapene drømt om i mediedramaets innledende fase. Med støtte fra en flertallsregjering blir også den politiske motstanden mindre. Den politiske støtten synes å bidra til at nyhetsforløpet blir mindre betent og konfliktfylt enn tilfellet var ved fusjonsforsøket tre år tidligere i 2004.

7.1.2 Mediedramaene og det økonomiske felt

Det er også klart at endrede økonomiske forutsetninger for Statoil og Hydro bidrar sterkt til at sakene får ulike forløp og utfall. Mot slutten av 2006 har olje- og gassindustrien, og da særlig Statoil og Hydro, over lengre tid arbeidet med å selge inn et budskap om at framtidig vekst vil måtte skje utenlands, helt andre steder enn på norsk sokkel. En slik oppfatning av situasjonen rundt norsk olje- og gassektor var ikke dominerende verken i det økonomiske eller det politiske feltet i februar 2004, da Statoil og Hydro gjorde sitt første forsøk på å slå seg sammen. Fusjonssamtalene i 2004 ble i media ofte framstilt som et forsøk fra «griske næringslivstopper» (konsernledelsen og styrene i de to selskapene) på å skaffe seg enda mer makt og økonomisk gevinst (ikke bare for eget selskap, men også for seg selv) på bekostning av «oss», norske skattebetalere, som eier de enorme verdiene som finnes i norsk olje og gass, blant annet gjennom statens eierskap i Statoil og Hydro. Gode eksempler på denne typen vinklinger i mediene finnes i

kommentarer fra Aftenpostens Ola Storeng og Dagbladets Halvor Elvik. Storeng skriver for eksempel 11. februar 2004, allerede dagen etter at hans egen avis har avdekket samtalene mellom Statoil og Hydro:

For Reiten ville stillingen som konsernsjef i et sammenslått Statoil-Hydro bli et uslåelig høydepunkt i den eventyrlige karrieren til statskapitalismens wonderboy. Inge Hansen er av mange avskrevet som mulig ny toppleder i Statoil. Men hvis fusjonssamtalene hadde ført frem, kunne Hansen ha tilbudt en attraktiv lederkabal til et Statoil-styre som er kommet i hastverk for å fylle sjefstolen i selskapet. Eivind Reiten ville ha blitt applaudert inn som fremtidig konsernsjef i det sammenslåtte selskapet. Hansen ville ha fjernet faren for at han selv i løpet av våren må forlate sin plass som skipper på Statoil-skuta. Han ville i stedet få lov lede Statoil gjennom Norges største fusjon hvoretter han ville bli pensjonert som Statoil-sjef. (Aftenposten 11.2.2004 s9)

Elvik (Dagbladet 12.2.2004 s3) skriver påfølgende dag at det som «er lekket ut i offentligheten, får initiativet til å se ut som et foreløpig mislykket forsøk på kupp» og at «skulle det være det minste fnugg av slike personlige motiver i det som har foregått mellom toppsjefene, burde det rammes av straffeloven». Slike karakteristikker av Statoil og Hydros handlinger i mediene bidrar naturlig nok til å gjøre selskapenes kamp for å få gjennomslag for sitt ønske om fusjon betydelig vanskeligere. Andre økonomiske aktører, politikere og øvrige interessenter viste da også at de hadde problemer med å godta Statoil/Hydros argumentasjon, slik den ble fremstilt i pressen.

I 2006 er imidlertid landskapet og strukturen i den politiske økonomien forandret. Det blir tydelig når statsminister Jens Stoltenberg selv går ut og støtter fusjonen (SMK 2006). Hvor vidt Statoil, Hydro og regjeringen faktisk hadde rett i sine analyser om at en fusjon var tvingende nødvendig, blir dermed mindre viktig. Det avgjørende var støtten fra sentrale politikere i regjering og på Stortinget, som igjen førte til at nyhetsforløpet i 2006/2007 ble betydelig mindre konfliktfylt enn tilfellet var i saken fra 2004.

I denne oppgaven behandler jeg begge nyhetsforløpene som analyseres etter Eide og Hernes' (1987) modell om mediedramaturgi. Med bakgrunn i analysene av narrativene og den kvantitative opptellingen av artikler fra kapittel 5 og 6, virker det likevel klart at mediedramaet som utspilte seg rundt fusjonssamtalene fra 2004 har flere kjennetegn som «passer» for et typisk drama i mediene, slik det beskrives av Eide og Hernes (1987). For Eide og Hernes er mediens dramaturgi en måte mediene oppnår makt på. Når dramaturgien er forskjellig, vil også mediens innflytelse på og makt i et nyhetsforløp endres. Nyhetsforløpet fra 2004 synes å være et klassisk «avsløringsdrama», og mediene får her spille en av hovedrollene i dramaet som utspiller seg. I 2006 virker det som mediene i større grad blir henvist å spille en mindre viktig «statistrolle» i dramaet. Her blir mediedramaet i større grad en feiring av en fusjon mellom to selskaper, og analysene tyder på at mediene i hovedsak kun får mulighet til å se tilbake (var det lurt å

fusjonere?) og fremover (hva skal det nye selskapet hete?). Det synes med andre ord tydelig at mediene ikke er delaktig eller har samme makt i prosessen rundt forsøket på fusjon i 2006, som i 2004. Mye av årsaken til det synes å ligge i de politiske og økonomiske forutsetningene, og ikke minst i den jobben som ble gjort av selskapene i forkant av at fusjonssamtalene ble kjent for allmennheten gjennom mediene.

7.2 Medienes tilgang til informasjon

Når det kommer til en fusjon mellom to av Norges største selskaper, er det tette bånd mellom det økonomiske feltet og det politiske feltet, og journalistikken har her en sterk innflytelse og påvirkning på begge disse feltene.

Narrativet fra nyhetsforløpet fra 2004 viser at selskapene innledningsvis lykkes med en strategi om å gi minst mulig informasjon om fusjonssamtalene og i stor grad svare «ingen kommentar» når journalistene stiller spørsmål. I selskapenes frontregion var, som jeg viste i kapittel 5, Statoil og Hydro i liten grad aktive da samtalene om fusjon ble gjort kjent, og de to selskapenes ledelse var ikke villige til å uttale seg om saken i pressen. Som Ask (2004: 74) skriver om situasjonen i Statoil: «Beskjeden informasjonsavdelingen fikk fra ledelsen, var å svare «Ingen kommentar» når noen ringte.» I selskapenes frontregion ble journalistene altså avvist, og ingen eller lite informasjon om fusjonssamtalene ble kommunisert ut fra selskapene. Opplysninger og fakta i saken ble med andre ord forsøkt gjerdet inne og sensurert (Ericson 1989). Som Allern (1997) påpeker er det en skummel kommunikasjonsstrategi å lukke «portene» på denne måten, fordi mediene har både ressurser til og interesse av å ta egne initiativer.

Når så et samlet pressekorps for alvor setter ressurser og fokus på saken blir det, som Ask skriver, etter hvert kjent at det Statoil og Hydro først omtalte som «sonderende samtaler» (Statoil 2004; Norsk Hydro 2004) i virkeligheten dreide som om «helt konkrete forhandlinger» (Ask 2005). I Statoil og Hydros tilfelle ble effekten dermed motsatt a det man håpet på. De lukkede portene bidro til å gjøre pressens interesse for fusjonssaken større, og ikke mindre, slik Statoil og Hydro ønsket å oppnå ved å svare «ingen kommentar». I stedet for at sakens omfang blir mindre, intensiverer altså pressen jakten på informasjon i bakområdene, og en eller flere syndebukker.

Etter hvert som mediedramaet utvikler seg, blir særlig Statoil-styreleder Jannik Lindbæk og hans konstituerte konsernsjef Inge K. Hansen hardt kritisert av politikere, andre interessenter og av pressen selv for håndteringen av saken. En plan for kommunikasjons- og påvirkningsstrategi fra

selskapenes profesjonelle kilder synes å være fraværende gjennom hele mediedramaet. Utover i nyhetsforløpet blir særlig ledelsen i Statoil presset til å komme med stadig flere innrømmelser rundt fusjonsforhandlingene. Samtidig som Statoil og Hydro er i en situasjon der journalister først har fått tilgang til selskapenes bakregion, og dermed konfidensiell informasjon, viser det seg etter hvert også at historien som Statoil og Hydro selv forsøker å kommunisere i sin frontregion er usann, kraftig sminket og tilpasset den versjonen Statoil og Hydros ønsker å fortelle. Det er selvsagt svært uheldig, særlig for bedrifter som allerede er på gyngende grunn, og fører til at selskapene får det Dagbladet kaller for «refs» av statsminister Kjell Magne Bondevik (Dagbladet 26.2.2004 s17). Et annet eksempel er styreleder Jannik Lindbæks innrømmelser ute i mediedramaet tredje akt, altså lenge etter at saken først var blitt kjent, om hva han egentlig visste om fusjonssamtalene. Lindbæk tvinges da til å fortelle pressen at konstituert konsernsjef Inge K. Hansen handlet etter fullmakt fra Lindbæk selv, og at Lindbæk hele veien var orientert om samtalene: «Jeg ba Hansen om å luften spørsmålet med Reiten. Initiativet var mitt. Inge Hansen handlet etter fullmakter fra meg» (Dagens Næringsliv 4.3.2004 s8). Lindbæks erkjennelse kommer til slutt, som en konsekvens av at han og Hansen i flere uker har blitt presset av politikerne, fagforeninger, andre interessenter og mediene selv. Samlet må dette sees på som et mislykket forsøk på det som av Ericson (1989) og Allern (1997) beskrives som «inngjerding» fra selskapenes side. Handlingene til de profesjonelle kildene i Statoil og Hydro, både i det åpne og lukkede rom, i front- og bakregionen, gir et bilde av to selskaper som i nyhetsforløpet fra 2004 sleit kraftig med sine kommunikasjonstiltak og med forholdet til mediene.

Ser man på nyhetsforløpet fra 2006/2007 og resultatene fra den kvantitative undersøkelsen av medieinnholdet fra denne perioden, er det tydelig at Statoil og Hydro her lykkes bedre, både med sine informasjonssubsidier og sine informasjonshindre. Med bruk av Ericson et als (1989) modell som verktøy, er det liten tvil om at håndteringen av denne saken fra Statoil og Hydro her står i sterk kontrast til fusjonsforsøket tre år tidligere.

Betydningen av at fusjonsforhandlingene denne gangen ikke slapp ut i mediene før Statoil og Hydro selv var klare for det, vises godt av et utdrag i Dagens Næringsliv (19.12.2006 s18-19), dagen etter at Statoil og Hydros ledelse har offentliggjort planene om fusjon: «Helge Lund smiler fra øre til øre på sin vei til sikkerhetskontrollen og det ventende privatflyet. – Det jeg er mest fornøyd med, er at vi fikk til dette uten at pressen fikk vite om det». Dagen før Lund siteres på dette, har Statoil og Hydro invitert til pressekonferanse, og slipper en felles pressemelding med informasjon om fusjonsplanene (Statoil 2006b). Pressemeldingen, som blir publisert på Statoils nettsider, er på totalt 1029 ord. Til sammenligning var pressemeldingen som Hydro sendte ut i

forbindelse med fusjonsforsøket i 2004 på 53 ord (Hydro 2004). Helge Lunds uttalelse i Dagens Næringsliv og pressemeldingene fra de to nyhetsforløpene illustrerer på en god måte forskjellene i selskapenes tilstedeværelse og strategi innledningsvis i frontregionen ved de to nyhetsforløpene.

Statoil og Hydro er altså helt tydelig klar over faren for at fusjonsplanene igjen vil kunne gå i vasken dersom samtalene om en sammenslåing blir kjent for tidlig. Tilgangen til informasjon om fusjonssamtalene tilhørende selskapenes bakregion, som var avgjørende for sakens utfall i 2004, er denne gang lukket og utenfor rekkevidde for mediene. Selskapene holder mediene ute fra sine bakområder, og klarer dermed å hindre at mediene skriver om fusjonsforhandlingene før selskapene selv er klare til å ta imot spørsmål fra mediene. At Statoil og Hydro selv får bestemme tidspunktet for offentliggjøringen av fusjonsplanene, uten innblanding fra pressen i forkant, bidrar til to viktige ting: For det første setter det premissene for det påfølgende nyhetsforløpet, mediedramaet og historien som fortelles av pressen, og for det andre bidrar det sterkt til hvordan selskapene kan agere i frontregionen.

Som analysene av mediedramaet i 2006/2007 viser, blir da også nyhetsforløpet preget av færre konflikter mellom aktørene i saken og dramaet er mindre personfokusert. I nyhetsforløpet kommer mediens vinklinger istedenfor svært ofte til å handle om hva som skal være navnet på det nye selskapet. Dagbladets kommentator Marie Simonsen kaller til og med navnedebatten for en «avledningsmanøver» fra Statoil/Hydros side. Hun fremholder at «debatt rundt den nye oljegiganten er druknet i navnestrid» og at «det har sikkert ikke påtroppende konsernsjef Helge Lund og styreleder Eivind Reiten noe imot» (Dagbladet 29.12.2006 s3). Selv om nyhetsforløpet viser at debatten rundt navn er omfattende, og til tider også konfliktfyllt, er det naturlig å anta at dette er en vinkling som selskapene langt på vei foretrekker framfor en mer grundig debatt, som for eksempel kunne dreid seg om betydningen av en mulig fusjon og selskapenes framtidige rolle i norsk olje- og gasssektor og næringsliv generelt. En slik form for debatt er nemlig så godt som fraværende i mediebildet, og gjør det sannsynligvis dermed lettere for Statoil, Hydro og regjeringen å få gjennomslag for fusjon.

Samlet viser dette en helt annen måte å møte presse og media på fra de økonomiske aktørene og de profesjonelle kildene. Statoil og Hydros kommunikasjonstiltak i det området som Ericson et al (1989) og Allern (1997) kaller for «portåpning» i frontregionen gir, kombinert med inngjerdingen av bakregionen, dermed selskapene et solid fundament for å takle presset fra medier og politiske aktører. Slik nyhetsforløpet i 2006/2007 utvikler seg, virker denne strategien til å fungere, og gir selskapene dermed et fortrinn i forholdet til pressen. En viktig årsak til dette er trolig samspillet

som finner sted mellom mediedramaets viktigste økonomiske aktører (Statoil og Hydros toppledelse) og politiske aktører (regjeringen Stoltenberg). Som Slaatta (2003: 238) har påpekt, vil mediernes oppslag om det økonomiske feltet kunne virke mer tilfeldige og uinformerte, fordi de ikke har tilgang til eller rett til offentlig informasjon. Det skyldes næringslivets få krav til offentlighet, som gjør journalistikken mer utsatt for påvirkning og kontroll fra aktører som vet hva de vil oppnå i mediene. Når de sentrale økonomiske og politiske aktører i mediedramaet har en felles interesse for å gjennomføre fusjonen, blir også kildenes kontroll over informasjon større, nyhetsbeitene færre og sjansene for lekkasjer i selskapenes bakregion reduseres.

Sammenlignes pressens tilgang til informasjon ved de to mediedramaene jeg har analysert, tyder det på at det er klare forskjeller i mengden informasjon pressen får, og ikke minst hvor pressen henter sin informasjon fra. Ved fusjonsforsøket i 2004 synes det klart at mediene samler informasjon og skriver sine artikler med bakgrunn i opplysninger fra Statoil og Hydros bakregion. Ved fusjonsforsøket i 2006/2007 er kildenes kontroll over informasjonen tydelig større. Statoil og Hydro opprettholder sine «fasader» (Allern 1997: 76), og mediene blir dermed henvist til å hente sitt materiale fra selskapenes frontregion, der informasjonen slippes ut i styrte og kontrollerte former.

7.3 Maktforholdet mellom kilde og journalist

Merkelsen (2007: 57) er blant flere som har hevdet at maktbalansen mellom kilde og journalist de siste tiårene har tippet i kildenes favor. Hvordan stemmer dette med mediedramaet som utspilte seg rundt fusjonssamtalene fra 2004? I medieoffentligheten er det i høyeste grad pressen som setter dagsorden. Mediene spiller en sentral rolle, ved at de først avdekker fusjonssamtalene, og så en stund senere kan bringe ny informasjon om at Statoil og Hydro hadde kommet betydelig lengre i forhandlingene om fusjon enn selskapene først ville innrømme.

I medieføljetongen bringer og presenterer journalistikken økonomisk informasjon og kunnskap om ledelse og politikk mellom aktørene, og synes å fungere som den kritiske og kompetente motekspertisen til det økonomiske feltet, slik pressen bør opptre (Slaatta 2003: 238). Det journalistiske feltet gir med sine avsløringer og karakteristikk av fusjonssamtalene et bilde av mediedramaet til publikum som setter «fusjonskameratene», som Aftenposten (26.2.2004 s15) kaller Statoil og Hydro og deres konsernledelse, i et svært dårlig lys. Når et flertall av mediedramaets politiske aktører, de folkevalgte på Stortinget, i tillegg er kritiske, både til prosessen som har foregått og til selve tanken på fusjon, forsterkes samtidig også mediernes makt

og innflytelse på saken. Dette er fordi politikernes negative respons synes å bidra til utviklingen av en mediedramaturgi og et nyhetsforløp som passer mediens ønske om saker med konflikt, der aktører blir spilt ut mot hverandre (jf. triangelhypotesen).

Under mediedramaet rundt fusjonssamtalene fra 2004 synes det dermed å være slik at flyttingen av makt fra journalist til kilde som Merkelsen (2007) skriver om, ikke er til stede. Det virker tydelig at det er journalistene og mediene som her er den førende part, og som har makten i forholdet til kildene. Det er journalistikken, mediene og arbeidet som legges ned av redaksjonene som driver mediedramaet framover og som gjennom hele nyhetsforløpet, i tråd med triangelhypotesen, skaper nye konflikter og vinklinger.

I nyhetsforløpet og mediedramaet fra 2006/2007 finnes det derimot flere tegn på at Merkelsens maktforskyvning finner sted, og at det er kilden, Statoil og Hydros aktører, som sitter i førersetet. Maktbalansen synes således å tippe i favør av nyhetsforløpets økonomiske aktører. Ved å være offensive, møte mediens krav til tilgjengelighet og svare på kritikk, oppnår selskapenes ledere og kommunikasjonsfolk i større grad å forme og sette sammen informasjon «that promotes their preferred version of reality» (Johnson-Cartee 2005: 199). Med andre ord: I selskapenes frontregion er lederne og de ansvarlige for relasjonene til pressen hele tiden aktive i mediene, gjennom hele nyhetsforløpet. En sannsynlig effekt av at selskapenes «news promoters», som Johnson-Cartee (2005: 199) kaller dem, er synlige i mediene, er at denne tilstedeværelsen bidrar til å minimere antallet negative oppslag (artikler med konflikt) i mediedramaet. Et godt eksempel på dette er håndteringen av kritikken som Hydro-leder Eivind Reiten blir møtt med fra politikere under andre akt i mediedramaet. Der selskapene i saken fra 2004 i stor grad forholdt seg stille når det ble framsatt kritikk, er selskapsledelsen og kommunikasjonsstaben tydelig flinkere til å benytte seg av tilsvarsretten i mediene ved fusjonsforsøket i 2006/2007. Selv om effekten av dette kanskje ikke bør overvurderes, synes det klart at dette også gjør noe med den journalistiske behandlingen av nyhetsforløpet. Det synes å gi et mer balansert forhold mellom aktørene i sakene som skrives, og dermed også en forandring i forholdet mellom kilde og journalist, der Statoil/Hydros profesjonelle kilder synes å ha en betydelig større gjennomslagskraft for sine synspunkter.

For å bruke Merkelsens (2007) begreper virker det altså å være slik at det er *makten fra mediene* (journalistene) som har størst innflytelse på mediedramaet i 2004, mens det er *makten rundt mediene* (kildene) som har størst innflytelse på sakene fra dramaet i 2006/2007. En slik tolkning samsvarer også med det Baumberger og Slaatta (2011) har konkludert med, nemlig at en økende global

økonomisk utvikling i den senere tiden har endret på forholdet mellom økonomisk og politisk makt, noe som i sin tur igjen har gjort journalistikkens makt mer utsatt. I større grad enn tidligere utfordres journalistikken av olje- og gasssektoren på ressurser og kunnskap. Denne endringen i ressurser øker gapet mellom dem med mye kunnskap (industrien, selskapene) og dem med mindre kunnskap (pressen, befolkningen) (Baumberger og Slaatta 2011: 56). En slik flytting av ressurser og kunnskap synes også å være gjenkjennbar ved sammenligningen av de to mediedramaene i denne oppgaven.

7.4 Den økonomiske journalistikkens posisjon

Det er dermed også tydelig at den økonomiske journalistikkens rolle og posisjon ved de to fusjonsforsøkene har ulik betydning og verdi for forløpene i mediene. I mediedramaet fra 2004 klarer ikke de økonomiske hovedaktørene i saken, Statoil og Hydro, å bruke medieoffentligheten til å ri av stormen som ble startet med Aftenpostens oppslag. Fusjonssaken utvikler seg isteden til et fullgodt mediedrama. Gjennom alle tre akter i dramaet er det mediene som har regien, og som gjennom stadig nye avsløringer rundt fusjonsprosessen presser selskapenes ledelse til nye innrømmelser. Selskapenes ledelse må tåle sterk kritikk, og tvinges til slutt til å beklage at de har gått bak ryggen til sine hovedaksjonærer og eiere, den norske stat. Sentralt i utviklingen av dette dramaet står den økonomiske journalistikken, og utgjør en viktig rolle, i og med at det journalistiske feltet fungerer som anførere i saken. Det journalistiske feltet bringer her informasjon og kunnskap om fusjonsforhandlingene til det politiske og økonomiske feltet, og til samfunnet for øvrig. Av særlig betydning for fusjonsprosessen i 2004 er selvsagt at mediene bringer informasjon som Statoil og Hydro *ikke* ønsker at skal gjøres kjent. Spesielt viktig er dette for politikerne. Regjering og opposisjonspolitikere er, som vist, ukjent med fusjonsforhandlingene før de gjøres kjent gjennom pressen. Nyhetsforløpet viser at politikerne, både i regjering og i opposisjon, bruker mediene aktivt til å skaffe seg informasjon, og deretter til å reagere offentlig overfor Statoil og Hydro. Det er derfor liten tvil om at de sakene mediene presenterer og føljetongen de skaper, har stor innflytelse på utvikling og utfallet av mediedramaet. Et sentralt poeng er dermed at den økonomiske journalistikken ved fusjonsforsøket i 2004 styrker den offentlige kritikk og kunnskap om de økonomiske transaksjoner, nettverk og markedsstrategiske disposisjoner (Slaatta 2003: 236) som finner sted.

Når det gjelder den økonomiske journalistikkens posisjon i saken fra 2006/2007, synes denne ikke å stå like sterkt som i saken fra tre år tidligere. Den største forskjellen ligger i hvordan informasjonen blir «brakt til torgs» av og gjennom mediene. Gjennom nyhetsforløpet er det få

saker og lite informasjon som er av en slik karakter at den er uheldig for Statoil og Hydros omdømme, eller setter prosessen rundt fusjonen i et dårlig lys. Det tyder på at det her har skjedd et skifte i maktforholdet, der det økonomiske feltet (særlig representert ved Statoil og Hydros ledelse) er sterkere og har en tydeligere stemme i debatten enn det politiske feltet, og ikke minst også det journalistiske feltet. Dermed er heller ikke det journalistiske feltet og den økonomiske journalistikken med på å styrke den offentlige kritikken mot det økonomiske feltet i samme grad som tilfellet var tre år tidligere. Det er ikke dermed sagt at det politiske feltet er uten makt i fusjonsprosessen, men den *offentlige debatten* rundt prosessen er mindre, og det synes klart også å svekke den økonomiske journalistikkens rolle ved fusjonsforsøket fra 2006/2007.

Den økonomiske journalistikkens rolle og betydning for sakene må også sees i relasjon til de økonomiske og politiske forhold jeg diskuterer i kapittel 4. Forutsetningene som er diskutert i dette kapitlet, sammen med empirien presentert i kapittel 5 og 6, viser at måten saken blir gjort kjent for det politiske feltet, også har mye å si for det videre forløpet i mediene. I 2004 «refset» statsminister Kjell Magne Bondevik Statoil og Hydro for å ha gått bak regjeringens rygg og ikke informert om fusjonssamtalene (Dagbladet 26.2.2004 s17; Aftenposten 26.2.2004 s15). Regjeringen er ikke kjent med saken før den lekkes til media. Dette er definitivt med på å forsure forholdet mellom Statoil/Hydro og politikerne, og altså mellom det økonomiske og politiske feltets aktører. Tre år seinere går Statoil og Hydro tidlig til regjeringen og presenterer sine ønsker og planer (Ryggvik 2009: 305-311). Selskapene blir da også møtt med helt annen politisk «goodwill» når fusjonssaken blir gjort offentlig kjent i desember 2006. Bildet her er selvsagt sammensatt, og godviljen fra Stoltenberg og hans regjering skyldes nok ikke Statoil/Hydros initiativ alene. For eksempel må endringer i de økonomiske forutsetningene tas med i betraktningen. Men allikevel virker dette å være viktig for hvordan mediedramaet utvikler seg, og hva slags rom den økonomiske journalistikken opptrer og beveger seg i. Ved fusjonsforsøket fra 2006/2007 synes den økonomiske journalistikkens posisjon altså å være klart mindre sentral for utviklingen av mediedramaet, sammenlignet med mediedramaet fra 2004.

8. Konklusjon og avslutning

Denne oppgavens utgangspunkt har vært å studere de to fusjonsforsøkene mellom Statoil og Hydro i 2004 og 2006/2007. I dette avsluttende kapittelet oppsummerer jeg de sentrale poengene i oppgaven og prøver å gi et svar på problemstillingene reist innledningsvis. Jeg ser også på oppgavens bidrag, samt begrensinger og andre mulige tilnæringsmåter til oppgavens problemstillinger.

8.1 Oppsummering

Med utgangspunkt i teorier om den økonomiske journalistikken, mediemakt, narrativer og mediedramaturgi har jeg sett på to nyhetsforløp. Det ene tok for seg fusjonsforsøket mellom Statoil og Hydro i 2004 og det andre så på fusjonsforsøket mellom de samme selskapene i 2006/2007. Ved begge tilfeller fikk sakene bred medieomtale. Målet har vært å studere mediernes rolle ved disse forsøkene på fusjon, og på hvilken måte mediene påvirket de to fusjonsforsøkene. Analysen ble gjennomført ved at jeg tok for meg et utvalg på fire store norske dagsaviser. Av dette utvalget konstruerte jeg to narrativer, hver på én måned, fra de to forløpene i media. Disse ble behandlet ut fra teori om mediedramaturgi og føljetonger, og delt inn i tre akter.

Opgavens første underproblemstilling dreier som om hvordan fusjonsforsøkene er forskjellige med hensyn til dramaturgi, og hvilken betydning disse forskjellene har for det journalistiske arbeidet. Begge nyhetsforløpene kan, som vist, behandles som mediedramaer i tre akter. Presentasjonen av narrativet fra nyhetsforløpene viser at mediernes kritiske dekning av fusjonssamtalene fra 2004 synes å være større og mer dyptgående enn tilfellet er for mediedramaet fra 2006/2007. Det gjør at journalistenes «nyhetsbeiter» i 2004 er større og tydeligere i det økonomiske feltet, samtidig som konfliktlinjene er klarere og flere. Dermed får også mediene muligheten til å utnytte triangelhypotesen, sette dramaets aktører opp mot hverandre og forme dramaturgien i nyhetsforløpet. Mediedramaet fra 2006/2007 viser en større tendens til at det er Statoil og Hydro, de profesjonelle kildene, som har regien på dramaet som spilles i mediene. Via den politiske støtten fra regjeringen Stoltenberg ved fusjonsforsøk i 2006/2007, er det tydelig at Statoil og Hydro oppnår en større legitimitet i medieoffentligheten enn ved fusjonsforsøket i 2004. Med støtte fra et politisk flertall blir det lettere å vinne aksept for

økonomiske og politiske løsninger, og den debatten i mediene blir dermed heller ikke like intens og mediedramaturgisk «god» som tre år tidligere i 2004.

En slik tolkning støttes også av resultatene fra den kvantitative undersøkelsen. Den gir et bilde av et nyhetsforløp med mindre konflikt og uenighet i mediene ved fusjonsforsøket fra 2006/2007 enn ved forsøket på fusjon i 2004. Resultatene av analysene tyder på at mediene i 2006/2007 lettere aksepterte selskapenes argumentasjon, og deres presentasjon av saken og fusjonsprosessen. Dermed fikk Statoil og Hydro lettere motstand i mediene, og ble møtt med færre kritiske utspill og saker. Det journalistiske arbeidet og det journalistiske feltet synes dermed å spille en mer sentral rolle i 2004 enn tilfellet var tre år seinere i 2006/2007.

Andre underproblemstilling går på hvordan medienes tilgang til informasjon var ved fusjonsforsøkene, og videre hva det hadde å si for hvordan pressen utøvet sin demokratiske rolle som informasjonsformidler. I begge mediedramaene er tilgangen på informasjon stor. Men det er utvilsomt til dels store forskjeller i hva slags *type* informasjon mediene får tilgang til og har tilgjengelig i nyhetsforløpet. Den økonomiske journalistikkens tilgang til kildenes bakområder og konfidensiell informasjon i mediedramaet fra 2004, gjør at mediene har muligheten til å utøve sin fortellende og dramatiserende makt ved forholdsvis enkelt å spille sakens aktører ut mot hverandre og skape konflikt. Det står i motsetning til mediedramaet fra 2006/2007, der Statoil og Hydro holder sin bakregion lukket (uten betydelige lekkasjer) og er til stede på en helt annen måte i frontregionen. Det gjør at mediene blir tvunget til å hente sin informasjon fra selskapenes frontområder, noe som igjen synes å svekke den økonomiske journalistikkens muligheter til å forme og prege nyhetsforløpet.

Dette får igjen betydning for hvordan pressen utøver sin demokratiske rolle som informasjonsformidler ved de to fusjonsforsøkene. Analysen viser at pressen ved mediedramaet fra 2004 lykkes i jakten på informasjon fra selskapenes bakområder, og fungerer som premissgiver for hvordan saken og debatten rundt fusjonen utvikler seg. Mediene og den økonomiske journalistikken kan med andre ord sies å ha relativt stor makt og innflytelse i forholdet til kildene, det økonomiske og politiske felt, og ikke minst som informasjonsformidler ut til samfunnet for øvrig. Tre år seinere er rollene på mange måter snudd. Da er det Statoil/Hydro som fungerer som premissgiver for sakens forløp og debatten i mediene. Mediene inntar i større grad en rolle som referent av hendelsene, og rollen som informasjonsformidler synes å være mindre viktig. Jeg føler ikke at resultatene fra oppgaven gir dekning for å kunne kritisere mediene for ikke å ivareta sin «demokratiske rolle» ved fusjonsforsøket i 2006/2007. Det

blir å dra konklusjonene for langt. Men man kan uten tvil konstatere at det er en klar forskjell på hvordan Statoil og Hydro ved de to fusjonsforsøkene fikk komme til orde i mediene og hvordan de får gjennomslag for sine argumenter for å slå sammen de to selskapene til ett.

8.2 Første vs. andre fusjonsforsøk: konflikt mot konsensus?

I innledningskapittelet kom jeg med en hypotese om at mediernes rolle ved de to fusjonsforsøkene mellom Statoil og Hydro var ulike, og at mediernes makt og innflytelse var større i 2004 enn i 2006/2007. En noe forenklet og spisset fremstilling av de to sakene støtter opp om hypotesen, og kan oppsummeres slik: Mens mediedramaet rundt fusjonsforsøket i 2004 er preget av konflikt, uenighet og sterk kritikk av selskapenes ledelse, inneholder mediedramaet rundt fusjonsforsøket i 2006/2007 i større grad konsensus og enighet rundt sakens viktigste temaer. Men dette er altså en forenklet fremstilling, og det er absolutt nødvendig å nyansere bildet en del. For, som både den kvalitative og kvantitative analysen viser, er det på ingen måte slik at nyhetsbildet fra 2006/2007 var blottet for uenigheter og konflikter. I 36,8 prosent av artiklene i dette utvalget finner jeg at konflikt er sentralt for artikkelens framdrift og historie. (Det tilsvarende tallet fra 2004 er 56 prosent.) Men betydningen, omfanget og konsekvensen av konfliktene i mediene ser ut til å være betydelig mindre ved andre forsøk på fusjon, og det er i det store og hele også konsensus rundt de store «fusjonsspørsmålene» i det økonomiske og politiske feltet. Forsøket på fusjon i 2006/2007 synes å være ønsket, både i det økonomiske og politiske landskapet. Med mindre motstand fra Statoil og Hydros interessenter og mediene selv, er det med på å gjøre fusjonsprosessen lettere for selskapene.

Svaret på oppgavens hovedproblemstilling, som handler om hvilken rolle mediene og deres dekning spilte for de to fusjonsforsøkene, blir dermed at det synes å være liten tvil om at mediene spilte ulike roller ved i de to mediedramaene som er analysert. Det er mange faktorer som spiller inn her, og dette må uten tvil også sees i relasjon til forandringene i det økonomiske og politiske feltet mellom de to fusjonsforsøkene (se kapittel 4). Men for mediedramaene isolert sett er det liten tvil om at pressen i 2004 har rollen som anførere i saken og setter også premissene for debatten rundt fusjon. I nyhetsforløpet er mediene selv i mye større grad aktører i saken, ved hjelp av offensiv nyhetsjournalistikk og hardtslående og kritisk meningsbærende kommentarjournalistikk. I 2006/2007 opptrer mediene i større grad som en «refererende presse», både i nyhets- og kommentarjournalistikken. Det gjør at Statoil og Hydro i dette mediedramaet lettere får gjennomslag for sine synspunkter og argumenter for hvorfor en fusjon nå burde gjennomføres. Som Slaatta (2003: 222) har påpekt, vil økonomiske aktører med en større

legitimitet i medieoffentligheten lettere få tilslutning for nødvendige politiske løsningene og løsningsforslag i det politiske feltet.

«The relationship between sources and journalists resembles a dance, for sources seek access to journalists, and journalists seek access to sources. Although it takes two to tango, either sources or journalists can lead, but more often than not, sources do the leading», hevder Herbert Gans i *Deciding what's news* (1980: 116). Dansemetaforen er etter hvert blitt et mye brukt bilde på forholdet mellom journalist og kilde (for eksempel Allern 1997). Man skal selvsagt passe seg for å ta i bruk slike metaforer, særlig når de tidligere er brukt flittig av andre. Men denne «dansen» synes likevel så passende som en avsluttende konklusjon i denne oppgaven at jeg prøver meg likevel: Da Statoil og Hydro forsøkte å slå sammen selskapene i 2004, var det journalistene som ledet dansen med kildene. Tre år seinere, da selskapene på nytt gjorde et framsøt for fusjon, var det kildene som førte dansen. Mediene danset etter Statoil/Hydros pipe, og fusjonen ble endelig gjennomført 1. oktober 2007. Veien var kronglete, men to store selskaper hadde endelig blitt til ett stort selskap, både i norsk og internasjonal målestokk. Navnet på det nye selskapet ble StatoilHydro. Det navnet beholdt selskapet fram til Hydro-delen ble droppet 1. november 2009. Fra da av har navnet på Norges nye oljegyant bare vært Statoil.

8.3 Oppgavens bidrag

Med bakgrunn i de to mediedramaene som studeres i denne oppgaven er det ikke mulig å generalisere på noen måte. Men oppgavens resultater og konklusjoner vil forhåpentligvis kunne være et bidrag til det medievitenskapelige feltet, i relasjon og tilskudd sammen med andre forskningsprosjekter. Oppgavens resultater bidrar blant annet til å bekrefte – slik blant andre Slaatta (2003) har argumentert for – at det journalistiske feltet fungerer som et viktig bindeledd i dynamikken mellom det økonomiske og politiske feltet, og som arena for en bredere debatt rundt økonomiske og politiske disposisjoner.

Størst betydning for et mediedrama som helhet ser journalistikken ut til å ha når mediene får tilgang til informasjon i kildenes bakområder, informasjon som i utgangspunktet skulle vært konfidensiell. Dette bekreftes også i andre studier av mediedramaer, som for eksempel Allern & Pollack (2009). Betydningen av å være anføreren i et mediedrama synes altså å være vesentlig og av stor viktighet for både kilde og journalist. Det gjelder både når et mediedrama er under oppseiling, og selvsagt også mens dramaet utspiller seg i pressen.

Videre tyder funn i oppgaven på at hva som «lekkas» av informasjon, enten lekkasjen er styrt av kilden eller kommer som følge av godt journalistisk håndverk og gravearbeid, har stor betydning for utfallet av et mediedrama. Årsaken er at journalistikken ser ut til å ha størst påvirkningskraft og makt når pressen klarer å skape mediedrev, og når den får styre det mediedramaet som utspiller seg. Litt av problemet for både kilde og journalist er selvsagt at man sjelden vet når et mediedrama kommer, eller hvilken retning det vil ta. Et godt eksempel på det er Aftenposten-journalist Alf Ole Ask, som i februar 2004 ved en tilfeldighet mer enn noe annet fikk informasjon om fusjonsforsøket mellom Statoil og Hydro. Hvem vet hvordan det hadde gått dersom Ask ikke hadde hatt den samme kontakten med Arve Johnsen. Det blir selvsagt bare spekulasjoner, men dersom toppledelsen i Statoil og Hydro hadde fått jobbe i fred i februar 2004, uten innblanding fra det journalistiske og det politiske felt, er det ikke usannsynlig at vi ville fått et fusjonert Statoil-Hydro på et mye tidligere tidspunkt.

Til slutt vil jeg hevde at funnene i denne oppgaven også er med på å bygge ytterligere opp under en trend innen økonomisk journalistikk, og særlig i oljejournalistikken, som blant annet er funnet hos Baumberger og Slaatta (2011). De mener å se en trend der journalistene på dette feltet i de siste årene i stadig større grad har blitt utfordret på ressurser og kunnskap av industrien og selskapene. Det gjør at avstanden mellom dem med mye og dem med lite kunnskap øker. Sammenlignes mediedramaene som jeg har analysert i denne oppgaven, synes en slik tendens også å være til stede ved fusjonsforsøkene mellom Statoil og Hydro i henholdsvis 2004 og 2006/2007. Mediene sitter ved mediedramaet i 2004 med forholdsvis mye kunnskap og har et forsprang på selskapene og de profesjonelle kildene. Ved mediedramaet i 2006/2007 ser dette forspranget ut til å være hentet inn av de nevnte selskaper og kilder.

8.4 Begrensninger og andre tilnæringsmåter

Oppgavens største begrensning ligger slik jeg ser det i at jeg ikke har hentet erfaringer og synspunkter direkte fra de involverte aktørene – journalistene på den ene siden og kildene i det økonomiske og politiske feltet på den andre. Intervjuer med relevante kilder og journalister ville muligens kunne kastet et annerledes lys på oppgaven og dermed også dens resultater. Det ville for eksempel vært interessant å finne ut i hvilken grad det inntrykket som skapes av fusjonsprosessene i mediene stemmer overens med det inntrykket journalistene og Statoil og Hydros representanter sitter med. Kanskje ville det ved å gjøre slike intervjuer kommet fram andre perspektiver, som kunne bidratt til en nyansering av bildet som skapes av og gjennom medienes tekster. Det ville samtidig også kunne bidratt til å styrke oppgavens validitet. Aller helst

burde dette vært gjort i kombinasjon med analyse av medietekster. Men for en masteroppgave ville nok et slikt prosjekt blitt for omfattende.

Litteraturliste

- Allern, Sigurd (1997) *Når kildene byr opp til dans*. Pax forlag, Oslo
- Allern, Sigurd (2001) *Flokkedyr på Løvebakken: Søkelys på Stortingets presselosje og politikkenes medierammer*. Pax Forlag A/S, Oslo.
- Allern, Sigurd, Ester Pollack (red.) (2009) *Skandalenes markeds plass. Politikk, moral og mediedrev*. Fagbokforlaget, Bergen.
- Ask, Alf Ole (2004) *Hvem skal eie Norge?* Wigestrands Forlag, Stavanger.
- Ask, Alf Ole (2005) «Hodeløse fusjonssamtaler». Metoderapport til SKUP-prisen 2004. Sist besøkt: 11.1.2011. [URL: http://www.skup.no/Metoderapporter/SKUP-metoderapporter_for_2004/Metoderapporter.doc]
- Baumberger, Berit E., Tore Slaatta (2011) «Norsk oljejournalistikk – Statoils utenlandsvirksomhet som transnasjonalt nyhetsbeite» i *Norsk medietidsskrift* nr. 01/2011.
- Berger, Arthur Asa (1997) *Narratives in Popular Culture, Media and Everyday Life*. Sage Publications, London.
- Bergström, Göran, Kristina Boréus (2005) *Textens mening och makt. Metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*. Studentlitteratur, Narayana Press, Danmark.
- Brurås, Svein (2006) *Etikk for journalister. 3. utgave*. Fagbokforlaget, Bergen.
- Creswell, John W. (2007) *Qualitative Inquiry & Research Design. Choosing Among Five Approaches. Second Edition*. Sage Publications, California.
- Eide, Martin (1992) *Nyhetens interesse. Nyhetsjournalistikk mellom tekst og kontekst*. Universitetsforlaget, Oslo.
- Eide, Martin (2001) «Journalistisk makt. Et oppslag» i *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*, Martin Eide (red.). Makt- og demokratiutredningen 1998-2003, Gyldendal Akademisk, Oslo.
- Eide, Martin, Gudmund Hernes (1987) *Død og pine! Om massemedia og helsepolitikk*. FAFO, Oslo.
- Engelstad, Fredrik, Espen Ekberg, Trygve Gulbrandsen, Jon Vatnaland (2003) *Næringslivet mellom marked og politikk. Makt og demokratiutredningen 1998–2003*. Gyldendal Akademisk, Oslo.
- Engwall, Lars, Kerstin Sahlin (2007) «Corporate Governance and the Media» i *Mediating Business. The Expansion of Business Journalism*, Kjær og Slaatta (eds). Copenhagen Business School Press, Køge, Danmark.
- Ericson, Richard, Patricia M. Baranek, Janet B. L. Chan (1989) *Negotiating Control. A Study of News Sources*. University of Toronto Press, Toronto.

- Falkum, Eivind, Jorunn Elise Tharaldsen (2011) «Corporate and Political Contexts» i *A Merger of Equals? The Integration of Statoil and Hydro's Oil & Gas Activities*. Colman, Helene Loe, Inger Stensaker, Jorunn Elise Tharaldsen (eds.). Fagbokforlaget, Bergen.
- Gans, Herbert J. (1979) *Deciding What's News. A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time*. Pantheon Books, New York.
- Gillespie, Marie (2006) «Narrative analysis» i *Analysing Media Text*, Gillespie og Toynebee (eds.). Open University Press, Maidenhead.
- Gripsrud, Jostein (2006) *Mediekultur, mediesamfunn*. Universitetsforlaget, Oslo.
- Grønmo, Sigmund (2007) *Samfunnsvitenskapelige metoder*. Fagbokforlaget, Bergen.
- Hillesund, Terje (1996) *Aktører, talehandlinger og nyhetsdramaturgi: Avisene som handlingsmedium*. Avhandling til dr.polit.-graden. Det samfunnsvitenskapelige fakultet, Universitet i Bergen.
- Ihlen, Øyvind (2007) *Petroleumsparadisiet. Norsk oljeindustri strategiske kommunikasjon og omdømmebygging*. Unipub, Oslo.
- Johnsen, Arve (2008) *Norges evige rikdom. Oljen, gassen og petrokronene*. Aschehoug, Oslo.
- Johnsen-Cartee, Karen S. (2005) *News Narratives and News Framing. Constructing Political Reality*. Rowman and Littlefield Publishers, Oxford.
- Kjær, Peter, Kerstin Sahlin (2007) «Media Transparency as an Institutional Practice» i *Mediating Business. The Expansion of Business Journalism*, Kjær og Slaatta (eds). Copenhagen Business School Press, Køge, Danmark.
- Kjær, Peter, Tore Slaatta (2007) «Mediating Business. Toward a Relational Perspective.» i *Mediating Business. The Expansion of Business Journalism*, Kjær og Slaatta (eds). Copenhagen Business School Press, Køge, Danmark.
- Kjær, Peter, Tore Slaatta (eds.) (2007) *Mediating Business. The Expansion of Business Journalism*. Copenhagen Business School Press, Køge, Danmark.
- Lerøen, Bjørn Vidar (2002) *Dråper av svart gull. Statoil 1972-2002*. Prinno Kai Hansen AS, Stavanger.
- Luhmann, Niklas (2000) *The Reality of the Mass Media*. Stanford University Press, Stanford, California.
- Mathiesen, Thomas (2002) *Makt og medier. En innføring i mediesosiologi*. Pax forlag, Oslo.
- Merkelsen, Henrik (2007) *Magt og medier. En introduktion*. Forlaget Samfundslitteratur, Fredriksberg.
- Neuendorf, Kimberly A. (2002) *The Content Analysis Guidebook*. Sage publications, California.

- Norsk Hydro (2004) «Samtaler om samarbeid med Statoil avsluttet». Publiseringsdato: 10.2.2004. Sist besøkt: 26.4.2011. [URL: <http://www.hydro.com/no/Pressesenter/Nyheter/Historisk-nyhetsarkiv/2004/Februar/Samtaler-om-samarbeid-med-Statoil-avsluttet/>]
- NRK (2009) *Olje!* Pandora Film as, Bergen. (Dokumentarserie vist første gang på NRK1 i januar og februar 2009).
- Olje- og energidepartementet (2000) *St.prp. nr. 36. Eierskap i Statoil og fremtidig forvaltning av SDØE*.
- Olje- og energidepartementet (2007) *St.prp. nr. 60. Sammenslåingen av Statoil og Hydros petroleumsvirksomhet*.
- Olsen, Johan P. (1989) *Petroleum og politikk. Det representative demokratiets møte med oljealderen*. TANO AS, Oslo.
- Priest, Susanna Hornig (2010) *Doing Media Research. An Introduction. 2nd Edition*. Sage Publications, California.
- Ringdal, Kristen (2001) *Enhet og mangfold. Samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode*. Fagbokforlaget, Bergen.
- Robertson, Alexa (2005) «Narrativanalyse» i *Textens mening och makt. Metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*. Göran Bergström & Kristina Boréus (eds.) Studentlitteratur, Narayana Press, Danmark.
- Ryggvik, Helge (2009) *Til siste dråpe. Om oljens politiske økonomi*. Aschehoug, Oslo.
- Ryggvik, Helge, Ole Andreas H. Engen (2005) *Den skulte dagsorden, rammer for en alternativ oljepolitikk*. SAFE, Stavanger.
- Sagafos, Ole Johan (2005) *Livskraft. På norsk*. Pax Forlag, Oslo.
- Sejersted, Francis (1993) *Demokratisk kapitalisme*. Universitetsforlaget AS, Oslo
- Silverman, David (2008) *Doing Qualitative Research*. Sage Publications, London.
- Slaatta (2001) «Journalistikkens makt i den globale tidsalder» i *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*, Martin Eide (red.). Makt- og demokratiutredningen 1998-2003, Gyldendal Akademisk, Oslo.
- Slaatta, Tore (2003) *Den norske medieorden. Posisjoner og privilegier*. Makt- og demokratiutredningen 1998-2003, Gyldendal Akademisk, Oslo.
- Statoil (2004) «Ikke grunnlag for videre samarbeid». Publiseringsdato: 10.2.2004. Sist besøkt: 26.4.2011. [URL: <http://www.statoil.com/no/NewsAndMedia/News/2004/Pages/NoBasisForFurtherCooperation.aspx>]
- Statoil (2006a) «Forlik i Horton-saken». Publiseringsdato: 13.10.2006. Sist besøkt 6.5.2011. [URL: <http://www.statoil.com/no/NewsAndMedia/News/2006/Pages/HortonCaseSettlement.aspx>]

- Statoil (2006b) «Olje- og gassaktiviteter fusjonerer med Statoil». Publiseringdato: 18.12.2006. Sist besøkt: 9.4.2011. [URL: <http://www.statoil.com/no/NewsAndMedia/News/2006/Pages/OilAndGasActivitiesToMergeWithStatoil.aspx>]
- Statsministerens kontor (2006) «Sammenslåing av Statoil og olje- og gassvirksomheten i Hydro». Publiseringdato: 18.12.2006. Sist besøkt: 12.4.2011. [URL: <http://www.regjeringen.no/nb/dep/smk/presesenter/pressemeldinger/2006/Sammenslaing-av-Statoil-og-olje-og-gassvirksomheten-i-Hydro.html?id=440174>]
- Stoltenberg, Jens (2009) forord i *Vi fant, vi fant. Norge feirer 40 år som olje- og gassnasjon*, Kristin Bremer Nebben (red.). Font forlag, Oslo.
- Thagaard, Tove (2004) *Systematikk og innlevelse. En innføring i kvalitativ metode*. Fagbokforlaget, Bergen.
- Widerberg, Karin (2005) *Historien om et kvalitativt forskningsprosjekt*. Universitetsforlaget, Oslo.
- Østbye, Helge, Knut Helland, Karl Knapkog, Leif Ove Larsen (2007) *Metodebok for mediefag. 3. utgave*. Fagbokforlaget, Bergen.

Artikkeloversikt

- Aftenposten. 11.2.2004, s 1: «Politikerne sier ja til Statoil/Hydro»
- Aftenposten. 11.2.2004, s 9: «Politisk ja til en storfusjon»
- Aftenposten. 21.2.2004, s 1: «Statoilpensjonist stanset fusjon»
- Aftenposten. 21.2.2004, s 10: «Stanset ny norsk oljegigant»
- Aftenposten. 22.2.2004, s 10: «Flere i styret kan ha kjent til fusjonsprat»
- Aftenposten. 23.2.2004, s 9: «Utidig innblanding»
- Aftenposten. 23.2.2004, s 11: «– Uholdbar håndtering av fusjonssaken»
- Aftenposten. 26.2.2004, s 15: «Børsen krever en forklaring»
- Aftenposten. 27.2.2004, s 10: «Statoil i ny tillitskrise»
- Aftenposten. 3.3.2004, s 10: «Ny Statoil-sjef lar vente på seg»
- Aftenposten. 19.12.2006, s 4: «Navnebytte risikabelt og dyrt»
- Aftenposten. 20.12.2006, s 2: «Hvem styrer hvem?»
- Aftenposten. 23.12.2006, s 16: «– Kan bare glemme Statoil-navnet»
- Aftenposten. 29.12.2006, s 2-3: «– Kan kaste Reiten og beholde Statoil-navnet»
- Aftenposten. 4.1.2007, s 4: «Nei, nei, nei til Statoil»
- Aftenposten. 4.1.2007, s 6: «Eventyr»
- Aftenposten. 6.1.2007, s 4: «Størrelse er ikke nok»
- Aftenposten. 9.1.2007, s 4: «Krangler om kontorer»
- Aftenposten. 16.1.2007, s 3: «Bløffmakere i fare»
- Aftenposten. 17.1.2007, s 2-3: «Vedtar alt før Stortinget»
- Aftenposten. 18.1.2007, s 2-3: «Varsler full oljesjau»
- Aftenposten. 18.1.2007, s 2: «Eierne har alltid rett»
- Aftenposten Aften. 10.2.2004, s 10: «Hemmelige samtaler førte ikke frem Hydro og Statoil dropper fusjon»
- Dagbladet. 11.2.2004, s 17: «Ukjent med «Hydroil»»

Dagbladet. 12.2.2004, s 3: «Et kuppforsøk»

Dagbladet. 14.2.2004, s 14-15: «Krever svar fra toppene»

Dagbladet. 17.2.2004, s 12: «Jubelår for de ansatte»

Dagbladet. 25.2.2004, s 3: «Det ringer, det ringer...»

Dagbladet. 26.2.2004, s 17: «Lindbæk får refs av Bondevik»

Dagbladet. 28.2.2004, s 2: «Bot og bedring»

Dagbladet. 28.2.2004, s 16: «Skulle skape ro – høster storm»

Dagbladet. 6.3.2004, s 2: «Lindbæk bekrefter kupp»

Dagbladet. 22.12.2006, s 2: «Navnet er Statoil»

Dagbladet. 28.12.2006, s 6: «← Meningsløst krav fra Hydro»

Dagbladet. 29.12.2006, s 3: «Oljemonopolet»

Dagbladet. 29.12.2006, s 6: «Hvem skal døpe barnet?»

Dagbladet. 5.1.2007, s 18-19: «Det er styrene i Statoil og Hydro som bestemmer – ikke regjeringen.»

Dagbladet. 8.1.2007, s 3: «Vår nye adel»

Dagens Næringsliv. 13.2.2004, s 7: «Skuffet over Lindbæk»

Dagens Næringsliv. 14.2.2004, s 6: «Sier ja til Hydro-Statoil»

Dagens Næringsliv. 23.2.2004, s 4: «Nytt spørsmål om tillit»

Dagens Næringsliv. 25.2.2004, s 11: «Klart nei til fusjon»

Dagens Næringsliv. 28.2.2004, s 7: «Sjefs jakt i slutfasen»

Dagens Næringsliv. 4.3.2004, s 8: «Ba om Hydro-samtaler»

Dagens Næringsliv. 19.12.2006, s 4-5: «Her ble de enige»

Dagens Næringsliv. 19.12.2006, s 6: «Derfor ble det fusjon»

Dagens Næringsliv. 19.12.2006, s 7: «For fusjon i flere år»

Dagens Næringsliv. 19.12.2006, s 18-19: «Brudeferden til Stavanger»

Dagens Næringsliv. 19.12.2006, s 56-57: «Norgeshistoriens største profilering»

Dagens Næringsliv. 20.12.2006, s 8-9: «Strid om nytt navn»

Dagens Næringsliv. 21.12.2006, s 2: «Navneskifte på Reitens befaling»

Dagens Næringsliv. 21.12.2006, s 15: «Tvil på navnebytte»

Dagens Næringsliv. 22.12.2006, s 8: «Ny kamp rundt Statoil-navnet»

Dagens Næringsliv. 27.12.2006, s 6-7: «Maktkamp om Statoil-navnet»

Dagens Næringsliv. 27.12.2006, s 8: «Økte tempoet av frykt for lekkasjer»

Dagens Næringsliv. 28.12.2006, s 6-7: «Planla fusjon fra dag én»

Dagens Næringsliv. 30.12.2006, s 6-7: «Åpen for Statoil-navnet»

Dagens Næringsliv. 5.1.2007, s 7: «Viker trolig i navnekampen»

Dagens Næringsliv. 5.1.2007, s 33: «Olje og politikk»

Dagens Næringsliv. 6.1.2007, s 9: «Navnekrangel irriterer»

Dagens Næringsliv. 9.1.2007, s 3: «Perspektiver ved en fusjon»

Dagens Næringsliv. 11.1.2007, s 6: «Får ikke jobbe i fred»

Dagens Næringsliv. 16.1.2007, s 4: «Hevder rød-grønt sprik truer fusjon»

Dagens Næringsliv. 16.1.2007, s 4: «Vil forrykke balansen i favør av Statoil»

Stavanger Aftenblad. 11.2.2004, s 1: «Statoil-Hydro innen ett år»

Stavanger Aftenblad. 11.2.2004, s 2: «Analytikere vil ha fusjon»

Stavanger Aftenblad. 24.2.2004, s 9: «Sammenslåing på sviktende grunn»

Stavanger Aftenblad. 28.2.2004, s 7: ««Misforståelse» om fusjonsbråk»

Stavanger Aftenblad. 4.3.2004, s 7: «Defensiv Lindbæk tar ansvar»

Stavanger Aftenblad. 8.3.2004, s 7: «Ønsket av styret fra første dag»

Stavanger Aftenblad. 28.12.2006, s 14: «Visvas med navneskifte»

Stavanger Aftenblad. 9.1.2007, s 36: «Logo til besvær»

Stavanger Aftenblad. 9.1.2007, s 20-21: «– Statoils framtid her er opp til dere»

Stavanger Aftenblad. 11.1.2007, s 14-15: «Jens Stoltenberg: – Uaktuelt å flytte Statoil»

Stavanger Aftenblad. 18.1.2007, s 22-23: «De lukkede roms politikk»

Vedlegg 1: Kodebok for kvantitativ innholdsanalyse

1: Er konflikt mellom to eller flere parter sentralt for artikkelens framdrift og historie?

1. Ja
2. Nei

Er konflikt mellom to eller flere parter sentralt for artikkelens framdrift og historie?

2004 - Dagens Næringsliv

Ja

Nei

Er konflikt mellom to eller flere parter sentralt for artikkelens framdrift og historie?

2004 - Aftenposten

Ja

Nei

Er konflikt mellom to eller flere parter sentralt for artikkelens framdrift og historie?

2004 - Stavanger Aftenblad

Ja

Nei

Er konflikt mellom to eller flere parter sentralt for artikkelens framdrift og historie?

2004 - Dagbladet

Ja

Nei

Er konflikt mellom to eller flere parter sentralt for artikkelens framdrift og historie?

2006/2007 - Dagens Næringsliv

Ja

Nei

Er konflikt mellom to eller flere parter sentralt for artikkelens framdrift og historie?

2006/2007 - Aftenposten

Ja

Nei

Er konflikt mellom to eller flere parter sentralt for artikkelens framdrift og historie?

2006/2007 - Stavanger Aftenblad

Ja

Nei

Er konflikt mellom to eller flere parter sentralt for artikkelens framdrift og historie?

2006/2007 - Dagbladet

Ja

Nei
