

JOUR 4690 – Masteroppgåve i journalistikk

«Dørgende kjedelig»

Tolkingsrammer i kommentarjournalistikken om kommune- og fylkestingsvalkampen 2011



Atle Carlsen Berge

Universitetet i Oslo

Institutt for medier og kommunikasjon

02.05.2012

Samandrag

Oppgåva kartlegg tolkingsrammene i kommentarjournalistikken om kommune- og fylkestingsvalet hausten 2011 i Dagsavisen, Aftenposten (morgon utg.), VG (Verdens gang) og Klassekampen. Med utgangspunkt i Jürgen Habermas sin teori om «offentlighetens endrede strukturerer», undersøker oppgåva kva konsekvensar tolkingsrammene får for kommentatorane si evne til å føre den politisk resonerende offentlegheita med vesentleg informasjon, gode argument og analysar. Hovudkonklusjonen er at den største trusselen mot kommentatorane si evne til å servere denne informasjonen, er fokuset på framstilling: Måten politikanane framstiller standpunkta sine på, verkar vere viktigare for kommentatorane enn standpunkta i seg sjølv. Det er dessutan slik at tekstane som fokuserer på konkrete saker eller ideologiar, sjeldan kjem med vesentleg informasjon om saka eller det ideologiske utgangspunktet til ein politikan, eit parti eller ei veljargruppe.

Eit symptom på mangelen på vesentleg informasjon, er fråværet av lokale perspektiv. Valkampen 2011 var ein kommune- og fylkestingsvalkamp, men dei lokale sakene og politikanane er sjeldan nemnde. Terroren berre ein månad før valkampen starta, kan ha gjort kommentatorane meir nasjonalt fokuserte. Det er også mogleg at hendingane 22. juli intensiverte fokuset på identitet: Meir enn 50% av tekstane nemner 22. juli, og desse kommentarane er ofte karakteristiskar av dei politiske leiarane med utgangspunkt i korleis politikanane handsama terroren og den politiske unntakstilstanden i vekene etter.

Summary

This thesis map how political commentators framed the norwegian 2011 election campaign in the newspapers Dagsavisen, Aftenposten (morning edition), VG (Verdens Gang) and Klassekampen. Based on Jürgen Habermas' theory about the structural transformation of the public sphere, the thesis examines how the framing affect the commentators abilities to feed the public sphere with significant information, arguments and analysis. The main conclusion is that the greatest threat to the commentators abilities to serve this significant information, is the focus on promotion: The way politicians promotes their views seems to be more important than the content of the message. The texts focusing on a specific case or ideology, only rarely go deep into the case or the ideological basis of a politician, a political party or a group of voters.

One symptom of this lack of significant information, is the absence of local perspectives in the comments. The election in September 2011 was a local election, but the local politicians and the local cases are rarely mentioned. The terror in Oslo and on Utøya just a month before the election campaign started, may have made the commentators more focused on politics at a national level. It is also possible that the attack intensified the identity-focus: More than 50% of the texts mentions 22th of July, and these comments are often person-oriented texts based on how the political leaders handled the terror and the political state of emergency in the weeks after.

Takk!

Takk til Terje Rasmussen for grundig rettleiing hausten 2011 og våren 2012!

Oslo, 02.05.2012

Atle C. Berge

Innhald

Kapittel 1: Utgangspunkt	8
1.1 Terrorangrepet 22. juli	9
1.2 Speil og rammer	10
1.3 Liknande undersøkingar	11
1.3.1 Dekninga av valkampen i 2001 og 2005	11
1.3.2 Flokkdyr i tigerstaden	12
1.3.3 Tommel opp, tommel ned	13
1.3.4 Undersøkinga presentert i <i>Nyhetsverdier</i>	13
1.3.5 Tone Tuft Nedrestøl: «Kommentariatet»	15
1.3.6 Ikkje i flokk	16
1.4 Gangen i oppgåva	17
Kapittel 2: Borgarleg offentlegheit og vilkåra for ei politisk resonerande offentlegheit i Norge.....	18
2.1 Borgarleg offentlegheit	18
2.1.1 Litterær og politisk offentlegheit	19
2.1.2 Politisk journalistikk	19
2.1.3 «Den borgerlige offentlighetsmodellen» og oppløysinga av denne ...	20
2.1.4 Frå krtikk til PR, frå kulturresonerande til kulturkonsumerande publikum	20
2.1.5 Om valkamp	21
2.1.6 Kritikk av offentlegheitsmodellen	22
2.1.7 Fleire offentlegheiter?	23
2.2 Vilkåra for ei politisk resonerande offentlegheit i Norge	23
2.2.1 Valkamp er ingen sjølvsgat demokratisk prosess	24
2.2.2 «Ola-boka»	24
2.2.3 Valkamp rundt århundreskiftet	25
2.2.4 Fjernsynsvalkamp – mediene som kanal, arena og aktør	26
2.3 Samfunnsansvar og sjølvkritikk	27

Kapittel 3: Tolkingsrammer og mediemakt	29
3.1 Hermeneutisk utgangspunkt	29
3.2 Medierammer/tolkingsrammer	29
3.2.1 Tematiske og episodiske rammer	30
3.3 Tolkingsmakt	31
3.3.1 Nyheitsterskelen	31
Kapittel 4: Om undersøkinga	34
4.1 Kommentaranne	34
4.1.1 Kommentarsjangeren	34
4.1.2 Kommentaranne i undersøkinga	35
4.1.3 Kommenterar som ikkje er med i undersøkinga	36
4.1.4 Karikaturar	36
4.2 Avisene i undersøkinga	36
4.2.1 VG	37
4.2.2 Aftenposten	37
4.2.3 Klassekampen	38
4.2.4 Dagsavisen	38
4.3 Tolkingsrammene i undersøkinga	39
4.3.1 «Spel»	40
4.3.2 «Identitet og image»	41
4.3.3 «Ideologisk posisjonering»	42
4.3.4 «Sak»	42
4.3.5 Marknads-ramme	43
4.3.6 «Kjønn»	44
4.3.7 Distinksjonar	44
4.4 Metodeblanding og reliabilitet	44
Kapittel 5: Analyse – den kvantitative undersøkinga	46
5.1 Tolkingsrammene	47
5.1.1 Ulik liknande undersøkingar	48

5.1.2	Kommentarar med fleire tolkingsrammer	48
5.1.3	Flest kommentarar i veka før valet	49
5.1.4	Ulike tolkingsrammer, til ulike tider	49
5.1.5	Mest spelfokus i valkampstarten og i veka etter valdagen	50
5.2	Dagsavisen	52
5.3	Aftenposten	54
5.3.1	Fokus på veljarane i Aftenposten veka før valet	55
5.4	VG	55
5.4.1	Flest kommentarar etter valdagen	56
5.5	Klassekampen	57
5.6	Flokkttendensar?	58
5.7	22.juli-påverknad	60
5.7.1	Dempa valkamp	60
5.7.2	22. juli og tolkingsrammer	61

Kapittel 6: Analyse – kommentatorane og offentlegheita 63

6.1	Upolitiske og politisk resonerande tolkingsrammer	63
6.1.1	Tolkingsrammer i <i>Borgerlig offentlighet</i>	63
6.1.2	«Politisk resonerande» versus «upolitiske» tolkingsrammer	63
6.1.3	Flest politisk resonerande kommentarar	64
6.2	Ekskurs 1: Ola Borten Moe	65
6.2.1	«Kølsvart» (Klassekampen 31.08.11, s. 4)	65
6.2.2	Adjektivbomber	65
6.2.3	«Olja lyn»	66
6.2.4	«Moe» (Klassekampen 16.09.11, s. 4)	67
6.3	Ekskurs 2: Veka før vs. veka etter valet	68
6.3.1	Valresultat og spelfokus	70
6.3.2	VG og Klassekampen veka før valet	71
6.3.3	Tre unntak	71
6.3.4	Fokus på «image og identitet» veka etter valet	72
6.5	Upolitiske og politisk resonerande kommentarar	74

6.5.1 Regi-metaforen	76
Kapittel 7: Konklusjonar	77
Littersturliste	79
Bøker	79
Kjelder på nett	81
Avis- og tidskriftartiklar	82
Analysemateriale	83

Kapittel 1: Utgangspunkt

Valgkampen er i gang. Det skjer i et annerledes Norge, hvor nesten alle partipolitiske stridsspørsmål framstår som uviktige målt mot vårt felles behov for medmenneskelighet, omtanke og solidaritet. Slik vil det være i lang tid framover. [...] Denne valgkampen blir annerledes fordi Norge har forandret seg.

Det var SV-politikarane Per Østvold og Marianne Borgen som skreiv dette i kronikken «En annerledes valgkamp» (Dagsavisen 15.08.11, s. 4). Tre og ei halv veke seinare, to dagar før valet, oppsummerte TV 2-kommentator Stein Kåre Kristiansen den same valkampen slik i eit portrettintervju: «[F]or å være helt ærlig, dørgende kjedelig» (Dagsavisen 10.09.11, s. 30). Også Gunnar Stavrum (nettavisen.no, URL 1) og Arne Strand (Dagsavisen 10.09.11, s. 4) nyttar karakteristikken «kjedelig» i sine oppsummeringar av valkampen, medan valforskar Anders Todal Jensen i eit intervju med nrk.no 13. september meinte valkampen hadde vore «snill», og at særleg første fase «var så verdig at den også ble kjedelig» (nrk.no, URL 1).

Samla gjer desse sitata frå fleire politiske kommentatorar inntrykk av at det berre finst ei måleeeining som seier noko om kor vellykka ein valkamp har vore: Underhaldningsverdien. Dette inntrykket stadfesta irritasjonen som motiverte meg til å starte arbeidet med denne oppgåva: Eg meinte dei politiske kommentatorane la stor vekt på det politiske spelet, og var lite interesserte i dei demokratiske prosessane og dei konkrete sakene. Tolkingsrammene dei nytta var, slik eg såg det, prega av metaforar henta frå rollespel, kortspel og sjakk. Problemstillinga eg formulerte for å undersøke dette lite vitskapelege inntrykket av norske politiske kommentatorar og tekstane deira, var slik:

Kva tolkingsrammer pregar dei politiske kommentarane om valkampen 2011 i norske dagsaviser?

Med utgangspunkt i svaret på dette hovudspørsmålet har eg arbeida med desse underproblemstillingane:

Kva konsekvensar får tolkingsrammene for kommentatorane si evne til å føre den politisk resonerande offentlegheita med vesentleg informasjon, gode argument og analysar?

Sett opp mot liknande undersøkingar av tidlegare valkampar; skil 2011-valkampen seg ut, og

i såfall: Kan desse endringane sporast til terrorangrepet 22.juli?

Dei ulike kategoriane – tolkingsrammene eg har koda kvar enkelt kommentar med – er eit resultat av ei kvalitativ lesing av tekstane. Undersøkinga tek for seg perioden 15. august til 18. september 2011. Det vil seie ei veke før valkampen starta 22. august til ei veke etter valdagen 12. september. Det er med andre ord «den korte valkampen» eg har fokusert på. Hausten 2011 var denne ekstra kort: Partia på Stortinget vart etter terroren einige om å vente med dei tradisjonelle debattane til etter minnemarkeringa i Oslo Spektrum 21. august.

Dei fire avisene som er med i undersøkinga er alle riksaviser og dagsaviser: Dagsavisen, Aftenposten, VG og Klassekampen. Eg presenterer avisene grundigare seinare i oppgåva, men skal kort nemne at VG er med som representant for tabloidpressa, dei tre andre avisene fordi dei tradisjonelt har stått for ulike politiske grunnsyn: Klassekampen frontar seg sjølv som «Venstresidas dagsavis», Dagsavisen heitte tidlegare Arbeiderbladet og var eigd av Arbeidarpartiet, medan Aftenposten tradisjonelt har vore ei konservativ blekke med sterke band til partiet Høgre.

Hadde eg hatt tid til å undersøke eit meir omfattande materiale, skulle eg gjerne hatt med ei av dei meiningsberande vekeavisene Morgenbladet og Dag og tid for å samanlikne med dagsavisene. Vårt Land – ei avis med ein tydeleg verdiprofil som er kjend for mykje kommentarstoff – kunne også gjerne vore med. Det same gjeld Dagbladet; moglegheita til å sette funna frå VG opp mot funna frå ei anna lausalsavis, kunne gjort oppgåva meir nyansert.

Valkampen 2011 var ein kommune- og fylkestingsvalkamp. Det kunne vore eit godt utgangspunkt for ei analyse av kommentarjournalistikk i lokal- og regionalaviser, men det var stjernekommentatorane i riksavisene merksemda mi var retta mot då eg starta arbeidet med oppgåva. For å ikkje miste det lokale perspektivet heilt, har eg undersøkt ei tredje og siste underproblemstilling:

I kva grad er dei lokale og regionale politikarane og sakene omtala i kommentarane?

1.1 Terrorangrepet 22. juli

Innleiinga over vil vere uleseleg for den som ikkje kjenner til terrorangrepet mot Oslo og Utøya 22. juli 2011; åtte menneske mista livet då ei bilbombe vart detonert i

regjeringskvartalet i Oslo, 69 masakrert på AUF sin sommarleir i Buskerud.

I eit 1518 sider langt manifest gjer den norske gjerningsmannen greie for motiva bak angrepa: Han ville hindre at menneske han kallar «feminister» og «kulturmarxister» lét islam ta over Europa. I dagane etter 22. juli brukte alle dei store mediehusa ressursar på å lese og formidle manifestet til sjåarar og lesarar (sjå bl.a. VG 24.07.11, s. 18-21). Eg har ikkje lese manifestet, kan ikkje sjå at det er relevant for analysa av kommentarjournalistikk, og kjenner difor berre synspunkta til gjerningsmannen frå media.

Reaksjonen på terroraksjonen, er relevant for oppgåva: Gjerningsmannen nytta vald for å få fram meiningane sine, og angrepa vart difor i stor grad lese som eit åtak på demokratiet. I staden for å gjenngjelde med vald, konstanterte statsminister Jens Stoltenberg at «Vårt svar» skulle vere «mer demokrati, mer åpenhet og mer humanitet» (VG, URL1). 25. juli samla rundt 200000 menneske seg i Oslo sentrum i ei markering døpt «Rosetoget». «Vårt svar» på terroren 22. juli 2011 var altså det motsette av «det amerikanske svaret» på terrorangrepet 11. september 2001, noko som er omtala i fleire av kommentarane i denne undersøkinga (td. «Det norske selvbedraget, Harald Stanghelle, Aftenposten, 17.09.11, del 2, s. 2-3).

I tida etter angrepet vart det diskutert om eit hatsk debattklima kunne ha påverka gjerningsmannen. Framskrittspartiet sine utspel om «snikislamisering» vart blant anna kopla til gjerningsmannen sin ideologi. Terroristen hadde i tillegg tidlegare vore medlem av Frp. Kva hendingane 22. juli gjorde med valkampen til partiet, er tema i fleire av kommentarane (t.d. «Comeback», Klassekampen 10.09.11, s. 6).

1.2 Speil og rammer

Verda har til gode å oppleve ein journalist som objektivt formidlar røyndommen slik han er. Av Sigurd Allern og Ester Pollack er denne innsikta formulert slik: «[H]vilken journalistisk vinkel som velges, hvilke kilder som får en framtrædende plass (eller velges bort), [...] og hvilke proporsjoner saken gis, alt dette forutsetter journalistiske valg og utvalg» (2009:17). Ord er ikkje nøytrale. Til dømes fortel «utspel» (kort) og «valkamp» (krig og sport) noko om kva politikk er for ordbrukaren.

Eit viktig omgrep i denne oppgåva er *tolkingsramme*, også det ein metafor: Journalisten viser fram politikken til lesaren gjennom ei ramme som avgrensar kva lesaren

«ser». «Nyhetsproduksjon innebærer imidlertid temavalg og prioritering, kilderelasjoner og vinkling som bevisst eller mer ureflektert er knyttet til ståsted og verdier. Nyhetene gis mening gjennom å bli satt inn i bestemte tolkningsrammer,» skriv Allern i *Flokkdyr på Løvebakken* (2001:17). Dette gjeld sjølvsagt ikkje berre journalistar, men alle språkbrukarar, også ein mastergradstudent: Den vitskapelege *vinklinga* – for å nytte eit journalistisk uttrykk som har i seg mykje av den same innsikta som ramme-metaforen – til dømes kva kjelder eg framhevar og vel bort, er subjektive val. Når dette likevel er ein meir vitskapeleg tekst enn dagboka til mor mi, er det fordi eg stadig gjer mitt beste for å vise fram, dokumentere og argumentere for vala mine. Til dømes bør eg understreke at meiningsklimaet blant norske politiske kommentatorar ikkje nødvendigvis er så homogent som innleiinga over gav inntrykk av: Blant anna kritiserte kommentator i Dagbladet Marie Simonsen kolegaene sine for å kritisere valkampen: «Ja, valkampen var mer dempet enn vanlig, men du skal være passe blasert hvis du mener de siste ukene har vært kjedelige» (Dagbladet 12.09.11, s. 3).

1.3 Liknande undersøkingar

1.3.1 Dekninga av valkampen i 2001 og 2005

To som lik meg har sett på tolkningsrammer i norsk politisk journalistikk, er Torild Aalberg og Tove Brekken: Dei har undersøkt dekinga av dei tre siste vekene i valkampen fram mot stortingsvala i 2001 og 2005 (i Jenssen og Aalberg 2007:177-196). Basert på funn frå blant anna amerikanske forskningsprosjekt på valkamp, hadde dei følgande hypotesar for undersøkinga:

- 1 Pressens deking av norske stortingsvalg er hovedsakelig preget av episodiske og spillorienterte tolkningsrammer.
- 2 Det episodiske og spillorienterte fokuset vil øke jo nærmere en kommer selve valget.
- 3 Omfanget av episodiske og spillorienterte tolkningsrammer er størst i løssalgsaviser.
- 4 Omfanget av episodiske og spillorienterte tolkningsrammer er mindre når politikerne selv kontrollerer nyhetsmaterialet.
- 5 Bruken av nyhetsrammer i norsk presse vil være relativt stabil fra valg til valg, men den politiske konteksten vil ha betydning (s. 182-183).

Artiklane i Aalberg og Brekken si undersøking er altså koda som tekstar med enten ei sak- eller ei spel-ramme, og innanfor kategoriane tematisk eller episodisk ramme. Funna støttar opp om hypotesen for oppgåva mi: I den norske rikspressa si deking av vala i 2001 og 2005, hadde 69 prosent av tekstane ei spel-ramme og 74 prosent var episodisk fokuserte (s.

184-185). Ser vi bort frå punkt fem – undersøkinga viser variasjon i type tolkningsramme frå val til val – stemmer konklusjonen dessuten godt med Aalberg og Brekken sine eigne forventningar frå punkta som er sitert over: Talet på episodiske og spelorienterte tekstar auka fram mot valdagen (punkt 2), og laussalsavisa VG hadde fleire slike tekstar enn dei to andre avisene i undersøkinga, Dagsavisen og Aftenposten (punkt 3) (s. 187-190). Det er likevel viktig å presisere at episodisk fokuserte tekstar med ei spel-ramme prega dekninga i alle tre avisene, og sjølv om spelfokuset i følge undersøkinga «er mindre i saker som kan betegnes som politiker-initierte nyhetshistorier enn i de journalist-initierte sakene», hadde over halvparten oppslaga initiert av politikarane også ei spel-ramme (s. 190).

Likt med kva eg gjer i undersøkinga mi, nyttar Aalberg og Brekken også fleire rammer enn dei to overordna kategoriane «spel» og «sak»: «Horserace-ramme», «Strategi-ramme», «Mediehåndterings-ramme», «Regjerings-ramme», «Konflikt-ramme» og «Person-ramme» (s. 192). Ved hjelp av desse underrammene får Aalberg og Brekken vist fram forskjellen på dei to valkampane: I 2005 var 23 fleire saker enn i 2001 prega av ei strategi-ramme fordi det vart nytta så mange spaltar på å diskutere strategien bak Carl I. Hagen sitt angrep på statsminister Kjell Magne Bondevik (s. 193). Regjerings-ramma var også meir brukt i 2005. Årsaka var truleg mykje omtale til kampen mellom sentrumsregjeringa, høgresida og det nye raudgrøne regjeringsalternativet lansert før 2005-valkampen (ibid.).

1.3.2 Flokkdyr i tigerstaden

Konklusjonen i allereie siterte *Flokkdyr på Løvebakken* (2001) av Sigurd Allern, er at norske politiske journalistar etter oppløysinga av partipressa har operert i flokk. Tre døme er pressa sitt syn på Gro Harlem Brundtland, Kjell Magne Bondevik og Thorbjørn Jagland (s. 294-96): Som statsminister vart Bondevik og Jagland bådø møtt med positive vinklingar i månadane etter at dei vart overhovud for det norske folk, men opplevde etter kort tid eit stemningskifte frå dei politiske journalistane. For Brundtland var utviklinga motsett: Dei politiske journalistane gjekk i følge Allern frå å vere noko kritiske til å bli eit slags «hoff».

Allern siterer Kjell Magne Bondevik som seier at «Etter at en gjeng journalister har sittet lenge i røykerommet på Stortinget, og ment og pratet sammen, så kan du neste dag nærmest se at kommentarene og vurderingene er ganske like» (s. 298). Observasjonen er sjølvsaugt berre ein påstand frå ein politisk aktør med klare eigeninteresser, men det er ein

viktig hypotese å undersøke.

Allern peikar på fem faktorar som fører til flokktendensar og eintydige tolkingsrammer (s. 298-300):

1) Stortinget som ein «nyhetsbørs» der det er lett og billig å møte opp og skaffe kjelder, informasjon og nye saker.

2) Dei politiske journalistane vil få saka si *på*, og må difor tilfredstille desken sine kommersielle nyheitsverdiar: «dramatisering og personifisering med vinnere og tapere, helter og skurker, duster og genier» (s. 296).

3) Frykta for å miste ei nyheit som andre serverer lesarane, lyttarane eller sjåarane sine.

4) og 5) Fysisk nærleik på Stortinget: Journalistane et saman, drikk saman og «tester virkelighetsoppfatning og vurdering på hverandre».

1.3.3 Tommel opp, tommel ned ...

Flokktendensar finn også Pia Martine Wold i si undersøking av kommentarjournalistikk om Erna Solberg i norske aviser frå 2009 (2010). Wold viser korleis kommentatorane samla går frå å kritisere til å hause opp høgreleiaren i løpet av august dette året, utan å argumentere for endringa:

Jeg har funnet at vendepunktet ikke begrunnes i noen ren politisk årsak, i det minste ikke en som fremkommer av kommentarjournalistikken. Snarere har analysen vist at de sentrale punktene i både kritikken og rosen av Høyres partileder [...] ofte ble bygget på løse formodninger. En overordnet mangel på argumentasjon og faktisk analyse preger de journalistiske artiklene i utvalget. Etterrasjonalisering og ubegrunnede påstander eller spådommer om fremtiden – populært kalt synsing – forekommer ofte. Særlig synlig blir dette når nøyaktig de samme egenskapene eller standpunktene hos Solberg først kritiseres, og deretter roses (s. 98).

Identiteten – ikkje meiningane – til Erna Solberg er i fokus i eit fleirtal av kommentarane Wold har lese: Fram til august er det blant anna ein «utydelig», «usikker» og «svak» partileiar som er artikulert i tekstane, medan det frå august er superlativ som «rolig», «trygg» og «tydelig» kommentatorane nyttar for å karakterisere Solberg (s. 64-66).

1.3.4 Undersøkinga presentert i *Nyhetsverdier*

Materialet i undersøkinga bak *Nyhetsverdier* (Allern 2001b) var ti norske aviser valt ut etter kriterium som «avistype, opplagsnivå, utgivelsesfrekvens, format, samt eierskap og politisk

tradisjon»: VG, Dagens Næringsliv, Vårt Land, Adresseavisen, Haugesunds Avis, Oppland Arbeiderblad, Nordlands Framtid, Nordlandsposten, Hordaland, Helgelands blad (s. 71-72). Undersøkinga tok utgangspunkt i ei såkalla «konstruert avisveke» og fokuserte på alt frå artikkelen sitt areal, til sjanger, kjelder og ulike kjønnsaspekt (s. 79-82).

Fleire av funna er relevante for undersøkinga mi av kommentajournalistikken i valkampen 2011: Fem til femten prosent av det redaksjonelle innhaldet er kommentar- og debattstoff med Vårt land på topp og Nordlandsframtid på botn (Allern 2001b:105). I VG som er med i undersøkinga mi, tilhøyrer åtte prosent av det redaksjonelle stoffet denne kategorien. Avisa sin «stoffmiks» skil seg ut ved å i større grad vere prega av underhaldning, sport og krim enn dei andre avisene i utvalet. Riksavisene er generelt mest fokusert på politikk og forvaltning i periodar med «sterke konflikter på Stortinget eller persondramatikk i toppen av de politiske partiene.» Det er altså dei regionale og lokale avisene som har breiast dekning av politikk og forvaltning (s. 140-141).

Forvitringa av ei kritisk offentlegheit står sentralt i diskusjonsdelen av oppgåva mi. Eit interessant funn i den samanhengen, er det låge talet på reportasjar i utvalet. Allern sin konklusjon er at dette «fører til lite kontakt med andre miljøer enn de som alltid er ‘i nyhetsbildet’» (2001b: 119).

Når det gjeld kjelder, viser undersøkinga at 56 prosent av tekstane om politikk og offentleg forvaltning har to eller fleire kjelder, medan trettisju av sakene har ei kjelde (s. 167). Slike kjelder er ofte «sentrale og lokale politikere, embetsmenn i statlig forvaltning, samt representanter for fylkesadministrasjonen og ledelsen i kommunen» i tillegg til informasjonsmedarbeidarar i offentleg sektor (s. 170). Totalt sett utgjør denne typen kjelder opp mot 25 prosent av kjeldene til dei minste avisene, men berre ti prosent av kjeldegrunnlaget til VG og Dagens Næringsliv (ibid.). Eit anna totalintrykk er at kjeldebruken til avisene er topptunge: «Folk uten høy stilling eller en spesiell posisjon faller ganske enkelt utenfor avisenes virkelighetsbilde» (s. 175). Kjeldene til dei norske avisene er først og fremst menn, noko som tydeleg kjem av høg handel mannlege journalistar: «Kvinnelige journalister i de undersøkte avisene bruker en dobbelt så høy andel kvinnelige kilder som deres mannlige kolleger» (s. 207-208).

Konklusjonen i *Nyhetsverdier* er at norsk presse «stort sett [er] seriøs og samfunnsorientert, men den representerer sjelden stemmene til de som ikke har makt og

myndighet» (s. 222).

1.3.5 Tone Tuft Nedrestøl: «Kommentariatet»

I *Kommentariatet – En studie av kommentarjournalistikken under regjeringsforhandlingene 2009* (2010) undersøker Tone Tuft Nedrestøl påstandane om at «de politiske sakene drukner i mediernes fokus på spill og underholdning» henta frå essayet «Kommentariatet» forfatta av politikarane Torbjørn Røe Isaksen og Audun Lysbakken (Samtiden nr 1, 2008). Materialet er kommentarar frå vekene etter valet i 2009 – perioden den raudgrøne regjeringa forhandla om posisjonar og innhaldet i «Soria Moria 2»-erklæringa. Utgangspunktet for denne oppgåva liknar med andre ord utgangspunktet for oppgåva mi, det same gjeld metode, teori og ikkje minst problemstilling (Nedrestøl 2010:9):

Klarer kommentatorene å tilby et mangfold av medierammer i sine kommentarer og ledere i forbindelse med regjeringsforhandlingene og sammensettingen av ny regjering, eller ser man stor homogenitet i valg av medierammer? Hvilke forskjeller og likheter gjør seg eventuelt gjeldende mellom de ulike avisene?

I hvilken grad fokuserer kommentatorene på det politiske spillet fremfor den praktiske politikken?

Ligger fokuset mest på å kommentere inntrufne begivenheter, eller på å tilby bakgrunnsstoff og analyse som foregriper begivenhetene?

På hvilken måte styrer medierammene som velges hvordan de tre regjeringspartiene fremstilles?

Likt med Aalberg og Brekken kodar Nedrestøl tekstane i kategoriane «sak» og «spel», og episodisk og tematisk ramme, og kjem fram til at alle avisene i undersøkinga utanom Aftenposten hadde overvekt av spelorienterte tolkingsrammer (s. 95). «Klassekampen var avisen som fokuserte mest på spill, men kjennetegnes også av sitt fokus på mediernes rolle i prosessen; mediekritikk» (s. 96). Også fleirtalet av Dagsavisen og Dagbladet sine kommentarar var spelorienterte. Sist nemnde hadde den breiaste dekninga og var avisa med flest språkelege verkemiddel (ibid.). Når konklusjonen i oppgåva likevel ikkje er eintydig er det fordi det innanfor dei mange spel-rammene er eit vidare spekter av tema og innfallsvinklar til regjeringsforhandlingane:

rekrutteringsproblemer i Arbeiderpartiet, maktkamp mellom de tre regjeringspartiene, diskrimineringsrammer som fordeler seg på både kjønn, alder og etnisitet, regjerings sammensetning som et ledd i valgkampen før kommunevalget 2011, viktigheten av erfaring og motsetning mellom erfaring og reform (s. 96).

Nedrestøl konkluderer med «at kommentatorene er svært bevisste på hverandre, og at de absolutt ikke ønsker å skrive det samme som alle andre» (s. 96).

Når det gjeld episodiske versus tematiske rammer, viser undersøkinga til Nedrestøl ei overvekt av episodisk fokuserte tekstar (s. 97): «Det vil si at prioriteten ligger på å kommentere utspill fra regjeringen; fremlegging av ny regjeringserklæring, innsettelse av ny regjering, varslingen av Bjarne Håkon Hanssens avgang og lignende.» Likt med kva Aalberg og Brekken fann ut, viser denne undersøkinga også at ein tekst med ei spel-ramme oftast har ei episodisk-ramme (ibid.).

1.3.6 Ikkje i flokk

Ei undersøking med ein konklusjon som skil seg noko ut frå det som til no er presentert, er hovudfagsoppgåva til Lars Henie Barstad *Politisk journalistikk i en profesjonalisert presse* (2003) der han undersøker dekninga av valkampen i 2001 i tre riks- og ei regionalaviser. Konklusjonen er nemleg at det er få flokktendensar i dekninga (s. 122). Barstad undersøkte avisene VG, Aftenposten, Dagsavisen og Bergens Tidende, noko som kan forklare forskjellane: Som Barstad sjølv peikar på, ville det truleg vere større likskap mellom VG og Dagbladet enn avisene i undersøkinga han utførte (s. 123).

Eit døme på forskjellane kjem fram gjennom avisene si dekning av «sjukelønnsaka» (s. 126):

VG omtalte den mest, og dramaturgien var iøynefallende og «typisk» for VG. Fokuset var rettet mot Arbeiderpartiets «hemmelige spill i kulissene», noe som var en lite heldig framing for Arbeiderpartiet. Bergens Tidende omtalte også saken mye, mens Aftenposten la mindre vekt på den. Dagsavisen forsøkte først – som eneste avis – å forsvare Arbeiderpartiet, men ble etter hvert mer kritisk til partiets befatning med sykkelønnsprosjektet.

Eit anna relevant funn i denne undersøkinga, er at tekstar på kommentar- og leiarplass var meir spel-orienterte enn nyheitene (s. 124). Det er også slik at mange kommentarar referer til tv-debattar, dette gjer i følge undersøkinga til Barstad at «image og karisma» er mykje diskutert av kommentatorane (s. 126).

Barstad har gjort ei rein kvalitativ lesing av tekstane. Metodisk skil difor denne oppgåva seg ein del frå mi.

1.4 Gangen i oppgåva

Etter at eg no har peika på koplingar mellom resultata frå liknande undersøkingar og utgangspunktet for oppgåva mi – hypotesa om at kommentatorane er *for* spelfokuserte – prøver eg i neste kapittel å fundere oppgåva og det mediekritiske utgangspunktet meir generelt historisk og samfunnsmessig: Først i samfunnsutviklinga i mellom- og nordeuropa frå og med 1700-talet slik ho er presentert i boka *Borgerlig offentlighet* (1971 [1997]) av den tyske samfunnsvitaren Jürgen Habermas, etter det i avsnittet «Vilkåra for ei politisk resonerande offentlegheit i Norge» som med utgangspunkt i presse- og valkamphistorie kort presenterer ulike syn på politikarrolla, agitasjon og valkamp i Norge etter 1814, samt rolla media har spela som politisk arena, aktør og regissør.

I kapittel 3 utdjuvar eg omgrepet *tolkingsramme*, gjer greie for det hermeneutiske utgangspunktet til tolkingsramme-teorien, og koplar ramme-omgrepet til undersøkingar av tolkings- og mediemakt.

Resten av oppgåva er via sjølve undersøkinga: Kapittel fire er ein presentasjon av kommentarsjangeren og avisene kommentarane i undersøkinga er henta frå. Kapitlet forklarar også kriteria for kodinga av kommentarane. Kapittel fem presenterer funna frå den kvantitative undersøkinga. Her kjem med andre ord svar på kva tolkingsrammer som pregar kommentarane, i kor stor grad dei lokale sakene og politikarane er omtala i materialet, og på kva måte angrepa 22. juli har prega kommentarane. Kapittel seks er ei analyse av resultata i lys av Habermas sin teori om den politisk resonerande offentlegheita. I to ekskursar nærles eg kommentarane om Ola Borten Moe og tekstane frå veka før og veka etter valdagen for å konkretisere kategoriane. Formålet med dette kapitlet er å avgjerde i kor stor grad kommentatorane i undersøkinga tilbyr vesentleg informasjon, gode argument og analysar.

Kapittel 2: Borgarleg offentlegheit og vilkåra for ei politisk resonerande offentlegheit i Norge

2.1 Borgarleg offentlegheit

Innleiingsvis avslørte eg motivasjonen bak undersøkinga mi: Intrykket av at dei politiske kommentatorane er meir interesserte i det politiske spelet enn dei demokratiske prosessane og dei konkrete sakene som skal avgjerast. Desse påstandane, basert på usystematisk lesing av politiske kommentarar, er ein lite vitskapeleg versjon av den reflekterte og historisk funderte kritikken Jürgen Habermas framfører i avhandlinga *Borglerlig offentlighet* (Habermas 1971 [1997]). I følge denne tyske samfunnsvitaren har «manipulativ publisitet» fortrenget «kritisk publisitet», og publikum har gått frå vere «kulturresonnerende» til «kulturkonsumerende» (s. 163-165). Endringa i rolla til pressa og publikummet deira, er del av større samfunnsendringar:

Først gjennom denne dialektikken mellom en tiltagende statliggjøring av samfunnet, og den samfunnsmessiggjøring av staten som samtidig gjennomføres, ødelegges litt etter litt grunnlaget for den borgerlige offentlighet – nemlig skillet mellom stat og samfunn. Mellom disse to sfærer, og liksom 'ut' av begge vokser det fram en repolitisert sossialsfære som unndrar seg skillet mellom 'offentlig' og 'privat'.

«Den borgerlige offentlighet» er i denne samanhengen «den sfære der privatfolk samles til publikum» (Habermas 1971 [1997]:25). Habermas skil i den borgarlege samfunnsmodellen sin mellom «Privatområdet» som «den borglerlige offentligheten» saman med «den private sfæren» høyrer inn under, og «Sfære for den offentlige myndighet» (s. 27-28). Til den nemnde *private sfæra av privatområdet* høyrer slikt som varebytte og familiesfæra, medan «Den politiske offentlighet» og «Den litterære offentlighet» utgjør offentlegheita innanfor privatområdet. Plasseringa av den politiske offentlegheita i midten – men innanfor privatområdet – seier noko om oppgåva til denne delen av offentlegheita: «gjennom offentlig mening formidler den mellom staten og samfunnets behov» (s. 28).

Når denne modellen ikkje lenger er dekkande for å skildre «dagens samfunn» (avhandlinga er frå 1962), kjem det altså av endringar i «privatområdet» og «sfæren for den offentlige myndighet» (bl.a. s 27). I følge Habermas fann det dei siste hundre åra fram mot 1962, stad ei svekking av den offentlege sfæra sin funksjon ved at sfæra

stadig ekspanderte (s. 3-4).

2.1.1 Litterær og politisk offentlegheit

«Den borgerlige offentlighetsmodellen» skisert over, vart blant anna ein realitet i eit land som Frankrike fordi hoffet på 1700-talet mista rolla som kulturarena til fordel for byrommet (Habermas 1971 [1997]: 29). Eit anna døme på framveksten til sfæra, er kaffehusa som frå 1680 opna både i England og Frankrike og som fungerte som litterær, og etterkvart også, politisk arena (s. 30). Mange hus fekk dessutan eit nytt rom: Salongen (s. 43). I alle tre tilfella var det snakk om nye arenaer der først eit litterært resonerande, sidan politisk resonerande publikum kunne eksistere frå midten av 1700-talet (s. 61). Institusjonell kritikk var likevel ikkje mogleg i Frankrike før etter revolusjonen: «Revolusjonen skaper i Frankrike over natten det som man i England hadde brukt en kontinuerlig utvikling over et århundre på å skape – om enn i en mindre varig form: den skaper de institusjoner som inntil da manglet for det politisk resonerende publikum» (s. 64). Eit døme er politisk dagspresse med referat fra parlamentet (ibid.).

2.1.2 Politisk journalistikk

Den resonerande politiske offentlegheita vaks altså ut av den litterære, med satiresjangeren som eit konkret døme. Den nye forma for politisk satire blir rekna som banebrytande journalistikk fordi tekstane avslører politiske intriger og «hemmeligholdte sammenhenger av politisk betydning» (s. 56). Frå ca. 1770 og til i dag har dette vore idealet for dei politiske journalistane, skriv Habermas (ibid.).

I England fekk «kritisk kommentering og offentlig opposisjon mot regjeringen normal status» frå ca. 1722, då journalistikken lausreiv seg frå regjeringsmakta (Kluxen sitert av Habermas, s. 56). Omgrepet «fourth estate», ideen om pressa som ei fjerde statsmakt, dukka opp (s. 56). Politikarane prøvde å hindre kritikken ved referatforbud, og journalistane får først plass på galleriet i 1803 etter å ha måtte skaffa seg illegal adgang i lang tid (s. 57). Habermas understrekar kor viktig ein slik tilgang var:

Den stadige kommentering og krtikk av kronens tiltak og av parlamentets beslutninger som derved blir til institusjon, forandrer den offentlige myndighet, som nå stevnes for offentlighetens domstol (Forum). Den offentlige myndighet blir gjennom dette 'offentlig' i en dobbelt betydning. Fra nå av måles offentlighetens utviklingsgrad etter det nivå striden mellom stat og presse befinner seg på, slik denne striden strekker seg over hele århundret (s. 56).

2.1.3 «Den borgerlige offentlighetsmodellen» og oppløysinga av denne

Hovudoppgåva til denne på 17- og 1800-talet nye sfæra, var som nemnd å formidle «samfunnets behov til staten». Denne hovudoppgåva utfører ikkje offentlegheita lenger, i følge Habermas:

I det århundre som følger etter liberalismens blomstringstid og hvor kapitalismen gradvis 'organiserer seg', oppløses faktisk det opprinnelige forhold mellom offentlighet og privatsfære; konturene av den borgerlige offentlighet utviskes. [...] To tendenser som dialektisk henviser til hverandre kjennetegner offentlighetens forfall: den gjennomtrenger stadig videre *sfærer* i samfunnet og mister samtidig sin politiske *funksjon*, nemlig å underkaste de offentliggjorte kjennsgjeringer et kritisk publikums kontroll. [...] Offentlighet synes å miste sitt *prinsipp* – prinsippet om kritisk publisitet – kraft i den grad den utvider seg som *sfære* og i tillegg uthuler det private området (s. 130).

Offentlegheita blir med andre ord nytta til å manipulere folket, i staden for å vere privatfolk sin moglegheit til å påverke «den offentlige myndighets sfære», og grensene mellom dei ulike sfærene er ikkje lenger tydelege. I utgangspunktet skulle privateigd presse vere garantist for at staten ikkje utnytta folk, men komersialiseringa har i følge Habermas ført til at «at nettopp det at de forble i private hender mange ganger utgjorde en trussel mot deres kritiske funksjoner» (s. 175-76). Når mediehusa først og fremst er til for å tene pengar, er kritikk kun interessant som vare:

2.1.4 Frå krtikk til PR, frå kulturresonerande til kulturkonsumerande publikum

I Habermas sitt perspektiv er det ikkje lenger myndigheitene som hindrar ei kritisk offentlegheit, det er kommersialiseringa. Det finst ikkje lenger noko kritisk resonerande publikum som drøftar og har innverknad på politiske avgjerder; dei politiske avgjerdene vert avgjort i forhandlingar mellom dei største intressene (s. 188). Reklamespråket gjennomsyrrer alt, og er ikkje lenger lett å avsløre «som en privat interesses selvframstilling» (s. 181). «Overfor den utvidede offentligheten blir forhandlingene selv stilisert til show» (s. 193). Meiningar er til sals, «posisjon og mot-posisjon er på forhånd forpliktet overfor visse spilleregler for underholdning» (s. 152). Resultatet er at det ikkje lenger finst «et dannelsesjukt som er oppdratt til offentlig bruk av forstanden»; det resonerande publikumet er i dag kultur- og meningskonsumentar (s. 162-163).

Den nye offentlegheita er difor ein meningsmarknad: Diskusjon har blitt eit «konsumgode» (s. 152). Kultur er noko som blir omsett på «fritidsmarkedet»: «[M]arkedes

lover har allerede trengt inn i verkets substans, blitt til immanente formingslover for verkene» (s. 153). Produkta er prega av klisjear: Både i innhald (t.d. repetisjon av lett gjenkjennelege psykologiske arketypar), struktur og ordval (s. 154-158). Kulturprodukta skal dessutan vere moglege å konsumere «uten strenge forutsetningar» og «uten merkbare konsekvenser» (s. 154).

Eit anna kjenneteikn ved den nye modellen, er at mottakaren har liten eller ingen moglegheit til å svare avsendar (s. 159). Offentleg meining er ikkje lenger definert som eit standpunkt, men «attitude» (s. 227). Konsekvensen er at «argumentene blir fordreid til symboler, som så igjen ikke kan besvares med argumenter, men bare med identifikasjoner» (s. 193-94). Det viktige er ikkje kva partileiaren meiner, men «presentasjonen av lederen eller lederens garnityr» (s. 204). Habermas kritiserer med andre ord ikkje det opphavelige reklamespråket – eit språk meint for å reklamere for bestemte produkt privatfolk imellom – men at dette språket vert nytta til å selje politiske parti og leiarane deira.

2.1.5 Om valkamp

Valkampen er i følge Habermas ein av periodane oppløysinga av den borgarlege offentlegheita er mest synleg: «[P]artiene får som sin genuine publistiske oppgave å framskape en slags offentlighet periodisk – en offentlighet som ellers ikke eksisterer» (s. 198). Den kommersielle pressa er arenaen der det politiske spelet finn stad, og difor dei som styrer spelereglane:

Den nye iscenesettelse av en politisk offentlighet som foregår foran hvert valg, føyer seg nemlig inn i den borgerlige offentlighets forfallsform. For det første representerer den integrasjonskultur som tilberedes og spres av massemediene selv en politisk ideologi – selv om den etter sin egen intensjon er upolitisk, den politiske programmatikk, ja i det hele tatt hver eneste demonstrative ytring, kan ikke begynne med noe slikt som å konkurrere med denne, men må bestrebe seg på å være i overensstemmelse med den (s. 202).

Habermas siterer Riesman som har døpt dei fleste veljarane «den nye likegyldige». Denne gruppa veljarar er kjenneteikna av mangel på forståing for samanhengen mellom «politisk mening» og «politisk funksjon»:

«Hans meninger tjener derfor som et ikke-kontant betalingsmiddel i hans rolle som medlem av et forbrukerfelleskap i politiske dagsnyter. Hans toleranse overfor andres meninger stammer ikke bare fra karakter, men også fra den kjensgjerning at han nettopp ser dem ‘bare som meninger’, meninger

som kanskje er morsomme eller interessante, men som ikke lenger har den tyngde som en delvis eller fullstendig orientering mot politisk handling representerer» (s. 203-4).

Det politiske valet har enda opp som «konsumavgjørelse» (s. 203).

2.1.6 Kritikk av offentlegheitsmodellen

Teorien om strukturelle endringar innanfor sfærene i den borgarlege offentlegheitsmodellen, vekslar mellom å framstå som ei historisk oppsummering og ein normativ teori om korleis den ideelle borgarlege offentlegheita ser ut. Det er difor, som Jostein Gripsrud minner om, «iblant utydelig om [Habermas] beskriver en historisk virkelighet eller et sett ideer som aldri helt har vært realisert» (1999:230). Det vil for mange vere merkeleg at Habermas er så positivt innstilt til 1800-talsversjonen av den borgarlege offentlegheita, når vi veit at svært mange ikkje hadde tilgang til dei offentlege romma der diskusjonane fann stad. Som Gripsrud peikar på, er det dessutan problematisk å lese utviklinga fram mot 1960-talet – ein periode der fleire fekk stemmerett og «reelle og organiserte interessemotsetninger» vart synlege i offentlegheita – som eit forfall (ibid:233). Gripsrud viser også til at idealet Habermas presenterer – ideen om eit deliberativt demokrati der offentlegheita er ein stad menneska diskuterer i staden for å reklamere for meiningane sine – har blitt oppfatta som naivt, og ser Habermas sitt drøftingsdemokrati i lys av *social choice-teoriar* som meiner politikken er ein reiskap for å oppnå noko, at politiske avgjerder er private – ikkje noko ein diskuterer seg fram til –, og at «målet i politikken er det optimale (best mulige) kompromiss mellom motståande og egentlig uforenlige private interesser» (s. 232). Gripsrud konkluderer likevel med at båe demokratisyna krev informerte borgarar :

Enten man som i *social choice*-teorien betrakter den enkelte borger i analogi med forbrukeren på markedet, eller man som i deliberative demokratiforståelser betrakter ham eller henne som en aktivt deltagende *citoyen*, synes det åpenbart at begge forståelser av demokratiet på et *normativt* plan vil kunne samles om den grunnleggende betydning det har for demokratiet at den enkelte borger er *velinformert* og treffer sine valg, eventuelt hevder sine synspunkter og handler ut fra dem, på et best mulig grunnlag.

Innvendinga om at det er vanskeleg å skilje kva som er historie og kva som ideal, har med andre ord ingen konsekvensar for resten av oppgåva: Det er dei normative aspekta ved teoriane i *Borgerlig offentlighet* eg støttar meg på når eg undersøker om det stemmer at dei politiske kommentatorane ikkje klarar å føre den politisk resonerande offentlegheita med vesentleg informasjon, gode argument og analysar.

2.1.7 Fleire offentlegheiter?

I *Between Facts and Norms* (engelsk utgåve 1996) har Habermas gått over til å snakke om offentlegheiter i fleirtal; noko som truleg er eit resultat av kritikk frå filosofar som Nancy Fraser. Fraser er opptatt av motoffentlegheiter: «parallele diskursive arenaer der medlemmer av sosiale grupper oppfinner og sirkulerer motdiskurser for å formulere alternative fortolkningar av sine identiteter, interesser og behov» (Fraser i Andersen 2007:21). Hovudinnvendinga til Fraser er altså at Habermas ikkje tar med at det parallelt med den borgarlege offentlegheita eksisterte konkurrerande offentlegheiter som «utviklet alternativ politisk oppførsel og alternative normer for offentlig talemåter» (Fraser i Andersen, s. 22). Dette er ei innvending eg tar med vidare når eg under skisserer vilkåra for ei norsk politisk resonerande offentlegheit.

2.2 Vilkår for ei politisk resonerande offentlegheit i Norge

Arbeidet med å skape ei kritisk offentlegheit kom seinare i gang i Norge enn i England og Frankrike – landa Jürgen Habermas fokuserer på i *Borgerlig offentlighet*. Fram til 1814 var forutsetningane for å skape ei slik resonerande eller kritisk offentlegheit ikkje gode her i landet: «I tillegg til at de var underlagt sensur eller i alle fall trussel om sensur, hadde de fleste av avisene som ble gitt ut før 1814, kongelig privilegium» (Roksvold 1997:18). Kongeleg privilegium er ei eufemisme for å ha kome gjennom sensuren, ein sensur som «gjorde avisene dårlig egna som organ for samfunnsdebatt, sjøl om ansatser kunne spores» (ibid.). Sjølv om bøndene var relativt frie i Norge «er det neppe galt å si at bl.a. føydalsamfunnets forestillinger om makt og kompetanse også her hindra ei allmenn drøfting av politikk og politiske beslutningar» skriv Roksvold (s. 19). «Å drøfte politikk var på denne tida forbeholdt kongen og kongens råd» (s. 21).

Roksvold kallar avisene før 1814 «opplysningsaviser» (s. 23-24): «At det er riktig å framholde den egenskapen ved de første avisene at de skulle opplyse, vises ved at mange artikler nettopp har som formål å motvirke overtru, og erstatte denne med kunnskap.» Sjangrane i desse avisene er kunngjering, nærinsopplysning, opplysnings- og moralfilosofiske essay og anekdotar (s. 28). Dei politiske kommentarane er med andre ord fråverande før 1814.

2.2.1 Valkamp er ingen sjølvsgatt demokratisk prosess

Thore Roksvold sin merkelapp på avisene etter innføringa av pressefridom i 1814, er «meningspresse» (s. 28). Frå og med meiningspressa vart lesarbrev og referart frå forhandlingar i Stortinget vanleg, og fleire aviser prenta redaktøren sine meiningar (s. 29). «Opphevelsen av sensur og innføringa av en ny grunnlov med vidtgående rettigheter også på andre områder», skapte i følge Roksvold, «ei vårløsning for meningsutveksling i avisene» (s. 29), men pressefridommen betyr ikkje at ei politisk resonerande offentlegheit kunne agere fritt: Frå 1814 og framover i rundt eit halvt århundre vart valagitasjon sett på som umoralsk i Norge, og i perioden 1828 til 1842, var det forbode å «forskaffe sig indflydelse paa velgerne» og «uddele stemmesedler» (Pryser, 1999:230). «Folk fryktet 'Renkesmede og Kabalmakere'» (Seip 1997 [2005]:67). Den ideale stortingsrepresentanten var ein mann som handla ut frå ei heilskapeleg og rasjonell forståing av kva som var det beste for heile landet, ikkje berre for enkelte særinteresser (Pryser, 1999:230).

Politikaren som representant for bestemte interesser, var ikkje eit ideal før ca. 1850 då formelle foreiningar med bestemte klasseinteresser eller moralske ambisjonar (t.d. å spreie fråhald og misjonere) for første gong organiserte seg for å få sine folk valt inn på tinget (Pryser, 1999:231). I 1859 vart det første ope valmøte arrangert i Frimurar Logen i hovudstaden (Seip 1997 [2005]:67).

Trass lovforbod og sosiale valnormer eksisterte løynd agitasjon og organiserte møte allereie frå 1815 (Pryser, 1999: 230). Det var dessutan vanleg at «embetsstanden, kjøpmannsstanden og handverkarstanden valde sine valmenn ut frå næringsinteresser» allereie året etter grunnlovsåret (ibid.:231).

2.2.2 «Ola-boka»

Sommeren 1830 begav en norsk bonde fra Surnadal på Nordmøre seg ut på norgeshistoriens første valgagitasjonsreise. John Neergaard oppsøkte bygder både på Østlandet og Vestlandet for å snakke med bøndene om stortingsvalgene (Seip 1997 [2005]:66).

Nergaard delte ut boka *En Odelsmands Tanker om Norges nærværende Forfatning* med bonden Ola som hovudperson. Bodskapen var at bøndene ikkje lenger kunne la embetsmennene avgjerde lover og skattar; dei burde sjølv skaffe seg stortingsmakt (Seip

1997 [2005]: 66).

Eit anna døme på agitasjon frå same tid, er Peder Soelvold sin pamflett forkledd som brukarveileiing: *Nogle Ord om Storthingsvalget for Lægmanden* frå 1832 (Seip 1997 [2005]: 66). I boka lista Soelvold opp kven allmenta måtte la vere å stemme på: «embetsmenn med mange barn eller med kasseangel, adelige – ‘Vi have just ikke mange, men de, der er, ere leie nok’ – og andre folk som han ikke fant ‘retskafne, uafhæninge, Frihed og Fædreland elskende Mænd ...’» (ibid.:66-67).

Soelvold var også redaktør for Statsborgeren i perioden 1831 til -37, eit opposisjonsorgan som talte «bønder og allmues sak mot et undertrykkende embetsverk, som misbrukte si maktstilling» (Roksolvd 1997: 33):

Peder Soelvold i Statsborgeren gjenga ikke stoff fra andre blad, men fikk fram sitt eget. Han så det som si oppgave å drive kritisk journalistikk mot korrupte embetsmenn og embetsmenn som på annen måte misbrukte si maktstilling, i innretning en forløper for Watergate-journalistikk (s. 36)

Paradoksalt nok gjer den kritiske journalistikken Statsborgeren til ei slags partiavis *før* det eksisterte politiske parti i Norge (s. 33).

2.2.3 Valkamp rundt århundreskiftet

«Valkampen og valagitasjonen fekk ein heilt annan karakter enn tidlegare», skriv Jostein Nerbøvik om Stortingsvalet i 1882 (1999:156):

Før om åra var valkampen knytt til visse sentrale personar, til dømes redaktør Chr. Friele i Morgenbladet, som gjennom ei årrekke hadde vore ein nøkkelperson i hovudstaden. Men heller ikkje i presseverda rådde lenger Morgenbladet grunnen aleine. Masseutbreinga av aviser og blad er ein avgjerdande føresetnad for at partipolitikken slo gjennom på brei front.

Før valet vart det arrangert store folkemøte med talarar som Bjørnstjerne Bjørnson (Nerbøvik 1999:156). «Hovudtyngda av dei nye avisene var knytte til venstrerørsla» (ibid.). Nerbøvik peikar på at dei lokale avisene påverka folk meir enn riksavisene. Til dømes fekk venstreavisa *Verdens Gang* halvert opplagstalet «då venstreavisa *Varden* i Skien begynte å nå ut til bygdene» (Nerbøvik 1999:156). «Attåt avisene dukka det opp ei mengd politiske brosjyrar og pamflettar, spreidde i store opplag og utsende til kvar ein krok av landet» (s. 158).

Eit anna «høgdepunkt» var valkampen i 1894, då unionsspørsmålet mobiliserte

massane: «Valgkampen 1894 ble en mønstring som man ikke hadde sett maken til siden forfatningskampen» (Hageman 1996 [2005]:281).

25 år etter, i 1919 hadde «åpen klassepolitikk» vorte «mer legetimt etter at oppslutningen om Arbeiderpartiet hadde økt. Og ute i samfunnet var jordbrukets interesser blitt skarpere avtegnet mot andre næringer» (Kjeldstadli 1996 [2005]:41). Det gamle idealet om heiderlege og rasjonelle politikarar var med andre ord borte, og partiavisene prenta tekstar som fokuserte på sitt parti sine interesser (Roksvold 1997:69). Målrørsla og arbeidarrørsla er to døme frå perioden på at det Nancy Fraser kallar mottoffentlegheiter også eksisterte her i landet. Dei to rørsle viser dessutan at bandet mellom politisk og litterær offentlegheit framleis er tett etter at kampen for særinteresser har vorte viktigare enn å skape eit borgarleg drøftingsdemokrati: Både målrørsla og arbeiderrørsla arbeida på denne tida med å skaffe seg egne teater i hovudstaden: Det Norske Teateret vart opna i 1912, medan Folketeateret på Youngstorget vart ein realitet i 1959, 40 år etter at ideen om eit arbeidarteater vart lansert (snl.no, URL 1 og URL 2).

2.2.4 Fjernsynsvalkamp – mediene som kanal, arena og aktør

I dag er den delen politikken som finn stad i offentlegheita først og fremst politikk som finn stad på mediescena, og valkamp først og fremst medievalkamp. Dette er utgangspunktet for *Fjernsynsvalkampen – Program, deltakere og maktkamp 1961-2009* av Sigurd Allern (2011). Etter å ha undersøkt valkamp-tv frå den aktuelle perioden konkluderer Allern med at norsk valkampdekning har utvikla seg i tre steg eller «aldrar» (s. 20-21):

1) Den nemnde partipressa med partiløje publikumarar.

2) Frå siste del av 1960-åra, då tv kom for alvor i norske heimar. I motsetning til for partipressa, var objektivitet og balanse viktige stikkord for Norsk Rikskringkasting som då hadde monopol på den norske tv-marknaden. «Medietrening og imagepleie» vart etterkvart viktig for politikarane i løpet av denne fasen som strekk seg fram mot år 2000.

3) I den noverande fasen konkurrerer tv-kanalane med internett; ei teknologisk løysing som i større grad tilbyr to-vegs-kommunikasjon. Dekninga er prega av «popularisering og publikumsorientering».

Det sentrale funnet i undersøkinga bak *Fjernsynsvalkampen* er altså at politikk på tv har gått frå å vere regissert av politikarane til å vere regissert av media. Allern er her på linje

med Anders Todal Jenssen og Toril Aalberg som har kome fram til at media har forandra seg frå å vere dei politiske partia sin mediekanal i etterkrigsåra 1945-57, via rolla som *arena* i og med ei svekka partipresse på 1960-talet, til *aktør* i perioden 1973-91, og *regissør* dei siste tjue åra (2007:252). Forandringa frå arena til regissør, handlar om rollemedvit. Todal Jenssen og Aalberg siterer blant anna ein journalist som seier at «Ja, vi styrer valgkampen. Vi styrer hvem som får slippe til og hvilke temaer som skal taes opp. Og hva så? Hvem skulle ellers bestemme? Politikerene eller medierådgiverne?» (ibid.).

Todal Jensen og Toril Aalberg skriv dette om *regimakta* til mediene (2007:253):

Den som vil spille en rolle i offentligheten, må akseptere mediernes regi [...] De som er avhenige av å spille en rolle i offentligheten – som politikere –, tør knapt protestere mot regissøren. I stedet velger de å tilpasse sin retorikk til mediet [...] og framstille budskapet så medievridd som mulig [...].

Likt med Jenssen (i Jenssen og Aalberg 2007:9) konkluderer Sigurd Allern med at den politiske journalistikken i dag er ein sjølvstendig politisk arena på lik linje med Stortinget, og minner om at saker som er oppe i media ofte har «stor inflytelse på dagsordenen i andre politiske institusjoner» (2001a:46). Saman med «sensasjonsavisene» si offentlegjering av privatlivet til eksempelvis kongelege og politikarar (Roksvold 1997:87) – er dette ein observasjon som passar bra med Jürgen Habermas si skildring av samfunnsutviklinga generelt: t.d sosialsfæra som har kolonialisert dei andre sfærene, og påstanden om at ingen kan konkurrere med massemediene sin «politiske programmatikk», men «må bestrebe seg på å være i overensstemmelse med den» (Habermas 1971[1997]:202).

2.3 Samfunnsansvar og sjølvkritikk

Til slutt i dette kapitlet vil eg nemne at pressa sjølv gjennom «Vær varsom-plakaten» og PFU-ordninga – klageorganet kven som helst som har noko å utsette på noko i norsk presse kan klage til – viser at dei har ambisjonar om å ta eit bestemt samfunnsansvar og legge til rette for ei kritisk resonerande offentlegheit. Når eg seinare i oppgåva drøftar kommentarane i undersøkinga i lys av Habermas sine teoriar om offentlegheit, er det på mange måtar også eit mål på i kva grad kommentarane lever opp til krava frå plakaten (presse.no, URL 1):

1. Pressens samfunnsrolle

1.1. Ytringsfrihet, informasjonsfrihet og trykkefrihet er grunnelementer i et demokrati. En fri, uavhengig presse er blant de viktigste institusjoner i demokratiske samfunn.

1.2. Pressen ivaretar viktige oppgaver som informasjon, debatt og samfunnskritikk. Pressen har et

spesielt ansvar for at ulike syn kommer til uttrykk.

1.3. Pressen skal verne om ytringsfriheten, trykkefriheten og offentlighetsprinsippet. Den kan ikke gi etter for press fra noen som vil hindre åpen debatt, fri informasjonsformidling og fri adgang til kildene. Avtaler om eksklusiv formidling av arrangementer skal ikke være til hinder for fri nyhetsformidling.

1.4. Det er pressens rett å informere om det som skjer i samfunnet og avdekke kritikkverdige forhold. Det er pressens plikt å sette et kritisk søkelys på hvordan mediene selv fyller sin samfunnsrolle.

1.5. Det er pressens oppgave å beskytte enkeltmennesker og grupper mot overgrep eller forsømmelser fra offentlige myndigheter og institusjoner, private foretak eller andre.

Undersøkinga vil sjølvasgt ikkje kunne gi svar som gjeld den norske pressa samla, men vil til dømes kunne seie noko om i kva grad kommentarane i undersøkinga er informative og legg til rette for debatt og samfunnskritikk (punkt 1.2) og driv sjølvkritikk (punkt 1.4). Sidan siste del av dette kapittelet har vore eit forsøk på å skissere vilkåra for ei politisk resonerande offentlegheit i Norge dei siste to – tre hundre åra, kan det nemnast at versjonen av «Vær varsom-plakaten» sitatet ovanfor er hente frå, er frå 2007, men at den første plakaten vart utforma allereie i 1936 (presse.no, URL 1). Den gong opna plakaten slik: «La det ikke kunne sies med sandhet at pressen setter folk unødige i gapestokken» (regjeringen.no, URL 1).

Kapittel 3: Tolkingsrammer og mediemakt

3.1 Hermeneutisk utgangspunkt

Tolkingsramme-omgrepet stammar frå psykologi og kognitiv teori, og vart i neste omgang henta til sosiologien av Erving Goffman (Allern 2001b:68). Mediesosiologen Gaye Tuchman skal – om eg forstår Sigurd Allern rett – ha æra for å ha nytta omgrepet i medievitenskapelig samanheng først. Omgrepet høyrer heime i den tolkande eller den hermeneutiske tradisjonen innanfor samfunnsforskninga; fokuset er på dialogen mellom teksten og lesaren, på korleis teksten får meining for lesaren (Gripsrud 1999:137). Eit av dei viktigaste omgrepa innanfor denne tradisjonen, er den hermeneutiske sirkelen: Ideen om at menneska forstår i ei stadig pendling mellom del og heilskap (ibid.:139). Kva som er del og heilskap kan variere: Ein del kan vere eit teikn i ein tekst eller heile teksten, og heilsakpen kan til dømes vere konteksten teksten står i eller heile «forståelseshorizonten» til lesaren (s. 136-140). «Forståelseshorizonten» er ei «hermeneutisk samlebetegnelse på alle de forutsetningene vi har når vi prøver å forstå en tekst» (s. 137). Til «forståelseshorizonten» høyrer med andre ord slikt som lesaren sine personlege erfaringar og haldningar, saman med kunnskap om blant anna sjanger.

Ei grunnleggande innsikt innanfor hermeneutikken, er at dette tolkingsarbeidet – vekslinga mellom del og heilskapen i eit forsøk på å forstå både delen og heilskapen – ikkje berre gjeld lesing av tekstar, men «forståelse overhodet» (s. 140). Det er også ei «sentral hermeneutisk innsikt at vi aldri *helt* kan fri oss fra våre historiske, kulturelle og sosiale forutsetninger når vi prøver å forstå meningen med et fenomen» (s. 141). Ein konsekvens av dette, er at heller ikkje forskinga fullstendig kan fri seg frå desse forutsetningane, noko som gjer at den hermeneutiske samfunnsforskninga står i opposisjon til ei meir naturvitskapeleg tilnærming som med kvantifiserbare data hevdar å kunne seie noko eksakt om eit fenomen.

3.2 Medierammer/tolkingsrammer

I teori om emnet og i presentasjonar av liknande undersøkingar som den eg har gjennomført, varierer dei norske teoretikarane og forskarane mellom å nytte omgrepa *tolkingsramme* og *medieramme*, medan engelskspråkleg litteratur nyttar *mediaframes* og skriv om *framing*, altså «innramming». Ser ein bort frå sitat frå andre tekstar, er det *tolkingsramme* som gjeld i

denne oppgåva, fordi eg meiner *tolking*- seier meir enn *medie*- om innhaldet i omgrepet. Det er avsendar og mottakar sine tolkingar omgrepet viser til; ramme-metaforen er ei irettesetting av ideen om at journalistikken speglar verda og at språket er eit vindauge ut mot røyndommen (jamfør avsnittet om hermeneutikk over). *Tolkingsramme* fortel at det rundt vindauget er ei ramme som set grenser for kva vi ser av det som er utanfor. Nemnde Tuchman minner i tillegg om «at vinduer både kan vende mot gata og bakgården, glasset kan være klart eller farget, rutene få eller mange» (i Allern 2001a:52). I ein journalistisk tekst vil tolkingsrammene blant anna «være med på å: 1) definere og avgrense problemet, 2) identifisere årsaken til problemet, 3) gi grunnlag for moralske vurderingar og 4) antyde løsnings- og tiltak» (Aalberg og Brekken i Jenssen og Aalberg 2007:179).

3.2.1 Tematiske og episodiske rammer

Både Tone Tuft Nedrestøl, Sigurd Allern og Torild Aalberg og Tove Brekken skil mellom *episodiske rammer* og *tematiske rammer*: «Mens de tematiske rammene vektlegger allmenne og abstrakte aspekter ved saken og gjerne inviterer til en generell og sammenhengende forståelse, vektlegger de episodiske rammene enkelthendelser og egenskaper knyttet til bestemte personer og spesifikke hendelser» skriv Aalberg og Brekken (i Jenssen og Aalberg 2007:179). Allern utdjuvar med utgangspunkt i teoretikaren Shanto Iyengar (2001a:54):

«Episodiske rammer» innebærer at offentlige spørsmål behandles og belyses gjennom helt konkrete og spesifikke begivenheter: en arbeidsløs eller hjemløs person, et mord, bombing av et fly og liknende. Dette er spesielt vanlig i fjernsynets nyhetssendinger, rett og slett fordi det gir 'gode bilder'. 'Tematiske rammer' setter de spørsmålene som tas opp, inn i en mer abstrakt eller allmenn kontekst, for eksempel ved å knytte nyhetssaken til reduksjoner i offentlige velferdstiltak, endringer i sysselsetningssituasjonen eller kriminalitetsutviklingen i samfunnet. Slike tolkningsrammer er mest typiske for sjangrer som bakgrunnsartikler, analyser, større nyhetsintervjuer og lignende.

Det er viktig å undersøke balansen mellom episodiske og tematiske rammer fordi omfattande bruk av episodiske rammer kan gi «inntrykk av at konkrete personer og hendelser, heller en offentlige myndigheter eller strukturelle forhold, er opphavet til og løsningen på bestemte problemer» (Aalberg og Brekken i Jenssen og Aalberg 2007:195). Eg har ikkje koda kommentarane i undersøkinga ut frå desse to kategoriane, men ser på dei same aspekta ved kommentarane i analysedelen av oppgåva (td. om kommentatoren – med Iyengar si formulering – evnar å sette «de spørsmålene som tas opp, inn i en mer abstrakt eller allmenn kontekst»).

3.3 Tolkingsmakt

Medierammene spiller i dag en viktig rolle i de fleste politiske prosesser, og mediernes fokusering påvirker hva vi diskuterer og hvilke valg vi opplever å ha. Desto viktigere er det da å erkjenne at også journalistikk er en form for politisk maktutøving. Den som i dag vil 'granske makta' må sette granskingen av *mediemakt* høyt på dagsorden.

Slik avsluttar Sigurd Allern *Flokkdyr på Løvebakken* (2001a:323). Publikum kan sjølv sagt vere kritiske til tekstane dei får servert, men «tolkningsrammene antas å legge viktige føringer for hvordan publikum tolker nyheten og dermed også hvordan velgerne forholder seg til politikken» (Aalberg og Brekken i Jenssen og Aalberg 2007:195). Det er ikkje mogleg å ha fokus på alt samstundes, og får politisk spel dominere, er faren stor for at sakene og dei politiske prosessane ikkje får merksemd (ibid.). For dei som meiner at pressa har eit opplysningsansvar er det dessutan eit spørsmål «om velgerne får den kunnskapen de trenger når kun en tredjedel av de prioriterte artiklene presenterer aktørenes standpunkt i de ulike sakene, men to tredjedeler gir oss kunnskap om meningsmålingenes vinnere og tapere, personstrid, strategi eller personlige forhold» (ibid.).

3.3.1 Nyheitsterskelen

Hovudfokuset i denne oppgåva er på korleis kommentatorane vinklar eller rammar inn innhaldet i tekstane sine, men før ei sak i det heile «blir ramma inn», skal saka anerkjennast som ei nyheit av redaksjonen. Saka må kome over *nyheitsterskelen* (Allern 2001b:55). Å vere i posisjon til å «sette» denne grensa er også eit døme på journalistmakt. Johan Galtung og Marie Holmboe Ruge som undersøkte norsk utanriksjournalistikk på midten av 1960-talet, fann 12 slike nyheitskriterier, nyheitsverdiar eller «nyhetsfaktorere» (her sitert frå Allern 2001b: 58). Åtte er konstante:

- 1) *Frekvens*; mediene vil legge mest vekt på hendelser som samsvarer med deres egen «nyhetsrytme» og prioriterer punkthendelser foran tendenser og prosesser.
- 2) *Terskel*; hendelsen må ha en bestemt «styrke» eller omfang. En flyulykke med 100 døde vekker selvsagt betydelig mer oppsikt enn en trafikkulykke uten personskader.
- 3) *Utvetydighet*; hendelsen må være entydig og derfor enkel å tolke.
- 4) *Meningsfullhet*; hendelsen må oppleves som relevant innenfor det kulturområdet mediet opererer i.
- 5) *Samsvar*; nyheter handler ofte om velkjente *typer* av hendelser.
- 6) *Overraskelse*; det er de «velkjente» hendelsene som samtidig kommer *uventet* som blir fanget opp av mediene.
- 7) *Kontinuitet*; har hendelsen blitt til en nyhetsbegivenhet, er sjansen større for at den vil fortsette

å prege overskriftene en stund.

8) *Komposisjon*; nyhetsredaksjonene vil ta hensyn til balansen i nyhetsendingene (for eksempel mellom innenriksnytt og utenriksnytt), dvs. at hva som kommer med avhenger av det samlede nyhetstilbudet.

Dei fire andre nyheitsverdiane varierer i følge Galtung og Ruge mellom kulturområda: «Nyhetene er gjerne knyttet til *elitenasjoner* (9) og *elitepersoner* (10), det henvises først og fremst til *personer* (11) og hendelser som oppleves som *negative* (12)» (ibid.).

Trass i at funna er eit resultat av ei undersøking av utanrikspolitikkk på 1960-talet, og at Galtung og Ruge gjennomførte ei omfattande kvantitativ undersøking med ei strukturalistisk tilnærming som skil seg frå dei i større grad kvalitative og hermeneutisk orienterte forskingsarbeida eg ellers støttar meg på i denne oppgåva, er kriteria nyttige å ha i bakhovudet i arbeidet med ei undersøking av kommentarjournalistikk i valkampen før kommune- og fylkestingvalet i 2011. Spørsmålet er kva som skal til for at ein politisk kommentator gir noko merksemd? Påstanden i punkt 1 har svært mykje til felles med den allereie nemnde påstanden om at episodisk fokus er vanlegare enn eit tematisk perspektiv. Punkt 3 – kravet om utvetydighet – har samanheng med talet på tolkingsrammer: Har tydelege konflikter lettare for å kome på trykk enn komplekse saker eller prosessar? I kva grad kommentatorane støttar seg på velkjende typar (punkt 5), er også ein del av undersøkinga mi.

Eit anna spørsmål er om kommentatorane har lettare for å repetere tolkingsrammer som allereie er nytta og kommentere saker og namn som allereie er nemnde? Både *utvetydighet* (punkt 3), *samsvar* (punkt 5) og *kontinuitet* (punkt 7) kan føre til einsretta bruk av tolkingsrammer. I *Skandalenes markeds plass – Politikk, moral og mediedrev* (2009) viser Sigurd Allern og Ester Pollack korleis nettopp ønske om kontinuitet kan vere motoren i ein typisk mediert skandale. Dei medierte skandalane føl tradisjonell forteljarstruktur, og som i klassisk dramaturgi må historia få konsekvensar for dei involverte for å *lukke* forteljinga: «I første akt blir det skapt en medieramme for historien, ofte knyttet til et kjent kulturelt narrativ – skurken mot helten, overgriperen mot offeret» (Allern og Pollack 2009:18).

I neste akt er det rom for svar, forsøk på dementier og motangrep, skjont fortellinger som passer inn i den dominerende tolkningsrammen, blir gjerne prioritert. Her kan dessuten mediene organisere opinionismålinger som forteller at medieoppslagene om skandalen har hatt sin virkning: Publikum tar avstand fra det som er avslørt, den som anklages, har fått mindre sympati, og mange mener vedkommende bør trekke seg fra sin posisjon eller stilling, noe som igjen blir til en nyhet som styrker hovedhistorien (s.18).

Den tredje og avsluttande akta skjer «vanligvis gjennom at den skandaliserte trekker seg eller får sparken. Eller alternativt, hvis utviklingen av skandalen overhodet gir rom for det, at den skandaliserte står fram som en angerfull synder og (gjennom mediene) ber både sine nærmeste, sin organisasjon og offentligheten om tilgivelse» (s. 19).

Alt dette – tolkingsrammer, nyheitsverdiar og mediedramaturgi – handlar sjølvsagt om mediene si rolle som kanal og arena for politikk, og som aktør og regissør, og spesielt skandaledramaturgien må kunne tolkast som eit symptom på ei mediert politisk offentlegheit som er skjematisk heller enn kritisk.

Kapittel 4: Om undersøkinga

4.1 Kommentaranane

4.1.1 Kommentarsjangeren

Før eg presenterer kommentaranane, avisene og tolkingsrammene kommentaranane er koda med, kjem ein kort presentasjon av kommentarsjangeren. Aller først ordet *sjanger*: «klasse, art, slags, stil, manér», eit «avgrenset område (av en kunstart)» i følge ordnett.no (URL 1). Thore Roksvold definerer omgrepet slik i *Avisssjangerer over tid* (1997:9): «Med sjanger forstår jeg en formidlingskode der bestemte valg av oppbygning, stil og fortellerteknikk er avstemt etter ulike typer innhold, arbeidsmetode og sosial kontekst. Valga følger bestemte mønstre, slik at resultatene har noen fellestrekk en kan kalle typiske.»

Fellestrekka mellom kommentaranane – det som gjer kvar enkelt kommentar til ein typisk representant for sjangeren – formulerer Yngve Hågvar slik: Ein kommentar er «en subjektiv analyse som er skrevet av en av journalistene i avisa. I motsetning til nyhetsartikkelen behøver ikke kommentaren å være balansert, og skribentens egen mening får komme fram» (2007:35). Redaksjonell manér gjer som oftast tekstane lette å finne: Kommentaranane er ofte plassert under eigne vignettar på faste stadar i avisa, og det er i dei fleste tilfella i undersøkinga nytta byline-bilete av kommentatoren, eit grep som understreker det uttalt subjektive ved sjangeren.

Stilen og forteljarteknikken som pregar kommentaranane, stammar frå essaystikken; ei oppfinning som i norskundervisninga i grunnskulen er kreditert Michel Eyquem de Montaigne (1533-1592), men som også Francis Bacon (1561-1626) skal ha ære for:

Vanligere har det vært å skille mellom det subjektive personlige og det objektivt saklige essayet, dvs. det informale og det formale essayet. Det informale essayet knyttes gjerne til Montaigne, det formale til Bacon. Det informale essayet er et personlig holdningsessay, står nær marginalia, notater, dagboksopptegnelser, bekjennelse og selvportrett. [...] I det formale essayet er emnet viktigere enn essayisten som person (Johannesen 1981 [2004]:35-36).

Sjølv om kommentatorane er uttalt subjektive, er dei sjeldan personlege. Politisk redaktør i Dagsavisen Arne Strand, nyttar til dømes sjeldan seg sjølv som døme i tekstane, noko Montaigne villig gjorde. I dette perspektivet er det difor kanskje like mykje Bacon sine tekstar norsk kommentarjournalistikk slektar på: Dei første essaya i dei første norske avisene

på 1700-talet var upersonlege og hadde «som formål å fjerne folks overtru og feiloppfatninger og stimulere til god smak og moralsk levemåte – alt i tråd med opplysningstidas program» (Roksvold 1997:16). Ut frå desse tekstane har det i følge Roksvold utvikla seg ei rad journalistiske undersjangrar: Kronikk, leiar, melding, inserat, kåseri, petit og altså kommentar (s. 15).

Det er ikkje vanskeleg å sjå at dette stemmer. Den politiske kommentatoren liknar essayisten:

Essayet bestemmes formelt ved at det skrives under den retoriske forutsetning at essayisten er situasjonen herre [...] dvs. en tverrfaglig ikke-spesialist med dommerens rett til å avgjøre eller i det minste overveie enhver viktig eller uviktig sak på en personlig måte. På engelsk har «essay» bl.a. etymologisk sammenheng med faguttrykket «to assay», dvs. å foreta en utprøving av lødighet i myntsorter, gehalt og renhetsgrad i legeringer av påstått edle metaller o.l (Johannesen 1981 [2004]: 34).

På eit viktig punkt er likevel essayisten og kommentatoren svært ulike: Medan essayisten tradisjonelt skriv for seg sjølv og tek for gitt at lesaren er på det same intellektuelle nivået som avsendaren, er dei politiske kommentatorane anno 2011 i ei heilt anna grad opptatt av å kommunisere. Kommentatorane formulerer til dømes ingressar meint til å invitere lesaren inn i teksten, medan Montaigne avslutta forordet i verdas frøste essaysamling med «far vel!» til mottakaren (Montaigne, norsk omsetjing 1996:30).

4.1.2 Kommentrarane i undersøkinga

Eg har berre undersøkt tradisjonelle kommentarar, tekstar som held seg trygt innanfor sjangeren Yngve Hågvar definerer over. Leiarartiklar er ikkje med i undersøkinga. Eit anna grensetilfelle som ikkje er med i den kvantitative undersøkinga, men som likvel krev å bli nemnd, er VG sine «terningkastkommentarar», presentert under vignetten «Politikerbørs»: Etter å ha vore med i TV 2 sitt program «Partilederutspørringen» kvelden før, kunne partileiarane dagen etter, 9.september, lese Hans Petter Sjøli og Elisabeth Skarsbø Moen sin dom av prestasjonen i VG (s. 17). Saman med terningkastet står ein kort tekst som legitimerer talet på auge på terningen. Erna Solberg fekk til dømes terningkast seks av Sjøli og Moen: «Frisk, opplagt og trygg på seg selv. Erna Solberg gir inntrykk av å være i sin aller beste politiske form og svarer myndig og presist på alle spørsmål.» Utan å avsløre konklusjonen på oppgåva allereie her, er det verd å merke seg at fokuset på personlegdom og

framstilling som pregar sitatet, også er eit kjenneteikn ved mange av dei tradisjonelle kommentarane i dei fire avisene.

4.1.3 Kommentrarar som ikkje er med i undersøkinga

Nokre av dei tradisjonelle kommentarane som ikkje er med i denne undersøkinga ville kunne vore med i andre, liknande prosjekt. Dét ville forandra resultatet. Eg skal difor gjere greie for kva som kjenneteiknar desse kommentarane og kvifor eg meiner dei ikkje passar inn gjennom å vise til eit døme frå Aftenposten:

Dag Kullerud sin kommentar «Sorgens mangfoldige rom» er ein tekst med ei tydeleg sak-ramme (Aftenposten 16.08.11, del 2, s. 3). I tillegg til å argumentere mot dei som harselerer med dialog-arbeid mellom ulike trusretningar, handlar teksten om statskyrkja si rolle etter 22.juli. Eit hovudpoeng er at kyrkjeromma også har vore viktig for ikkje-kristne etter terrorangrepa. Dette er med andre ord ikkje ein kommentar om stortingsarbeid, partipolitikk eller ei sak relevant i valkampen, men er retta mot «det sosiale» som Habermas kallar den nye sfæra overlappande med og mellom dei offentlege myndigheitene og privatsfæra. Teksten skil seg difor frå til dømes «Det enkle og det komplekse» som også handlar om statskyrkja og er skriva av Dag Kullerud, men som eksplisitt diskuterer ei ny kyrkjeordning (Aftenposten, 01.09.11, del 2, s. 2).

4.1.4 Karikaturar

Mange av kommentarane som er med i undersøkinga er illustrerte med ein karikatur eller eit bilete som samarbeider med teksten. I ei ideell verd ville det visuelle inntrykket av sidene vore med i undersøkinga, men rammene for oppgåva – sidetal og tid til rådighet – gjorde det vanskeleg.

4.2 Avisene i undersøkinga

Under presenterer eg avisene i undersøkinga med vekt på korleis redaksjonane presenterer kommentarstoffet sitt. Eg har som nemnd lese og kategorisert politiske kommentarar frå VG, Aftenposten, Dagsavisen og Klassekampen fordi dei er riksaviser som kjem ut dagleg (Dagsavisen og Klassekampen har ikkje søndagsutgåve), og for å få eit best mogleg samanlikningsgrunnlag: Det er desse avisene – pluss i nokre tilfelle Dagbladet og Bergens

Tidende – liknande undersøkingar nyttar. Samanlikningsgrunnlaget er også årsaka til at eg les kommentarar frå ein valkamp: Det er valkampar som er forska på i dei fleste undersøkingar av kommentarjournalistikk.

Som skrive innleiingsvis i oppgåva er VG med som eit døme på ei tabloid laussalsavis, dei tre andre avisene fordi dei tradisjonelt har stått for ulike politiske grunnsyn.

4.2.1 VG

Verdens Gang stifta i 1945, er ei laussalsavis; inntektene er annonse- og laussalsintekter. I 2010 trykte VG i gjennomsnitt 233295 aviser kvar dag, noko som gjorde VG til landet si nest største avis bak Aftenposten si morgonutgåve med eit opplag på 239831 aviser (medienorge.uib.no, URL 1). Årsstatistikk for 2011 er førebels ikkje publisert.

På nettsidene sine skriv VG at dei skal vere ei «partipolitisk og økonomisk uavhengig dagsavis for hele landet» (vginfo.vg.no): «VG skal oppleves som Norges fremste leverandør av nyheter, underholdning og nyttestoff hele døgnet.» Avisa skal i følge same nettside «fremstå som modig, folkelig og åpen.»

I VG er dei fleste kommentarane plassert på side to og tre, mellom leiaren «VG mener» og dei kåsri- eller petit-aktige tekstane «På den 3.side», men i nokre tilfelle er også kommentarane i VG plassert ein annan stad i avisa saman med ein journalistisk tekst som handlar om same hending eller tema. Samtlege av avisa sine kommentarar har store bylinebilete. På kvardagar er kommentarane presentert under vignetten «Akkurat Nå», men eg har også tatt med dei faste spaltene «Moen på en lørdag» og «Skartveit på en lørdag» der kommentator Elisabeth Skarsbø Moen og politisk redaktør Hanne Skartveit analyserer norsk politikk.

I følge undersøkinga i *Nyhetsverdier*, var åtte prosent av det redaksjonelle innhaldet i VG kommentar- og debattstoff rundt årsskifte i 1998-1999 (Allern 2001b:105).

4.2.2 Aftenposten

Det er kommentarane om norsk politikk frå Aftenposten si morgonutgåve eg har undersøkt. Denne utgåva var som nemnd over, den største avisa i landet målt i opplag i 2010 (medienorge.uib.no, URL 1). Aftenposten Aften som ikkje er med i undersøkinga, var i seg sjølv avisa med det tredje største opplaget i landet. Både Aftenposten si morgonutgåve og

aftenutgåva er først og fremst abonnementsaviser; inntektene kjem frå anonnisar og abonnentar.

Morgonutgåva er mandag til lørdag delt i tre hovuddelar: «Aftenposten», «Kultur og meninger» og «Økonomi». Søndagsutgåva er prenta som ei samanhengande avis. Kommentarjournalistikk er i dei fleste tilfella presentert på side to i del to «Kultur og meninger», men som i VG hender det at redaksjonen prentar kommentarane andre stadar i avisa i tilfelle der kommentaren i stor grad kommenterer innhaldet der.

Aftenposten vart stifta i 1860, har tidlegare vore knytt til partiet Høgre, og er rekna for å vere ei konservativ avis. I framstillinga av seg sjølv framstår dei derimot som nøytrale observatørar:

Morgenutgaven fokuserer på de viktigste nyhetene og fremstår som landets ledende avis innenfor områdene analyse, bakgrunn, kommentar og debatt. Samtidig representerer den en stor og viktig markeds plass både for bedrifter og private (aftenposten.no, URL 1).

4.2.3 Klassekampen

Klassekampen – stifta i 1969 – vart i 2010 dagleg trykt i eit opplag på 14 390 eksemplar (medienorge.uib.no, URL 1). Avisa nyttar to vignettar for sine kommentarar: «Fokus» som alltid er ein tekst på side 2 og «Dagboka» plassert i seksjonen «Politikk». «Dagboka»-tekstane grensar nokre gonger til kåseri- og petit-sjangeren, nokre gonger over: «Dagboka» 15.09.2011 er til dømes ei oppsummering av humøret på valvakene til partia Raudt og SV. Denne teksten er difor ikkje med i undersøkinga. «Dagboka»-kommentarane har ikkje bylinebilete, men eigen vignett.

Klassekampen var partiavisa til AKP fram til 1991. I dag er avisa eigd av «Fagforbundet, Industri Energi, forlagene Pax og Oktober, samt støtteforeningen Klassekampens Venner og partiet Rødt» og kallar seg «en riksdekkende, radikal dagsavis med hovedvekt på stoffområdene politikk, økonomi, utenriks og kultur» (klassekampen.no/om_oss). Slagordet deira er som nemnd «Venstresidas dagsavis» (URL 1).

4.2.4 Dagsavisen

Dagsavisen som tidlegare har vore døpt både «Vort Arbeide» og «Arbeiderbladet» kom første gong ut i 1884. I følge 2010-statistikken vart avisa trykt i eit opplag på 26019 eksemplar (medienorge.uib.no, URL 1). Avisa er ei riksdekkande abonnementsavis.

Dagsavisen er den avisa i undesrøkinga som sprer kommentarane sine mest omkring i avisa, men i dei fleste tilfella er større kommentarar plassert på side 2 og 3 som i dei andre avisene. Desse er også ofte illustrert med ein karikatur. Inne i avisa er kommentarane sjeldan meir enn ei spalte brei. Alle kommentarane i avisa har bylinebilete.

Som «Arbeiderbladet» var Dagsavisen knytta til Ap. 17.januar 2012 var det ikkje mogleg å finne noko om avisa sitt verdigrunnlag på nettsidene deira, men i følge ikkje alltid like sannferdige wikipedia.no kallar avisa seg ei «moderne, uavhengig og samfunnskritisk kvalitetsavis».

4.3 Tolkingsrammene i undersøkinga

Arbeidet med sjølve undersøkinga har vore todelt: Gjennom ei kvalitativ lesing av dei aktuelle tekstane kom eg fram til tolkingsrammene nytta som kategoriar i den kvantitative undersøkinga. Denne strategien skil oppgåva mi frå liknande undersøkingar: Tone Tufte Nedrestøl definerte til dømes i si mastergradoppgåve rammene på førehand ved å kode kommentarane med enten ei sak- eller ei spel-ramme. Problemet med ein slik metode, er at ein kan kome til å presse tekstane inn i allereie definerte kategoriar dei ikkje nødvendigvis høyrer heime i. Ved å hente kategoriane nytta i *den kvantitative* lesinga frå *den kvalitative* lesinga, unngår eg langt på veg problema Tufte Nedrestøl her peikar på (2010:96-97):

En annen ting det er verdt å merke seg er at heller ikke alle kommentarene som har blitt kategorisert som saksrammer handler om den praktiske politikken, årsaker, behov og konsekvenser. Et eksempel på dette kan være hvordan kommentarer som tar for seg Bjarne Håkon Hanssens avgang uten å fokusere på at han løy eller at det var et bevisst spill fra Arbeiderpartiets side at han ikke ga beskjed før valget, havner også i saksrammen. Disse kommentarene er formet som en slags minnetale for Hanssen, og gir ingen informasjon eller oppdatering på den nåværende politiske situasjonen, eller bakgrunn slik at man kan skjønne de politiske konsekvensene ved Hanssens avgang. Antallet kommentarer som fokuserer på den faktiske politikken er altså enda lavere enn tallet på kommentarer med saksramme.

Torild Aalberg og Tove Brekken nyttar i undersøkinga av dekninga før stortingsvala i 2001 og 2005 dei same rammene som Nedrestøl, før dei nyanserer med å trekke inn fleire rammer som til dømes «horserace» og «strategi» (i Jenssen og Aalberg 2007:177-196). Medan Aalberg og Brekken rekner desse for å vere under-rammer av «spel» og «sak», reknar eg dei fem tolkingsrammene i undersøkinga mi for jamnbyrdige hovudkategoriar.

Dei fem hovudkategoriane i den kvantitative undersøkinga er: «Spel», «identitet og image», «ideologisk posisjonering», «marknadsramme» og «sak». Eg har i tillegg koda ein

av kommentarane med tolkingsramma «kjønn» som eigentleg er ein underkategori av «identitet og image».

Fem kategoriar kan gjere det vanskelegare å slutte tydelege konklusjonar frå statistikken enn det ville vore med to (spel vs. sak), men det er samstundes ein metode som gjer funna meir nyanserte. Skilje mellom tekstar med ei spel-ramme og tekstar som er opptatt av «identitet og image», er ein slik viktig forskjell: Dei fleste tekstane i den sist nemnde kategorien, ville truleg bli merka som kommentarar med ei spel-ramme i mange undersøkingar, medan eg ved å kategorisere nokre av tekstane som image-fokuserte, får fram kva det er ved det politiske spelet kommentatorane fokuserer på.

4.3.1 «Spel»

Når ein kommentar har ei tydeleg spel-ramme, framstår politikk som taktikk. Stemmene til veljarane er i desse tekstane poeng i ein konkurranse. Maktkampar dreier seg ikkje om å få gjennomslag for sakene politikaren meiner er viktige, men skaffe seg posisjonar. Når Lars Unar Størdal Vegstein skriv om Stoltenberg-regjeringa si Vestlandspakke, er motivet for å ruste opp vegar og skape nye arbeidsplassar på Vestlandet, utelukkande å få vestlendingane til å stemme Arbeidarpartiet («Å våkne i Bergen», Klassekampen 01.09.11, s. 4). Kommentatoren opnar ikkje for at regjeringa faktisk meiner at vegane på Vestlandet må rustast opp, og han diskuterer ikkje i kva grad Vestlandspakka er god samferdselspolitikk.

Ein annan kommentar prega av dei same typane forklaringsmodellar, er «Skadelidende møter syndebukk» av Åshild Mathisen (VG 17.08.11, s. 3). Mathisen analyserer forholdet mellom Frp og Ap i lys av 22.juli med språkelege vendingar som «å forvalte en sympatibølge» og «desperat taktisk handling»:

Det er ikke fullt to uker siden Siv Jensen ba om trampeklapp for Stoltenberg på FpUs sommerleir. Dette forsøket fra Frp-lederen på å opptre uselvisk og verdig i en krevende situasjon, ble aldri troverdig. [...] Det fremsto derfor som en litt desperat taktisk handling da Siv Jensen i tiden etter terroren klistret seg til Ap og statsministeren.

Kampen om offerrolla er eit hovudpoeng i kommentaren. Mathisen viser til at Frp gjer det best på meiningsmålingane i periodar med hard kritikk utanfrå. Ho konkluderer difor med at Jens Stoltenberg og Ap gjorde lurt i å ikkje spele på likskapar mellom verdigrunnlaget til Frp og terroristen. Mathisen tar altså for gitt at Jens Stoltenberg og Siv Jensen tenkte taktikk også i vekene etter 22.juli. Dette gjer kommentaren hennar til eit døme på ein tekst med ei

tydeleg spel-ramme.

Til slutt må alle sport- og spel-metaforane nemnast. I kommentarane i denne kategorien er uttrykk som «siste stikk», «sin beste form» (Dagsavisen 24.08.11, s. 8-9), «bare plass til én på toppen av pallen» (Dagsavisen 15.09.11, s. 4) og «comeback» (Klassekampen 10.09.11, s. 6) mykje brukt.

4.3.2 «Identitet og image»

Når ein kommentar er koda i kategorien «identitet og image» er det fordi den politiske kommentatoren først og fremst har skrive om kva som kjennteiknar noko eller nokon; i dei fleste tilfella eit parti eller ein politiskar, men veljargrupper vert også karakterisert. Tre spørsmål om identitet er hyppig brukte utgangspunkt i kommentarane i undersøkinga: 1) Kva kjenneteiknar Norge, norsk politikk og norske politiskarar etter terrorangrepa 22. juli? 2) Er den typiske SV-aren opprørar av natur og difor uskikka til å vere i posisjon? 3) Kven er Ola Borten Moe?

I kommentaren «Jens før og etter» oppsummerer Elisabeth Skarsbø Moen korleis imaget til Jens Stoltenberg har forandra seg etter 22. juli (VG 24.08.11, s. 2-3): «Kvelden 22. juli gikk Jens Stoltenberg fra å være en flink, men litt kjedelig statsminister – til å bli en folketaler.» Teksten oppsummerer korleis statsministeren nytta dei ulike talane sine til «å få landet gjennom tiden etter terrorhandlingene» (s. 3), og Skarsbø Moen meiner imaget til statsministeren liknar den norske identiteten:

Jens Stoltenberg er forandret, men han er også den samme. De neste ukene blir han trolig gradvis ivrigere også i debattene. Når valget er over vil han igjen fremstå som litt grå og kjedelig. Det er slik vi nordmenn er. Men vi vet det nå: At vi har det som skal til når det virkelig gjelder (s. 3).

I tillegg til å vere grå og kjedelige, er «vi nordmen» også «et folk av enkle ord, med lite fjas og jåleri»: «Vi viser hverandre lavmælt omsorg. Vi baker gjerne en kake og passer på hverandres barn, men vi kysser ikke så mye på kinnene» (s. 3). Kommentaren til Moen analyserer altså ikkje Jens Stoltenberg sine taktiske disposisjonar – teksten har difor ikkje ei spel-ramme – men det er heller ikkje ein kommentar som fokuserer på ideologi eller konkrete meiningar. Det er identitet, personlegdom og image som er innfalsvinkelen både i analysa av den norske folkesjela og statsminister Jens Stoltenberg.

Kommentaren til Skarsbø Moen er eit døme på at kommentarane med ei image-ramme

ofte er *tilsynelatande* deskriptive og allvitande. Dei oppsummerer kva som kjennteiknar ein politikar eller eit politisk parti som om det var snakk om objektive sanningar, medan verdisetten til kommentatoren tyt ut «mellom linjene».

4.3.3 «Ideologisk posisjonering»

Når ein politisk kommentator ser politikken gjennom tolkingsramma «ideologisk posisjonering» er han eller ho opptatt av politikaren, partiet eller veljarane sine «system av forestillinger, oppfatningar og vurderingsmåter» som er ordnet sin definisjon av *ideologi* (URL 2). Skiftar ein politikar, eit parti eller veljarane meining, forklarar kommentatoren det med at dei faktisk har skifta meining eller ideologisk utgangspunkt, ikkje som eit ledd i eit politisk spel.

Kommentarane i denne kategorien diskuterer også kva kommentatoren trur veljarane kjem til å legge vekt på når dei skal stemme. Arne Strand i Dagsavisen forklarar til dømes i eit par kommentarar korleis han trur finanskrisa redda den raudgrøne regjeringa i 2009-valet fordi veljarane i utrygge situasjonar støttar posisjonen (Dagsavisen 18.08.11, s. 3 og 19.08.11, s. 2-3).

Sett gjennom ramma «ideologisk posisjonering» kan politikk for så vidt vere taktikk slik det er i ein kommentar med ei tydeleg spel-ramme, men dei taktiske vala framstår som funderte i eit ønske om å få gjennomslag for politikaren, partiet eller veljaren sine ekte meinte standpunkt. Eit døme er Bjørgulv Braanen sin kommentar om SV i Klassekampen 23. august (s. 2). Braanen viser til valforskar Bernt Aardal si på dette tidspunktet ferske bok *Det politiske landskap* der det kjem fram at potensielle SV-veljarar ser partiet som det einaste truverdige miljøpartiet, medan dei same veljarane først og fremst er einige med Ap og Sp i dei fleste andre sakene. Braanen sin konklusjon er difor at SV må skaffe seg eigarskap til fleire saker. Kommentaren er opptatt av taktikk, men berre som ein måte å få gjennomslag for partiet sitt ideologisk funderte standpunkt. Samstundes har ikkje kommentaren ei sak-ramme, er ikkje ein analyse av SV sin miljøpolitikk.

4.3.4 «Sak»

Kommentarar som drøftar konkrete saker, enten ved å legge fram argument for og imot, eller presentere eit eller fleire parti sin konkrete politikk, er koda med tolkingsramma «sak».

«Røtter og vanskjøtsel» av Lotte Sandberg handlar til dømes om kulturminnevern (Aftenposten 28.08.11, del 2, s. 8). «Kulturminnevernet vil ha mer penger. Men er det skikket til å ta imot?» spør Sandberg innleiingsvis og føl opp med konkrete døme på vanskjøtsel på feltet: «Faktisk kan 2020-målene nås bare dersom man setter i stand elleve bygninger i uken, og setter i gang umiddelbart.»

Eit anna døme på ein saksfokusert tekst, er «Overbod» av Johan Brox (Klassekampen 20.08.11, s. 6). Kommentaren argumenterer for å bruke oljepengar: «Det må jo vere betre at pengane går til å berge jobb og familiehygga enn stå fast i finansmarknader som raskt gjekk til helvete.» Argumentet er sakleg, men enkelt, slik analysa vidare er skisseaktig: «Med den enorme oljeformuen stod heller aldri den norske staten i fare for å sløse seg til fant. Renta og konkurransekrafta er heller ikkje noko problem når folk står i fare for miste jobben – hausten 2008 var ikkje akkurat økonomien ‘overoppeita’.» Eit av premissa for undersøkingar som denne, er at ein ved å lokalisere tolkingsrammene i ein tekst kan seie noko om kva bilete av politikken som er artikulert i teksten, men døme «Overbod», og for så vidt også «Røtter og vanskjøtsel», viser at sjølv om ein kommentator legg fram argument for og imot ei sak, eller som Brox skildrar økonomiske konjunkturar, er det sjeldan mykje informasjon i ein så kort tekst. Ein høg andel saksfokuserte kommentarar, er ikkje nødvendigvis eit bidrag til ei opplyst politisk offentlegheit.

4.3.5 Marknads-ramme

Når ein kommentator ser politikken gjennom det eg har kalla ei «marknads-ramme» framstår politikarane som marknadsførarar som prøver å selje seg sjølv, partiet eller budskapet på den politiske marknaden. «Slik har de to fra hver sin politiske fløy solgt seg inn som friere og mer uredde enn sine mer ansvarlige politiske konkurrenter,» skriv til dømes Harald Stanghelle om Kristin Halvorsen og Siv Jensen i «Fløyenes oppgjør» (Aftenposten, 08.09.11, del 2, s. 3).

I undersøkinga er det berre tre døme på slike tekstar: Den nemnde kommentaren til Stanghelle og to tekstar i Dagsavisen («Alles øyne på Jens», 23.08.11, s. 8 og «Et konkurranseutsatt parti», 24.08.11, s. 3).

4.3.6 «Kjønn»

Ein kommentar i undersøkinga fokuserer på kjønn: «Mannsutvalget» av Hege Ullstein (Dagsavisen 10.09.11, s. 10). Ved sidan av å oppsummere tendensar i valkampen, set Ullstein fokus på overrepresentasjonen av mannlege innleiarar på eit seminar om nettopp tendensar i valkampen 2011. «Kjønn» er saman med «marknad» kategorien i undersøkinga som er mest interessant som fråvær: Slik dei politiske kommentatorane sjeldan omtalar politikken som ein marknad, er kjønnspektivet nesten ikkje-eksisterande både som tema og tolkingsramme i materialet.

4.3.7 Distinksjonar

I nokre tilfelle er det på sin plass med ei presisering av grensene mellom kategoriane i undersøkinga: Ein kommentator kan nytte spelmetaforar utan å skrive ein tekst med ei spelramme. Eit døme er Irene Halvorsen sin kommentar «Blå byer» som i hovudsak er ein tekst om ideologisk posisjonering, men med ein konklusjon dominert av eit språkleg bilete som framstiller politikarane som idrettsutøvarar: «selv om Arbeiderpartiet har gjort et godt kommune- og fylkestingsvalg, er det vanskelig kalle partiet valgvinner. Det var bare plass til én på toppen av pallen, og det var Erna» (Dagsavisen 15.09.11, s. 4). Som heilskap fortel likevel teksten til Halvorsen at politikarane sine meiningar er ideologisk funderte standpunkt, og det ville difor vere upresist å hevde at teksten har ei spelramme.

I nokre tilfelle er same tekst prega av fleire tolkingsrammer. Til saman fann eg 29 kommentarar prega av to eller fleire tolkingsrammer i undersøkinga: Tre i VG, tre i Klassekampen, sju i Aftenposten og femten i Dagsavisen.

4.4 Metodeblanding og reliabilitet

Den kvantitative delen av undersøkinga – kommentarane koda med ulike tolkingsrammer – er sjølvstøtt også eit resultat av tolking, og difor ikkje kvantitativ i strengaste forstand: «Kvantitative data er tilrettelagt slik at kjennetegn ved et fenomen kan telles opp. [...] Kvantitativ analyse består av *opptelling* ved hjelp av *statistiske teknikker*» (Johannesen, Tuft og Christoffersen 2010: 363-364). Eit døme på ei rein kvantitativ undersøking, kunne vere å telje kor mange gonger enkelte ord – til dømes «22. juli» – dukkar opp i dei aktuelle kommentarane.

Med utgangspunkt i denne innsikta, er det nok mest presist å kalle tala i tabellane på dei neste sidene *kvalitative observasjonar* gjort om til *kvantitative data*, slik Sigurd Allern gjer med sine funn i *Nyhetsverdier* (2001b:77). Namna eg har gitt tolkingsrammene – det gjeld nok spesielt «identitet og image» og «ideologisk posisjonering» – ville til dømes neppe vore heilt dei same om ein annan student hadde gjort same kvalitative lesing som meg, og kriteria for kodinga ville truleg likna, men ikkje vore identiske med mine. Eg meiner likevel resultatata skal vere reproduserbare: Med utgangspunkt i kriteria for kvar av tolkingsrammene presentert over, skal det vere mogleg for andre å kome fram til det same resultatet når det gjeld kva tolkingsramme(r) kommentarane er prega av. Eg har ikkje fått i stand ein tradisjonell reliabilitetssjekk ved å la andre kode tekstane i materialet for å samanlikne med mine resultat, men eg har diskutert kriteria og kategoriane med medstudentar, og prøvd å tydeleggjere kriteria for tolkingsrammene i tilfelle der eg har fått tilbakemelding om at dei har vore uklare.

Kapittel 5: Analyse – den kvantitative undersøkinga

Dette kapittelet er via tala som kom ut av den kvantitative undersøkinga (dei kvalitative observasjonane gjort om til kvantitative data) og svarar på første del av problemstillinga: *Kva tolkingsrammer pregar dei politiske kommentarane om valkampen 2011 i norske dagsaviser?*

Eg presenterer først nokre funn som gjeld avisene samla, før eg tek for meg kvar avis for seg. I perioden frå 15. august til 18. september 2011 fann eg 107 relevante kommentarar i dei fire avisene:

Avisene	Kommentarar
Dagsavisen	35
Aftenposten	27
VG	22
Klassekampen	23
Totalt:	107

Tabell 5.1 Talet på kommentarar i kvar av dei fire avisene.

Dagsavisen prenta flest kommentarar om norsk politikk skrive av avisa sine eigne journalistar i perioden undersøkinga tar for seg. Aftenposten var ein god nummer to. I tillegg til kommentarane som er med i undersøkinga, prenta redaksjonen nesten dagleg utanrikskommentarar. Desse er ikkje relevante for denne undersøkinga, men det kan vere greitt å nemne at den totale kommentarmengda i Aftenposten er over dobbelt så stor som det som kjem fram i tabellen.

Ein annan viktig merknad til tabellen og undersøkinga mi generelt, er at Klassekampen ofte lét samfunnsforskarar og politikarar kommenterer valkampen på kommentar plass. Desse tekstane er utanfor definisjonen av den politiske kommentaren slik eg snevert formulerte sjangeren innleiingsvis i oppgåva. Ei undersøking av den totale stoffmengda til «Venstresidas dagsavis» ville vist at redaksjonen nyttar kommentarjournalistikk til å dekke valet i større grad enn det som kjem fram i tabellen over.

5.1 Tolkingsrammene

Som eg gjorde greie for i føre kapittel, er dei 107 kommentarane koda ut frå kva tolkingsramme(r) som pregar tekstane, medan definisjonane og merkelappane på dei seks kategoriane var noko eg kom fram til gjennom ei kvalitativ lesing av materialet. Denne tabellen viser resultatet for avisene samla:

Tolkingsramme	Kommentarar
«Spel»	27
«Identitet og image»	38
«Sak»	27
«Ideologisk posisjonering»	42
«Marknad»	3
«Kjønn»	1
Totalt:	138

Tabell 5.2 Fordelinga av tolkingsrammer for avisene samla. 29 av tekstane er koda med fleire tolkingsrammer (sjå avsnitt 5.1.2).

Som eg allereie har konkludert, ser få tekstar politikken som ein marknad der meiningar er varer politikarane sel til veljarane, og berre ein av dei 107 kommentarane fokuserer på kjønn. Tolkingsrammene som oftast er nytta som kategoriar i undersøkingar av politisk journalistikk – «sak» og «spel» – pregar like mange kommentarar: 27 av 107 tekstar er tydeleg spelfokuserte, og 27 drøftar konkrete saker.

Kommentarane det er flest av i materialet, er dei som er opptatt av kor partia, politikarane og veljarane posisjonerer seg ideologisk. Vanlege utgangspunkt for desse tekstane er spørsmåla *Skal SV vere eit posisjonsparti eller opposisjonsparti i framtida? Er ikkje Ola Borten Moe for miljøfiendtleg for Senterpartiet?* og *Er norsk politikk i ferd med å ende opp som eit toblokkssystem?* I materialet er det med andre ord flest tekstar som prøver å skildre «det politiske landskapet»; korleis det ser ut, korleis det har blitt slik det er no, og ikkje minst: korleis det vil endre seg i framtida.

Den nest største kategorien er «identitet og image»; 38 kommentarar er prega av ei slik tolkingsramme. «Identitet og image» har mykje til felles med «ideologisk posisjonering», men i identitet og image-tekstane er dei ideologiske spørsmåla vridde til å handle om eigenskapar: Det handlar om SV-arane sin opprørske natur som kanskje gjer dei uskikka til å

vere regjeringsparti, personlegdommen til Ola Borten Moe og leiareigenskapane til Erna Solberg og Jens Stoltenberg.

5.1.1 Ulik liknande undersøkingar

Som forventa fann eg færre spelfokuserte tekstar i materialet enn liknande undersøkingar. Forventa fordi til dømes Torild Aalberg og Tove Brekken truleg ville kategorisert også tekstane som fokuserer på identitet og image som prega av ei spel-ramme. Slått saman tel dei to kategoriane – «spel» og «identitet og image» 65 kommentarar: Litt over 60 prosent av kommentarane er koda med ei av dei to tolkingsramme, mot 69 prosent spelfokuserte tekstar i undersøkinga til Aalberg og Brekken. Eg kjem tilbake til dette perspektivet i neste kapittel der eg diskuterer om det er rett å seie at nokre av tolkingsrammene i større grad enn andre rammer bidreg til ei politisk resonerande offentlegheit.

5.1.2 Kommentrarar med fleire tolkingsrammer

Når talet på tolkingsrammer i tabell 5.2 er høgare enn talet på kommentarar i undersøkinga, er det fordi enkelte av tekstane er prega av fleire rammer. Som tabellen under viser, gjeld dette i 29 av 107 tilfelle:

Avisene	To tolkingsrammer	Tre tolkingsrammer	Totalt	Tot. %
Dagsavisen	13	2	15 av 35	43
Aftenposten	6	1	7 av 27	26
VG	2	1	3 av 22	14
Klassekampen	3	0	3 av 23	13
Totalt:	26	3	29 av 107	24

Tabell 5.3 Talet på kommentarar koda med med fleire tolkingsrammer. Prosentverdiane er runda av til nærmaste heile tal.

Tala i tabellen passar bra med kor komplekse eg opplever at kommentarane i dei ulike avisene er: Dagsavisen framstår som avisa med flest innfallsvinklar i same tekst og er avisa som i gjennomsnitt har overlegent flest tolkingsrammer pr. kommentar, medan VG og Klassekampen er avisene med flest eintydige og einsidige, eller – for å bruke eit i redaksjonell samanheng positivt ladd omgrep – «spissa» tekstar i materialet.

5.1.3 Flest kommentarar i veka før valet

I tabellen under er tidsspennet for undersøkinga delt inn i fem ulike periodar: 15.08 til 21.08 som er veka før valkampen starta, 22.08 til 28.08 som er første veka i den vesle valkampen, 29.08 til 04.09 og 05.09 til 11.09 som er dei to siste vekene før valet, og til slutt 12.09 til 18.09 som er veka etter valdagen. Med 28 relevante tekstar på sju dagar, er siste veka før valet perioden med flest kommentarar:

Periode	Dagsavisen	Aftenposten	VG	Klassekampen	Totalt
15.08 – 21.08	7	5	1	2	15
22.08 – 28.08	7	4	3	5	19
29.08 – 04.09	5	5	5	7	22
05.09 – 11.09	10	9	3	6	28
12.09 – 18.09	6	4	10	3	23
Totalt:	35	27	22	23	107

Tabell 5.4 Viser talet på kommentarar pr. veke i den aktuelle perioden for kvar av dei fire avisene.

Talet på kommentarar aukar altså fram mot valdagen, og Dagsavisen – men også til ei viss grad Aftenposten – skil seg ut med relativt mange kommentarar pr. veke. Det er også verd å merke seg at VG i veka før valet berre prenta tre kommentarar om norsk politikk, medan dei i stor grad nytta kommentarjournalistikk til å oppsummere valresultatet i veka etter valet. I dei andre avisene er tendensen motsett.

5.1.4 Ulike tolkingsrammer, til ulike tider

Periode	Spel	ID	Sak	Pos.	Marknad	Kjønn	Totalt
15.08 – 21.08	5	4	5	4	0	0	18
22.08 – 28.08	3	9	5	8	2	0	27
29.08 – 04.09	4	5	8	7	0	0	24
05.09 – 11.09	8	9	6	16	1	1	41
12.09 – 18.09	7	11	3	7	0	0	28
Totalt:	27	38	27	42	3	1	138

Tabell 5.5 Viser kor mange kommentarar som er prega av kvar tolkingsramme pr. veke frå 15. august til 18. september. ID = «Identitet og image». Pos. = «Ideologisk posisjonering».

Alle dei fire store kategoriane er størst i minst ein av periodane: I veka før valkampen kom i

gang fann eg flest kommentarar prega av tolkingsrammene «sak» og «spel», medan fokuset på «identitet og image» var størst den første veka i valkampen og i veka etter valet. Tolkingsramma eg har kalla «ideologisk posisjonering» – og som også er størst i undersøkinga samla sett – pregar flest kommentarar i veka før valet. Hovudårsaka er stort fokus på meiningsmålingar i Dagsavisen og Aftenposten denne veka, noko eg kjem tilbake til i ein ekskurs til veka før og veka etter valet i neste kapittel.

Kommentarane som fokuserer på konkrete saker, er det flest av midt i den korte valkampen, i perioden 29.08 – 04.09. Temaene i dei åtte tekstane er varierte: Dei handlar om skulepolitikk, politisk ansvar etter 22.juli, eldrebølga, statskyrkja og fylkestinga som demokratisk problem.

5.1.5 Mest spelfokus i valkampstarten og i veka etter valdagen

Som nemnd i avsnittet om liknande undersøkingar, fann Torild Aalberg og Tove Brekken at talet på episodiske og spelorienterte tekstar auka fram mot valdagen. Tabellen over (5.5) viser at ei slik stigning i talet på spelfokuserte kommentarar også er tilstades i materialet for denne undersøkinga, men ser ein avisene kvar for seg, er det klart at konklusjonen er fundert på eit noko vagt grunnlag: Avisene har maksimum tre spelfokuserte kommentarar i veka, og verken Dagsavisen eller VG følgjer mønsteret.

Periode	Dagsavisen	Aftenposten	VG	Klassekampen	Totalt
15.08 – 21.08	2	2	1	0	5
22.08 – 28.08	3	0	0	0	3
29.08 – 04.09	0	1	1	2	4
05.09 – 11.09	2	2	1	3	8
12.09 – 18.09	1	2	3	1	7
Totalt:	8	7	6	6	27

Tabell 5.6 Viser talet på kommentarar prega av tolkingsramma «spel» pr. veke i kvar av dei fire avisene.

Ein viktig merknad her, er at talet på kommentarar aukar i vekene før valet (sjå tabell 5.4). Det kan difor vere greitt å ha tala i prosent. Ein slik tabell viser likt med tabellane over, ei tydeleg stigning i talet på spelfokuserte tekstar, men omrekninga avslører også at det er i veka *før* valkampen eigentleg starta og i veka *etter* valet at spelfokuset prosentvis er størst:

Periode	«Spel»	Kommentarar i perioden	%
15.08 – 21.08	5	15	33,33
22.08 – 28.08	3	19	15,78
29.08 – 04.09	4	22	18,18
05.09 – 11.09	8	28	28,57
12.09 – 18.09	7	23	30,43
Totalt:	27	107	25,23

Tabell 5.7 Viser i prosent kor mange kommentarar som er prega av tolkingsramma «spel» pr. veke for avisene samla.

Undersøkinga sett under eitt, er altså ein fjerdedel av tekstane spelfokuserte, men ofte er same tekst prega av andre rammer. Til dømes er åtte kommentarar i Dagsavisen prega av spelfokus, men berre *ein* av desse tekstane er utelukkande koda med tolkingsramma «spel». Tabellen under viser talet på kommentarar der «spel» er kombinert med ei eller to andre tolkingsrammer:

Tolkingsrammer	Kommentarar
«Spel» og «identitet og image»	5
«Spel» og «sak»	3
«Spel» og «ideologisk posisjonering»	2
«Spel», «ideologisk pos.» og «marknad»	2
«Spel» og «marknad»	1
«Spel», «ideologisk pos.» og «kjønn»	1
«Spel», «identitet ... » og «ideologisk pos.»	1
Totalt:	15

Tabell 5.8 15 av dei 27 spelfokuserte kommentarane er koda med ei eller fleire tolkingsrammer. Tabellen viser kor mange kommentarar som er koda med kva kombinasjon.

Av dei 27 tekstane som fokuserer på spel i undersøkinga, er 15 prega av ei eller to andre tolkingsrammer. Berre 12 av 107 kommentarar er med andre ord utelukkande spelfokuserte. Til samanlikning er 20 kommentarar utelukkande prega av ei identitet og image-ramme, 25 utelukkande prega av fokus på det ideologiske utgangspunktet til partia, politkarane eller veljarane. Sett i samanheng med det høge talet for dei to sist nemnde tolkingsrammene totalt, gir dette funnet denne førebelse konklusjonen: Avisene sett under eitt er det tolkingsrammene «identitet og image» og «ideologisk posisjonering», ikkje først og fremst spelfokusert som pregar dei politiske kommentarane i kommentarjournalistikken om

kommune- og fylkestingsvalet hausten 2011 i dei fire avisene.

5.2 Dagsavisen

Med 35 kommentarar er Dagsavisen redaksjonen i undersøkinga som satsa mest på kommentarjournalistikk om valkampen 2011. Kommentatorane i avisa er Arne Strand (15 kommentarar i den aktuelle perioden), Hege Ulstein (10), Irene Halvorsen (4), Halvor Finess Tretvoll (2), Heidi Taksdal Skjeseth (1), Mode Steinskjer (1) og Ivar A. Iversen (1). Irene Halvorsen og Arne Strand har dessutan skrive ein kommentar saman. Under følgjer ein tabell som viser korleis dei 35 tekstane er koda i undersøkinga. Igjen minner eg om at same kommentar kan vere koda med fleire tolkingsrammer, og at Dagsavisen er avisa i undersøkinga som er prega av flest rammer pr. tekst; 15 av 35 har to eller tre tolkingsrammer (tabell 5.3).

Tolkingsramme	Sum
«Spel»	8
«Identitet og image»	11
«Sak»	7
«Ideologisk posisjonering»	23
«Marknad»	2
«Kjønn»	1
Totalt:	52

Tabell 5.9 viser kva tolkingsrammer dei 35 kommentarane i Dagsavisen er koda med.

I undersøkinga til Tone Tufte Nedrestøl var fleirtalet av kommentarane i Dagsavisen prega av spelorienterte tolkingsrammer (2010:95), men som tabellen viser, er det i denne undersøkinga kategorien «ideologisk posisjonering» som dominerer i avisa. Over 65 prosent av dei 35 kommentarane er koda med denne tolkingsramma. Det er over dobbelt så mange som talet på kommentarar koda med den nest mest brukte ramma, «identitet og image». Felles for dei to tolkingsrammene, er at dei ser politikken i fugleperspektiv: I staden for konkrete saker eller konflikter, er det oppsummeringar av politiske karrierar – t.d. karakteristikkar av det politiske livet til Kristin Halvorsen – saman med analysar av endringar i det politiske landskapet – t.d. toblokstendensar – som er i fokus. Slik sett er dette ofte tematisk orienterte tolkingsrammer, men dei er også døme på at det er for enkelt å seie

at eit fugleperspektiv på ei politisk karriere eller eit parti si historie automatisk bidreg til oversikt. Spesielt gjeld dette tekstane som fokuserer på «identitet og image». Når Hege Ulstein i «Morna Carl» – ein av dei mest omfangsrike tekstane i materialet – oppsummerer den politiske kariera til Carl I. Hagen, gjer ho det kjapt og slentrande, men rimeleg overflatisk (Dagsavisen 08.09.11, s. 3):

Det kunne gått så bra. Han kunne gitt seg for godt da han overlot livsverket til Siv Jensen i 2006. Carl I. Hagen gikk av på topp. Frp lå over 30 prosent på meningsmålingene. Partiet utfordret Aps posisjon som landets største. De første årene etter avgangen taklet han rollen som avgått partileder imponerende godt. Han lot Siv skinne. Han klarte å holde seg i skinnet, stort sett. [...] Han skrev sine memoarer, syslet litt med seniorpolitikk, hygget seg i Spania sammen med Eli. Tok noen strøjobber her og der, blant annet i Burson-Marsteller og i stortingsgruppa.

Men «Morna Carl» inneheld også avsnitt som viser at personfokuset nokre gonger kan vere opplysende, som når Ulstein her framhevar eit gap mellom Carl I. Hagen sine politiske utspel og den tidlegare Frp-leiaren sine handlingar:

Så avslørte Dagbladet at Hagen hadde skulket møtene i Oslo bystyre i et helt år. Dette er møtene han håper på å lede dersom han blir ordfører. Til og med i Stortingets tre måneder lange sommerferie hadde han hatt ‘uoppsettelig arbeid’ og droppet bystyret. ‘Denne gangen kommer jeg å til skjøtte mitt verv på en ordentlig måte. Det har jeg aldri sagt at jeg har forsøkt å gjøre tidligere’, forklarte Hagen, som blant annet er kjent for sine tøffe oppgjør med ‘slabbedasker’, ‘giddalause’, ‘unnalurere’, ‘latsabber’ og ‘døgenikter’.

Det skal også nemnast at det høge talet på kommentarar koda med tolkingsramma «ideologisk posisjonering» kjem av stort fokus på meiningsmålingar i veka før valet. Som tabellen under viser, er talet på tekstar med denne ramma dobbelt så stort i perioden 05.09 til 11.09 som i kvar av dei andre vekene:

Periode	Spel	ID	Sak	Pos.	Marknad	Kjønn	Totalt
15.08 – 21.08	2	1	3	3	0	0	9
22.08 – 28.08	3	3	1	4	2	0	13
29.08 – 04.09	0	3	2	4	0	0	9
05.09 – 11.09	2	3	1	8	0	1	15
12.09 – 18.09	1	1	0	4	0	0	6
Totalt:	8	11	7	23	2	1	52

Tabell 5.10 viser kor mange kommentarar som er prega av kvar tolkingsramme pr. veke frå 15. august til 18. september i Dagsavisen. ID = «Identitet og image». Pos. = «Ideologisk posisjonering».

Meir om dei gallupfokuserte kommentarane i neste kapittel.

5.3 Aftenposten

Håvard Narum (10 kommentarar), Harald Stanghelle (5), Lotte Sandberg (3), Ole Mathismoen (2), Knut Olav Åmås (2), Kjetil Østli (1), Torstein Hvattum (1), Gunnar Kagge (1), Dag Kullerud (1) og Ola Storeng (1) er dei ti redaksjonelle medarbeidarane som skreiv om norsk politikk på kommentarplass i Aftenposten i perioden undersøkinga tar for seg. Aftenposten er avisa som varierer bruken av tolkingsrammer mest; forskjellane i talet på tolkingsrammer i dei fire største kategoriane er små.

Tolkingsramme	Sum
«Spel»	7
«Identitet og image»	10
«Sak»	10
«Ideologisk posisjonering»	7
«Marknad»	1
«Kjønn»	0
Totalt:	35

Tabell 5.11 Viser kva tolkingsrammer dei 27 kommentarane i Aftenposten er koda med.

«Sak» er saman med «identitet og image» tolkingsramma som pregar flest av dei 27 kommentarane. Aftenposten er då også redaksjonen som prenta flest sakfokuserte kommentarar i perioden materialet er henta frå: Her er tekstar om blant anna universitet- og høyskulepolitikk, museumspolitikk, kulturminnevern, politiet, statskyrkja, økonomi, helsepolitikk og fylkestinga som demokratisk problem. Dette er eit funn som stemmar bra med funna frå blant anna undersøkinga til Nedrestøl.

Aftenposten er også avisa i undersøkinga som oftast klarar å kombinere fokus på overflate med å vere informative. Det klaraste dømet er nok «Show og grill i studio» av Torstein Hvattum (Aftenposten 27.08.11, del 2, s. 11). Hvattum oppsummerer tv-valkampen frå dei første sendingane i 1961 fram til i dag, med vekt på formgrep:

Det er fristende å trekke de TV-historiske linjene enda lengre tilbake i tid for å minne om at skarpskodd journalistikk i møtet med politiske ideologier og partiprogram har en nær femti år lang historie i NRK. Med Kjell Arnljot Wig som myndig programleder introduserte lisenskanalen høsten 1963 en debattform som på mange måter har dannet skole også for dagens ordstyrere av valgkamper

på TV. Wigs arrogante og respektløse tone overfor toppolitikere og samfunnsvitere var fremmed for et publikum som var vant til at politikerne kunne boltre seg ved mikrofonen uten utidige avbrudd fra kritiske programledere. Kjell Amljot Wig representerte den journalistiske tilnærmingen til det politiske ordskiftet som den vi etterstreber i alle kanaler i dag.

Dette fokuset på dei journalistiske grepa – heller enn innhaldet i debattane – pregar heile kommentaren. «Show og grill i studio» er difor koda med tolkingsramma «identitet og image» i undersøkinga. Som eg kjem tilbake til i ekskursen om Ola Borten Moe, er tekstane i denne kategorien ofte prega av generalisering, adjektivinflasjon og enorm interesse for måten standpunkt blir framført på, noko som ofte tek merksemda bort frå innhaldet, men fleire av dei identitet og image-fokuserte tekstane i Aftenposten er påminningar om at fokus på framstilling også kan vere eit utgangspunkt for kritisk tekning: I tilfellet «Show og grill i studio» om forholdet mellom politikarmakt og journalistmakt.

5.3.1 Fokus på veljarane i Aftenposten veka før valet

Periode	Spel	ID	Sak	Pos.	Marknad	Kjønn	Totalt
15.08 – 21.08	2	2	1	1	0	0	6
22.08 – 28.08	0	2	2	0	0	0	4
29.08 – 04.09	1	0	4	0	0	0	5
05.09 – 11.09	2	3	2	5	1	0	13
12.09 – 18.09	2	3	1	1	0	0	7
Totalt:	7	10	10	7	1	0	35

Tabell 5.12 Viser kor mange kommentarar som er prega av kvar tolkingsramme pr. veke frå 15. august til 18. september i Aftenposten. ID = «Identitet og image». Pos. = «Ideologisk posisjonering».

Som i Dagsavisen, og i avisene samla sett, er det i veka før valdagen det er flest politiske kommentarar i Aftenposten, og som i Dagsavisen og avisene samla sett, er det tolkingsramma «ideologisk posisjonering» som dominerer denne perioden. Hovudfokuset i tekstane med denne tolkingsramma i Aftenposten veka før valet, er kva som ligg bak veksten til Arbeidarpartiet og Høgre, og å peike ut framtida for dei mindre fløypartia og sentrumspartia med bakgrunn i toblokkstendensane.

5.4 VG

VG er nok avisa med flest breitt kjende politiske kommentatorar, men ingen av dei er i

nærleiken av frekvensen til Strand og Ulstein i Dagsavisen, Narum i Aftenposten eller Kristjánsson og Vegstein i Klassekampen: Áshild Mathisen, Elisabeth Skarsbø Moen, Hans Petter Sjøli, Frithjof Jacobsen, Hanne Skartveit og Anders Giæver skreiv alle tre kommentarar kvar i den aktuelle perioden, medan Svein A. Røhne og Yngve Kvistad har skrive to av tekstane i undersøkinga.

Dei 22 kommentarane i VG er koda slik:

Tolkingsramme	Sum
«Spel»	6
«Identitet og image»	11
«Sak»	6
«Ideologisk posisjonering»	2
«Marknad»	0
«Kjønn»	0
Totalt:	25

Tabell 5.13 viser kva tolkingsrammer dei 22 kommentarane i VG er koda med.

Fokus på politkarane og partia sine image og personlegdommar pregar kommentarane i VG: Kva kjenneteiknar Jens Stoltenberg, kva «har» Fabian Stang som ikkje Rune Gerhardsen «har» osv. Når Anders Giæver skriv om SV, handlar det grunnleggande om kvar partiet skal posisjonere seg ideologisk, men språkbruken er så generaliserande at det er sosiale eigenskapar meir enn ideologiske grunnhaldningar det er snakk om:

Ørnhøi og hans generasjon akademikere forandret SV fra et dogmatisk marxistparti til et hyggelig parti med prektige meninger for folk i offentlig sektor. [...] Kristin Halvorsens prosjekt var å ta partiet det logiske skrittet videre, inn i regjering, for å omsette de prektige meningene i praktisk politikk (VG. 14.09.11, s. 2-3).

Avsnittet er eit døme på korleis språkbruken i kommentarane har vore avgjerande for kodingsarbeidet: Hadde det kome fram i kommentaren kva som kjenneteiknar dei prektige meiningane for folk i offentlig sektor, ville kommentaren vore koda med tolkingsramma «ideologisk posisjonering».

5.4.1 Flest kommentarar etter valdagen

Mottsett dei tre andre avisene, har VG flest kommentarar i veka etter valet:

Periode	Spel	ID	Sak	Pos.	Marknad	Kjønn	Totalt
15.08 – 21.08	1	0	0	0	0	0	1
22.08 – 28.08	0	2	1	0	0	0	3
29.08 – 04.09	1	1	2	0	0	0	4
05.09 – 11.09	1	3	1	1	0	0	6
12.09 – 18.09	3	5	2	1	0	0	11
Totalt:	6	11	6	2	0	0	25

Tabell 5.14 viser kor mange kommentarar som er prega av kvar tolkingsramme pr. veke frå 15. august til 18. september i VG. ID = «Identitet og image». Pos. = «Ideologisk posisjonering».

Ei av årsakene til relativt få tekstar veka før valet, er truleg at redaksjonen nyttar grafikk og tradisjonelle nyheitssaker til å presentere resultat frå gallupar. VG har difor få kommentarar som oppsummerer meningsmålingar, eit grep dei andre avisene, spesielt Dagsavisen nyttar.

Årsaka til den kraftige aukinga i den siste perioden, er først og fremst at redaksjonen prenta heile fem kommentarar som analyserer resultatet dagen etter valet: To er spelfokuserte, tre forklarar gode og dårlege tal for dei ulike partia ut frå ei tydeleg identitet og image-ramme.

5.5 Klassekampen

Mímir Kristjánsson har skrive åtte av kommentarane i Klassekampen, Lars Unar Størdal Vegstein fire. I tillegg har dei skrive to tekstar saman. Dei andre kommentatorane i Klassekampen i den aktuelle perioden var Johan Brox (3 kommentarar), redaktør Bjørgulv Braanen (2), Line Madsen Simenstad (2), Alf Skjeseth (1) og Kjell-Erik Nordenson Kallset (1). Som i Dagsavisen pregar tolkingsramma «ideologisk posisjonering» flest kommentarar om norsk politikk i Klassekampen i den aktuelle perioden:

Tolkingsramme	Sum
«Spel»	6
«Identitet og image»	6
«Sak»	4
«Ideologisk posisjonering»	10
Totalt	26

Tabell 5.15 viser kva tolkingsrammer dei 23 kommentarane i Klassekampen er koda med.

Verd å merke seg, er det også at dei to tolkingsrammene som ikkje fokuserer på standpunkt

eller ideologi – «spel» og «identitet og image» – til saman pregar 12 av dei 23 kommentarane i avisa, og at Klassekampen er avisa som trappar mest opp spelfokuset etter kvart som valdagen nærmar seg:

Periode	Spel	ID	Sak	Pos.	Marknad	Kjønn	Totalt
15.08 – 21.08	0	1	1	0	0	0	2
22.08 – 28.08	0	1	1	4	0	0	6
29.08 – 04.09	2	2	0	3	0	0	7
05.09 – 11.09	3	0	2	2	0	0	7
12.09 – 18.09	1	2	0	1	0	0	4
Totalt	6	6	4	10	0	0	26

Tabell 5.16 viser kor mange kommentarar som er prega av kvar tolkingsramme pr. veke frå 15. august til 18. september i Klassekampen. ID = «Identitet og image». Pos. = «Ideologisk posisjonering».

Klassekampen er saman med VG avisa med færrest tolkingsrammer pr. tekst, noko som får kommentarane til verke svært «spissa», og ofte eintydige. I Klassekampen sitt tilfelle er format truleg hovudårsaka: Dei fleste kommentarane i avisa er ei smal spalte lang.

5.6 Flokktendensar?

I tabellen under er talet på tolkingsrammer for alle avisene samla.

Avis	Spel	ID	Sak	Pos.	Marknad	Kjønn	Totalt
Dagsavisen	8	11	7	23	2	1	52
Aftenposten	7	10	10	7	1	0	35
VG	6	11	6	2	0	0	25
Klassekampen	6	6	4	10	0	0	26
Totalt:	27	38	27	42	3	1	138

Tabell 5.17: Tabellane 5.9, 5.11, 5.13 og 5.15 samla for å vise talet på kommentarar koda med dei ulike tolkingsrammene i dei fire avisene.

Med utgangspunkt i tabellen, er det vanskeleg å skulde kommentatorane for å lese kvarandre og herme, for å gå i flokk. Det er stor variasjon i perspektivet avisene nyttar på sakene: Aftenposten skil seg ut som mest saksfokuserte, halvparten av kommentarane i VG fokuserer på identitet og image, og trass i mykje «ideologisk posisjonering» både i Dagsavisen og Klassekampen, er tekstane i denne kategorien nokså ulike i dei to avisene.

Dagsavisen er til dømes i mykje større grad enn Klassekampen opptatt av meiningsmålingar, og kommentarane i avisa er som oftast lengre og grundigare enn Klassekampen sine Dagboka-tekstar. Gjer ein tala om til prosent (noko det er god grunn til å gjere i og med at Dagsavisen har såpass mange fleire kommentarar med i undersøkinga enn spesielt VG og Klassekampen), er fråværet av flokktendensar i type tolkingsramme, ekstra synleg.

Avis	«Spel»	«ID»	«Sak»	«Pos.»	«Mark.»	«Kjønn»
Dagsavisen	23	31	20	66	6	3
Aftenposten	26	37	37	26	4	0
VG	27	50	27	9	0	0
Klassekampen	26	26	17	43	0	0

Tabell 5.18 viser kor mange kommentarar som er koda koda med dei ulike tolkingsrammer i dei fire avisene i prosent. Tala er runda av til heile tal og avisa med flest kommentarar i ein kategori er utheva.

Ulik bruk av tolkingsrammer i ulike aviser, betyr likevel ikkje at flokktendensar er fråværande i dei aktuelle kommentarane. På tvers av redaksjonane verkar kommentatorane vere svært einige om kva tema som er viktige: Nedgang for fløypartia, oppgang for Ap og Høgre dominerer i alle avisene saman med Carl I. Hagen og Ola Borten Moe. Etter avgjerda om å ikkje bygge nytt Munch-museum i Bjørvika, prenta tre av avisene ein kommentar om bygget Lambda (Aftenposten 07.09.11, VG 07.09.11 og Dagsavisen 09.09.11). Skil nokon seg ut på tema-sida, er det Aftenposten med sine saksfokuserte kommentarar. Det gjeld spesielt i veka 29.08 – 04.09 då avisa prenta kommentarar om både justispolitikk, fylkestinga, statskyrkja og eldrebølga.

Med tanke på at det er 107 kommentarar i materialet, er mangfaldet av tema lågt. Det er til dømes ikkje lett å lese ut av kommentarane at valet hausten 2011 var eit kommune- og fylkestingsval. Med ordførar i Oslo Fabian Stang og ordførarkandidatane Carl I. Hagen og Libe Rieber-Mohn som tre unntak, er det stortingspolitikarar og regjeringsmedlem som er omtala som representantar for partia. Med få unntak er også dei lokale sakene fråværande, og i dei få tilfella der lokale saker vert drøfta, plasserer kommentatoren saka i eit rikspolitisk perspektiv. Eit døme er korleis Lars Unar Størdal Vegstein i Klassekampen tolkar vegprosjekt på vestlandet som politisk spel frå Ap sentralt (sjå avsnitt 4.3.1).

5.7 22.juli-påverknad

Det kan sjølvsagt vere at terrorangrepet 22.juli gjorde lokalvalkampen til eit rikspolitisk fenomen i større grad enn vanleg – blant anna Kjell-Erik Nordenson Kallset hevdar dèt (Klassekampen 09.09.11, s. 2) – men det er ei problemstilling som er vanskeleg å gi eit godt svar på her i og med at liknande undersøkingar er av stortingsval. Sikkert er det i alle fall at angrepa 22.juli har prega kommentarjournalistikken om kommune- og fylkestings valkampen 2011: 54 av dei 107 kommentarane nemner 22. juli. Henvisningane til angrepa har ulike funksjonar: I Dagsavisen, Klassekampen og VG ofte som årsak til lita oppslutning for Frp og Sv, og framgang for Ap: «Dessuten har partiet og Jens Stoltenberg fått et løft etter terrorangrepene 22/7» skriv til dømes Arne Strand i «Kristin og Siv taper» (Dagsavisen 04.09.11, s. 4), medan «Heller ikke Ap bør si seg fornøyd. Uten terroraksjonen 22. juli, og den støtten til Ap dette utløste, ville partiet sannsynlig ha gjort et relativt dårlig valg» er Bjørgulv Braanen si oppsummering i «Uten blanke seire» dagen etter valet (Klassekampen 13.09.11, s. 2). I VG skriv Hanne Skartveit 10.september: «Nå skjer det. Ap ser ut til gjøre et oppsiktsvekkende godt valg, SV et tilsvarende dårlig. Mye skyldes 22. juli» (s. 2-3).

Fabian Stang si handtering av teroren i hovudstaden vert også nytta til å forklare kvifor Stang er ein populær ordførar (bl.a. i «Den motvillige kandidaten» av Anders Giæver, VG 08.09.11, s. 2-3).

5.7.1 Dempa valkamp

I «I terorens skygge» oppsummerer Harald Stanghelle heile valkampen i lys av åtaka 22. juli:

Underlig valgkamp. Det er med alt dette som nasjonal ressonansbunn at riks- og lokalpolitikere har drevet valgkamp de siste ukene. Det har vært en underlig valgkamp. [...] For under den daglige debatten har det ligget noen tunge understrømmer. (Aftenposten 10.09.11, del 2, s. 2-3).

I motsetning til kva som er tilfelle for kommentatorane i dei andre avisene, meiner ikkje Stanghelle at 22. juli nødvendigvis har påverka valresultatet:

[S]ammenligner vi meningsmålingene fra juni med dem som nå offentliggjøres, er det en nesten oppsiktsvekkende mangel på store endringer. Ikke minst gjelder dette hvis vi også skjeler til valresultatet fra 2007. Arbeiderpartiet gjør det godt, men ikke eksepsjonelt godt. Høyre står sterkt, mens Fremskrittspartiet sliter. SV ligger på et katastrofalt sperregrensenivå – det gjorde partiet også i juni.

Også i andre kommentarar er 22. juli nytta som forklaring på kvifor valkampen er mindre aggressiv enn vanleg. Her frå «Den lange valkampen» forfatta av Arne Strand, og «Så tok valkampen av» av Håvard Narum:

Saklighet er det ingen grunn til å klage på. Personangrep og skitten valkamp kan vi være foruten. Derimot er det grunn til å klage på temperaturen. Det gnistret riktig nok av debattene mellom Kristin Halvorsen og Siv Jensen om integrering i sluttspurten. Men ellers har partilederne gått på gummisåler i en misforstått respekt for 22/7. Mangel på temperatur kan gå ut over valgdeltakelsen (Strand, Dagsavisen 10.09.11, s. 4).

Ingen norsk valkamp har startet med så stor usikkerhet som årets. Statsminister Jens Stoltenberg målbar en felles holdning for alle partilederne da han sa at en levende debatt er det beste svaret på terroristens angrep på demokrati og trygghet 22. juli. Men alle visste at de måtte føle seg frem for å finne den rette tonen (Narum, Aftenposten, 24.08.11, del 1, s. 8).

I fleire av kommentarane er dessutan 22. juli eit slags måleinstrument kommentatorane prøver politiske utsagn opp mot: «Verre er det at uttalelsen er hjerteskjærende umusikalsk etter 22/7» (Arne Strand, Dagsavisen 20.08.11, s. 4). «Men Hagen kommer ikke til å bli den siste som plumper uti med noe som knytter hele den offentlige samtalen tilbake til 22. juli» (Irene Halvorsen, Dagsavisen 16.09.11, s. 3).

22. juli 2011 er også – slik angrepa mot Oslo og Utøya denne dagen er artikulert i kommentarane – noko som har forandre den norske offentlegheita:

Etter 22. juli har symboltunge og pompøse sanger, dikt, institusjoner, ord og uttrykk plutselig blitt relevante og viktige igjen. At kongehuset styrker seg når landet er samlet i sorg, er ikke unaturlig. Men det er heller ingen selvfølge. Det krever en evne til å gripe øyeblikket og stemningen, til å formidle tanker som oppleves som fellesgods uten at de er innholdsløse (Hege Ulstein, Dagsavisen 27.08.11, s. 2).

I same kategori: «Hvis tendensen til den verdidebatten vi har sett etter 22/7 holder seg, kan nettopp et verdiparti som KrF gå fram» (Arne Strand, Dagsavisen 27.08.11, s. 4).

Omgrepet 22. juli-generasjonen figurer også i fleire av kommentarane. Elisabeth Skarsbø Moen spør blant anna kvifor valkampen i så stor grad handlar om eldrepolitikk: «Hvor ble det av alle løftene om la dette bli 22. juli generasjonens valg?» (VG 03.09.11, s. 2-3).

5.7.2 22. juli og tolkingsrammer

Som det kom fram i avsnittet om liknande undersøkingar innleiingsvis i oppgåva, dominerer tolkingsrammene «sak» og «spel» i andre undersøkingar av valkampdekning og politisk kommentarjournalistikk i norsk presse, medan det er «identitet og image» og ideologi-

ramma pregar materialet eg har undersøkt. Forskjellen har sjølvsagt med metode å gjere, men det høge talet på tekstar med tolkingsramma eg har kalla «identitet og image» kan også kome av angrepa 22. juli. Når kommentatorane fokuserer på personlegdommen til ein politikar, er det i fleire tilfelle politikaren sin reaksjon på 22. juli som er i fokus. Eit konkret døme er Elisabeth Skarsbø Moen sin kommentar «Jens før og etter» (VG 24.08.11, s. 2-3) som eg nytta som døme på ein tekst med ei tydeleg identitet og image-ramme. Både kommentaren til Moen og kommentaren til Håvard Narum som er sitert over, er frå dagen etter den første direkte-sente partileiardebatten i valkampen. Dette er kommentarar som er prega av at kommentatoren oppsummerer partileiarane sin prestasjon i lys av korleis dei handsama 22.juli. Den ferske Krf-leiaren får til dømes skryt for å nytte humor i invandringsdebatten på ein god måte:

Muslimhets og -frykt ble også tema. Og det var da debutanten, KrF-leder Knut Arild Hareide, glitret: «Vi må svare: Hva er fakta? 60 prosent av innvandrerne som kommer til Norge, er kristne. Vi ser det kanskje ikke i KrFs oppslutning, men ...» Hareide siterte tenkeren Augustin, og landet pent, og tok dermed norsk politisk debatt til et annet nivå enn vi er vant til (Arne Strand og Irene Halvorsen, Dagsavisen, 24.08.11, s. 8 og 9).

Sitatet er eit døme på den implisitte haldninga til politikk i kommentarane med tolkingsramma «identitet og image»: Det er framstillinga av eit standpunkt som tel; sjølvironi og ein liten referanse til Augustin er det som skal til for å heve den norske politiske debatten til eit høgare nivå enn vanleg. Det er også symptomatisk at kommentatorane Strand og Halvorsen ikkje refererer Augustin-sitatet og forklarar kva relevans innhaldet hadde for den aktuelle debatten, berre rosar Hareide for å sitere den 1500 år gamle teologen.

Kapittel 6: Analyse – kommentatorane og offentlegheita

6.1 Upolitiske og politisk resonerande tolkingsrammer

Etter å ha lokalisert kva tolkingsrammer som pregar dei politiske kommentarane om kommune- og fylkestingsvalkampen 2011 i eit utval norske dagsaviser, kjem her ei drøfting av den første underproblemstillinga: *Kva konsekvensar får tolkingsrammene for kommentatorane si evne til å føre den politisk resonerande offentlegheita med vesentleg informasjon, gode argument og analysar?* Problemstillinga er formulert med utgangspunkt i Jürgen Habermas sine teoriar om forvitringa til den borgarlege offentlegheita. Det er med andre ord på tide å sjå funna frå den kvantitative undersøkinga i lys av dette perspektivet.

6.1.1 Tolkingsrammer i *Borgerlig offentlighet*

Som gjort greie for i teoridelen av oppgåva, meiner Habermas at valkampen er ein periode der oppløysinga av den borgarlege offentlegheita er ekstra synleg. Ei mellombels offentlegheit vert arrangert på den kommersielle pressa sin arena, med pressa sjølv som regissør. På denne arenaen er det politiske valet, ifølge Habermas, redusert til ei konsumavgjerd. Med omgrepa nytta i denne oppgåva, er det difor mogleg å hevde at Habermas sin tekst er prega av to tolkingsrammer: Han ser politikken som eit spel og som ein marknad for meiningar.

Det kan verke paradoksalt å kritisere dei politiske kommentatorane for å omtale politikk som spel og marknad når Habermas gjer det same, men forskjellen er at teksten til Habermas *avslører* spelet, medan kommentarane i materialet som er koda med tolkingsramma «spel» først og fremst *legg til rette for og tar for gitt* at politikk er taktikk. Med stort fokus på framstilling gjer kommentatorane i tillegg politikken til ein meiningsmarknad der innpakninga av standpunkta er viktigare enn standpunkta i seg sjølv. Fleire døme på dét, utover i kapittelet.

6.1.2 «Politisk resonerande» versus «upolitiske» tolkingsrammer

Av tolkingsrammene nytta i den kvantitative undersøkinga, er i utgangspunktet «sak», «ideologisk posisjonering» og «kjønn» *politisk resonerande tolkingsrammer*, medan «spel»,

«identitet og image» og «marknad» er *upolitiske rammes*. Eg vil understreke at dei upolitiske tekstane sjølvstø også er politiske på sitt vis:

For det første representerer den integrasjonskultur som tilberedes og spres av massemediene *selv en politisk ideologi* – selv om den etter sin egen intensjon er upolitisk, den politiske programmatikk, ja i det hele tatt hver eneste demonstrative ytring, kan ikke begynne med noe slikt som å konkurrere med denne, men må bestrebe seg på å være i overensstemmelse med den (Habermas 1971[1997]:202, mi kursivering).

Når eg likevel har valt å kategorisere nokre av tekstane som «upolitiske», er det fordi dei flyttar fokuset bort frå dei ideologiske utgangspunkta, dei konkrete sakene og dei demokratiske prosessane – frå politikken – over på taktikk og image.

6.1.3 Flest politisk resonerande kommentarar

Undersøkinga viser at dei upolitiske tolkingsrammene pregar 68 av dei 107 kommentarane, medan dei politisk fokuserte rammene «sak», «ideologisk posisjonering» og «kjønn», pregar 70 tekstar. Forskjellen er ikkje stor, men det er altså flest kommentarar som fokuserer på ideologi og konkrete saker. I eit demokratiperspektiv alla Habermas er det også eit poeng at andelen slike tolkingsrammer er størst dei to siste vekene før valet:

Periode	Upolitiske	Politisk resonerande	Totalt
15.08 – 21.08	9	9	18
22.08 – 28.08	14	13	27
29.08 – 04.09	9	15	24
05.09 – 11.09	18	23	41
12.09 – 18.09	18	10	28
Totalt:	68	70	138

Tabell 6.1 viser talet på kommentarar med ei «politisk resonerande» og ei upolitisk eller «ikkje-politisk-resonerande» tolkingsramme for avisene samla. Sjå tabell 5.2 for bakgrunnstal.

Sjølv om undersøkinga viser at talet på spelfokuserte tekstar aukar fram mot valdagen (tabell 5.7), er det altså dei saks- og ideologisk fokuserte tolkingsrammene som dominerer i perioden veljarane (dei som ikkje har stemt på førehand) skal stemme. Når kommentatorane i veka etter valet skal analysere valresultatet, er det derimot fokus på spel, identitet og image som pregar flest kommentarar.

For å presentere tekstane og kategoriane nærmare, kjem her to ekskursar: Den første

om dei personfokuserte tekstane om olje- og energiminister Ola Borten Moe, den andre om veka før og veka etter valdagen.

6.2 Ekskurs 1: Ola Borten Moe

Eit døme på kva som skil dei to kategoriane «politisk resonerande» og «upolitiske» eller «ikkje-politisk resonerande» tolkingsrammer, er språket kommentatorane nyttar om ordsiftet mellom Ola Borten Moe og representantar frå miljørørsla (blant anna Belona-leiar Fredric Hauge). Ein av dei fem kommentarane er koda med tolkingsramma «ideologisk posisjonering», to av fem er koda med ramma «identitet og image», medan dei siste to kommentarane er koda med begge desse tolkingsrammene. Personlegdommen til Moe er altså i fokus i fire av fem tilfelle. Med utgangspunkt i liknande undersøkingar, er det verd å merke seg at ingen av tekstane fokuserer på politisk spel.

6.2.1 «Kølsvart» (Klassekampen 31.08.11, s. 4)

Kommentaren som fokuserer på det ideologiske utgangspunktet til olje- og energiministeren, er skriva av Mímir Kristjánsson. Teksten skildrar konkrete politiske forskjellar mellom den gamle olje- og energiministeren Terje Riis-Johansen og den nye, Ola Borten Moe: «Mens hans forgjengere var fanebærere for fornybar energi, har Moe i sine første måneder som statsråd markert seg som en sterk forkjemper for petroleumsnæringen.» Kristjánsson held fram med å lese utspela frå Moe som eit døme på ideologiske forskjellar mellom to fraksjonar i Senterpartiet, med den nye ministeren som ein representant for dei som meiner partiet har fleire meiningsfeller i sentrum og til høgre i det politiske landskapet enn i den raudgrøne regjeringa.

Det er sjølvsagt ikkje slik at lesaren veit alt om det ideologiske utgangspunktet til Ola Borten Moe når han eller ho har lese «Kølsvart» – teksten er ei spalte lang – men kommentatoren klarar med få setningar å fram ideologiske forskjellar mellom den relativt ferske ministeren og partifeller, og på kva punkt Moe som potensiell partileiar kan kome til å endre Sp-politikken i framtida.

6.2.2 Adjektivbomber

Når Lars Unar Størdal Vegstein under overskrifta «Kronprinsen» kommenterer same olje- og

energiminister i same Klassekampen nokre dagar etter, er tolkingsramma ei heilt anna (02.09.11, s. 4). I motsetning til Kristjánsson er Vegstein opptatt av personen Ola Borten Moe. «[K]rakilsk» og «den staute trønderen med de friske og ideologiske utspillene» er døme på karakteristikkar Vegstein nyttar om statsråden. Kommentaren er difor koda med tolkingsramma «identitet og image», og er saman med «Hanene på haugen» av Hans Petter Sjøli (VG 05.09.11, s. 2) eit døme på at tekstane i denne kategorien er rike på adjektiv og adverb. Interesse for Ola Borten Moe som *type*, gjer at måten Moe framstillar standpunkta sine på, verkar vere viktigare for kommentatoren enn standpunkta i seg sjølv. Her eit døme frå kommentaren til Sjøli:

Ola Borten Moe er noe så sjelden som en norsk politiker med meningers mot. Senterparti-kronprinsen har en stil og fremtoning som er antitesen til den byråkratiserte typen som dessverre dominerer politikfeltet i vår tid. Borten Moe er selvsikker, tidvis arrogant, urokkelig og alt annet enn konfliktsky. Politisk tilhører han (dessverre) Senterpartiets tidvis reaksjonære trønderfløy, som feirer 1. mai når det er EU-kamp, men ellers bruker dagen til å gjødsle jordene eller til å polere traktorparken.

Alle som kjenner den unge sørtrønderen beskriver ham som en mann med medfødt selvtillit. Han er ikke redd for noe, og kaster seg ut i debattene trygg på sine meninger. Han preges av en stoisk ro, og lar seg aldri dupere, selv ikke av tynnhårede alfahanner med hang til storslåtte erklæringer, som Bellona-fyrsten Frederic Hauge.

Den politisk resonerande offentlegheita vaks i følge Habermas ut frå den litterære; kritikk av politikk var i opphavet satire. I kommentarane i denne undersøkinga er det lite igjen av dei skjønnlitterære anane til den politiske journalistikken, men i dei mest adjektivrike kommentarane om Ola Borten Moe, som den avsnittet over er henta frå, er det noko nesten kåserande ved framstillinga.

6.2.3 «Olja lyn»

Rik på adjektiv og kåserande i stilen, er også kommentaren «Olja lyn» av Hege Ulstein (Dagsavisen 03.09.11, s. 2): «Søt, fersk og spiss. Svart og seig, med bare et forsiktig hint av rødgrønt. Nei, det er ikke en fiken. Det er Ola Borten Moe.» Trass fokuset på dei personlege eigenskapane til Ola Borten Moe, er det mogleg å spore eit forsiktig hint av interesse for ideologi i ingressen; dette «rødgrønt» som sjølv sagt ikkje seier mykje om Borten Moe sitt ideologiske utgangspunkt, men likevel viser ei viss interesse for emnet, noko resten av kommentaren utdjuar. Hovudpoenget i teksten til Ulstein er det same som i «Kølsvart» av Mímir Kristjánsson: Ola Borten Moe representerer høgrefløyen i Senterpartiet. Ulstein har

også eit tilleggspoeng: Moe sin invandrarskepsis, og velviljen han rettar mot pelsdyrnæring og oljeindustri, er ikkje noko nytt i partiet: «Moe tilhører Senterpartiet slik det en gang var. Og slik det kan bli igjen.» Når kommentaren er koda med to tolkingsrammer, er det med andre ord fordi Ulstein pakkar inn interessa for dei ideologiske funderingane til olje- og energiministeren i eit svært generaliserande og karikerande språk som fokuserer like mykje på identitet som politikk:

Den ene dagen gir han petroleumsindustrien en lang og god oljemassasje, den neste står han forundret i flomrammede områder og klør seg i bakhodet. En miljøbevisst osloraddis kan sikkert fnise av det, til og med gråte – mannen er jo energiminister, tross alt – men miljøbevisste osloraddiser er ikke på Moes radar. De kan få sitte der i fred med sine caffè macchiato med soyamelk, sine biodynamiske cupcakes og sine blanke Hunter-støvler som aldri har vært i nærkontakt med ekte møkk.

6.2.4 «Moe» (Klassekampen 16.09.11, s. 4)

Den andre kommentaren om Ola Borten Moe som er prega både av ei identitet og image-ramme og «ideologisk posisjonering», har allereie nemnde Mímir Kristjánsson og Lars Unar Størdal Vegstein skrive saman. Utgangspunktet for teksten er at 60 prosent av SP-veljarane støttar Ola Borten Moe sitt angrep på Fredric Hauge i ei undersøking det er uklart kven som har utført for kven. I følge analysa kommentatorane presentere av undersøkinga, er svaret frå senterpartiveljarane i større grad eit identitetsval enn eit ideologisk fundert standpunkt: «Ikke overraskende valgte altså Sp-erne en av sine egne framfor det som for mange i Bygde-Norge sikkert fortøner seg som en gjeng med arbeidsløse og hasjrøykende hippier fra Grünerløkka.»

Likt med Hege Ulstein, og i motsetning til Hans Petter Sjøli, *nemner* Kristjánsson og Vegstein her konkrete saker som skil Ola Borten Moe frå venstresida i partiet, noko som gjer at teksten er koda både som ein identitet og image-tekst og med tolkingsramma «ideologisk posisjonering». Som det går fram av døma over, er likevel det «politisk resonerande» ved kommentaren rimeleg overflatisk, og eit døme på at tekstane i kategorien «ideologisk posisjonering» ikkje nødvendigvis bidreg med viktig informasjon eller gode argument til ei politisk resonerande offentlegheit.

Ein førebels konklusjon er difor at tekstane prega av tolkingsramma «ideologisk posisjonering» ofte berre overflatisk fokuserer på konkrete ideologiske funderingar, medan tekstane med eit identitet og image-perspektiv på politikken, sjeldan klarar å heve seg over eit karikerande og generaliserande språknivå tilsynelatande meint for å unnerhalde lesaren.

Den implisitte haldninga til politikk i fire av dei fem kommentarane om Ola Borten Moe, er at imaget til politikaren og politikaren si framstilling av standpunkta, tel meir enn standpunkta i seg sjølv.

6.3 Ekskurs 2: Veka før vs. veka etter valet

Tabellen under er eit utsnitt av tabell 5.4 og viser talet på kommentarar i dei fire avisene i veka før og veka etter valet:

Periode	Dagsavisen	Aftenposten	VG	Klassekampen	Totalt
05.09 – 11.09	10	9	3	6	28
12.09 – 18.09	6	4	10	3	23

Tabell 6.2 er eit utsnitt av tabell 5.4. Viser talet på kommentarar i dei fire avisene veka før og veka etter valdagen.

Med 28 tekstar på sju dagar, er veka før valdagen perioden med flest kommentarar i heile undersøkinga. Tolkingsramma «ideologisk posisjonering» dominerer denne veka, medan «identitet og image» er ramma som pregar nest flest kommentarar:

Periode	«Spel»	«ID»	«Sak»	«Pos.»	«Mark.»	«Kjønn»	Totalt
05.09 – 11.09	8	9	6	16	1	1	41

Tabell 6.3: Utsnitt av tabell 5.5. Viser kor mange kommentarar som er koda med dei ulike tolkingsrammene veka før valet i dei fire avisene samla.

Hovudårsaka til den høge andelen kommentarar i kategorien «ideologisk posisjonering» denne veka, er auka fokus på valresultatet fram mot valdagen. Tabellen under viser at tretten av dei seksten kommentarane i kategorien «ideologisk posisjonering» tek for seg meiningsmålingar og moglege konsekvensar eit slikt potensielt valresultat kan kome til å få:

Tema	Sum
Meiningsmålingar og moglege konsekvensar av eit liknande valresultat	13
Eigendomsskatt som ideologisk måleinstrument	1
Grunnverdiar i sosialdemokratiet	1
Kristin Halvorsen, Siv Jensen og Frp etter 22.juli	1
Totalt:	16

Tabell 6.4: Tema i dei seksten kommentarane koda med tolkingsramma «ideologisk posisjonering» veka før valdagen.

Eg kjem tilbake til nokre unntak, men dei fleste kommentarane som presenterer meiningsmålingar, er altså koda med tolkingsramma «ideologisk posisjonering». Det er dei fordi dei i tillegg til å referere resultat frå gallupar, prøver å forklare kva konsekvensar resultatet kan kome til å få for norsk politikk på lengre sikt, og å forklare kvifor partia mistar eller får fleire veljarar. På dette punktet skil undersøkinga mi seg frå til dømes undersøkinga til Torild Aalberg og Tove Brekken: Medan Aalberg og Brekken koda tekstar som fokuserer på «meningsmålingenes vinnere og tapere» med ei spel-ramme (i Jenssen og Aalberg 2007:195), har eg nytta meg av fordelene med å ha fleire kategoriar: Då eg koda kommentarane hadde eg moglegheita til å skilje mellom kommentarar som nyttar tala frå meiningsmålingane til å seie noko om politikken – til dømes peike på toblokkstendensar – og kommentarane som forklarar resultatane med politikaren sitt image eller taktiske disposisjonar.

«De to store styrker seg» av Arne Strand, er eit døme på ein kommentar i den første kategorien (Dagsavisen, 08.09.11, s. 10). Strand presenterer resultatet frå ei meiningsmåling i ein deskriptiv stil, men legg inn eigne vurderingar som «Det er ikke et tall Sp-ledelsen kan være fornøyd med»:

SV ligger under 5 prosent og nærmer seg raskt sperregrensen til Stortinget. Partiet har en meget svak velgerlojalitet. Det kan bli et katastrofevalg for SV. Sp går litt fram til 5,2 prosent. Det er ikke et tall Sp-ledelsen kan være fornøyd med. 5 prosent ved et stortingsvalg vil være det svakeste siden 1918. Se opp for Venstre. Partiet som falt under sperregrensen ved stortingsvalget, har nå over 5 prosent. Venstre kan overraske mandag.

Det er altså dei mest deskriptive kommentarane som dominerer i veka før valdagen, spesielt i Dagsavisen og Aftenposten. Stilen til Strand liknar til dømes språkbruken i Håvard Narum si oppsummering av skulevalet i sist nemnde avis («Varsel om valgresultat», 07.09.11, del 1, s. 4):

Vanligvis gir skolevalgene et tydelig tegn på hvilken vei valgvingen blåser, men partienes fremgang og tilbakegang har som oftest vært langt større når skoleelevene har stemt enn når resultatet fra det ordinære valget har foreligget noen dager senere. I år kan resultatet for flere partier bli temmelig like ved begge valgene. Det vil ikke være overraskende om Arbeiderpartiet havner rundt 30 prosent, Høyre omkring 25 prosent og SV under fem prosent når stemmene er talt opp natt til tirsdag.

Dagsavisen og Aftenposten brukar altså kommentatorane til å presentere meiningsmålingar og skulevalresultat. Desse tekstane – dei tretten som er koda med tolkingsramma «ideologisk posisjonering» og tek for seg gallupar – reduserer ikkje politikken til eit spel eller ein

marknad for meiningar sjølv om fokuset er på tal heller enn politikk; dei viser interesse for moglege konvensar av valresultatet og nyttar tala til å gjere lesaren merksam på til dømes toblokkstendensar. Samstundes er analysane/spådommane så enkle at det er vanskeleg å lese dei som vesentlege bidrag til ei politisk resonerande offentlegheit. Det lesaren veit etter å ha lese desse kommentarane, er at fløypartia mest sannsynleg kjem til å gjere eit dårleg val, medan Ap og Høgre vil gjere det godt, og at dette kanskje ikkje berre er midlertidige endringar, men eit teikn på at norsk politikk i løpet av kort tid kan ende opp med berre to betydelege parti.

6.3.1 Valresultat og spelfokus

«Plan B» av Lars Unar Størdal Vegstein er eit døme på ein tekst som likt med kommentarane over tek utgangspunkt i meiningsmålingar, men som er tydeleg spelfokusert (Klassekampen, 06.09.11, s. 4). Kommentaren er ei kort analyse av SV sin valkamptaktikk med vekt på kor effektiv taktikken har vore. Eit anna døme er «Comeback», ein kommentar Vegstein og Mímir Kristjánsson har skrive saman om kor problematisk Carl I. Hagen var for Frp i valkampen (Klassekampen, 10.09.11, s. 6). Den implisitte haldninga til politikk i båe desse tekstane, er at politikken er ein leik som går ut på å kome med dei rette utspela til rett tid.

Nokre av kommentarane som fokuserer på valresultatet er prega av fleire tolkingsrammer: I «Ap slukte SV» spekulerer Hanne Skartveit på om Ap tok SV med i regjeringa for å få partiet til å forsvinne, og ho diskuterer framtida til fløypartia SV og Frp (VG, 10.09.11, s. 2-3). Teksten er koda med heile tre tolkingsrammer: «Spel», «identitet og image» og «ideologisk posisjonering». Fokuset i kommentaren er retta mot dei dårlege målingane for SV og auka veljaroppslutning om Ap, men språket resultatet er formidla i er – i motsetning til kva som er tilfelle for liknande kommentarar i Dagsavisen og Aftenposten – prega av mange språklege bilete og abstrakte formuleringar: «Da SV steg inn i de svarte regjeringstilene med sjåfør, mistet partiet både sjel og retning.» Det kjem ikkje noko konkretisering av kva som kjenneteikna sjela partiet har mista eller kva som kjenneteikna retninga SV hadde før dei gjekk inn i regjering. Forklaringane på den låge oppslutninga om SV handlar like mykje om identitet som ideologi: «SV har blitt redusert til den rødgrønne regjeringens AUFere. De som er radikale i sin ungdom, og blir ansvarlige når de møter den gjenstridige, komplekse virkeligheten.»

6.3.2 VG og Klassekampen veka før valet

I VG er det altså tolkingsramma «identitet og image» som dominerer veka før valet (sjå tabell 5.14), medan dei spelfokuserte tekstane er i fleirtal i Klassekampen i perioden (tabell 5.16). I sist nemnde avis er det ingen kommentarar som nyttar meiningsmålingar til å spå valresultatet. Avisa har tilgjengeld ein kommentar som prøver skildre større ideologiske endringar: I «Ungdom no til dags» hevdar Kjell-Erik Nordenson Kallset at ungdom dei siste ti åra har blitt meir politisk moderate både på venstre og høgresida i politikken, noko som har ført til aukande oppslutning for Ap og Høgre i skulevala (Klassekampen 09.09.11, s. 2). Kommentaren er koda med tolkingsramma «ideologisk posisjonering», men forklaringa på endringane Kallset skildrar, handlar også i denne kommentaren like mykje om sosiale endringar som at ungdommen generelt har skifta – eller i det heile er medvitne om – ideologiske grunnsyn:

Kva er det med ungdommen no til dags? Dei jobbar flittigare med skolearbeidet enn vi gjorde. Dei startar seinare og drikk mindre alkohol enn foreldra gjorde. Dei ventar lenger med å debutere seksuelt enn mødrene og fedrane. På toppen av alt vender dei ryggen til SV og Frp, som skoleungdom likte før i tida. Dei nye veljarane flokkar seg om dei gamle partia, Høgre og Arbeidarpartiet.

Konklusjonen i teksten er at «‘Keine Experimente’ er slagordet til mange veljarar i krisetider. Da er vi meir enn vanleg opptatt av styringsevne og handlekraft, noko særleg Ap og Høgre tener på. Slik er det også for ungdom no til dags.»

6.3.3 Tre unntak

Perioden 05.09 – 11.09 byr også på eit av få døme i materialet på at ein kommentar med ei spel-ramme også kan vere politisk resonerande: «Snikord» av Line Madsen Simenstad (Klassekampen 09.09.11, s. 4) handlar om korleis Siv Jensen av taktiske årsaker har endra sin eigen definisjon av «snikislamisering» frå å handle om slikt som hijab i norsk politi og halalmat i dei norske fengsla, til å dreie seg om radikal islamisme på verdsbasis.

To ande kommentar frå denne veka som også skil seg ut, er «Lokalkulturen er grunnfjellet» av Knut Olav Åmås (Aftenposten 10.09.11, del 2, s. 3) og «Frihet, likhet og sann» av Halvor Finess Tretvoll (Dagsavisen, 07.09.11, s. 2-3). I den først nemnde kommentaren gjer Åmås noko så sjeldan som å diskutere lokal kulturpolitikk med utgangspunkt i folkebiblioteka, kulturskulane, korps og kor, medan teksten til Finess Tretvoll

handlar om kor lett det er å stemme på enkeltsaker ved eit kommune- og fylkestingsval. Kommentatoren ber lesaren «løfte blikket»:

Et kommunevalg er i sterkere grad enn et stortingsvalg preget av saker: lokaliseringsspørsmål, skjenketider, markagrensar, bygging i strandsonen og bygdelistenes bekymringer. [...] Men vi stemmer på noen som i løpet av de neste fire årene også skal håndtere saker vi i dag ikke vet noen ting om. Da må man kunne stole på representantene, og vite noe om hvilke ideer og verdier som ligger bak enkeltstandpunktene. [...] Poenget er altså, at du skal stemme på mandag. Og at du godt kan løfte blikket når du velger parti.

I tillegg til at valet blir omtala som det lokalvalet det var, er kritikken Tretvoll rettar mot politikarar og veljarar interessant: «Det er verdt å minne om dette, fordi politikere for sjelden løfter blikket og snakker om brede trekk i samfunnsutviklingen på en faglig fundert måte. Dermed blir det politiske ordsiftet dårligere enn nødvendig.» Undersøkinga av tolkingsrammene presentert i dette og det føre kapittelet, tyder på at Tretvoll kunne retta den same oppfordringa til fleire av kollegaene sine.

6.3.4 Fokus på «image og identitet» veka etter valet

I veka etter valet – 23 kommentarar gjer dette til den nest største perioden i undersøkinga – er det kommentarar prega av tolkingsramma «identitet og image» det er flest av i dei fire avisene:

Periode	«Spel»	«ID»	«Sak»	«Pos.»	«Mark.»	«Kjønn»	Totalt
12.09 – 18.09	7	11	3	7	0	0	28

Tabell 6.5: Utsnitt av tabell 5.5. Viser kor mange kommentarar som er koda med dei ulike tolkingsrammene veka etter valet.

Slik det er forskjell på kor mykje kommentarane koda med tolkingsramma «ideologisk posisjonering» eigentleg fokuserer på systemet av forestillingar, oppfatningar og vurderingsmåtar bak standpunkta til veljarane, partia og politikarane – på ideologi –, er det forskjellar på kommentarane med ei identitet- og imagefokuserert tolkingsramme. «Hvor ble det av alle radissene?» av nyleg nemnde Halvor Finess Tretvoll (Dagsavisen, 17.09.11, s. 2-3) og «Det norske selvbedraget» av Harald Stanghelle (Aftenposten, 17.09.11, del 2, s. 2-3) handlar til dømes båe om identitet, men er likevel ulike dei image-fokuserte tekstane om Ola Borten Moe. Halvor Finess Tretvoll skriv om raddis-identitet i 2011 vs. 1970-talet med utgangspunkt i filmen «Sønner av Norge» der far til hovudpersonen er så opprørsk at

det er vanskeleg for hovudpersonen å gjere opprør. Dette er ein seks spaltar lang tekst over to sider – ein av dei lengste kommentarane som er med i undersøkinga – og Tretvoll går grundig til verks i å lokalisere radissen anno 2011, før han konkluderer med at det er få radissar no for tida fordi det er for slitsamt «å gjere opprør mot opprøret mot opprøret», samstundes som det er håp for radissane som ikkje har resignert: «politiske konjunkturer svinger fram og tilbake.»

I «Det norske selvbedraget» fokuserer politisk redaktør i Aftenposten Harald Stanghelle på at fire av ti med stemmerett ikkje brukte retten sin. Med utgangspunkt i valdeltakinga stiller Stanghelle spørsmål som: Var oppropa for meir demokrati og openheit i vekene etter hendingane 22. juli berre tomme frasar? Var reaksjonane på åtaka så kjærleiksfulle fordi det ikkje fanst alternativ, fordi det ikkje var nokon å hate? Han meiner nordmenn er prega av eit falsk sjølvbilete. I følge Stanghelle er ikkje Norge eit annleisland:

Feil selvbilde. Det kan være sunt med en debatt også om dette. For vi er i ferd med skape oss et selvbilde av en nasjon som er annerledes enn andre. En nasjon som til og med møter den grusomste terror bedre enn andre nasjoner gjør det. Et folk med så demokratisk ryggmargsrefleks at den tåler det meste (s. 3).

I motsetning til dei fire kommentarane om Ola Borten Moe prega av tolkingsramma «identitet og image», er både «Hvor ble det av alle radissene?» og «Det norske selvbedraget» skrive i eit nøkternt språk, men tekstane er likevel svært generaliserande: Alle radissar og alle nordmenn bli omtala som om dei er identiske. Desse tekstane er, som kommentarane om Borten Moe, døme på at eigenskapar vi vanlegvis set pris på ved medmenneska våre i «den sosiale sfæra» er like viktige i analysane av politikk. Når Halvor Finess Tretvoll skal skrive om dårleg oppslutning om fløypartia på venstresida, er det igjen raddisen sine identitetsproblem – det skamfulle ved å skilje seg ut og gjere opprør mot opprøret – ikkje politikken, som er i fokus.

Denne haldninga pregar også kommentarane med same tolkingsramme i VG. Dagen etter valdagen prenta avisa fem kommentarar, tre av dei er prega av tolkingsramma «identitet og image», to fokuserte på spel. I «Morn da Carl» av Yngve Kvistad får til dømes Carl I. Hagen sin personlegdom ansvaret for Frp sitt dårlege valresultatet, (13.11.09, s. 17), medan Frithjof Jacobsen i «Sammenbrudd på flankene» (s. 2) forklarar den høge oppslutninga til Ap og Høgre med urbanisering og auka velstand:

Norge er i ferd med å endre seg. Det store flertallet av velgerne får stadig bedre råd. Husene er større,

bilene fetere, utdannelsene lengre. Økonomisk trygghet, stabilitet og effektive løsninger i velferdsstaten er avgjørende for mange.

Folk flytter inn til de store urbane regionene rundt om i Norge. Og der stemmer mange trygt på Høyre og Arbeiderpartiet. De to partiene som er store nok til ha en grundig utformet politikk på mange saksområder.

Fokuset er på framstillinga av standpunkta: «Trygt og til tider kjedelig, er vår tids vinneroppskrift», skriv Jacobsen, eit perspektiv som også er artikulert i «Sjøvt» av Mímir Kristjánsson (Klassekampen, 17.09.11, s. 6). Fokuset er forskjellar mellom norsk og dansk valkamp, og det er tydeleg at det ikkje er den konkrete politikken som er viktig i eit val:

Torsdag gikk danskene til valg, og for et valg det ble! Resultatet kommer an på øyet som ser, men hva gjelder dramatik og gjennomføring i en valgkampinnspurt, er det liten tvil om at danskene er flere lysår foran oss. Mens norske valgendinger veksler mellom trøtte studier og halvdaffe valgaker, er det reine folkefesten i Københavns gater når danskene går til valg.

Kristjánsson forklarar høg valdeltaking med framstillinga av politikk i dansk presse:

Følger man danske politiske debatter får man i alle fall inntrykk av at tonen er friskere og replikken kjappere enn her hjemme. Det synes også på valgdeltakelsen. 87,7 prosent av danskene gikk til urnene torsdag, mens bare 60 prosent her hjemme valgte å bruke stemmeretten.

Også i Klassekampen dominerer altså tolkingsrammene som tek fokus frå den konkrete politikken og dei ideologiske utgangspunkta veka etter valet. I tillegg til Kristjánsson sin image-fokuserte tekst og den nemnde kommentaren om Ola Borten Moe prenta 16. september, hevdar redaktør Bjørgulv Braanen i «Uten blanke seire» at Ap for syns skyld bør gi SV og Sp sigrar i saker som ikkje betyr særleg mykje for partiet, men som kan vere viktig for dei to mindre partia, for å sikre raudgrønt fleirtal i neste val (13.09.11, s. 2).

6.5 Upolitiske og politisk resonerande kommentarar

Å dele kommentarane i to grupper slik eg har gjort i dette kapitlet, er sjølv sagt generaliserande, slik både tolkingsramme-omgrepet og Habermas sine teoriar om framveksten av ei borgarleg offentlegheit er det. Heiderlege unntak kan få eit ufortent dårleg rykte fordi dei er kategorisert i ein negativ ladd kategori. Ein spelfokusert tekst kan til dømes få lesaren til å reflektere over Siv Jensen sin ordbruk, slik «Snikord» av Line Madsen Simenstad gjer, og ein svært personfokusert tekst som «Morna Carl» av Hege Ulstein kan effektivt avsløre avstanden mellom Carl I. Hagen sine utspel om «latsabbar» og «døgenikkar» og Hagen sin eigen latskap som demokratisk representant for Oslo-veljarane i

byrådet.

Det er sjølvsagt også forskjellar mellom kommentarane koda med same tolkingsramme. Medan dei image-fokuserte tekstane om Ola Borten Moe er nesten kåserande i stilen, er kommentarane med same tolkingsramme frå veka etter valkampen, tilsynelatande forsøk på å analysere valresultatet i eit større perspektiv: toblokkstendensar, norsk versus dansk valkamp og valresultatet som symptom på den norske identiten. Det implisitte biletet av politikk, er likevel at det er framstillinga av standpunkta som tel. Kommentarane koda med ei spel- eller identitet og image-ramme, framstår som forsøk på å sosialisere politikken; la reglar som gjeld for det sosiale livet også gjelde for ordskifte mellom politiske motstandarar. Haldninga til politikk Habermas kritiserer i *Borgerlig offentlighet*, er med andre ord tydeleg innskriben i ein stor andel av kommentarane i undersøkinga: Politkarane det er verd å stemme på, er dei morosame eller alvorlege, dei tilbakehaldne eller dei som er «på hugget», alt avhening av kva sosiale eigenskapar kommentatoren og lesaren set pris på. Taktikk, partia sitt image og politkarane sine personlegdommar er nytta for å forklare stor eller mindre stor veljaroppslutning for dei ulike partia. Det er heller ikkje til å kome utanom at spesielt tekstane som fokuserer på «identitet og image» nyttar så generelle kategoriar at dei knapt gir meining: alle nordmenn, alle bønder, alle «raddissar», alle som stemmer Frp.

Problem knytt til generalisering og merkelappar gjeld sjølvsagt også tekstane eg kategoriserer som «politiske resonerande kommentarar». Til dømes har gjennomgangen av veka før valkampen vist at fleire av tekstane prega av tolkingsramma «ideologisk posisjonering» er så deskriptive i stilen at det er vanskeleg å kalle dei resonerande, og at analysane i eit fleirtal av tekstane med denne tolkingsramma er så enkle at det er vanskeleg å hevde at dei bidreg med vesentleg informasjon, analysar eller argument til offentlegheita. Tidlegare i oppgåva viste eg også korleis dei saksfokusererte tekstane – med kommentarane «Overbod» og «Røtter og vanskjøtsel» som døme (sjå avsnitt 4.3.4) – viser at det sjeldan er mykje informasjon i så korte tekstar som dei fleste kommentarane i materialet er.

Meiningslaus er likevel heller ikkje denne kategorien: I kommentarane prega av dei tre tolkingsrammene «sak», «ideologisk posisjonering» og «kjønn» er det i det minste ein *ambisjon* om å fortelje noko om den konkrete politikken og dei ideologiske utgangspunkta, og med det ei forståing for den delen av det politiske livet som finn stad utanfor mediescena:

slikt som stortingsarbeid, kulturminnevern, konkrete vegprosjekt eller større politiske idear, og om samanhengen mellom dei ulike nivåa, om samanhengen mellom politisk meining og politisk funksjon.

6.5.1 Regi-metaforen

«Offentligheten er dermed ikke lenger så mye et rom der meninger *dannes*, den er blitt et rom der meninger – og makt – *vises fram* etter at de er blitt til i lukkede rom» skriv Jostein Gripsrud med utgangspunkt i offentlegheitsteorien til Jürgen Habermas (1999:236). Påstanden liknar intrykket eg sit att med etter å ha lese 107 politiske kommentarar frå valkampen 2011: Dei konkrete politiske avgjerdene er noko som finn stad utanfor mediescena, og som eit fleirtal av dei politiske kommentatorane eg har lese i arbeidet med undersøkinga, verkar vere rimeleg uinteresserte i. Det dei *er* interessert i, er korleis politikarane presenterer standpunkta, argumenta og analysane «etter at de er blitt til i lukkede rom» som Gripsrud skriv. Eg har verken intervjuar politikarar, jorunalistar eller lesarar/veljarar, og eg har ikkje granska beslutningsprosessar, men med utgangspunkt i kommentarane frå valkampen 2011 meiner eg det er grunn til å undersøke vidare om regissør-merkelappen på media treng nyansering. Gir ikkje regi-ordet inntrykk av at media har meir makt enn dei har? Regissøren er trass alt hovudansvarleg på filmsettet.

Med utgangspunkt i undersøkingar av blant anna norske politiske skandalar (sjå avsnitt 4.4), er det liten tvil om at media har stor makt over enkeltskjebnar i norsk politikk, og også undersøkinga eg har gjennomført viser dei politiske kommentatorane si vilje til å ville pårverke korleis politikarane *framfører* standpunkta sine. Samstundes er det lite informasjon i kommentarane om dei konkrete avgjerdene: t.d. kven som tar avgjerdene, i kva forum og på kva grunnlag. Beslutningstakarane får i overraskande stor grad vere i fred. Funna frå undersøkinga støttar med andre opp om denne skildringa av forholdet mellom politikarar, media og offentlegheita Jostein Gripsrud formulerer med utgangspunkt i Habermas (s. 236):

De reelle, søkende, politiske diskusjonene foregår lukket i partienes ledelser, på møter i stortingskomiteene, i regjeringsmøter og i organisasjonenes styre. Stortingsdebatter er ikke reelle diskusjoner der argumentasjonen sikter mot konsensus (enighet) om hva som er sant og rett. De dreier seg om å vise fram at partiene mener noe, og har dyktige talere, særlig når fjernsynet overfører. Slike trekk kan observeres også for eksempel på partienes landsmøter. Debatten i landsmøtesalen er i stor utstrekning regisserte rekker av ferdigskrevne taler, gjerne beregnet på mediens dekning av møtet, og er oftest uten viktige politiske konsekvenser – de *viktige* og *reelle* diskusjonene foregår i lukkede komitémøter, der bare et fåtall ledende medlemmer deltar.

Kapittel 7: Konklusjonar

Innleiingsvis i oppgåva siterte eg TV 2-kommentator Stein Kåre Kristiansen som karakteriserte valkampen 2011 som «dørgende kjedelig». Undersøkinga denne oppgåva er skriva med utgangspunkt i, viser at sitatet er typisk for kommentarjournalistikken: Eit hovudtrekk ved dei 107 kommentarane i denne undersøkinga, er vilja til å klistre adjektiv på politikarar, parti og veljarar. Utgangspunktet for oppgåva var ein irritasjon: Eg meinte kommentatorane var meir interessert i taktikk enn politikk, og at dei i lita grad evna å gi lesaren innsikt i dei demokratiske prosessane og dei konkrete sakene, men undersøkinga av dei 107 kommentarane om kommune- og fylkestingsvalkampen hausten 2011, viser at om noko hemmar det kritiske potensialet i kommentarjournalistikken, er det ikkje spelfokus, men kommentatorane si interesse for personar, for identiteten til politikarane og veljarane, og for partia sine image. 27 av kommentarane i undersøkinga er koda med tolkingsramma «spel», 38 med ramma «identitet og image». Det høge talet på tekstar i kategorien «identitet og image» stemmer godt med Jürgen Habermas sin teori om sfæreutgliding: ideen om at den private og den offentlege sfæra saman med myndighetssfæra er erstatta av ei stor sfære, den sosiale. Eit hovudtrekk ved livet i denne sfæra, er i følge Habermas at framstillinga av eit standpunkt er viktigare enn innhaldet i standpunktet. Dette er ei haldning som også er lett å finne att i dei 65 spel og image-fokuserte tekstane, kommentarane eg i analysedelen av oppgåva meinte var prega av «upolitiske» eller «ikkje-politisk resonerande» tolkingsrammer. Skal ein politiskar få gode skussmål av kommentatorane, viser undersøkinga at han eller ho bør som Knut Arild Hareide sitere 1500 år gamle romerske teologar og servere angrep på politiske motstandarar med satirisk snert, eller presentere standpunkta sine i Ola Borten Moe-stil: ubyråkratisk, sjølvikkert og urokkeleg. Om kommentatorane bidreg til meir politisk spel og til meiningsmarknaden Habermas skisserer i *Borglerlig offentlighet*, er sjølv sagt avhengig av om politikarane bryr seg om desse underhaldningskrava.

Den største kategorien i undersøkinga er likevel «ideologisk posisjonering»: 42 av 107 kommentarar er koda med denne tolkingsramma. Namnet på kategorien gir intrykk av politisk resonement, men som eg har gitt døme på i analysedelen av oppgåva, er mange av kommentarane med denne tolkingsramma oppramsingar av resultat frå meiningsmålingar med korte og enkle analysar attåt. Det same gjeld dei 27 kommentarane prega av

tolkingsramma «sak»: Tekstane har ambisjon om å komme med argument og konkret informasjon, men mengden informasjon og talet på argument er – blant anna på grunn av formatet – ofte minimal. Som eg gjorde greie for i føre kapittel, meiner eg likevel ikkje at kategorien er meiningslaus: Kommentaraner koda med tolkingsrammene «sak», «ideologisk posisjonering» og «kjønn» har i motsetning til tekstane koda med rammene «spel», «identitet og image» og «marknad» eit minimum av forståing for samanhengen mellom «politisk meinig» og «politisk funksjon», til dømes om koplinga mellom større politiske idear, det daglege stortingsarbeidet og eit konkret kulturminnevernprosjekt.

I det første analysekapittelet kom det fram at dei lokale sakene og politikarane i liten grad er med i kommentaraner, medan terrorangrepet 22. juli er nemnd i 54 av 107 kommentarar. Angrepa fungerer først og fremst som eit bakteppe eller utgangspunkt for valkampen og blir ofte nemnd som årsak til lita oppslutning for Frp og Sv, og framgang for Ap. Angrepa fungerer også som eit slags måleinstrument kommentatorane prøver politiske utsagn opp mot. I materialet er det fleire kommentarar om korleis blant anna Jens Stoltenberg, Fabian Stang og Carl I. Hagen har framstått i ettertid, og eg antyda difor at talet på kommentarar med tolkingsramma «identitet og image» kanskje ville vore noko mindre utan angrepa i Oslo og på Utøya.

Ser ein bort frå terroren 22. juli som heilt klart har prega tekstane som tema, bakteppe og kanskje også ført til eit høgare fokus på identitet, er truleg ikkje kommentaraner i materialet eg har granska svært ulike kommentaraner i undersøkingane til eksempelvis Tone Tufte Nedrestøl eller Torild Aalberg og Tove Brekken. Kategorien «spel» i deira undersøkingar tilsvarar i stor grad det eg i analysedelen av oppgåva har kalla «upolitiske» eller «ikkje-politisk resonerande» tolkingsrammer, medan kommentaraner dei har koda med ei sak-ramme tilsvarar tekstar med «politisk resonerande tolkingsrammer». Ei hovuderkjenning som har kome ut av arbeidet med denne oppgåva, er difor vitskapsteoretisk. Ved å hente tolkingsrammene nytta i den kvantitative undersøkinga frå ei kvalitativ lesing av kommentaraner, i staden for å «presse» tekstane inn i kategoriane «sak» og «spel», og episodiske og tematiske tolkingsrammer, sit eg att med ein annan type informasjon om kommentarjournalistikken enn liknande undersøkingar: Det gjeld først og fremst det massive fokuset på identitet og image, på framstilling av standpunkt heller enn innhaldet.

Litteraturliste

Bøker

Allern, Sigurd (2001a): *Flokkdyr på Løvebakken. Søkelys på Stortingets presselosje og politikken medierammer*. Oslo: Pax forlag.

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

Allern, Sigurd og Ester Pollack (2009): *Skandalenes markeds plass – Politikk, moral og mediedrev*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke A/S.

Allern, Sigurd (2011): *Fjernsynsvalgkampen – Programtyper, deltakere maktkamp 1961-2009*. Oslo: Pax forlag.

Andersen, Unn Conradi (2007): *Mellomrom – Det offentlige og det private analysert i forhold til medierepresentasjonen av forfatterne Marie Takvam og Vigdis Hjort*. Universitetet i Oslo.

Barstad, Lars Henie (2003): *Politisk journalistikk i en profesjonalisert presse*. Universitetet i Oslo.

Gripsrud, Jostein (1999): *Mediekultur, mediesamfunn*. Oslo: Universitetsforlaget.

Habermas, Jürgen (1971) [1997]: *Borgerlig offentlighet – en analyse av offentlighetens endrede struktur*. Omsett av Elling Schwabe-Hansen, Helge Høibraaten og Jon Øien. Oslo: Gyldendal

Habermas, Jürgen (1996): *Between Facts and Norms – Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy*. Omsett av William Rehg. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.

Hagemann, Gro (1996) [2005]: *Aschehougs Norgeshistorie 1870-1905. Det moderne gjennombrudd*. Oslo: Aschehoug.

Hågvar, Yngve (2007): *Å forstå avisa – Innføring i praktisk presseanalyse*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS & Landslaget for Norskundervisning.

Jensen, Anders T. og Toril Aalberg (2007): *Den medialiserte politikken*. Oslo: Universitetsforlaget.

Johannesen, Asbjørn, Per Arne Tufte og Line Christoffersen (2010, 4. utg.) *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*. Oslo: Abstrakt forlag AS

Johannesen, Georg (1981) [2004]: *Om den norske skrivemåten – eksempler og moteksempler til belysning av nyere norsk retorikk 1975–1980*. Oslo: J. W. Cappelens Forlag.

Kjeldstadli, Knut (1996) [2005]: *Aschehougs Norgeshistorie 1905-1935. Et splittet samfunn*. Oslo: Aschehoug.

Montaigne, Michel de (1996): *Essays*. Omsett av Beate Vibe. Oslo: H. Aschehoug & Co

Nedrestøl, Tone Tufte (2010): *Kommentariatets diktatur*. Universitetet i Oslo.

Nerbøvik, Jostein (1999): *Norsk historie 1860 – 1914. Eit bondesamfunn i oppbrot*. Oslo: Det Norske Samlaget.

Pryser, Tore (1999): *Norsk historie 1814 – 1860. Frå standsamfunn mot klassesamfunn*. Oslo: Det Norske Samlaget.

Roksvold, Thore (1997): *Avisjangerer over tid*. Fredrikstad: Institutt for journalistikk.

Seip, Anne-Lise (1997) [2005]: *Aschehougs Norgeshistorie 1830-70. Nasjonen bygges*. Oslo: Aschehoug.

Wold, Pia Martine (2010): *Vaktbikkjer i flokk – Om kynismen i politisk kommentarjournalistikk*. Universitetet i Bergen.

Aardal, Bernt og Ragnar Waldahl (2004): «Bestemmer mediene hva vi skal mene, eller bare hva vi skal mene noe om?», i Bernt Aardal, Anne Krogstad og Hanne Marthe Narud: *I valgkampens hete*. Oslo: Universitetsforlaget.

Kjelder på nett

Aftenposten.no, URL 1: «Dette er Aftenposten», <http://a.aftenposten.no/kontakt/article3854.ece>, (Lesedato 17.01.12).

medienorge.uio.no, URL 1: «Opplagstall norske aviser», <http://medienorge.uib.no/?cat=statistikk&queryID=190&aspekt=nyheter>, (Lesedato 17.01.12).

Nettavisen.no, URL 1: «Valgets vinnere og tapere», 12.09.11, <http://stavrum.nettavisen.no/?tag=kommunevalg> (Lesedato 14.11.11).

Nrk.no, URL 1: «– Valgkampen ble så «verdig» at den ble kjedelig», 13.09.11, <http://www.nrk.no/nyheter/innenriks/valg/valg2011/1.7790911>, (Lesedato 14.11.11).

ordnett.no, URL 1: Søkeord: «Sjanger», (Lesedato 19.03.12).

ordnett.no, URL 2: Søkeord: «Ideologi», (Lesedato 09.04.12).

presse.no, URL 1: «Vær varsom-plakaten», <http://presse.no/Etisk-regelverk/Vaer-Varsom-plakaten> (Lesedato 20.03.12).

regjeringen.no, URL 1: «Medieombud», <http://www.regjeringen.no/nb/dep/kud/dok/nouer/1996/nou-1996-12/4/5.html?id=340797>, (Lesedato 20.03.12).

snl.no, URL 1: Søkeord: «Det norske teateret», (Lesedato 17.04.12).

snl.no, URL 2: Søkeord: «Folketeateret», (Lesedato 17.04.12).

VG.no, URL 1: «Stoltenberg på minnestund: – Vi må tette å stå oppreist i en kritisk tid», 24.07.11, <http://www.vg.no/nyheter/innenriks/oslobomben/artikkel.php?artid=10080701>, (Lesedato 13.12.11).

wikipedia.no, URL 1: Søkeord: «Dagsavisen», (Lesedato 23.04.12).

Avis- og tidsskriftartiklar

Andenæs, Ulf, 17.08.11: «Dystre blikk på Norge», Aftenposten , del 2, s. 3.

Isaksen, Torbjørn Røe og Audun Lysbakken: «Kommentariatets diktatur», Samtiden 1-2008 .

Kullerud, Dag, 16.08.11: «Sorgens mangfoldige rom», Aftenposten, del 2, s. 3).

Simonsen, Marie, 12.09.11: «En nasjonal prøve», Dagbladet, s. 3.

Analysemateriale

Dagsavisen

- «På tå hev», Irene Halvorsen (16.08.11, s. 2-3)
- «Mannen for de store kriser», Arne Strand (18.08.11, s. 3)
- «Bråstopp for høyrebølgen», Arne Strand (19.08.11, s. 2-3)
- «Tid er penger», Irene Halvorsen (19.08.11, s. 12)
- «De frekke og de feige», Hege Ulstein (20.08.11, s. 2-3)
- «Hagen gir seg aldri», Arne Strand (20.08.11, s. 4)
- «Stang ut», Irene Halvorsen (20.08.11, s. 8)
- «Valgets kval», Heidi Taksdal Skjeseth (22.08.11, s. 2-3)
- «Alles øyne på Jens», Arne Strand (23.08.11, s. 8)
- «Et konkurranse utsatt parti», Hege Ulstein (24.08.11, s. 3)
- «Stoltenberg tok siste stikk», Arne Strand og Irene Halvorsen (24.08.11, s. 8-9)
- «Rødt kort», Hege Ulstein (26.08.11, s. 7)
- «Den siste republikaner», Hege Ulstein (27.08.11, s. 2)
- «En stjerne er født», Arne Strand (27.08.11, s. 4)
- «Skolevalg», Hege Ulstein (30.08.11, s. 11)
- «Valget tatt av eldrebølgen», Arne Strand (31.08.11, s. 3)
- «Rød vind over Danmark», Ivar A. Iversen (01.09.11, s. 2)
- «Olja lyn», Hege Ulstein (03.09.11, s. 2)
- «Kristin og Siv taper», Arne Strand (03.09.11, s. 4)
- «Bussen har gått», Arne Strand (06.09.11, s. 2-3)
- «MDG, OMG!», Hege Ulstein (06.09.11, s. 7)
- «Frihet, likhet og sånn», Halvor Finess Tretvoll (07.09.11, 2-3)
- «Utøya vant», Arne Strand (07.09.11, s. 8)
- «Morna, Carl!», Hege Ulstein (08.09.11, s. 3)
- «De to store styrker seg», Arne Strand (08.09.11, s. 10)
- «Norske byggeklosser», Mode Steinskjer (09.09.11, 2-3)
- «Den lange valgkampen», Arne Strand (10.09.11, s. 4)
- «Mannsutvalget», Hege Ulstein (10.09.11, s. 10)

«Presset i innspurten», Arne Strand (10.09.11, s. 2)
«Høyrevind over landet», Arne Strand (13.09.11, s. 2)
«Siste kveld med Kristin», Hege Ulstein (13.09.11, s. 8)
«Farvel til Soria Moria», Arne Strand (14.09.11, s. 3)
«Blå byer», Irene Halvorsen (15.09.11, s. 3)
«Hvor ble det av alle raddisene?», Halvor Finess Tretvoll (17.09.11, s. 2-3)
«Venstre ut av respirator», Arne Strand (17.09.11, s. 4-5)

Aftenposten

«Misforstått, igjen», Ole Mathismoen (16.08.11, del 1, s. 6)
«Brennhhet valgkamp i Oslo», Ole Mathismoe (17.08.11, del 1, s. 8)
«(Mot)vilje til ledelse», Knut Olav Åmås (19.08.11, del 2, s. 2)
«Velgerne tok tenkepause», Håvard Narum (19.08.11, del 2, s. 3)
«Carl I. Hagen», Kjetil Østli (20.08.11, del 1, s. 3)
«Så tok valgkampen av», Håvard Narum (24.08.11, del 1, s. 8)
«Hvorfor ikke museene?», Lotte Sandberg (25.08.11, del 2, s. 2)
«Show og grill i studio», Torstein Hvattum (27.08.11, del 2, s. 16)
«Røtter og vanskjøtsel», Lotte Sandberg (28.08.11, del 2, s. 8)
«Troverdighetskamp», Håvard Narum (30.08.11, del 1, s. 7)
«Den vanskelige debatten», Harald Stanghelle (30.08.11, del 2, s. 3)
«På legitimiteten løs», Håvard Narum (01.09.11, del 1, s. 5)
«Det enkle og det komplekse», Dag Kullerud (01.09.11, del 2, s. 2)
«Kan bli verre», Ola Storeng (03.08.11, s. del 2, s. 2)
«Mobiliseringsuken», Håvard Narum (06.09.11, del 2, s. 3)
«Varsel om valgresultatet», Håvard Narum (07.09.11, del 1, s. 4)
«Mer forvirring», Lotte Sandberg (07.09.11, del 2, s. 9)
«Fløyenes oppgjør», Harald Stanghelle (08.09.11, del 2, s. 3)
«Det er en tid for alt», Håvard Narum (09.09.11, del 1, s. 11)
«Finale med helgardering» Håvard Narum (10.09.11, del 1, s. 9)
«I terrorens skygge», Harald Stanghelle (10.09.11, del 2, s. 2-3)
«Lokalkulturen er grunnfjellet», Knut Olav Åmås (10.09.11, del 2, s. 3)

- «Liten lettelse for SV», Håvard Narum (11.09.11, del 1, s. 3)
- «Makten i spill», Harald Stanghelle (13.09.11, del 1, s. 3)
- «Dominobrikken», Håvard Narum (14.09.11, del 2, s. 3)
- «Ny tid, ny arbeidstid», Gunnar Kagge (15.09.11, del 2, s. 3)
- «Det norske selvbedraget», Harald Stanghelle (17.09.11, del 2, s. 2-3)

VG

- «Skadelidende møter syndebukk», Åshild Mathisen (17.08.11, s. 3)
- «Jens før og etter», Elisabeth Skarsbø Moen (24.08.11, s. 2-3)
- «Striglede sosialisters parti», Hans Petter Sjøli (26.08.11, s. 2-3)
- «Lokaldemokrati i revers», Hanne Skartveit (27.08.11, s. 2-3)
- «Den blå flodbølgen», Åshild Mathisen (30.08.11, s. 2-3)
- «Fredningstiden er over», Svein A. Røhne (01.09.11, s. 2-3)
- «Trygghet for de svakeste», Åshild Mathisen (01.09.11, s. 15)
- «Barn av regnbuen», Elisabeth Skarsbø Moen (03.09.11, s. 2-3)
- «Hanene på haugen», Hans Petter Sjøli (05.09.11, s. 2-3)
- «Bye, bye, lille Lambda», Yngve Kvistad (07.09.11, s. 2-3)
- «Den motvillige kandidaten», Anders Giæver (08.09.11, s. 2-3)
- «Ap slukte SV», Hanne Skartveit (10.09.11, s. 2-3)
- «Mer demokrati», Elisabeth Skarsbø Moen (12.09.11, s. 2-3)
- «Sammenbrudd på flankene», Frithjof Jacobsen (13.09.11, s. 2)
- «Status quo», Hans Petter Sjøli (13.09.11, s. 3)
- «Vondt, verre, verst», Svein A. Røhne (13.09.11, s. 15)
- «Morn da Carl», Yngve Kvistad (13.09.11, s. 17)
- «Høyre enn himmelen», Anders Giæver (13.09.11, s. 19)
- «Venstresidens død», Anders Giæver (14.09.11, s. 2-3)
- «Ikke mye lys og varme», Frithjof Jacobsen (15.09.11, s. 7)
- «Valgblues og bakrus for Ap», Frithjof Jacobsen (16.09.11, s. 2-3)
- «Tar Storberget ansvaret?», Hanne Skartveit (17.09.11, s. 2-3)

Klassekampen

«Vingling», Mímir Kristjánsson (19.08.11, s. 4)
«Overbod», Johan Brox (20.08.11, s. 6)
«Trenger flere saker», Bjørgulv Braanen (23.08.11, s. 2)
«Lærepenge», Johan Brox (23.08.11, s. 4)
«Dynastiet», Johan Brox (24.08.11, s. 4)
«Hareide», Lars Unar Størdal Vegstein (25.08.11, s. 4)
«Krise i SV», Mímir Kristjánsson (27.08.11, s. 4)
«Erna», Mímir Kristjánsson (29.08.11, s. 4)
«Fire nye år?», Mímir Kristjánsson (30.08.11, s. 4)
«Kølsvart», Mímir Kristjánsson (31.08.11, s. 4)
«Å våkne i Bergen», Lars Unar Størdal Vegstein (01.09.11, s. 4)
«Kronprinsen», Lars Unar Størdal Vegstein (02.09.11, s. 4)
«Two-face», Mímir Kristjánsson (03.09.11, s. 6)
«Sylvi», Alf Skjeseth (05.09.11, s. 4)
«Plan B», Lars Unar Størdal Vegstein (06.09.11, s. 4)
«Eiendomsskatt», Mímir Kristjánsson (07.09.11, s. 4)
«Smutthull», Line Madsen Simenstad (08.09.11, s. 4)
«Ungdom no til dags», Kjell-Erik Nordenson Kallset (09.09.11, s. 2)
«Snikord», Line Madsen Simenstad (09.09.11, s. 4)
«Comeback», Mímir Kristjánsson og Lars Unar Størdal Vegstein (10.09.11, s. 6)
«Uten blanke seiere», Bjørgulv Braanen (13.09.11, s. 2)
«Moe», Mímir Kristjánsson og Lars Unar Størdal Vegstein (16.09.11, s. 4)
«Sjovt», Mímir Kristjánsson (17.09.11, s. 4)