

# Medierte skandaler

*Statoilsaken og Telenorsaken*  
- en mediesosiologisk analyse

Ingeborg S. H. Holmene



Masteroppgave ved Institutt for sosiologi og  
samfunnsgeografi/Det samfunnsvitenskapelige fakultet

UNIVERSITETET I OSLO

15.10.2012



# Medierte skandaler

*Statoilsaken og Telenorsaken*

- en mediesosiologisk analyse

© Forfatter

År: 2012

Tittel: *Medierte skandaler Statoilsaken og Telenorsaken - en mediesosiologisk analyse*

Forfatter: Ingeborg S.H.Holmene

<http://www.duo.uio.no/>

Trykk: Reprosentralen, Universitetet i Oslo

IV

# Sammendrag

Denne masteroppgaven er en mediesosiologisk analyse av to medierte skandaler, Statoilsaken (2003) og Telenorsaken (2008). Skandaleoppdragene i Statoilsaken handlet om avsløringer knyttet til korrupsjon i forbindelse med det selskapets ekspansjon til det iranske markedet (2003). Telenorsaken handlet om spørsmålet om brudd på etiske retningslinjer med hensyn til avsløringer om dødsfall, forurensning og arbeidsskader i forbindelse med selskapets virksomhet i Bangladesh (2008).

Problemstillingen for oppgaven er hvorvidt Telenorsaken og Statoilsaken kan kategoriseres som mediedrev i en skandinavisk forskningskontekst. Hvilke implikasjoner får i tilfelle det? Hvilke fellestrekk finner man i mediedekningen av sakene, og hva er forskjellene?

I teorikapittelet redegjøres det for begrepet mediedrev. Begrepet mediedrev ses innledningsvis på bakgrunn av mediesosiologen Thompsons diskusjon av den medierte skandalens funksjon som drivkraft innefor mediefeltet. Begrepet diskuteres i teorikapittelet med henblikk på problemstillingen og forskningsfeltet slik det skisseres i casestudiesamlingen *Skandalens Markedsplass. Politikk, moral og mediedrev* (2009). Skillet mellom politikk skandaler og politikerkandaler tematiseres i forhold til de ovenfor nevnte momenter.

I metodekapittelet redegjøres det nærmere for valg av casestudiemetoden mht. problemstillingen. Avgrensingen av analyse materialet, hvor det fokuseres på avisdekningen av Statoil september 2003, og Telenor mai/juni 2008, begrunnes og diskuteres. Det redegjøres også for Corbin og Strauss (Grounded Theory) sin diskusjon av evaluende kriterier for et forskningsopplegg. De evaluende kriterier er veiledende for metodiske valg og refleksjoner i denne oppgavens casestudium. I denne sammenheng vil det også diskuteres hvorvidt saker som ikke lenger settes på dagsorden er noe man kan tematisere og vurdere i forhold til et innsamlet datamateriale.

Analysekapitlene er bygd opp i tre deler. Først analyseres avisdekningen av Statoil, så avisdekningen av Telenor. Til sist vil mediedekningen av de to casene sammenlignes i et eget kapittel. Avisene som er valgt ut er primært Aftenposten, Dagens Næringsliv og nyhetsbyrået NTB. Begge avisene var sentrale i dekningen av sakene, mens NTB er tatt med for å belyse spredningen av sakens vinklinger til andre medieplattformer. For å sammenligne likheter og forskjeller i mediedekningen, har jeg konstruert en kodebok som deler inn avisartiklene mht.

om vinklingen er kritisk og/eller stillingtagende. Kodebokens kategorier er konstruert for å operasjonalisere forskningsspørsmålet om mediedrev mht. sakens omfang og kritiske dekning. En nærlesning av artiklene er nødvendig for om man kan identifisere ulike faser i opprullingen av skandalene, og hva slags implikasjoner dette har mht. likheter og forskjeller mellom de to casene.

Analysen av Statoilsaken viser at mediedekningen er personfokusert og knyttet til en prosess rundt konsernlederens avgang. Jeg finner dermed støtte til tesen om mediedrev, hvor kritisk vinkling, fokus og omfang sprer seg på tvers av forskjellige redaksjoner. Dette mediedrevet medvirket til at pressen, med Dagens Næringsliv i spissen, ble en sterk pådriver for at konsernleder Fjell ble sparket av styret fra sin stilling den 24. september 2003.

Jeg finner også ansatser til et ledersentrert mediedrev i Telenorsaken. Det er særlig hovedtendenser i avisdekningen som illustrerer denne formen for mediedramaturgi. Dokumentarfilmen, som først var ute og avslørte brudd på Telenors "Codes of Conduct", skiller seg ut fra resten av mediedekningen, ved at kritikken i større grad setter fokus på selskapets institusjonelle praksis enn konsernsjefens eventuelle normbrudd og fratredelse.

Den negative medieomtalen i avisene eskalerer imidlertid ikke til en prosess som ender med konsernsjef Baksaas sin avgang. Selv om jeg i dette tilfellet også finner empirisk belegg for en varig og kritisk mediedekning, hvor det stilles spørsmål ved konsernlederens tillit i kommentarstoffet, er den medierte skandalen sammenlignet med Statoilsaken mindre omfattende. Reportasjestoffet i Dagens Næringsliv illustrerer at avisen ikke var like intens i sin kritikk i Telenorsaken. Dagens Næringsliv overtok dermed ikke Aftenpostens tilløp til en relativt kritisk dekning av Telenor og konsernsjefen i sakens første faser.

En av grunnene til at Telenorsaken ble mindre omfattende kan være at "eierskapet til saken" er mer fragmentert mellom ulike medieplattformer (NRK, Aftenposten og Dagens Næringsliv). Andre viktige forutsetninger er at medieutviklingen ble styrt i en annen retning ved at: 1) Telenor bidro til å styre hvem som fikk eksklusivitet, der selskapet byttet fra Aftenposten til Dagens Næringsliv i viktige vendepunkt for saken 2) Telenor var på offensiven i forkant av visningen av dokumentarfilmen 3) konsernlederen la seg fullstendig flat for kritikken 4) en ny sak dominerte mediebildet i juni (Telenors eventuelle oppkjøp av Telia Sonera), som overskygget den medierte skandalen.







# Forord

Takk til hovedveileder Anne Krogstad (Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi, UiO), og biveileder Eli Skogerbø (Institutt for medier og kommunikasjon, UiO) for konstruktive råd og veiledning. Takk til Fredrik Engelstad, som i forbifarten foreslo å sammenligne Telenorsaken med Statoilsaken.

Takk til studiekonsulent Kathrine Løvberg (Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi, UiO) for tilrettelegging av studier, og hospitering på masteremner i medievitenskap.

Takk til Maria, Synnøve og Sunniva for korrektur og gode innspill.

# Innholdsfortegnelse

<b>1</b>	<b>Innledning.....</b>	<b>1</b>
1.1	Statoilsaken.....	1
1.2	Telenorsaken .....	2
1.3	Medierte skandaler .....	2
1.4	Problemstilling .....	3
1.5	Skandalens dramaturgi .....	3
1.6	Avgrensning.....	5
1.7	Oppgavens oppbygning og struktur.....	7
<b>2</b>	<b>Teorikapittel.....</b>	<b>10</b>
2.1	Kapittelets struktur .....	10
2.2	Forskningsfeltet.....	12
2.3	Politikerskandale og politisk skandale.....	13
2.4	Tesene om medieutvikningen.....	14
2.5	Definisjon av begrepet mediedrev .....	15
2.6	Diskusjon av dimensjon to og fem.....	17
2.7	Mediedrev og mediekritikk.....	21
2.8	Stillingtagende reportasjer.....	22
<b>3</b>	<b>Metodekapittel .....</b>	<b>25</b>
3.1	Evalueringskriterier for forskningsopplegg .....	26
3.2	Teoretiske begreper .....	28
3.3	Valg av case .....	29
3.4	Kodeboken.....	31
3.5	Kodebyttet i reportasjestoffet.....	34
3.6	Fasene i mediedrevet .....	36
3.7	Søkeordene i Atekst .....	37
3.8	Atekst, Mikrofilmarkivet og avisutvalg .....	39
3.9	Studiet av dagsordenmakt og metodiske refleksjoner rundt analysen .....	41
3.10	Strukturen i analysekapitlene .....	42
<b>4</b>	<b>Statoilskandalen.....</b>	<b>43</b>
4.1	Spørsmål om tillit og fokus på person.....	43
4.2	Dagens Næringsliv som toneangivende.....	44
4.3	Tidsbilde over Statoilskandalens ulike faser .....	45
4.4	Første akt .....	48
4.5	Oversikt Dagens Næringslivs artikler uke 36/37 .....	52
4.6	Andre akt .....	56
4.7	Tredje akt og epilog .....	59

4.8	Mediedekningen i Aftenposten uke 37 .....	64
4.9	Mediedekningen i NTB.....	67
4.10	Oppsummering Statoilskandalen.....	72
<b>5</b>	<b>Telenorskandalen.....</b>	<b>74</b>
5.1	Tre ulike fokus .....	74
5.2	Dokumentarfilmen i sakens første akt .....	76
5.3	Avisdekningen - omfang og metodiske refleksjoner.....	79
5.4	”Kunsten å starte en motbrann” - de førende avisene i Telenorsaken .....	82
5.5	Fra første til andre akt - Aftenposten i mai.....	83
5.6	Dagens Næringsliv mai 2008.....	89
5.7	Dagens Næringsliv sin dekning av Telenor juni .....	92
5.8	Aftenpostens dekning i juni .....	94
5.9	Fra “uansvarlig” til “tragisk” – rapportering fra NTB .....	96
5.10	Etterspillet.....	99
5.11	Oppsummering - tredelt eierskap i sakens tre akter.....	101
<b>6</b>	<b>Komparativ analyse av Statoilskandalen og Telenorskandalen.....</b>	<b>102</b>
6.1	Fellestrekk .....	102
6.2	Sakens omfang.....	103
6.3	Spørsmål om tillit.....	105
6.4	Mediebildet i stort i lys av sakens faser .....	106
6.5	Sammenfatning av forskjeller.....	108
<b>7</b>	<b>Sammenfatning og avslutning .....</b>	<b>111</b>
7.1	Sammenfatning .....	111
7.2	Sentrale funn og implikasjoner .....	112
7.3	Oppgavens begrensninger .....	114
7.4	Oppgavens bidrag.....	115
	<b>Litteraturliste .....</b>	<b>116</b>
	<b>Vedlegg.....</b>	<b>128</b>

# Tabeller og figurer

## 3 Metodekapittel:

**Tabell 1.** Kodeboken for analysen og organiseringen av datamaterialet. Datamaterialet som skal kategoriseres på bakgrunn av kodeboken er hovedsakelig reportasje- og kommentarstoff fra NTB, Dagens Næringsliv og Aftenposten. **Side 33**

## 4 Statoilskandalen:

**Tabell 2.** Oversikt over dekningen av Statoil og Olav Fjell fra uke 36 – uke 40. Tabellen er generert fra søkedatabasen A-tekst, etter søkeordene ”Olav Fjell” AND ”Statoil”. For en diskusjon av søkeord, se egen diskusjon i metodekapittelet og i Telenorskandalelet. **Side 46**

**Bilde 1.** Førstesideoppslag Dagens Næringsliv 6/7.9.2003 (Kopi av avisrull Mikrofilmarkivet, Nasjonalbiblioteket). **Side 49**

**Tabell 3.** Sitater, og analyse av reportasjeartikkelen ”Statoil gir 115 mill. for råd om Iran” (DN 6.9.2003). Reportasjen er det første oppslaget i mediene om Statoilsaken. Analysen i høyre kolonne er basert på kodeboken, med vekt på Schudsons begrep om journalistenes kodebytte mellom ”subjektive” og ”objektive” journalistiske koder (Schudson 2003:186,187). **Side 51**

**Tabell 4.** Fullstendig oversikt over Dagens Næringsliv sin dekning av saken uke 36 og 37. Artikkene er samlet fra søkedatabasen Atekst, etter søkeordene ”Olav Fjell” AND ”Statoil”. **Side 53**

**Bilde 2.** Førstesideoppslag Dagens Næringsliv 10.9.2003 (Kopi av avisrull Mikrofilmarkivet, Nasjonalbiblioteket) **Side 55**

**Tabell 5.** Sitater, og analyse av Lederen ”Statoil og minister i katterpine” (DN 13.9.2008). Lederen er skrevet etter at konsernleder Fjell har fått styrets tillit, midtveis i saken andre akt (prosessen). **Side 56**

**Tabell 6.** Fullstendig oversikt over dekningen i Dagens Næringsliv uke 38. Artikkene er samlet fra søkedatabasen Atekst, etter søkeordene ”Olav Fjell” AND ”Statoil”. **Side 58**

**Tabell 7.** Oversikt over dekningen av Statoilsaken i Dagens Næringsliv i uke 39. **Side 61**

**Bilde 3.** Førstesideoppslag Dagens Næringsliv 22.9.2003 (Kopi av avisrull Mikrofilmarkivet, Nasjonalbiblioteket). **Side 63**

**Tabell 8.** Oversikt over Aftenpostens dekning av Statoilsaken i uke 37. Artikkene er funnet via søkedatabasen Atekst, etter søkeordene ”Olav Fjell” AND ”Statoil”. **Side 67**

**Tabell 9.** Oversikt over dekningen av Statoilsaken av NTB, Dagens Næringsliv og Aftenposten fra uke 36 til og med uke 40. **Side 68**

**Tabell 10.** Oversikt over dekningen av Statoilsaken i nyhetsbyrået NTB, uke 38. **Side 71**

## 5 Telenorskandalen

**Figur 1** Søylediagram generert fra Atekst etter søket på ordene *Baksaas* og *Telenor* fra mai til og med september 2008. **Side 79**

**Tabell 11** Samlet oversikt over avisdekningen av Telenor og Baksaas i Aftenposten i mai 2008. Kodingen er gjort på bakgrunn av kodingen i tabell 1. Oversikten er laget på bakgrunn av søk i Atekst for denne perioden. **Side 85.**

**Bilde 4:** Førstesideoppslag Aftenposten 16.5.2008 (Fotokopi fra Nasjonalbibliotekets digitale bildearkiv under utarbeiding). **Side 86**

**Tabell 12.** Oversikt over Dagens Næringsliv sin dekning av Telenor og Baksaas i mai 2008. Kodingen er gjort på bakgrunn av kodeboken, tabell 1. Oversikten er laget på bakgrunn av søk i Atekst for denne perioden. **Side 90**

**Tabell 13.** Oversikt over Dagens Næringsliv sin dekning av Telenor og Baksaas i juni 2008. Kodingen er gjort på bakgrunn av kodingen i tabell 1. Oversikten er laget på bakgrunn av søk i Atekst for denne perioden. **Side 93**

**Tabell 14.** Oversikt over Aftenposten sin dekning av Telenor og Baksaas i juni 2008. Kodingen er gjort på bakgrunn av kodingen i tabell 1. Oversikten er laget på bakgrunn av søk i Atekst for denne perioden. **Side 95**

**Tabell 15.** Oversikt over NTBs sin dekning av Telenor og Baksaas fra mai-juli. Artikkene som er tatt med i oversikten er alle relatert til saken. Saker tilknyttet oppkjøp av TeliaSonera er for eksempel ikke inkludert. Kodingen er gjort på bakgrunn av kodingen i tabell 1. **Side 97**

## **6 Komparativ analyse av Statoilskandalen og Telenorskandalen**

**Tabell 16** Aftenposten og Dagens Næringsliv sin dekning av **Telenorsaken mai 2008**. Oversikten er basert på de artiklene som er kodet og analysert i kapittel 5. Analysen viste at det var et skifte i eksklusivitet mellom Aftenposten og Dagens Næringsliv i mai. Det som er markert i grått er negativ dekning. Artiklene som er kodet med 3 representerer reportasjestoffet hvor journalisten, men ofte kilder, ikke tar kritisk stilling til saken. **Side 103**

**Tabell 17.** Dagens Næringsliv sin dekning av **Statoilskandalen september 2003**. Oversikten er basert på de artiklene som er kodet og analysert i kapittel 6. Negativ pressdekning er markert i grått. Kode 3, representerer reportasjestoffet hvor journalisten ikke tar aktivt kritisk stilling (men negativ vinkling reflekter ofte ved valg av kilder som uttaler seg). Kode 3/2 er reportasjefjournalistikk hvor journalisten har en tydelig stemme og tar aktiv kritisk stilling i saken. **Side 104**

**Tabell 18.** Spørsmål om tillit i reportasjestoffet i Dagens Næringsliv totalt 7 ganger i tidsrommet fra 11 - 23 september. Artikler som mistenkeliggjør Olav Fjell i samme tidsrom er ikke tatt med. Kun artikler som eksplisitt stiller spørsmål om Fjell sin tillit, av journalistene slik det er gjengitt i reportasjene. **Side 106**

**Figur 2.** Statoilskandalen i det analyserte tidsrommet 6. september – 1. oktober. Linjediagrammet er generert fra Atekst, etter søket på Olav Fjell og Statoil (kun papiraviser). Tidsperioden er tilsvarende det tidsrom hvor avisene Dagens Næringsliv, Aftenposten og nyhetsbyrået NTB er analysert. Vi må dermed presisere at ikke alle artiklene i diagrammet under har vært gjenstand for analyse, og at det kan tenkes at vinklingene her ikke er identiske med de toneangivende mediene. De følger imidlertid samme frekvens som utviklingen av saken i det analyserte materialet (se kapittel 4). **Side 107**

**Figur 3.** Telenorskandalen i det analyserte tidsrommet 14. mai - 1. juli. Linjediagrammet er generert fra Atekst, etter søket på Baksaas og Telenor (kun papiraviser). Tidsperioden er tilsvarende det tidsrom hvor avisene Dagens Næringsliv, Aftenposten og nyhetsbyrået NTB er analysert. Jeg må presisere at ikke alle artiklene i diagrammet under har vært gjenstand for analyse, og at det kan tenkes at vinklingene her ikke er identiske med de toneangivende mediene. **Side 107**



# 1 Innledning

Hva skjer når et selskap settes i mediens kritiske søkelys som følge av at de har brutt et etisk regelverk? Jeg vil i denne oppgaven se nærmere på to medierte skandaler i forbindelse med brudd på det etiske regelverket. Normbruddene er av ulik karakter. Selskapet Telenor ble rammet av mediens kritiske søkelys i forbindelse med avsløringer knyttet til anklager om arbeids- og miljøkriminalitet våren 2008. Selskapet Statoil ble rammet av anklager om korrupsjon høsten 2003. Begge normbruddene er knyttet til to avsløringer som har kommet i en brytningstid hvor de to statlig eide selskapene relativt nylig er delvis privatisert og i gang med internasjonalisering av sine respektive økonomiske foretak.

## 1.1 Statoilsaken

Konsernleder Olav Fjell ble tvunget til å fratrukke sin stilling som konsernleder i Statoil som følge av avsløringer om mulig korrupsjon. Avsløringene ble lekket til Dagens Næringsliv av hemmelige kilder internt i virksomheten. Saken kom på trykk første gang 6. september 2003. Etter noen runder i mediene, styret og generalforsamlingen, der konsernleder Olav Fjell fortsatt hadde tillit midtveis i prosessen, endte det til sist med at han ble tvunget til å gå den 23. september 2003. Da hadde allerede internasjonal leder Richard Hubbard, og styreformann Leif Terje Løddesøl fratrukket sine stillinger (Hubbard 12. september, Løddesøl 22. september).

Korrupsjonsanklagene var knyttet til utbetalingen av høye honorarer i forbindelse med en konsulentavtale med selskapet Horton Investments. Horton Investments kunne gjennom mellommannen Abbas Ydzdi knyttes til Irans forhenværende presidentsønn Ali Hafsjani. Tilgang til det iranske kraftmarkedet var antatt å være motivasjonen bak den omstridte avtalen. Konsernleder Fjell beklaget seg spesielt for at det var brudd på etiske retningslinjer som felte han (DN 24.9.2003). Analysen av Statoilsaken vil vise at både politikere fra øverste hold og Økokrim ble involvert i oppvasken i pressen. Det var først midtveis i saken, da Økokrim kom på banen, at man ser en klarere kriminalisert hovedvinkling av skandalen.

## 1.2 Telenorsaken

Fem år etter får kommer en ny skandale i forbindelse med internasjonaliseringen av et annet delprivatisert, statseid selskap: Telenor. Avsløringer om kritikkverdige arbeidsvilkår, bruk av barnarbeid og dødsfall i forbindelse med underleverandører som produserer mobilmaster for selskapet, gjør at Telenor får mediens kritiske søkelys rettet mot seg i mai 2008. Men denne gangen kan det virke som om mediehåndteringen har endret seg i forbindelse med etiske kriser ved internasjonaliseringen av de statlig eide virksomhetene.

Telenor, og deres konsernsjef Jon Fredrik Baksaas, er tidlig ute med en motoffensiv i mediene (Aftenposten 14.5.2008), før den kritiske dokumentarfilmen *Et tårn av løfter*, ble vist på NRK (NRK 15.5.2008). Kritikken i dokumentarfilmen går ut på at Telenor ikke følger sine egne etiske retningslinjer ("Codes of Conduct") når de ekspanderer til det asiatiske markedet, med virksomheter i blant annet i Bangladesh. Frilandsjournalisten Heinemann avslører i filmen at vilkår for arbeidere på mobilmastfabrikkene og forurensning av (nær)miljøet ikke er i tråd med de etiske retningslinjene. Flere ekspertkilder blir i filmen trukket inn for å underbygge påstander om arbeids- og miljøkriminalitet. Analysen av utvalgte papiraviser vil vise at saken kom i mediens søkelys og dominerte deler av mediebildet i mai 2008. Baksaas klarte allikevel å ri mediestormen av og ble sittende som konsernsjef.

## 1.3 Medierte skandaler

Den britiske mediesosiologien John B. Thompson vektlegger i sin historisk komparative analyse av medierte skandaler: *The Political Scandal*, at det ikke nødvendigvis er alvorlighetsgraden ved brudd på den etiske kodeksen som gjør at en mediert skandale eskalerer (Thompson 2000). Thompson fremhever at det er andregangsoverskridelsen som gir næring til at en etisk skandale får utstrakt spalteplass: Når mediene avslører at man forsøker å dekke over sine spor i forbindelse med avsløringer om normbrudd (Thompson 2000:17, Midtbø 2007: 45, 50-55). Thompson vektlegger mediens konstituerende rolle i skandaliseringen, og beskriver begrepet mediert skandale på følgende måte:

Most *Mediated scandals* are not simply scandals which are reported by the media and exists independently of them: they are, in varying ways and to some extent, *constituted by mediated ways of communication*" (Thompson i Lull & Hinerman 1998: 49. min utheving)



Slik sett er det ikke overtrampet i seg selv men heller prosessen rundt - det medierte aspekt - som blir avgjørende for hva slags konsekvenser en skandale får. Det medierte aspekt, og utøvelsen av pressens makt i forbindelse med opprullingen av en skandale, kan analyseres på bakgrunn av begrepet om mediedrev. Dette begrepet vil jeg redegjøre for og sette inn i en forskningstradisjon i teorikapittelet. Mediert skandalisering over tid truer i siste instans med å rokke ved en aktørs legitime maktgrunnlag. Et spørsmål om etikk blir ikke lenger et spørsmål om livssyn, men transformers i den medierte skandalen<sup>1</sup> til et spørsmål om maktbalanse.

## 1.4 Problemstilling

I denne oppgaven ønsker jeg å gå nærmere inn på prosessen som kan knyttes til det medierte aspekt ved opprullingen av skandalen. Problemstillingen for oppgaven er: *Kan Telenorsaken og Statoilsaken kategoriseres som mediedrev i en skandinavisk forskningskontekst? Hvilke implikasjoner får i tilfelle det? Hvilke fellestrekk finner man i mediedekningen av sakene, og hva er forskjellene?*

Jeg vil i teorikapitlet diskutere og avklare begrepet mediedrev opp mot hvordan det har blitt brukt i en skandinavisk forskningskontekst. I metodekapitlet vil jeg gå inn på hvordan man kan organisere det empiriske materialet på bakgrunn av denne problemstillingen. Kodeboken og hvordan man kan dele inn saken i ulike faser, vil her diskuteres. Før jeg gjør dette, vil jeg imidlertid avklare hva man legger i skandalebegrepet med henblikk på det trivielle og det strafferettslige, samt hvordan Telenorsaken og Statoilsaken ikke er typiske eksempler på næringslivsskandaler, men heller befinner seg i en gråsoner mellom det økonomiske og politiske felt. Dette får igjen konsekvenser for at en kan sette casen i sammenheng med forskningsfeltet knyttet til studiet av politiske skandaler.

## 1.5 Skandalens dramaturgi

Alvorlighetsgraden av normbruddet spiller, som nevnt, ikke nødvendigvis en viktig rolle når det gjelder fortolkningen av hva som kan anses som en skandale:

En skandale kan i prinsippet hente næring i alt fra harmløse tabber til grove kriminelle handlinger. Om en skandale skal forløses eller ei handler ikke minst om *journalistisk vinkling*

---

<sup>1</sup> Problemstillingen knyttet til begrepet om mediedrev er stilt fordi jeg ønsker å belyse noen sider av denne måten mediene bidrar til å konstituere skandaliseringen.

(...) Skandalens dynamikk tar gjerne form av dramaturgisk forløp med en betydelig innslag av uforutsigbarhet. Selv drevne mediestrategier vil ha problemer med å kontrollere slike forløp, selv om de forsøker med økende grad av raffinement (Eide 2001: 21 min utheving)

I ordets mest intuitive forstand kan det likevel kanskje virke som om begrepet skandale er en for triviell betegnelse til å beskrive mediedekningen av saker hvor partene potensielt har begått et alvorlig lovbrudd.<sup>2</sup> Mediært skandalisering dekker et bredt spekter av saker: Fra relativt trivielle, etiske normbrudd av privat karakter, til saker som i siste instans kan være lovstridige.

I *Skandalenes Markedsplass* kategoriseres Statoilskandalen fra 2003 som et illustrerende eksempel på en politisk skandale, til forskjell fra en politikerskandale:

”I Norge har flere politikkskandaler de siste tiårene vært knyttet til statlig og politisk ansvar innen oljebransjen, blant de mest kjente er overskridelsene på Mongstad I 1897 og korrupsjonssaken mot Statoil i 2003 av en iransk tjenestemann”(Allern og Pollack m.fler 2009:15).<sup>3</sup>

Skandalen defineres her ikke som en næringslivsskandale, men som en politisk skandale. Dette er en definisjon som kan diskuteres. Med tanke på privatiseringen av selskapet de siste tiårene, er det ikke gitt at man definerer saken innenfor det politiske felt. Den samme problemstillingen gjelder for Telenorskandalen fem år senere. Tidspunktet for skandalen kommer her i en epoke hvor delprivatiseringen av de statlige selskapene i mindre grad er oppe til diskusjon.

Når jeg allikevel i denne oppgaven setter disse to casene inn i et forskningsfelt der begrepsapparatet er hentet fra en forskningstradisjon som vektlegger politiske og politikerskandaler (det politiske felt), er dette begrunnet med at *politiske aktører* involveres via journalistene i mediebildet i forbindelse med skandaliseringen. I tillegg til at selve normbruddet: Bruddet på de etiske retningslinjene, nettopp her knyttes til at selskapene befinner seg i en gråsoner mellom det økonomiske og politiske felt. De etiske retningslinjene selskapene bekjenner seg til, kan delvis ses som en arv fra tiden da selskapene hadde tettere

---

<sup>2</sup> Skandaledekningen i forbindelse med Monicagate, hvor presidentens utroskap dominerer mediebildet til den minste detalj, kan tjene som eksempel på skandalens trivielle dimensjoner. Skandalene forbindes allikevel i pressehistorien ofte også med mediernes legitime makt. Et eksempel som ofte her trekkes frem her er Watergate, skandalen som står som en milepæl over den nye kritisk, undersøkende journalistikken, og dessuten gav opphavet til prefikset gate (Midtbø 2007:14,18).

<sup>3</sup> Jeg komme tilbake til definisjonen av politikerskandaler og politiske skandaler og hvordan dette forholder seg til begrepet om mediedrev, i teorikapittelet.

bånd til samfunnet/staten for øvrig. Selv om Corporate Social Responsibility (CSR) og samfunnsansvar også er utbredt for private foretak og bedrifter (Ihlen m. fler 2011).

En viktig distinksjon mellom det politiske og økonomiske felt er at næringslivstopper i større grad enn politikere har interesse av å unndra seg mediernes søkelys. Politikerne har et mer tvetydig forhold til å være synlig i mediene fordi politikere er avhengige av oppmerksomhet fra mediene for å kunne sikre sitt maktgrunnlag (Allern & Pollack m. fler 2009:15)<sup>4</sup>. Konsernlederne for Telenor og Statoil trenger i motsetning til politikere ikke i samme grad å legitimere sitt offentlige virke på demokratiets premisser. Dermed har ikke konsernledere den samme interessen av å dominere mediebildet. Indirekte er selskapene likevel mer sårbare for mediernes søkelys enn privateide selskaper fordi de i prinsippet ligger under politisk kontroll, og dermed ofte blir en synlig del av den politiske debatten. Dette indirekte maktkretsløpet medvirker til at så lenge selskapene er eid av staten, er sannsynligheten større for å komme i mediernes søkelys. Skandalene som undersøkes i denne oppgaven, befinner seg i en gråsoner mellom det politiske og økonomiske felt.

## 1.6 Avgrensning

Jeg kunne i denne oppgaven valgt å gå inn på teorier om (CSR) og forskningsfeltet tilknyttet denne teoritradisjonen. Det er gjort mye spennende på dette feltet, med blant annet Øyvind Ihlen sin bok om emnet *The Handbook of Communication and Corporate Social Responsibility*, hvor bidragsyterne diskuterer hvorvidt CSR virkelig fungerer som etisk forpliktende for selskaper som tilskriver seg denne sosiale profileringen (Ihlen m. fler 2011). Både Statoil og Telenor er selskaper som forbindes med dette sosiale engasjementet. Som statlige, delprivatiserte selskaper har de også ofte vært trendsettere når det gjelder å innføre og integrere CSR i virksomheten.

Til tross for at dette kunne vært en interessant innfallsvinkel, vil det teoretiske rammeveket for denne oppgaven være et begrepsapparat som fokuserer på mediemekanismer. Årsaken til at jeg har tatt dette valget, er at en kan gå mer i dybden på hvordan mediene vinklet skandalen som fulgte i kjølevannet av at de etiske retningslinjene ikke ble fulgt. Slik sett er det mer

---

<sup>4</sup> Partienes og politikernes avhengighet av mediene har økt, og tilpasningen til medielogikken er karakterisert som politikens medialisering (Asp 1986, Jenssen og Aalberg 2007 i Allern & Pollack 2009:15)

interessant å bruke ett begrepsapparat som tidligere har blitt brukt til å belyse andre medierte skandaler, fortrinnsvis på det politiske felt.

Jeg ønsker også å presisere oppgaven at ikke analyserer årsakene til at sjefene for de statlig eide selskapene måtte gå. Årsaksbildet er mer komplekst enn at det kan forklares med oppslag i mediene alene.<sup>5</sup> Fokuset i denne oppgaven er snarere på hvilke hovedvinklinger som ble dominerende gjennom mediestormen mot selskapene.

I tillegg er det viktig å presisere at oppgaven ikke studerer publikum sin resepsjon av skandalen. En slik studie ville fordret spørreundersøkelser eller intervjuer hvor man for eksempel undersøker selskapenes omdømme før og etter skandalen. Dette kunne vært et interessant supplement til oppgaven. Et slikt studium, eller et studium som inkluderte intervjuer eller annen form for deltagende observasjon, kunne vært velegnet for å se på medietekstenes "decoding" (Stuart Hall 2003). Folk avkoder tekster forskjellig, og det mediene vektlegger (les: journalister og redaksjoner) og måten de fortolker en sak, kan godt være annerledes fra hvordan ulike laug og andre samfunnsgrupper avkoder tekst.

Jeg har imidlertid valgt å fokusere på det medieforskeren Martin Eide betegner som et institusjonelt perspektiv på mediemakt:

Moderne massemedier er arenaer for og aktører i en rekke sosiale prosesser i samfunn av vår type. De er formidlingsaktører av den logikk mediene målbærer, har en tendens til å påvirke ulike sosiale felt. Vi kan for eksempel undre oss over om at det så ofte er slik at en journalistisk logikk gjennomtrenger andre sosiale felt og fører til endringer i styrkeforholdene innenfor disse andre feltene og "påvirker hva en gjør der, og hva en produserer der" (Bourdieu 1998:96). Derfor blir det avgjørende å få et sosiologisk grep om mediens makt eller maktformer der mediene spiller en nøkkelrolle. Det blir påkrevd å anlegge *et institusjonelt perspektiv* på massemedier og på spørsmål om medier og makt. For mediemakt handler ikke her først og fremst om mulige effekter på individer, deres holdninger og oppfatninger, men på *institusjonelle virkninger av medier og samvirket mellom medier og andre samfunnsinstitusjoner* (Eide 2008: 22,23 min utheving)

Sentralt i dette perspektivet er hvordan ulike samfunnsinstitusjoner, inklusive media, utspiller sine maktressurser ovenfor hverandre. For å kunne undersøke denne maktbalansen, vil vi analysere denne maktkampen slik den kommer til uttrykk i mediene. Mediestoff er særegent som et slik empirisk analysemateriale fordi mediene nettopp både er en arena for diskusjon,

---

<sup>5</sup> Det er andre mekanismer som påvirker utfallet av saken enn medielogikker. For en analyse av forholdet mellom for eksempel statlig styring og avskjedigelser av Statoil-sjefer, se Berit Gravdahl sin masteroppgave: Forhold med forviklinger Statlig styring og eierskap overfor Statoil (Gravdahl 2007)

samt en maktaktør i seg selv. En analyse av mediestoff og medietekster er slik sett først og fremst et studium av ”encoding”. Det vil si at man studerer meningsinnhold, slik det er tekstlig bygd opp gjennom argumentasjon, og bruk av for eksempel objektiv eller subjektiv fundert retorikk. På samme tid vil et studium som tar for seg hvordan narrativer utvikler seg (dvs. hvordan en sak utvikles i ulike faser) og av ulike forfattere (journalister, kommentatorer, redaksjonen og andre kilder som kommer på trykk) til en viss grad også være et studium av hvordan saken fortolkes av personer som har mektige posisjoner i samfunnet. Slik sett er dette analysegrunnlaget også egnet til en form for studie av ”decoding”. Det vil si den type ”decoding” som kommer til syne ”frontstage”. Begrepet ”frontstage” refererer her til Goffmans skille mellom ”backstage” og ”frontstage”, i analysen av sosiale situasjoner (Goffman 1971, Smith (2011: 137).

Her er Goffmans begrepspar fra teaterverden overført fra hans analyser av sosiale situasjoner ved ansikt-til-ansikt, til en medierte kontekst hvor mediene setter premissene for kommunikasjonen. Denne formen for sosiologisk medieanalyse er tidligere introdusert av Anne Krogstad i boken Image i politikken (Krogstad 1999:14, 22). En viktig distinksjon mellom Goffmans og Krogstads analyser er det faktum at inntrykkskontrollen blir mer kalkulert, og mindre umiddelbar, da kommunikasjonen på mediefeltet i større grad er profesjonalisert (Krogstad 1999:14,15). På samme tid er det mer lekkasje fra bakregionen (”backstage”) til frontregionen (”frontstage”) (Allern & Pollack m.fler 2009:15). Dette setter også premissene for denne medieanalysen av Statoilsaken og Telenorsaken.

## **1.7 Oppgavens oppbygning og struktur**

I avsnittene under vil jeg presentere oppgavens struktur.

Teorikapittelet fokuserer på teori- og begrepsdannelsen i forskningsfeltet på medierte skandaler. Det vil redegjøres for begrepet mediedrev og hvorfor jeg har valgt å bruke dette fremfor for eksempel mediernes flokkjakt. Begrepet mediedrev diskuteres med henblikk på problemstillingen og mht. forskningsfeltet i en skandinavisk kontekst (med overvekt av norske case Allern & Pollack m.fler 2009). De fem dimensjonene begrepet mediedrev består av, vil jeg redegjøre for i teorikapittelet. Teorikapittelet kommer før metodekapittelet, fordi begrepet om mediedrev (som står sentral i problemstillingen) bør klargjøres før fremgangsmåten til analysen presenteres i metodekapittelet.

Metodekapittelet er ikke fritt for teori, men all teori som trekkes inn i metodekapittelet er inkludert fordi de er knyttet til metodiske refleksjoner rundt datautvalg/innsamling. I metodekapittelet redegjøres det for valg av casestudiemetoden mht. problemstilling og forskningsfelt. Avgrensingen av analyse materialet, hvor det fokuseres på avisdekningen av Statoil september 2003, og Telenor mai/juni 2008, samt valg av søkeord i mediearkivet Atekst vil bli begrunnet og diskutert. Evaluerende kriterier for forskningsopplegget slik de presenteres hos Corbin og Struss (Grounded Theory) vil være veiledende for metodiske valg og refleksjoner (Corbin & Strauss 1990, 2008).

Kodeboken som ligger til grunn for kategoriseringen av avisdekningen vil det også redegjøres for i metodekapittelet. Denne kodeboken tar utgangspunkt i negativ og positiv dekning, samt skillet mellom såkalt stillingtagede og nyansert journalistikk (sjangermessig inndelt mellom kommentator- og reportasjestoff). En stor andel av det analyserte avismaterialet utgjør reportasjestoff, og i analysen av mediasakene vil man se flere eksempler på at journalistene går utover den tradisjonelle reportasjesjangeren som er knyttet til det å ikke ta stilling. Jeg vil også utdype hva som menes med sakens utvikling i ulike faser i metodekapittelet. Både sakens utvikling i ulike faser, og kodebytte i reportasjejournalistikken er knyttet til begrepet om mediedrev.

I kapittel fire analyseres avisdekningen av Statoil. Her analyserer jeg avisene og nyhetsbyrået enkeltvis for hver fase (avsløring, prosess og fall), for å se på likheter og forskjeller i sakens ulike faser i de respektive redaksjonene (Dagens Næringsliv, Aftenposten så NTB). I presentasjonen av Statoilsaken starter jeg med analysen av Dagens Næringsliv. Avisen kom med i første avsløringene og førte an i saken og er dermed et naturlig utgangspunkt for analysen av saken. Så vil Aftenposten (uke 37) og NTBs dekning bli trukket inn for å sammenligne ulike/like narrativer i mediedekningen. Årsaken til at jeg tar avis for avis, og ikke organiserer kapitlene etter faser, er at fasene er en forenkling/fortetting av tendenser i datamaterialet, snarere enn et mønster som avisdekningen/nyhetsbyrået følger slavisk. For å tydeliggjøre dette analyseres avisene enkeltvis for deretter å relateres til sakens ulike faser. På grunn av denne presentasjonen vil det være noen repetisjoner av sakens forløp i analysen, spesielt der avisene reproducerer hverandres vinklinger.

I kapittel fem vil mediedekningen av Telenorsaken analyseres. Her vil jeg først analysere dokumentarfilmen *Et tårn av løfter* hvor avsløringen knyttet til skandalen ble presentert (NRK 15.5.2008). I den påfølgende analysen vil Aftenposten, Dagens Næringsliv og NTB sin

dekning presenteres, etter tilsvarende modell som analysen av Statoilsaken, med unntak av at jeg begynner med analysen av Aftenposten, siden det var denne avisen som innledningsvis ledet an i avsløringsfasen og prosessen. Det at enhetene for analyse er tilnærmet like (Dagens Næringsliv, Aftenposten og NTB), ved at de var sentrale for mediedekningen av begge sakene, legger forholdene mer til rette for sammenligning av de to sakene.

Kapittel seks er først og fremst sammenfattende av sentrale funn og er derfor noe kortere enn analysekapittel fire og fem. Dette kapitlet sammenfatter og sammenligner sentrale funn fra de to foregående analysekapitlene. Casene sammenlignes kontinuerlig underveis i kapittel fire og fem. Det komparative perspektiv er altså ikke forbeholdt kun dette kapitlet.

I oppgavens siste kapittel syv sammenfattes sentrale funn som belyser oppgavens problemstilling. Disse settes igjen i sammenheng med empiriske og teoretiske bidrag til forskningsfeltet knyttet til medierte skandaler.

## 2 Teorikapittel

I denne oppgaven vil jeg se om det finnes støtte til tesen om mediedrev i undersøkelsen av mediedramaturgien i Statoil- og Telenorsaken. Begrepet mediedrev er knyttet til hvordan et narrativ bygges opp på en bestemt måte gjennom ulike faser: En skandales såkalte mediedramaturgi.<sup>6</sup> Med andre ord er begrepsfestingen av ordet mediedrev relatert til en særegen form for medielogikk som knyttes til hvordan en viss type saker dramatiseres i mediene.

Medieforsker Martin Eide fremhever at en saks mediedramaturgi ikke er en ensidig prosess fra journalistenes side:

”Mediedramaturgi er ikke en beskjeftigelse som er forbeholdt journalister. Journalistiske formidlingsformer åpner strategiske muligheter for aktører som vet å benytte seg av egen eller andres mediedramaturgiske kompetanse. (...) Massemedia er både en arena og aktør i politiske prosesser. *En sosiologisk forståelse av slike mekanismer er en avgjørende forutsetning for å forstå maktutøvelse i en moderne medieoffentlighet* (...) Dramaturgibegrepet kan vise seg fruktbart bl.a. fordi det knytter an til samfunnsmessige virkninger av medieopptrinn og av ulike aktørers samspill med massemedia. Det er altså ingen tilnærming som representerer et *ensidig fokus på interne formmessige aspekter ved mediebudskap*, men like mye på den *sosiale kontekst* den journalistiske dramaturgien utfolder seg i forhold til. Som dramaturg har riktignok journalisten et betydelig handlingsrom, men innenfor en organisasjonskontekst på et marked, og innenfor rammene av en profesjonskultur og yrkeskodeks (Eide: 2001:44 min utheving).

I analysen av Statoil- og Telenorsaken vil jeg derfor også se på hvordan selskapenes mediestrategier skiller seg fra hverandre, og ikke kun på hvordan sakene dekkes av journalistene: Journalistene har det “dramaturgiske privilegium”, på samme tid som en ”ekspanderende mediebevissthet” har ført til en ”profesjonalisering blant journalistens kilder” (Eide 2001: 20).

### 2.1 Kapittelets struktur

I kapittelet vil det redegjøres for begrepet mediedrev i forhold til hvordan det knytter seg til forskning på skandaler, og hvordan jeg vil benytte begrepet i denne oppgaven. Begrepet om

---

<sup>6</sup> For utdyping av hvordan mediedrevet kan kategoriseres i ulike faser og hvordan dette knyttes til analysen, se metodekapittelet avsnittet 3.6 ”Fasene i mediedrevet.” s. 36, samt s. 47 i kapittel 5, Statoilskandalen. I forbindelse med analysen av fasene i Statoilskandalen presiseres det at det kan finnes overlappende overganger mellom fasene.



mediedrev er direkte hentet fra begrepsapparatet benyttet i casestudiesamlingen *Skandalenes markeds plass* og er en av begrunnelsene for at dette begrepet er valgt ut til fordel for eksempel begrepet om mediernes flokkjakt (Allern og Pollack m. flere 2009, tittel er herav forkortet til *Skandalenes markeds plass*). Der hvor begrepet om mediernes flokkjakt er et beskrivende ord fra dagligtalen, ofte knyttet til negativ omtale av pressen, vil jeg argumentere for at begrepet om mediedrev kan brukes i en mer analytisk forstand for å beskrive en gitt type medielogikk. Dette henger sammen med at begrepet mediedrev består av fem dimensjoner som virker klargjørende for hvilken type medielogikk man snakker om (definisjonen av begrepet Allern & Pollack m. fler 2009:11, s. 15 denne oppgaven).

Innledningsvis vil jeg i dette kapittelet redegjøre for forskningsfeltet som knytter seg an til begrepet mediedrev og studiet av medierte skandaler i en skandinavisk forskningskontekst (Allern og Pollack m. fler 2009). Så vil jeg posisjonere Telenorsaken og Statoilsaken i forholdt til casene som er valgt ut til analyse i denne casestudiesamlingen. Her vil jeg trekke inn Midtbø sin distinksjon mellom ”politiske skandaler” og ”politikerskandaler” (Midtbø 2007).

Tesene som diskuteres i *Skandalenes markeds plass* om medietrender og pressens makt vil jeg redegjøre for og plassere med hensyn til hvordan de relateres til begrepet om mediedrev. Så vil jeg redegjøre for og diskutere Allerns og Pollacks utmynting av begrepet om mediedrev. Først vil mediedrevbegrepets innhold redegjøres for i lys av de *fem dimensjonene* begrepet består av (Allern og Pollack m. flere 2009: 11, 104). Så vil jeg kort begrunne hvordan jeg relaterer disse ulike dimensjonene til oppgaven.

Så vil jeg trekke inn mediesosiologen Michael Schudsons perspektiver i *The Sociology of News* for å diskutere en medieanalytisk tilnærming opp mot en mediekritisk, da jeg ønsker å distansere denne oppgaven noe fra det mediekritiske perspektivet i *Skandalenes Markeds plass* (Schudson 2003).

I forlengelsen av dette vil jeg gå inn på temaet om subjektive og objektive idealer for reportasjer med hensyn til mediernes samfunnsoppdrag som kritisk korrektiv til makthaverne. Årsaken til at jeg vil gå gjennom dette, er at man vil se at sjangeroverskridelsen fra den klassiske objektive rapporteringen til den subjektive journalistikken vil gjøre seg gjeldene i ulik grad gjennom mediedekningen av de to sakene.<sup>7</sup> Nyhetsreportasjer utgjør en

---

<sup>7</sup> For en utdyping av operasjonaliseringen av denne sjangeroverskridelsen, se metodekapitlet avsnitt 3.4. Kodebyttet i reportasjestoffet

stor del av det analyserte materialet, og det er her utbredelsen av sakenes dominerende vinklinger manifesteres (i samspill med kommentatorstoffet). Hvilke vinklinger som blir dominerende henger igjen sammen med spørsmålet om hvorvidt man kan snakke om et mediedrev.

## 2.2 Forskningsfeltet

I de påfølgende avsnittene vil jeg redegjøre for forskningsfeltet, og begrepsapparatet tilknyttet studier av medierte skandaler, med størst vekt på empiriske casestudier tilknyttet en norsk kontekst.

*Skandalenes markeds plass Politikk, moral og mediedrev*, er en samling av casestudier av norsk og svensk medieoffentlighet på 2000 tallet (Allern og Pollack m. fler 2009). Casestudiesamlingen er skrevet på bakgrunn av at feltet for systematisk forskning på skandaler i norsk sammenheng ikke er utforsket i stor grad (Allern og Pollack m. fler 2009:10). Et av få tidligere bidrag til feltet som nevnes i *Skandalenes Markeds plass*, er Tor Midtbø sin bok: *Skandaler i norsk politikk* (2007). Det at forskningsfeltet på medierte skandaler er relativt nytt i en skandinavisk kontekst, ses av Midtbø i sammenheng med at politiske skandaler har vært mindre utbredt i Skandinavia sammenlignet med for eksempel franske, amerikanske og italienske tilstander (Midtbø 2007: 14).

Mediesosiologen J.B.Thompson betegnes som en sentral figur for utmyntingen av begrepet medierte skandaler og sosiologisk forskning knyttet til feltet i et internasjonal sammenheng (Midtbø 2007: 15). Begrepet om mediedrev bygger videre på, og supplerer Thompsons begrepsfesting av medierte skandaler i hans bok *The Political Scandal* (Allern & Pollack 2009:10). Konkretiseringen av innholdet til mediedrev i en internasjonal skandinavisk forskningskontekst, er en type teori og begrepsbygging som er ekvivalent med Mertons middle-range-realism<sup>8</sup> (mellomnivå teori) (Merton i Crothers 2011:72). Begrepet er en konkretisering av mekanismer (medielogikker) som under gitte forutsetninger (kontekst) kan gjøre seg gjeldende (utfall) i et spesifikt samfunnsfelt (mediefeltet).

---

<sup>8</sup> "Middle-range theory is principally used in sociology to guide empirical inquiry...Middle range theory involves abstractions, of course, but they are close enough to observed data to be incorporated in propositions that permit empirical testing (Merton i Crothers 2011:72) (...)  
Moreover, Merton was not a great exponent of the "covering law" model and rather, in his own work, preferred to isolate social mechanisms which he saw at work at various areas of social life" (Crothers 2011:72 min utheving).

Casene i *Skandalenes markeds plass* varierer fra Tore Tønne saken 2002 til Ditlef Simonsen saken 2007, ministerskandalen i Sverige i forbindelse med regjeringsskifte 2006, Ramina Osmundsensaken 2008, og Geir Liv Valla saken 2007 (Bjerke, Waldahl, Pollack, Enli, Allern, Hornes & Sandvik i Allern & Pollack m.fler 2009).

Normbruddet som utløste sakene, og utfallet av dem, varierer fra det trivielle, til det mer alvorlige: Tore Tønne var en norsk Arbeiderpartipolitiker, og daværende næringslivstopp, som tok livet av seg i forbindelse med mediestormen rundt korrupsjonsanklager (Bjerke i Allern & Pollack m.fler 2009). Ditlef Simonsen var ordfører i Oslo for partiet Høyre, og måtte gå av i forbindelse med avsløringer knyttet til skattesnusk 2007 (Waldahl Allern & Pollack m.fler 2009). Ministerskandalene i Sverige kom i forbindelse med avsløringer av de nyinnsatte ministernes bruk av svart arbeidskraft og ikke betalte lisensavgifter (Pollack i Allern & Pollack m.fler 2009). Ramina Osmundsen (barne- og likestillingsminister) måtte fratre på grunn av uregelmessigheter ved utnevnelsen av nytt barneombud (Enli, i Allern & Pollack m.fler 2009). Geir Liv Valla er en forhenværende LO-leder, som måtte gå av i forbindelse med en kritikk som ble rettet mot hennes lederstil i forbindelse med en konflikt mellom henne og Yssen som tok stor spalteplass i mediene våren 2007 (Allern, Hornes & Sandvik i Allern & Pollack m.fler 2009). I *Skandalenes markedsplass* settes de ulike sakenes utfall i sammenheng med begrepet om mediedrev (Allern & Pollack m.fler 2009:11).

## 2.3 Politikerskandale og politisk skandale

Telenorsaken og Statoilsaken skiller seg fra de øvrige casene i Skandalenes markeds plass ved at de er tydeligere innenfor sjangeren *politikk skandaler* enn *politikerskandaler*.<sup>9</sup> Kjentetegnet for politiker skandaler beskrives her på følgende måte:

”Politikerskandaler handler samfunnsmessig sett om trivielle norm –og regelbrudd som på grunn av mediedekningen får store proporsjoner” (Allern og Pollack 2009:23).

Midtbø definerer skillet mellom *politikk skandaler* og *politikerskandaler* som et skille som går på hvorvidt skandalen er relatert til kritikkverdig utøvelse av offentlig mandat (politikk skandale) eller til normbrudd maktpersonene har begått som privatpersoner, eller til andre

---

<sup>9</sup> Iranskandalen knyttet til Statoil 2003, defineres - som nevnt i innledningen - av Allern og Pollack som en politisk skandale (Allern & Pollack m. fler 2009:15). Innledningsvis diskuterte jeg hvorvidt skandalen kan kategoriseres som politisk, eller om den heller bør defineres som en medieskandale utenfor det politiske felt (dvs. i det økonomiske). Siden selskapet er under statlig eierskap - og derfor et politisk stidsspørsmål – er jeg på linje med Allern & Pollack i dette. Telenorskandalen blir av samme grunn definert som en politisk skandale.

typer normbrudd som ikke i seg selv kan knyttes direkte til politiske saker (*politikerskandale*) (Midtbø 2007:18, 19 Allern & Pollack 2009: 14, 15). Fokuset er i såkalte politikerskandaler ikke på sak, men person og settes ofte i sammenheng med trivialiseringen av det politiske feltet (Allern & Pollack 2009:23). Det kan diskuteres hvorvidt flere av casene som analyseres i *Skandalenes Markeds plass*, som det er kort redegjort for over, befinner seg i en gråsoner mellom disse to typene skandaler, slik de er definert av Midtbø.

Problemstillingen i denne oppgaven er knyttet til hvorvidt skandalene kan kategoriseres som mediedrev mens det i *Skandalenes markeds plass* i større grad forutsettes at skandalene som undersøkes er mediedrev. I casestudiesamlingen er det ikke tesen om hvorvidt man kan betegne casene som mediedrev, men teser knyttet til for eksempel trivialiseringen av mediefeltet i forbindelse med politikerskandaler som danner grunnlag for diskusjonen av hvordan casene belyser medieutviklingen på 2000 tallet (Allern og Pollack m. fler 2009 : 22-24, 197-205). Disse tesene er i midlertidig relatert til ulike dimensjoner ved hvordan mediedrevet defineres. Vi vil redegjøre for relasjonen mellom begrepet mediedrev og tesene som diskuteres, da dette også er relevant for vår analyse.

## 2.4 Tesene om medieutviklingen

Fellesnevneren for skandalene som analyseres i casestudiesamlingen *Skandalenes Markeds plass* er at de kategoriseres som politikerskandaler. Politiker/lederen som ble utsatt for massiv kritikk i mediene måtte gå som følge den negative presseomtalen. Enhetene for analyse er i *Skandalenes Markeds plass* valgt ut for å belyse teser rundt medieutviklingen det siste tiår som knyttes til politikerskandaler (Allern og Pollack m.fler 2009: 22-24). Teser som nevnes i forbindelse med hvilken retning denne medieutviklingen har tatt er: tivialitetshypotesen, individualiseringstesen, flokkdyrhypotesen, anførerhypotesen og kjønnshypotesen.

Jeg vil ikke gå inn på innholdet av alle disse tesene her. Men siden individualiseringstesen vil vise seg å være relevant for funn i denne oppgaven, vil jeg kort sitere Allern og Pollack på innholdet av denne tesen:

”Politikerskandaler begrenses til individuelle, personlige normbrudd og personlig ansvar. Kollektivt lederansvar og strukturelle forhold som påvirker individuelle handlinger holdes utenfor mediebildet” (Allern og Pollack m. fler 2009:23).

Anførertesens, hvor en redaksjon setter standarden for de dominerende narrativer man ser ellers i mediebildet, vil trekkes også inn i forbindelse med analysen av Statoilsaken og Telenorsaken. Allern & Pollack definerer denne som følger:

Skandalisering på nasjonalt nivå forutsetter at ett eller flere ledende medier med stort publikumsgrunnlag fungerer som pådriver til skandaliseringen (Allern og Pollack m.fler 2009:23).

Det er allikevel verdt å nevne at dette er en tese som Allern og Pollack konkluderer med at de kun får delvis støtte til i analysen av politikerskandalene (Allern & Pollack m.fler 2009: 200)

Casene er i *Skandalenes Markeds plass* valgt ut fordi de har til felles at de passer inn i det forskerne begrepsfester som mediedrev. Det er begrepet om mediedrev i forbindelse med opprulling av skandaler (politiske så vel som politikerskandaler) som er direkte relevant for undersøkelsen av Statoilskandalen og Telenorskandalen, snarere enn tesene som utforskes i boka, da disse tesene er tett knyttet til begrepet om politiker skandaler. Tesene er i midlertidig ikke irrelevante. Spesielt individualiseringstesen og anførertesens er relevant for også undersøkelsen i denne oppgaven. Jeg vil nå gå inn på hva hvilke dimensjoner begrepet mediedrev består av.

## 2.5 Definisjon av begrepet mediedrev

Begrepet mediedrev er relatert til mediens makt, og hvordan pressen selv blir en aktiv deltager i fortolkningsprosessen av en sak. Når en sak tar utvikler seg til et mediedrev, er dette en måte pressen griper inn i og påvirker andre samfunnsfelt (for eksempel politikk og økonomi). Mediedrev utmyntes i *Skandalenes Markeds plass* på bakgrunn av tidligere definisjoner og studier av skandaler og pressens makt (Allern & Pollack m.fler 2009: 10, 11). Begrepets fem dimensjoner er relatert til tidligere forskning og definisjoner med røtter tilbake til den svenske maktutredningen (Rosenberg 2000, Nord 2001 og Nilsson 2004 i Allern & Pollack 2009:11). I tillegg til at forfatterne av casestudiesamlingen inkorporerer Midtbø og Thompsons definisjon og undersøkelse av skandaler (Midtbø 2007, Thompson 2000 i Allern & Pollack, 2009:10). Mediedrevbegrepet defineres i *Skandalens markeds plass* som bestående av fem dimensjoner:

1. Et mediedrev er en *omfattende, intens* og *kritisk* rapportering rettet mot en eller flere personer, organisasjoner eller institusjoner,
- 2 med personfokuserte anklager om normbrudd som karakteriseres som en skandale

- 3 der *flere* dominerende redaksjoner og nyhetsmedier deltar over en viss tid
- 4 med *samme* perspektiv, journalistiske hovedvinkling og dramaturgi, og
- 5 der utgangen av saken er *uviss* (Allern og Pollack 2009: 11 min kursivering)

Denne definisjonen av mediedrev er på linje med hvordan begrepet forstås i problemstillingen. Den videre diskusjonen av begrepets dimensjoner og betydning, er et forsøk på å gå i dialog med hvordan begrepet brukes i *Skandalenes Markeds plass* (Allern & Pollack m. fler 2009). På samme tid som jeg ønsker å klargjøre hva de fem dimensjonene indikerer fra et forskerperspektiv. Først vil jeg kort si noe om hvordan jeg tenker at jeg bruker begrepet i denne oppgaven.

Begrepets ulike dimensjoner og analysen av Telenor og Statoilskandalen er sammenkoblet på følgende måte: Kodeboken som jeg vil redegjøre for i metodekapittelet er spesielt designet for å svare på spørsmålet om man så en omfattende kritisk dekning (dimensjon 1). I redegjørelsen for kodeboken problematiserer jeg forholdet mellom stillingtagende og balansert dekning i reportasjelijournalistikken. Slik kan man analysere et større antall medietekster i forhold til for eksempel på hvilken måte mediedekningen var negativ, omfattende og kritisk. En fordel ved å sammenligne de to casene i lys av begrepet, er at det blir mulig å si noe om sakenes omfang i et komparativt perspektiv slik jeg gjør i kapittel 6. Hvorvidt narrativet har et sterkt personfokus (dimensjon 2), vil også stå sentralt i analysen. Sentralt for analysen i denne oppgaven er spørsmålet om hvorvidt man ser at det er flere redaksjoner (dimensjon 3) som deler samme perspektiv og journalistiske hovedvinkling (dimensjon 4). Primært er det avisene Dagens Næringsliv, Aftenposten og nyhetsbyrået NTB som undersøkes i forbindelse med hvorvidt hovednarrativet i de ulike mediene er enstemmige. Når det gjelder dimensjon 5 (at sakens utfall er uvisst), vil jeg utdype og forklare hva jeg oppfatter er forfatterens mening med denne dimensjonen i dette kapittelet.

Jeg undersøker dermed ikke alle de samme tesene som de som er sentrale i *Skandalenes Markeds plass* (f.eks. ikke kjønnshypotesen). Men noen av tesene er likevel relevant for min analyse om hvorvidt sakene passer innenfor mediedrevtermen. Individualiseringstesen kan for eksempel ses i sammenheng med dimensjon 2; Dekning hvor personfokuserte anklager om normbrudd som karakteriseres som en skandale.

Er begrepet om mediedrev et vurderende eller beskrivende begrep? Til forskjell fra tesene knyttet til medieutviklingen, som *vurderer* utviklingen i en positiv eller negativ retning, er

begrepet om mediedrev i større grad *beskrivende* for en type medielogikk.<sup>10</sup> Jeg vil argumentere for at begrepets innhold i mindre grad tar stilling til, hvorvidt medielogikken den beskriver, er et uttrykk for en negativ eller positiv medieutvikling.

Hvis en maktkritikk vurderes som legitim kan også et mediedrev betraktes som legitimt. Hvis man med andre ord forholder seg til en politisk skandale, hvor avsløringene er av stor samfunnsmessig betydning, vil et slikt drev kunne betraktes som legitimt. Men dette kan igjen stå i motsetning til dimensjonen knyttet til at det er en personfokuseret anklage (dimensjon 2). Dette vil jeg komme tilbake til. Selv om begrepet i større grad er beskrivende, sammenlignet med tesene, er det ikke et rendyrket beskrivende begrep, fordi det ofte settes i sammenheng med et mediekritisk perspektiv (dvs. en kritikk av pressens makt).

En annen mulig innsigelse mot at begrepet er beskrivende er at dekningen ikke er balansert hvis man snakker om et mediedrev. Dette kan settes i sammenheng med at rapporteringen er omfattende, intens og kritisk (dimensjon 1.) i kombinasjon med at den er ensidig (dimensjon 4.). Spørsmålet om balansert dekning og maktkritikk kan igjen knyttes til motstridende journalistiske idealer, som jeg vil komme tilbake til mot slutten av dette kapittelet.

## 2.6 Diskusjon av dimensjon to og fem

I de følgende avsnittene vil jeg diskutere spesielt dimensjon 2 (personfokus), og dimensjon 5 (uvisse utgang) i begrepet mediedrev slik det forstås av forfatterne av *Skandalenes Markeds plass* (Allern & Pollack m.fl. 2009). Jeg vil tydeliggjøre hvordan oppgaven posisjonerer seg i forhold til en diskusjon av hvordan personfokuset forstås, og deretter hva som menes med uvisse utgang mht. analyseprosessen og det å "ta en aktørens perspektiv". Årsaken til at jeg vil diskutere disse to dimensjonene nærmere er at personfokus må klargjøres i forhold til det å studere politiske skandaler (fremfor politikerskandaler). I tillegg til dimensjonen knyttet til uvisse utgang (dimensjon 5), ikke er selvfølgelig, i tillegg til at jeg vil kort diskutere hvorvidt begrepet blir brukt på delvis motstridende måter i ulike deler av casstudiesamlingen *Skandalenes Markeds plass*.

Dimensjonen knyttet til personfokus (dimensjon 2), aktualiserer tesen om at man snakker om en politikerskandale fremfor en politisk skandale. Trivialisering og individualiseringshypotesen kan i følge Allern og Pollack knyttes til medietrender i nyere tid

---

<sup>10</sup> Se side 12

(Pollack & Allern m. flere 2009). I denne oppgaven, hvor de utvalgte casene har mer til felles med politiske skandaler enn politikerskandale, er det interessant å se om personfokuset også her står sterkt, og eventuelt på hvilken måte. På denne måten er denne oppgaven et supplement til undersøkelsene til forfatterne av Skandalenes Markedsplass.

En kontrast til et slikt fokus på personer er hvorvidt og i hvilken grad man ser et institusjonelt perspektiv i mediedekningen. Tunge innslag av institusjonelle perspektiv i mediedekningen av saken vil tilbakevise tesen om mediedrev, med vekt på dimensjonen knyttet til personfokuserte anklager. Et institusjonelt perspektiv knyttes i denne sammenheng til en mediekritikk/diskusjon av det den tyske samfunnsforskeren Arnold Gehlen definerer som institusjoner:

”Gehlen ser institusjonene som regulerende krefter, noe som *kanaliserer menneskelige handlinger* omtrent på samme måte som instinktene kanaliserer menneskelige handlinger (..) institusjonene gir *anvisning på mønstre* som *menneskelig opptreden blir formet* etter og veier som vi blir tvunget til å gå (..) dette oppnår man ved å få det til å se ut som om dette er den eneste det er mulig å følge (Berger 1991: 95 min utheving).

Et slikt institusjonelt medieperspektiv vil ses i kontrast til dimensjon 2 i definisjonen av mediedrev (jf. avsnitt 2.3 ”Definisjon av begrepet mediedrev” s.15), hvor det nettopp er personfokuserte anklager som står sentralt.

Slik sett vil et mediekritisk institusjonelt perspektiv stå i kontrast til en medielogikk som er knyttet til begrepet om mediedrev. I forbindelse med definisjonen av begrepet institusjon over, vil jeg presisere at begrepet har en flertydig betydning. I følge Språkrådets ordbok, dekker begrepet både forhold som er regulert av sedvane (punkt 1.), og organisasjoner (punkt 2.) (definert av Språkrådets ordbok):

1.forhold som er regulert av sedvane el. lov i et samfunn allmenn stemmerett er den i-demokratiet hviler på / en i- som ekteskapet 2.anstalt, organisasjon offentlige i-er / universitetene er i-er for forskning og undervisning / en i- for unge stoffmisbrukere (Språkrådets ordbok)

Punkt 1. er mer abstrakt enn punkt 2., på samme tid som de to dimensjonene ofte henger sammen, og forutsetter hverandre. Organisasjonene er et konkret uttrykk for forhold som regulert av sedvane. Et institusjonelt medieperspektiv, henviser her mer til dimensjon 1. enn dimensjon 2. Med andre ord innebærer et slikt narrativ en diskusjon av sedvane og derfor også en diskusjon av organisasjoners praksis.



Hvis man ser at mediedekningen av sakene ikke følger dette mønsteret (personfokus), men har tyngre innslag av omtale knyttet til bredere samfunnsmessige og institusjonelle sammenhenger, får man ikke støtte til tesen om at sakene var karakteristiske for mediedrev. I denne sammenheng blir særlig dermed individualiseringstesen (fokus på personer og ikke institusjonell praksis) i forbindelse med hovedfokus i mediedrev sentralt for diskusjonene av de empiriske tekstene. Statoilskandalen og Telenorskandalen skiller seg imidlertid fra casene som er belyst i *Skandalenes markeds plass* ved at sakene ikke er typiske eksempler på politikerkandaler, men har mer til felles med politiske skandaler (jf. Definisjonen av *Politikerskandaler og politiske skandaler*).

Politikerskandaler er en personorientert kritikk,<sup>11</sup> der normbruddet ofte er i grenselandet mellom det private og offentlige virke. Det er ikke saken eller politikken som er i fokus, men ofte saker som er litt på siden av stillingsbeskrivelsen (skattesnusk, manglende tv-lisens betalinger, personalkonflikter og lignende). Ramina Osmundsen saken er et mulig unntak, da normbruddet er knyttet til en sak som er klart innenfor hennes offentlige mandat).

Dimensjonen knyttet til uviss utgang (5), ved begrepsfestingen av termen mediedrev, kan kritiseres for å være en tvetydig dimensjon i casestudiesamlingen *Skandalenes markeds plass*. På den ene siden er den inkludert i definisjonen innledningsvis i casestudiesamlingen, for å vektlegge et perspektiv på å forstå prosessen slik den så ut for de involverte aktører (Allern & Pollack m.fler 2009:11). På den andre siden knyttes begrepet til en mediedramaturgi, bestående av tre faser som fører til den kritiserte part sitt fall (Allern og Pollack m. fler 2009:104).

Dimensjon fem bør forstås som et moment hvor det forskningsmessige fokus på å forstå *prosessen* står sentralt, fremfor at utgangen i etterkant er uviss. Dimensjonen knyttet til uviss utgang er dermed relatert til et analytisk perspektiv knyttet til å ta den andres perspektiv (aktørene involvert i prosessen), snarere enn til analysen av konsekvensene. Det at utgangen for de involverte aktørene var uviss i tidlige faser av mediedrevet, henger sammen med andregangsovertrampet (mangel på innrømmelser), som igjen fører til at skandalen eskalerer.

---

<sup>11</sup> "Det som særlig preger kommersiell populærjournalistikk, dvs. en tendens til å redusere virkeligheten til det som lar seg personifisere og dramatisere: Alt handler om personer, opplevelser og følelser (Eide 1995:44-45). De sterkt personorienterte politikerkandalene som har vært studert i denne boken, faller i stor grad inn i et sånt mønster" (Allern og Pollack 2009:194).

Begrepet mediedrev, og konsekvenser av det å bli utsatt for en slik mediemekanisme, knyttes senere i Pollack sin analyse av ministerskandalene i Sverige nettopp til at det punkteres/avsluttes av aktørenes avgang: ”Beskrivelsene av drevet handler om en kraftig eskalerende historie, en jakt som først får sin slutt når byttet er nedlagt” (Pollack 2009: 104). Definisjonen av begrepet mediedrev kan dermed virke litt diffus. På den ene siden er utfallet uvisst. På den andre siden følger et mediedrev i tre faser; kartleggingsfase, eskaleringsfase og avmatningsfase, hvor eskaleringsfasen punkteres av at den kritiserte part må gå (se definisjon Allern & Pollack m. fler 2009: 11, 104).

Fokuset på prosess (dimensjon 5) i definisjonen av mediedrev er knyttet til å forsøke å forstå prosessen som førte til at maktperson til sist måtte trekke seg fra sin stilling. Fokuset her ligger på at det ikke var gitt for aktørene involvert i skandalen at mediedrevet ville ende med at den kritiserte part måtte fratse sin stilling.<sup>12</sup> På samme tid, er det ingen overordnede case i boken, hvor man analyserer tilfeller hvor maktpersonen ikke måtte gå fra sin stilling.<sup>13</sup>

Jeg vil derfor presisere at jeg forstår dimensjonen fem som knyttet til et aktørperspektiv i en tidlig fase av mediedrevet. Dimensjonen er inkludert for å forstå prosessen i et aktørperspektiv den kritiserte part, journalistene og kommentatorene på et gitt tidspunkt befinner seg i. Hvis utgangen fortsatt er uviss sent i medieprosessen/fasene har man ikke lenger støtte til tesen om mediedrev. Dette utelukker ikke at man ser ansatser til et mediedrev.

I min oppgave hvor jeg undersøker hvorvidt sakene kan kategoriseres som mediedrev, og hvilke implikasjoner dette får, er det nettopp sånn at vi i det ene tilfellet ser at maktpersonen som utsettes for mediedrevet nettopp ikke må fratse sin stilling.<sup>14</sup> Slik sett er begrepet mediedrev (dimensjon 5) her brukt for å belyse trekk ved saker hvor utfallet skiller seg fra det som hovedsakelig ble konsekvensene i forskningsfeltet (*Skandalenes Markeds plass*) hvor begrepet mediedrev har blitt benyttet tidligere.

---

<sup>12</sup> Dette er i tråd med Schütz sitt skille mellom for- og motiver (Harste & Mortensen 2000:201, 202). Jeg vil komme tilbake til dette i kapitlet om Statoilskandalen i avsnittet om Utfallets usikkerhetsmoment som narrativ drivkraft.

<sup>13</sup> Normansaken fra 2000, i Midtbø sin bok er et mulig unntak (Midtbø 2007). Men denne skandalen er jo nettopp diskutert i en annen bok relatert til emnet. Selv om definisjonen av mediedrev er inspirert av Midtbøes definisjon av politiske skandaler, og dermed er beslektet som begrep, er det muligens implisitt i mediedrevbegrepet slik det forstås i *Skandalenes markeds plass*, at casene som analyseres nettopp kun er case hvor opprullingene av skandalene førte til at det involverte maktpersoner måtte gå fra sin stilling.

<sup>14</sup> Telenorsaken endte ikke med konsernlederens avgang, men at han ble, til tross for en negativ presseomtale. Jeg vil i analysen av denne casen se på hvordan denne casen utarter seg på bakgrunn av begrepet om mediedrev, og dets kriterier.

## 2.7 Mediedrev og mediekritikk

I de påfølgende avsnittene diskuterer jeg den mediekritiske posisjonen som er utgangspunktet for mange av analysene i *Skandalenes Markeds plass* (Allern & Pollack m.fler 2009). Jeg trekker inn mediesosiologien Michael Schudson for å problematisere den mediekritiske posisjonen (Schudson 2003). Jeg gjør ikke dette fordi en kritisk posisjon i studiet av pressens makt er feil, men fordi at man i studiet av pressen også bør ta høyde for at mange journalister arbeider ut fra prinsipper knyttet til den profesjonaliserte presse - hvor idealer om både objektiv rapportering, samt det å rapportere fra de svakes side og avsløre maktmisbruk - antas å stå i høy kurs (se for eksempel Sjøvaag 2009).

Mediedrev er et begrep som man gjennom *Skandalenes markeds plass* kan argumentere for implisitt indikerer og innebærer en mediekritisk posisjon. Denne måten å lese begrepet på ønsker jeg å distansere meg fra ved å trekke inn mediesosiologen Schudson i det teoretiske rammeverket for oppgaven. Schudson vektlegger at man ikke bør innta en negativ førforståelse av utviklingstrekk hos mediene når man studerer de, men heller ta en analytisk rolle som fortolker (Schudson 2003: 90,91). Dette ekskluderer ikke kritikk fra et analytisk perspektiv.

Innspillet fra Schudson er heller fortrinnsvis knyttet til det å unngå et ensidig negativt og kritisk blikk på utviklingstendenser i mediefeltet. Et blikk han i et historisk sosiologisk perspektiv argumenterer for at ikke entydig stemmer (Schudson 2003: 90,91). Schudson nevner her blant annet den historiske medieutviklingen knyttet til selvstendigjøringen av det journalistiske felt som en forutsetning for den kritiske, uavhengige og profesjonaliserte journalistikken. Selvstendigjøringen av det journalistiske felt, fra bånd i det politiske felt og lokalsamfunn, er en forutsetning for det man betegner som den fjerde statsmakt (Schudson 2003:71-73, 88-89).

Noe av årsaken til at begrepet mediedrev i *Skandalenes Markeds plass* knyttes til en betinget kritisk forståelse av mediene, er at casene er valgt ut på bakgrunn av at de, i tillegg til å være dominerende saker på 2000 tallet, er typiske case som eksemplifiserer skandaliseringer knyttet til maktpersoners normbrudd; og dermed ikke peker mot institusjonell praksis i deres dagelige offentlige virke. Med andre ord er de fleste casene som er analysert, eksempler på politikerkandaler, noe forfatterne selv også påpeker (Allern og Pollack m.fler 2009).

I seg selv trenger ikke definisjonen av mediedrev implisitt bety at man tar en entydig mediekritisk posisjon mot det man undersøker. Man kan riktignok argumentere for at individualiseringstesen er bygd inn i definisjonen av mediedrev ved dimensjonen knyttet til personfokus (dimensjon 2). Individualiseringstesen indikerer en negativ medietrend (Pollack og Allern m.fler 2009:198). Å diskutere individualiseringstesen innebærer en normativ forskningsinteresse knyttet til et ideal om at mediene bør avdekke maktbruk i samfunnet som er av kritisk, illegitim og strukturell karakter.

Denne forskningsinteressen er i tråd med Kalleberg sin definisjon av det vurderende forskningsopplegg (Kalleberg m. fler 2009: 50, 51).<sup>15</sup> Personfokus vil i denne sammenheng gi støtte til tesen om at: ”mediedekningen begrenses til det individuelle, personlige normbrudd og personlig ansvar, mens kollektivt ansvar og strukturelle forhold i saken holdes utenfor mediebildet” (Allern og Pollack m. fler 2009:198).

På samme tid kan man ikke sidestille det at man fokuserer på personer og ikke direkte på strukturer med at det at de dominerende journalistiske vinklinger og medienarrativ ikke er av høy samfunnsmessig og kritisk verdi. Watergateskandalen fyller til eksempel flere av kriteriene til begrepet mediedrev, inkludert personfokuset, men er ikke betraktet som et eksempel som bekrefter individualiseringstesen spesielt, eller en negativ medietrend generelt.<sup>16</sup> Snarere er Watergate et eksempel på gravende journalistikk, hvor pressen nettopp utøver sitt samfunnsoppdrag knyttet til å oppfylle det normative idealet om en kritisk presse.

## 2.8 Stillingtagende reportasjer

Til forskjell fra casestudiene i *Skandalenes Markeds plass* som i særlig grad analyserer kommentatorrollen, analyserer jeg i mer utstrakt grad reportasjestoffet.<sup>17</sup> Hvorvidt man ser stillingtagende journalistikk i reportasjestoffet vil være avgjørende for min analyse om jeg finner støtte til tesen om mediedrev (jf. dimensjon 1. og 4.).

En problematikk knyttet til gravende journalistikk og rapportering er striden om ”The journalism of attachment”. Denne striden er knyttet til utviklingen innenfor krigsjournalistikk

---

<sup>15</sup> Kalleberg anbefaler imidlertid å betegne slike forskningsopplegg som vurderende, og ikke kritiske (Kalleberg m. fler 2009:51).

<sup>16</sup> President Richard Nixon måtte i 1974 gå av som president, som følge av at journalister avslørte at han var indirekte involvert i et innbrudd i Demokratenes hovedkvarter i forbindelse med valgkampen 1972.

<sup>17</sup> Reportasjestoffet blir også analysert i *Skandalens Markeds plass* (for eksempel s 76), men analysene går oftere i dybden på og henter eksempler fra kommentarstoffet (Allern og Pollack m.fler 2009).

*spesielt*, og reportasjefjournalistikk *generelt* de siste 20 årene (Sjøvaag i Eide 2009: 251). Striden omhandler fremveksten av idealet for subjektiv fundert journalistikk som utfordrer de klassiske profesjonsidealene tilknyttet objektivitet, hvor premissene om upartiskhet, distanse, saklighet og balanse står sentralt (Sjøvaag i Eide 2009: 251).

Profesjonsidealene om upartiskhet, distanse, saklighet og balanse er spesielt tilknyttet reportasjesjangeren. Fremveksten av subjektive elementer innen reportasjesjangeren er i krigsjournalistikken tenkt sammen med ansvaret journalistene har i forholdt til å stå på de undertryktes side: Et engasjement som da er i tråd med samfunnsoppdraget om å avsløre brudd på etiske koder, men som på samme tid utfordrer idealer om upartiskhet. Slik sett består det journalistiske felt av et paradoks, hvor forvaltningen av journalistrollen i forbindelse med reportasjesjangeren utfordres av ulike idealer tilknyttet subjektivitet og objektivitet:

*Journalistikkens paradoks* innebærer en situasjon hvor *objektivitetsidealene* tilfører feltet *legitimitet*, og hvor idealet om *det moralske engasjementet* sikrer legitimiteten som fjerde statsmakt (Sjøvaag i Eide 2009:256 min utheving).

Tendensen til at man ser en økende grad av subjektiv journalistisk rapportering, fremhever Helle Sjøvaag i ”Objektivitetens Slagmark Krigsjournalistiske nyorienteringer” at er en trend som gjelder krigsjournalistikken: Spesielt med vekt på utviklingen av krigen i Bosnia på 1990 tallet (Sjøvaag i Eide 2009). Krigsjournalistikken tydeliggjør denne trenden, og aktualiserer de journalistiske paradokser tilknyttet dette.

Jeg vil argumentere for at dette er et paradoks begrepet mediedrev aktualiserer ved fokuset på skandalisering og normbrudd (moralisk engasjement). I tillegg utfordres objektivitetsidealet om en balansert dekning hvis mediebildet formes som et enstemmig mediedrev. På samme måte som en subjektiv rapportering i krigsjournalistikken, hvor journalisten går utover sin sjanger og gjør seg til moralsk dommer over skurker og helter, kan man i et mediedrev se en risiko for at mediernes enstemmighet kan resultere i et skjevt (ubalansert) mediebilde.<sup>18</sup>

Denne formen for enstemmighet kan best illustreres av Mertons forståelse av utilsiktet konsekvenser av bevisst handling (Kalleberg 2009:32). Intensjonen om å stå på den

---

<sup>18</sup> Forkjempere av profesjonsidealene som ligger i ”The journalism of attachment”, vil forsvare dette skjeve mediebildet med at det korrigerer for et tilsvarende skjevt maktforhold i samfunnet. Vi vil ikke her ta stilling til objektive eller subjektive profesjonsidealene innen journalistikken. Klargjøringen av det journalistiske paradoks i dette avsnittet er tatt med for å klargjøre konflikter i mediefeltet, som en vil gjenfinne i det empiriske materialet og dermed få betydning for vår analyse av mediestoffet mht. problemstillingen. Når det er sagt, er det ikke en automatikk i at objektivitetsidealet for en balansert dekning overføres fra individnivå til strukturnivå. Sagt med andre ord: Det er mulig å følge objektivitets idealene i de enkelte journalistiske tekstene, på samme tid som deknningen i sin helhet blir skjev. Dette vil vi komme tilbake til i kodingen av empirien.

undertryktes side og/eller avsløre makthavere (bevisst handling) kan i et mediedrev føre til et skjevt mediebilde: Kritikere av det subjektive ideal vil argumentere for at dette i siste instans bidrar til å undergrave mediernes legitimitet (utilsiktet handling). Mediernes enstemmighet i et mediedrev bør slik sett ikke forsås som en intendert konsekvens, men bør heller ses i sammenheng med profesjonsidealer som følger overnevnte sosiale mønster.

Man vil se at dette journalistiske paradokset gjenspeiles i det jeg vil komme tilbake til i metodekapitlet i forbindelse med bytte av journalistiske koder (se 3.2 "Kodebyttet" s. 34). Et kodebytte mellom en aktiv stillingtagende stemme og en mer tilnærmet nøytral stemme i en reportasjetekst gjenspeiler det at journalisten står i dette paradokset, og benytter seg av både objektive og subjektive retoriske figurerer i nyhetsrapporteringen. Jeg vil gå nærmere inn på hva Schudson mener med kodebytte, og hvordan vi koder det empiriske materialet i metodekapitlet (Schudson 2003).

### 3 Metodekapittel

Siden mediedrev er et sentralt analytisk begrep i problemstillingen, er det naturlig å videreføre casestudiemetoden fra *Skandalenes Markeds plass* (Allern & Pollack m. fler 2009). I dette kapittelet vil jeg først redegjøre for evalueringskriterier for forskningsopplegget, slik de skisseres i artikkelen “Grounded Theory Research: Procedures, Canons and Evaluative Criteria” for flere typer kvalitative forskningsopplegg. Disse er veiledende for metodiske valg og refleksjoner som ligger til grunn for denne masteroppgaven (Corbin & Strauss 1990, 2008). Teoretiske perspektiver som inkluderes i dette kapittelet er tatt med fordi de relateres til en metodisk refleksjon over datautvalg/datainnsamlingen.

Etter en diskusjon av valg av casestudiemetoden og teoretisk begrep, vil jeg skissere en modell for kodeboken. Analysen av avisstoffet er gjort på bakgrunn av en nærlesning av flere medietekster, som er kodet på bakgrunn av kodeboken. Kodeboken har jeg konstruert for å skille mellom kommenterende og ikke-kommenterende/stillingtagende mediestoff, samt grad av kritikk og stillingtagen i artiklens vinkling av sakene. Kodeboken er et sentralt referansepunkt for organiseringen av analysen av avisstoffet. Selv om jeg koder og kategoriserer et større antall medietekster er denne kodingen derfor gjort på grunnlag av en kvalitativ og ikke en kvantitativ vurdering. Jeg henviser til kapittel fire og fem for en redegjørelse for eksempler på hvordan jeg har analysert og kategorisert de enkelte medietekstene på bakgrunn av kodeboken.

En stor andel av de analyserte tekstene er reportasjestoff. I forlengelsen av dette vil jeg diskutere reportasjestoffet i lys av det Schudsons omtaler i *The Sociology of News* som bytte mellom journalistiske koder i reportasjer (Schudson 2003: 186,187). Dette er igjen relatert til spørsmålet om stillingtagende og ikke stillingtagende tekster. Jeg vil også redegjøre for valg av søkeord i Mediarkivets avisdatabase Atekst. Videre vil jeg redegjøre for avgrensningen av hvilke aviskildene som er valg ut: Papirutgaver av Aftenposten, Dagens Næringsliv samt reportasjeartikler fra NTB. Enhetene for analyse er dermed sammenfallende for de to casene. Dagens Næringsliv og Aftenposten er valgt ut på bakgrunn at de var sentrale i dekningen av begge sakene (se egne analysekapittel). Nyhetsbyrået NTB er valgt ut fordi det påvirker vinklinger i andre deler av mediebildet direkte ved nyhetsbyrået selger sine journalistiske

produkter videre til andre redaksjoner for publisering. Nyhetsbyrået er dermed egnet for å kunne undersøke om vinklingene reproduseres fra de toneangivende mediene til det resterende mediebildet.

Jeg vil også begrunne avgrensingen av analysematerialet (avisene), hvor det fokuseres på avisdekningen av Statoil september 2003, og Telenor mai/juni 2008. Avslutningsvis vil Corbin og Strauss sin problematisering av det de betegner som ”signifikant fraværende data” trekkes inn i den metodiske refleksjonen rundt forskningsopplegget (Corbin & Strauss 1990). I denne forbindelse vil jeg trekke inn Lukes maktbegrep knyttet til dagsordenmakt (Lukes 2005).

### **3.1 Evalueringskriterier for forskningsopplegg**

I artikkelen “Grounded Theory Research: Procedures, Canons and Evaluative Criteria” redegjøres det for seks kriterier for evaluering av kvalitative forskningsopplegg (Corbin & Strauss 1990). Kriterium 1,2,3,4 handler om at man må gjøre kategoriseringen eksplisitt, hvordan sentrale kategorier fremtrer i forskningsmaterialet (empirien/medietekstene og intervjuene), sett i lys av tidligere litteratur, og konseptualisering i forskningsfeltet.

I denne oppgaven har den teoretiske kategorien mediedrev blitt forklart og gjort eksplisitt (jf. forrige kapittel). Mediedrev som konsept befinner seg på et abstrakt teoretisk nivå, da det ikke er et ord som man gjenfinder i datamaterialet. Det er snarere et teoretisk konsept konstruert av forskere for å forstå mekanismer innen et felt (mediefeltet). Begrepet kan plasseres innenfor det mellom teoretiske nivået (“Middle Range Realism” i motsetning til “Grand Theories”). Empiriske nøkkelkategorier som blir viktige i analysen av de to sakene, ved at de utmerker seg i feltet er for eksempel spørsmål om tillit stilles i ulik grad til konsernlederne.<sup>19</sup> Dette belyser og er informativt i forhold til det mer overordnede/abstrakte begrepet/konseptet mediedrev.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> For utdypning og eksempler på hvordan nøkkelkategorier og konsepter forholder seg til hverandre se Corbin tredje utgave av Basics of Qualitative Research 3e (Corbin & Strauss 2008:39-41, 199, 122). Grounded Theory Research: Procedures, Canons and Evaluative Criteria er en mer komprimert artikkel, til sammenligning (Corbin & Strauss 1990). Se kapittel 6, avsnitt 6.2 Spørsmål om tillit reist i ulik grad mot de to konsernlederne mht. de to skandalene.

<sup>20</sup> Corbin har satt mer preg på Basics of Qualitative Research 3e enn Strauss, da hun har revidert utgaven etter Strauss død (Corbin & Strauss 2008)



Kriterium 4, 5 og 6 i artikkelen "Grounded Theory Research: Procedures, Canons and Evaluative Criteria" fokuserer særlig på endring: Det vil si at man har et forskningsdesign som åpner for at empirien kan føre til at man fanger opp ny informasjon, slik at man ikke ureflektert reproducerer førforståelsen i fortolkningen av det empiriske materialet (Corbin & Strauss 1990). I denne oppgaven er dette relatert til at mediedrev er et konsept som også undersøkes, i lys av avistekstene. Medielogikken knyttet til forståelsen av konseptet mediedrev diskuteres komparativt i forhold til utviklingen av de to sakene.

Med andre ord bør man sikre at forskningsfeltet, tekstene eller intervjuene kan bidra til å endre tesene og terminologien man gikk inn i feltet med, for eksempel ved at konseptet mediedrev blir belyst på en ny måte gjennom empiriske funn i datamaterialet. I tillegg handler det om å gjøre alle disse faktorene eksplisitte og begrunne valgene som tas i løpet av forskningsprosessen. Man bør sørge for at man inkluderer en empirisk sensitiv og eksplisitt teoretisk refleksjon. Slik sett er ikke *Grounded Theory* en rent induktiv metode, men en kontekstfølsom teoretisk refleksjon, som på samme tid er fleksibel nok til å inkludere induktivt potensial det empiriske materiale kan tenkes å bidra med. Det siste kriteriet vektlegger særlig transparens (gjennomsiktighet) i prosessen med å avgrense det empiriske materialet som ligger til grunn for fortolkningen av hvilke kategorier som fremstod som sentrale (dominerende narrativ og vinklinger)<sup>21</sup>, og de analytiske valgene (kodingen av artiklene)<sup>22</sup> som førte til konklusjonene rundt forståelsen av disse mht. fenomenet som undersøkes.

Evalueringskriteriene for kvalitative forskningsopplegg som diskuteres i Corbin og Strauss sin artikkel "Grounded Theory Research: Procedures, Canons and Evaluative Criteria" (Corbin & Strauss 1990) har en tredelt relevans med hensyn til forskningsopplegget i denne oppgaven:

1.) Mediedrev som teoretisk konsept, tidligere empirisk belyst. 2.) Koding avledet av forstudier/diskusjon av lignende opplegg <sup>23</sup> 3.) Atekstsøkene, relevante ord og konsepter.

Begrepet mediedrev kan således tjene som et eksempel på et teoretisk (og empirisk fundert) begrep man kan velge å forstå og diskutere casen ut i fra. I denne oppgaven er casene valgt ut

---

21 Ved f.eks. å lage en oversikt over det helhetlige datamaterialet, og gjøre søkemetodene eksplisitte. Har man for eksempel valgt bort noen Atekst søk til fordel for andre? Hvorfor? Dette vil gjøres i avsnittene under. I tillegg til avsnitt 5.3 Avisdekningen: Omfang og metodiske refleksjoner.

22 For eksempel grunnet i sitater.

23 Se vedlegg 1: Portefølg oppgave.

med tanke på forskning gjort i Norge på mediedrev spesielt (Allern og Pollack m. fler 2009), og skandaler generelt (Midtbø 2007, Thompson 2000). Denne måten å både velge ut et case på kan gå under det Corbin & Strauss beskriver som teoretisk sampling. Teoretisk sampling som er en betingelse for det Corbin og Strauss mener med representativitet:

What one does is to try to vary or contrast the conditions as much as possible, in order to determine which might have an impact on the phenomenon in question (...) it is by means of theoretical sampling that representativeness is achieved. In grounded theory, however, its representativeness of concepts, not of persons, that is important" (Corbin & Strauss: 1990: 421)

Slik sett er utvelgelsen av Telenorsaken og Statoilsaken en ny måte å belyse fenomenet mediedrev, som tidligere er belyst i casestudiesamlingen *Skandalenes markeds plass* (Allern & Pollack m.fler 2009). Siden det kan være god grunn til å tro at Statoilsaken og Telenorsaken av ulike grunner skiller seg fra de case som er belyst i denne casestudie samlingen, er valget av case en måte å variere forholdene (konteksten) for fenomenet som analyseres: Nemlig mediedrev som en form for medielogikk.

Teoretisk sampling hvor teoretisk ambisjon knyttes til konseptenes representativitet/teoretisk generalisering på vegne av funn i det empiriske materialet, står i kontrast til det tilfeldige utvalg som kjennetegner rene statistiske/kvantitative metoder. Mjøset klargjør konflikter i forskningssammenheng angående det tilfeldige utvalg og det som betegnes av Strauss og Corbin som teoretisk sampling i en artikkel "Can grounded theory solve the problems of its critics?" (Mjøset 2005).<sup>24</sup>

## 3.2 Teoretiske begreper

Når det gjelder bruk av teoretiske begreper som for eksempel mediedrev, er det ikke gitt at man kan vurdere dette ved hjelp av enkle prosedyre: Dette går på begrepenes validitet/gyldighet. Hvordan begrepet har blitt benyttet i forskningsfeltet tidligere er redegjort for. Det er en fortolkning og vurderingssak hvorvidt begrepet danner et godt grunnlag for diskusjonen av det empiriske feltet. Jeg har imøtekommet denne problematikken ved å

---

<sup>24</sup> Mjøset diskuterer den epistemisk vitenskaplige posisjonen til den kvantitativt orienterte sosiologen Goldthorpe i artikkelen. Goldthorpe fremhever det tilfeldige utvalg, en av forutsetningene for å kunne trekke generaliserende slutninger innen statistisk metode, som en mer vitenskapelig korrekt måte å beskrive den sosiale virkeligheten, enn det kvalitative metode har verktøy til. Mjøset refererer her til det han betegner som Goldthorpe sine foretrukne forskningsidealer for dekontekstualisert metodologi og teoretisering. Kort oppsummert argumenterer Mjøset for viktigheten av kontekstualisert teoridannelse og studier av mønstergyldig variasjon (middle range realism). Rökkans forskning, hvor han varierte mellom kvantitative og kvalitative metoder nevnes som eksempel (Mjøset 2005:401). Rökkans forskning er et eksempel som bidrar til å gi støtte til at flere former for utforskning av den sosiale virkelighet er informativt. Det man er interessert i å vite mer om, utkrystallisert i forskningsspørsmålene, bør være det som er det styrende prinsipp for hvilken metode som relevant å benytte.

forklare hva begrepet innebærer, hvordan det tidligere har blitt brukt, og hvordan jeg bruker det i analysen.

Det kan imidlertid for eksempel innvendes det kunne vært bedre å benytte et ord fra den norske dagligtalen (mediedrev er tatt direkte fra den svenske maktutredningen via *Skandalenes Markeds plass*). I forlengelsen av dette kunne en for eksempel argumentert for at begrepet kunne blitt erstattet med ord fra den norske dagligtalen som for eksempel journalistenes flokkjakt. Men som redegjort for i teorikapittelet er ikke nødvendigvis innholdet av begrepet mediedrev ekvivalent med begrepet flokkjakt. Det at ordet kan virke noe fremmed på en leser, kan også være et gode, fordi det kan bidra til å skape en situasjon hvor man blir oppmerksom på og reflekterer over innholdet av et fenomen, og hvordan man definerer og diskuterer dets bestanddeler.

Når det er sagt, er ikke valget av begrepet mediedrev tilfeldig valgt. Det er valgt på bakgrunn av sentral litteratur på forskning på medieskandaler med utgangspunkt i en skandinavisk kontekst, men med et anglikansk opphav (den britiske mediesosiologen Thompson). Kildene som definerer forskningsfeltet bør likevel ikke være hevet over kritikk. Gjennom teoretiske diskusjoner og empiriske undersøkelser kan bidra til å kvalifisere begrepet utgangspunkt for revidering. Denne måten å forstå konsepter og begreper på er i tråd med hvordan Corbin beskriver det i *Basics of Qualitative research 3e*:

Though readers of research construct their own interpretations of findings, the fact that these are constructions and reconstructions does not negate the relevance of findings nor the insights that can be gained from them. I believe that we share a common culture out of which common constructions are arrived at through discourse. *Concepts give us a basis for discourse and arriving at shared understandings* (Corbin 2008: 12).

### **3.3 Valg av case**

Flyvbjerg diskuterer bruk av casestudiet som forskningsmetode og valg av case i "Five misunderstandings about case study research", hvor han deler casestudiene inn i syv ulike kategorier (Flyvbjerg 2004). Disse henviser til ulike forskningsambisjoner og funksjoner det spesifikke casen har for å belyse et gitt fenomen. Jeg har ikke mulighet til å redegjøre for Flyvbjerg sin helhetlige argumentasjon på en måte som yter han rettferdighet her, men kan kort nevne at i typologien hans over casestudier, står det sentralt at motivasjonen bak valg av casestudier ikke utelukkende bør begrense seg til å motiveres kun ut i det som er

generaliserbart (sosiale mønstre), men også hvordan case på andre måter kan bidra til å belyse sider ved et fenomen (Flyvbjerg 2004).<sup>25</sup>

Et viktig poeng for Flyvbjerg er at det er informativt å velge case strategisk på bakgrunn av forskningshypotesene, så lenge premissene for casen er eksplisifisert. Flyvbjerg beskriver blant annet ulike ambisjoner for generalisering av to forskjellige strategisk utvalgte case på følgende måte: "Cases of the 'most likely' type are especially well suited to falsification of propositions (1), while 'least likely' cases are most appropriate to tests of verification (2)" (Flyvbjerg 2004: 427).

Forenklet sett kan man si at jeg har strategisk valgt ut mediesakene på bakgrunn av at:

1) Mediedekningen knyttet til Statoil fortøner seg som et typisk mediedrev, hvor mediene avsløring av denne politiske skandalen følger i Watergate-journalismens fotspor: Mannen på toppen må til sist gå som følge av negativ pressdekning. Slik sett er casen valgt strategisk for å falsifisere tesen om at mediedrevet er et uttrykk for utøvelse av pressens makt.

2) At mediedekningen knyttet til Telenorskandalen er et atypisk case mht. mediedrev, hvor avsløringene ikke fører til at mannen på toppen må gå. Hva sier så denne saken om pressens utøvende makt? Er det kontekstspesifikke betingelser som blir avgjørende for det ulike utfallet, og i så fall hvilke?

Er det så indre eller ytre faktorer som er avgjørende for det ulike utfallet disse skandalene får? Hvis det er ytre faktorer kan det peke i retning av mediene *betingede makt*, når det gjelder utøvelsen av kritikk av andre samfunnsinstitusjoner. Her blir faktorer som historisk situasjon; dvs. tidsaspektet mht. privatiseringsfase, lederens opprinnelige maktstilling og endringer i mediestructuren, viktig. Hvis det er snakk om indre faktorer, vil disse være virksomme på den måten at de to ulike casene fikk en ulik dynamikk på grunn av sakenes natur, avisenes vinkling eller ulike mediesvarsstrategier hos Telenor og Statoil.

Når det gjelder min problemstilling og oppgave er det aspekter ved momentene over som er utenfor min rekkevidde å undersøke. Skulle jeg kontrollert for institusjonelle forskjeller, ville

---

<sup>25</sup> Dette er kompatibelt med Strauss & Anselm sine ambisjoner for kvalitativ forskning, teoretisk sampling og generalisering (Corbin & Strauss 1990:421) Lars Mjøset beskriver teoretisk sampling på følgende vis: "The dialogue between evidence and ideas (Ragin 1994) may well start from an effort to explain singular cases – like historians aim to explain one single event, a therapist relates to a client's case history, or a judge in a court case tries to understand the events leading to a particular act of crime. These explanations can be turned to contextual generalizations in specific fields of research through the selection of additional cases (theoretical sampling)" (Mjøset 2005:384)

det vært hensiktsmessig med en organisasjons-sosiologisk komparativ undersøkelse av de to selskapene. Spørsmålet knyttet til institusjonelle forskjeller faller allikevel utenfor problemstillingen slik den er formulert innledningsvis. Jeg viser heller til andre studier av denne typen, og vil peke på noen historiske fellestrekk for disse to selskapene: de er norske, delprivatiserte, i og begge i gang med internasjonalisering av sine virksomheter. I tillegg til at lederen må svare for sine styrer, hvor staten (les: sittende regjering) sitter med flertallet av styremedlemmene.<sup>26</sup>

En viktig forskjell er tidsaspektet i relasjon til de to medieskandalene. Til tross for at begge skandalene dominerer mediebildet innenfor en måneds tid (likhet) er den ene fra 2003 mens den andre er fra 2008 (forskjell). Både mediestructuren (mht. konvergens, fremveksten av nettmedier på bekostning av papiraviser) og privatiseringen og internasjonaliseringen av selskapene gjør at de to casene befinner seg på to ulike historiske tidspunkt, og derfor muligens i to forskjellige faser. Momentene som er nevnt over legger begrensninger på komparasjonen, og utgjør derfor ulike forbehold mht. alle funn denne oppgaven argumenter for. Ved å gjøre disse forbeholdene eksplisitte, følger vi Strauss og Anselms kriterier for forskningsmetode ved å tydeliggjøre og gjøre transparent rammene og begrensningene for oppgaven.

Det jeg imidlertid har mulighet til å vurdere på bakgrunn av mitt datamateriale er hvorvidt vinkling, sakens natur eller ulike medieutspill hos Statoil eller Telenor, kan ha fått noe å si for de to ulike utfall de to sakene fikk. I siste instans berører disse aspektene spørsmål knyttet til mediernes utøvende makt; om enn kun indirekte. Aktørene utenfor mediefeltet kan gjerne føle seg tvunget til å vedta beslutninger, men i siste instans blir denne makten til påvirkning kun indirekte. Mediene tar ikke beslutninger. De legger snarere noen premisser for beslutninger som tas av politikere, dommere, byråkrater og næringslivstopper

### **3.4 Kodeboken**

For å systematisere og analysere datamaterialet, har jeg konstruert en kodebok med hensyn til grad av kritikk og stillingtagning i de enkelte artiklens vinkling av saken. Kodebokens ulike kategorier er illustrert i tabell 1. s. 33. Kodeboken har jeg konstruert på bakgrunn av en metodisk diskusjon av masteroppgaven *Å bygge omdømme i Skandalenes bygg – En analyse*

---

<sup>26</sup> Se for eksempel Berit Gravdahl sin masteroppgave: Forhold med forviklinger Statlig styring og eierskap overfor Statoil (Gravdahl 2007)

*av mediedekningen og krisekommunikasjonen under Murud-saken.* Kodeboken er dermed konstruert på bakgrunn av en vurdering av en tidligere masteroppgave med beslektet forskningsdesign. Masteroppgaven ble evaluert på bakgrunn av Anselm og Strauss sine evalueringskriterier for kvalitative forskningsopplegg (Anselm & Strauss 1990, Alsvik 2011. Vurderingsoppgaven ble levert inn MEVIT 4800 Perspectives and Methods in Media Research). Et sentralt punkt i kritikken var knyttet til kodebokens operasjonalisering av spørsmålet om mediedrev.

Jeg henviser til kapittel fire og fem for en redegjørelse for eksempler på hvordan jeg har analysert de enkelte medietekstene på bakgrunn av kodeboken. Jeg har valgt å presentere kun noen utvalgte eksempler på artikler som kategoriseres ut fra kodeboken, for å tydeliggjøre rasjonale bak denne kategoriseringen. Hvordan artiklene kategoriseres illustreres med eksempler i Statoilsaken s. 48-50, 56, 58 og Telenorsaken s. 83, 86, 87. For et eksempel på en artikkel som var utfordrende å kode, se s. 91.

Jeg har utdypet eksemplene i analysen med sitater, slik at det er mulig å vurdere fortolkningen knyttet til lesningen av avistekstene. Men siden formålet med undersøkelsen har vært å trekke frem mønstre i dekingen med hensyn til hvilke vinklinger som dominerte, og hvorvidt disse var koblet til stillingtagene mediestoff, presenteres de fleste artikler i tabeller med kode, slik at jeg får vist det større bildet av mediedekningen. Selv om min analyse da er basert på en nærlesning, er presentasjonen av denne ofte kun gjengitt ved koden artiklene er kategorisert med. Et stort omfang av stillingtagende reportasjejournalistikk vil for eksempel kunne bekrefte at det er snakk om et mediedrev der dekingen var intens (jf. mediedrevets dimensjon 1, s. 13, 14). I tabell 1. presenteres kodebokens ulike kategorier.

I kodeboken har jeg delt inn avisartiklene med hensyn til om vinklingen er svært kritisk og stillingtagene (1), noe kritisk og stillingtagene (2), negativ men på samme tid nyansert og saksrefererende (3), svært positiv og stillingtagene (4), noe positiv og stillingtagene (5), positiv men på samme tid nyansert og saksrefererende (6). Disse kategoriene er konstruert for å operasjonalisere forskningsspørsmålet om mediedrev knyttet til dimensjon en: Hvor omfattende er dekingen på det antatte tidspunkt, og er den intens og enstemmig i sin kritikk?

**Tabell 1.** Kodeboken for analysen og organiseringen av datamaterialet. Datamaterialet som skal kategoriseres på bakgrunn av kodeboken er hovedsakelig reportasje- og kommentarstoff fra NTB, Dagens Næringsliv og Aftenposten.

	<i>Partisk</i>	<i>Partisk</i>	<i>Nyansert</i>
<i>Negativ dekning</i> <i>(Underbygger</i> <i>tesen om</i> <i>mediedrev)</i>	Svært kritisk og stillingtagende  Kode 1	Noe kritisk og stillingtagende  Kode 2	Negativ men på samme tid nyansert og saksrefererende  Kode 3
<i>Positiv dekning</i> <i>(Tilbakeviser</i> <i>tesen om</i> <i>mediedrev)</i>	Svært positiv og stillingtagene  Kode 4	Noe positiv og stillingtagene  Kode 5	Positiv men på samme tid nyansert og saksrefererende  Kode 6

Når jeg har konstruert denne kodeboken, har det vært viktig å fremheve at *ingen mediedekning* av en sak er *nøytral* i forhold til om dekningen er *positiv eller negativ* med hensyn til *aktørene involvert*. En sak vil alltid ha en vinkling: Hvorvidt den er positiv eller negativ er avgjørende for om den er kritisk mot de aktørene saken beskriver. Nyansert og saksrefererende dekning av en sak som gir et negativt fokus ved valg av (kritiske) kilder som kommer til ordet, kan således fortsatt være kritisk selv journalisten ikke eksplisitt tar stilling til saken, hvis kildene som uttaler seg er kritiske (kode 3). At flere aviser har saker med denne typen negativ vinkling er med på å forsterke den overordnede nyhetstolkingsrammen, og kan derfor ansees en sentral bidragsyter til mediedrevet.

Schudson påpeker i *The Sociology of News* at en interinstitusjonell nyhetstolkningramme er et kjennetegn ved moderne nyhetsformidling:

”A century ago, competing newspapers in the same city featured front page story’s that their rivals did not event carry in the back pages (...) The CNN effect (..) result in interinstitutional news coherence” (Schudson 2003: 209)

Hvorvidt vi ser en slik sammenhengende nyhetsramme henger sammen med mediedrevbegrepets dimensjon 3: Der flere dominerende redaksjoner og nyhetsmedier deltar over en viss tid.

Mediedekning som er positiv og saksrefererende (kode 6) i forhold til aktøren utsatt for mediepress bidrar til å dempe mediedrevet da det fungerer som en avledning fra skandalen. I denne forbindelse blir også relativt tørre saksrefererende artikler, som for eksempel omhandler kjølige kalkuleringer i relasjon til markedet, en positivt vinklet sak da den virker avledende fra den negative oppmerksomheten, og igjen befester samfunnsaktøren i hans/hennes hverdagslige maktposisjon.

Gjennom kodebokens kategorier vil jeg konstruere en oversikt over vinklingene i pressedekningen, før jeg ut i fra denne oversikten undersøker om man kan identifisere ulike faser i opprullingene av skandalene og hva slags implikasjoner dette har med hensyn til likheter og forskjeller mellom de to casene (for en utdypning av faser s. 36). Både omfanget, grad av kritisk og negativ oppmerksomhet, samt forståelsen av saken i ulike faser er avgjørende for å svare på forskningsspørsmålet om mediedrev. Hvorvidt artiklene er kategorisert, presentert og innsamlet på en konsistent måte mht. kodeboken, er viktig for forskningsoppleggets reabilitet (pålitelighet ved målinger/registreringer).

Michael Schudson fremhever i *The Sociology of News* forskning som viser at journalistikken generelt har tatt en mer kritisk vending i fra slutten av 1970-årene til 1990-årene (Schudson 2003:92). Derfor er det å forvente at de tre første kategoriene i kodeboken (1, 2 og 3) er mer frekvent enn de tre siste (4,5 og 6).

### **3.5 Kodebyttet i reportasjestoffet**

Siden søkene i Atekst inkluderer kronikker, ledere og reportasjer, har jeg funnet det hensiktsmessig å inkludere momentet om stillingtagende eller nyansert/saksrefererende som ulike koder i kodeboken. Det finnes ingen "funksjon" for å skille mellom reportasje- og kommentarstoffet i søk i Atekst (dette må gjøres "manuelt"). Analysen av de to sakene vil vise at en stor andel av treffene er knyttet til nettopp reportasjestoff. Sjangermessig er det tradisjon for at kronikker og ledere er stillingtagende, mens reportasjer og nyhetsnotiser kun skal være saksrefererende og nyanserte. I reportasjer er det slik valg av kilder som avgjør om det rettes kritikk mot en annen samfunnsaktør eller ei. Journalistens mening og stilling i



forhold til saken er ikke relevant. En journalists negative vinkling er i en reportasjeartikkel sømløs i den forstand at den kun reflekteres i kildevalg og spørsmålsform. Imidlertid vil jeg i analysekapitlene være åpen for at det kan finnes elementer av journalistens stemme i teksten, som er stillingtagende og dermed delvis sjangeroverskridende. Sjangeroverskridende reportasjeartikler vil eventuelt kategoriseres med en blandingskode: 3/2. Kode 3, for å markere det som tilhører reportasje sjangeren, og /2 for å markere elementer av kommenterende/stillingtagende journalistikk (kodebytte).

Kodebyttet, hvor journalisten beveger seg fra å være tilskuer til deltager, beskriver Schudson på følgende vis: <sup>27</sup>

Reporters may adhere to norms of objectivity in reporting on a political campaign, but they also will not hesitate to report gushingly about a topic on which there is broad national consensus or to write derisively on a subject that lies beyond the bounds of popular consensus. It is as if journalists were unconsciously multilingual, *code-switching from neutral interpreters to social consensus and back again without missing a beat (...)* In the zone of "legitimate controversy," recognition of a culturally sanctioned conflict (like anything on which the two political parties differ) guarantees a professionalism dedicated to presenting both sides. In the zone of deviance, coverage of issues or groups goes beyond the reach of *normal reportorial obligations of balance and fairness (...)* Moreover, by unspoken understanding, there are *not two sides to human tragedies* (Schudson 2003:186,187 min utheving)

Vanligvis er denne sjangeroverskridelsen kun legitim ved (nasjonale) tragedier, hvor det ville vært upassende å oppføre seg så distansert og uberørt til saken det gjelder. Når journalister går i flokk og dekker en sak fra primært et perspektiv, og på samme tid bytter kode fra tilskuer til deltager (kommentator) er dette ofte en mediedramaturgi medieanalytikere stiller seg kritiske til (Allern og Pollack m. fler 2009). På samme tid er kodebyttet også dekkende for den mer legitime gravende reportasjejournalistikken (Schudson 2003: 187). På den ene siden blir stillingtagende journalistikk forstått som en partisk journalistikk som i siste instans ikke anses som profesjonell journalistikk. På den andre siden er stillingtagende journalistikken en legitim form for gravende journalistikk: Det "å ta tydelig stilling" er en forutsetning for å avsløre kritikkverdige forhold (jf. diskusjonen av "The journalism of attachment" i teorikapittelet). Hvorvidt vi ser denne sjangeroverskridelsen i case som her skal undersøkes, kan slik sett være

---

<sup>27</sup> Begrepsparet må her ikke leses som ekvivalent med Skjerheims diskusjon og forståelse av begrepene (Skjerheim). Skjerveheims utmynting av begrepene er knyttet til positivismestriden i vitenskapene. Tilskuerposisjonen er hos Skjerveheim en inautentisk måte å forholde seg til samfunnet på. Et sentralt poeng hos Skjerveheim er at siden det ikke finnes et ideologisk nøytralt rom, er en reflektert deltagerrolle en mer nyansert posisjon enn den inautentiske tilskuerrollen. Til tross for at kodebyttet handler om å bytte fra å beskrive samfunnet til å bedømme det: dvs. overgang fra en deskriptiv til normativ skrivestil og tilbake igjen, er tilskuerrollen og deltagerrollen her først og fremst knyttet til ulike former for narrativ representasjon: saksrefererende eller kommenterende.

interessant mht. den emosjonelle virkningen av avsløringen (kanskje mest med tanke på Telenorskandalen).

### 3.6 Fasene i mediedrevet

Selv om kodeboken er ment å operasjonalisere spørsmålet om dekningen kan kategoriseres som kritisk og negativ (dvs. koding som går på omfanget av den medierte skandalen som forutsetning for å kunne kategorisere det som et mediedrev), gir den ikke i seg selv svar på hvordan vinklingen av saken over tid utvikler seg mht. sakens ulike faser.<sup>28</sup> Til det er kodingen for generell. For å identifisere de ulike fasene, må man gå til de enkelte tekstene dvs. på detaljnivå for å se på hvordan sakene vinkles mht. saken forløp i seg selv. Jeg har derfor valgt ut å analysere fasene i Dagens Næringsliv og Aftenposten som har hatt et eierskap mht. avsløringene, eller har ledet oppfølgingen av sakene. Disse avisene er toneangivende, riksdekkende aviser som har makt til å sette dagsorden, og prege det generelle nyhetsbildet. I tillegg har jeg valgt å se på NTB sin dekning, da nyhetsbyrået i en viss grad kan sies å dekke hvordan sakene sprer seg til andre deler av pressen, da byrået påvirker andre redaksjoner og medieplattformer direkte, gjennom å selge sitt nyhetsstoff videre til disse (mer om dette s. 39).

Mediedrev omhandler også et visst forløp i tillegg til en kritisk pressedekning hvor negative vinklinger spres om seg i pressens ulike redaksjoner. Avsløringen, rettergang (med mulighet for innrømmelser) og til sist dommen, som hvis saken er graverende nok, eller at medieoppmerksomheten er massiv nok, ender med lederens avgang (Pollack i Allern & Pollack m. fler 2009: 104). Det er også gjerne et kort etterspill, hvor mediene i større grad analyserer det som har skjedd (Pollack i Allern & Pollack m. fler 2009: 104).

Innenfor denne grove inndelingen av drevets ulike faser, finnes et spillerom for aktørene involvert. Den kritiserte part har som i en rettssal mulighet for å legge kortene på bordet (legge ballen død). Thompson og Midtbø karakteriserer som nevnt dette som å innrømme førstegangsovertramp (Thompson 2000:17 og Midtbø 2007:45,55, introdusert innledningsvis i denne oppgaven s. 2, 3). Hvis journalistene kan avsløre flere overtramp etter denne innrømmelsen, har denne forsvarsstrategien ofte vist seg å få en bumerang effekt for den involverte, og øker risikoen for at den kritiserte part må fratrukke sin maktstilling (Thompson

---

<sup>28</sup> Sakens forskjellige "faser" og sakens ulike "akter" blir i denne oppgaven brukt som sammenfallende betegnelser.

2000:17 og Midbø 2007:45,55). Valla-saken, er muligens et unntak fra regelen over, da det ikke ble avslørt flere graverende forhold, etter hennes (betingede) unnskyldning. For å vurdere hva slags type forløp mediedrevet fikk, vil jeg derfor se på de relevante medietekster og hvorvidt disse fasene utpeker seg i det empiriske materialet, og eventuelt hvordan de utartet seg (for utdyping og eksempler på inndeling i ulike faser se s. 47, 73, 103, 106, 108).

### 3.7 Søkeordene i Atekst

For å sikre transparens med hensyn til fremgangsmåte vil det redegjøres for hvordan jeg kom frem til søk i Atekst som ble retningsgivende for datainnsamlingen. Atekst er et digitalisert mediearkiv, med papir og nettaviser hvor det er mulig å få opp alle relaterte artikler til et søkeord innen en gitt tidsperiode.<sup>29</sup> Det er per dags dato ikke mulig å skille i søkene mellom reportasjestoff og kommentarstoff<sup>30</sup> Transparensen i forskningsprosessen gjør at sentrale funn kan revideres med utgangspunkt i gjentatte undersøkelser. Bruk av Atekst gjør forskningsprosessen etterprøvbart i og med at feltet ligger tilgjengelig ute på nett (offentlig tilgjengelig via bibliotekstjenester), hvor man kan gjøre gjentatte søk.

I analysen og datainnsamlingen knyttet til undersøkelsen av Telenorsaken, som jeg analyserte først, kom jeg frem til en modell for søk i Atekst som også ble mal for søkeordene for Statoilsaken (Kapittel 4). Årsaken til at Telenorssaken ble modell for datautvalget/atekstsøkene i Statoilsaken, er så enkel at det var den saken jeg innhentet datamaterialet først. Siden dette ble retningsgivende for datainnsamlingen i Statoilsaken, vil jeg nå kort begrunne malen for søkeordene (jeg vil også siden ta denne tråden opp igjen i analysen av Telenorsaken, under avsnittet 5.3 Avisdekningen: Omfang og metodiske refleksjoner).

I forskningsprosessen fant jeg at ut det var fruktbart med atekstsøk som gikk på de nøkterne og korte søkeordene ”Baksaas” og ”Telenor”, og ”Statoil” og ”Fjell”. Vignetter/ord og overskrifter knyttet til ”Telenor”- og ”Statoilskandalen”, ”korrupsjonsskandale”, ”arbeidsmiljøkriminalitet” o.l. ble valgt bort. Det viste seg at disse var overlappende, da selskapene og konsernleder navnene ble nevnt under disse mer ladede vignettene. Søkeordet ”Et tårn av løfter” (dokumentarfilmen hvor Telenor avsløres) ble også valgt bort. Årsaken til

---

<sup>29</sup> <http://www.retriever.no/om-retriever.html>

<sup>30</sup> [https://web.retriever-info.com/static/pdf/archive/search\\_manual\\_2010\\_no.pdf](https://web.retriever-info.com/static/pdf/archive/search_manual_2010_no.pdf)

at jeg valgte bort ”Et tårn av løfter som søkeord”, var at den ikke alltid ble referert til i relaterte saker (for en utdypning se s. 81).

Siden valg av søkeord legger grunnlag for datainnsamlingen, kan dette tenkes å ha påvirket funnene. Hvis man søker på person (for eksempel ”Fjell”), og ikke sak (”korrupsjonsskandale”), kunne man tenkt at dette kan legge føringer for at jeg konkluderer med at begge sakene på sikt får et større person- enn institusjonsfokus. En innvending mot dette igjen er at søkeordene ”Statoil” og ”Telenor” burde beskytte oss mot denne feilslutningen. Vi kan oppsummere begrunnelsen for malen for valg av søkeordene i de to følgende punkter:

1) Man får et relativt nøytralt utgangspunkt for å finne relevante artikler knyttet til potensiell negativ dekning for selskapet i denne tidsperioden. Søk på ”Korrupsjonsskandalen”, ”Statoilskandalen”, ”Bangladesh-skandalen”, ”Telenorskandalen”, ”barnearbeid”, ”dødsfall”, ”etikkskandalen” er både mer verdiladede ord enn søkeordene ”Fjell”, ”Baksaas”, ”Statoil” og ”Telenor”. I tillegg til at de ikke gir like mange treff som de valgte søkeordene, fordi vinklinger og språkbruk i de ulike artiklene varierer med hensyn saken, til tross for at de gjerne tematisk er relatert til den.

2) Søket favner også positiv dekning av selskapet i samme periode som de antatte mediedrevet, inkludert dekning som ikke nødvendigvis primært er relatert til saken. For å teste ut forskningsspørsmålet om hvorvidt dette er et mediedrev, og hvordan kodeboken kan avdekke tendenser i mediedekningen i forholdt til vinklinger i dette antatte mediedrevet, er det avgjørende å ha et språklig tilnærmet nøytralt utgangspunkt for å samle inn informasjon om det generelle mediebildet som ble skapt rundt selskapet innenfor denne tidsperioden.<sup>31</sup>

For en mer utfyllende diskusjon og beskrivelse av hvordan fremgangsmåten for utvelgelse av søkeord ble utviklet se avsnitt 5.3 ”Avisdekningen - omfang og metodiske refleksjoner”, i analysen av Telenorsaken (s. 79-81).

---

<sup>31</sup> Å gjøre prosessen transparent med hensyn til av valg av søkeord, som veiledende for utvalget mitt, er således i tråd med Grounded Theory sine kriterier for avgrensning av forskningsmaterialet (Corbin, Juliet M. and Anselm Strauss:1990)

### 3.8 Atekst, Mikrofilmarkivet og avisutvalg

Avisene som er valgt ut som grunnlag for analysen, samt søkemotoren Atekst og avisarkivet i Mikrofilmarkivet, skal jeg redegjøre for, diskutere og begrunne i de påfølgende avsnittene. Det å gjøre valgene eksplisitte er måte å gjøre forskningsprosessen transparent, i tråd med Corbin og Strauss sine prosedyrer for forskningsprosessen. Formålet er at leseren får et vurderingsgrunnlag for hvorvidt datautvalget korresponderer med problemstillingen. En danner slik et grunnlag for diskusjon av hva som ble gjort, hvordan det ble gjort, hvilke premisser dette la analysen av sentrale funn og hva som eventuelt kunne vært gjort på en annen måte.

Avisene som er valgt ut er primært Aftenposten og Dagens Næringsliv og nyhetsbyrået NTB. Begge avisene var sentrale i dekkningen av sakene, mens NTB er tatt med for å belyse spredningen av sakens vinklinger til andre medieplattformer. Aftenposten & Dagens Næringsliv er valgt ut fordi de topper statistikken i Atekst for antall treff i dekkningen av selskapene i perioden. Det er derfor grunn til å tro at deres vinkling av saken var førende for resten av medielandskapet. NTB er valgt fordi dette er en måte å belyse begrepet mediedrev på mht. spredning og reproduksjon av vinklinger i mediebildet. Hvis NTB sine vinklinger reflekterer hovedvinklinger/narrativ hos Aftenposten og/eller Dagens Næringsliv er dette en måte å bekrefte at de nevnte avisene er toneangivende for den resterende mediedekningen saken får. For utdypning og eksempler på hvordan NTB kan benyttes for å belyse begrepet mediedrev se avsnitt 4.9. ”Mediedekningen i NTB” (s. 67) og 5.9 ”Fra ”uansvarlig” til ”tragisk” – rapportering fra NTB” (s. 96).

Et viktig forbehold her er at NTB sine vinklinger kun i begrenset grad kan sies å gjenspeile/representere det resterende mediebildet. Hvis man skulle ha undersøkt dette i sin helhet, måtte en tatt for seg hver enkelt avis: Lokalt og i rikspresen. For å kunne gå mer i dybden på hvilke perspektiver som ble dominerende i redaksjonene som førte an i saken har jeg avgrenset det empiriske materialet til disse, samt NTB. NTB er derfor her et alternativ til å undersøke flere redaskjoner, da nyhetsbyrået lever av å selge sine saker og dermed vinklinger av saker til det resterende mediebildet.

Jeg kunne ha inkludert nettavisene i analyse materialet, men jeg har på bakgrunn av avveielser som det vil redegjøres for nå valgt ikke å gjøre dette. Til tross for at papiravisene fortsetter å tape terreng til fordel for nett, er store skandale saker reflektert i både papir og nettavisene.

Mediene som er store på nett, er gjerne store i papirversjonen, og gjør at det er en kontinuitet mellom det som står på trykk og det man finner på nett. Å utelukke nettversjonene fra det empiriske materialet, er gjort for å forenkle analysen og dermed frigjøre mer tid til å kunne gå gjennom hver enkelt artikkel for å kategorisere den i forhold til kodeboken, og med hensyn til faser. I en tidlig fase av søkeprosessen inkluderte jeg nettmediene, og dette øker naturligvis treffene i Atekst. Når jeg har valgt ikke å inkludere treff fra nett i oppgaven, kan dette dermed gi inntrykk av at skandalene var mindre omfattende enn det de var. Så derfor er det viktig å ta høyde for at det kan være tendenser i materialet mitt, som kunne vært relevant å inkludere i analysen, men som av grunnene som er oppgitt over, ikke er tatt med.

Mikrofilmarkivet og Atekst har vært kildene for å få en oversikt over kommentatorstoff og artikler hos Dagens Næringsliv, NTB og Aftenposten. Tilgjengelige data (artikler) som er registrert i Ateksts database skiller seg ut både layoutmessig mht. tilgjengelighet av filmruller med oversikt over artikler i Mikrofilmarkivet på Nasjonalbiblioteket. Paradoksalt nok fører ikke kun digitaliserings prosessen ved lagring av artikler i Atekst til at data blir tilgjengelig. Viktig info knyttet til oppslag og layout forsvinner ved at Nasjonalbiblioteket har sluttet å lagre avisene i egne filmruller (Mikrofilmarkivet) fra 2007. Å lete etter data i mikrofilmarkivet er en annen prosess enn å lete etter data i Atekst. Atekst har funksjoner som grafer og figurer som gir tidsbilder og oversikt over trender i materialet. Men mikrofilmarkivet viser posisjon i avisen m.m.. Å bruke begge kilder er gjensidig utfyllende og berikende. Per dags dato er ikke sakene systematisk lagret med informasjon om for eksempel plassering i nettmediene/papirutgavene i Atekst.

I tillegg har ikke Atekst funksjoner for å skille mellom kommentatorstoff og reportasjeartikler. Dette må da gjøres manuelt (som jeg har gjort via kodeboken). Så til tross for at Atekst har mange innebygde og tidsbesparende analysefunksjoner som legger til rette for at man lettere kan se tendenser i materialet, er det en styrke f.eks. å kunne kombinere disse søkene med informasjon som ligger tilgjengelig i mikrofilmarkivet.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> Denne tilgjengeligheten har vært viktig for eksempel analysen av Dagens Næringsliv sin dekning av Statoilskandalen.

### 3.9 Studiet av dagsordenmakt og metodiske refleksjoner rundt analysen

Er det mulig å tematisere og vurdere hvorvidt saker som ikke lenger settes på dagsorden, på grunnlag av avgrensningen og innsamlingen av et datamateriale? Dette er en problematikk som både reises av Steven Lukes i *Power – A radical view* i hans diskusjon av demokrati og maktstudier, samt hos Corbin og Strauss når de beskriver faktorer man må være oppmerksomme på i forholdet mellom analyse og avgrensning av empiri i datainnsamlingprosessen (Steven Lukes 2005, Corbin & Strauss 1990: 420). I denne oppgaven vil jeg diskutere en relatert metodisk avveining knyttet til denne problematikken i analysen av Telenorsaken (se avsnitt 5.3: ”Avisdekningen - omfang og metodiske refleksjoner”, s 79-81)

I Corbin og Strauss sin artikkel ”Grounded Theory Research: Procedures, Canons and Evaluative Criteria”, problematiserer de hvordan man håndterer det de betegner som signifikant fraværende data (Corbin og Strauss 1990).<sup>33</sup> Problematiseringen kommer som følge av en refleksjon om hvordan analyse og datainnsamling er en sammenfiltret prosess ved kvalitative forskningsopplegg:

Every concept brought into the study or discovered in the research process is at first considered provisional. It earns its way into the theory by *repeatedly* being present in each interview, document, observation, in one form or another, or *by being significantly absent* (it should be there, but isn't, thus we ask why). (Corbin & Strauss 1990: 420 min kursivering)

Corbin og Strauss tar her opp en vanskelig og omstridt problemstilling. Problemstillingen om signifikant fraværende data, kan også knyttes til Steven Lukes maktbegrep, med vekt på den andre maktdimensjonen knyttet til dagsordenmakt (Lukes 2005). Komparasjon er nødvendig forutsetning for Lukes for hvorvidt man kan analysere usynlig makt i forbindelse med saker som unndrar seg offentlighetens lys. I følge Lukes maktperspektiv i *Power – a radical view*, er makten på denne måten mest virksom, når den virker sømløs. Maktbegrepet er slik sett knyttet til dagsordenmakt og saker som av ulike årsaker unndrar seg oppmerksomhet (Lukes 2005).

Hvordan kan man argumentere for at noe er signifikant fraværende i datamaterialet sitt? For å kunne argumentere for dette må man 1) Ha et legitimt sammenligningsgrunnlag (jf. most

---

<sup>33</sup> Signifikant i en kvalitativ og ikke kvantitativ betydning. Ordet signifikant er her ekvivalent med betydningsfull. Jeg har valgt å beholde ordlyden, da det henviser til ordlyden til Corbin og Strauss (Corbin & Strauss 1990:420).

similar-case-analysis Yin (2003) Lijphart 1975)) 2) Være observant på disse potensielt signifikante forskjeller i sammenligningen mellom to case, ved både datainnsamlingen og den samtidige analysen 3) Knytte dette til hovedteser, og teori og øvrige undersøkelser av lignende fenomener.

I denne oppgaven er en nøkkelkategori (empirisk "concept") i komparasjonen knyttet til spørsmålet om tillit, som den påfølgende analysen vil vise stilles i ulik grad til de to konsernlederne. Frekvensen av tillitsspørsmål i både kommentatorstoffet og reportasjestoffet, eller fravær av spørsmål om tillit, kan for eksempel belyse nettopp det Corbin og Strauss mener med signifikant fravær i datamaterialet. Spørsmålene om tillit er igjen sentralt for undersøkelsen av begrepet mediedrev (teoretisk "concept"), spesielt med vekt på personvinklingen, pressedekningens varighet og mediedekning som sprer seg til flere nyhetskanaler.

Andre eksempler på signifikant fravær kan være fravær av strukturelle perspektiver i pressedekningen, som den videre analysen vil avdekke er tilstedeværende/fraværende i ulik grad i analysen av Statoil og Telenorsaken.

### **3.10 Strukturen i analysekapitlene**

Kapitlene er strukturert slik at sakene analyseres avis for avis. Dette medfører noen gjentakelser av de to sakenes gang og innhold. Årsaken til at jeg har strukturert oppgaven på denne måten, er at vi ikke kan ta for gitt at Dagens Næringsliv og Aftenposten dekker saken på lik måte. Like viktig som å avdekke likheter og forskjeller mellom de to sakene, slik de opprulles i ulike faser er det viktig for belysningen av problemstillingen å se på likheter og forskjeller i de ulike redaksjonene (Aftenposten, DN og NTB) sin dekning av saken. Dette belyser hvorvidt man ser de samme fasene, hvem som er anfører i sakene og til sist men ikke minst: Man får belyst hvilken redaksjon som fører saken, og om vinklingene for eksempel overtas av NTB, med hensyn til spredning av saken til det resterende mediebildet, med de forbehold som er tatt i avsnittene over. Statoilsaken analyseres først, så Telenorsaken før et komparativt kapittel hvor likheter og forskjeller mellom de to sakene sammenlignes og oppsummeres.



## 4 Statoilskandalen

Saken vedrørende Statoils konsulentavtale med selskapet Horton Investments, som skulle vise seg å ha forgreininger til Irans forhenværende presidentsønn Ali Hafsjani, kom på trykk første gang 6. september 2003 i Dagens Næringsliv ("Statoil gir 115 mill. for råd om Iran" i DN 6.9.2003). Dagens Næringsliv avslørte via hemmelige kilder at en intern rapport som var kritisk til avtalen hadde blitt forbigått i stillhet. Noen dager senere ble det avdekket at konsernleder Olav Fjell selv kunne knyttes direkte til avtalen. Reportasjefjournalistene som hadde fått en kopi av avtalen kunne bevise at Fjell selv hadde signert den. Etter noen runder i mediene, styret og generalforsamlingen, der konsernleder Fjell fortsatt hadde tillit midtveis i prosessen, endte det med at Fjell ble tvunget til å gå den 23. september 2003. Styreleder i Statoil Leif Terje Løddesøl, som tidligere i prosessen gjentatte ganger hadde gitt konsernlederen sin fulle tillit, hadde da trukket seg fra sitt verv en dag i forkant.

I dette kapittelet skal jeg beskrive utviklingstrekk knyttet til mediedekningen av Statoilsaken. Saken kan på et overordnet plan deles inn i tre faser: avdekning, prosess og fall.<sup>34</sup> Jeg vil belyse casen på bakgrunn av begrepet om mediedrev. Er saken et typisk eksempel på et mediedrev ved en politisk skandale? Underliggende for beskrivelsen av de tre fasene er således spørsmålet om hvordan utviklingen i det antatte mediedrevet fortonte seg. Hvilke aktører var involvert? Hvilke vinklinger ble dominerende? Hvilke konsekvenser fikk det at DN drev saken fremover? Hvis de overordnede vinklingene til Dagens Næringsliv ble overtatt av andre redaksjoner og medieplattformer, aktualiserer dette tesen om mediedrev.

### 4.1 Spørsmål om tillit og fokus på person

Medieoppmerksomheten rundt avsløringer omkring hemmeligholdte avtaler i forbindelse med Statoils internasjonalisering, er sentrert omkring konsernleder Olav Fjell som person og øverste leder fra begynnelsen. Det viser seg at personfokus var dominerende allerede i avdekningsfasen i Dagens Næringslivs dekning (uke 36/37). Vinklingene knyttet til

---

<sup>34</sup> Pollack benytter en ekvivalent modell for fasene i et mediedrev (kartleggingsfase, eskaleringsfase og avmatningsfase) i artikkelen "Ekstra Extra. Hon sågas – hon avgår" Opinionsjournalistikk og ministerskandale i Sverige 2006 (Pollack i Allern og Pollack 2009:104). Hos Pollack er analysen knyttet til en politikerskandale (til forskjell fra en politiske skandale), hvor avsløringer knyttet til bruk av svart arbeidskraft og avsløringer vedrørende ubetalte tv-lisenser hos nyinnsatte ministre førte til deres avgang (jf. avsnittet om fasene i mediedrevet og Pollack i Allern og Pollack 2009:104).

konsernlederen som person reflekteres i de gjentatte mistillitsspørsmålene som stilles på tvers av pressen i sakens andre fase (prosessen).

Mistillitsspørsmål i denne sammenhengen betyr noe annet enn mistillitsspørsmål i Stortinget. Journalistenes/kommentatorenes spørsmål om tillit til makthavere ligger på et mer uformelt plan. Hvis spørsmål om tillit blir utbredt nok i form av et mediedrev, og dermed toneangivende for debatten, er det en større risiko for at dette får konsekvenser den kritiserte part. Hvorvidt dette får reelle konsekvenser for konsernsjefen er avhengig av at den negative pressedekningen mobiliserer sentrale nøkkelpersoner. I denne sammenheng er disse nøkkelpersonene styremedlemmene, de store fagforeningene og ansvarlig minister i forhold til selskapets konsernsjef.<sup>35</sup>

Spørsmålene om tillit reises ikke kun i kommentarstoffet, men også hyppig i reportasjeartiklene som indikerer at journalistene bytter mellom journalistiske koder i samme tekst (jf. diskusjonen av kodeboken i metodekapittelet). Analysen i dette kapittelet vil vise at dette ikke kun gjelder Dagens Næringsliv, men også Aftenposten og nyhetsbyrået NTB.<sup>36</sup> Vinklingene i de ulike redaksjonene og medieplattformene vil bli påfallende like i løpet av akt 2 (prosessen). Slik sett får jeg empirisk belegg for å hevde at det her er snakk om et mediedrev, hvor kritisk vinkling, fokus og omfang sprer seg på tvers av pressen. Pressen synes dermed å snakke med én stemme. Dette mediedrevet, med Dagens Næringsliv i spissen, la et press på konsernsjefen og relaterte nøkkelpersoner. I siste instans er det grunn til å tro at mediedrevet la noen premisser for at Fjell ble sparket av styret fra sin stilling den 24. september 2003 (akt 3, fallet).

## **4.2 Dagens Næringsliv som toneangivende**

Et mediedrev kjennetegnes ofte (men ikke alltid) av at et medium graver saken frem, og har et visst eierskap til saken slik at den følges opp av en gruppe journalister som har ressurser til det.<sup>37</sup> Andre medier henger seg på skandalen (skandalens forgreininger), hvis avsløringene av

---

<sup>35</sup> Se det komparative kapittel (6), tabell 18 s. 101 for en oppsummering av spørsmålene om tillit som stilles i reportasjestoffet i Statoilsaken. Spørsmålene om tillit reises her til både Statoilsjefen selv, representanter for fagforeningene samt styremedlemmene.

<sup>36</sup> NTB er særlig egnet til analysemateriale for å belyse forskningsspørsmålet knyttet til mediedrev, da det er en medieplattform som har som markedsstrategi å formidle og selge tekster til andre medieplattformer. Jeg henviser til dette kapittelets s. 64 for utdyping og eksemplifisering.

<sup>37</sup> I Skandalenes Markeds plass går dette under Flokkdyrshypotesen og Anførerhypotesen (Allern og Pollack m. fler 2009: 199, 200). Eksempler på dette er hvordan Dagbladet eide Lysbakken-saken" og hvordan VG eide "Valla-saken", på samme tid som deres overordnede

normbrudd viser seg å eskalere (jf. anførerhypotesen i teorikapittelet s. 12). Skandalens eskalering finner ofte sted ved benektelse fra den anklagede part, eller ved introduksjon av ny informasjon om flere graverende forhold i etterkant av innrømmelser.<sup>38</sup> I de påfølgende avsnittene ser jeg på Dagens Næringsliv sin dekning av Statoilsaken fra 2003 og hvordan anklager knyttes til korrupsjon. Analysen vil vise på hvilken måte Dagens Næringsliv hadde eierskap til saken og fra begynnelsen av var toneangivende i det antatte mediedrevet. Så vil jeg analysere et utvalg av Aftenposten og NTBs dekning av saken (skandalens potensielle forgreininger), for å sammenligne vinklinger og grad og omfang av kritisk og negativ presseomtale.<sup>39</sup>

### 4.3 Tidsbilde over Statoilskandalens ulike faser

Det antatte mediedrevet er markert i tabell 2 på neste side. Analysen vil i dette kapittelet vil avdekke at det er mulig å snakke om et mediedrev i ordets analytiske, men ikke nødvendigvis mediekritiske forstand (jf teorikapittelet s. 20, 21).<sup>40</sup> Saken følger et forløp bestående av tre akter over en tre ukers periode, hvor personfokus og skandalisering blir et sentralt motiv (jf. mediedrev slik begrepet fortolkes av Allern og Pollack m. fler 2009: 11). Jeg har markert det antatte mediedrevet i sakens tre faser med grått i tabell 2. Andre kjennetegn ved mediedrev, som at journalistisk dramaturgi (narrativ) gjennom valg av vinklinger blir en gjenganger i flere av de dominerende nyhetsredaksjonene, vil være gjenstand for analysen (Allern og Pollack m fler 2009:11). Jeg vil i denne oppgaven undersøke innholdet av artiklene til Dagens Næringsliv, Aftenposten og NTB.<sup>41</sup>

---

vinklinger av sakene preget hele mediebildet. Det er imidlertid forbehold knyttet til tesene, da de ikke bekreftes i alle case-studiene (for eksempel ministerskandalene i Sverige), ei heller alle avisene i en sak.

38 Jf. Midtbøs og Thomspsons diskusjon av andregradsforeteelsen i forbindelse med medierte skandaler (Thomson 2000, Midtbø 2007).

39 Jeg har avgrenset presentasjonen av utvalget her til uke 37 Aftenposten, og uke 38 NTB, da disse periodene er knyttet til faser i mediedrevet hvor det ble lagt noen viktige premisser for Fjell sin avgang, i tillegg til at de utvalgte periodene utgjør et tilstrekkelig empirisk materiale for å belyse likheter og forskjeller i presseomtalen.

40 For en nyansert kritikk av "mediekritikere" se Schudson, *The Sociology of News* (2003:90-104 jf. teorikap.) s 19). Schudson vektlegger at man ikke bør ha en negativ forforståelse av utviklingstrekk hos mediene når man studerer for eksempel journalistenes formidling av virkeligheten, men heller innta en analytisk rolle som fortolker av for eksempel medietekster (Schudson 2003: 90,91).

41 Artikler til NTB vil inkluderes i en ny tabell i dette kapittelet (Tabell 9 s. 67).

**Tabell 2.** Oversikt over dekningen av Statoil og Olav Fjell fra uke 36 – uke 40. Tabellen er generert fra søkedatabasen A-tekst, etter søkeordene ”Olav Fjell” AND ”Statoil”. For en diskusjon av søkeord, se egen diskusjon i metodekapittelet og i Telenorkapittelet.

Kilde	Uke 36/03	Uke 37/03	Uke 38/03	Uke 39/03	Uke 40/03	Samlet dekning i September
Sakens faser	Akt 1	Akt 1/ Akt 2	Akt 2	Akt 3/Epilog	Epilog	
Dagens Næringsliv	1	22	25	27	3	78
Aftenposten	0	10	27	31	0	68
VG	0	4	7	24	2	37
Dagbladet	0	4	11	21	0	36
Dagsavisen	0	1	2	9	0	12
Klassekampen	0	1	2	5	0	8

Tabellen over er tatt med innledningsvis for å indikere en skisse over gangen i saken. Tallene er hentet fra Atekst, og er treff på søkeordene ”Olav Fjell” og ”Statoil”. Totalt gir søket i Atekst 411 treff i september 2003. Til sammenligning får man 133 treff i oktober, 23 treff i november og 23 treff i desember på samme søkeord.

Det er ikke gitt at alle artiklene jeg får treff på i Atekst i september er knyttet til saken. Derfor vil jeg presentere mediestoffet i utvalgte redaksjoner relatert til ulike vinklinger i den påfølgende analysen. Oversikten i tabellen over viser at i uke 36 er det kun Dagens Næringsliv som har en artikkel knyttet til søkeordene. I uke 37 øker Aftenpostens dekning av saken, og kan foreløpig være en indikator på tidspunktet for når Aftenposten henger seg på saken.<sup>42</sup> I uke 38 trapper alle de store avisene opp dekningen av selskapet og konsernlederen. I uke 39, som er uken Fjell fratrer, øker frekvensen ytterligere. Den følgende analysen vil vise at saken utvikler seg i 3 akter: Avdekningsfasen i uke 36 – 37, prosessen fra uke 37 – 38, og til sist fallet i akt 3, hvor Fjell fratrer sin stilling som konsernleder i Statoil.

<sup>42</sup> For en innholdsanalyse se eget avsnitt om Aftenpostens dekning i uke 37 s 61-63.

Før jeg presenterer analysen av avisartiklene, ønsker jeg å presisere at det finnes *overlappende overganger mellom fasene*: Avdekningsfasen (Akt 1) og prosessen (Akt 2). Selv om tabell 2 har en grovinndeling i tre akter, med avdekningsfasen (dokumentering av hva som har skjedd, Akt 1), prosessen (med dens anklager og forsvarsstrategier Akt 2) og til sist fallet (Akt 3), så vil analysen avdekke at det forekommer anklager mot Fjell i første akt (personfokus), og nye avsløringer (avdekning av nye forhold) i andre akt. Den analytiske inndelingen av tre akter er dermed ikke gjensidig utelukkende tidsperioder, men en grovinndeling for å antyde tendenser i det empiriske materialet.<sup>43</sup>

Tabell 2 kan i tillegg gi et inntrykk av at sakens gang er relativt forutsigbar. Men når vi studerer medieutviklingen i ettertid, er det viktig ikke å ta resultatet, konserndirektør Fjell avgang, for gitt.<sup>44</sup> Slik så nok ikke verden ut for de involverte aktørene underveis i saken, og dette er et viktig moment for utviklingen av prosessen (jf. s. 17, teorikapittelet). Ledelsens kommunikasjonshåndtering gjennom sakens utvikling i mediene antyder at man ikke tok for gitt at dette var en sak som ville ramme ledelsen.<sup>45</sup> Usikkerhetsmomentet ved sakens gang bidrar til drevets videre utvikling:

”Medienes dramatisering krever at jakten pågår over en viss tid, og at uvissheten om konsekvenser og resultat bidrar til å øke spenningen og oppmerksomheten om sakene” (Allern og Pollack m. flere 2009:11).

I ettertid er det derfor viktig å ”ta de andres perspektiv” og forsøke å beskrive og forstå verden slik den situasjonelt og sosialt sett så ut for de involverte aktører (Harste & Mortensen 2000:201, 202). Å forsøke å ta de andres perspektiv på denne måten er i tråd med Schütz og Weber, i betydningen at (kommunikasjons) handlingene er gjort på bakgrunn av at utfallet av saken er usikkert (Harste & Mortensen 2000:201, 202).<sup>46</sup>

---

43 Men de er gjensidig utelukkende kategorier.

44 Mediedrevet betegnes nettopp ved at utgangen beskrives som uviss (Pollack og Allern m. fler 2009:11)

45 Både internasjonal konsernleder Hubbard, styreleder Løddesøl og konsernsjef Fjell ville trolig lagt alle fakta på bordet i en mye tidligere fase, hvis de på forhånd hadde visst hvilken prosess som skulle komme i mediene

46 Det å ta de andres perspektiv er knyttet til Schütz sitt skille mellom for-at-motiver og fordi-motiver. Fordi-motiver manifesterer seg etter handlingen, og er en etterrasjonalisering. For-at-motivene er en del av handlingen, mens den pågår (Harste & Mortensen 2000:201, 202). Schütz terminologi er her en videreutvikling av Webers Verstehen-metode (Månson 2000:107).

## 4.4 Første akt

Avdekningsfasen fant sted i tidsrommet mellom 6.-13. september. Den 6. september 2003 kommer konsulentavtalen mellom Statoil og Horton Investments ved Abbas Yazdi første i mediernes søkelys. Det er Dagens Næringslivs reportasjefjournalister som avdekker avtalen i artikkelen ”Statoil gir 115 mill. for råd om Iran” (DN 6.9.2003). I artikkelen benekter først Statoils internasjonale konserndirektør, Richard Hubbard, at avtalen skal ha funnet sted.

Dagens Næringsliv har gjennom hemmelige kilder fått tilgang til en kopi av avtalen signert av Olav Fjell, Statoils øverste leder. Hubbard er DNs primære intervjuobjekt i artikkelen i kraft av å være Statoils internasjonale leder. Hvorvidt dette intervjuet er avklart med den øverste ledelsen i Statoil er uvisst, men som nærmere gjennomgang av artikkelen viser,<sup>47</sup> virker Hubbard uforberedt på avsløringene Dagens Næringsliv presenterer for ham.

På neste side vises førstesideoppslaget knyttet til denne artikkelen, hvor saken avdekkes første gang (Bilde 1, s. 49). Fotografiet av konsernsjef Fjell settes på forsiden, selv om han ikke intervjues. Til tross for at artikkelen ”Statoil gir 115 mill. for råd om Iran” (DN 6.9.2003) ikke har konsernsjef Olav Fjell som intervjuobjekt, men internasjonal leder Hubbard, er den fototekstuelle<sup>48</sup> effekten av artikkelen talende. Fokuset er på Olav Fjell som på denne måten ansvarliggjøres for normbruddet. Førstesideoppslaget er illustrerende for linjen Dagens Næringsliv legger seg på. Bildet, ansiktsuttrykket og lyssetting i samspill med de sorte, fete bokstavtypene, stiller konsernleder Olav Fjell i et dårlig lys fra dag én.

Reportasjeartikkelen er karakteristisk for en avdekningsfase, hvor bevismaterialer introduseres og avsløringer knyttet til tilbakeholdelse av informasjon kan danne grunnlag for et mediedrev. Analysen er gjort på bakgrunn av kodeboken (jf. avsnittet om kodeboken 3.4 i metodekapittelet). Som vi ser av tabell 3 (s 50) befinner reportasjeartikkelen ”Statoil gir 115 mill. for råd om Iran” seg et sted mellom kode 3 og kode 2 (DN 6.9.2003). Høyre kolonne i tabellen er mine kommentarer til utvalgte sitater som belyser hvordan avsløringen presenteres.

---

47 Se tabell 3

48 Begrepet fototekstualitet (ref. Marius Wulfsberg) er konstruert for å analysere meningen som skapes i dynamikken mellom tekst og bilde. Begrepet er ofte brukt for å sette fokus på hvorvidt det tekstlige eller det fotografiske har forrang i dette samspillet, eller hvordan de to mediene låner mening og autensitet fra hverandre. Fotografiet er til sammenligning fra billedillustrasjonen, ofte med på å gi teksten en ny dimensjon av autensitet. Denne autensitetseffekten kan være potensielt misledende, da fotografiet, kanskje spesielt i den digitale tidsalder, er lett å manipulere, eller sette inn i en sammenheng, som i utgangspunktet var mer flertydig enn det bildet gir inntrykk av (Marius Wulfsberg i *On phototextuality* 2007). Layouten til Dagens Næringslivs forside 6.9.2003 er illustrerende for en slik reduksjon av flertydighet.

# DN lørdag

Uke 36  
6./7. september  
2003  
www.dn.no  
Nr. 206 - Årg. 114  
Løssalg kr. 20,00



**Advarsel:** Se opp for denne mannen på arbeidsplassen din!  
Ingar Pettersens jobb er å ta jobben fra andre. Side 76-77

## Skrell for Jahre- stiftelse

Massive tap på aksjer reduserte kapitalen i Anders Jahres Humanitære Stiftelse med 50 millioner kroner ifjor. Side 6



**Livet på utsiden**  
Tor Erling Staff (bildet) er nord-sidernes våpen drager i Norge. Vi har møtt ham og seks andre som skiller seg ut fra mengden. Side 19-26

## Hoppet av, landet mykt



Trygve Bravik hoppet fra direktørstolen i Vesta til et slaraffenliv blant narloppanere på Askøy. En solid fallskjerm sørget for myk landing. Side 44-45



Høyrarid  
Høyrarid 99  
Høyrarid 86  
Høyrarid 84  
Høyrarid 76

Statoil betaler godt for myndighetskontakt i Iran

# Konsulent får 115 mill.



**Punger ut:** Statoil betaler iraneren Abbas Yazdi 115 millioner kroner for rådgivning om forretningsmuligheter i Iran.

**Skatteparadis:** Yazdis selskap er registrert på skatteparadiset Turks & Caicos Islands, mens pengene går til en konto i Sveits.

SIDE 4-5

**SIGNERTE:** Konsernsjef Øyvind Fjell i Statoil har selv signert en sultlukk for betalingen av selskapskonsulent i Iran. Foto: Mikko Berg

### NØKKELTALLENE KL. 10.00

Børs 06/07-03		Børs 06/07-03	
▼ Dollar	7,5405 0,0325	▲ Hovedindeks	55,2 1,24
▲ Euro	0,2365 0,0040	▼ 10-år stat	5,57 -0,06
▲ Brent Spot	27,8 0,16	▲ Gull (spot)	375,6 5,1
Svenske franc	5,36 1,56	Sveit. 10-år	5,27 0,3
Sveitske franc	0,31 0,04	Støt	1,19 0,07
Japanske yen	1,259 0,008	Nikkel	16,92 0,06
Britiske pund	1,95 0,008	Stål	2,04 0,01
Sida Veks	0,21 0,01	SAS	2,89 0,01
Finland	5,92 0,008	SAS 40	2,89 0,01
Genveing	2,92 0,008	King S&S	11,73 0,01
Renoverd 1000 kr	100,0	Skickbet	16,8 0,01

**Radisson SAS Airport Hotel**  
Konferanselokale 800 40 111  
radissonsas.com

**Radisson**  
HOTELS & RESORTS

Bilde 1. Førstesideoppslag Dagens Næringsliv 6/7.9.2003 (Kopi av avisrull Mikrofilmarkivet, Nasjonalbiblioteket)

Ved denne nærlesningen vil jeg argumentere for at man finner elementer av kode 2 i reportasjestoffet (kodet da med 3/2), at artikkelen har en kritisk og mistenkeliggjørende vinkling av selskapets praksis gjennom valg av ord (fundamentalistisk regime) og en eksplisitt avsløring om at DN sitter på avslørende papirer (grunnlag for mistenkeliggjøring), der de oppgitte kildene først ikke vil innrømme kjennskap til avtalene (bevis på hemmeligholdelse).

På samme tid er artikkelen relativt nøktern ved at den ikke eksplisitt kaller saken for korrupsjon, men bare indirekte antyder dette, jamfør overskriften ”Statoil gir 115 mill. for råd om Iran”.<sup>49</sup> Slik sett holder den seg også innenfor den tradisjonelle reportasjesjangeren (kode 3/6). Kodebytte til en rendyrket kode 2 (stillingtagende journalistikk) er med andre ord ikke entydig. Dette er illustrerende for det Schudson betegner som kodebytte i en medietekst:

“It is as if journalists were unconsciously multilingual, code-switching from *neutral interpreters to social consensus and back again without missing a beat*” (Schudson 2003: 186 min utheving)<sup>50</sup>

Én avslørende reportasjeartikkel alene er ikke likevel tilstrekkelig for å betegne det som et mediedrev; ”Det må handle om en flokkjakt der mange redaksjoner vurderer sakens nyhetsverdi og karakter på samme måte” (Allern og Pollack m. fler 2009:11) Det blir dermed relevant å analysere den videre dekningen i Dagens Næringsliv, samt andre mediekanaler (her NTB og Aftenposten).

---

49 Som vi vil se i avdekningsfasen til Telenorskandalen, lanseres anklager om miljø og arbeidsmiljøkriminalitet på et tidligere tidspunkt i opprullingene av skandalen.

50 Med ”social consensus” menes her den dominerende moralske dom av en sak i et gitt samfunn (Schudson 2003: 186).



**Tabell 3.** Sitater, og analyse av reportasjeartikkelen ”Statoil gir 115 mill. for råd om Iran” (DN 6.9.2003). Reportasjen er det første oppslaget i mediene om Statoilsaken. Analysen i høyre kolonne er basert på kodeboken, med vekt på Schudsons begrep om journalistenes kodebytte mellom ”subjektive” og ”objektive” journalistiske koder (Schudson 2003:186,187).

<b>Analyse</b> <b>Kilder og samt analyse av sitatets funksjon i reportasjen</b>	<b>Sitater</b> <b>fra ”Statoil gir 115 mill. for råd om Iran” (Dagens Næringsliv 6.9.2003)</b>
Journalist (kilde) bedømmer avtalen som dyr (element kode 2) <sup>51</sup>	”Dyre råd: Konsernsjef Olav Fjell i Statoil betaler iraneren Abbas Yazdi 115 millioner” (min utheving)
Journalist (kilde) ordvalg viser element av kode 2	”Den <i>fundamentalistiske</i> islamske republikken Iran er et av Statoils hovedsatsingsområder internasjonalt” (min utheving)
Konserndirektør Richard Hubbard (kilde til uttalelse). Dette sitatet iscenesetter et motiv for at Statoil skulle ha interesse av å inngå avtalen. I neste avsnitt av artikkelen blir dette paradoksalt mht. at Dagens Næringsliv har fått beskjed om at det ikke finnes en avtale.	”Hver gang vi trer inn i et nytt land, må vi finne noen som kan hjelpe oss med å gjøre oss kjent med hvordan vi skal gjøre forretninger i det aktuelle landet.”
Journalist (kilde) Legger opp til en mistenkeligjørende vinkling kode 2) Benektelsen er i følge Midtbø det som ofte gjør at skandaler eskalerer (Midtbø 2007). Det er ikke overtrampet i seg selv, men benektelsen som gjør saken til en mediert skandale som ulike aktører kan spinne videre på.	”Etter at DN ba Statoil om opplysninger om selskapet onsdag denne uken, <i>fikk avisen først til svar at det ikke fantes en slik avtale</i> ” (min utheving)
DN/journalisten og anonymkilde (kilde): Avsløringen/bevismaterialet:	”Men DN sitter på en kopi av avtalen, samt en fullmakt konsernsjef Olav Fjell har signert, for at en slik konsulentavtale skal kunne inngås.”
DN/journalisten (kilde): Her får journalisten en tydelig stemme ved at leseren gjøres oppmerksom på tilbakeholding av informasjon (kode 2)	” <i>Først avviser Statoil å fortelle DN hvem som står bak Horton Investments - av konfidensialitetshensyn. Hubbard bestemte seg likevel for å si det, etter å ha konsultert Yazdi</i> ”(min utheving)
Hubbard (kilde): Her godtar kilden journalistenes tolkningsramme etter fremvisning av avtalen, ved å forsøke å avfeie og ufarliggjøre det som fremtrer som kritikkverdig.	”Mange iranere bruker slike skatteparadis, det er ikke ulovlig. Jeg har ikke reagert på at det skulle være noe uvanlig.”

## 4.5 Oversikt Dagens Næringslivs artikler uke 36/37

En samlet oversikt over kommentarstoff og reportasje stoff i avdekningsfasen viser at kodebyttet (fra ikke stillingtagende til stillingtagende og tilbake igjen) er betegnet for Dagens Næringsliv sin dekning av Statoilsaken i uke 36 og 37. Oversikten er presentert i tabell 4, s 52. Dette er en type tabell som skiller mellom reportasje- og kommentarstoff. Denne formen for tabell, som skiller mellom kommentar- og reportasjestoff først, for så å skille mellom ulike koder artiklene kan kategoriseres som i kolonnen lengst til høyre, vil også bli brukt videre i presentasjonen av analysen. Tabellene danner utgangspunktet både for å presentere dekningen i en gitt fase, på samme tid som de danner grunnlag for en sammenligning av forskjellige faser, samt ulike redaksjoners dekning av saken. Artikkelen tittel avspeiler ofte fokuset på konsernlederen eller hvilke kilder som er brukt.

Hele syv reportasjeartikler kan kodes med 3/2 avdekningsfasen (Tabell 4, s 53). Det øvrige kommentarstoffet (kode 1, 2) og reportasjestoffet (kode 3) som er relatert til Statoilsaken illustrerer en videre negativ dekning av selskapet og konsernsjefen. I avdekningsfasen er det en overvekt av artikler hvor det er mulig å spore en særlig kritisk og pågående dekning (kode 1, 2 & 3/2) i Statoils disfavør. Granskningsmotivet, hvor det avsløres gravende forhold mht. det statseide, delprivatiserte selskapet, kan virke legitimerende for denne type perspektivering og vinkling av saken.

Redaksjonen bringer Økokrim på banen i artikkelen ”Taust fra Økokrim” (DN 11.09.2003). Dette er på et tidspunkt før krimavsnittet selv har kommet med uttalelser i media på eget initiativ. Føljetongen DN har satt i gang i sakens første akt aktiverer mange kilder som på den ene siden bidrar til å avdekke forholdene knyttet til korrupsjon, og som på den andre siden inkluderes for å vinkle saken inn på Statoils konsernleder: Olav Fjell. Kilder i reportasjene følger i kronologisk rekkefølge: Hubbard (Internasjonal direktør i Statoil), Olav Fjell (Konsernleder i Statoil), Kai Nilsen (Informasjonssjef i Statoil) Løddesøl (Styreleder i Statoil), Økokrim, tidligere Olje- og energiminister Marit Arnstad (SP), Olav Akselsen (Leder av Stortingets Næringskomite), Steensnæs (Olje- og energiminister), Nupi forsker David Heradstveit, Jan Borgen (Transparency International), Abbas Torabian (National Iranian International Company).

Når Økokrim involverer seg som følge av oppslag i avisene, med DN som toneangivende i avdekningsfasen, kan dette være et tegn på at pressen i dette tilfellet er en aktiv pådriver for

sakens utfall. Det synes her som om den negative medieoppmerksomheten er en forutsetning for at andre sentrale samfunnsinstitusjoner (Økokrim) iverksetter granskning.

Når reportasjejournalistene introduserer misstillitsspørsmålet om Olav Fjell til styreleder Løddesøl i artikkelen ”Krever alle fakta på bordet” (DN11.9.2003), kan dette leses som et tegn på at avdekningsfasen begynner å myntes ut til en prosess (Akt 2) mot konsernlederen. Det er dermed ikke kun det at den ledende redaksjonen er i stand til å aktivere andre samfunnsinstitusjoner som er avgjørende for hvorvidt man kan si at mediene har en aktiv og avgjørende rolle i medieprosessen. I det komparative kapittel seks, vil jeg sammenligne omfanget av spørsmål om tillit i Statoilsaken med reportasjejournalistikken i Dagens Næringsliv i Telenorsaken. Spørsmål om tillit er en sentral kategori for å sammenligne og beskrive mediedekningen mht. hvor intens og kritisk den er. Artikkelens tittel avspeiler ofte fokuset på konsernlederen eller hvilke kilder som er brukt.

**Tabell 4.** Fullstendig oversikt over Dagens Næringsliv sin dekning av saken uke 36 og 37. Artiklene er samlet fra søkedatabasen Atekst, etter søkeordene ”Olav Fjell” AND ”Statoil”.

<b>Artikkel</b>	<b>Uke 36, 37</b>	<b>Kode</b>
<b>Kommentarstoff</b>		
Statoiletikk	11.9.2003	Kode 1
Når gode råd er dyre	12.9.2003	Kode 2
Utlandet dumper Statoil	12.9.2003	Kode 2
<b>Reportasjestoff</b>		
Rafsanjani på norgesbesøk	11.9.2003	Kode 3
Taust fra Økokrim	11.9.2003	Kode 3
Virker veldig naivt av Statoil	11.9.2003	Kode 3
Statoil gir 115 mill. for råd om Iran	06.9.2003	Kode 3/2
Fjell frykter korrupsjon	10.9.2003	Kode 3/2
Krever alle fakta på bordet	11.9.2003	Kode 3/2
Egen ekspert aldri spurt	12.9.2003	Kode 3/2
Mehdi er mektig	12.9.2003	Kode 3/2
Hubbard blir trolig ofret	12.9.2003	Kode 3/2
Kode 1:	1	
Kode 2:	2	
Kode 3:	3	
Kode 3/2	7	
Totalt antall artikler:	13	

Kommunikasjonsstrategiene fra Statoil i avdekningsfasen virker først defensive (mht. avsløringene om avtalen som det viser seg at Fjell har signert) før Fjell først etter noen dager kommer på offensiven. Insinuasjoner om korrupsjon flagges fra starten av, men de indikeres kun indirekte av Dagens Næringsliv sine reportasjefjournalister, slik vi så fra eksempelet med den første artikkelen ”Statoil gir 115 mill. for råd om Iran”. Bruk av kilder, språkvendinger og rekkefølgen artiklenes sitater struktureres etter, bidrar til konsernledelsen stilles i et uheldig lys i reportasjen (se tabell 3 s 50).

Når Fjell uttaler seg til avisen, uken etter Dagens Næringsliv har introdusert de første avsløringene, kommenterer Fjell at påstandene om korrupsjon bør undersøkes i artikkelen ”Fjell frykter korrupsjon”(DN 10.09.2003). Som analysen av Telenorskandalen i neste kapittel viser, var Statoil da også mye senere ute enn Telenor med å imøtegå den negative medieoppmerksomheten. Dette er interessant i forhold til en sammenlignende analyse, og vil bli tatt opp igjen i det komparative kapittelet om de to skandalene. På samme tid kom Fjell på offensiven ved å komme de indirekte anklagene i møte, når han tok bladet fra munnen og kalte det for potensiell korrupsjon. Det kan imidlertid tenkes at han var for sent ute på offensiven i Dagens Næringsliv for å avverge mediedrevet.

Dagens Næringslivs vinkling av Fjells offensiv knytter konsernlederen til anklagene om korrupsjon snarere enn distanserer han fra dem. Dagens Næringsliv bruker sitatet fra Fjell om ”mulig korrupsjon” i en fototekstuell ramme hvor intervjuobjektet settes i et uheldig lys på bakgrunn av de fete typene. Denne artikkelen er dessuten slått opp som førstesideoppslag, som bildet viser på neste side (Bilde 2). Avisenes forside er en salgsplakat som leses av flere enn de som kjøper avisen (Waldahl i Allern og Pollack m. fler 2009:142). Når korrupsjon settes sammen med bildet av Fjells ansikt, reflekter ikke nødvendigvis det som antagelig var Fjell sin intensjon ved å stille til intervju: nemlig å dempe det negative søkelyset fra Dagens Næringsliv og øvrige medier. Førstesideoppslaget kan snarere tolkes i den retning at de fete typene i ”korrupsjon” settes i sammenheng med Statoilsjefen, og dermed i større grad knytter ham til anklagene enn de distanserer ham fra dem.



## 4.6 Andre akt

I sakens andre akt munner avdekningsfasen ut til en ny fase: Prosessen mot konsernlederen. Den 13. september har internasjonal direktør Hubbard fratrudd sin stilling. Hans fratredelse markerer overgangen til sakens andre fase. Andre akt innledes med Dagens Næringslivs redaksjonelle leder "Statoil og minister i kattepine" hvor ansvarlig redaktør forespeiler en prosess mot Fjell, som redaktørene vinkler som predestinert:

"Vi (...) er høyst overrasket *over en så blank "frifinnelse" tidlig i den prosessen som nå må komme*" ("Statoil og minister i kattepine" DN 13.9.2008 min utheving).

Siden redaksjonelle ledere er innenfor kommentatorsjangeren, er det naturlig at den er eksplisitt stillingtagende, og at den dermed ikke faller innenfor kode 3. Når lederen, som her, dessuten krever konsernsjefens avgang (som vi kan se i den nederste rubrikken i tabellen under), har den fått kode 1 (svært kritisk, og stillingtagende).

**Tabell 5.** Sitater, og analyse av Lederen "Statoil og minister i kattepine" (DN 13.9.2008). Lederen er skrevet etter at konsernleder Fjell har fått styrets tillit, midtveis i saken andre akt (prosessen).

Analyse Kommentarer til sitatenes funksjon i den redaksjonelle lederen	Sitater fra "Statoil og minister i kattepine", Leder (DN 13.9.2003)
Forespeiler og foregriper prosess mot konsernlederen:	"Vi - og sannsynligvis svært mange andre nordmenn - er høyst overrasket over en så blank "frifinnelse" tidlig i den prosessen som nå må komme."
Fra institusjonsfokus:	" <i>Riktignok er det selskapet Statoil asa som er siktet for korrupsjon i forbindelse med Økokrims razzia torsdag kveld,</i> "
til personfokus:	"men statsråden har satt seg selv i en særdeles vanskelig situasjon dersom dette ender opp i en <i>korrupsjonssak med Fjell som den øverste ansvarlige leder.</i> "
Fjells forsvarstale:	"...". For selv om han har og tar ansvar, er det slik at i en hierarkisk ledelsespyramide kan ikke alle vite alt"
Fra institusjonsfokus:	"Et slikt resonnement er helt korrekt i den daglige drift, men Statoils engasjement i Iran er av helt spesiell karakter"
Via idealer kontra realiteter: til personfokus:	"Det handler om et selskap som offentlig roser seg av å ha satt seg ekstra høye etiske mål, men vil inn i et land som er verdensberømt for sitt korrupsjonsnivå"
Fjells fall derav kode 1 (svært kritisk):	"Da bør selv toppsjefen være på tå hev."
	"Fjell synes ikke det er nødvendig å stille sin plass til disposisjon ettersom han kan gis sparken hver eneste dag. <i>Det kalles å klynge seg til jobben.</i> "

Analysen i kolonnen til venstre (tabell 5, s 55) tydeliggjør hvordan den redaksjonelle lederen knytter fokus fra institusjon (Statoil) til fokus på person (Fjell). Dette er ikke bare i tråd med hvordan saken vinkles forøvrig i Dagens Næringsliv (gjennom tekst og bilder), men vinklingen er også i tråd med mediedrev mer generelt (politiske så vel som politikerkandaler). Skandaliseringen knyttes til Fjells personlige lederegenskaper. Dagens Næringsliv sin negative karakteristikk: ”Å klynge seg til jobben” bidrar til å sverte Fjells renommé (”Statoil og minister i kattepine” DN 13.9.2008). Samtidig forespeiler den redaksjonelle lederen også nødvendigheten av konsernlederens fratredelse.

Samme dag denne kritiske lederen publiseres, problematiserer fast kommentator Åmund Djuve det at Fjell ikke gikk fra sin stilling som følge av de første avsløringene:

”Mer problematisk for Olav Fjell var det at han i går heller *ikke kunne gi noen god forklaring på hvorfor han selv kan fortsette* når Hubbard måtte gå” (”Etter læreboken i Iran DN” 13.2.2003 min utheving).

Redaksjonen i Dagens Næringsliv får dermed en aktiv rolle i saken, og avisen bidrar til å naturalisere forløpet knyttet til Fjells avgang. Dette er et resultat av at kommentatorstoffet og reportasjestoffet legger seg på samme redaksjonelle linje, som den påfølgende analysen vil bidra til å eksemplifisere.

Dagens Næringsliv sin helhetlige mediedekning i uke 38 viser at det ikke bare er kommentatorstoffet som tar kritisk stilling til konsernlederen, men at dette også er utbredt i reportasjestoffet. I tabell 6 (s. 58) har jeg laget en fullstendig oversikt over artiklene knyttet til saken i uke 38. Det relativt store omfanget av kritisk vinklede artikler er dominert av en type reportasjejournalistikk som bytter mellom tilskuer- og deltagerkoder i artiklene (Kode 3/2 jf. redegjørelsen for kode 3 og kode 2 i kodeboken/kodebyttet)<sup>52</sup>. Dette er hovedsakelig knyttet til journalistenes gjentatte spørsmål om Fjells tillit som leder (for eksempel ”Advert – gjorde ingenting” DN 15.9.2003). I tillegg til at journalisten får en tydelig stemme i teksten ved å påpeke paradokser:

”Det er helt *motsatt informasjon* av hva Statoil-sjef Fjell har sagt offentlig” (”Rafsjadi nekter” DN 15.9.2003 min kursivering).

Eksemplene over illustrerer bruk av element 2 (stillingtagende journalistikk) i reportasjene.

**Tabell 6.** Fullstendig oversikt over deknningen i Dagens Næringsliv uke 38. Artikkene er samlet fra søkedatabasen Atekst, etter søkeordene "Olav Fjell" AND "Statoil".

Artikkel	Uke 38	Kode
<b>Kommentarstoff</b>		
Statoilsjef og minister i kattedpine	13.9.2003	Kode 1
Etter lære-boken i Iran	13.9.2003	Kode 1
Betinget tillit	17.9.2003	Kode 1
Snille Norge og den gode stat	13.9.2003	Kode 2
Uklare grenser	18.9.2003	Kode 2
Fjell må vinne på bortebane	18.9.2003	Kode 2
Stjerner og "midnight calls"	18.9.2003	Kode 2
<b>Reportasjestoff</b>		
Sjokkerte ansatte	13.9.2003	Kode 3
Storm i et vannglass	13.9.2003	Kode 3
Statoil-topper til avhør - strafferamme på 10 år	13.9.2003	Kode 3
Taust fra Økokrim	15.9.2003	Kode 3
Langdrygt møte	16.9.2003	Kode 3
Dårlig skjønn av Løddesøl	16.9.2003	Kode 3
Prøvde å skjule avtalen	17.9.2003	Kode 3
Må sies opp for å få fallskjerm	17.9.2003	Kode 3
Fjell sitter ikke støtt	17.9.2003	Kode 3
Sparte skatt på Iran-avtale	18.9.2003	Kode 3
Steensnæs fornøyd	13.9.2003	Kode 3/2
Fjell sjekket ingenting	13.9.2003	Kode 3/2
Analytikere frykter lavere vekst for Statoil	13.9.2003	Kode 3/2
Rafsanjani nekter	15.9.2003	Kode 3/2
Advart – gjorde ingenting	15.9.2003	Kode 3/2
Ansatte tenker på Statoils renommé	16.9.2003	Kode 3/2
Navn i vinden	16.9.2003	Kode 3/2
Tar Statoil inn i varmen	16.9.2003	Kode 3/2
Skuffet over ledelsen	16.9.2003	Kode 3/2
Business as usual	17.9.2003	Kode 3/2
Har tillit – foreløpig	17.9.2003	Kode 3/2
Statoil går for etikk	17.9.2003	Kode 3/2
Ville gått til politiet	18.9.2003	Kode 3/2
Fjells rådgiver avhørt av Økokrim	20.9.2003	Kode 3/2
Tyst om styrets skjebne	20.9.2003	Kode 3/2
Vil forklare seg for Økokrim	22.9.2003	Kode 3/2
Kode 1:	3	
Kode 2:	4	
Kode 3:	10	
Kode 3/2	16	
Antall artikler	33	



Tabell 6 viser at deknningen av saken i Dagens Næringsliv er relativt omfattende. Det høye antallet artikler kodet med 3/2 (seksten artikler totalt), vitner om en pågående og særlig kritisk dekning av saken.

## 4.7 Tredje akt og epilog

I sakens tredje akt kommer sakens vendepunkt: Konsernlederens fall i uke 39. Natt til mandag 22. september frater styreformann Løddesøl. Som førstesideoppslaget på s 62 (bilde 3) viser, fører dette til at DN bygger opp under en intensivering av prosessen. Førstesideoppslaget er i denne sammenhengen et resultat av det ekstraordinære styremøtet som er tema for forsiden.<sup>53</sup> Mandag 22. september avholdes et ekstraordinært styremøte hvor Fjell sparkes fra sin stilling av styret. Dette markerer overgangen til narrativets tredje akt (fallet). Når styreleder Løddesøl trekker seg fra sitt styreverv natt til 22. september, intensiveres deknningen av Fjell. Dagen etter sparkes Fjell fra sin stilling av styret med en dobbeltstemme.

Dagens Næringsliv dekning av saken i uke 39 er relativt kritisk. Det blir imidlertid tydelig at tendensen i reportasjestoffet er at journalistikken beveger seg i en mindre stilingtagende retning ved at det er dobbelt så mange reportasjer som er kategorisert med kode 3 sammenlignet med kode 3/2. I tabell 7 (s. 61) har hele fjorten reportasjer blitt kategorisert med kode 3 mens kun syv reportasjer med kode 3/2.

Ikke alle artiklene er direkte knyttet til konsernlederen. I artikkelen “Vil forklare seg for Økokrim” mistenkeliggjøres Mehdi Hashemi (tidl. Ali Rafsanjani, presidentsønn i Iran). Det stilles her ved spørsmål ved om han er redd for å etterforskes eller å bli arrestert. I artikkelen “Fagforeningene uenige” er Nopef og YS mer kritiske til å beholde Fjell, enn det Nif, Nito og Lederne er. Slik sett er ikke fagforeningsstemmene som her kommer til orde helt entydige (reportasjen er balansert derav kode 3). Artikkelen “NHO korrigerer uttalelser fra Ulltveit-Moe” er en kritisk og stillingtagende artikkel mot av styremedlem Ulltvedt-Moe sine uttalelser. Ulltvedt-Moe siteres på at:

- Du har regelrett korrupsjon, men så er det forskjellige mellomformer. Der må man naturlig holde seg på den rette siden av streken, men det er verdt å minne om at dette ofte er en annen strek enn i Norge. (“NHO korrigerer uttalelser fra Ulltveit-Moe” Næringsliv 23.9.2003)

Like etter påpeker journalisten paradokset i Moe sine uttalelser, uten å oppgi en meningsbærende kilde. Dermed kan artikkelen kategoriseres som en kode 3/2 artikkel. Følgende sitat fra journalisten vitner dermed om at journalisten "tar stilling" mot Ulltvedt - Moe sine uttalelser:

Det har aldri, hverken fra selskapet eller fra hovedeier staten, vært aktuelt at Statoil skal følge *ett etisk regelverk i Norge og ett i utlandet*. ("NHO korrigerer uttalelser fra Ulltveit-Moe" Dagens Næringsliv 23.9.2003 min utheving).

Til tross for at det i uke 39 ikke er like mange reportasjeartikler med kodebytte sammenlignet med uken før, er det noen sentrale artikler som fokuserer på Fjell som burde utdypes. I artikkelen "Ble holdt på pinebenken" reises spørsmål om tillit til konsernlederen:

- Jeg vil ikke gi noen uttalelser før etter styremøtet, var Fjells knappe *sva*r på spørsmålet om *hvordan han vurderer sin egen stilling* etter at Leif Terje Løddesøl trakk seg som Statoils styreleder med øyeblikkelig virkning natt til i går. (DN "Ble holdt på pinebenken" 23.9.2003 min utheving)

Et tilsvarende spørsmål om tillit reises også i en annen artikkel, "Alene på venterommet", samme dag ("Alene på venterommet" DN 23.9.2003).

Det er ikke bare i reportasjestoffet styrets avgjørelse om at Fjell måtte fratres analyseres av avisredaksjonen som et nødvendig utfall. I den redaksjonelle lederen "Med rene hender" beskrives utfallet av prosessen på denne måten:

Kvinnene i Statoils styre tok affære og ryddet opp. Det var sikkert med tungt hjerte, men *det var ingen vei utenom* å be også konsernsjef Olav Fjell om å gå." ("Med rene hender" DN 24.9.2003, min utheving).

Det er for eksempel ikke gitt at denne fremstillingen stemmer, i og med fagforeningene var uenige om hvorvidt han måtte fratres (jf. "Fagforeningene uenige" DN 23.9.2003). I det overordnede redaksjonelle perspektivet fremstilles det imidlertid slik.

Overgangen til at saken fases ut til en epilog markeres i artikkelen "Ballspiller og meglertopp med teft" (DN 24.9.2003.) Reportasjefjournalistikken er her både analyserende og kritisk:

Dersom Hansen blir utnevnt som konsernsjef, kan han bli den første Statoil-sjefen som går av uten at en skandale velter ham. Statoils historie gir ham ikke gode odds." ("Ballspiller og meglertopp med teft" DN 24.9.2003).

**Tabell 7.** Oversikt over deknningen av Statoilsaken i Dagens Næringsliv i uke 39.

<b>Artikkel</b>	<b>Uke 39</b>	<b>Kode</b>
<b>Kommentarstoff</b>		
Med rene hender	24.9.2003	Kode 2
DN og Olav Fjell	26.9.2003	Kode 2
Fornemmelse for feighet	27.9.2003	Kode 2
<b>Reportasjestoff</b>		
Ny runde om Fjell	22.9.2003	Kode 3
Frykter tre års jobb er bortkastet	23.9.2003	Kode 3
Kamp for å bli hørt	23.9.2003	Kode 3
Fagforeningene uenige	23.9.2003	Kode 3
Dobbelt-stemmen avgjorde	24.9.2003	Kode 3
Analytikerne tror Fjells linje ligger fast	24.9.2003	Kode 3
Ingen Grane-effekt for Hydro	24.9.2003	Kode 3
Ansatte i sjokk	24.9.2003	Kode 3
Veldig skuffet	24.9.2003	Kode 3
Statoil risikerer forfølgelse i USA	25.9.2003	Kode 3
Hos Økokrim uten advokater	26.9.2003	Kode 3
Skal få mer Iran-info	26.9.2003	Kode 3
Bare gjort det som var jobben vår	27.9.2003	Kode 3
Fjell nektet å gi suksesshonorar	30.9.2003	Kode 3
Vil forklare seg for Økokrim	22.9.2003	Kode 3/2
NHO korrigerer uttalelser fra Ulltveit-Moe	23.9.2003	Kode 3/2
Ble holdt på pinebenken	23.9.2003	Kode 3/2
Alene på venterommet	23.9.2003	Kode 3/2
Statoil bruker Gro	23.9.2003	Kode 3/2
Her stopper alle spor etter 40 millioner	24.9.2003	Kode 3/2
Slungård i valsen	27.9.2003	Kode 3/2
Ledere om Fjell	24.9.2003	Kode 6
Ballspiller og meglertopp med teft	24.9.2003	Kode 6/2
Oljesmurt Statoil-comeback	25.9.2003	Kode 6/3
Kode 2		3
<b>Kode 3</b>		<b>14</b>
Kode 3/2		7
Kode 6		1
Kode 6/2		1
Kode 6/3		1
Totalt antall artikler		<b>27</b>

Dagens Næringsliv portretterer Fjell i et personlig intervju under tittelen ”Veldig skuffet” (DN 24.9.2003). For første gang gjennom hele mediedrevet uttaler han seg om hvordan all oppmerksomheten rundt hans person har vært. Intervjuet er betegnet for at fasen har munnet

ut i en epilog; det vil si et etterspill til skandalen hvor man oppsummerer (Pollack i Allern og Pollack m. flere 2009:104). Journalisten innleder saken på følgende vis:

Olav Fjell (52) var trist, men ikke bitter da løpet var kjørt som Statoil-sjef. Kona Else har vært hans viktigste rådgiver underveis ("Veldig skuffet" DN 24.9.2003).

Sitatet er betegnende for den private vinklingen artikkelen har. Videre får vi følgende uttalelser fra kona Else:

"Jeg tror de fleste kan leve seg inn i hvordan det føles", mens Fjell uttaler seg slik "Jeg synes det er veldig trist at en sak om etikk skulle få meg til å gå av" ("Veldig skuffet" DN 24.9.2003).

Slik sett skiller denne reportasjen seg fra de øvrige artiklene knyttet til saken, som i større grad har vært kritiske og personfokuserte knyttet til Fjells offentlige rolle som konsernleder. Rapporteringen i artikkelen "Veldig skuffet", kan slik tydeliggjøre sentrale trekk ved den resterende pressedekningen. Ikke som et typisk eksempel, heller som en kontrast. Det private fokuset, som her ligner tonen i featurejournalistikkens portrett, er spennende i et komparativt perspektiv knyttet til Telenorsaken, hvor portrettet av konsernsjefen introduseres i en tidligere fase av mediestormen.<sup>54</sup>

Den omfattende negative dekningen i Dagens Næringsliv sin dekning bekrefter ikke bare profetien i lederen "Statoil og minister i kattepine" hvor man forespeilet en prosess mot Fjell, men også gjør også at vi finner støtte til tesen om et antatt mediedrev (DN 13.9.2003). Men denne støtten er imidlertid ikke uten forbehold. I tillegg til å dokumentere en omfattende, intens og kritisk dekning av konsernlederen i Dagens Næringsliv, vil det også være nødvendig å undersøke hvorvidt vinklingene sprer seg til andre medieplattformer. Det er først når man ser at sammenfallende vinklinger preger mediebildet i stort, at man får støtte til tesen om at medieprosessen DN igangsatte var en del av et mediedrev.

# Dagens Næringsliv

Uke 39 - Mandag 22. september 2003

www.dn.no

Nr. 218 - Årg. 114 - Løssalgkr. 15,00



**Dylan på nytt:** Nye plateformater gjør Bob Dylan bedre og platekrigen tøffere. Side 30



**Bond på super'n:** Rema og Rimi selger filmer for 100 millioner kroner i året. Side 29

## Halvparten av reglene forsvinner

Reglene for arbeidstid skal bli mer fleksible – men for lederne kan arbeidstiden bli mer regulert. DN har forslaget til nytt regelverk. Side 13



### Sentrale notatgr

Til tre notater var avgjørende for hvem som ble og ikke ble tillatt i OMDs. Tidligere styremann Tor J. Strand fant stallet arkivet fra 1994. Side 8 og 9

### Spår dyster hest

Danske Banks analytiker tror nøtten kan bli voldsomt aksje-markedet. Side 23

### Sverige frister

Barsnotoriske bioteknologiselskaper har vært kursraketter i Sverige. Steinar J. Engelsen i norske Teknologivet leder etter selskaper å investere i. Side 20 og 21

### Sjefen som svikter

Personalsjefen har mange rutiner og liten tid til menneskene i bedriften, viser nye undersøkelser. Side 16 og 17



Uke 39  
Årg. 114  
Mandag 22.  
1. halvår 2003

# Omkamp om Fjell i dag

Styret i Statoil er innkalt til ekstraordinært møte i dag klokken 17. Der skal konsernsjef Olav Fjells stilling vurderes på nytt. SIDE 5

«Tror han er blitt lur»

Mehdi Hashemi (Rafsanjani) er oppbragt over at hans navn er trukket inn i Statoil-saken. I et intervju i Teheran nekter han for å ha tatt imot penger.

Om Olav Fjell sier han: – Jeg tror han er blitt lur. Av sitt personell. SIDE 6 og 7

## Endelig en fordel for deg med gull- eller sølvkort

Bli friet av doble bonuspoeng i det siste? Fly halv pris til Stockholm for 655,- en vei (fullflex). Tilbudet gjelder for deg med gull- eller sølvkort hos våre konkurrenter.

Tilbudet gjelder frem til 31. oktober og omfatter også alle som er registrert på norwegian.no

Billetter kan du bestille via norwegian.no, på nr. 815 21 810 eller hos ditt reisebyrå.

**norwegian.no**  
-fly smart!

Bilde 3. Førstesideoppslag Dagens Næringsliv 22.9.2003 (Kopi av avisrull Mikrofilmarkivet, Nasjonalbiblioteket)

## 4.8 Mediedekningen i Aftenposten uke 37

I Aftenpostens dekning i uke 37 finner man eksempler på at avisen spiller videre på Dagens Næringslivs avsløringer i uke 36 og 37. Aftenposten utdyper og tilføyer informasjon om korrupte forhold i Iran (avdekningsfasen) og stiller spørsmål vedrørende Fjells tillit som konsernsjef til Stensnæs, Løddesøl og Fjell (fase: Prosessen). Jeg vil utdype og komme med eksempler på dette i de påfølgende avsnittene.

Aftenposten dekker Statoilsaken med 12 artikler i uke 37 (jf. tabell 8 s. 67. Dagens Næringsliv dekker saken med 22, samme tidsrom, jf. tabell 2, s 46). Dette er under sakens første akt (avdekningsfasen). Artikkelen spinner videre på deknningen i Dagens Næringsliv, i artikkelen ”Steensnæs venter at Fjell rydder opp” (Aftenposten 11.9.2003). Denne artikkelen har fått kode 3/2, da journalisten stiller det undergravende spørsmålet:

- Men burde ikke selskapet skaffet seg eksterne folk til denne granskingen, og ikke gransket seg selv? (”Steensnæs venter at Fjell rydder opp” Aftenposten 11.9.2003).

Dette er som et ekko av Dagens Næringslivs førstesideoppslag den 10. september (se bilde), hvor den lille billedunderteksten på forsiden er ”Gransker seg selv” (i store bokstaver). Statoilsjef Olav Fjell frykter at den 155 millioner kroner store rådgiverkontrakten med Horton Investments kan være korrupsjon” (”Statoilsjefen om Iranavtalen: Vil undersøke om dette er korrupsjon” DN 10.09.2003).<sup>55</sup>

Aftenposten utfordrer Fjells legitimitet som konsernleder i reportasjestoffet uke 37. Journalistene stiller spørsmål ved Fjells tillit som sjef i reportasjene: ”Razzia mot Statoils lokaler” og ”Statoils Iran-skandale Reagerte sent, tar selvkritikk ” (Aftenposten 12.9.2003, 13.9.2003). I artikkelen ”Razzia mot Statoils lokaler” spør journalisten Olje- og energiminister Steensnæs:

- Har du fortsatt tillit til Statoils styre og ledelse?” som svarer ” Jeg er tilfreds med at de har kommet med tiltak for å rydde opp i denne saken og forventer at alle kort kommer på bordet ”(”Razzia mot Statoils lokaler” Aftenposten 12.9.2003).

I artikkelen ”Statoils Iran-skandale, Reagerte sent, tar selvkritikk” beskriver først journalisten saken på følgende måte:

Likevel ringte ingen bjeller hos Statoil-sjefen da han skrev under millionkontrakten. Ikke før i går. Og da ringte de høyt.” (”Statoils Iran-skandale, Reagerte sent, tar selvkritikk ” Aftenposten 13.9.2003).

Beskrivelsen er her analyserende og anklagende, og er derfor et eksempel på at teksten veksler mellom nyansert rapportering og stillingtagnede kommentering av saken (kode 3/2). Etter den diskrediterende beskrivelsen, kommer spørsmålet om tillit, som her stilles direkte til Statoilsjefen selv:

- Kan du bli sittende hvis Statoil bøtelegges eller det tas ut tiltale i forbindelse med denne saken?" ("Statoils Iran-skandale, Reagerte sent, tar selvkritikk "Aftenposten 13.9.2003).

Artikkelen er først mistenkeligjørende med henblikk på lederens kommunikasjonsstrategier (avdekning), mens det andre sitatet illustrerer at reportasjefournalisten tar stilling ved å stille spørsmål ved Fjells legitimitet som leder (prosess).

Til tross for at Aftenpostens dekning av saken er mindre omfattende enn i Dagens Næringsliv er vinklingene av saken påfallende lik. Aftenpostens reportasjefjournalister setter i likhet med journalistene i Dagens Næringsliv spørsmål ved Fjells tillit som leder, og bidrar dermed å sette hans legitimitet på spill.

Når det er sagt, er ikke rapporteringen identisk. Aftenposten introduserer også andre typer kilder som på en supplerende måte tematiserer korrupsjon (en vinkling Fjell åpnet opp for i "Fjell frykter korrupsjon" DN 10.09.2003). Denne utdypende kontekstualiseringen finnes for eksempel i artikkelen "Dette lukter korrupsjon" (Aftenposten 12.9.2003). Her intervjues den iranske ambassadøren i Oslo, Perviz S. Khazai, som bekrefter at Iran er et land med korrupsjon:

- Det er mye korrupsjon i Iran, nærmest som en mafia. Det er trist at Statoil ser ut til å ha havnet i dårlig selskap og ikke har sørget for å undersøke forholdene godt nok" ("Dette lukter korrupsjon" Aftenposten 12.9.2003).

Selv om det ikke introduseres nye bevismaterialer i artikkelen "Dette lukter korrupsjon", blir konsernsjefen og Statoil her svertet ved assosiasjon ("Dette lukter korrupsjon" Aftenposten 12.9.2003). Det er ingen grunn til at ambassadøren skulle ha hatt kjenneskap til denne spesifikke saken. Han uttaler seg på grunnlag av generelle betraktninger knyttet forretningsvirksomhet i Iran.

Reportasjen "Dette lukter korrupsjon" inneholder kritikk av konsernsjefen, men på samme tid er reportasjen i flere avsnitt i tråd med idealet om en ikke-stillingtagene journalistikk: Journalisten lar her kilden komme til orde med det eksplisitte negative fokuset ("Dette lukter

korupsjon” Aftenposten 12.9.2003). I artikkelen finnes det imidlertid likevel elementer av kode 2, når journalisten for eksempel skriver:

”Er det nok at Statoil nå skal granske seg selv?” (”Dette lukter korupsjon” Aftenposten 12.9.2003).

Sitatet som kan leses som et eksplisitt kritisk spørsmål om legitimitet, hvor journalisten får en tydeligere analyserende og stillingtagende stemme.

Aftenposten føyer seg til Dagens Næringslivs redaksjonelle linje i kommentatorstoffet. I likhet med Dagens Næringsliv sin leder, har også fast politisk kommentator i Aftenposten, Olav Storeng, en kritisk artikkel ”Exit Olav Fjell” som forespeiler Olav Fjells avgang:

”- Det må ikke eksistere tvil, sier Olav Fjell. Nettopp derfor kan hans dager som konsernsjef i Statoil være talte” (”Exit Olav Fjell” Aftenposten 13.9.2003).

Kommentaren er skrevet samme dag som de kritiske kommentarene i Dagens Næringsliv, og er påfallende like i fokus (jf. analysen av ”Statoil og minister i katterpine” DN 13.9.2008, s 55). Når Aftenpostens kritiske vinklinger i kommentar- og reportasjestoffet spiller videre på Dagens Næringslivs redaksjonelle linje, støtter underbygger dette at det er snakk om et mediedrev. Hvordan Aftenpostens redaksjonelle linje var i denne tidlige fasen av mediedrevet, kan illustreres av oversikten i tabell 8, s. 67 av Aftenpostens helhetlige dekning uke 37.

Som analysen av Aftenpostens dekning har vist, er den påfallende lik Dagens Næringslivs dekning av saken selv om den er mindre omfattende i uke 37. Ni kritiske artikler knyttet til saken på en uke, må allikevel sies å være relativt omfattende, og bidrar som tidligere nevnt, til støtte om tesen om at vi snakker om et mediedrev. At vi finner kodebytte (Kode 3, med elementer av kode 2) i hele seks av alle reportasjeartiklene, kan også vitne om en særlig pågående kritisk dekning av saken. For å undersøke hvorvidt Aftenposten og Dagens Næringsliv sine vinklinger av saken spredte om seg i pressen, vil jeg se nærmere på NTB sin dekning av saken.



**Tabell 8.** Oversikt over Aftenpostens dekning av Statoilsaken i uke 37. Artikkene er funnet via søkedatabasen Atekst, etter søkeordene "Olav Fjell" AND "Statoil".

Artikkel	Uke 37	Kode
<b>Kommentarstoff</b>		
Exit Olav Fjell	13.9.2003	Kode 1
<b>Reportasjestoff</b>		
Hubbard ute av Statoil	12.9.2003	Kode 3
Statoil vil ha mer i Iran	12.9.2003	Kode 3
Ord om annet ukens nedtur	13.9.2003	Kode 3
Statoil-sjefen godkjente Iran-avtalen Underordnet måtte gå	13.9.2003	Kode 3
Kun russisk bensin fra Statoil i Polen	11.9.2003	Kode 6
Steensnæs venter at Fjell rydder opp	11.9.2003	Kode 3/2
Dette lukter korrupsjon	12.9.2003	Kode 3/2
Razzia mot Statoils lokaler	12.9.2003	Kode 3/2
Statoils Iran-Skandale Reagerte sent, tar selvkritikk	13.9.2003	Kode 3/2
Statoils Iran-Skandale Forlater ikke Statoil tomhendt	13.9.2003	Kode 3/2
Statoils Iran-Skandale Ukjent med konsulentene	14.9.2003	Kode 3/2
Kode 1		1
Kode 3		4
<b>Kode 3/2</b>		<b>6</b>
Kode 6		1
Totalt antall artikler		<b>12</b>

## 4.9 Mediedekningen i NTB

Når jeg undersøker NTBs dekning av saken er dette nyttig i forhold til to overordnede perspektiver: Et komparativt og et teoretisk. I et komparativt perspektiv kan man kan undersøke om det er forskjeller mellom DN og NTBs valg av vinklinger, kilder og perspektiver, samt grad av sjangerblanding (element av kode 2 i reportasjene). I tillegg til et teoretisk perspektiv tilknyttet spørsmålet om mediedrev. NTB er særlig egnet til å belyse det teoretiske perspektivet, da nyhetsbyrået kan relateres til spørsmålet om Dagens Næringsliv sin vinkling av skandalen sprer seg til andre medieplattformer. Grunnen til at NTBs perspektivering av saken er særlig egnet, er fordi det uavhengige nyhetsbyrået lever av å selge nyheter til andre medieplattformer, og er uten en egen redaksjonell sosial profil:

Norsk Telegrambyrå er landets største nyhetsbyrå. NTBs mål er å være den ledende leverandør av nyheter til landets papir- og nettaviser, radio- og TV-stasjoner, samt alle andre som vil være løpende orientert om det som skjer i Norge og verden.

NTB (etablert i 1867) omtales ofte Norges «nasjonale nyhetsbyrå». Det skyldes at NTB har en dominerende posisjon på sitt område, og at mange oppfatter byrået som en slags statlig

institusjon. Men slik er det ikke: NTB har alltid vært privat eid - først av enkeltpersoner, og fra 1918 som et aksjeselskap dannet av landets aviser. Fortsatt er det bare mediebedrifter som kan ha aksjer i NTB. Byrået mottar ingen støtte fra staten, og myndighetene har ingen direkte innflytelse over NTB. (Om NTB)

Slik sett henger også de to perspektivene (det teoretiske og det komparative) sammen. Å analysere NTBs dekning blir slik å kontrollere for hvorvidt Dagens Næringslivs perspektiver blir dominerende for den øvrige pressen, som igjen er kan relateres til spørsmålet om mediedrev hvor flere medieplattformer taler med samme stemme.

Før jeg går inn på analysen av hvordan saken utvikler seg i tre akter, med avdekningsfasen, prosessen og til sist fallet (Akt 3), vil jeg illustrere forløpet i de store norske aviser som dekker saken, inklusive NTBs dekning. De tre aktene er visualisert i tabell 9 under (s. 68):

**Tabell 9.** Oversikt over dekningen av Statoilsaken av NTB, Dagens Næringsliv og Aftenposten fra uke 36 til og med uke 40.

<b>Kilde</b>	September 36/03	September 37/03	September 38/03	September 39/03	Oktober 40/03
<b>Sakens faser</b>	Første akt	Første akt/ Andre akt	Andre akt	Tredje akt	Epilog
Dagens Næringsliv	1	22	25	27	3
Aftenposten	0	12	27	31	0
NTB tekst	0	5	10	27	0

I sakens første akt introduserer NTB alternative strukturelle perspektiver sammenlignet med Aftenposten og Dagens Næringsliv sin dekning. NTB dekker Statoilskandalen med 42 nyhetsartikler i september (treff i Atekst). De første artiklene blir distribuert av NTB den 12. september 2003: En uke i etterkant av at Dagens Næringsliv trykket den første artikkelen. Det er snakk om fire artikler til sammen, som alle kan kodes som kode 3: ”Økokrim-razzia mot Statoil”, ”Korrupsjon unødvendig, mener Noreng”, ”Statoildirektør går og Iran-avtalen stoppes” og ”Uakseptabelt at norske selskaper bruker smøring” (NTB 12.3.2003). Allerede her synes det som om journalistikken i NTB som forventet i sterkere grad er refererende, ikke-stillingtagenede og mer sømløs med hensyn til journalistens stemme i teksten. Reportasjebilistikken til NTB står dermed i kontrast til Dagens Næringsliv og

Aftenposten sin dekning av saken i samme periode. I Dagens Næringsliv sin dekning fant vi at selv om artiklene overordnet var kategorisert med overordnet kode 3, var det påfallende mange som hadde elementer av kode 2 (3/2) (det vil si språkbruk og mistillitsspørsmål som plasserer journalistens stemme tydeligere i teksten).

Det som kanskje overrasker mest i nyhetsbyråets dekning av saken den 12. september 2003, er at NTB her også introduserer perspektiver og kilder som ikke finnes i DN og Aftenposten sin dekning. Gjennom ekspertkilder som BI-professor Øystein Noreng, og Professor i sosialantropologi ved NTNU, Jan Brøgger, introduserer nyhetsbyrået elementer som bryter med Dagens Næringsliv og Aftenpostens narrativer. Det er BI-professoren Øystein Noreng som kommer med et perspektiv som i størst grad bryter med Dagens Næringsliv sin dramaturgi:

-Norge bøyer seg ikke for amerikanske påbud om ikke å investere i Iran samtidig som Norge ikke har tatt imot invitasjon om å investere i Irak. Det kan tyde på at noen har *interesse av å svarte Norge*, mener Noreng ("Korrupsjon unødvendig, mener Noreng" NTB 12.3.2003 min kursivering)

Professor i sosialantropologi ved NTNU Jan Brøgger, introduserer et backstage-perspektiv;<sup>56</sup> og gjennom dette kan NTB tematisere det som ellers ikke kommer opp i det offentlige ordskifte i artikkelen "Uakseptabelt at norske selskaper bruker smøring" (NTB 12.3.2003):

Brøgger tror de fleste næringslivstopper i Norge er kjent med utbredelsen av korrupsjon (Journalist)

(Brøgger): *-Men de kan ikke si det. Dette er ikke noe man kan snakke åpent om, fordi da utsettes man for kritikk og pressen kaster seg over saken.* Olje- og energiminister Steensnæs mener at Brøgger og NTB reiser det han kaller "kilne spørsmål", men er helt klar på at Statoil og andre norske selskaper må holde seg til egne og norske standarder når de engasjerer seg utenlands ("Uakseptabelt at norske selskaper bruker smøring" (NTB 12.3.2003 min utheving og info om kilder ).

De alternative perspektivene NTB her kommer med har et strukturelt og overordnet perspektiv (uavhengig av sannhetsverdi, forøvrig, som jeg ikke tar stilling til her). Uttalelsene fra kildene, som trolig blir publisert av NTB på bakgrunn av deres ekspert status,<sup>57</sup> muliggjør at NTB kan selge informasjon som det er vanskelig å tematisere, og ikke minst; dokumentere, på en annen måte. Hvis andre kilder skulle bekreftet påstandene over, måtte NTB hatt en infiltrør på innsiden av de aktuelle organisasjoner, som var villig til å bekrefte denne type informasjon på egen risiko. At påstandene ikke lar seg bekrefte, blant annet fordi det hadde

vært vanskelig å dokumentere dem, medvirker sannsynligvis til at perspektivene ekspertkildene introduserer over forsvinner. Den videre analysen av mediedekningen vil vise at disse perspektivene ikke dominerer mediebildet.

Et mulig, men kortvarig, unntak fra professor Brøggers påstand om at ingen næringslivstopper ville ha bekreftet at de vedkjenner seg korrupsjon i forbindelse med selskapenes ekspansjonsprosess, finner man i Dagens Næringslivs artikkel: "NHO korrigerer uttalelser fra Ulltvedt-Moe" som (jf. s 58, 59, DN 23.9.2003). Som tidligere nevnt uttaler styremedlem Ulltvedt-Moe om at noen former for korrupsjon er legitime, da det er nødvendig for at man kommer seg inn på internasjonale markeder:

"Du har regelrett korrupsjon, men så er det forskjellige mellomformer. Der må man naturlig holde seg på den rette siden av streken, men det er verdt å minne om at dette ofte er en annen strek enn i Norge." ("NHO korrigerer uttalelser fra Ulltvedt -Moe" DN 23.9.2003).

Ulltvedt-Moe blir imidlertid raskt korrigert av NHO, som han selv er utnevnt som leder for, som sender ut en pressemelding der de presiserer at de er mot korrupsjon ("NHO korrigerer uttalelser fra Ulltvedt-Moe" DN 23.9.2003). Dette bekrefter igjen professor Brøggers påstand om at dette er et perspektiv som derfor unndrar seg mediebildet, fordi det ikke er et sosialt akseptabelt standpunkt.

Det skal senere vise seg at NTBs alternative perspektiver på saken ikke vedvarer, men at artiklenes vinklinger blir likere Aftenposten og Dagens Næringslivs narrativer i skandalens andre og tredje fase. I sakens andre akt viser det seg at NTB i større grad blir en deltager i det dominerende narrative knyttet til prosessen mot konsernlederen, og dermed legger seg på samme redaksjonelle linje som Aftenposten og Dagens Næringsliv.

I artikkelen "Tredje Statoil-sjef for fall?", som kan plasseres i en tidlig fase av prosessen (akt 2, uke 37), vil vise at NTB har lagt seg tettere opp til Dagens Næringsliv dramaturgi (NTB 14.9.2003). Artikkelen er kodet med 3, på bakgrunn av hvordan journalisten legger opp til et deskriptivt historisk fokus:

Hvis mandagens ekstraordinære styremøte i Statoil fører til konsernsjef Olav Fjells avgang, vil alle toppsjefene i oljeselskapet de siste 30 årene ha fått sparken" ("Tredje Statoil-sjef for fall?" NTB 14.9.2003).

Til tross for at NTB i denne artikkelen legger seg på en mer ordinær, deskriptiv linje, er nyhetsbyrået blitt personfokuset på samme måte som DN.

Videre i sakens andre akt uke 38, er syv av NTBs nyhetsartikler kategorisert innenfor kode 3, som bidrar til å vise at dekningen knyttet til konsernlederen og selskapet er relativt negativ. Fire av artiklene har jeg kategorisert med kode 3/2 (dvs. med elementer av kode 2).

Oversikten over artiklene i uke 38 i NTB er presentert i tabell 10 (s. 71). Siden NTB ikke publiserer kronikker, redaksjonelle ledere og lignende, men kun nyhetsreportasjer er alt stoffet i tabellen reportasjestoff. At kode 3 er mer dominerende enn artikler med kode 3/2, skiller NTBs dekning fra Dagens Næringsliv sin dekning. På samme tid er dekningen relativt omfattende i uke 38, og valg av vinklinger og perspektiver er tett på Dagens Næringsliv sine. Slik sett kan NTBs artikler bekrefte at Dagens Næringsliv sin perspektivering av saken brer om seg i pressen. At jeg finner 4 artikler med kode 3 og elementer av kode 2, sier også noe om at pressedekningen er relativt intens. Egentlig er det uventet at man i det hele tatt skulle finne noen artikler med elementer av kode 2 i NTBs dekning av saken, på bakgrunn av nyhetsbyråets nøkterne redaksjonelle profil.

**Tabell 10.** Oversikt over dekningen av Statoilsaken i nyhetsbyrået NTB, uke 38

Artikkel	Uke 38	Kode
<b>Reportasjestoff:</b>		
Statoil-styret avgjør konsernsjefens framtid	15.9.2003	Kode 3
Nopef: Krever alle kort på bordet	16.9.2003	Kode 3
Steensnæs med betinget tillit til Statoil-styret	16.9.2003	Kode 3
Skarp kritikk mot Statoil-sjefen, men blir sittende	16.9.2003	Kode 3
Aftenposten: Fjell fortsetter som konsernsjef i Statoil	16.9.2003	Kode 3
Statoil-ansatte sinte på Fjell	20.9.2003	Kode 3
Børsen opp med Statoil i front	16.9.2003	Kode 3/2
Statoil-sjefen: -Jeg har status som vitne	16.9.2003	Kode 3/2
Fjell blir sittende, men tåler neppe mer	16.9.2003	Kode 3/2
Legger opp til bred gjennomgang av Statoil-saken	19.3.2003	Kode 3/2
Kode 3		6
Kode 3/2		4
Totalt antall artikler		<b>10</b>

For å tydeliggjøre hvorfor noen av NTB sine reportasjer er kodet med 3/2, vil jeg diskutere en av artiklene: ”Statoil-sjefen: - Jeg har status som vitne” (NTB 16.9.2003). Artikkelen er et eksempel på en reportasjeartikkel hvor NTB reproduserer Dagens Næringsliv, og Aftenpostens måte å vinkle saken på.

NTB stiller spørsmål ved Fjell sin tillit i artikkelen ”Statoil-sjefen: - Jeg har status som vitne” (NTB 16.9.2003). Hvorledes journalistens stemme blir eksplisitt, personfokusert og stillingtagende (kode 2), kan illustreres ved følgende sitat, hvor journalisten retter et kritisk spørsmål til konsernlederen om hans legitime maktgrunnlag:

(Journalist): - ”Kan du overleve som konsernsjef ved en eventuell tiltale?” Olav Fjell: ”Det vil jeg ikke spekulere i det hele tatt. Nå får denne saken gå sin gang. Vi er interessert i en avklaring så fort som mulig, sa konsernsjef Olav Fjell (”Statoil-sjefen: - Jeg har status som vitne” NTB 16.9.2003)

Det at NTB starter å stille mistillitsspørsmål til konsernlederen Olav Fjell, understreker ikke kun at reportasjelijournalistikken er sjangeroverskridende, men også at personfokuset på Fjell blir det sentrale motiv for videreutviklingen av saken. NTBs ordvalg i spørsmålet om tillit er nedtonet sammenlignet med DN og Aftenposten, som gjentatte ganger spør mer direkte. Dette er i tråd med at DN og Aftenposten er mer pågående i sin dekning av saken, men det blir utover sakens faser snakk om nyanseforskjeller. NTB indikerer her at det er aktuelt med en tiltale mot Fjell personlig, og forgriper slik en eventuell hendelse som er svært alvorlig.

Problematismen av det institusjonelle perspektiv, samt strukturelle forhold som risikoen for korrupsjon ved internasjonaliseringen av statlige selskaper blir til således et sekundært motiv i andre akt av medieskandalen. At NTB legger seg tett på Dagens Næringsliv sin vinkling av saken, i tillegg til at NTB selv bidrar til å spre saken i mediebildet er med på å bekrefte antagelser om at sakens forløp tar form som et mediedrev.

## **4.10 Oppsummering Statoilskandalen**

Det institusjonelle perspektiv blir et underordnet narrativ gjennom prosessen mot Fjell. Dette er et sentralt empirisk funn i analysen. Det har vist seg at når Dagens Næringsliv og Aftenpostens redaksjonelle kommentatorer retter sin kritikk mot selskapets praksis vedrørende korrupsjon i Iran, blir begge redaksjonene etter hvert relativt personfokuserte i sin kritikk.

Personfokuset var dominerende i reportasjedekningen av saken, uttrykt gjennom både tekst og billedbruk. Det at en såpass stor andel av reportasjedekningen ikke bare er kritisk (kode 3), men også iblant eksplisitt stillingtagende i disfavør Statoilsjefen (elementer av kode 2), bidrar

til å støtte opp under at det er snakk om et mediedrev i forbindelse med en personfokuset politisk skandale.

Alternative perspektiver som i større grad fokuserte på institusjonell praksis, som for eksempel ble forsøkt introdusert av NTB under avdekningsfasen, forsvant etter at ekspertkildenes uttalelser ikke førte til at det ble introdusert nye avsløringer knyttet til denne type tematikk. I den videre prosessen ble de ulike redaksjonene og medieplattformene enstemmige i sin kritikk av Fjell. Denne enstemmigheten bør her forstås som er en uintendert konsekvens av at de ulike medieplattformene formes av hverandres vinklinger (jf. teorikapittelet s 22).

En kritisk bemerkning til hvordan pressens dekning her tar form som et mediedrev, kan være at spørsmålet vedrørende selskapets institusjonelle praksis blir satt i bakgrunnen. Pressens kritiske søkelys på andre samfunnsinstitusjoner, som kan antas har stor samfunnmessig nytteverdi mht. en opplyst offentlighet, mister noe av sin verdi når narrativet blir et underordnet perspektiv på bekostning av det mer sensasjonspregede personfokuset på konsernlederen.

## 5 Telenorskandalen

I mai 2008 kommer Telenor i mediens kritiske søkelys på bakgrunn av avsløringer fremstilt i dokumentarfilmen *Et tårn av løfter* (NRK 15.5.2008). Avsløringene er knyttet til forurensning og kritikkverdige arbeidsforhold hos selskapets underleverandører i Bangladesh. Dokumentarfilmskaperen avslører således at Telenor ikke følger sine egne etiske retningslinjer når selskapet ekspanderer til det asiatiske markedet. Telenor, og deres konsernsjef Jon Fredrik Baksaas, tar selv initiativ til å opplyse om forholdene til utvalgte medier, før den kritiske dokumentarfilmen sendes på NRK (Aftenposten 14.5.2008). Til tross for at den påfølgende analysen vil vise at saken ble vinklet som en mediert skandalisering av konsernleder Baksaas, fører dette ikke til hans avgang. Ei heller at selskapet trekker seg ut av samarbeidet med Grahmeenphone i Bangladesh på varig basis.

I dette kapittelet vil jeg undersøke det empiriske grunnlag for å dele inn medieutviklingen tiknyttet Telenorsaken fra 2008 i ulike faser, og i så fall hvilke som utmerker seg. Videre er det sentralt hvorvidt det er et institusjonelt fokus eller et personfokus i pressens dekning av saken. At det er snakk om et personfokus i mediens maktkritikk er avgjørende for hvorvidt saken passer inn i beskrivelsen mediedrev. Videre er det av interesse å se om skandaliseringen følger mediedrevets tre akter; avsløring, prosess og fall (Allern og Pollack m. fler 2009:104). Avisdekningen i Aftenposten, Dagens Næringsliv og reportasjene fra nyhetsbyrået NTB vil danne det empiriske grunnlaget for analysen, samt dokumentarfilmen *Et tårn av løfter*. Søk i Atekst etter relevante artikler, vil diskuteres og problematiseres med hensyn til det empiriske utvalget.

### 5.1 Tre ulike fokus

Det er tre medieplattformer/redaksjoner som utmerker seg ved medieoppmerksomheten som kom i kjølevannet av avsløringen av kritikkverdige arbeidsvilkår hos Telenors underleverandør i Bangladesh. Disse danner sammen med nyhetsbyrået NTB utgangspunktet for analysen: NRK som viser dokumentarfilmen *Et tårn av løfter* (NRK 15.5.2008), Aftenposten (eksklusivt intervju 14.5.2008, og påfølgende kritisk reportasjedekning) og Dagens Næringsliv (portrettintervju med Telenorsjef Baksaas "Kobler av med Pink Floyd")



DN 24.5.2008, samt kronikken der Baksaaas legger seg flat ”Gap mellom liv og lære” DN 4.6.2008).

NRK sender dokumentarfilmen 15 mai 2008, hvor forholdene avsløres (avdekningsfasen). Filmen er produsert og redigert av den danske frilansjournalisten Tom Heinemann. NRK er medprodusent og har gitt filmen pengestøtte sammen med de to andre skandinaviske rikskringkastere DR og SVT (NRK15.5.2008, Flip the coin.org). Den andre medieplattformen er Aftenposten, avisen hvor Telenor lanserer sin offensiv i forkant av visningen av dokumentarfilmen (“Kunsten å starte en motbrann” Aftenposten 14.05.2008). I tillegg til Dagens Næringsliv, hvor Baksals legger seg flat tre uker senere (“Gap mellom liv og lære” Dagens Næringsliv 4.6.2008).

Sakens vinkles på de tre ulike medieplattformene under forskjellige vignetter: Saken blir betegnet fra arbeidsmiljøkriminalitet til etikkskandale, avhengig av hvilket medium som er sakens formidler. Hva man kaller normbruddet, enten det er etikkrøbbel, kritikkverdig, Telenorskandalen, Bangladesh-skandalen, miljøkriminalitet eller arbeidsmiljøkriminalitet kan få konsekvenser for hvordan saken oppfattes. Bjørn Hilt, Professor II ved institutt for arbeidsmedisin, NTNU omtaler eksempelvis normbruddet som arbeidsmiljøkriminalitet, i dokumentarfilmen *Et tårn av løfter*. Analysen av avisdekningen vil avdekke hvorvidt dette er en terminologi som fester seg, eller om saken går under andre navn.

Det har ikke vært en enkel sak å finne ut av hva denne oppgaven skal kalle saken, da betegnelsen til en viss grad posisjonerer hvordan man oppfatter og vinkler saken. Det finnes slik sett ikke et rendyrket nøytralt ståsted, selv om det kan finnes et distansert eller nyansert et. Jeg har løst dette dilemmaet ved å inkludere en diskusjon av terminologien, og problematisere at avisene ikke fokuserer på det kriminelle aspektet i sin dekning, slik de for eksempel gjorde ved avsløringen av korrupsjon i Iran i forbindelse med Statoilsaken. Det er ikke usannsynlig at dette er medvirkende årsak til at den medierte skandalen oppløses.

Eierskapet til saken (i betydning mediet som fører an i saken) blir i løpet av sakens ulike faser tredelt mellom disse tre toneangivende medieplattformene. Dette står i kontrast til Iransaken hvor DN stod for avsløring, prosess og fall, og de andre mediene i større grad reproduserte Dagens Næringslivs vinklinger (jf. redegjørelsen for Aftenpostens dekning uke 37, s 65, 66 og NTB sin dekning uke 38 s. 69, 70). På den ene siden kan dette tolkes dit hen at dette øker sannsynligheten for et omfattende mediedrev, der flere medier plukker opp saken snakker

med samme kritiske stemme (f.eks. i sitt krav om lederens avgang), fordi flere medier konkurrerer om å drive saken frem. På den andre siden kan denne vekslingen av plattformer også føre til at saken fragmenteres, og at det derfor øke risikoen for dramaturgisk oppløsning i den forstand at ingen tar hovedregi for saken (en type hovedregi vi så DN tok i Iransaken). Dette vil jeg komme tilbake til mot slutten av kapitlet. Først vil medieoppmerksomheten i forbindelse med avsløringen kartlegges med hensyn til spørsmålet om den kan kategoriseres som et mediedrev, og eventuelt hvordan det forløper gjennom ulike faser.

I forbindelse med spørsmålet om mediedrev, vil personfokuset i mediedekningen av saken problematiseres.<sup>58</sup> Dette er et personfokus man ikke finner i dokumentarfilmen, som fokuserer på selskapet og deres egnereklame for samfunnsansvar ("Code of Conduct") i kontrast til arbeidsvilkårene i fabrikkene i Bangladesh. Det er først når avisene tar tak i saken at den vinkles inn mot konsernleder i Telenor: Jon Fredrik Baksaas. Personfokuset i avisene i denne saken bidrar dermed til at saken ligner andre typer mediedrev. Når Baksaas til sist legger seg flat etter flere avsløringer, dabber medieoppmerksomheten av (Dagens Næringsliv 4.6.2008). Det er muligens en nødvendighet at samfunnskritikk (legitim eller ei) innefor mediene må personifiseres på denne måten, for at den skal dominere mediebildet over lengre tid. En mer institusjonell kritikk, hvor mediefokuset ikke ligger på hvilke hoder som skal rulle, men hvilken praksis som bør endres, er det slik sett muligens ikke like mye rom for i den medierte skandaliseringen.

## 5.2 Dokumentarfilmen i sakens første akt

Dokumentarfilmen *Et tårn av løfter* som blir sendt på NRK (15.5.2008) legger de første føringer for saken i første akt. Filmen *Et tårn av løfter* er som nevnt produsert og redigert av frilandsjournalist Tom Heineman. I den norskredigerte versjonen har researcher Erling Borgen (norsk journalist og dokumentarfilmskaper) kommentarstemmen. Filmen er kritisk og stillingtagende i disfavør selskapet Telenor, og hvis man skulle benyttet kodeboken for å kategorisere den, er kode 1 treffende.

Det at NRK, DR og SVT er inne som produsenter, er med på å styrke filmens etos (troverdighet), da filmen således er autorisert av anerkjente og seriøse medieplattformer i den skandinaviske offentligheten/mediemarked. Kanalene på sin side får et stykke avslørende, selvstendig og gravende journalistikk i retur, noe som bidrar til å legitimere deres

samfunnskritiske oppdrag som rikskringkastere. Byttehandelen mellom de to, resulterer i at begge aktører således øker sin symbolske maktkapital på mediemarkedet, i tillegg til at samarbeidet øker sjansen for at det blir skapt blest om saken.

Dokumentarfilmens fokus på selskapene Telenor og Ericsson, og ikke konsernlederne, gjør at filmen i høyere grad formidler en kritikk av institusjoner fremfor personer. Dermed passer ikke måten kritikken fremlegges her i mediedrevbegrepets andre dimensjon (jf. s. 15, 17 teorikapittelet). Dokumentarfilmen presenteres på følgende måte av frilandsjournalist Tom Heinemans hjemmeside:

This documentary shows how Ericsson and Telenor for more than a decade have neglected to live up to their own Code Of Conduct. Fatal accidents, child labour, hazardous working conditions and environmental disasters are everyday occurrences in their factories in Bangladesh. Thousands of poor workers, work for subcontractors to Ericsson and Telenor (Two of the largest telecommunication companies in the world). These multinational companies guarantees to the public and their shareholders, that the employees and suppliers have to live up to the most basic human rights and environmental standards. "A Tower Of Promises" documents how these guarantees are nothing more than empty words. (Flip the coin.org).

Presentasjonen over er betegne for filmens retorikk. Personfokuset ligger ikke på konsernlederne, men på de som er offer for selskapenes praksis. Det er nærbilder av ofrene, syrebadene og kritiske ekspertkilder vi får se på tv-skjermene. Bjørn Hilt (Professor II ved institutt for arbeidsmedisin, NTNU), Philippe Granjean, (Adjunct Professor of Environmental Health, Harvard) og Erik Jørs (Department of Occupational and Environmental Medicine, Odense University Hospital) er blant ekspertkildene som trekkes inn for å tilføre filmen tyngde og troverdighet.

Avdekningsfasen er dermed utypisk for et mediedrev da den anklagede er ansiktsløs. Gjenstanden for den kommende (antatte) mediedrevet er på dette tidspunktet derfor ikke er personfokuset, men institusjonsfokuset. Filmens antagonist er selskaper som fungerer som økonomiske institusjoner som legger strukturelle føringer på eget, og i økende grad andre samfunn. Antagonisten er billedliggjort som Grameen phone logoen, er identisk med Telenors blå propell logo som eier 60 % av Grameen phone. I tillegg vises tekstavsnitt fra Telenors nettsider, for eksempel: "...we will only use entrepreneurs or suppliers who share our values", rett etter scener som viser barn som henger over og går i galvaniserte syrebad, kun iført gummistøvler. Dokumentarfilmen skiller seg dermed retorisk fra den øvrige mediedekningen

spesielt, og typiske mediedrev på 2000 tallet generelt kjennetegnes ved sin personfokuserte kritikk (Midtbø 2007, Allern og Pollack m fler 2009:11).

Den eneste filmsnutten hvor Telenor viser ansikt, er et kort intervju med kommunikasjonssjef i Telenor på det tidspunktet: Hilde Tonne (Konsernsjef Baksaas nevnes aldri med bilde eller navn). Mot slutten av dokumentarfilmen kommenterer Hilde Tonne bildene journalisten har konfrontert henne med. Hun kommenterer på følgende vis; ”dette er forferdelig trist, overraskende og totalt uakseptabelt”. I neste klipp lar journalisten så ekspertkilde Philippe Granjean komme med følgende kommentar:

”Problemet med globaliseringen, er nettopp at ansvaret kommer lengre og lengre vekk fra ledelsen (...) en ledelse som kanskje ligger her i Norden. (...) Men fordi man har utplassert disse virksomhetene til fjerne land, så har man ikke samme muligheter til å overvåke arbeidsplassen. Det kan godt hende at man har denne intensjonen, men disse tilfellene viser at det ikke blir fulgt opp i praksis” (*Et tårn av løfter* 2008).

Filmskaperens plassering av Philippe Granjeans kommentar gjenbefester her filmens institusjonelt rettede kritikk.

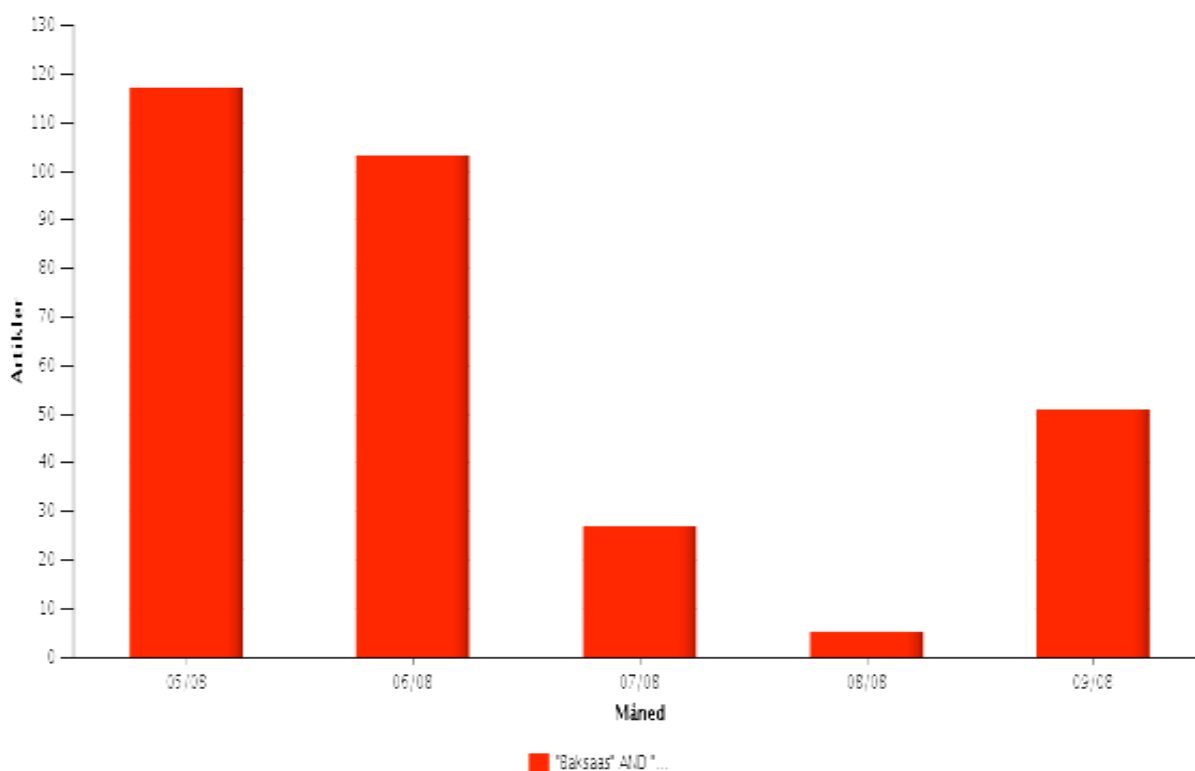
Det er ikke gitt at *Et tårn av løfter* skulle ha et slikt institusjonelt fokus. I frilansjournalist Tom Heinemans påfølgende dokumentarfilmprosjekt: *The Micro Debt*, (2010) hvor han retter et kritisk fokus mot Grameen bank, skiller seg fra *Et tårn av løfter*, ved et mye heftigere personfokus på den anklagede.<sup>59</sup> Denne gang er det Grameen bank sin grunnlegger og fredsprisvinner, Mohammed Yunus, som er i dokumentarfilmskaperens kritiske søkelys. Filmen starter med Yunus sin tale til Nobels fredsprisforsamlingen i 2006, hvor han snakker om mikrokreditt som en løsning på fattigdomsproblemet. I neste klipp kontrasteres dette med intervjuer med kvinner og familier i Bangladesh som har blitt gjeldsofre som følge av de samme mikrokredittlånene:

”The Micro Debt” was first aired in a special Norwegian version on November 30. 2010 at NRK1 and caught attention in Medias all over the world. Currently (January 2011) Muhammad Yunus and Grameen Bank is being investigated by a government body in Bangladesh.” (Flip the coin.org).

Yunus måtte fratre sin stilling sommeren 2011. Det er ikke usannsynlig at personfokuset i dokumentarfilmen kan ha vært en medvirkende årsak.<sup>60</sup> I lys av casene i denne oppgaven, hvor *Et tårn av løfter* ikke retter skyts på tilsvarende måte som i *The Micro Debt*, er overnevnte faktum et interessant element i et komparativt perspektiv.

### 5.3 Avisdekningen - omfang og metodiske refleksjoner

Det empiriske materialet som vil undersøkes i forbindelse med analysen av Telenorsaken er knyttet til avisdekningen av Telenor og ledelsen fra vår til sommer 2008. I de påfølgende avsnittene vil jeg redegjøre for avgrensningen av det empiriske materialet mht. søkeord og den analyserte perioden. Søylediagrammet nedenfor er generert fra en analyse av søket ”Baksaas” AND ”Telenor” i avisdatabasen Atekst fra mai-september. Den er tatt med for å gi et umiddelbart bilde av det som i mediene ble omtalt som en sak som hadde ”ridd Telenor som en mare” (”Stjernestatus ute - Aksjen uberørt av etikktrøbbel” Aftenposten 20.05.2008)



**Figur 1.** Søylediagram generert fra Atekst etter søket på ordene ”Baksaas” og ”Telenor” fra mai til og med september 2008.

Som søylediagrammodellen illustrerer utmerker mai og juni måned seg med hensyn på treff etter søket på ordene ”Baksaas” og ”Telenor” i Atekst. Søket i databasen dekker rikspresse og lokalpresse i papirutgaven, men ikke nettavisene. Inkluderer man nettaviser øker antallet artikler betraktelig. Nettavisene følger samme tendens over tid som papiravisene. Siden jeg har valgt å fokusere på dekningen i papiravisene, for å avdekke eierskap til sakene, i tillegg til de ulike fasene i saken, har det ikke vært relevant å inkludere nettavisene.

Det er ikke gitt at denne relativt omfattende mediedekningen av selskapet og konsernlederen er forbeholdt avsløringene i Bangladesh. ”Bangladesh-skandalen” var en annen betegnelse saken fikk i mediene. Som tidligere nevnt kan journalistenes vinkling, språkbruk slik de utkrystalliseres i hovednarrativer over tid være avgjørende for hvordan saken oppfattes, og hvilke aktører som involveres. Derfor vil jeg komme tilbake til hva artiklene i store aviser som DN, og Aftenposten handler om, og hvordan de vinkler sakene. Når det er sagt, kan økningen i pressedekning i mai og juni måned, være en foreløpig indikator på at pressedekningen var relativt omfattende i kjølevannet av visningen av dokumentarfilmen *Et tårn av løfter* på NRK (NRK 15.5.2008).

Grunnen til at jeg velger søkeordene ”Baksaas” og ”Telenor” i denne tidsperioden er todelt: 1) Det skaper et relativt nøytralt utgangspunkt for å finne relevante artikler knyttet til en relatert dekning for selskapet i denne tidsperioden. Betegnelsene ”Bangladesh-skandalen”, ”Telenorskandalen”, ”barnearbeid”, ”dødsfall”, ”etikkskandalen” er ikke kun mer verdiladede ord enn søkeordene over: De gir heller ikke like mange treff som de valgte søkeordene, fordi vinklinger, vignetter og språkbruk i stor grad varierer med hensyn saken, til tross for at de gjerne tematisk er relatert til den.

2) Søket favner også positiv dekning av selskapet i samme periode som de antatte mediedrevet, inkludert dekning som ikke nødvendigvis primært er relatert til saken. For å teste ut forskingsspørsmålet om hvorvidt dette er et mediedrev, og hvordan kodeboken kan avdekke tendenser i mediedekningen i forbeholdt ulike vinklinger i dette antatte mediedrevet, er det viktig å ha et språklig tilnærmet nøytralt utgangspunkt for å samle inn informasjon om det generelle mediebildet som ble skapt rundt selskapet innenfor denne tidsperioden. Å gjøre forskningsprosessen transparent med hensyn til av valg av søkeord, som veiledende for utvalget mitt, er således i tråd med Grounded Theory sine kriterier for avgrensning av forskningsmaterialet (Corbin, Juliet M. and Anselm Strauss:1990)

“Et tårn av løfter” kunne vært brukt som alternativt søkeord, da filmtittelen ofte refereres til i faktabokser o.l. ved presentasjonen av saken i flere avisartikler. Filmen refereres imidlertid til ved bruk av ulike formuleringer:

Ukene etter presentasjonen har nok ikke blitt som Baksaas hadde ønsket, *skandalefilmen* om uholdbare arbeidsforhold hos en underleverandør i Bangladesh har ridd Telenor som en mare etter at selskapet forsøkte å legge ballen død ved å invitere utvalgte journalister 13. mai. Men

Telenor-kursen har ikke falt som følge av disse elendige nyheter (“Stjernestatus ute - Aksjen uberørt av etikkrøbbel” Aftenposten 20.05.2008 min utheving)

Søkeordet ”Et tårn av løfter” får man 687 treff i mai måned, og 159 treff i juni.<sup>61</sup> Dette gir en indikator på at medieblesten rundt slippet av selve filmen roer seg fra mai til juni. I juli og august er filmen kun beskrevet i til sammen 7 artikler. Mens i september er filmen igjen oppe i 60 treff før det dabber helt av. Dette dekker også tv-programmet i lokal og rikspresen.

Når jeg avgrenser søket til dekningen i Dagens Næringsliv, får man for eksempel kun 7 treff i mai måned på søkeordene ”Et tårn av løfter”. I nærlesningen av treff i samme avis i mai med søkeordene ”Telenor” og ”Baksaas”, finnes det tretten tilknyttede saker: Nesten dobbelt så mange treff. Av disse treffene har jeg kategorisert ti av treffene som negativt vinklet relatert til saken på bakgrunn av kodeboken (jf avsnitt 3.5 metodekapittelet). De resterende 3 er hovedsakelig saksrelatert til en positiv oppmerksomhet rundt selskapet, men også med elementer av negativ oppmerksomhet knyttet til saken: ”Telenor opptur” (DN 23.5.2008), ”Fortsatt tillit til Baksaas” (DN 23.5.2008) og ”Kobler av med Pink Floyd” (DN 24.5.2008).

At omfanget synker fra mai til juni med så mange treff, kan peke i retning at filmtittelreferansen: ”Et tårn av løfter”, er mest relevant i avdekningsfasen (film ble vist for første gang 14. mai 2008). Men det kan også tenkes at de reflekterer at den medierte skandalen dabber av, selv om treff på ”Baksaas” og ”Telenor” er relativt konstant i mai (123 treff) og juni (103 treff).

For å kunne utforske om det negative mediefokuset på virksomheten fortsetter i juni (eventuelt hvilke saker som setter den medierte skandalen i skyggen), gjør at jeg vil utvide innholdsanalysen min av dekningen i Dagens Næringsliv til juni, på samme tid som jeg fastholder søkeordene ”Baksaas” og ”Telenor” som hovedgrunnlag for datainnsamlingen. Opprinnelig hadde jeg hovedsakelig tenkt til å se på vinklingene av saken i første fase (de to siste ukene av mai). Jeg endret dette på bakgrunn av nye treff på de ulike søkeordene, i tillegg til en vurdering der jeg ønsket å inkludere en fase der man så at saken fikk en ny konkurrent tilknyttet dekningen av selskapet og konsernsjefen: Diskusjonen av det eventuelle oppkjøpet av Telia Sonera. Dette er i samsvar med Grounded Theory sine prosedyrer for datainnsamling, hvor forskningsprosessen gjøres eksplisitt (jf. metode kapittelet)

Det kan virke som om mediestormen stilner for full i juli. Atekst gir i denne måneden kun 2 treff på søkeordene ”Baksaas” og ”Telenor” i papiravisene. Kan tiden for agurknytt være en

annen tentativ forklaring til at skandalen forsvinner? Hvis man ønsket å konkludere med dette, er det viktig å se på etterspillet skandalen fikk i august. Dette vil jeg komme tilbake til mot slutten av kapitlet.

## **5.4 ”Kunsten å starte en motbrann” - de førende avisene i Telenorsaken**

I de påfølgende avsnittene vil jeg først undersøke Aftenpostens dekning av saken, før jeg ser på Dagens Næringsliv sin dekning i de to siste ukene av mai. I avisdekningen, med vekt på Aftenpostens dekning vil det vise seg at det finnes ansatser til et personfokusert mediedrev i mai.

Analysen vil dokumentere at Aftenposten hadde eierskap til saken disse to siste ukene i mai. Vinklingene knyttet til kommentatorstoffet og reportasjestoffet i Aftenposten er en pressedekning hvor jeg finner ansatser til en utmynting av en prosess mot Telenor sin konsernleder. Disse ansatsene følger den samme logikk som startfasen til andre mediedrev: Vinklingene til artiklene/kommentarene er personfokusert, knyttet til et normbrudd, hvor nye avsløringer over et gitt tidsrom gjør at saken fester seg i det generelle mediebildet. Personfokuserte vinklinger knyttet til dette normbruddet vil også analysen av dekningen til NTB i mai avdekke (analysen av NTBs helhetlige dekning kommer som et eget avsnitt mot slutten av kapitlet).

Men som analysen av Dagens Næringsliv sin dekning i de siste ukene av mai vil vise, sprer ikke denne grad av pågående, kritisk og intens dekning seg (f.eks. med kodebytte i rapporteringen). Dagens Næringsliv topper sammen med Aftenposten listen over papiraviser som dekker saken, men i dette tilfellet vil det vise seg at Dagens Næringsliv holder seg mer nøktern enn de gjorde i opprullingen av Statoilskandalen.

Aftenposten er valgt ut eksklusivt sammen med NRK den 14. mai av Telenor som den delen av pressen selskapet ønsker å uttale seg til. Dette er dagen i forkant av NRKs annonserte visning av dokumentarfilmen (”Kunsten å starte en motbrann” Aftenposten 14.5.2008):

Bedre føre var. Istedenfor å vente på et avslørende TV-program velger Telenor selv å gå ut og fortelle om graverende forhold. Å starte slike motbranner kan Telenor. (”Kunsten å starte en motbrann” Aftenposten 14.5.2008)



Det er slik sett ikke Aftenposten selv som har etablert sitt eierskap til saken, men heller Telenor som har vært på offensiven og valgt ut avisen. Hvorvidt dette er gjort på bakgrunn av risikoanalyser knyttet til at DN er en større trussel enn Aftenposten er det ikke belegg for å si noe om. I kommentaren ”Kunsten å starte en motbrann”, (kode 2) tematiserer Aftenposten selv sin egen og Telenor sin rolle på en kritisk, men på samme tid nyanserte måte:

Faren er alltid til stede for at motbrannen kommer ut av kontroll og blir så stor at den bare vokser sammen med den opprinnelige storbrannen. Men det er en kalkulert risiko. Akkurat som den Jon Fredrik Baksaa tok da han i går inviterte en norsk, en dansk og en svensk avis for å gi sitt syn og komme torsdagens TV-programmer i forkjøpet. For oss som blir invitert er oppgaven følgende: Vi skal ikke bli en del av brannmannskapet, men vi skal heller ikke, i frykten for å bli nettopp det, gå helt motsatt vei og oppføre oss som pyromaner. Den balansegangen kan være vanskelig. (”Kunsten å starte en motbrann” 14.5.2008)

Hvordan avisen håndterer denne balansegangen, vil den kommende analysen avdekke.

Dagens Næringsliv er den riksavisen sammen med Aftenposten som har hatt mest frekvent dekning av selskapet på 2000 tallet. Ifølge treff på Atekst har de to avisene i perioden 2000-2012 dekket selskapet nesten 800-900 artikler hver, med Dagens Næringsliv i tet med nesten 900 artikler (kilde Atekst søk på ”Baksaa” og ”Telenor”), etterfulgt av nyhetsbyrået NTB med rundt 300 artikler. Dagbladet har til sammenligning i overkant av 200 artikler og VG i underkant av 200 artikler i samme tidsrom (alle papir). I lys av dette, og med Statoilsaken i mente, kan vi bare konstantere at av de to avisene som har hatt hyppigst dekning av selskapet, er det ”lillebror” som velges til den eksklusive intervjuet. Dette kan tenkes å ha fått konsekvenser for hvor eierskapet til saken plantes. At Telenor går ut i en motoffensiv, i forkant av avsløringen i utvalgte medier sannsynliggjør at dette er snakk om skademinimering fra selskapets side.

Den videre analysen vil imidlertid vise at Dagens Næringsliv tar over ”eierskapet til saken” etter hvert, ved at avisen får de eksklusive intervjuene/kronikkene til konsernsjefen.

## **5.5 Fra første til andre akt - Aftenposten i mai**

Aftenposten dekker ikke selskapet i mai før 14. mai. Den massive dekningen selskapet får i siste halvdel av mai (31 artikler i papiravisen etter søkeordene ”Baksaa” og ”Telenor”) er forbeholdt avsløringene om selskapets brudd på eget etisk regelverk (med unntak av en kritisk

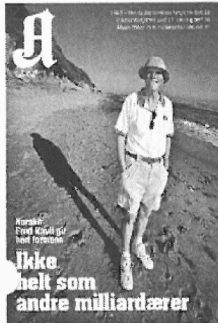
artikkel ”For høye lederbonuser”) (Aftenposten 25.05.08). Artiklene er organisert i først etter kode, så i kronologisk rekkefølge i tabell 11, s, 85, med tittel og koding mht. kodeboken.

Tabell 11 viser at det er 7 artikler med kode 3 i løpet av de to siste ukene av mai 2008 (s. 85). I tillegg til disse saksrefererende, men negativt vinklede artiklene, er det ytterligere 7 reportasjer i avisen med overordnet kode 3, men elementer av kode 2. Dette vil si at man kan finne journalistens dom i saken ved språkføring og førende spørsmål til intervjuobjekter. Den første to artiklene i tabelloversikten innleder avdekningsfasen. Som tidligere nevnt kommer disse i forkant av visningen av dokumentarfilmen. Sammenlignet med dekningen av Statoilskandalen i Dagens Næringsliv hvor det var dobbelt så mange artikler kategorisert med kode 3/2, som kode 3 i avsløringsfasen, er her da forholdet 50/50. Selv om sakens tidlige fase i Aftenpostens reportasjedekning av Telenorskandalen da er relativt intens og kritisk, er den mindre intens enn det dekningen av Statoilskandalen var i Dagens Næringsliv (jf. Tabell 4, s 53).

Selv om kommentaren ”Kunsten å starte en motbrann” reflekterer rundt pressens rolle og problematiserer et unyansert mediekjør på selskapet, er den klart kritisk til selskapets praksis. Dette suppleres av den svært kritiske reportasjen ”Barn bygger for Telenor – Arbeider omkom i syrebad 13 åringer laget utstyr for Telenor”, samme dag, hvor reportasjejournalisten beskriver saken innledningsvis som en avsløring av ”*forferdelige arbeidsforhold og miljøkriminalitet*” (”Barn bygger for Telenor – Arbeider omkom i syrebad 13 åringer laget utstyr for Telenor” Aftenposten 14.5.2008 min utheving).

**Tabell 11** Samlet oversikt over avisdekningen av Telenor og Baksaaas i Aftenposten i mai 2008. Kodingen er gjort på bakgrunn av kodingen i Tabell 1. Kodingen er gjort på bakgrunn av kodingen i tabell 1. Oversikten er laget på bakgrunn av søk i Atekst for denne perioden.

<b>Artikkel</b>	<b>Mai</b>	<b>Kode</b>
<b>Kommentarstoff</b>		
I en tynn tråd	20.5.2008	Kode 1
Lønnsomme barn og slaver	24.5.2008	Kode 1
Den globale kunde	28.5.2008	Kode 1
Den nye kapitalismen	29.5.2008	Kode 1
Kunsten å starte en motbrann	14.5.2008	Kode 2
Gult Kort	21.5.2008	Kode 2
<b>Reportasjestoff</b>		
Telenors etikkskryt	19.5.2008	Kode 3
Baksaaas inn på teppet	20.5.2008	Kode 3
Burde visst – Styrelederen i Telenor refser Baksaaas	20.5.2008	Kode 3
Baksaaas har dekning hos Telenor	21.5.2008	Kode 3
Må forklare seg til Telenor-eiere		
-Vil bli fulgt med argusøyne i lang tid Kan bli svartelistet av KLP	21.5.2008	Kode 3
To nye dødsfall - Telenor-ledelsen visste ingenting	27.5.2008	Kode 3
Glasuretikk og prat Ekspertene mener norske selskapers etikk er pynt	30.5.2008	Kode 3
For høye lederbonuser	25.5.2008	Kode 3
Barn bygger for Telenor		
- Arbeider omkom i syrebad 13 åringer laget utstyr for Telenor	14.5.2008	Kode 3/2
Telenor fant ingenting selv	15.5.2008	Kode 3/2
Hun advarte Telenor i 2 år	16.5.2008	Kode 3/2
Vil kaste ut Telenor	18.5.2008	Kode 3/2
Skjebnemøte	20.5.2008	Kode 3/2
Sluknet etikkestjerne	22.5.2008	Kode 3/2
Etikktrøbbelet kan koste dyrt Avviser anklager fra fredsprisvinneren	23.5.2008	Kode 3/2
Stjernestatus ute - Aksjen uberørt av etikktrøbbelet	20.5.2008	Kode 6/3
Kode 1		4
Kode 2		2
Kode 3		7
Kode 3/2		7
Kode 6/3		1
Totalt antall artikler		<b>21</b>



## A-MAGASINET I DAG

### Den nye Nobel

Han dro til USA og ble styrtrik. Nå gir Fred Kavli bort formuen. Han drysser ut millioner i priser og støtte.

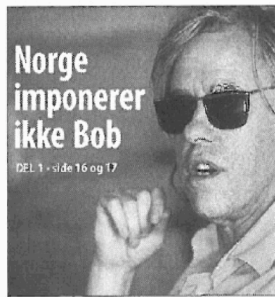
### Bursdag er matdag

Indiske Nisha Rani spiser godt på 9-årsdagen. Men matvareprisene har brakt sulten svært mye nærmere hverdagen.



### Hurra! (men for hva?)

Henrik Wergeland var glad i å feste, og hans navn er evig knyttet til 17. mai. Men han så aldri et barnetog.



### Norge imponerer ikke Bob

DEL 1 - side 16 og 17

FOTO: SVEN E. FURULUND



### Lærer av de fattige

DEL 1 - side 2 og 3

FOTO: DAG W. GRUNDSEID

### Telenor-avsløringene i Bangladesh

# Advart i to år

Hører dårlig. I to år er Telenor blitt advart - og samtidig bedt om å forbedre sine etiske retningslinjer gjennom et etikkråd selskapet selv meldte seg inn i. Men tross gjentatte purringer, har lite skjedd.

ØKONOMI - side 2 og 3

Telenor-sjef Jon Fredrik Baksaas og resten av toppledelsen har engasjert seg lite i etikkspørsmål, mener Initiativ for etisk handel, som flere ganger har påpekt manglende rutiner.

FOTO: SVEN E. FURULUND



### Strøm til Innkjøpspris:

## Nå 124 754 fornøyde kunder

Du betaler det samme for strømmen som Fjordkraft kjøper den for på strømbørsen. I tillegg betaler du et månedsbeløp på bare 49 kroner. Avtaler som følger strømbørsen anbefales av de fleste uavhenglige rådgivere.

Bestill en enkel avtale uten skjulte påslag, bindingstid eller forskuddsbetaling. Ring Kundeservice på tlf. 05100 mandag - fredag 8 til 20. Les mer på [www.fjordkraft.no](http://www.fjordkraft.no)

Tilbudet gjelder privatkunder. Innkjøpsprisen for april ble 27,27 øre per kWh. 49 kroner per måned utgår: 1,95 øre/kWh ved et årsforbruk på 30.000 kWh, 2,94 øre/kWh ved 20.000 kWh og 5,88 øre/kWh ved 10.000 kWh.



Bilde 4: Førstesideoppslag Aftenposten 16.5.2008 (Fotokopi fra Nasjonalbibliotekets digitale bildearkiv)

Avisforsiden til Aftenposten på side 86 (Bilde 4), som er et førsteoppslag til saken ”Hun advarte Telenor i 2 år” (Aftenposten 16.5.2008), indikerer ikke bare at saken får høy prioritet hos redaksjonen, men også at vi ser en type mistenkeliggjøring som kan bygge opp under andregangsovertrampet (Midtbø 2007). Oppslaget markerer overgangen til sakens andre fase: Prosessen. Hvis avisen her kunne bevist at Baksaa eller selskapet burde ha visst om arbeidsforholdene i Bangladesh, hadde motoffensiven selskapet startet i avisen to dager før, vært til liten nytte. Førstesideoppslaget illustrerer, som i avdekningsfasen av Statoilsaken, at saken blir personfokuset, gjennom bruk av bilder og tekst (Bilde 4).

I likhet med Dagens Næringsliv sin dekning av Statoilsaken, finne jeg også kodebytte i reportasjeartiklene til Aftenposten. Tabell 11 (s 85) viser at det i mai er fjorten av de saksrelaterte artiklene som er negative i sin dekning av selskapet. Halvparten av disse igjen er artikler hvor journalistene bytter mellom journalistiske koder i reportasjene. Det at vi finner en såpass stor andel artikler med hvor journalistene går inn i tekstene og tar stilling i disfavør Telenorsjefen, kan vitne om at Aftenpostens dekning av saken i de to siste ukene i mai er pågående og konsekvent i sin kritikk mot Telenorsjefen. Byttet mellom journalistiske koder fra rapportering til kommentering, kan illustreres ved følgende sitat:

- (Baksaa:) Vi er sterkt berørt av saken og de menneskelige sidene ved den. Dette er helt uakseptabelt. Vi har kurset underleverandørene i helse, miljø og sikkerhet (HMS), men vi har helt klart vært for dårlige til å følge opp i etterkant, sier Telenor-sjef Jon Fredrik Baksaa i en videokonferanse med utvalgte skandinaviske medier
- (Journalist) - Men Baksaa *sa ikke et ord om at en arbeider* hadde falt i et usikret syrebad og omkommet. Først da journalisten fra Berlingske Tidende konfronterte Telenor-sjefen direkte med dette, bekreftet han at arbeideren som jobbet på en fabrikk som lager mobilantennemaster for Telenor hadde omkommet. (”Barn bygger for Telenor- Arbeider omkom i syrebad 13 åringer laget utstyr for Telenor” Aftenposten 14.05.08 min kursivering)<sup>62</sup>

Som man ser av sitatet, mistenkeliggjør journalisten Telenorsjefen, og tar dermed stilling til konsernlederen og saken. Slik sett demonstrerer rapporteringen sin uavhengighet ved at den er kritisk, på samme tid som teksten nærmer seg kommentatorsjangeren ved at den er stillingtagende. Et annet eksempel på denne mistenkeliggjøring i rapporteringen i Aftenposten kan man se på førende spørsmål fra journalisten til intervjuobjektet:

- Telenor sa at det kostet for mye å følge opp underleverandørene? (Journalist)
- Ja, det ville være for ressurskrevende, sier Lafferty til Aftenposten
- Var de klar over farene? (Journalist)
- Man var klar over risikoen, men valgte å stole på underleverandørene.

- Men du understreket for dem, at hvis det forgikk barnearbeid, så ville de ikke oppdaget det? (Journalist)
  - Ja, det er riktig.
- (”Sluknet etikkstjerne- Rapport: Etisk program bare til pynt for Telenor-investorer ”  
Aftenposten 22. 05. 08)

Sitatene over illustrerer en dekning i Aftenposten hvor journalistene går ut av rollen som saksrefererende, og inn i rollen som gravende journalist. Når maktpersoner mistenkeliggjøres på denne måten nærmer seg artikkelen seg kommentatorsjangeren, ved at journalisten får en tydelig stemme i teksten. Som vi vil se i NTB's dekning av saken, hvor de kritiske vinklingene frontes via kildesitater på samme tid som journalistens stemme tones ned, gjør at de kritiske opplagene oppfattes mer sømløse i forhold til journalistens stilling til saken. Selv om vi vil se at det negative fokuset også her er konsekvent i mai. At Aftenposten har 6 reportasjeartikler som har elementer av kode 2, understreker en særlig kritisk og omfattende dekning av saken. Paradoksalt med tanke på eksklusiviteten de fikk tildelt av Telenor.

Kommentatorstoffet i Aftenposten i mai er rettet sin kritikk mot konsernsjefen, i likhet med de redaksjonelle kommentarene i Dagens Næringsliv til Statoilsaken. I kommentaren ”I en tynn tråd”, kodet med 1 (dvs. svært stillingtagende og kritisk), antydes det at det kan være sannsynlig at Baksaas må gå som følge av avsløringene. Kommentaren er skrevet av avisens faste kommentator Ola Storeng, og er typisk for et mediedrev hvor avisene begynner å spekulere i om den sittende leder/politiker fortsatt har tillit (jf. analysen av Statoilskandalen). I tillegg til denne kommentaren, trykker avisen tre sterkt kritiske kronikker om selskapet mot slutten av mai: ”Lønnsomme barn og slaver” (Aftenposten 25.5.2008), ”Den globale kunde”(Aftenposten 28.5.2008) og ”Den nye kapitalismen” (Aftenposten 29.5.2008). ”Lønnsomme barn og slaver” er skrevet av Aftenpostens journalist Aspaas, mens de to andre kommentarene/kronikkene er skrevet av skribenter som er ikke tilknyttet redaksjonen.

Er den omfattende kritiske og negative pressdekningen av selskapet medvirkende til at Telenorledelsen velger Dagens Næringsliv som eksklusiv plattform i juni? Vi vil se i analysen av avisdekningen i juni at Dagens Næringsliv overtar eierskapet til saken i sakens siste fase (juni). Først vil jeg imidlertid analysere dekningen av saken i Dagens Næringsliv i mai.

## 5.6 Dagens Næringsliv mai 2008

Analysen av kommentar- og reportasjedekningen av Telenorsaken i Dagens Næringsliv vil vise at reportasjedekningen er nøktern sammenlignet med Aftenpostens dekning i samme periode, mens kommentarstoffet er relativt kritisk (kritikken i den redaksjonelle lederen er imidlertid ikke fokusert på konsernlederen). Den nøkterne reportasjedekningen er ikke kun påfallende forskjellig i et komparativt perspektiv knyttet til Aftenposten, men også sammenlignet med Dagens Næringsliv sin dekning av Statoilsaken.

Dagens Næringsliv dekker ikke saken før 23. mai i papirutgaven. Da har saken allerede rullet og gått i Aftenposten og andre medier. Men selv om Dagens Næringsliv er sen på avtrekkeren, begynner avisen den 23. mai å kjøre kritiske oppslag mot Telenorledelsen på bakgrunn av avsløringen. Tabell 12 (s. 89) er en fullstendig oversikt over mediedekningen av Telenor og ledelsen i mai. Den er kodet etter kodeboken, redegjort for i metodekapittelet.

Avisen er vanligvis fort på banen når det gjelder næringslivsskandaler (slik vi så i Statoilskandalen jf. forrige kapittel). Årsaken til at de ikke henger seg på mediedekningen med en gang kan tenkes å være at saken har en sosial profil som skiller seg fra det typiske DN formatet. Mangel på "eierskap" til avsløringen er muligens en mer plausibel forklaring på at Dagens Næringsliv ikke var like frempå i sakens startfase, slik Aftenposten var. Avsløringen virker betinget av det vilkår at en frilandsjournalist har investert sin tid og arbeid i den (Et tårna av løfter). Dette forhindrer imidlertid ikke DN til å ta opp stafettpinnen senere i (det antatte) mediedrevet.

De to første sakene i avisen er positiv pressedekning: "Øker i Asia" (2.5.2008) og "Flørtingen er i gang" (8.5.2008). Disse to artiklene er skrevet før dokumentarfilmen ble offentlig kjent den 14.5.2008. Reportasjeartiklene "Tallene på døde øker" (27.5.2008), "Forlanger alle kort på bordet" (28.5.08) og "Kaller det etikkbrudd" (31.5.08) er betegnende på forskjellen mellom Aftenpostens og Dagens Næringsliv dekning av saken. Dagen Næringsliv er gjennomgående mer saksorientert enn stillingtagene i sin reportasje dekning av saken. De deler imidlertid Aftenpostens kritiske fokus på Telenorledelsen.

Artikkelen "Fortsatt tillit til Baksaas" viser at spørsmål om tillit til konsernsjefen i likhet med Statoilsaken også er et tema i Telenorsaken (DN 23.05.08). Men ulikt fra Statoilsaken, er det ikke journalisten her som stiller spørsmålet, men heller refererer til en annen kilde:

”Telenors styreleder Harald Norvik har fortsatt full tillit til konsernsjef Jon Fredrik Baksaas og hans håndtering av de dårlige arbeidsforholdene som er avdekket hos underleverandører i Bangladesh” (DN 23.05.08).

Spørsmålet om tillit er ellers ikke noe som blir spurt aktivt av journalistene i reportasjestoffet i Dagens Næringsliv i mai.

**Tabell 12.** Oversikt over Dagens Næringsliv sin dekning av Telenor og Baksaas i mai 2008. Kodingen er gjort på bakgrunn av kodeboken, tabell 1. Oversikten er laget på bakgrunn av søk i Atekst for denne perioden.

<b>Artikkel</b>	<b>Mai</b>	<b>Kode</b>
<b>Kommentarstoff</b>		
Musestille om Telenor	30.5.2008	Kode 1
Prisen på liv	29.5.2008	Kode 2
<b>Reportasjestoff</b>		
Øker i Asia	2.5.2008	Kode 6
Flørtingen er i gang	8.5.2008	Kode 6
Kritisk til metode	23.5.2008	Kode 3
Har investert 11 mrd i Bangladesh	23.5.2008	Kode 3
To nye dødsfall	24.5.2008	Kode 3
Tallene på døde øker	27.5.2008	Kode 3
Frp krever ekstern granskning	28.5.2008	Kode 3
Forlanger alle kort på bordet	28.5.2008	Kode 3
Utsetter notering	30.5.2008	Kode 3
Kaller det etikkbrudd	31.5.2008	Kode 3
Fortsatt tillit til Baksaas	23.5.2008	Kode 3
Telenor-opptur	23.5.2008	Kode 6/3
Kobler av med Pink Floyd	24.5.2008	Kode 6/3
Kode 1		1
Kode 2		1
Kode 6		2
<b>Kode 6/3</b>		<b>2</b>
<b>Kode 3</b>		<b>8</b>
Totalt antall		<b>14</b>

Den svært kritiske redaksjonelle lederen ”Musestille om Telenor” (DN 30.05.2008) er for eksempel rettet mot Næringsminister Dag Terje Andersen, og ikke konsernlederen. Den negative vinklingen mot ministeren (personfokus) er imidlertid et særtilfelle sammenlignet for resten av dekningen i mai (Aftenposten og Dagens Næringsliv). Et annet påfallende forskjell jeg finner i Dagens Næringsliv sin dekning i mai er at det er ingen artikler i mai som kan kategoriseres med kode 3/2 (reportasjer med element av stillingtagen). I tillegg har selskapet delvis positiv dekning i Dagens Næringsliv i artiklene ”Telenor-opptur” og ”Kobler av med



Pink Floyd” (DN 23.5.2008, 24.5.2008) i slutten av mai. Årsaken til at disse er kodet med 6/3 er at artiklene overordnet har et positivt fokus på selskap og konsernleder (kode 6), men på samme tid kommenteres også mediedekningen knyttet til avsløringene i bisetninger (kode3). Avsløringene er her et underordnet motiv i narrativet.

I et komparativt perspektiv er dette interessant med tanke på dekningen av Statoilskandalen i samme avis. Dette, samt at det ikke aktivt i reportasjefournalistikken stilles spørsmål vedrørende konsernlederens tillit, vil jeg komme tilbake til i det komparative analysekapittelet.

Midtveis i mediestormen i mai portretteres Telenorsjefen i Dagens Næringsliv i artikkelen ”Kobler av med Pink Floyd” (DN 24.5.2008). Artikkelen var vanskelig å kode med hensyn til kodeboken, da den både kan ses som en bagatellisering av saken, men også som en kontrast og pusterom til den ellers pågående, kritiske og stillingtagende journalistikken i Aftenposten (”Kobler av med Pink Floyd” DN 24.5.2008):

I tillegg har det trolig vært den uken med mest medieoppmerksomhet rundt Telenor i min tid som konsernsjef. Jeg har kommet ut av tellingen på hvor mange intervjuer det har vært. Men dette har vært nødvendig og tidkrevende (..) - Denne uken har nok heller vært mer preget av ting jeg ikke har hatt tid til å gjøre. Det viktigste for oss nå er å få fart på tiltakspakken rundt saken i Bangladesh (...) - Jeg har startet denne helgen med en lenge planlagt ledersamling. Så er det tid for å koble litt av. Forhåpentlig blir det også en løpetur i skogen. Dessuten må vinterdekkene og skiene fra den siste skituren i pinsen ryddes vekk. Og blir jeg alene hjemme en liten stund, vil Queen og Pink Floyd spilles for fullt. (”Kobler av med Pink Floyd” DN 24.5.2008)

Saken vedrørende forholdene i Bangladesh blir nevnt, men som et underordnet moment. Hovedfokuset er Baksaa, og tonen i intervjuet er personlig og mindre alvorstynget enn portrettintervjuet av Fjell i samme avis, fem år tidligere (”Veldig Skuffet” DN 24.9.2003). Det kan tenkes at informasjon som formidles om konsernsjefen i portrettet “Kobler av med Pink Floyd” er en strategisk lekkasje fra sakens “backstage region”, hvor fokuset flyttes fra sak til person, på samme tid som konsernlederen fremstår som alminnelig. Som man ser av tabell 12 (s. 90), kommer dette portrettet av Telenorsjefen i en reportasje midt i mediestormen i mai.<sup>63</sup> I lys av saken som dominerer mediebildet, er ikke utfallet av denne medieprofileringen av Telenorsjefen gitt. Som analysen av mediestoffet i begynnelsen av juni vil vise, endres tonen ved at Baksaa velger Dagens Næringsliv som arena for sin ubetingede unnskyldning, sannsynligvis for å dempe det negative mediepresset.

## 5.7 Dagens Næringsliv sin dekning av Telenor juni

Søylediagrammet jeg introduserte innledningsvis kunne gi inntrykk av at mediestormen fortsatte i juni, da dekningen av selskapet var nesten like omfattende i denne måneden som i mai (s. 79). Analysen av dekningen i juni vil imidlertid avdekke at dette er en sannhet med moderasjoner. Store deler av dekningen er nemlig relatert til en annen sak: Det potensielle oppkjøpet av Sona Telia. Dette funnet kan tyde på at det har skjedd noe rundt månedsskiftet som gjør at mediefokuset snur, og selskapet har klart å dempe mediedrevet. Ansatsene til et mediedrev man så i mai, har faset ut i en prosess som ikke endte med konsernlederens fall. Jeg vil nå gå nærmere inn på først Dagens Næringsliv så Aftenposten sin avisdekning av selskapet i juni.

De fleste sakene med omtale av Telenor i Dagens Næringsliv i juni er ikke relatert til avsløringene i Bangladesh, som man ser av oversikten i tabell 13 (s.93). Hele 20 av 27 artikler i kommentar- og reportasjestoffet er ikke koblet til saken. Reportasjeartiklene som er kodet med 6, eller 6/3 er alle knyttet til det potensielle oppkjøpet av Telia Sonera.

At Telenors konsernleder Baksaas velger Dagens Næringsliv som arena for kronikken: ”Gap mellom liv og lære”, tyder på at saken har skiftet eierskap fra Aftenposten til Dagens Næringsliv (”Gap mellom liv og lære” DN 4.6.2008). Konsernlederen kommer her med en uforbeholden beklagelse, i tillegg til at konsernlederen selv her gjenintroduserer det institusjonelle perspektiv, som vi så dominerte i dokumentarfilmen:

For å sørge for varig endring, må vi i tillegg institusjonalisere våre etiske krav slik at eventuelle fremtidige brudd på kravene umiddelbart blir avdekket (”Gap mellom liv og lære” DN 4.6.2008).

Sitatet over illustrerer at konsernsjefen mestrer kommunikasjonsstrategiene både for fornt- og bak regionen (Goffman 1971, Smith 2011: 137). I denne kronikken skriver konsernlederen klart i kraft av sitt offentlige embete, til forskjell fra intervjuet ”Kobler av med Pink Floyd” en uke før, hvor tonen var mer uformell (jf, s. 91, ”Kobler av med Pink Floyd” DN 24.5.2008). Presentasjonen synes i begge tilfeller å fungere til konsernlederens fordel, da han holder seg innenfor de uskrevne reglene til to forskjellige journalistiske sjangre: Portrett og Kronikk.

**Tabell 13.** Oversikt over Dagens Næringsliv sin dekning av Telenor og Baksaa i juni 2008.

<b>Artikkel</b>	<b>Juni</b>	<b>Kode</b>
<b>Kommentarstoff</b>		
Gap mellom liv og lære	4.6.2008	Kode 1
Etisk svikt og plikt	6.6.2008	Kode 1
<b>Kommentarstoff som ikke er relatert</b>		
Telenors vanskelige valg	19.6.2008	Kode 2
Imperiebyggere med mobiltelefoni	30.6.2008	Kode 2
<b>Reportasjestoff</b>		
Mener hoder burde rullet	4.6.2008	Kode 3
Skryter av selvkritikk	4.6.2008	Kode 3
Skremt av 14 dødsfall	26.6.2008	Kode 3
Tror ikke på norske lover ute	25.6.2008	Kode 3/6
Skygger ikke unna Afrika	21.6.2008	Kode 6/3
<b>Reportasjestoff ikke relatert</b>		
Presset til å vrake Brynhildsen	6.6.2008	Kode 3
En ren vendetta	12.6.2008	Kode 3
Imperiebygging	12.6.2008	Kode 5
Må ha grønt lys fra Russland	12.6.2008	Kode 5
Har handlet for 65 mrd.	11.6.2008	Kode 6/3
Neppe noe bud	20.6.2008	Kode 6/3
Mobiliserer mot Afrika	20.6.2008	Kode 6/3
Det mest lovende markedet	7.6.2008	Kode 6/3
Vil at Telenor skal by på TeliaSonera	6.6.2008	Kode 6
Tror på Telenormotbud	7.6.2008	Kode 6
Øker presset på Baksaa	7.6.2008	Kode 6
Må ut med minst 100 milliarder	11.6.2008	Kode 6
Telenor og NetCom får smake sin egen medisin!	16.6.2008	Kode 6
Fikk 1,5 millioner nye kunder på en måned	17.6.2008	Kode 6
Håper på signaler	18.6.2008	Kode 6
Kjøpssignal i Telenor	20.6.2008	Kode 6
Åpner for minoritet	20.6.2008	Kode 6
Tror ikke på bud	20.6.2008	Kode 6
<b>Relatert</b>	Kode 1	2
	Kode 3	3
	Kode 3/6	1
	Kode 6/3	1
<b>Sum relatert i juni</b>		<b>7</b>
<b>Ikke relatert</b>	Kode 2	2
	Kode 3	2
	Kode 5	2
	Kode 6/3	4
	Kode 6	10
<b>Sum ikke relatert i juni</b>		<b>20</b>

Som vi husker var fra analysen av Aftenpostens dekning i mai, var avisen her valgt ut som arena for Telenors motoffensiv mot dokumentarfilmen. Ved valg av eksponering av Telenorsjefen ved å stille til portrett og sende inn kronikk til Dagens Næringsliv er det nok en gang selskapet som har valgt sin kommunikasjonsarena. Hvorvidt dette er en følge av at Aftenposten hadde en mer frekvent og negativt vinkling av selskapet i mai, kan man ikke konkludere med, da vi ikke har førstehåndskilder på dette. Men det kan være en tentativ og plausibel forklaring.

Eneste relevante artikkel i juli i Dagens Næringsliv er "AUF vil overvåke norske bedrifter" (15-07-08) (Kode 3) Det er ikke flere relaterte saker I juli I DN. 25. juli nevnes børsnoteringen av Grameenphone, som følge av eierskapskonflikt med Yunus. Telenorskandalen fra mai, nevnes ikke i denne artikkelen.

## **5.8 Aftenpostens dekning i juni**

Som nevnt innledningsvis fikk man 31 treff på søkeordene "Baksaas" og "Telenor" i mai 2008. I juni er det 19 treff i søkebasen Atekst. Jeg vil nå undersøke om disse er relatert til saken, eller om dekningen også her er relatert primært til oppkjøpet av Telia Sonera.

Oversikten over artikler i tabell 14 viser at store deler av avisstoffet ikke relatert til forholdene i Bangladesh, men til et eventuelt oppkjøp av TeliaSonera. Sakene som er relaterte er innholdsmessig mer distansert fra saken og dokumentarfilmen enn det som var tilfellet i mai ved Aftenposten reportasjedekning. Tabellen viser at det er ingen stillingtagene reportasjefournalistikk i disfavør konsernsjefen eller selskapet i juni (dvs. kode 3/2). Jeg finner kun tre reportasjeartikler med negativ dekning av saken i juni (kode 3 eller 6/3).

Kommentatorstoffet som er relatert til skandalen (se øverst tabell 14) er fire kritiske innlegg skrevet av forfattere utenfor redaksjonen. Disse er i stor grad tilbakeskuende mht. medieprosessen i mai, og analyserer den i et kritisk perspektiv og stillingtagende perspektiv (kode 2). Kritikken rettes i for eksempel i "Ethiske riddere?" like mye mot ministeren som konsernlederen:

Baksaas avsluttet med å si: " - For å sørge for varige endringer må vi institusjonalisere våre etiske krav slik at eventuelle brudd på kravene umiddelbart blir avdekket". Dette kunne - nei burde! - statsråd Andersen utdypet." ("Ethiske riddere?" i Aftenposten 26.6.2008)

**Tabell 14.** Oversikt over Aftenposten sin dekning av Telenor og Baksaa i juni 2008. Kodingen er gjort på bakgrunn av kodeboken i tabell 1.

Artikkel	Juni	Kode
<b>Kommentarstoff</b>		
Tar eierne ansvaret?	14.6.2008	Kode 2
Professorer uten ansvar?	3.6.2008	Kode 2
Når elefanter skal danse	3.6.2008	Kode 2
Etiske riddere?	26.6.2008	Kode 2
<b>Reportasjestoff</b>		
Etikkfolkene inn i varmen	10.6.2008	Kode 3
Telenor rapporterer om fem nye dødsulykker	26.6.2008	Kode 3
Redde for etikksnubling- «Alle» smilte og lo til næringsministeren	11.6.2008	Kode 6/3
<b>Reportasjestoff ikke relatert</b>		
Ben senker Oslo Børs	11.6.2008	Kode 3
Sammen er de verdens tredje største	07.6.2008	Kode 6
Slik kan han likevel erobre TeliaSonera	16.6.2008	Kode 6
Tillater teleoppkjøp – De rødgrønne sier ja til at	17.6.2008	Kode 6
Telenor kan kjøpe TeliaSonera	17.6.2008	Kode 6
Politisk ja til teleoppkjøp - Det står ikke på penger	17.6.2008	Kode 6
Håper på svar fra Baksaa i dag		
Møter aksjonærer og investorer på kapitalmarkedsdag	19.6.2008	Kode 6
Bedre sjanser denne gang	7.6.2008	Kode 6/3
Telenor-løft på Oslo Børs	12.6.2008	Kode 6/3
Langt Telenorgjesp	20.6.2008	Kode 6/3
Grisedyrt å vokse videre	20.6.2008	Kode 6/3
Telenor jakter på ny brud	23.6.2008	Kode 6/3
Teletogene raser forbi	23.6.2008	Kode 6/3
Relatert	Kode 2	4
	Kode 3	2
	Kode 6/3	1
<b>Sum relatert i juni</b>		<b>7</b>
Ikke relatert	Kode 3	1
	Kode 6	6
	Kode 6/3	6
<b>Sum ikke relatert i juni</b>		<b>13</b>

Akkurat som Dagens Næringsliv sin dekning er ikke alle treffene i Atekst i juni knyttet til saken. Det parallelle løpet i pressedekning av selskapet i juni antyder ikke kun at mediebildet endrer kurs. Det er ikke helt usannsynlig at krefter utenfor redaksjonene selv, har tatt grep for å endre kursen.<sup>64</sup> Mediene har i juni blitt mottagelige for vinklinger som i mindre grad er egendefinerte og kritiske mot selskapet, enn det som var tilfellet i mai.

Saken dekkes i Aftenposten med to artikler i juli, før fellesferien: ”Telenors øverste Bangladesh-ansvarlige går av” (kode 3, elementer av kode 2) (Aftenposten 5.7.2008) og ”Statens dårlige eksempel” (kode 1, men Telenorsjefen er ikke hovedfokus) (Aftenposten 6.7.2008). Så er det stille om saken.

## **5.9 Fra “uansvarlig” til “tragisk” – rapportering fra NTB**

Jeg vil følge samme design som for Statoilskandalen, og sammenligne avisdekningen til Aftenposten og Dagens Næringsliv med hvordan nyhetsbyrået NTB dekker saken. Overtar de vinklingene? Eller er skiller de seg fra avisenes dekning?

Som tidligere nevnt er NTB er et nyhetsbyrå som selger nyhetene sine til nettaviser og papiraviser Norge rundt. De er faktaorienterte, og nøkterne i stilen som følge av dette. Dette vil si at de ikke har kommentatorstoff, men er saksrefererende i stilen. Med andre ord kan man forvente å finne kode 3, fremfor kode 1 og 2, eller kode 6 fremfor kode 4 og 5 (jf. kodeboken). Når jeg til sist oppsummerer NTBs dekning av saken, vil det bidra til å kunne bekrefte at mediene som hadde eierskap til sakene, faktisk er toneangivende for mediene mer generelt. Dette er avgjørende for både å kunne finne støtte til tesen om mediedrev (ansatsene i mai), i tillegg til antagelsen om at mediedrevet i Telenorsaken dabbet av i juni (til forskjell fra Statoilskandalen hvor mediedrevet endte med at konsernlederen måtte gå). Ser vi de samme ansatsene til et mediedrev som vi så i avisdekningen i mai? Følger NTB samme tendens som avisene som har blitt analysert? Minker omfanget også i NTB, når saken avdempes i juni?

Tabell 15 gir en oversikt over saker NTB sender ut i mai og juni. Her har jeg kun tatt med artiklene som er relatert til saken. Artikler knyttet til oppkjøpet av Telia Sonera er her utelukket, da jeg i analysen av NTB sine artikler ønsker å trekke frem likheter og forskjeller til reportasjejournalistikken man så hos NTB i forbindelse med dekningen av Statoilsake. Som man ser av tabellen på neste side, starter saken i NTB på samme tidspunkt som Aftenposten publiserer den første artikkelen. NTBs artikkel er relativt nøktern i stilen, mht til avsløringene: Uansvarlig er betegnelsen, i kontrast til Aftenpostens mer medie selvkritiske artikkel ”Kunsten å starte en motbrann”, samme dag. Videre ser man at NTBs dekning av saken følger de samme faser som Aftenposten og DN sin dekning for øvrig. Det er 12 artikler i mai som berører saken direkte, mens det kun er 3 saker i juni. Til tross for NTBs mer

nøkterne stil, er det vært å merke seg at ”Fakta om Baksaaas” kommer samme dag som ”Mener Baksaaas ligger tynt an i Telenor” (16.5.2008). ”Fakta om Baksaaas” holder seg innenfor sjangeren saksrefererende, men innholdet legger føringer på en dekning som er personfokuseret mot Telenors ledelse, i tillegg til kritisk til hvorvidt han kan sitte som konsernleder. Hvis lokalpressen ikke skulle være oppdatert på Telenors ledelse, serverer NTB dem med faktagrunnlaget som skal til.

**Tabell 15.** Oversikt over NTBs sin dekning av Telenor og Baksaaas fra mai til juli. Artikkelen som er tatt med i oversikten er alle relatert til saken. Saker tilknyttet oppkjøp av TeliaSonera er for eksempel ikke inkludert.

Artikkel	NTB Mai og Juni	Kode
<b>Reportasjestoff</b>		
Telenor bryter med leverandør etter barnarbeid	1.5.2008	Kode 3
Telenor-leverandører driver uansvarlig	14.5.2008	Kode 3
Telenor gransker underleverandører	14.5.2008	Kode 3
Innenriks oversikt tirsdag 20. Mai	20.5.2008	Kode 3
Baksaaas fornøyd med støtten fra styret	20.5.2008	Kode 3
KrF krever at staten tar grep i Telenor-skandale	21.5.2008	Kode 3
Lundteigen vil ta bonusen fra Baksaaas	22.5.2008	Kode 3
Skal ha betalt for død jente	25.5.2008	Kode 3
Baksaaas må forklare seg på nytt	28.5.2008	Kode 3
Fakta om Telenor-saken	29.5.2008	Kode 3
Bedriftsforsamlingen med full tillit til Telenor-styret	29.5.2008	Kode 3
Telenor tar selskap inn i varmen igjen	3.6.2008	Kode 3
Brustad: - Tragisk å høre om nye dødsfall	25.6.2008	Kode 3
Mener Baksaaas ligger tynt an i Telenor	16.5.2008	Kode 3/2
FAKTA om Jon Fredrik Baksaaas	16.5.2008	Kode 6
Kode 3	13	
<b>Kode 3/2</b>	<b>1</b>	
Kode 6	1	
Antall artikler	15	

Sitatet under illustrerer at man ser et journalistisk kodebytte i reportasjen fra kode 3 til kode 2) i nyhetsartikkelen ”Mener Baksaaas ligger tynt an i Telenor”: ”Historien fra Bangladesh er ikke den første uheldige saken Baksaaas er blitt konfrontert med siden han tok over som toppsjef i den norske telegiganten i 2002”. Her er det den negative verdidommen knyttet til uheldige saker, og at det har skjedd før, som vitner om at reporteren tar kritisk stilling mot konsernsjefen. Dette er imidlertid den eneste artikkelen i NTBs dekning med kommenterende og stillingtagene elementer. Sammenlignet med Statoilsaken fant jeg fire artikler med

kode3/2. Dette kan gi en indikator på at forskjeller i dekningen av de to sakene, som jeg vil komme tilbake til i neste kapittel.

Personfokuset på Baksaas fortsetter med artikkelen ”Baksaas fornøyd med støtten fra styret” (NTB 20.05.2008). Denne artikkelen er imidlertid problematisk å kode, da den 1) er positivt vinklet i forhold til den anklagedes status (kode 6), på samme tid som den 2) kun gir mening på bakgrunn av den kritiske, negative oppmerksomheten, og på det viset blir den gjentakelse av mediens kritiske søkelys (kode 3). Det er ikke gitt at denne artikkelen gjør at mediedrevet, den er en del av, skifter kurs. Som vi får se, gjør den heller ikke det. Dagen etter sender NTB ut artikkelen ”KRF krever at staten tar grep i Telenor-skandale” (NTB 21.5.2008). Selv om NTB her holder seg innenfor sjangeren saksrefererende, er valg av kildenes ordbruk i overskriften Telenor-skandale, med på å kategorisere og knytte saken til 1) forhold som er knyttet til Telenors virksomhet, og 2) disse forholdene er en skandale og 3) personfokuset på Baksaas, er nå forflyttet til at staten skal ta grep. Overskriften neste dag ”Lundteigen vil ta bonusen fra Baksaas” (NTB 22.5.2008), bekrefter at personfokuset fortsetter i skandalen, sanksjonene er rettet mot Baksaas som leder, og ikke for eksempel Telenor som institusjon, eller arbeidsmiljøkriminalitet.<sup>65</sup>

Noen dager senere distribueres en ny avsløring av NTB, ”Skal ha tatt betalt for en død jente” (NTB 25.5.2008). Den er også innenfor kode 3, men vinklingen er på samme tid både indirekte anklagende, i tillegg til at den introduserer nye avsløringer mht. saken. 28 mai sender NTB ut to nye saker ”Fakta om Telenor-saken” og ”Baksaas må forklare seg på nytt” (28.5.2008). Overskriftene følger slik samme mønster som 16. mai, hvor man kombinerer bakgrunnsstoff med en kritisk, personfokusert artikkel. Faktaboksen, etablerer slik et narrativ og sammenheng i saken for de som kjøper NTBs nyhetstjeneste. Den er mer nedtonet, da den ikke kaller det en Telenorskandale, men Telenorsak (jf. saksreferende sjanger). Det kan virke som om bruken av skandale, kun kan benyttes hvis man har en direkte kilde til ordet. Slik sett toner NTB ned vignettene, men opprettholder narrativene.

NTBs dekning fra midten av mai til slutten av juni, går fra å vinkle saken fra uansvarlig til tragisk: ”Telenor-leverandører driver uansvarlig”, ”Brustad: - Tragisk å høre om nye dødsfall” (NTB 14.5.2008, 25.6.2008). Det er her kildenes uttalelser som blir førende for sakenes vinkling i reportasjene (kategorisert med kode 3, jf. tabell 15 s 97). NTB sin første artikkel 14. mai omtaler avsløringene som uansvarlig (”Telenor-leverandører driver uansvarlig” NTB 14.5.2008) I den siste artikkelen som distribueres av NTB: ”Brustad: - Tragisk å høre om nye



dødsfall”, er vinklingen forskjøvet fra en anklagerramme (uansvarlig) til en tragedieramme (NTB 25.6.2008). Som vi ser av diskusjonen i avsnittene over, følger NTBs dekning, den dekning som DN og Aftenposten har, med unntak av kronikken hvor Baksaas legger seg flat (NTB 4.6.2008). NTB publiserer kun en kritisk artikkel om selskapet etter at DN har publisert Baksaas sin kronikk. Dette kan verifisere at NTB i stor grad reflekterer mediebildet for øvrig. NTB bidrar til å opprettholde perspektivet til de toneangivende avisene, samt at nyhetsbyrået tilrettelegger for at den kritiske dekningen av saken spres (på eget initiativ). På samme tid som saken også slutter her, når den punkteres i DN, som har overtatt eierskapet til saken. Artikkelen som publiseres sent i juni, etter at mediestormen har stilnet, og fokuset på Telenor i mediene har skiftet, er artikkelen ”Brustad – tragisk å høre om nye dødsfall” (25.6.2008). I stedet for et fall, har mediestemningen metaforisk snudd til en begravelse når det gjelder avisdekningen av saken. Vinklingen av saken som tragisk, hvor Telenor selv har bidratt til å grave frem denne informasjonen, skaper dette en konsensus og enstemmighet i pressen som Schudson beskriver på følgende måte:

”Moreover, by unspoken understanding, there are not two sides to human tragedies (Schudson 2003:186,187)

Etter denne artikkelen publiseres det ikke flere kritiske oppslag direkte knyttet til saken av NTB.

## **5.10 Etterspillet**

I august øker dekningen igjen. Dette kan betraktes som et etterspill til avsløringen. I september er det kun to papiraviser som publiserer artikler relatert til saken (Atekst gir to treff på søkeordet ”Et tårn av løfter”) i papirmediene. Nyhetsmagasinene Ny tid, og Ledelse har to forskjellige vinklinger på samme sak. Ved nærlesning viser det seg at dette er samme artikkel, frilansjournalistene har levert saken til to magasiner med to ulike kundesegmenter. Artikkelen er en feature sak som oppsummerer at til tross for meningsmålinger som viser et renommé i fritt fall, får ikke saken konsekvenser når antallet abonnementer går opp i samme periode som den ”massive mediekritikken pågår” (Ny Tid 5.9.2008 og Ledelse 5.9.2008).

Layouten er det eneste som skiller de to artiklene; Ledelse har bilde av en ung mann som har ventet mange timer i kø for å kjøpe den nye i phonen, mens Ny tid har bilde av Nærings- og handelsminister Sylvia Brustad, under bildeteksten ”Stille fra Brustad” (ibid).<sup>66</sup> Forskjellene i

valg av illustrasjonsfotoer, er betegnende for den ulike vinklingen layouten legger på den samme teksten. Det ene bildet understreker markedet som er uberørt av skandalen (forbrukerperspektivet), mens det andre bildet kan forstås som en indirekte anklage mot maktpersoner som muligens kunne agert (det kritiske maktperspektivet). Layouten til de to magasinene fordrer slik en lese måte som slik sett er mytet på hva redaksjonen foregriper er de to forskjellige publikumssegmentenes lese "preferanser" av samme tekst.

Selv om samme tekst kan vinkles på ulik måte, så er likhet i perspektiver, kildevalg og personfokus mer slående enn forskjellene i pressens ulike fraksjoner. Denne brede mediefronten som er kritisk til Baksaas, på tvers av ulike sosiale profiler, gjentas også når Norvik går av i mai 2012 etter at Norvik har mistet Nærings- og handelsminister Trond Giskes tillit. Overskriftene taler i kor om Telenorlederens mulige avgang (selv om de ikke enstemmig krever den); "Baksaas sitter utrygt", "Baksaas nestemann ut?" (Aftenposten 3.5.2012) "Baksaas surfer på Hermansen" (DN 2.5.2012) "Telenorsjefen kjemper i motvind. Løser han ikke indiakrisen, ryker trolig jobben" (TV2 4.5.2012). "Også Baksaas kan være på vei ut" (Dagbladet 5.5.2012).

I den redaksjonelle lederen til Dagbladet med overskriften "Grådige Baksaas" refereres det også til skandalen i Bangladesh:

"Nå er det all grunn til å spørre hva Telenor betalte for. Det er ikke bare i India det har gått for fort i svingene. *Telenor fikk en alvorlig skrape i Bangladesh, hvor det ble avdekket grove brudd på arbeidsmiljølover blant underleverandører.* Etikken har ikke vært i høysete på ferden ut i verden. (Dagbladet 5.5.2012 min utheving)"

Så til tross for at mediestormen stilnet i 2008, etter at Baksaas la seg flat (DN 4.6.2008), er den ikke glemt av pressen. I 2008, som i 2012, spres vinklingene av saken på tvers av pressen. På samme tid er det nå som da opp til andre instanser enn pressen å avgjøre hvorvidt denne negative omtalen får konsekvenser for ledelsen eller ei.

## 5.11 Oppsummering - tredelt eierskap i sakens tre akter

I dette kapitlet har vi sett at eierskapet til Telenorsaken var tredelt: Visningen av dokumentarfilmen (avdekningsfasen) på NRK, til dekningen i Aftenposten (avdekningsfase/prosess) for så å gå videre til Dagens Næringsliv (prosess/beklagelse). Det fragmenterte eierskapet bidrar til at den kritiske vinklingen av saken sprer seg. Aftenposten og DN skiller seg fra hverandre når det gjelder grad av fordømmelse av praksis og antall artikler som tar klar stilling mot selskapet under prosessen. Som vi har sett har tematiserer Aftenposten både sin egen rolle, på samme tid som avisen publiserer flere kritiske kronikker mot Baksaa. Begge avisene er imidlertid personfokuseret: avisdekningen vinkler det kritiske fokuset fort på selskapets leder, både i kritiske artikler, men også positive artikler feature artikkelen om Baksaa ("Pink Floyd"). Det institusjonelle fokuset som dokumentarfilmen introduserte, som gjør saken "utypisk" i mediedrevsammenheng, blir dermed tilpasset mediedrev formatet i avisdekningen. Dette mønsteret ser man at også er gjennomgående når man "kontrollerer" for hvordan NTB dekker saken. NTBs dekning bekrefter også mediedrevtesen, da deres dekning selges, og siteres direkte i mediene i landet over, både lokalt og i riksmidlene.

Vi ser dermed at et institusjonelt fokus blir mindre dominerende i sakens sene faser, enn det de var innledningsvis. Personfokuset muliggjør at nettopp at saken kan punkteres av at konsernlederen legger seg flat i en kronikk i DN. Avsløringene som kommer i etterkant av denne kronikken, er selvrapporterte, som sannsynligvis bidrar til at vi ikke får en situasjon som Midtbø betegner som andregangsovertrampet. I tillegg ser vi at mediedekningen av selskapet i juni, som omhandler kjøpet av Telia Sona, er nesten like dominerende i DN, Aftenposten og NTB sin dekning i mai, noe som også kan fungere avledende fra mediedrevet. Når fellesferien er over, virker det som om saken er lagt død. Artikkene i Ny tid, og Ledelse er tilbakeskuende, vi får her ingen nye avsløringer. Aktuelle saker i september bærer preg av at de er et etterspill til sakens tre akter; avsløring, prosess og den ubetingede unnskyldning.

# 6 Komparativ analyse av Statoilskandalen og Telenorskandalen

I dette kapittelet skal medieskandalen knyttet til Statoil (september 2003) og medieskandalen knyttet til Telenor (mai/juni 2008) sammenlignes. Spørsmålet om de to casene kan kategoriseres som mediedrev, og i så fall på hvilken måte, er retningsgivende for denne sammenligningen. Analysen av de to sakene har vist at mens Statoilskandalen følger et narrativ for mediedrev i tre akter, avdekning, prosess og fall, er ikke dette tilfellet ved Telenorskandalen. Før jeg fokuserer på hva som skiller de to sakene ved sakenes omfang, spørsmål om tillit og ulike faser, vil jeg imidlertid se på hva de har felles.

## 6.1 Fellestrekk

Både Statoilsaken og Telenorsaken er innledningsvis (avdekningsfasen/tidlig fase av prosessen) saker som bærer flere av trekkene som er karakteristiske for mediedrev. Analysen av avisdekningen har vist at begge sakene blir *personfokuserte* i sakenes tidlige faser (avsløring, prosess). Dette kommer av flere medieplattformer sin vinkling av saken som et brudd på det etiske regelverket. Normbruddet vinkles i begge tilfeller til konsernlederen (Aftenposten, Dagens Næringsliv og NTB).<sup>67</sup>

I begge tilfellene er det snakk om normbrudd som er knyttet til deres offentlige og ikke private rolle som virksomhetsledere for en delvis statlig eid bedrift. Med andre ord snakker vi dermed om to politiske skandaler, hvor normbruddet er knyttet til offentlig og ikke privat rolle.<sup>68</sup> Det at skandalen er knyttet til deres offentlige rolle som virksomhetsledere, i virksomheter som er under delvis politisk kontroll, gjør at skandalen er en type politisk skandale i stedet for å være en rendyrket næringslivsskandale. Måten politikere settes i spill av mediene, kan bidra til å illustrere dette i begge tilfeller (jf. hvem spørsmålene om tillit rettes til, som redegjort for i analysekapitlene)

## 6.2 Sakens omfang

Sakens omfang er ulikt i de to sakene. Telenorsaken og Statoilsaken har en ulik frekvens av stillingtagende journalistikk i ledende redaksjonenes dekning av saken. I tabell 16 og 17 har jeg laget en oversikt over dekningen i både reportasje- og kommentatorstoffet som er kodet og analysert i denne oppgaven (kapittel 4. og 5.). Jeg har her trukket ut de avisene som markerte seg som anførere i de to ulike sakene. Tabell 16 viser av dekningen i Telenorsaken er basert på både Aftenposten og Dagens Næringsliv sine artikler knyttet til av saken, kategorisert etter kodeboken (Tabell 1, s 31). Som vi husker fra analysen av Telenorsaken var begge avisene sentrale i dekningen av saken.<sup>69</sup> Først ledet Aftenposten an, før Dagens Næringsliv kom på banen mot slutten av mai, og til sist fikk Telenorsjefens tilsvar på kritikken i begynnelsen av juni.

**Tabell 16** Aftenposten og Dagens Næringsliv sin dekning av **Telenorsaken mai 2008**. Oversikten er basert på de artiklene som er kodet og analysert i kapittel 5. Analysen viste at det var et skifte i eksklusivitet mellom Aftenposten og Dagens Næringsliv i mai. Det som er markert i grått er negativ dekning. Artiklene som er kodet med 3 representerer reportasjestoffet hvor journalisten, men ofte kilder, ikke tar kritisk stilling til saken.

Dato	Kode 1	Kode 2	Kode 3	Kode 3/2	Kode 6	Kode 6/3	Totalt antall artikler
2. mai 2008					1		1
8. mai 2008					1		1
14. mai 2008		1		1			2
15. mai 2008				1			1
16. mai 2008				1			1
18. mai 2008				1			1
19. mai 2008			1				1
20. mai 2008	1		2	1		1	5
21. mai 2008		1	2				3
22. mai 2008				1			1
23. mai 2008			3	1		1	5
24. mai 2008	1		1			1	3
27. mai 2008			2				2
28. mai 2008	1		2				3
29. mai 2008	1	1					2
30. mai 2008	1		2				3
31. mai 2008			1				1
<b>Totalt antall artikler</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>16</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>36</b>

**Tabell 17.** Dagens Næringsliv sin dekning av **Statoilsaken september 2003**. Oversikten er basert på de artiklene som er kodet og analysert i kapittel 6. Negativ pressdekning er markert i grått. Kode 3, representerer reportasjestoffet hvor journalisten ikke tar aktivt kritisk stilling (men negativ vinkling reflekter ofte ved valg av kilder som uttaler seg). Kode 3/2 er reportasjefournalistikk hvor journalisten har en tydelig stemme og tar aktiv kritisk stilling i saken.

Dato	Kode 1	Kode 2	Kode 3	Kode 3/2	Kode 6	Kode 6/2	Kode 6/3	Totalt antall artikler
6. sept. 2003				1				1
9. sept. 2003				1				1
10. sept. 2003				1				1
11. sept. 2003	1		3	1				5
12. sept. 2003		2		3				5
13. sept. 2003	2	1	3	3				8
15. sept. 2003			1	2				3
16. sept. 2003			2	4				6
17. sept. 2003	1		3	3				7
18. sept. 2003		3	1	1				5
20. sept. 2003				2				2
22. sept. 2003			1	2				3
23. sept. 2003			3	4				7
24. sept. 2003		1	5	1	1	1		9
25. sept. 2003			1				1	2
26. sept. 2003		1	2					3
27. sept. 2003		1	1	1				3
30. sept. 2003			1					1
<b>Totalt antall artikler</b>	<b>3</b>	<b>9</b>	<b>27</b>	<b>30</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>72</b>

I tabell 17 (over) ser man dekningen av Statoilsaken i Dagens Næringsliv fra 2003. Dagens Næringsliv var sentral i dekningen, og det ble i kapittel 4 argumentert for at avisen kunne forstås som en anfører i mediedrevet.

Hvis man sammenligner de to sakene, mht. redaksjonen(e) som førte an i de to sakene, ser man at Telenorsaken har 36 artikler i mai (en periode som var sentral for avdekningsfasen/prosessen) mens Statoilsaken til sammenligning har 72 artikler i september 2003. Omfanget og eierskapet til sakene er dermed relativt ulikt.

Tabell 16 og 17 viser at det var en overvekt av kritisk og/eller negativ dekning av begge sakene i det analyserte tidsrom. Reportasjeartikler som delvis eller helt er kodet med 3 er forbeholdt reportasjestoffet. Ingen ledere/kommentarer er kategorisert med 3, da sjangeren legger opp til at de tar stilling til saken (jf. kodeboken i metodekapittelet). En viktig forskjell i reportasjestoffet mellom det to sakene, er at man ser flere reportasjer med kode 3 med

elementer av kode 2 (3/2) i Statoilsaken enn Telenorsaken: I Statoilsaken er 37,5 % av mediestoffet totalt kodet med 3, mens 41,6 % av artiklene er kodet med 3/2 (3 med elementer av kode 2). I Telenorsaken er 44,4 % av mediestoffet totalt kodet med 3, mens kun 19 % av artiklene totalt er med 3/2.

Når man sammenligner de førende avisredaksjonene i sakene, slik dekningen beskrives i de to tabellene, ser man en større overvekt av pågående, stillingtagende og kritisk dekning i Statoilsaken enn Telenorsaken (Kode 3/2). Den stillingtagende reportasjefournalistikken, som kode 3/2 er et uttrykk for, blir spesielt fremtredende når reportasjefjournalistene stilte spørsmål om konsernlederens tillit. Graden av hvor ofte dette skjedde i de to sakene, vil det redegjøres for i følgende avsnitt.

### **6.3 Spørsmål om tillit**

Spørsmål om tillit ble reist i ulik grad mot de to konsernlederne i reportasjestoffet. Tabell 18 (s 102) viser at det hele syv ganger stilles spørsmål vedrørende Fjell sin tillit som konsernleder i reportasjestoffet i Statoilsaken. I kontrast til Dagens Næringsliv sin dekning av Telenorsaken i mai og juni, ser man at det ikke stilles et eneste spørsmål om tillit mot Telenorsjefen i reportasjestoffet.<sup>70</sup>

I analysen av Statoilskandalen så vi at en relativt stor andel av reportasjestoffet i Dagens Næringsliv viste at journalistene hadde en tendens til å bytte mellom objektive/balanserte og subjektive/stillingtagende profesjonsidealer.<sup>71</sup> Med andre ord så vi at journalistene til tider fikk en tydelig kommenterende stemme der de på en indirekte eller direkte måte tok kritisk stilling til saken (kode 3/2). Journalistene tok her enten stilling mot Statoilsjefens gjennom insinuerende språk (indirekte), eller med eksplisitte spørsmål vedrørende hans tillit (direkte), og dermed legitimitet som konsernleder, på bakgrunn av avsløringene.<sup>72</sup> Tabell 18 på viser en fullstendig oversikt over alle sitater fra artikler hvor journalistene stiller direkte spørsmål vedrørende Fjells tillit som konsernleder.

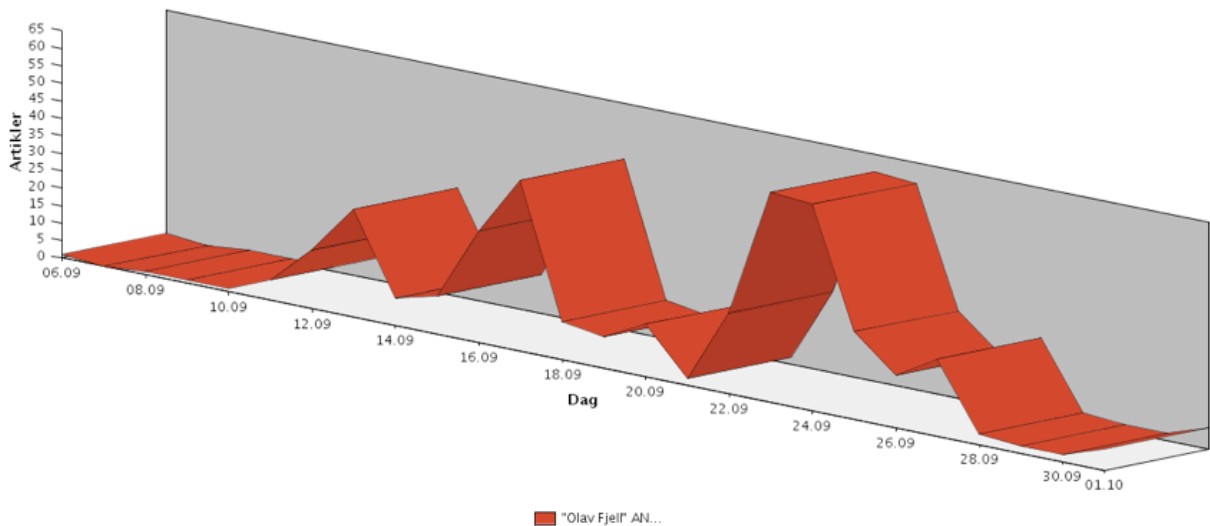
**Tabell 18.** Spørsmål om tillit i reportasjestoffet i Dagens Næringsliv totalt 7 ganger i tidsrommet fra 11 - 23. september. Artikler som mistenkeliggjør Olav Fjell i samme tidsrom er ikke tatt med. Kun artikler som eksplisitt stiller spørsmål om Fjell sin tillit, av journalistene slik det er gjengitt i reportasjene.

Dagens Næringsliv Reportasjestoff	Spørsmål om tillit i artikkelen
Krever alle fakta på bordet (11.9.2003)	Hvis det kan reises tvil om kontrakten, har du fortsatt tillit til Olav Fjell? (Til Løddesøl)
Fjell sjekket ingenting (13.9.2003)	Kan du være konsernsjef i Statoil og samtidig være siktet av Økokrim? (Til Fjell)
Advert – gjorde ingenting (15.9.2003)	Har du fortsatt tillit til Olav Fjell? (Til Løddesøl)
Ansatte tenker på Statoils renommé (16.9.2003)	Han vil ikke svare på om den aktuelle saken har ført til at tilliten til konsernsjef Olav Fjell er svekket. (Til Statoil-ansatt Kolbjørn Inge Hoel)
Skuffet over ledelsen (16.9.2003)	Hvordan kan Fjell og Løddesøl fortsette? (Til Hans Marius Saltvedt, som leder YS i Statoil)
Ble holdt på pinebenken (23.9.2003)	Jeg vil ikke gi noen uttalelser før etter styremøtet, var Fjells knappe svar på spørsmålet om hvordan han vurderer sin egen stilling etter at Leif Terje Løddesøl trakk seg som Statoils styreleder med øyeblikkelig virkning natt til i går. (Til Fjell)
Alene på venterommet (23.9.2003)	Jeg vil ikke gi noen uttalelser før etter styremøtet, var Fjells knappe svar på spørsmålet om hvordan han vurderer sin egen stilling da han ankom Sola (Til Fjell)
Totalt antall tillitsspørsmål	7

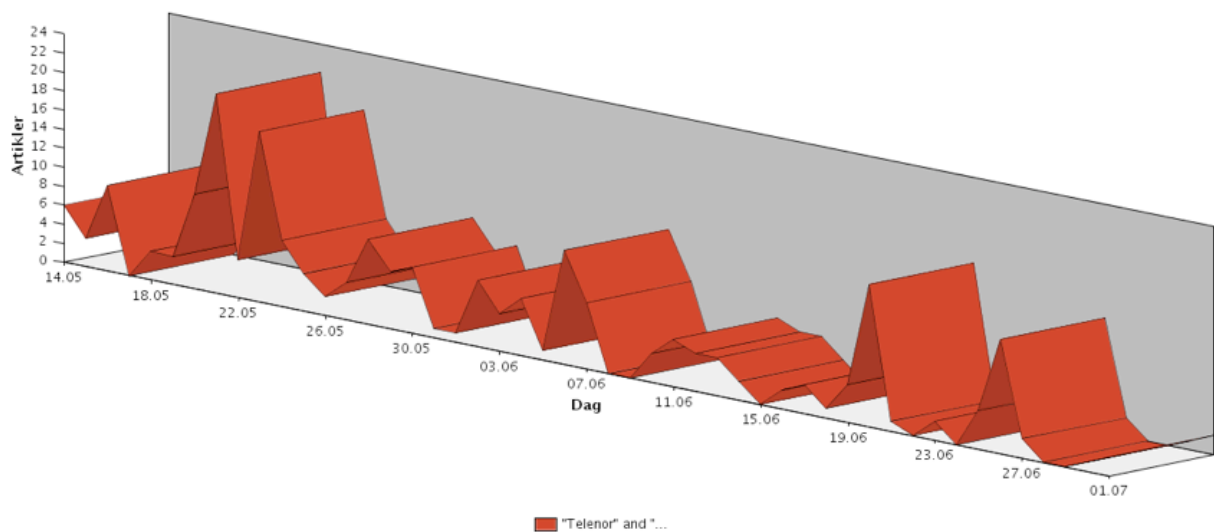
## 6.4 Mediebildet i stort i lys av sakens faser

Det to linjediagrammene på neste side illustrerer omfanget av mediedekningen av de to selskapene innenfor de analyserte tidsrom (jf. kapittel 4 og 5)<sup>73</sup>. Både Figur 2 og Figur 3 er generert fra søkebasen Atekst, på søkeordene knyttet til selskap og konsernsjef (dvs. tilsvarende søk i kapittel 4 og 5). Den grafiske fremstillingen er her knyttet til treff på søkeordene ved alle de store papiravisene søkebasen inkluderer i et standardsøk. Ved å sammenligne analysen av fasene i den analyserte tidsperioden med linjediagrammet kan den grafiske fremstillingen tjene som en indikator på omfanget skandalen hadde i sakens ulike faser, utover det materialet som har vært analysert (NTB, Dagens Næringsliv og Aftenposten). Her tar jeg forbehold om at dette kun dreier seg om en mulig indikator for dekningens omfang, hvor jeg ikke har kontrollert for vinklingene saken har hatt utenfor det analyserte materialet.





**Figur 2.** Statoilskandalen (6. september – 1. oktober). Linjediagrammet er generert fra Atekst, etter søket på Olav Fjell og Statoil (kun papiraviser). Tidsperioden er tilsvarende det tidsrom hvor avisene Dagens Næringsliv, Aftenposten og nyhetsbyrået NTB er analysert. Vi må dermed presisere at ikke alle artiklene i diagrammet under har vært gjenstand for analyse, og at det kan tenkes at vinklingene her ikke er identiske med de toneangivende mediene. De følger imidlertid samme frekvens som utviklingen av saken i det analyserte materialet (se kapittel 4).



**Figur 3** Telenorskandalen (grafene er fra tidsrommet 14. mai - 1. juli). Linjediagrammet er generert fra Atekst, etter søket på Baksaas og Telenor (kun papiraviser). Tidsperioden er tilsvarende det tidsrom hvor avisene Dagens Næringsliv, Aftenposten og nyhetsbyrået NTB er analysert. Vi må dermed presisere at ikke alle artiklene i diagrammet under har vært gjenstand for analyse, og at det kan tenkes at vinklingene her ikke er identiske med de toneangivende mediene.

Figur 2 illustrerer at Statoilsaken, som dekkes første gang 6. September, har en topp rundt 12., 17. og 22. september. Toppene er i tråd med utviklingen av sakens faser (avdekning, prosess, fall og epilog). Rundt 12. september går internasjonal leder Hubbard av. I uken som følger, hvor analysen av utvalgte aviser viser at fokuset ligger på ledelsen og styret (jf. kapittel 4), når saken en ny topp. Dekningen er vedvarende størst rundt det ekstraordinære styremøtet som holdes 22. september, og i uken i etterkant av at Fjell har gått av som konsernleder.

Hvis man sammenligner de to linjediagrammene følger utviklingen i den helhetlige dekningen av Statoilsaken tendensene til et mediedrev i tre faser, med høyere frekvens ved topppunkter (nye avsløringer/avganger) og vendepunkt (Fjells avgang). Mediebildet er ikke like entydig i Telenorsakens tilfelle, spesielt hvis man sammenligner dekningen i sakens vendepunkt.

Sakens siste fase får her ikke tilsvarende proporsjoner i mediernes dekning i stort.

Linjediagrammet viser et omfang for Telenorsaken de siste ukene av mai som er i tråd med det omfanget jeg fant i analysen av dekningen i Aftenposten, Dagens Næringsliv og NTB.

Selskapet utsettes her for mediernes søkelys i kjølvannet av visningen av *Et tårn av løfter*.

Vendepunktet, hvor Baksaaas legger seg flat i Dagens Næringsliv (DN 3.6.2003), finner imidlertid sted på et tidspunkt hvor man i figur 3 ser at den helhetlige mediedekningen ikke er spesielt omfattende sammenlignet med dekningen for øvrig.

## 6.5 Sammenfatning av forskjeller

Jeg fikk gjennom analysen av Statoilsaken et empirisk belegg for å hevde at man snakker om et mediedrev, hvor kritisk vinkling, fokus og omfang sprer seg på tvers av ulike redaksjoner (her analysert: Aftenposten, Dagens Næringsliv og NTB). Pressen syntes dermed å snakke med én stemme. Dette mediedrevet medvirket til at mediene, med Dagens Næringsliv i spissen, ble en sterk pådriver for at Fjell måtte trekke seg fra sin stilling 24. september 2003.

Jeg fant i analysen av Telenorsaken at man så ansatser til et tilsvarende personfokusert mediedrev, i kjølvannet av visningen av dokumentarfilmen *Et tårn av løfter* (NRK 15.5.2008). Mediedrevet blir imidlertid avbrutt før det eskalerer til en prosess som ender med konsernsjef Jon Fredrik Baksaaas sin avgang. Selv om jeg også i Telenorskandalens finner empirisk belegg for en varig og kritisk mediedekning, hvor det stilles spørsmål ved konsernlederens tillit i kommentatorstoffet (jf. kapittel 5), er saken sammenlignet med Statoilsaken mindre omfattende. Reportasjestoffet i Dagens Næringsliv illustrerer at avisen

ikke var like intens i sin kritikk i Telenorsaken. Dagens Næringsliv overtok dermed ikke Aftenpostens tilløp til en relativt kritisk dekning i Telenorsakens tidlige fase.

Noe av forutsetningene for dette er at eierskapet til saken underveis blir mer fragmentert mellom ulike medieplattformer (NRK, Aftenposten og Dagens Næringsliv). Analysen av Telenorsaken viste at eierskap til mediasaken var fragmentert. Dette illustrerer hvordan Statoilskandalen og Telenorskandalen ble iscenesatt på en ulik måte som medierte skandaler, ved at eierskapet til saken var forskjellig hos sakens ledende redaksjon(er). Dette kan igjen knyttes til diskusjonen av *anførerhypotesen*<sup>74</sup> vedrørende mediedrev. Der hvor opprullingen av Statoilskandalen har en klar og tydelig anfører (Dagens Næringsliv som trigger og setter en standard for hvordan de andre mediene dekker saken), viser analysen av Telenorsaken at det er en skandale hvor eierskapet til saken i større grad er fragmentert.

Det fragmenterte eierskapet i Telenorsaken kan ha medvirket til at mediedrevet ikke utartet seg i samme retning som Statoilsaken. Dette funnet kan knyttes til problemstillingens del spørsmål vedrørende implikasjoner av at sakene kan kategoriseres som mediedrev eller ei (for problemstilling se s. 3) Jeg fant for eksempel at Dagens Næringsliv, som har eierskap til Telenorsaken i månedsskifte mai/juni, har en reportasjejournalistikk som i liten grad bytter mellom journalistiske koder (fra en stillingtagende til en upartisk og refererende journalistikk). Dette tydeliggjøres ikke bare i komparasjon med Aftenpostens dekning av Telenorsaken i dens tidlige fase, men står også i kontrast til Dagens Næringsliv sin dekning av Statoilsaken.

Andre viktige forutsetninger jeg finner i analysen av mediedekningen av saken er at medieutviklingen tar en annen retning i Telenorsaken ved at:

- 1) Telenor styrte hvem som fikk eksklusivitet. Selskapet byttet fra Aftenposten til Dagens Næringsliv i viktige vendepunkt for saken (dette henger igjen sammen med at eierskapet til mediasaken ble fragmentert)
- 2) at Telenor var på offensiven selv, før avsløringen kom ved visningen av dokumentarfilmen
- 3) at konsernlederen la seg fullstendig flat for kritikken
- 4) at en ny sak knyttet til selskapet dominerte mediebildet i juni (oppkjøpet av Telia Sonera) og dermed overskygget den medierte skandalen.

Dessuten kan man anta at fordi fokuset var rettet mot konsernsjefen (i stedet for at dokumentarfilmens institusjonelle fokus vedvarte gjennom avisdekningen), ble dette en viktig forutsetning for at punkt 3 over kunne la seg gjennomføre. Ironisk nok kan man si at det moralistiske fokuset mot Baksaas, snarere enn et humanistisk fokus hvor man setter etiske verdier opp mot økonomiske i Telenors internasjonaliseringsprosess, er en forutsetning for at en enkeltperson kan be om syndsforlatelse i en mediert skandale, og få det.

Punkt 4) knytter an til den metodiske diskusjonen om komparasjon for å analysere dagsordensmakt. I en slik sammenlignende analyse er det viktig å sette fokus på det som settes på dagsorden, i tillegg til det som ikke lenger settes på dagsorden. En slik analyse er betinget av komparasjon (Lukes 2005). Tilstedeværelsen av et skifte i dagsorden understreker fraværet av videre oppslag rundt selskapet og konsernledelsen knyttet til saken. Det å kunne snakke om et skifte i dagsorden gir kun mening i et tosidig komparativt perspektiv:

- 1) sammenlignet med Statoilskandalen og sakens utvikling (ekstern komparasjon)
- 2) sammenlignet med den kritiske dekningen som fant plass i mai (intern komparasjon).

# 7 Sammenfatning og avslutning

Utgangspunktet for denne oppgaven har vært å studere og sammenligne de to mediasakene Statoilskandalen og Telenorskandalen. I dette avsluttende kapitlet oppsummerer jeg sentrale funn i oppgaven, og forsøker å gi svar på problemstillingen knyttet til mediedrev slik den ble reist innledningsvis. Jeg ser også på oppgavens begrensninger, samt bidrag til forskningsfeltet om medierte skandaler.

## 7.1 Sammenfatning

Med utgangspunkt i begrepet mediedrev (Allern og Pollack m.fler 2009), og andre teoretiske diskusjoner knyttet til det å studere pressens makt (Thompson 2001, Midtbø 2007, Schudson 2003, Lukes 2005, og Eide m. fler 2001, 2008, 2009), har jeg studert forløpet til Telenorskandalen og Statoilskandalen.

I analysen valgte jeg avisene Dagens Næringsliv, Aftenposten og nyhetsbyrået NTB, samt dokumentarfilmen *Et tårn av løfter* i forbindelse med Telenorsaken, som grunnlag for en sammenligning av hvordan saken ble vinklet i mediebildet. Utvalget dannet videre grunnlag for å undersøke om vinklinger ble reproduisert i de ulike redaksjonene og medieplattformene.

Jeg analyserte avisene enkeltvis for å se på likheter og forskjeller i sakens tre faser i de respektive redaksjonene (avsløring, prosess og fall/avledning). I presentasjonen av sakene var det naturlig å starte med redaksjonen som førte an i saken, før andre redaksjoners dekning ble trukket inn, dette la grunnlaget for en sammenligning av ulike/like narrativer i den enkelte sak.

En kategori som ble sentral for å sammenligne de to sakene, var i hvilket omfang spørsmål om konsernlederens tillit ble stilt i både redaksjonens reportasje- og kommentatorstoff. Denne kategorien henger igjen sammen med hvordan dekningen viste seg å være stereotypisk for et mediedrev i Statoilsaken, mens dette ikke i tilsvarende grad var tilfelle i Telenorsaken.

Presentasjonen av hvordan disse to mediasakene fortonte seg over tre akter, viser at den kritiserte part utviste større informasjonskontroll over sakens forløp i saken om Telenor, enn i saken om Statoil. Dette kan tenkes å ha fått konsekvenser for sakens utfall. Til tross for at jeg fant støtte for at begge sakene til en viss grad passer inn under den medielogikk som er

forbundet med begrepet mediedrev, er dette i større grad tilfellet ved opprullingen av Statoilskandalen enn ved Telenorskandalen. I de følgende avsnittene vil jeg oppsummere funn i oppgaven som underbygger konklusjonene fremstilt over.

## 7.2 Sentrale funn og implikasjoner

Analysen av Statoilsaken gav empirisk belegg for å hevde at man snakker om et person- og lederfokusert mediedrev. Dagens Næringsliv sin vinkling av Statoilsaken, og måten saken spredte seg til resten av mediebildet på, er et eksempel på hvordan en redaksjon kan bidra til å sette dagsorden (jf. anførerhypotesen). Medienes narrasjon av Statoilsaken var hovedsaklig knyttet til Fjell og hans potensielle avgang i avisdekningen. I første fase introduserte imidlertid NTB noen alternative perspektiver før de igjen nærmet seg Dagens Næringsliv og Aftenpostens fremstilling av saken. Mediedrevet mot konsernleder Fjell kan dermed sies å være et eksempel på pressens makt til å sette dagsorden og avsette ledere.

Telenorsaken bar i avisspaltene til Aftenposten og Dagens Næringsliv også preg av å være person og leder fokusert. Jeg fant at et viktig unntak i mediebildet var dokumentarfilmen *Et tårn av løfter*. Dokumentarfilmen la selve fundamentet for avsløringen av saken, og var rettet mot Telenors institusjonelle praksis. Gjennom vinklinger knyttet til konsekvenser av selskapets utvikling i Bangladesh, og hvilke følger dette fikk for lokalbefolkningen, tematiserte filmen institusjonelle rammebetingelser for ulike samfunnsgrupper, snarere enn å avsløre normbrudd knyttet til enkeltpersoner. Konsernlederen ble hverken nevnt med navn eller bilde i denne filmen.

Når avisene automatisk gikk over til en person- og ledersentrert dekning av Telenorsaken, understøtter dette tesen om at mediedrev som medielogikk også i dette tilfellet setter noen premisser for det journalistiske feltet. Typen gravende journalistikk som dokumentarfilmen *Et tårn av løfter* representerer, settes til side og blir underordnet i den hverdagslige reportasjejournalistikken; en reportasjejournalistikk jeg har vist er illustrerende for Aftenposten, Dagens Næringsliv og NTB sin mediedekning. At fremstillingen av saken også her knyttes til konsernlederen, viser ikke kun paralleller til opprullingen av Statoilsaken, men har også visse fellestrekk med politikerkandalene som er analysert i Allern og Pollack sine casestudier (Allern & Pollack m. fler 2009).

Mediedrevet ble avbrutt før det eskalerte til en prosess som endte med konsernsjef Jon Fredrik Baksaas sin avgang. Selv om det også i Telenorskandalens fantes empirisk belegg for en vedvarende og kritisk mediedekning hvor det stilles spørsmål ved konsernlederens tillit i reportasje og kommentatorstoffet, var denne medierte skandalen sammenlignet med Statoilsaken mindre pågående og omfattende (kapittel 6). Telenorsaken bidro til å illustrere at mediedrev som medielogikk blir utfordret når kildene profesjonaliserer seg i møte med pressen. Indikasjoner på at kildene hadde større informasjonskontroll under Telenorsaken, vil utdypes og oppsummeres under.

Analysen av Telenorsaken viste at mediedrevet ble begrenset og styrt i en annen retning, ved at:

- 1) Telenor bidro til å styre hvem som fikk eksklusivitet, ved at selskapet byttet fra Aftenposten til Dagens Næringsliv i viktige vendepunkt for saken.
- 2) Telenor var selv på offensiven før avsløringen kom med visningen av dokumentarfilmen.
- 3) Konsernlederen la seg fullstendig flat for kritikken.
- 4) En ny sak knyttet til selskapet, dominerte mediebildet i juni (oppkjøpet av Telia Sonera), og ble en avledning fra den medierte skandalen.

Til forskjell fra Statoilsaken, fant jeg at reportasjejournalistikken i Telenorsaken i større grad var vinklet i en saksrefererende form, fremfor en eksplisitt stillingtagende journalistikk (kapittel 6). Mest påfallende for dette funnet var deknningen av saken i Dagens Næringsliv. Avslutningsvis fant jeg dermed flere stillingtagende innslag i reportasjejournalistikken ved Statoilskandalen 2003 enn Telenorskandalen 2008.

Kan funnene settes i sammenheng med at mediene har gått i retning fra å være en tydelig aktør, deltagende i mediedramaturgien, til i større grad å være tilskuer og saksrefererende? Hvis dette skulle være tilfelle, vil jeg presisere her snakker om nyanseforskjeller, snarere enn at medienes rolle har gått fra å være aktiv til passiv i mediedramaturgien. En slik konklusjon er i tillegg betinget av at man snakker om en politisk skandale, som her er analysert, hvor den kritiserte part befinner seg i krysningspunktet mellom det økonomiske og politiske feltet (jf. Midtbø sin distinksjon mellom politiske og politikerkandaler s. 11,12 denne oppgaven). Det er behov for andre supplerende studier på skandaler, med tilsvarende forutsetninger, for å

kunne dra noen konklusjoner med hensyn til om mediene har gått fra å være aktive til mer passive aktører i denne typen politisk skandaler.

Oppsummert kan man si at spørsmålet om etikk individualiseres i mediens narrativ i forbindelse med begge sakene, siden mer strukturelle fortellinger om etisk ansvar blir underordnet ved at de ikke har like lang overlevelsestid i mediebildet. Som nevnt innledningsvis er et spørsmål etikk i en mediert skandale også et spørsmål om maktbalanse. Paradoksalt nok legger dette premisser for at en sak, med konsekvenser for en stor gruppe mennesker, over tid transformeres til en sak om en leders normbrudd; hvor det å “legge seg flat” for kritikken eller gå fra sin stilling, blir samfunnets svar på et mer komplisert spørsmål.

### **7.3 Oppgavens begrensninger**

Det har ikke vært denne oppgavens mål å gi svar på spørsmålet om etikk (jf. avsnittet over). Formålet har vært å sammenligne sakene på bakgrunn av medielogikken knyttet til begrepet om mediedrev. I forlengelsen av dette har analysen forsøkt å tydeliggjøre narrativer ved saker som settes på dagsorden, samt hvordan dagsorden avvikles, med utgangspunkt i studiet av Statoilsaken og Telenorsaken.

Hvorvidt de dominerende og individualiserte narrativene er et resultat av publikumspreferanser (preferansen for dramatik i en fortettet og forenklet fortelling), redaksjonelle føringer på oppslag, eller journalistiske internaliserte koder (om narrativ), kan ikke det empiriske materialet fremlagt i denne oppgaven besvare (jf. avgrensning innledningsvis s. 6). Fokuset i oppgaven har snarere vært å analysere mediestoffet i de ulike redaksjonene på tvers de ulike sakene . Hvorvidt redaksjoene reproducerer hverandres vinklinger har stått sentralt i undersøkelsen av de to casene.

Jeg har ikke empirisk grunnlag for å verifisere hvorvidt man kan finne tilfeller av strategisk styrt lekkasje fra kilder i de to sakene. Innholdsanalysen av mediestrategier er kun basert på hvordan utsagn virker i medietekstene. Jeg kan heller ikke si noe om hvordan mediestrategiene til den kritiserte part ble utformet i selskapenes bakregion. Med andre ord har jeg ikke empiri knyttet til interne beslutninger tatt i selskapet vedrørende mediestrategier før, under og etter saken dominerte mediebildet. Jeg kan dermed ikke peke på årsaker til mediedrevet/ansatsene til mediedrev. Ei heller kan jeg verifisere selskapenes antatte intensjoner med hensyn til f.eks. det å ville styre mediedekningen i en annen retning.



Til dette kreves andre typer undersøkelser og forskningsopplegg (eksempelvis i form av intervjuer, feltarbeid, spørreundersøkelser og dokumentanalyse med tilgang til styrenotater og arkiver), som kunne vært fruktbare spørsmål reist av fremtidige forskningsopplegg. Disse fremtidige oppleggene bør i en tidlig fase se om det er mulig å få tilstrekkelig tilgang og tillit i feltet som skal undersøkes.

Det empiriske materialet fremlagt og analysert i denne oppgaven kan kun bidra til å besvare på hvilken måte spørsmålet om etikk knyttes og vinkles til et overordnet personfokusert narrativ de to sakene. Medieutviklingen i de to sakene, og forskjeller mellom dem, kan ses i sammenheng med medielogikker knyttet til mediedrev på den ene siden (Statoil- og Telenorsaken), og kildenes profesjonaliserte mediebevissthet (Telenorsaken) på den andre (Eide 2001: 20).

## **7.4 Oppgavens bidrag**

Fremveksten av det dominerende narrativ jeg fant i analysen av begge mediasakene, underbygger tesen om at mediedrev som medielogikk setter noen premisser for det journalistiske feltet. Dette er et empirisk bidrag øvrige studier av ulike typer medierte skandaler kan dra nytte av og benytte som grunnlag for komparasjon.

# Litteraturliste

- Allern, Sigurd (2009) "Flokkjakt med anfører" i Allern, Sigurd og Pollack, Ester (Red.) (2009) *Skandalenes markeds plass Politikk, Moral og Mediedrev*, Fagbokforlaget, Bergen
- Allern, Sigurd og Pollack, Ester (Red.) (2009) *Skandalenes markeds plass Politikk, Moral og Mediedrev*, Fagbokforlaget, Bergen
- Alsvik, Kristin (2011) *Å bygge omdømme i Skandalenes bygg – En analyse av mediedekningen og krisekommunikasjonen under Murud-saken i Undervisningsbygg* Unipub
- Berger, Peter L (1991) *Invitasjon til Sosiologi Et humanistisk perspektiv*, Pax forlag, Oslo
- Bjerke, Paul (2009) "Skandaler og presse moral" i Allern, Sigurd og Pollack, Ester (Red.) (2009) *Skandalenes markeds plass Politikk, Moral og Mediedrev*, Fagbokforlaget, Bergen
- Corbin, Juliet & Strauss Anselm (1990) "Grounded Theory Research: Procedures and Evaluative Criteria", *Zeitschrift für Soziologie*, Jg.19, Heft 6, F. Enke Verlag, Stuttgart
- Corbin, Juliet & Strauss Anselm (2008) *Basics of Qualitative Research 3e*, Sage Publications, Los Angeles
- Charles Crothers (2011) "Robert K.Merton" i *The Wiley-Blackwell companion to Major Social Theorists Volume 2 Contemporary social theorists* Ritzer, G. & Stepnisky, J.(red), Blackwell Publishing, Chichester 2011
- Eide, Martin (2001) *Til dagsorden! : journalistikk, makt og demokrati* i Martin Eide (red.) Gyldendal akademisk, Oslo
- Eide, Martin (2008) *Medier - institusjoner og historie* i Martin Eide (red.) Fagbokforlaget, Bergen
- Enli, Gunn (2009) "Statsråd, du lyver!" i Allern, Sigurd og Pollack, Ester (Red.) (2009) *Skandalenes markeds plass Politikk, Moral og Mediedrev*, Fagbokforlaget, Bergen
- Flyvberg, Bent (2004) "Five misunderstandings about case-study research" i Seale, Clive Gobo, Giampietro Gubrium, Jaber F. & Silverman, David (red.) *Qualitative research practice*. London and Thousand Oaks, CA, Sage, 2004, pp. 420-434

Hornnes, Elin (2009) ”Når kvinner må si unnskyld” i Allern, Sigurd og Pollack, Ester (Red.) (2009) *Skandalenes markeds plass Politikk, Moral og Mediedrev*, Fagbokforlaget, Bergen

Goffmann, Erving (1971) *The presentation of self in everyday life* Harmondsworth: Penguin Books

Gravdahl, Berit (2007) *Forhold med forviklinger Statlig styring og eierskap overfor Statoil* Unipub

Harste, Gorm & Mortenesen, Nils (2000) ”Sociale samhandlingsteorier” i Andersen, Heine & Kaspersen, Lars Bo (red.) *Klassisk og moderne samfundsteori*, (2000) Hans Reizlers forlag, København

Ihlen, Øyvind Bartlett, Jennifer L & May, Steve (red.) (2011) *The handbook of communication and corporate social responsibility* Chichester : Wiley-Blackwell

Hall, Stuart (2003) ”Encoding/Decoding i Television : critical concepts in media and cultural studies” i Miller, Miller (red.) London : Routledge

Kalleberg, Ragnvald (2009) ”Vitenskapsteori, forskningsopplegg og fagfellekontroll” i Ragnvald, Kalleberg, Malnes, Raino & Engelstad, Fredrik (red.) *Samfunnsvitenskapenes oppgaver, arbeidsmåter og grunnlagsproblemer* Gyldendal Akademisk Forlag AS, Oslo

Kalleberg, Ragnvald (2009) ”I begynnelsen er spørsmålene – om fagenes vitenskaplige oppgaver” i Ragnvald, Kalleberg, Malnes, Raino & Engelstad, Fredrik (red.) *Samfunnsvitenskapenes oppgaver, arbeidsmåter og grunnlagsproblemer* Gyldendal Akademisk Forlag AS, Oslo

Krogstad, Anne (1999) *Image i politikken*, Pax forlag, Oslo

Lijphart, Arend (1975) ”The comparable-cases strategy in comparative research” I *Comparative Political Studies 1975 The American Political Science Review* vol:65 hefte:3 side:682 -693

Lukes, Steven (2005) *Power: A Radical View*, Basingstoke, Palgrave Macmillan

Midtbø, Tor (2007) *Skandaler i norsk politikk*, Universitetsforlaget, Oslo

- Mjøset, Lars (2005). "Can grounded theory solve the problems of its critics?" *Sosiologisk tidsskrift*, Vol. 13
- Månson, Per (2000) "Max Weber" i Andersen, Heine & Kaspersen, Lars Bo (red.) *Klassisk og moderne samfundsteori*, (2000) Hans Reizlers forlag, København
- Sandvik, Margareth (2009) "Skandaleprat i fredagsformat" i Allern, Sigurd og Pollack, Ester (Red.) (2009) *Skandalenes markeds plass Politikk, Moral og Mediedrev*, Fagbokforlaget, Bergen
- Schudson, Michael (2003) *The Sociology of News*, W.W. Norton & Company, New York London
- Sjøvaag, Helle (2009) "Objektivitetens slagmark Krigsjournalistiske nyorienteringar" i Eide, Martin (Red.) *Journalistiske nyorienteringer*, Scandinavian Academic Press, Oslo
- Thompson, John B. (1997) "Scandal and Social Theory" i Lull, James & Hinerman, Stephen (red.) *Media Scandals Morality and Desire in the Popular culture Markedplace*, Polity Press & Blackwell Publishers Ltd, Cambridge Oxford
- Thompson, John B. (2000) *Political scandal: Power and visibility in the media age*, Polity Press
- Pollack, Ester (2009) "Extra Extra. Hon sågas – hon avgår Opinionsjournalistikk og ministerskandale i Sverige 2006" i Allern, Sigurd og Pollack, Ester (Red.) (2009) *Skandalenes markeds plass Politikk, Moral og Mediedrev*, Fagbokforlaget, Bergen
- Wahldal, Ragnar (2009) "Ordfører, hedersmann – og skattesnyter" i Allern, Sigurd og Pollack, Ester (Red.) (2009) *Skandalenes markeds plass Politikk, Moral og Mediedrev*, Fagbokforlaget, Bergen
- Wulfsberg, Marius (2007) "On Phototextuality" i Melberg, Arne (red.)(2007). *Aesthetics at Work*, Oslo: Unipub
- Yin, Robert K. (2003): *Case study research: Design and Methods*. Sage Publications

## **Avisartikler**

- Aftenposten, 11.09.2003, ”Kun russisk bensin fra Statoil i Polen”
- Aftenposten, 11.09.2003, ”Steensnæs venter at Fjell rydder opp”
- Aftenposten, 12.09.2003, ”Dette lukter korrupsjon”
- Aftenposten, 12.09.2003, ”Razzia mot Statoils lokaler”
- Aftenposten, 12.09.2003, ”Hubbard ute av Statoil”
- Aftenposten, 12.09.2003, ”Statoil vil ha mer i Iran”
- Aftenposten, 13.09.2003, ”Ord om annet ukens nedtur”
- Aftenposten, 13.09.2003, ”Statoils Iran-Skandale Reagerte sent, tar selvkritikk”
- Aftenposten, 13.09.2003, ”Exit Olav Fjell”
- Aftenposten, 13.09.2003, ”Statoil-sjefen godkjente Iran-avtalen Underordnet måtte gå”
- Aftenposten, 13.09.2003, ”Statoils Iran-Skandale Forlater ikke Statoil tomhendt”
- Aftenposten, 14.09.2003, ”Statoils Iran-Skandale Ukjent med konsulentene”
- Aftenposten, 14.05.2008, ”Kunsten å starte en motbrann”
- Aftenposten, 14.05.2008, ”Barn bygger for Telenor - Arbeider omkom i syrebad 13 åringer laget utstyr for Telenor”
- Aftenposten, 15.05.2008, ”Telenor fant ingenting selv”
- Aftenposten, 16.05.2008, ”Hun advarte Telenor i 2 år”
- Aftenposten, 18.05.2008, ”Vil kaste ut Telenor”
- Aftenposten, 19.05.2008, ”Telenors etikkskryt”
- Aftenposten, 20.05.2008, ”Baksaas inn på teppet”
- Aftenposten, 20.05.2008, ”Burde visst – Styrelederen i Telenor refser Baksaas”
- Aftenposten, 20.05.2008, ”I en tynn tråd”
- Aftenposten, 20.05.2008, ”Stjernestatus ute - Aksjen uberørt av etikktrøbbel”
- Aftenposten, 20.05.2008, ”Skjebnemøte”
- Aftenposten, 21.05.2008, ”Gult Kort”
- Aftenposten, 21.05.2008, ”Baksaas har dekning hos Telenor”

Aftenposten, 21.05.2008, ”Må forklare seg til Telenor-eiere - Vil bli fulgt med argusøyne i lang tid Kan bli svartelistet av KLP”

Aftenposten, 22.05.2008, ”Sluknet etikkstjerne”

Aftenposten, 23.05.2008, ”Etikktrøbbelet kan koste dyrt Avviser anklager fra fredsprisvinneren, men vil ha han med i styre”

Aftenposten, 24.05.2008, ”Lønnsomme barn og slaver”

Aftenposten, 25.05.2008, ”For høye lederbonuser”

Aftenposten, 27.05.2008, ”To nye dødsfall - Telenor-ledelsen visste ingenting”

Aftenposten, 28.05.2008, ”Den globale kunde”

Aftenposten, 29.05.2008, ”Den nye kapitalismen”

Aftenposten, 30.05.2008, ”Glasuretikk og prat Ekspertene mener norske selskapers etikk er pynt”

Aftenposten, 03.06.2008, ”Professorer uten ansvar?”

Aftenposten, 03.06.2008, ”Når elefanter skal danse”

Aftenposten, 07.06.2008, ”Bedre sjanser denne gang”

Aftenposten, 07.06.2008, ”Sammen er de verdens tredje største”

Aftenposten, 10.06.2008, ”Etikkfolkene inn i varmen”

Aftenposten, 11.06.2008, ”Ben senker Oslo Børs”

Aftenposten, 11.06.2008, ”Redde for etikksnubling- ”Alle” smilte og lo til næringsministeren”

Aftenposten, 12.06.2008, ”Telenor-løft på Oslo Børs”

Aftenposten, 14.06.2008, ”Tar eierne ansvaret? ”

Aftenposten, 16.06.2008, ”Slik kan han likevel erobre TeliaSonera”

Aftenposten, 17.06.2008, ”Tillater teleoppkjøp – De rødgrønne sier ja til at Telenor kan kjøpe TeliaSonera”

Aftenposten, 17.06.2008, ”Politisk ja til teleoppkjøp - Det står ikke på penger”

Aftenposten, 19.06.2008, ”Håper på svar fra Baksaas i dag - Møter aksjonærer og investorer på kapitalmarkedsdag”

Aftenposten, 20.06.2008, ”Langt Telenorgjesp”

Aftenposten, 20.06.2008, ”Grisedyrt å vokse videre”

Aftenposten, 23.06.2008, ”Telenor jakter på ny brud”

Aftenposten, 23.06.2008, ”Teletogene raser forbi”

Aftenposten, 26.06.2008, ”Ethiske riddere? ”

Aftenposten, 26.06.2008, ”Telenor rapporterer om fem nye dødsulykker”

Aftenposten, 03.05.2012, ”Baksaas sitter utrygt, Baksaas nestemann ut?”

Dagbladet, 05.05.2012, ”Også Baksaas kan være på vei ut”

Dagbladet, 05.05.2012, ”Grådige Baksaas”

Dagens Næringsliv, 06.09.2003, ”Statoil gir 115 mill. for råd om Iran”

Dagens Næringsliv, 09.09.2003, ”Vet fint lite om Iran-konsulent”

Dagens Næringsliv, 10.09.2003, ”Fjell frykter korrupsjon”

Dagens Næringsliv, 11.09.2003, ”Rafsanjani på norgesbesøk”

Dagens Næringsliv, 11.09.2003, ”Krever alle fakta på bordet”

Dagens Næringsliv, 11.09.2003, ”Taust fra Økokrim”

Dagens Næringsliv, 11.09.2003, ”Statoiletikk”

Dagens Næringsliv, 11.09.2003, ”Virker veldig naivt av Statoil”

Dagens Næringsliv, 12.09.2003, ”Egen ekspert aldri spurt”

Dagens Næringsliv, 12.09.2003, ”Mehdi er mektig”

Dagens Næringsliv, 12.09.2003, ”Når gode råd er dyre”

Dagens Næringsliv, 12.09.2003, ”Utlandet dumper Statoil”

Dagens Næringsliv, 12.09.2003, ”Hubbard blir trolig ofret”

Dagens Næringsliv, 13.09.2003, ”Statoilsjef og minister i kattepine”

Dagens Næringsliv, 13.09.2003, ”Etter lære-boken i Iran”

Dagens Næringsliv, 13.09.2003, ”Snille Norge og den gode stat”

Dagens Næringsliv, 13.09.2003, ”Sjokkerte ansatte”

Dagens Næringsliv, 13.09.2003, ”Storm i et vannglass”

Dagens Næringsliv, 13.09.2003, ”Steensnæs fornøyd”

Dagens Næringsliv, 13.09.2003, ”Fjell sjekket ingenting”

Dagens Næringsliv, 13.09.2003, "Analytikere frykter lavere vekst for Statoil"

Dagens Næringsliv,13.09.2003, "Statoil-topper til avhør - strafferamme på 10 år"

Dagens Næringsliv, 15.09.2003, "Rafsanjani nekter"

Dagens Næringsliv, 15.09.2003, "Taust fra Økokrim"

Dagens Næringsliv, 15.09.2003, "Advart – gjorde ingenting"

Dagens Næringsliv, 16.09.2003, "Langdrygt møte"

Dagens Næringsliv, 16.09.2003, "Dårlig skjønn av Løddesøl"

Dagens Næringsliv, 16.09.2003, "Ansatte tenker på Statoils renommé"

Dagens Næringsliv, 16.09.2003, "Navn i vinden"

Dagens Næringsliv, 16.09.2003, "Tar Statoil inn i varmen"

Dagens Næringsliv, 16.09.2003, "Skuffet over ledelsen"

Dagens Næringsliv, 17.09.2003, "Business as usual"

Dagens Næringsliv, 17.09.2003, "Har tillit – foreløpig"

Dagens Næringsliv, 17.09.2003, "Prøvde å skjule avtalen"

Dagens Næringsliv,17.09.2003 , "Må sies opp for å få fallskjerm"

Dagens Næringsliv,17.09.2003, "Betinget tillit"

Dagens Næringsliv, 17.09.2003, "Fjell sitter ikke støtt"

Dagens Næringsliv, 17.09.2003, "Statoil går for etikk"

Dagens Næringsliv, 18.09.2003, "Uklare grenser"

Dagens Næringsliv, 18.09.2003, "Ville gått til politiet"

Dagens Næringsliv, 18.09.2003, "Sparte skatt på Iran-avtale"

Dagens Næringsliv, 18.09.2003, "Fjell må vinne på bortebane"

Dagens Næringsliv, 18.09.2003, "Stjerner og "midnight calls" "

Dagens Næringsliv, 20.09.2003, "Fjells rådgiver avhørt av Økokrim"

Dagens Næringsliv, 20.09.2003, "Tyst om styrets skjebne"

Dagens Næringsliv, 22.09.2003, "Vil forklare seg for Økokrim"

Dagens Næringsliv, 22.09.2003, "Ny runde om Fjell"



Dagens Næringsliv, 23.09.2003, "Frykter tre års jobb er bortkastet"

Dagens Næringsliv, 23.09.2003, "Kamp for å bli hørt"

Dagens Næringsliv, 23.09.2003, "NHO korrigerer uttalelser fra Ulltveit-Moe"

Dagens Næringsliv, 23.09.2003, "Fagforeningene uenige"

Dagens Næringsliv, 23.09.2003, "Ble holdt på pinebenken"

Dagens Næringsliv, 23.09.2003, "Alene på venterommet"

Dagens Næringsliv, 23.09.2003, "Statoil bruker Gro"

Dagens Næringsliv, 24.09.2003, "Dobbelt-stemmen avgjorde"

Dagens Næringsliv, 24.09.2003, "Ballspiller og meglertopp med teft"

Dagens Næringsliv, 24.09.2003, "Her stopper alle spor etter 40 millioner"

Dagens Næringsliv, 24.09.2003, "Analytikerne tror Fjells linje ligger fast"

Dagens Næringsliv, 24.09.2003, "Ingen Grane-effekt for Hydro"

Dagens Næringsliv, 24.09.2003, "Med rene hender"

Dagens Næringsliv, 24.09.2003, "Ansatte i sjokk"

Dagens Næringsliv, 24.09.2003, "Veldig skuffet"

Dagens Næringsliv, 24.09.2003, "Ledere om Fjell"

Dagens Næringsliv, 25.09.2003, "Oljesmurt Statoil-comeback"

Dagens Næringsliv, 25.09.2003, "Statoil risikerer forfølgelse i USA"

Dagens Næringsliv, 26.09.2003, "Hos Økokrim uten advokater"

Dagens Næringsliv, 26.09.2003, "Skal få mer Iran-info"

Dagens Næringsliv, 26.09.2003, "DN og Olav Fjell"

Dagens Næringsliv, 27.09.2003, "Slungård i valsen"

Dagens Næringsliv, 27.09.2003, "Bare gjort det som var jobben vår"

Dagens Næringsliv, 27.09.2003, "Fornemmelse for feighet"

Dagens Næringsliv, 30.09.2003, "Fjell nektet å gi suksesshonorar"

Dagens Næringsliv, 02.05.2008, "Øker i Asia"

Dagens Næringsliv, 08.05.2008, "Flørtingen er i gang"

Dagens Næringsliv, 23.05.2008, "Kritisk til metode"

Dagens Næringsliv, 23.05.2008, "Har investert 11 mrd i Bangladesh"

Dagens Næringsliv, 23.05.2008, "Telenor-opptur"

Dagens Næringsliv, 23.05.2008, "Fortsatt tillit til Baksaa"

Dagens Næringsliv, 24.05.2008, "To nye dødsfall"

Dagens Næringsliv, 24.05.2008, "Kobler av med Pink Floyd"

Dagens Næringsliv, 27.05.2008, "Tallene på døde øker"

Dagens Næringsliv, 28.05.2008, "Frp krever ekstern granskning"

Dagens Næringsliv, 28.05.2008, "Forlanger alle kort på bordet"

Dagens Næringsliv, 29.05.2008, "Prisen på liv"

Dagens Næringsliv, 30.05.2008, "Utsetter notering"

Dagens Næringsliv, 30.05.2008, "Musedille om Telenor"

Dagens Næringsliv, 31.05.2008, "Kaller det etikkbrudd"

Dagens Næringsliv, 04.06.2008, "Mener hoder burde rullet"

Dagens Næringsliv, 04.06.2008, "Gap mellom liv og lære"

Dagens Næringsliv, 04.06.2008, "Skryter av selvkritikk"

Dagens Næringsliv, 06.06.2008, "Etisk svikt og plikt"

Dagens Næringsliv, 06.06.2008, "Presset til å vrake Brynhildsen"

Dagens Næringsliv, 06.06.2008, "Vil at Telenor skal by på TeliaSonera"

Dagens Næringsliv, 07.06.2008, "Det mest lovende markedet"

Dagens Næringsliv, 07.06.2008, "Tror på Telenormotbud"

Dagens Næringsliv, 07.06.2008, "Øker presset på Baksaa"

Dagens Næringsliv, 11.06.2008, "Har handlet for 65 mrd. "

Dagens Næringsliv, 11.06.2008, "Må ut med minst 100 milliarder"

Dagens Næringsliv, 12.06.2008, "Imperiebygging"

Dagens Næringsliv, 12.06.2008, "Må ha grønt lys fra Russland"

Dagens Næringsliv, 12.06.2008, "En ren vendetta"

Dagens Næringsliv, 16.06.2008, "Telenor og NetCom får smake sin egen medisin! "

Dagens Næringsliv, 17.06.2008, "Fikk 1,5 millioner nye kunder på en måned"

Dagens Næringsliv, 18.06.2008, "Håper på signaler"

Dagens Næringsliv, 19.06.2008, "Telenors vanskelige valg"

Dagens Næringsliv, 20.06.2008, "Neppe noe bud"

Dagens Næringsliv, 20.06.2008, "Mobiliserer mot Afrika"

Dagens Næringsliv, 20.06.2008, "Kjøpsignal i Telenor"

Dagens Næringsliv, 20.06.2008, "Åpner for minoritet"

Dagens Næringsliv, 20.06.2008, "Tror ikke på bud"

Dagens Næringsliv, 21.06.2008, "Skygger ikke unna Afrika"

Dagens Næringsliv, 25.06.2008, "Tror ikke på norske lover ute"

Dagens Næringsliv, 26.06.2008, "Skremt av 14 dødsfall"

Dagens Næringsliv, 30.06.2008, "Imperiebyggere med mobiltelefoni"

Dagens Næringsliv 02.05.2012, "Baksaas surfer på Hermansen"

Ledelse, 05.09.2008, "Omdømmet faller, men kundene strømmer til", Kåre M. Bilden og Magnus Vollset

Ny Tid, 05.09.2008, Kåre M. Bilden og Magnus Vollset (ingen tittel oppgitt i treff på Atekst)

NTB, 15.09.2003, "Statoil-styret avgjør konsernsjefens framtid"

NTB, 16.09.2003, "Nopef: Krever alle kort på bordet"

NTB, 16.09.2003, "Steensnæs med betinget tillit til Statoil-styret"

NTB, 16.09.2003, "Børsen opp med Statoil i front"

NTB, 16.09.2003, "Statoil-sjefen: -Jeg har status som vitne"

NTB, 16.09.2003, "Skarp kritikk mot Statoil-sjefen, men blir sittende"

NTB, 16.09.2003, "Fjell blir sittende, men tåler neppe mer"

NTB, 16.09.2003, "Aftenposten: Fjell fortsetter som konsernsjef i Statoil"

NTB, 19.03.2003, "Legger opp til bred gjennomgang av Statoil-saken"

NTB, 20.09.2003, "Statoil-ansatte sinte på Fjell"

NTB, 14.05.2008, ”Telenor-leverandører driver uansvarlig”

NTB, 14.05.2008, ”Telenor gransker underleverandører”

NTB, 16.05.2008, ”FAKTA om Jon Fredrik Baksaas”

NTB, 16.05.2008, ”Mener Baksaas ligger tynt an i Telenor”

NTB, 20.05.2008, ”Innenriks oversikt tirsdag 20. mai”

NTB, 20.05.2008, ”Baksaas fornøyd med støtten fra styret”

NTB, 21.05.2008, ”KrF krever at staten tar grep i Telenor-skandale”

NTB, 22.05.2008, ”Lundteigen vil ta bonusen fra Baksaas”

NTB, 25.05.2008, ”Skal ha betalt for død jente”

NTB, 29.05.2008, ”Fakta om Telenor-saken”

NTB, 28.05.2008, ”Baksaas må forklare seg på nytt”

NTB, 29.05.2008, ”Bedriftsforsamlingen med full tillit til Telenor-styret”

NTB, 01.05.2008, ”Telenor bryter med leverandør etter barnearbeid”

NTB, 03.06.2008, ”Telenor tar selskap inn i varmen igjen”

NTB, 25.06.2008, ”Brustad: - Tragisk å høre om nye dødsfall”

TV2 04.05.2012, ”Telenorsjefen kjemper i motvind. Løser han ikke indiakrisen, ryker trolig jobben ”

### **Dokumentarfilm:**

Heinemann, Tom (2008) *Et tårn av løfter*. En del av dokumentarfilmprosjekter knyttet til *Flip the coin.org*. Vist på NRK 15.05.2008 (Kan bestilles på Nasjonalbiblioteket)

### **Nettadresser:**

Atekst: <http://www.retriever.no/om-retriever.html>

Atekst: [https://web.retriever-info.com/static/pdf/archive/search\\_manual\\_2010\\_no.pdf](https://web.retriever-info.com/static/pdf/archive/search_manual_2010_no.pdf)

Flip the coin.org: <http://www.flipthecoin.org>

Språkrådets ordbok, (2012) ”Institusjoner ” : <http://www.nob-ordbok.uio.no/perl/ordbok.cgi?OPP=institusjon&ordbok=begge>.

Antall ord i oppgaven er 37 136

# Vedlegg

## Vedlegg 1: