

# Globale problemer, lokalt ansvar?

En studie av samfunnsoppdraget i det grønne skiftet

Erika Kristine Ribu



Masteroppgave i journalistikk  
Institutt for Medier og kommunikasjon

UNIVERSITETET I OSLO

Februar 2017

© Erika Kristine Ribu

2017

Globale problemer, lokalt ansvar? En studie av samfunnsoppdraget i det grønne skiftet

Erika Ribu

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

Trykk: Reprosentralen, Universitetet i Oslo



# Sammendrag

*Det grønne skiftet* får stadig mer oppmerksomhet i norske medier. Medietjenesten A-tekst viser en økning fra 239 treff i 2013 til hele 7794 treff i 2016. Det grønne skiftet innebærer en overgang fra fossil energi til fornybar energi. Den økte medie-oppmerksomheten skyldes fall i oljeprisen og store endringer i norsk økonomi de senere årene. Mediene er hovedformidler av disse temaene og tilegnet et oppdrag for å gi samfunnet tilstrekkelig informasjon: *samfunnsoppdraget*. Ved å analysere norske trykte aviser over tre år og så en strategisk avgrenset innholdsanalyse basert på 112 artikler, vurderes samfunnsoppdraget med tre indikatorer. 1) *Tolkningsrammer* vurderer utvikling og endring i rapportering av debatten og hvorvidt pressen formidler varierte syn. 2) *Redaksjonelt initiativ* indikerer kildebruk, redaksjonell prioritering og hvorvidt journalistikken er uavhengig. 3) *Avissjangre* har ulike funksjoner i samfunnet som har innflytelse på innramming og kildebruk og kan påvirke samfunnsoppdraget i forskjellige retninger.

Analysene viser at tolkningsrammene likner tidligere identifiserte rammer i mediens dekning av klimaendringer, men at de i større utstrekning handler om teknologi, muligheter, virkelighetsoppfatninger og økonomi. Studien viser at det redaksjonelle initiativet stort sett var passivt med gjentakende kildebruk og dominans av elite-kilder. Hendelser påvirket både at nyhetssaker ble skrevet og innholdet i dem. Avissjanganes ulike roller gjorde at omtalen fikk en lokal og personlig forankring i regionavisene som bidro til å gjøre energiskiftet mer konkret. Riksavisene fremmet et bredere perspektiv og en mer distansert tilnærming som førte til en abstraksjon av begrepet. Regionavisenes lokale eksempler ble plassert i en nasjonal og global kontekst som kunne ha gitt positive ringvirkninger hvis sakene hadde nådd opp i det nasjonale nyhetsbildet. Studien gir et innblikk i hvordan mediene oppfyller sin egen funksjon i omtalen av det grønne skiftet og er med det et viktig bidrag til medievitenskapen.

# Abstract

The green shift is gaining more attention in Norwegian media. The Media Service A-text shows 239 hits in 2013 and as much as 7794 hits in 2016. The green shift involves a move away from fossil fuels to renewable energy. The increased media attention is due to decreasing oil prices and major fluctuations in the Norwegian economy. The media has proven to be the main channel for such topics, thus the media holds a great responsibility of providing satisfactory information due to their role as the “fourth estate”. By analysing Norwegian printed newspapers over three years and a strategic delimited content analysis based on 112 articles, the fourth estate role is analysed with three indicators. 1) An analysis of *media frames* seeks to establish development and changes in the reporting and whether a variety of perspectives is presented. 2) *Editorials initiative* is measured to study the types of sources used, editorial prioritization and journalistic independence. 3) *Newspapers genres* indicate how media with diverse roles in society can frame and report on the green shift in different ways and to different degrees.

The analysis show that the framing in this study is similar to previously identified frames in the media’s coverage of climate change. However, in this case, an increased focus on perceptions of reality, technology, opportunities and finance is observed. The study also shows that the editorial initiative is largely passive with featured repetitive use of sources, dominated by elite sources. Events affected both the generation of news stories and their content. The diverse newspaper roles provided a stronger local and personal perspective of the shift in the regional newspapers which helped to concretize what the energy transition implied. The national newspapers had a wider and more distant perspective which led to an abstraction of the concept. The local and regional examples were often placed in a national and global context and if these stories had reached the national news it might have had positive repercussions for the national debate. The study provides an important insight into how the media fulfil their own function as the fourth estate in their coverage of the green shift, and is thus an important contribution to media studies.

# Forord

Arbeidet med denne oppgaven har vært svært utfordrende og krevende, og derfor også veldig givende. Heldigvis har jeg hatt mange gode støttespillere som har bidratt til å gjøre arbeidet med masteroppgaven lettere.

Først og fremst vil jeg rette en stor takk til veileder Niamh Ní Bhroin (H2016, V2017) for positivt engasjement og stor tilgjengelighet under arbeidet. Mange interessante samtaler, nyttige tips og tilbakemeldinger gjorde arbeidet mer spennende, og det var lettere å komme seg videre når jeg stod fast. Hjertelig takk.

Takk til førsteamanuensis Andreas Ytterstad for gripende forelesninger om klimajournalistikk på HIOA som vekket klimaengasjementet i meg. Og takk til professor emeritus Sigurd Allern på UiO for lettfattelig og fengslende forelesninger om samfunnsoppdraget og sannhet i journalistikken. Takk til professor Øyvind Ihlen ved UiO for mulighet til å arbeide med relevant litteratur og forskning om klima og miljø.

Jeg vil også takke gjengen på lesesalen for mange og lange pauser i den røde sofaen. Tusen takk for morsomme samtaler, hyggelig samvær og at vi kunne dele glede og frustrasjoner om masteren.

En stor takk til Johann og Mari for lesing av oppgaven og konstruktive tilbakemeldinger.

Tusen takk til mamma for korrekturlesing og ditt smittende engasjement uansett tema som alltid er veldig inspirerende.

Ellers takk til alle mine kjære venner og familie som har oppmuntret og støttet i et langt og tidkrevende arbeid.

En siste stor takk til min samboer Johann som har vært til stor hjelp med støttende ord, matlaging og gode samtaler under hele prosessen.



# Innholdsfortegnelse

<b>1 Innledning</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1. Modell for samfunnsoppdraget og tidligere forskning</b> .....	<b>2</b>
<b>1.2. Problemstilling og forskningsspørsmål</b> .....	<b>6</b>
<b>1.3. Definisjoner og operasjonalisering</b> .....	<b>8</b>
<b>1.4. Oppgavens struktur</b> .....	<b>10</b>
<b>2 Teoretiske perspektiver</b> .....	<b>12</b>
<b>2.1. Journalistikkens samfunnsoppdrag</b> .....	<b>12</b>
<b>2.2. Tolkingsrammer</b> .....	<b>16</b>
2.2.1. Oppgavens tolkningsrammer .....	16
2.2.2. Litteraturgjennomgang og definisjoner.....	17
2.2.3. Tolkingsrammer i mediernes dekning av klimaendringer.....	21
<b>2.3. Redaksjonelt initiativ</b> .....	<b>23</b>
<b>2.4. Riks- og regionaviser</b> .....	<b>26</b>
<b>3 Metode</b> .....	<b>31</b>
<b>3.1. Innholdsanalyse som metode</b> .....	<b>31</b>
<b>3.2. Oppgavens analyse – utvalg og datainnsamling</b> .....	<b>34</b>
3.2.1. Avisutvalget .....	36
3.2.2. Tid og omfang.....	40
<b>3.3. Analysemodell for tolkningsrammer</b> .....	<b>44</b>
<b>3.4. Datakvalitet</b> .....	<b>47</b>
3.4.1. Reliabilitet.....	48
3.4.2. Validitet og generaliserbarhet .....	50
<b>4 Funn og analyse</b> .....	<b>52</b>
<b>4.1. Tolkingsrammer i omtalen av det grønne skiftet</b> .....	<b>52</b>
4.1.1. Politikk-rammen .....	52
4.1.2. Økonomi-rammen .....	55
4.1.3. Løsningsrammen.....	58
4.1.4. Holdningsrammen.....	61
4.1.5. Paradoksrammen – P1 og P2 .....	65
4.1.6. Mulighetsrammen .....	71
<b>4.2. Analyse av tolkningsrammer</b> .....	<b>75</b>
<b>4.3. Funn i det redaksjonelle initiativet</b> .....	<b>80</b>
4.3.1. Kilder .....	80
4.3.2. Lesergenerert stoff vs. redaksjonelt .....	85
4.3.3. Redaksjonelle ledere og redaksjonelle kommentarer .....	89
4.3.4. Aktiv vs. passiv nyhetsdekning.....	90
<b>4.4. Analyse av det redaksjonelle initiativet</b> .....	<b>94</b>
<b>4.5. Funn i avissjangre: riks- og regionaviser</b> .....	<b>97</b>
4.5.1. Tolkingsrammer i avissjangrene .....	97
4.5.2. Det redaksjonelle initiativet i avissjangre .....	102
<b>4.6. Analyse av avissjangre: riks- og regionaviser</b> .....	<b>104</b>
<b>5 Diskusjon og Konklusjon</b> .....	<b>108</b>



<b>5.1. Hovedfunn og diskusjon – tolkningsrammer .....</b>	<b>108</b>
<b>5.2. Hovedfunn og diskusjon – redaksjonelt initiativ .....</b>	<b>112</b>
<b>5.3. Hovedfunn og diskusjon – avissjangre.....</b>	<b>115</b>
<b>5.4. Svar på forskningsspørsmål.....</b>	<b>117</b>
<b>5.5. Konklusjon .....</b>	<b>119</b>
5.5.1. Mitt bidrag .....	120
<b>5.6. Videre forskning .....</b>	<b>120</b>
<b>Litteratur .....</b>	<b>123</b>
<b>Eksempler fra avisartiklene i analysen .....</b>	<b>128</b>
<b>Forkortelser på avisartiklene i analysen.....</b>	<b>132</b>
<b>Vedlegg.....</b>	<b>133</b>
Vedlegg 1: Eksempel på Politikk-rammen (Dagbladet, 9.10.2014) .....	133
Vedlegg 2: Eksempel på Økonomi-rammen (Adresseavisen, 21.4.2015).....	134
Vedlegg 3: Eksempel på Løsningsrammen (Fædrelandsvennen, 8.8.2015).....	135
Vedlegg 4: Eksempel på Holdningsrammen (Bergens Tidende, 25.7.2015).....	136
Vedlegg 5: Eksempel på Paradoks 1-rammen (Dagsavisen, 19.5.2016).....	137
Vedlegg 6: Eksempel på Paradoks 2-rammen (Stavanger Aftenblad, 18.9.2014).....	139
Vedlegg 7: Eksempel på Mulighetsrammen (Nordlys, 3.10.15) .....	140

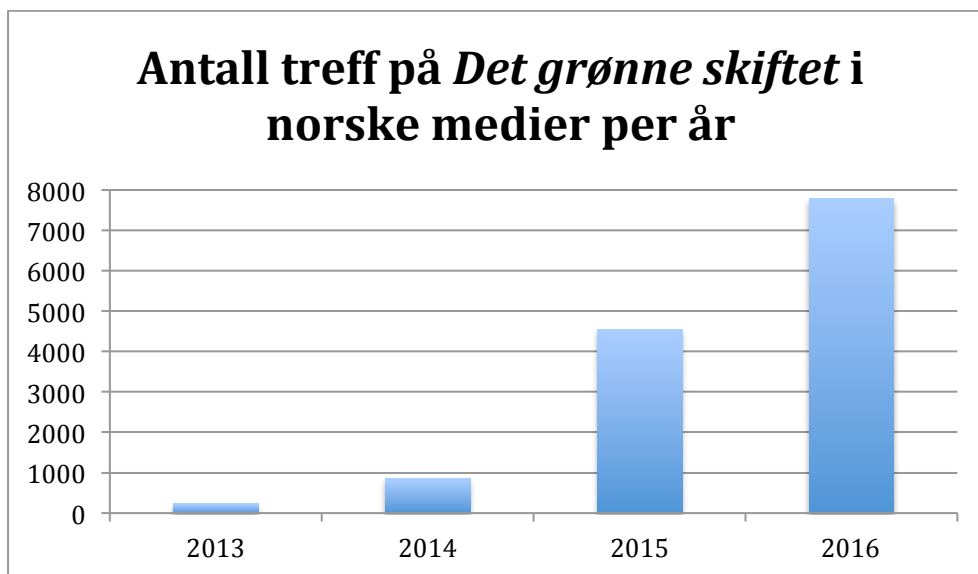
## **Figurer og tabeller**

Figur 1.1. Antall treff på <i>Det grønne skiftet</i> i norske medier per år .....	1
Figur 1.2. Tre indikatorer for vurdering av samfunnsopdraget .....	6
Figur 2.2. Tre elementer i studien av det redaksjonelle initiativet.....	23
Figur 2.3. Fire nivåer i norske avissjangre.....	26
Tabell 3.1. Trykte papiraviser i omtalen av det grønne skiftet .....	35
Tabell 3.2. Riks- og regionaviser i omtalen av det grønne skiftet .....	36
Figur 3.1. Riks- og regionavisers dekning per fylke.....	37
Tabell 3.3. Regionavisenes opplagstall, utgiversted og klimasatsing.....	38
Tabell 3.4. Riksavisenes opplagstall, utgiversted og klimasatsing .....	40
Figur 3.2. Medienes dekning av det grønne skiftet per kvartal 2013-2016 .....	42
Figur 3.3. Mediepakkemodellen .....	47
Figur 3.4. Analysemodell for samfunnsoppdraget.....	51
Tabell 4.1. Politikk-rammen .....	55
Tabell 4.2. Økonomi-rammen .....	58
Tabell 4.3. Løsningsrammen.....	61
Tabell 4.4. Holdningsrammen.....	65
Tabell 4.5. Paradoks 1-rammen .....	70
Tabell 4.6. Paradoks 2-rammen .....	71

Tabell 4.7. Mulighetsrammen .....	74
Figur 4.1. Rammer fordelt på artikler .....	75
Figur 4.2. Lesergenerert og redaksjonelt stoff .....	80
Figur 4.3. Antall kilder per artikkel .....	81
Figur 4.4. Kildetyper i det redaksjonelle stoffet. ....	82
Figur 4.5. Type næringslivskilder .....	82
Figur 4.6. Næringslivskildenes posisjon .....	83
Figur 4.7. Politiker-kilder .....	84
Figur 4.8. Miljøorganisasjoner som kilder .....	84
Figur 4.9. Andelen lesergenerert og redaksjonelt stoff .....	85
Figur 4.10. Type stemmer i innsendt leserstoff .....	86
Figur 4.11. Representanter fra “andre” stemmer i lesergenerert stoff .....	87
Figur 4.12. “Andre” stemmer fordelt på rammer .....	88
Figur 4.13. Representanter fra næringsliv og bedrifter i lesergenerert stoff.....	88
Figur 4.14. Antall ledere og kommentarer i omtalen av det grønne skiftet .....	89
Figur 4.15. Hendelser som påvirker nyhetsdekningen.....	91
Tabell 4.8. Klimahendelser som har generert nyhetsstoff .....	92
Figur 4.16. Næringslivshendelser som har generert nyhetsstoff.....	92
Tabell 4.9. Oljehendelser som har generert nyhetsstoff .....	93
Figur 4.17. Tolkingsrammer i avisjangle .....	98
Figur 4.18. Lokal/nasjonal/global forankring .....	100
Tabell 4.10. Kildebruk i nyhetsstoffet i riks- og regionaviser .....	102
Figur 4.19. Hendelser som påvirker dekningen i avissjangle .....	103
Tabell 5.1. Forkortelser på avisene i analysen .....	132

# 1 Innledning

I 2015 ble *Det grønne skiftet* kåret til årets ord av norsk Språkråd. Høyt på topp-lista lå også oljesmell og utslippsjuks. Klimaproblematikk, samfunnsendringer og omveltning i norsk økonomi har med andre ord fått stor plass i norske medier de senere årene<sup>1</sup>. For å illustrere økningen vil jeg trekke frem et søk gjort i medietjenesten A-tekst Retriever. Det grønne skiftet har økt fra å bli omtalt 239 ganger i 2013 til 4543 ganger i 2015 og i 2016 finner vi så mange som 7794 treff<sup>2</sup>. Figur 1.1 illustrerer økningen.



**Figur 1.1. Antall treff på *Det grønne skiftet* i norske medier per år**

Grafen viser norske mediers dekning av det grønne skiftet fra og med 2013 til og med 2016. Tallene er hentet fra Medietjenesten A-tekst Retriever med søkeordet ”det grønne skiftet” i alle medier fra 2013 fram til 31.12.2016.

Medienes økte oppmerksomhet rundt det grønne skiftet gjenspeiler økonomiske omveltninger og endringer i verdens ressursbruk de senere årene (Allen, 2012). I Norge har vi nylig opplevd et kraftig oljeprisfall som har ført til større arbeidsledighet enn landet har sett på 20 år (Østgårdsgjelten & Sjøberg, 2016). Økt utslipp av CO<sub>2</sub> har også ført til alvorlige klimaendringer og krever at vi bytter ut fossil energi med fornybar energi (Allen, 2012). Forenklet er det i hovedsak disse aspektene som driver fram det grønne skiftet: en overgang fra fossil til fornybar energi som skyldes klimaendringer. Med det nevnt viser denne

<sup>1</sup> I kåringen av *Det grønne skiftet* har Språkrådet brukt dataverktøy som fanger opp nye ord fra alle de store riksmidlene og en rekke regionaviser: <http://bit.ly/1YN8Y13>.

<sup>2</sup> Søk i Medietjenesten A-tekst Retriever 11.01.2017 med søkeord ”det grønne skiftet” i alle norske medier, før 31.12.2016.

avhandlingen at det er mange måter å definere det grønne skiftet på. Hvordan mediene formidler klimaendringer og det grønne skiftet, er også helt avgjørende for hvordan begrepet forstås av publikum, hvilke tiltak som blir iverksatt i politikken og hva forskning velger å satse på (Boykoff & Roberts, 2007). Folk flest lærer ikke om klimaendringer og energipolitikk av forskningsrapporter, men av mediene - som derfor etter hvert har blitt hovedformidler av disse temaene (Wilson, 2000). Som hovedformidler har mediene også et stort ansvar i demokratiet: de skal være administrator for samfunnsinformasjonen, de skal overvåke andre maktinstanser og de skal legge til rette for debatt (Roppen & Allern i Roppen & Allern, 2010, s. 13). Denne funksjonen blir ofte omtalt som en samfunnskontrakt og innebærer at pressen har påtatt seg et *samfunnsoppdrag* med å overvåke og administrere samfunnsinformasjon (Sjøvaag i Roppen & Allern, 2010, s. 36).

De etiske normene som inngår i samfunnsoppdraget er blant annet at pressen skal være uavhengig, den skal sørge for å gi samfunnsborgere tilstrekkelig informasjon og den skal avdekke kritikkverdige forhold. Pressen har også et spesielt ansvar for at ulike syn kommer til uttrykk. Disse etiske normene er nedfelt i pressens etikk-plakat, Vær Varsom-plakaten, vedtatt av Norsk Presseforbund (PFU, 2015). Samfunnsforsker Paul Bjerke påpeker at samfunnsoppdraget kan være vanskelig å etterprøve fordi det ikke er nedfelt i noen lov, det er pressen selv som har utformet reglene for hvordan oppdraget skal oppfylles og de har selv ansvaret for å sørge at det blir oppfylt (2011, s. 209). Tidligere studier har vist at medienes dekning av klimaendringer har vært for konsentrert rundt politisk spill (Nord & Nygren, 2002) eller omtalen gir et skjevt bilde av saken på grunn av journalistikkens ideal om balanse og objektivitet (Boykoff & Boykoff, 2007). På den måten havner andre aktører og viktige spørsmål i skyggen. Denne studien søker derfor å undersøke om samfunnsoppdraget oppfylles tilstrekkelig i avisenes dekning av det grønne skiftet for å belyse pressens egen funksjon i omtalen av begrepet.

## **1.1. Modell for samfunnsoppdraget og tidligere forskning**

Basert på en gjennomgang av tidligere forskning på området vil samfunnsoppdraget vurderes ved hjelp av tre indikatorer i denne studien: tolkningsrammer, redaksjonelt initiativ og avissjangre. Andre aspekter som tema, prioritering på forsiden, overskrifter og vinkling kan også være verdifulle analyseobjekter i en vurdering. Indikatorene jeg har valgt viste seg

derimot å være mest aktuelle for denne studien etter en nærlesning av artiklene i materialet. Studien analyserer pressens samfunnsoppdrag med vekt på Vær Varsom-plakatens<sup>3</sup> del 1: *Pressens samfunnsrolle*. Normene under del 1 legger vekt på de overordnede oppgavene i pressens samfunnsoppdrag, mens de andre punktene i plakaten går mer detaljert inn på redaksjonens rolle, publisering, reklame og kilder.

Indikatorene i modellen for å vurdere pressens samfunnsoppdrag er:

1) *Tolkningsrammer* kan vurdere hvorvidt rammene har utviklet eller endret seg, om ulike syn slipper til og hvilken informasjon som formidles innenfor de konstruerte rammene. Tolkningsrammer kommer fra det engelske *frames* eller *framing* og handler om hvordan en sak er tolket og innrammet og hvordan noen aspekter fremheves og vektlegges fremfor andre (Entman, 1993, s. 55).

2) *Redaksjonelt initiativ* kan antyde hvorvidt redaksjonen aktivt og uavhengig søker å avdekke kritikkverdige forhold. Initiativet kan også si noe om redaksjonens prioritering av kilder og informasjon.

3) *Avisssjangre* kan indikere hvordan de ulike sjangrenes rolle og funksjon påvirker innramming og redaksjonelt initiativ som igjen påvirker samfunnsoppdraget.

Videre i avhandlingen vil jeg referere til indikatorene kun som tolkningsrammer, redaksjonelt initiativ og avisssjangre.

Tidligere studier har vurdert samfunnsoppdraget ved hjelp av en eller flere av disse indikatorene både i studier av klimaendringer og andre temaer. Lothe (2010) studerte hvilke tolkningsrammer som fantes i Aftenposten og VGs dekning av klimaendringer, og om avisene oppfylte samfunnsoppdraget i dekningen. Om oppdraget ble oppfylt ga imidlertid ikke studien et tydelig svar på. Eide og Naper (i Eide, Eglesem, Gloppen & Rakner, 2014) undersøkte hvilke tema, kilder, stemmer og sjangre som dominerte knyttet til klimaspørsmål i ni riks- og regionaviser i valgkampen i 2013. Engan (2016) undersøkte hvilke

---

<sup>3</sup> Alle redaktørstyrte medier plikter å legge det etiske regelverket i Vær Varsom-plakaten til grunn for sin virksomhet. De etiske normene i Vær Varsom-plakaten gjelder for trykt presse, radio, TV og nett: <http://presse.no/pfu/etiske-regler/vaer-varsom-plakaten/>

tolkningsrammer som fantes i region- og lokalavisers dekning av kommune- og fylkestingsvalget i 2015 og hvordan det lokale samfunnsoppdraget ble oppfylt i dekingen. Ingen studier har kombinert tolkningsrammer, redaksjonelt initiativ og avissjangre for å vurdere samfunnsoppdraget, så vidt jeg anser. Det har også variert hvorvidt pressens samfunnsoppdrag har blitt definert i problemstillingen eller som forskningsspørsmål i disse studiene. I Eide og Napers studie fremtrer ikke analysens hovedintensjon som å vurdere samfunnsoppdraget. Interessant er det derfor at studiens konklusjon gjorde en vurdering av oppdraget:

”Dersom klima ble definert som en mer sentral del av redaksjonenes samfunnsoppdrag, på tross av sentrale politikeres motvilje, kunne journalistikken bidratt til at 2013-valget ble mer preget av konfrontasjoner om fremtidsansvar for både nasjonen og kloden” (i Eide et al., 2014, s. 62).

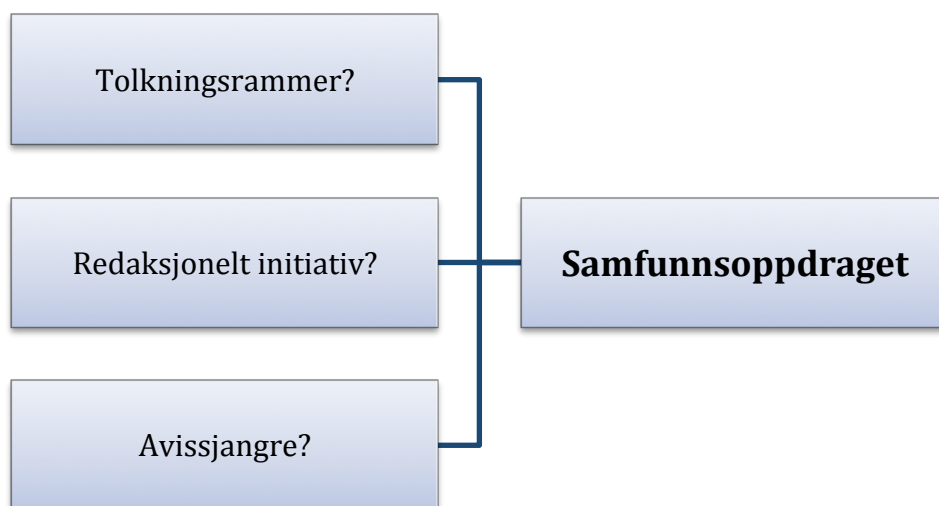
Konklusjonen kom på bakgrunn av at klimaendringer ikke ble et dominerende tema i redaksjonenes dekning av stortingsvalgkampen i 2013, mens det dominerte i det politiske spillet rundt regjeringalternativene. Videre peker samme studie på hvordan et høyt antall lesergenerert stoff, innlegg og kronikker innsendt av leserne, indikerer et betydelig engasjement i klimasaken blant samfunnsborgerne. I flere av studiene som har vurdert samfunnsoppdraget, utelates ofte indikatoren lesergenerert stoff (Lothe, 2010, Vatne, 2011, Engan, 2016). Å sammenlikne lesergenerert stoff med redaksjonelt gir en verdifull indikator på lesernes ønske og forventning til et saksfelt sammenliknet med hva redaksjonen produserer (Høiby & Ytterstad i Eide et al., 2014, s. 76ff). Det redaksjonelle initiativet kan også vurderes ved hjelp av redaksjonelle ledere og kommentarer fordi omtale av et tema på leder- og kommentar plass symboliserer avisas ståsted og prioritering i saken (Gauslaa & Hauglid 1997, s. 43-44).

Redaksjonelt initiativ kan også sees i sammenheng med kildebruk, noe som ofte studeres i forbindelse med samfunnsoppdraget (Vatne, 2011, Eide & Naper i Eide et al., 2014, Engan, 2016). Hvilke kilder som dominerer og hvordan de fremstilles er en viktig indikator for hvilke syn som fremmes og hvorvidt pressen oppfylder sin kritiske funksjon. Tidligere studier har sett at elite-kilder ofte dominerer (institusjonelle og byråkratiske kilder fra øverste sjikt i samfunnet) og at stemmer fra ”vanlige folk” eller ”grasrota” er i mindretall. Det gjør at verden presenteres gjennom elite-kildenes briller og vi får en ensidig og skjev presentasjon av samfunnet (Allern, 2001a, s. 69). Redaksjonelt initiativ kan også vurderes ved å undersøke

om journalistikken er uavhengig og aktiv eller om den refererer ukritisk og passivt fra hendelser og begivenheter. I en studie av kvaliteten på norsk energi- og klimajournalistikk kom forfatteren frem til at deknningen ofte kom som en respons på dominante aktørers begivenheter. Den befant seg dermed i en "blindsone" med skjev og utilstrekkelig fremstilling av klima og energi (Bjartnes i Omdal, Bjartnes, Bjerke & Olsen, 2013, s. 106ff).

Tolkningsrammer har også blitt studert i forbindelse med samfunnsoppdraget (Engan, 2016, Lothe, 2010), men ikke direkte i forbindelse med oppgavene i Vær Varsom-plakaten. Tolkningsrammer handler om hvordan en sak tolkes og innrammes. Å ramme inn saker er nødvendig for å ordne nyhetsstoff og å gjøre enkelthendelser forståelige, men innrammingen skaper et problem når de samme rammene gjentar seg, kun etablerer konvensjonell kunnskap og denne informasjonen fremtrer som objektiv (Allern, 2001a, s. 68). Journalistikkens innramming og vektlegging av enkelte aspekter har nemlig en tendens til å repeteres (Allern, 2001a, s. 68) noe som fremmer spørsmålet om hvorvidt kravet om alternative syn og tilstrekkelig informasjon i samfunnsoppdraget oppfylles.

Ofte studeres kun én avissjanger for å vurdere samfunnsoppdraget: kun region- og lokalaviser (Vatne, 2011, Engan, 2016) eller kun riksaviser (Lothe, 2010). Jeg anser imidlertid avissjangrene som verdifulle å sammenlikne grunnet deres ulike funksjon og arbeidsmåter som kan påvirke samfunnsoppdraget. Regionaviser benytter seg ofte andre kilder og tolkninger enn riksavisene, mens riksavisene kan være mer kritiske i sin tilnærming (Bjerke, 2011, s. 232). Engan så for eksempel at regionavisenes funksjon hadde fordeler i bruk av tolkningsrammer. Lokalavisenes tendens til å vektlegge positive hendelser og fenomener i sitt dekningsområde kunne sees som en grunnleggende og vedvarende tolkningsramme i denne avissjangeren, egna til å fremme lokal identitet og tilhørighet (2016, s. 14).



**Figur 1.2. Tre indikatorer for vurdering av samfunnsoppdraget**

Figuren viser indikatorene i studiens modell for å vurdere pressens samfunnsoppdrag. Figuren viser at indikatorene samhandler og påvirker hverandre.

Debatten om klimaendringer har skutt fart både internasjonalt og i norsk presse. Den stadig økende mediedekningen og interessen for informasjon om overgangen til et fornybart samfunn har også gjort feltet interessant for vitenskapen (Boykoff, 2011, Bødker & Neverla, 2014, Hornmoen, 2011, Painter, 2013). Medienes forhold til klimaendringer er mye forsket på (Antilla, 2005, Shehata & Hopmann, 2012, O'Neill, 2013). Det grønne skiftet er i og for seg mye studert, men da ofte forbeholdt felt som energipolitikk, fornybar energi, ingeniørstudier og miljøvitenskap. Hvordan mediene fremstiller det grønne skiftet er fortsatt et begrenset felt fordi studiene ofte tar for seg et snevert felt innenfor det grønne skiftet (Bolsen, 2011, Djerf-Pierre, Cokley & Kuchel, 2016). Studier har blant annet undersøkt kjernekraft (Gamson & Modigliani, 1989), bioenergi (Skjølsvold, 2012) eller små samfunn som jobber med spesifikke tiltak i det grønne skiftet (Horsbøl, 2013, Lösch & Schneider, 2016). Så vidt jeg har brakt på det rene finnes det ennå ingen studie av pressens samfunnsoppdrag i omtalen av det grønne skiftet, verken internasjonalt eller i Norge.

## 1.2. Problemstilling og forskningsspørsmål

Oppgaven søker dermed et innblikk i journalistikkens samfunnsoppdrag i norske trykte riks- og regionavisers omtale av det grønne skiftet. Problemstillingen lyder:



## ***Hvordan oppfyller norske riks- og regionaviser samfunnsoppdraget i omtalen av det grønne skiftet?***

Utgangspunktet for problemstillingen var informasjon fra norske aviser som omtalte det grønne skiftet samt en analyse av hvordan begrepet ble rammet inn. Underveis oppdaget jeg at undersøkelsen av samfunnsoppdraget kunne styrkes ved å analysere forskjellen mellom avissjangre og det redaksjonelle initiativet. Studiens forskningsprosess er med andre ord hovedsakelig deduktiv (fra teori til empiri) men inneholder induktive elementer (fra empiri til teori) for å finne den mest velegnede analytiske modellen for å vurdere samfunnsoppdraget. Basert på en nærlesning av dataene og en økt bevissthet rundt aktuelle forskningsresultater og teorier på dette området ble dermed tre forskningsspørsmål og hypoteser knyttet til problemstillingen utformet:

### **1. Hvilke tolkningsrammer kan identifiseres i omtalen av det grønne skiftet og skiller de seg fra tidligere rammer identifisert i mediens dekning av klimaendringer?**

***Hypotese: Ingen nye rammer vil finnes.***

### **2. Hvordan er det redaksjonelle initiativet i omtalen det grønne skiftet?**

***Hypotese: Det redaksjonelle initiativet er svakt.***

### **3. Hvilke forskjeller kan spores i tolkningsrammer og i det redaksjonelle initiativet i avissjangrene? Påvirker det samfunnsoppdraget?**

***Hypotese: Regionavisene vil fremme flere alternative syn og riksavisene vil være mer kritiske i tilnærmingen som i begge tilfeller vil gagne samfunnsoppdraget.***

1. Første spørsmål springer ut av tidligere forskning som viser at det mangler studier av mediens fremstilling av det grønne skiftet (avsnitt 1.1). Studien tar sikte på å både kartlegge begrepet ved hjelp av tolkningsrammer og å undersøke om det finnes nye rammer. Tidligere studier har vist at de samme tolkningsrammene om klimaendringer i mediene har en tendens til å gjenta seg på tvers av kulturer og land (Nisbet & Newman i Hansen og Cox, 2015, s. 327-328). Hypotesen er at det *ikke* vil finnes nye rammer i dekningen, på tross av at det grønne skiftet ofte omtales som noe nytt og

revolusjonerende (Reppesgaard, 2015). Studien forventer derfor å finne mangler i samfunnsoppdragets oppgave om ulike syn og informasjon.

2. Forskningsspørsmål nummer to bygger på studiene som viser at elite-kilder ofte dominerer i journalistikken (Allern, 2001a, s. 68, Hansen, 2010), at det kan være et misforhold mellom hva slags stoff redaksjonen produser og hva leserne ønsker (Høiby & Ytterstad i Eide et al., 2014, s. 78) og klimajournalistikk som passivt refererer aktørers begivenheter (Bjartnes i Omdal et al., 2013, s. 106ff). Samfunnsoppdragets krav om uavhengighet, informasjon, ulike syn og å avdekke kritikkverdige forhold forventes derfor ikke å oppfylles i tilstrekkelig grad.

3. Spørsmål nummer tre springer ut fra studier som viser at man ofte finner andre syn, kilder og tolkninger i region- og lokalavisene og at denne sjangeren derfor er en viktig motstemme i det nasjonale nyhetsbildet (Mathisen, 2010, s. 57) Hypotesen er at regionaviser vil fremme flere alternative syn og tolkninger som kan ha en positiv innvirkning på samfunnsoppdraget. Når det gjelder riksavisene er hypotesen at de vil oppfylle kravet om å avdekke kritikkverdige forhold i høyere grad fordi denne avissjangeren ofte er mer kritiske til kilder og informasjon (Dimmen, 2012, s. 21).

### **1.3. Definisjoner og operasjonalisering**

Undersøkelsens metodologiske tilnærming er forklart i kapittel 3. Det er likevel hensiktsmessig å kort redegjøre for avgrensning, definisjoner og operasjonalisering her. For det første studeres avisartikler på papir og ikke på nett fordi trykte aviser i større utstrekning arbeider med prioritert stoff på grunn av plassbegrensning, og det ligger ofte større redaksjonelle valg bak saker som kommer på trykk i papiravisen (Lindholm i Ottosen & Krumsvik, 2008, s. 48). Analyseenheter i undersøkelsen er altså avisartikler, men kilder og avissjangre blir også studert. Videre er det nødvendig å avklare studiens analyseenheter og definisjoner av aktørene i studien. Når det gjelder tolkningsrammer som kan indikere hvorvidt rammene har endret eller utviklet seg refereres det til tidligere forskning som studerer ulike type medier: kringkastingsmedier, aviser, sosiale medier og liknende (Nisbet, 2009). Mangfoldigheten av de tidligere studienes ulike medietyper som analyseobjekter blir referert til som *medier* som en samlet betegnelse. Fellesbetegnelsen medier blir også brukt i

avhandlingen når det refereres til journalistikk som formidles i mediene. Her kan man nemlig skille mellom journalistikk og andre typer medieinnhold. Både PR-aktører, underholdningsbransjen og annonsører bruker journalistiske metoder og formater. Hva som hovedsakelig skiller dette innholdet kan i følge Allern sees gjennom journalistikkens forhold til kilder (1997, s. 31). Dersom journalisten ikke bruker journalistiske kriterier på en selvstendig måte, men i stedet prioriterer ut fra tilbud fra PR-byråer og annonsører, blir skillet mellom journalistikk og markedskommunikasjon utvisket. Journalistikk må altså ha fri tilgang til ulike kilder og ta ansvaret for kildekritikk, uten å være bundet til å markedsføre eller å være på oppdrag fra kilden (Allern, 1997, s. 31). I tillegg vil de fleste journalister være enige i at journalistikken baserer seg på virkelighet og ikke fiksjon. At den er faktaorientert og basert på sannhet er en viktig norm (Bjerke, 2011, s. 28). Kildeuavhengighet, fakta og virkelighetsrapportering er altså det klareste normative skillet mellom journalistikk og annen type informasjon. I forbindelse med indikatoren redaksjonelt initiativ refereres det til redaksjonen og det redaksjonelle stoffet. *Redaksjonen* i avhandlingen henviser til avdelingen i mediebedriften som har ansvaret for innholdet i informasjonen som produseres eller formidles, altså det *redaksjonelle stoffet*. Selv om en redaksjon består av både redaktør, journalister og fotografer og innholdet til slutt redigeres av blant annet desken, er det alltid redaksjonen som har ansvaret for det endelige innholdet (Orgeret, 2012a). Redaksjonens avgjørelser påvirker derfor innholdet i størst utstrekning. Prinsippene for redaksjonenes troverdighet og objektivitet er også nedfelt i Vær Varsom-plakaten i tillegg til at redaktørens plikter og rettigheter som skal sikre redaksjonell frihet er nedfelt i Redaktørplakaten (Bjerke, 2011, s. 13-15). I avhandlingens omtale av samfunnsoppdraget refereres det ofte til *pressens* eller *journalistikkens* samfunnsoppdrag. *Presse* er fellesbetegnelsen for nyhetsmedier generelt: både trykte medier som aviser og nyhetsmagasiner, men også radio, fjernsyn og nettmedier (Orgeret, 2012b). Når jeg henviser til den generelle betegnelsen for pressens eller journalistikkens samfunnsoppdrag i teoridelen, gjelder det alle journalistiske institusjoner som legger de presseetiske normene til grunn (PFU, 2015). Videre studeres samfunnsoppdraget spesifikt i de ti avisene som er utgangspunktet for analysen, og det journalistiske oppdraget gjelder altså først og fremst for disse riks- og regionavisene.

To avissjangre er med i undersøkelsen, riks- og regionaviser. Studiens utvalgte aviser er Aftenposten, Adresseavisen, Bergens Tidende, Dagens Næringsliv, Dagbladet, Dagsavisen, Fædrelandsvennen, Nordlys, Stavanger Aftenblad og VG. Disse avisene er valgt fordi de er blant riks- og regionavisene som i størst utstrekning har dekket det grønne skiftet i perioden

2013-2016, og for å sikre variasjon med hensyn til opplag, type, geografisk område og klimasatsing. Regionavisene i utvalget er også knyttet til regioner der oljenæringen sysselsetter store deler av befolkningen og som nå er høyest rammet av arbeidsledighet. Perioden fra og med 1. juli 2013 til og med 30. juni 2016 er valgt da mediene først begynte å skrive om det grønne skiftet i begynnelsen av 2013. Datainnsamlingen startet 1. juli 2016, og det var hensiktsmessig å avgrense perioden til tre hele år for å få et helhetlig bilde av deknningen uten at hendelser påvirket analyse materialet i spesielle retninger. Oppgavens fremste metodologiske tilnærming er en kvalitativ innholdsanalyse av samfunnsoppdraget fordi det krever nærlesning og tolkning av tekster, det kan ikke vurderes kvantitativt. De tre indikatorene tolkningsrammer, redaksjonelt initiativ og avissjangre inneholder derimot kvantitative elementer som gir studien en systematisk vurdering av samfunnsoppdragets kvalitet.

Min rolle og bakgrunn for valg av tema er verdt å nevne. Etter å ha studert faget *Climate Change Journalism* på Høgskolen i Oslo og Akershus, ble jeg engasjert i koblingen mellom klimaendringer og journalistikk. I tillegg har jeg vært nestleder i det tverrfaglige nettverket Concerned Students<sup>4</sup> og studentmedlem i forskergruppa Concerned Scientists som begge arbeider for å fremme forskning om klimaendringer i akademia og i samfunnsdebatten. Min rolle som forsker springer derfor ut av en interesse og et engasjement, og en slik nærhet til feltet er en viktig forutsetning i denne studien. Likevel er det som forsker nødvendig med en refleksiv holdning til materialet og at en ser betydningen av sin egen rolle i samhandling med studien, noe jeg vil drøfte nærmere i kapittel 3.

## 1.4. Oppgavens struktur

Det innledende kapittelet gir en kort innføring i studiens tema, tidligere forskning på feltet og analysemodellen for samfunnsoppdraget. Kapittelet gir også en forklaring på begreper og definisjoner som benyttes i oppgaven samt et innblikk i hvordan studien av samfunnsoppdraget er operasjonalisert. I kapittel 2 gis en gjennomgang av studiens teoretiske

---

<sup>4</sup> Concerned Students er et tverrfaglig nettverk for studenter som ønsker å løfte frem klimaspørsmål i ulike akademiske retninger. Concerned Scientists Norway er en sammenslutning av forskere som arbeider for å bidra til et mer klimavennlig samfunn gjennom å arrangere konferanser og seminarer og å skrive kronikker og artikler til fagtidsskrifter og dagspresse.

perspektiver: teori og etikk knyttet til pressens samfunnsoppdrag og teori og tidligere forskning knyttet til indikatorene i modellen. Kapittel 3 er oppgavens metodekapittel der jeg forklarer og begrunner oppgavens metodologiske tilnærming samt operasjonalisering og avgrensning. Modellen for studiens analyse av tolkningsrammer – *mediepakkemodellen* utviklet av Gamson og Lasch (1983) med Ihlens modifikasjoner (2007) – forklares også her. Studiens datakvalitet: reliabilitet, validitet og generaliserbarhet drøftes til slutt i kapittelet. I kapittel 4 presenteres funnene i oppgaven etterfulgt av en analyse. Kapittelet starter med en presentasjon av de identifiserte tolkningsrammene, deretter presenteres funnene i det redaksjonelle initiativet og til slutt funnene i riks- og regionavisene. Etter funn fra hver indikator, analyseres de i lys av teoretiske perspektiver og tidligere forskning beskrevet i kapittel 2. I kapittel 5 oppsummeres hovedfunnene etterfulgt av en drøfting rundt hva de betyr for samfunnsoppdraget. Videre presenteres svar på forskningsspørsmålene før jeg konkluderer om pressens samfunnsoppdrag ble oppfylt i omtalen av det grønne skiftet. Helt til slutt vil jeg komme med forslag til videre forskning.

## 2 Teoretiske perspektiver

Kapittelet gir en innføring i teori og etikk om samfunnsoppdraget samt teoretiske perspektiver knyttet til indikatorene i studiens analysemodell: tolkningsrammer, redaksjonelt initiativ og avissjangre.

### 2.1. Journalistikkens samfunnsoppdrag

Det er pressens funksjon og ansvar i samfunnet som legitimerer journalistikken og gjør det viktig å være kritisk til avisenes nyhetsformidling. En redegjørelse av hva journalistikkens samfunnsoppdrag innebærer er derfor viktig for oppgaven. Johann Roppen og Sigurd Allern trekker innledningsvis fram i boka *Journalistikkens samfunnsoppdrag* at begrepet er vanskelig å definere og at det stadig pågår diskusjoner om dets definisjon (2010, s. 11-31). De påpeker likevel relevante aspekter knyttet til oppdraget: utviklingen av pressen som den fjerde statsmakt og statsstøtte til aviser. Opphavet til pressen som den fjerde statsmakt knyttes til ideen om at all journalistikk skal være "uavhengig" både av politikk og økonomi (Bjerke, 2011, s. 208). Det har ikke alltid vært slik. Pressen var lenge nært knyttet til politiske partier, og den politiske journalistikkens formål var da å bidra til å styrke den politiske retningen som avisen tilhørte. Dette kom åpent til uttrykk på leder- og kommentarplass og påvirket både nyhetsprioritering, vinkling og debattredigering (Allern, 2001b, s. 12). I dag er pressen avpartifisert både med hensyn til eierskap og andre formelle bånd. Uavhengighet fra partier og interessegrupper har derfor blitt en sentral del av den journalistiske yrkesideologien (Roppen & Allern i Roppen & Allern, 2010, s. 13f).

Utviklingen kan spores til den gamle, liberale ideen om pressen som "den fjerde statsmakt", et kontrollerende og kritisk organ som opptrer på folkets vegne. Opprinnelig var begrepet en betegnelse på pressebenken i det britiske parlamentet og ble karakterisert som en fjerde riksstand ved siden av de tradisjonelle riksstandene: adelen, geistligheten og "the commons" (menn som eier egen eiendom) (Roppen & Allern i Roppen & Allern, 2010, s. 13f). Begrepet ble etter hvert tolket av pressen selv som en symbolsk statsmakt med rett og plikt til å kritisere de ordinære statsmaktene: den lovgivende, den utøvende og den dømmende makt. Pressens rolle som den fjerde statsmakt innebærer at den skal være gransker, kritiker og

korrigerer av de tre formelle statsmaktene (Roppen & Allern i Roppen & Allern, 2010, s. 13f). For at pressen skal kunne ivareta en slik rolle som overvåker er det en viktig forutsetning at pressen er fri fra alle bånd til makthaverne (Morlandstø, 2003, s. 37). Ideen om pressen som en fjerde statsmakt knyttes også til forståelsen om at den journalistiske institusjonen utøver en viktig maktkritisk funksjon i samfunnet. Denne maktkritiske funksjonen oppfattes som en slags samfunnskontrakt der pressen har påtatt seg et ”samfunnsoppdrag” med å administrere samfunnsinformasjonen (Sjøvaag i Roppen & Allern, 2010, s. 36). Pressestøtten og moms fritaket<sup>5</sup> understreker også betydningen pressen har for ytringsfriheten og i demokratiet. Hva dette samfunnsoppdraget angår sett fra pressens ståsted er nedfelt i pressens etikkplakat, Vær Varsom-plakaten (PFU, 2015). Blant annet heter det i punkt 1.1., 1.2. og 1.4 at:

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

1.2. Pressen ivaretar viktige oppgaver som informasjon, debatt og samfunnskritikk. Pressen har et spesielt ansvar for at ulike syn kommer til uttrykk.

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

Disse tre punktene er sentrale i pressens dekning av det grønne skiftet. Klimaendringer, omveltninger i ressursbruk og økonomi er komplekse områder som krever grundig, variert og kritisk journalistikk for å gi offentligheten tilstrekkelig informasjon om hvordan endringene påvirker samfunnet. Og pressen har altså et spesielt oppdrag i samfunnet med å administrere denne informasjonen.

Medieforskere er kritiske til at pressen er tildelt rollen som maktovervåker i samfunnet og at journalister har fått fritt spillerom til å styre informasjon fra kilder og andre instanser (Raaum, 1999, Bjerke, 2011). Raaum peker på at selv om det finnes mange vitnemål som hevder at pressen har et spesielt oppdrag i samfunnets tjeneste, er ikke ”oppdraget” nedfelt i grunnloven eller i annen lov. Han kritiserer at pressens samfunnsoppdrag eksisterer uavhengig av lovverket og likevel oppfattes som et udiskutabelt faktum som det ikke finnes

---

<sup>5</sup> Pressestøtten innebærer direkte økonomisk bidrag fra staten til norske aviser. Den innebærer også indirekte støtte som moms fritak: fritak for merverdiavgift for omsetning av aviser trykket på papir: [snl.no/pressestøtte](http://snl.no/pressestøtte).

noe behov for å stille spørsmål ved (1999, s. 65). Kritikk av pressens rolle som samfunnsvokter stammer blant annet fra hendelser der mediene har opptrådt uetisk ved å forfølge kilder eller ved å gi en gal eller skjev fremstilling av saker (Bjerke, 2011, s. 42ff). Politikere eller andre offentlige personer har ofte vært gjenstand for oppslag om trivielle normbrudd som slås opp som store skandaler og som får alvorlige konsekvenser for den rammede (Allern i Allern & Pollack, 2009, s. 59ff). Offentlige personer har blant annet fått ødelagt sine karrierer, familieliv og privatliv som følge av mediens overdrevne eller ensidige dekning av slike norm- eller lovbrudd (Bjerke, 2011, s. 42ff). Ensidig bruk av tolkningsrammer har blant annet vært kilde til skjev og feilaktig framstilling av personene i mange av disse sakene<sup>6</sup>.

Som det fremgår av Vær Varsom-plakaten punkt 1.4 har pressen plikt til å sette et kritisk søkelys på hvordan mediene selv oppfyller sin samfunnsrolle. Det finnes imidlertid en skillelinje mellom ideologi og praksis her (Allern, 2001b, s. 11). Etikklakater som Vær Varsom-plakaten fremmer idealiserte beskrivelser av hva pressen bør være, men de forteller lite om pressens praksis og dens faktiske rolle i samfunnet. Problemet er i følge Bjerke at det ikke finnes noen kunnskap om hvorvidt journalistikken faktisk oppfyller oppdraget. Profesjonen ønsker heller ikke å inn på en diskusjon om deres oppdrag og nytte. Det finnes heller ingen som vokter journalistene – de styres kun av andre journalister (2011, s. 209). Og Pressens Faglige Utvalg (PFU) som behandler klager mot pressen i presseetiske spørsmål, stiller ikke krav om at journalistikk skal dekke spesielle saksfelt, være sant eller ta stilling til hvem som har rett i en sak (Bjerke, 2011, s. 122). De stiller kun krav om at begge parter skal komme til orde i en sak og at redaksjonen skal kunne dokumentere at den har gjort akseptable undersøkelser for å dokumentere kildenes troverdighet (Bjerke, 2011, s. 139ff).

Parallelt med at klimaendringer og energipolitikk stadig blir viktigere i samfunn og journalistikk, har pressen de senere årene vært gjennom endringer som kan påvirke deres mulighet til å oppfylle samfunnsoppdraget. Mediebransjen har vært gjennom en turbulent periode hvor finanskrisen i 2008 kom på toppen av strukturelle og teknologiske endringer som går lenger tilbake i tid (Rørvik & Nesheim, 2010, s. 7). Publikums mediekonsum har

---

<sup>6</sup> Skandalen mellom LO-leder Gerd Liv-Valla og leder for LOs internasjonale kontor Ingunn Yssen innrammet som en "arbeidsmiljøsak" og "mobbesak". Når VG hadde valgt denne rammen, måtte alle oppfølger-sakene passe inn i samme ramme og all annen informasjon som falt utenfor, ble oversett og utelatt (Allern i Allern & Pollack, 2009, s. 59ff).



endret seg fra å lese betalt papiravis til å lese gratis nettavis som har ført til vansker for finansiering av journalistikken. Omstilling til digitale plattformer krever også større redaksjonelle ressurser enn før. I tillegg til annonseinntekter mottar mange mediebedrifter pressestøtte, men støtten er også blitt redusert på grunn av økonomiske nedgangstider i Norge. Til sammen har pressen opplevd en nedgang i inntekter som har ført til nedskjæringer i pressens økonomi og bemanning (Rørvik & Nesheim, 2010, s. 2-7). Samtidig krever både de digitale endringene og kommersielle hensyn at journalister produserer og oppdaterer innhold i høyere grad enn før. Allern (2002) trekker også fram konsekvensen av innskrenkninger i mediebransjen. Når ressursene må kuttes ned på mener han det får konsekvenser for den journalistiske produksjonen. Det blir færre muligheter til gravejournalistikk og reportasjer. Det som prioriteres er ”samlebåndsjournalistikk” knyttet til arbeid som kan gjøres fra hjemme-redaksjonen i nær kontakt med institusjonelle og byråkratiske kilder (s. 12).

Økonomiske ressurser som påvirker kvaliteten på journalistikken kan knyttes til nyhetsmedienes todelte natur (Allern, 2002, s. 3ff). På den ene siden representerer mediene en samfunnsinstitusjon som er tilegnet en viktig rolle i kjernepolitiske verdier som ytringsfrihet og demokrati. På den andre siden er nyhetsmediene bedrifter som produserer varer: informasjon og underholdning for et marked. Nyhetsmediene er organisert som bedrifter, med produksjon og distribusjon av medieprodukter på et avgrenset område. Alle nyhetsmedier som i dag skal fungere innenfor et kapitalistisk varemarked må forholde seg til en markedsorientering og en redaksjonell markedsstrategi. Det gjelder også sosialistiske aviser og mediebedrifter som drives på et ideelt eller publisistisk grunnlag. Det er imidlertid forskjeller på de mer ideelle mediene og de nyhetsbedriftene som først og fremst skal skaffe overskudd til kommersielle eiere. Poenget er at nyhetsmediene ikke uavhengig kan prioritere stoff som krever store redaksjonelle ressurser, de må også forholde seg til kravene til bedriften og konsernets stilling på finansmarkedet. Disse hensynene kan påvirke hvilke stoffområder og kildegrupper som prioriteres og i hvor høy grad kvalitets- og gravejournalistikk kan prioriteres. Det er imidlertid ikke slik at kommersielle nyhetskrav overstyrer kvaliteten på journalistikken – det finnes også etablerte forventninger hos publikum knyttet til nyhetsinstitusjonen når det gjelder redaksjonell kvalitet (Allern, 2002, s. 3-11).

## 2.2. Tolkningsrammer

Tolkningsrammer er mye studert av forskere og teoretikere med ulike teoretisk og metodisk bakgrunn. Rammekonseptet har blitt brukt i psykologi, sosiologi, statsvitenskap, kommunikasjon og medievitenskap. Forskningen er derfor teoretisk mangfoldig og sammensatt av ulike definisjoner. Innenfor journalistikkforskning og politisk kommunikasjon er rammer ofte definert som måter å konstruere budskap på (ofte nyheter) på som vektlegger enkelte aspekter fremfor andre (Entman, 1993, s. 51). Til tross for at teorien om rammer er svært utbredt i ulike fagmiljøer er det lite enighet om hvordan begrepet skal defineres, hvordan rammer skal identifiseres og hvordan de påvirker vår tekning generelt (Entman, 1993, s. 51). Videre vil jeg trekke frem ulike bruksområder og tilnæringer før jeg beskriver forståelsen som er utgangspunktet for denne studien.

### 2.2.1. Oppgavens tolkningsrammer

Tolkningsrammer kan studeres i ulike ledd knyttet til mediens kommunikasjonsprosess. Jeg vil derfor kort redegjøre for denne studiens hovedområde. Entman, Matthes og Pellicano (i Wahl-Jorgensen & Hanitzsch, 2009, s. 175ff) har delt opp kommunikasjonsleddene i strategiske rammer, journalistiske rammer, medierammer/nyhetsrammer og effekter av rammer. En slik inndeling er nyttig fordi den tydeliggjør de ulike fasene i kommunikasjonsprosessen og gir en pekepinn på at rammer må studeres og forstås forskjellig etter hvilket ledd i kommunikasjonsprosessen en tar for seg (Beyer, 2010). De *strategiske rammene* befinner seg utenfor og forut mediens behandling av saker. I studien av disse rammene dreier det seg om å avdekke hvordan aktører utenfor mediene konstruerer fremstillingsmåter av saker de har en interesse i. *Journalistiske rammer* handler om seleksjons- og konstruksjonsprinsipper journalister benytter når informasjon behandles, når en hendelse velges fremfor en annen og når selve nyhetssaken produseres. Perspektiver fra historiske og sosiologiske syn på journalistikkens normer og arbeidsformer kan gi innsikt i hvordan rammebygging foregår i redaksjoner, som følge av journalistikkens selvforståelse og dens konkrete arbeidsformer. *Medierammer* ser på hvordan strategiske og journalistiske rammer manifesterer seg i medieinnholdet og studeres ofte ved hjelp av innholdsanalyse. Det fjerde leddet i kommunikasjonsprosessen er publikums møte med tekstene, *effektene* av rammer og hva som kommer ut av et slikt møte. I rammeforskning av effekter undersøkes

hvordan publikum forstår en sak og hvilke aspekter av saken de vektlegger (Beyer, 2010). Denne oppgaven undersøker ledd nummer tre - innhold i aviser, altså *avismedienes tolkningsrammer*.

Videre kan en skille mellom *saksspesifikke* og *generiske tolkningsrammer* (Beyer, 2010). Saksspesifikke rammer er knyttet til spesielle tema eller hendelser, mens allmenne rammer overskrider enkelttemaene og kan identifiseres over ulike tema. Uansett kan tolkningsrammer vanligvis ikke reduseres til standpunkt i saker, individuelle hendelser eller omstridte tema. Et ja/nei-standpunkt til EU er for eksempel ingen tolkningsramme, derimot kan Norges forhold til EU rammes inn som ”utenforlandet” eller ”annerledeslandet” (Allern, 2001b, s. 57). Ihlen og Nitz argumenterer for at en tolkningsramme bør være så vidt abstrakt at den kan brukes om mange ulike temaer. Saksspesifikke rammer bør kunne knyttet til spesielle tema eller hendelser også må kunne brukes om flere ulike enkeltsaker. Eller man bør kunne knytte de saksfokuserede tolkningsrammene til en mer overgripende makroramme som inneholder en bredere forståelse av temaet (2008, s. 14).

### **2.2.2. Litteraturgjennomgang og definisjoner**

Begrepet rammer kan spores helt tilbake til den amerikanske journalisten og filosofen Walter Lippmann (1922). Han mente at ingen kan være allestedsnærværende og allvitende. Mye av vår informasjon har vi ikke opplevd selv, og kunnskap om politikk og innsikt i offentlige saker kommer sjelden fra egen erfaring, men fra mediene. Mediene tegner opp et bilde av virkeligheten, og dette bildet forholder vi oss til når vi prøver å forstå offentlige saker:

“We cannot be much interested in, or much moved by, the things we do not see. Of public affairs, each of us sees very little, and therefore, they remain dull and unappetizing, until somebody, with the makings of an artist, has translated them into a moving picture” (Lippmann, 1922, s. 104).

Lippmann brukte ikke selvet begrepet rammer i sin tekst, men han var en viktig inspirasjonskilde for senere utvikling av teorien. Den kanadiske sosiologen Erving Goffman regnes for å være en av de første som brukte rammebegrepet i sin forskning og har senere blitt sitert av mange teoretikere. Blant annet er Goffmans rammedefinisjon fra *Frame Analysis* mye brukt:

“I assume that definitions of a situation are built up in accordance with the principles of organization which govern events – at least social ones – and our subjective involvement in them; frame is the world I use to refer to such of these basic elements as I am able to identify” (Goffman, 1974, s. 10-11).

Rammebegrepet ble her brukt i forbindelse med kognitive strukturer som vi benytter for å forstå hendelser i hverdagen, om mellommenneskelige relasjoner og hvordan vi som mennesker opplever verden. For Goffmann var rammer det som lot brukeren lokalisere, motta, identifisere og sette merkelapper på konkrete hendelser. Han kalte disse for ”tolkningskjemaer” (1974, s. 21). Goffmans oppfatning av rammer har vært viktig for medievitenskapen og en inspirasjonskilde for mange medieforskere. I 1980 begynte tolkningsrammer å dukke opp i mediesammenheng. Da forsket blant annet Tuchman og Gitlin på rammer og medieinnhold og påpekte at medienes versjon av virkeligheten må ses som en sosial konstruksjon og ikke som en passiv speiling av virkeligheten (i Ihlen, 2007, s. 27). I studiene koblet Tuchman og Gitlin begrepet opp mot nyhetsinstitusjonen og dens produksjonskrav og kultur. Her var det i motsetning til Goffman ikke lenger snakk om individets verdensoppfattelse, men hvordan journalister framstiller informasjon slik at den blir lettere for publikum å forstå. De belyste blant annet hvordan mediene gjerne vil ha dramaturgi, metaforer og tilspissede konflikter. De trekker også fram at journalister ofte forsøker å være objektive og upartiske og la alle parter komme til orde i en konflikt (i Ihlen, 2007, s. 27).

Å etterstrebe et objektivitets- eller balanseideal kan imidlertid få negativt utfall i dekingen av en sak. Krav om balanse har for eksempel vist seg å være problematisk i medienes deking av klimaendringer der motstridende syn med ulikt antall tilhengere får like mye plass (Boykoff & Boykoff, 2007). Klimaskeptikerne som utgjør en marginal gruppe er ofte blitt overrepresentert fordi de får like mye plass som klimavitenskapen det hersker mest konsensus om, og som utgjør en betydelig større gruppe (Ryghaug, 2006). Ytterstad undersøkte hvordan journalister forholdt seg til objektivitetsidealet i klimajournalistikken (2011). I studien gikk det fram at de fleste journalister oppfatter objektivitet som balanse mellom kilder med ulike interesser og synspunkt. Journalistene i undersøkelsen mente at de alltid bør forsøke å balansere fremstillingen og unngå å markere egne synspunkter. Ytterstad mener at det kan svekke klimadebatten fordi objektivitets- og balanseidealet skygger for sannheten og gjør debatten lite fremadrettet. Et kritisk realistisk objektivitetsideale er å foretrekke (2011). Det går ut på at virkeligheten har dybde, derfor må journalister grave for å

få fram sannheten om strukturer og årsaker. Som Østlyngen og Øvrebø sier: ”det finnes en ytre forankring for journalistikkens budskap og beskrivelser” (1999, s. 93).

Definisjonen av rammebegrepet utarbeidet av sosiologen William Gamson og hans kolleger er mye benyttet i medievitenskap. I følge Gamson og Modigliani (1989) brukes rammer av publikum som interpretative skjema for å gi mening til en sak, av journalister for å tilpasse komplekse saker inn i appellerende nyhetsstoff, av politikere for å definere politiske muligheter og av eksperter for å kommunisere til andre eksperter eller til et større publikum. Gamson (1992) promoterte også den konstruktivistiske tilnærmingen til rammebegrepet. Den konstruktivistiske filosofien går kort fortalt ut på at all fakta og sannheter er konstruerte og må heller sees som en tolkning heller en direkte avspeiling av verden.

Som nevnt har rammebegrepet fått mye kritikk for dets fragmenterte og spredte definisjoner. Mange snakker om teoretisk og empirisk vaghet på grunn av en manglende felles teoretisk modell som kan underbygge forskning om tolkningsrammer (Entman, 1993, Brosius & Eps, 1995). Entman forsøker derfor å komme frem til en helhetlig definisjon i artikkelen *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*:

“Framing essentially involves selection and salience. To frame is to select some aspects of perceived reality and make them more salient in the communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation and/or treatment recommendation for the item described. Frames, then, define problems—determine what a causal agent is doing and costs and benefits, usually measured in terms of cultural values; diagnose causes—identify the forces creating the problem; make moral judgments—evaluate causal agents and their effects; and suggest remedies—offer and justify treatments for the problem and predict their likely effects” (1993, s. 55).

I følge Entman handler rammer først og fremst om utvelgelse og vektlegging. Av definisjonen går det frem at tolkningsrammer tar utgangspunkt i deler av virkeligheten og fremhever så en tolkning og evaluering av den virkeligheten. Entman mener at utelatelse av opplysninger i en tekst også gir informasjon om den latente meningen i teksten. “The omission of potential problem definitions, explanations, evaluations and recommendations may be as critical as the inclusions in guiding the audience” (1993, s. 54). Han trekker også frem det kulturelle aspektet som innebærer at rammer belyser noen deler av informasjonen ved hjelp av plassering, repetisjon og assosiasjoner med kulturelt aksepterte symboler. De rammene som anvender flest kulturelle gjenkjennbare begrep, mener han har størst mulighet

for påvirkning (Entman, 1993, s. 53).

I norsk medievitenskap har medieforsker Sigurd Allern bidratt mye til analyse av tolkningsrammer i norske aviser. Hans forskning vil være viktig for denne studiens analyse. Allern definerer tolkningsrammer i journalistikken som nyttige for å gjøre en enkeltstående begivenhet mer forståelig, og ved at begivenheten inngår i et mønster vi kjenner blir den mer gjenkjennelig. På den måten produseres nyheter for å overraske og for å fortelle noe vi ikke visste fra før, samtidig som saker kan tolkes innenfor faste og kjente rammer. Ved å framstille noe som er overraskende eller sensasjonelt forteller mediene oss på den måten samtidig hva som er normalt (2001a, s. 68). Som Gamson (1992), ser også Allern journalistiske tolkningsrammer som konstruktivistiske heller enn en direkte avspeiling av verden. Journalister og redaktører hevder ofte at avisen serverer leserne meninger på leder- og kommentar plass, mens nyhetsjournalistikken ”speiler virkeligheten” (2001b, s. 52ff). Å speile virkeligheten knyttes til journalistiske idealer om faktaorientering, objektivitet og balanse. Det er i følge Allern et problem med denne selvforståelsen fordi den representerer en form for naiv realisme der journalistenes og nyhetsorganisasjonens selvstendige rolle kommer i bakgrunnen. Det har derfor mer for seg å karakterisere journalistikk som en sosial konstruksjon av virkeligheten. Nyheter er ikke ”det som skjer”, men det som blir vurdert som en journalistisk begivenhet, fortolket og rapportert. Nyhetsorganisasjonen må gi hendelsen mening, og journalistikk blir til i et møte mellom to parter, redaksjoner og kilder. Journalister er med andre ord deltakere i det samfunnet de beskriver. Derfor er konstruktivismen et nødvendig alternativ til avspeilingsteoriens naive realisme. Vi kan presentere ulike synspunkter om virkeligheten og verden rundt oss, men disse kan bare bli vurdert mot hverandre og ikke i forhold til noen opprinnelig standard eller sannhet (2001b, s. 52ff).

Problemet med tolkningsrammer er ikke at de eksisterer. Problemet er i følge Allern måten de brukes på:

”Medierammer er som nevnt nødvendige elementer for å ordne og sortere flommen av inntrykk og nyhetsbiter. Problemet med dem er ikke at de finnes, men heller at de spesifikke tolkningsrammene som brukes vanligvis er så innbakt i organisatoriske rutiner, tradisjonelle vinkler og byråkratisert kildekontakt at de framstår som naturlige, ”objektive” og udiskutable” (2001b, s. 58).

De etablerte tolkningsrammene sørger dermed kun for at ”det nye” stort sett etablerer konsensus og konvensjonell kunnskap. Tolkningsrammene øker alt for sjelden forståelsen for

det som skjer i samfunnet. Å presentere alternative syn eller alternative tolkningsrammer vil derimot kreve en aktiv og bevisst bruk av andre kilder og alternative rammer (Allern, 2001a, s. 68-69).

### 2.2.3. Tolkningsrammer i medienes dekning av klimaendringer

Innledningsvis spurte jeg om pressens dekning av det grønne skiftet inneholder andre rammer enn tidligere funnet i medienes dekning av klimaendringer. I dette avsnittet presenteres hvilke tolkningsrammer som har vist seg å dominere i tidligere studier basert på et litteratursøk<sup>7</sup> om medienes rammer i dekningen av klimaendringer.

Rammen som handler om **konflikt/strategi** er fremtredende i litteratursøket. Den handler om konflikt mellom individer, grupper, institusjoner, regioner eller nasjoner. Det dreier seg også om taktikk eller strategi i klimapolitikk og om hvordan det ”spilles politisk” (Nisbet, 2009, s. 18, Nisbet & Newman i Hansen og Cox, 2015, s. 327-328)<sup>8</sup>. Noen forskere har også sett at denne rammen de senere årene stort sett har dreid seg om politikk og politisk spill, mer enn konflikt mellom grupper eller land. Ofte handler det om å sette politikere opp mot hverandre (O’Neill et al., 2015, s. 381). En annen fremtredende ramme i medienes dekning av klimaendringer er **moral/etikk-rammen**. Den handler om rett og galt, om å respektere eller overskride religiøse, etiske eller naturlovens grenser. Rammen fremhever også sosiale normer eller den diskuterer rettferdighet for de som er rammet av klimaendringer (O’Neill et al., 2015, s. 381). En ramme som er mye brukt kalt **ansvarsrammen** kan også likne moral/etikkrammen. I ansvarsrammen vektlegges derimot hvem som har ansvaret for årsaken eller løsningen på klimaproblemene. Rammen er ofte preget av en advarende tone, bekymring og frykt. Det henvises til å ta ansvar for FN’s klimapanel’s forskning<sup>9</sup>, alvorlige klimaendringer og klimaflyktninger (Semetko & Valkenburg, 2000, s. 95f).

En annen typisk ramme i medienes klimadekning handler om de negative konsekvensene av

---

<sup>7</sup> Litteratursøket ble gjort i Web of Knowledge med søkeordene ’frames’, ’climate change’ AND ’media’ OR ’communication’ 18. November 2016.

<sup>8</sup> Nisbet kartla åtte typiske rammer først i artikkelen *Communicating Climate Change: Why frames matter for public engagement* fra 2009. I 2015 samlet Nisbet og Newman studier fra flere kontinenter de senere årene der de samme rammene fortsatt var gjeldende (i Hansen og Cox, 2015, s. 327-328).

<sup>9</sup> FN’s klimapanel vurderer all tilgjengelig forskning om klimaendringer og hvilke miljømessige, sosiale og økonomiske konsekvenser den har: [fn.no/Tema/Klima/Hva-er-FNs-klimapanel](http://fn.no/Tema/Klima/Hva-er-FNs-klimapanel)

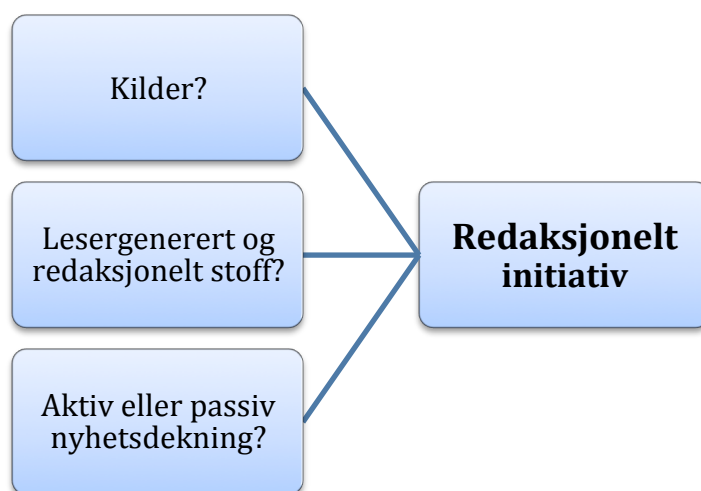
klimaendringer: økonomiske tap, klimaflyktninger, tap av naturmangfold og fattigdom. Rammen inneholder ofte katastrofe-tekning og definerer klimaproblemet eller teknologien som ”ute av kontroll” eller et slags monster. Typiske setninger kan være ”toget har gått, veien er klar, det er ingen vei tilbake”. O’Neill og hans kolleger kalte rammen for **Pandora’s box/fatalisme/flyktig vitenskap** (2015, s. 381). Eide og Ytterstads studie som undersøkte tolkningsrammer i FNs klimatoppmøte i Bali i desember 2007 identifiserte en **domestiserings-ramme** i deknningen (2011, s. 60ff). Studien identifiserte en høy grad av domestisering i de internasjonale forhandlingene, altså at internasjonale nyheter ble tillagt en nasjonal vinkel. De to norske avisene i studien, Aftenposten og VG fremstilte Norge som en internasjonal helt i forhandlingene og man kunne ofte se et ”vi” mot ”dem”, spesielt med tanke på hvem som hadde de største CO2-utslippene og hvem som hadde gjort mest for klimaet (Eide & Ytterstad, 2011, s. 60ff).

Andre dominerende rammer i mediernes klimadekning handler om **økonomi, utvikling og konkurransedyktighet**. På den ene siden dreier det seg om økonomisk utvikling og viktige prinsipper som økonomisk vekst, investeringer, markedsfordeler og risiko. Også fremtreende her er økonomiske konsekvenser av klimaendringer og ønsket om å beskytte lokal, nasjonal eller global konkurransekraft. På den andre siden dreier rammen seg om **samfunnsutvikling** - om å forbedre livskvalitet eller å finne løsninger på samfunnsproblemer. Utvikling basert på å leve i harmoni med natur istedenfor herredømme (bærekraftig utvikling) er også gjeldende (Nisbet, 2009, s. 18). Forskere har funnet at denne rammen har vært mer preget av optimisme og mulighetstekning de senere årene (O’Neill et al., 2015, s. 381). På den økonomiske siden dreier det seg om håp om fremtidig gevinst gjennom satsing på klimavennlig teknologi. På samfunnsutviklingssiden dreier det seg mer om sosial utvikling og muligheter til å skape en bedre verden. Rammen gjenspeiler konflikt eller diskusjon om vekst og vern, noe som tradisjonelt har stått sterkt i diskusjonen om bærekraftig utvikling. Begrepet bærekraftig utvikling handler om å forene ivaretagelse av naturen med økonomisk vekst, og ble først brukt i forbindelse med Brundtland-rapporten i 1987 (Robinson, 2004). Debatten om begrepet har ofte handlet om økonomisk vekst på den ene siden og naturvern på den andre, eller hvordan en skal forene de to. Diskusjonen om vekst eller vern i Norge har for eksempel dreid seg om oljenæring mot miljøavgifter eller arbeidsplasser mot klimahensyn (Ryghaug, 2006).



## 2.3. Redaksjonelt initiativ

Det redaksjonelle initiativet studeres ved hjelp av tre elementer. 1) Kildebruk gir signaler om hvilke kilder avisene mener formidler den viktigste informasjonen. 2) Lesergenerert og redaksjonelt stoff kan indikere redaksjonens prioritering sammenliknet med lesernes forventning og ønske. 3) Aktivt og passivt nyhetsstoff kan indikere hvorvidt avisa fremmer uavhengighet og kritikk. Figur 2.2. gir en oversikt over elementene.



**Figur 2.2.** Tre elementer i studien av det redaksjonelle initiativet

Bruk av tolkningsrammer skjer også gjennom kontakt og forhandling med kilder fordi informasjonen kildene gir påvirker hvilke aspekter som vektlegges i en sak (Allern, 2001a, s. 69). Gjennom sine kildevalg signaliserer journalistikken hvilke institusjoner og personer det er verdt å lytte til. Et gjennomgående trekk med journalisters kilderelasjoner er avhengigheten av informasjon fra elite-kilder og offisielle kilder, det vil si representanter for myndigheter, institusjoner og ledende organisasjoner (Allern, 2001a, s. 69). Ved å benytte seg av denne typen kilder signaliserer mediene at disse personene sitter med mest sakkunnskap og er mest sentrale når nyhetsverdige hendelser produseres. I studier om klimajournalistikk har man også sett tendenser til sterk bruk av institusjonelle og byråkratiske kilder framfor kilder fra "grasrota" eller "vanlige folk" (Miller & Riechert i Allan et al., 2000, Hansen, 2010). Problemet er at når nyhetsmediene henter informasjonen gjennom "autoriserte vitere" fører det til at vi kun ser verden rundt oss gjennom disse institusjonelle elitenes briller. Informasjonen vi får om samfunnet blir ensporet og skjev (Allern, 2001a, s. 69).

Om lesergenerert eller redaksjonelt stoff dominerer i deknningen av en sak, signaliserer hvorvidt reaksjonen prioriterer å dekke et saksfelt og om leserne ønsker annet stoff enn det redaksjonen produserer. Eide og Naper undersøkte hvor stor plass klimaendringer fikk i mediernes dekning av valgkampen i 2013. Studien viste at andelen meningsstoff i avisene og utgjorde over halvparten av materialet. I ni av ti av avisene de undersøkte så klimaendringer ut til å være en arena for meninger heller enn oppsøkende journalistikk (i Eide et al., 2014, s. 46ff). At hovedtyngden ligger på meningsstoff framfor redaksjonelt stoff kan mulig forklares med økonomisk krise og endringer i mediebransjen, noe som resulterer i en lavere andel oppsøkende journalistikk fordi den krever mer ressurser (McNair i Franklin, 2008, s. 117). Tendensen kan også skyldes at journalister venter på signal fra leserne for å satse større på en sak. Høiby og Ytterstad intervjuet journalister om hva som fikk en redaksjon til å eventuelt øke prioriteringen på klimastoff under valgkampen 2013. De fant at det var publikum og leserne som fungerte som en eventuelt økt satsing på klima. Det viste seg også å være et skjevt forhold mellom hva leserne ønsket og hva redaksjonen produserte. Journalist Mari Skurdal i Klassekampen nevnte i intervjuet at: ”Vi fikk mange leserinnlegg og henvendelser, jeg tror våre lesere er veldig opptatt av klima og miljø, mye mer enn det vi skriver skulle tilsi” (i Eide et al., 2014, s. 76ff).

I en Fritt Ord-rapport om journalistikk og demokrati (Omdal et al., 2013) var hensikten å kartlegge hvordan økonomisk krise og endringer i mediebransjen reduserer det journalistiske feltet og hva det har å si for demokratiet. En av forfatterne, Anders Bjartnes, mente at mediekrise førte til at færre journalister hadde tid til å arbeide i dybden og konsekvensen var utilstrekkelig dekning av saksfelt som skapte blindsoner i journalistikken. Bjartnes mente at klima- og energijournalistikken befant seg i en slik blindsoner blant annet på grunn av manglende redaksjonelt initiativ (i Omdal et al., 2013, s. 106ff). Når saker om klima og energi først ble omtalt var det ofte et resultat av en hendelse eller innspill fra de store aktørene i feltet, for eksempel fra Statoil eller Oljedirektoratet. På den måten kom ikke sakene av eget redaksjonelt initiativ, men som en respons på en begivenhet og på premissene til en dominerende aktør i samfunnet. Konsekvensen var at journalistikken ble et ekko av de store aktørene og opptrådte ikke som uavhengig og kritisk (i Omdal et al., 2013, s. 106ff). Imidlertid gjelder ikke dette bare klima- og energijournalistikk. Andre studier viser også at mediernes kildebruk generelt ikke er aktivt undersøkende, men passivt refererende, bygd på

én eller få kilder og informantene er overveiende hentet fra ledelsen i næringsliv, bedrifter og organisasjoner (Allern, 2001c, s. 287f).

Redaksjonelt initiativ kan også sees i forbindelse med hvorvidt et tema kommenteres på leder- eller redaksjonell kommentar plass i avisa. I følge Eide og Naper er det å kommentere en sak på lederplass en tydelig indikator på hvorvidt avisa prioriterer det aktuelle stoffet (i Eide et al., 2014, s. 49). Lederens fremste kjennetegn er nemlig et uttrykk for det kollektive ”vi” (Gauslaa & Hauglid, 1997, s. 43-44). Lederen må derfor ta hensyn til visse kontekstuelle faktorer, som hvorvidt avisa er elitepreget eller mer tabloid, eller om den er en regionavis eller riksavis. Denne studien undersøker både redaksjonelle ledere og redaksjonelle kommentarer, og det er i følge Igland og Stølås flere likheter enn forskjeller i disse sjangrene (2008, s. 34-36). Forskjellen ligger i dens ulike status og hvem sine meninger som uttrykkes. Lederen er usignert og avisen som helhet må derfor stå for de synspunktene som kommer til orde i lederspalt. Kommentaren er signert av en enkelt redaksjonell medarbeider som selv står ansvarlig for det han skriver. Derfor vil kommentaren være mer personlig i sin form (Igland & Stølås, 2008, s. 34-36).

Redaksjonelle kommentarer er en sjanger i kraftig vekst. De senere årene har analyse, fortolkning og kommentar blitt stadig viktigere for journalistikken (McNair i Franklin, 2008, s. 112). Økningen kan forklares med mediekonkurransen og kampen om leserne der kommentarjournalistikk synes å ha et konkurransefortrinn. Den kan også forklares med et økonomisk hensyn: kommentarjournalistikk er billigere enn oppsøkende nyhetsreportasjer og undersøkende journalistikk (McNair i Franklin, 2008, s. 117). Samtidig har kommentarjournalistikken vært gjenstand for offentlig debatt og kritikk som at sjangeren mangler analytisk dybde og relevans, og at kommentatorene får en selverklært rolle i offentligheten som eksperter i å fortolke, spå og dømme (Allern, 2010, s. 59ff). Sjangeren har også fått kritikk fordi den går på bekostning av faktabasert reportasje og undersøkende journalistikk, og representerer dermed et fall i journalistisk kvalitet. Det hevdes også at sjangeren har fremkalt et økende negativt syn på politikere og en tendens til å framstille politikken mer som et spill enn saksorientert (McNair i Franklin, 2008, s. 117).

## 2.4. Riks- og regionaviser

Avis-Norge er spesielt i internasjonal sammenheng. Det leses flere aviser i Norge enn i mange andre land og det finnes et mangfoldig spekter av aviser her. Lokalavisene utgjør grunnstammen i den norske avisverden. I et desentralisert Norge med lange avstander og sterke lokalsamfunn har lokalavisene en viktig oppgave med å styrke kommune-Norge (Mathisen, 2010, s. 17-24).

Avisene i Norge kan deles inn i fire ulike nivåer. Nederst finner vi de lokale fådagersavisene og ukeavisene. Deretter har vi litt større lokalaviser som gjerne dekker flere kommuner og kommer ut hver dag. Enda høyere opp finner vi regionavisene, eller storbyavisene. Disse har også nedslagsfelt i flere kommuner og konkurrerer gjerne med lokalavisa om de samme leserne. På det øverste nivået finner vi riksavisene (Mathisen, 2010, s. 17-24). Figur 2.3. gir en oversikt over norske avissjangres fire nivåer.



**Figur 2.3. Fire nivåer i norske avissjangre**

Denne oppgaven undersøker riksaviser og regionaviser. Selv om studien tar for seg regionaviser som er et nivå over lokalavisene er det gunstig å trekke frem lokalaviser fordi disse avissjangrene inneholder mange likheter. De konkurrerer gjerne om de samme leserne og de dekker mye av det samme lokale stoffet (Mathisen, 2010, s. 23). Storbyavisa Stavanger Aftenblad dekker for eksempel både lokalt, regionalt og nasjonalt stoff (Skrudland, 2009). Innholdsmessig har dessuten regionavisene etterhvert blitt mer lokale og nærmere en

lokalavis for utgiverstedet og mindre en utøver av rollen som hele regionens talerør (Omdal i Omdal et al., 2013, s. 100). Omdal forklarer denne utviklingen med en region- og lokaljournalistikk under press som følge av de økonomiske utfordringene mediebransjen står overfor. Svak økonomi og strukturelle endringer har ført til at mange av regionavisene har avviklet sine lokalkontorer i tettstedene utenfor de største byene i hver region og trukket mot storbyområdene. Konsekvensen er at utkantssamfunnets stemme i de regionale debattene svekkes. Områder som tidligere ble betjent av et lokalkontor forsvinner, noe som fører til mindre journalistikk fra nærområdene (i Omdal et al., 2013, s. 98). Dette kan ha innvirkning på samfunnsoppdragets normer om varierte syn og tilstrekkelig informasjon.

Tre ytterligere faktorer knyttet til riks- og regionavisenes ulike rolle og funksjon kan påvirke deres tilnærming til samfunnsoppdraget. De er 1) Regionavisen som reporter fra nærmiljøet. 2) Regionavisens delte rolle mellom lokal identitetsbygger og kritisk organ i nærmiljøet. 3) Avissjangrenes tilnærming til kildebruk og sjangre.

**1) Regionavisen som reporter fra nærmiljøet.** Region- og lokalaviser har en naturlig og viktig plass i demokratiet grunnet deres funksjon som ingen andre mediekkanaler kan utfordre dem på – å rapportere fra lokalmiljøet (Dimmen, 2012, s. 14). De leverer store mengder lokal informasjon som ikke er å finne andre steder og er med på å styrke engasjement og lokal deltakelse i alt fra velforeninger til kommunestyre. Informasjon og saker fra lokalsamfunnet gir også leserne en sterkere følelse av tilhørighet og nærvær til stoffet (Dimmen, 2012, s. 14). Et særtrekk ved lokalmediene er også at de slipper til andre stemmer og kilder, og gir et annet virkelighetsbilde enn de riksdekkende mediene (Mathisen, 2010, s. 57). Flere varierte syn kan dermed bidra positivt til normene i Vær Varsom-plakaten knyttet til samfunnsoppdraget og til en styrking av demokratiet (beskrevet i avsnitt 2.1). I en studie av lokalavisers dekning av klimaendringer prioriterte for eksempel seks utvalgte lokalaviser de lokale nyhetene om klima fremfor stoff langt unna. Identifikasjon var et av kjennetegnene ved en god nyhet og det å forankre klimadekningen i nærmiljøet gjorde stoffet relevant for leserne. Studien viste at klimasaker med sterk lokal forankring var det som engasjerte leserne mest (Solberg i Eide et al., 2014, s. 195ff). Riksaviser som i motsetning beskriver forhold som er

langt unna lokalsamfunnet, kan ofte skape større distanse mellom lesar, sak og kilder (Mathisen, 2010, s. 13).

## **2) Regionavisens delte rolle mellom identitetsbygger og kritisk organ i**

**nærmiljøet.** Region- og lokalavisene har andre roller i samfunnet enn riksavisene.

Den mest utbredte oppfatning om disse avisene er deres to hovedfunksjoner. De skal i følge Dimmen *både* drive kritisk, uavhengig journalistikk og de skal være lokal identitetsbygger i nærmiljøet. ”Dei skal vere både lupe og lim i sine lokalsamfunn” (2012, s. 11). Mathisen påpeker hvordan denne ”lim-funksjonen” gjerne omtales som region- og lokalavisers *uoffisielle samfunnsoppdrag*, og ofte befinner seg i et spenningsforhold til det offisielle oppdragets krav om uavhengighet og kritikk (2010, s. 34ff). Den første delen av region- og lokalavisenes hovedfunksjon er nedfelt i Vær Varsom-plakatens punkt 1.1. og 1.2. (se avsnitt 2.1.) Derimot er avisenes andre funksjon ikke like synlig i generelle omtaler av pressens samfunnsoppdrag. Likevel er avisenes identitetsbyggende lim-funksjon svært viktig for avisenes egenpresentasjon. På landslaget for lokalavisenes (LLA) hjemmeside står det at:

”Desse avisene styrkar mellom anna det lokale demokratiet og det lokale kulturlivet. Avisene er dessutan eit viktig ”lim” mellom folk i dei enkelte bygder, tettstader og bydelar i heile landet. Lokalavisene er derfor ein svært viktig del av ei differensiert presse” (LLA, 2016).

De tette båndene mellom journalister og kilder kan imidlertid by på utfordringer for den profesjonelle redaktør fordi det lett kan skape etiske dilemma. Dimmen beskriver det slik:

”Små forhold, tette personlege band og oppfatninga av lokalavisa si rolle som talerør for lokalsamfunnet byr på utfordringar for den profesjonelle redaktør og journalist. Politikarar, næringsliv og kulturliv forventar positiv omtale av det som skjer, og lokalsamfunnets representantar har ofte lita eller inga forståing for dei ideale prinsippa i Ver varsom-plakaten og Tekstreklameplakaten. I tillegg er einkjeldejournlistikk svært utbreidd i mange saker” (Dimmen, 2012, s. 12).

I journalistikkprofesjonen og i medieforskning er det ifølge Bjerke vanlig å oppfatte lim-funksjonen som negativ fordi lokalavisene bruker altfor lite lupe (2011, s. 233). Bjerke mener derimot at lim-funksjonen kan være en forklaring på lokalavisenes

suksess<sup>10</sup> da de alltid har vært nært knyttet leserne og har lavere terskel for å ta inn publikums stoff. Dimmen (2012, s. 21ff) fant i sin studie av lokalaviser at de ofte var mer nøytrale og mindre konfliktfylte i sin tilnærming til kilder og i beskrivelsen av saker. Bjerke mener at lokalavisene kan oppfattes som en mer legitim arena for lokalsamfunnet fordi de tar mindre stilling og i høyere grad lar kilder og stemmer slippe til på egne premisser. Lokalavisene styres ikke like mye av makt, uthenging av kilder og konflikt som de større avisene, og det fører kanskje til at folk ønsker å bidra til avisa i større utstrekning (2011, s. 233)

**3) Avissjangrenes tilnærming til kildebruk og sjangre.** Tidligere forskning har identifisert forskjeller knyttet til kildebruk i ulike avissjangre. Allern (2001a) fant i sin undersøkelse av ti riks-, region- og lokalaviser at et topptungt kildeutvalg dominerte. Kildene var i hovedsak politikere og ledere i offentlig forvaltning. ”Vanlige folk” og ”grasrota” utgjorde bare 10 prosent av kildene, de var høyest representert i lokalavisene og lavest i Dagens Næringsliv. Mathisen (2010) fant liknende resultater i sin studie av lokalavisenes rolle. Funnene skilte seg ikke stort fra Allerns og viste at det er samfunnets eliter som i størst utstrekning får komme til orde, også i de lokale mediene. I Dimmens (2012) studie derimot kom stemmer og kilder fra ”grasrota” oftest til orde. Grunnen til at de ulike studiene ga ulike resultater, kan forklares med at Dimmen kun undersøkte forside- og leder-stoff, mens Allern og Mathisen tok for seg et mer variert utvalg. Likevel er disse funnene interessante for å kunne identifisere hvilke kilder som dominerer i region- og riksavisers dekning av det grønne skiftet.

Kommentarjournalistikken har også vist seg å være ulik i avissjangrene. I følge Enli (2009) har regionpressens kommentarjournalistikk skilt seg ut og bragt andre analyser og andre virkelighetsbeskrivelser inn i den offentlige debatten enn de nasjonale mediene gjør alene. Regionpressen fungerer derfor som en motstemme i den nasjonale debatten og den regionale kommentarjournalistikken kan bidra til en mer nyansert offentlighet. Mathisen og Morlandstø (2015) utførte en studie av kommentarjournalistikken i seks regionaviser: Adresseavisen, Avisa Nordland, Bergens Tidende, Fædrelandsvennen, Nordlys og Stavanger Aftenblad. Formålet var

---

<sup>10</sup> Med lokalavisene suksess henviser Bjerke til økning i opplag i disse avisene de seneste 19 årene (2011) tross en nedgang i mediebransjen generelt. I følge LLA har dette imidlertid gått noe ned de senere årene, i 2015 sank opplaget med 2,5%: <http://lla.no/>.

å undersøke de regionale aktørenes plass i den nasjonale debatten. Studien viste at kommentarplassen i regionpressen ble mye brukt til å kommentere og fortolke saker i den nasjonale offentligheten, langt oftere enn å sette lokale og regionale saker på agendaen. Til tross for dette var det vanskelig for de regionale kommentatorstemmene å nå opp i den offentlige nasjonale debatten, og flere mente at de ikke blir hørt utover deres regionale nedslagsfelt. Informantene i studien opplevde i tillegg den nasjonale debatten som nærsynt og preget av kunnskapsmangel fordi viktige perspektiv og nyanser forsvant. En av informantene påpekte at store temaer som angår Nord-Norge, blant annet klima- og miljøspørsmål ble et ikke-tema i den offentlige debatten:

”Det skjer utrolig mye spennende i Nord-Norge nå. Innmarsjen til petroleumsindustrien. Det er miljø og klima. Dessuten, kampen om Arktis tror jeg kommer til å bli et stort tema framover. Det er sjelden at du leser noen analyser av det i hovedstadspressa, eller at NRK eller Tv2 setter det på dagsorden” (Mathisen & Morlandstø, 2015, s. 11).

Studien viste at den patriotiske delen av det lokale samfunnsoppdraget gjenspeiles tydelig blant regionpressens kommentatorer. En av informantene beskrev oppdraget som å løfte fram regionens behov og interesser overfor storsamfunnet, og å synliggjøre konsekvenser av nasjonal politikk ned på et regionalt nivå. Men den manglende nasjonale gjennomslagskraften gjorde det patriotiske elementet enda sterkere ved at stemmene kun blir hørt i regionen. Konsekvensen var at det ble færre motstemmer i den nasjonale debatten (Mathisen & Morlandstø, 2015, s. 9).

Kapittelet har gitt en gjennomgang av teoretiske perspektiver knyttet til analysemodellen for å vurdere samfunnsoppdraget. I neste kapittel forklares og begrunnes modellens operasjonalisering, utvalg og avgrensning.



## 3 Metode

I dette kapitlet vil jeg gjøre rede for hvilke metodiske tilnærminger og metoder jeg benytter for å svare på oppgavens problemstilling.

Forskningsdesignet er en hovedsakelig kvalitativ tilnærming med kvantitative elementer som beskrives i dette kapitlet. Den deduktive framgangsmåten med induktive og iterative elementer for utvalg, omfang og avgrensning forklares også her. Det gis så en beskrivelse av analysemodellen for tolkningsrammene som hjelper å identifisere rammene. Identifisering av tolkningsrammer krever flere verktøy enn det redaksjonelle initiativet og avissjangre. En stor del av dette kapitlet er derfor viet forklaringer av modellen (avsnitt 3.3). Til slutt i kapitlet drøftes studiens datakvalitet: validitet, reliabilitet og generaliserbarhet.

### 3.1. Innholdsanalyse som metode

Opgavens problemstilling lyder: *Hvordan oppfyller norske riks- og regionaviser samfunnsoppdraget i omtalen av det grønne skiftet?* Innholdsanalyse var den mest aktuelle metoden for å både kartlegge og systematisere karakteristikker i studiens materiale (indikatorene) og for å tolke den latente meningen i disse funnene for å vurdere samfunnsoppdraget.

Innholdsanalyse er et felles navn på både kvalitative og kvantitative forskningsmetoder som tar sikte på å kartlegge innholdet i tekster (Grønmo, 2004, s. 187). Hovedforskjellen på kvantitativ og kvalitativ innholdsanalyse er at kvantitativ metode egner seg til å analysere og systematisk kartlegge karakteristikker og variasjon i større mengder materiale. Det er ofte snakk om tall og størrelser. I kvalitativ analyse trengs det dypere inn i et avgrenset materiale. Kvalitative undersøkelser er ofte basert på tekstkilder og dreier seg om hva, hvordan, når og hvor i tekstens innhold og bakgrunn. Undersøkelsene tar for seg meninger, konsepter, definisjoner, karakteristikker, metaforer, symboler og beskrivelser av tema og saker (Grønmo, 2004, s. 187). Framgangsmåten i denne studien er hovedsakelig deduktiv som går ut på å avlede bestemte problemstillinger fra den teorien som testes (Grønmo, 2004, s. 37). Altså ønsket jeg å undersøke et tematisk område basert på en viss teoretisk og

metodologisk forståelse om samfunnsoppdraget, tolkningsrammer og innholdsanalyse. Underveis og i tråd med nærlesning av datamaterialet oppdaget jeg at andre verktøy enn tolkningsrammer og flere spørsmål kunne styrke analysen av samfunnsoppdraget. Dermed utformet jeg ytterligere to indikatorer for å vurdere samfunnsoppdraget.

Hovedformålet med denne studien er å analysere pressens samfunnsoppdrag som ikke kan telles kvantitativt og må derfor vurderes kvalitativt. Som Allern påpeker er fordelene med kvalitative innholdsanalyser at tilnærmingen baserer seg på en friere tolkning av innholdet med vurdering av trekk, tendenser og budskap som ligger ”mellom linjene” (2001a, s. 76). Å skulle kvantifisere hvorvidt samfunnsoppdraget blir oppfylt er ikke mulig, men indikatorene som studeres for å vurdere samfunnsoppdraget vil inneholde kvantitative elementer.

Tolkningsrammer vil analyseres ved hjelp av Gamson og Laschs (1983) analysemodell med Ihlens modifikasjoner (2007) som krever at forskeren systematisk registrerer elementer og organiserer dem i en tabell. Elementene i analysemodellen må imidlertid tolkes subjektivt. Analyse av det redaksjonelle initiativet i riks- og regionavisene er også gjort på en systematisk måte. Kilder, stemmer, lesergenerert stoff, nyhetssaker og hendelser er registrert, listet opp i tabeller og deretter telt og analysert. Resultatene er plassert i tabeller for å gjøre informasjonen mer oversiktlig.

Det finnes argumenter for at innholdsanalyse er utelukkende kvantitativ. Neuendorf (2002) mener at metoden hovedsakelig søker å klassifisere og telle ulike deler av teksten for å kunne analysere den. Denne metodens ideal er at forskeren har en objektiv, systematisk og generaliserbar tilnærming til koding av data, og at kodingen er upåvirket av forskeren som utfører den. Det er kun det manifeste innholdet som registreres i en kvantitativ innholdsanalyse (Neuendorf, 2002). Oppfatningen om at innholdsanalyse utelukkende kan utføres kvantitativt er blitt kritisert da andre mener at lesing av tekst alltid krever en viss subjektivitet og tolkning fra forskerens side. Krippendorff (2004) hevder at all lesing av tekst er kvalitativ og dermed innebærer et element av fortolkning selv om det kun er det manifeste innholdet som skal registreres. Redaktør av norsk medietidsskrift Steen Steensen påpeker at innholdsanalyse ofte innebærer *både* objektiv registrering *og* subjektiv fortolkning, og at forskeren må være bevisst på dette. Flere variabler i kvantitativ innholdsanalyse relaterer seg til latent innhold og fordrer dermed kvalitative vurderinger før og etter kodingen (2016). I studier av tolkningsrammer, redaksjonelt initiativ og avissjangre vil metoden være preget av

subjektive vurderinger, uansett om hovedtilnærmingen er kvantitativ eller kvalitativ. Ihlen (2007, s. 35-37) påpeker for eksempel at en studie av tolkningsrammer krever en form for næranalyse fordi det ikke er mulig å identifisere elementene i rammene i en tekst kun ved en overordnet analyse. Selv om ulike verktøy for tolkningsramme-analyse gir en pekepinn på hva forskeren skal se etter er det analytikerens egne tolkninger som til syvende og sist avgjør hvilke elementer i teksten som utgjør tolkningsrammen (Ihlen, 2007, s. 35-37).

Å undersøke hvordan mediene dekker det grønne skiftet kan like gjerne gjøres ved hjelp av en diskursanalyse som ved en rammeanalyse. Diskursanalyse er ofte benyttet i studier om medienes dekning av klimaendringer (Naper, 2014, O'Neill et al., 2015). De to tilnærmingene har mange likheter. Som Beyer (2010) påpeker kan man like gjerne snakke om en konfliktramme som en konfliktdiskurs. Det finnes imidlertid små forskjeller som gjør at jeg har valgt en tolkningsramme-analyse fremfor en diskursanalyse. I diskursanalysen er det språklige mer sentralt og ligger nær humanistiske vitenskaper som for eksempel lingvistikk (Fairclough, 1995). Rammeanalysen derimot, har i mange tilfeller vært mer kvantitativt orientert med et mindre sofistikert syn på språket. Dette skillet kan også formuleres som et skille mellom tekstanalyse (diskurs) og rammeanalyse (rammer) (Beyer, 2010). Rammeteori har også mer å tilby når det gjelder hvordan årsaker, definisjoner og evalueringer er knyttet sammen. Det ligger også mer eksplisitt i rammeteori å studere hva som er utelatt i teksten og hvilke elementer i tolkningsrammer som *ikke* fremheves (Entman, 1993). Tolkningsramme-analyse gir altså mulighet til å studere hvilke alternative tolkningsrammer som kunne vært presentert, men som er utelatt.

Utvalgsprosessen av artikler i denne studien er inspirert av Grounded Theory (Glaser & Strauss, 1967). Med det var utvalget avgrenset basert på en strategisk nærlesning av avisartiklene. I studier basert på Grounded Theory er det meningen at forskeren ikke skal ta utgangspunkt i en bestemt teoretisk eller empirisk antakelse som skal testes (det vil si deduktiv forskning). Analyse og datainnsamling foregår parallelt i Grounded Theory (Glaser & Strauss, 1967). Jeg har i denne studien heller forholdt meg til en hovedsakelig deduktiv forskningstilnærming og teori om klimaendringer, tidligere rammer, redaksjonelt initiativ, kilder og ulike avissjangre når jeg har analysert data. Jeg har hatt et teoretisk utgangspunkt, men har tatt flere iterative runder hvor jeg har vurdert og valgt ut relevante teorier i tråd med en strategisk nærlesning av innsamlet data. Gjennom denne prosessen har jeg identifisert de tre

indikatorerne som er mest aktuelle for å måle hvorvidt samfunnsoppdraget er oppfylt i det grønne skiftet. Et eksempel fra denne prosessen gis i avsnitt 3.2.

Framgangsmåten kan sammenlignes med det som i Grounded Theory kalles *teoretisk sensitivitet*: ”The sociologist should also be sufficiently theoretically sensitive so that he can conceptualize and formulate a theory as it emerges from the data” (Glaser & Strauss, 2009, s. 46). Forskeren må altså være sensitiv overfor dataene han eller hun samler inn og overfor teori på feltet. Forskeren bør være åpen for nye ideer, sammenlikninger og konsepter og ikke låse seg til en forhåndsdefinert teori som man forventer å finne i materialet (Glaser & Strauss, 2009, s. 46). Inspirert av Grounded Theory har jeg strategisk vurdert utvalgsstørrelsen i tråd med det som kalles et *teoretisk metningspunkt* for utvelging av enheter (Grønmo, 2004, s. 89). Utvelgingen kan avsluttes når inkluderingen av nye enheter i utvalget ikke tilfører vesentlig informasjon som er relevant for problemstillingen eller gir ny informasjon sammenliknet med de andre enhetene.

## **3.2. Oppgavens analyse – utvalg og datainnsamling**

Prosjektets problemstilling er det viktigste grunnlaget for å vurdere hvilke framgangsmåter som er adekvate, hva slags data og analyser som er relevante og hva slags tolkninger som er sentrale (Grønmo, 2004, s. 75). Den avklarer hvilke sosiale enheter studien skal omfatte og hvilke trekk ved disse enhetene som skal studeres.

For å finne relevant materiale benyttet jeg medietjenesten A-tekst Retriever med søkeordet ”det grønne skiftet”. Jeg vurderte også å inkludere søkene ”det grønne skiftet” AND olje, klimaendringer for å sikre at artiklene også ville si noe om oljeutvinning knyttet til klimaendringene som er relevante tema for det grønne skiftet i Norge. Et søk med disse ordene ga ca. en fjerdedel mindre treff enn ved et søk på ”det grønne skiftet”. Imidlertid så jeg at mange av artiklene i de ulike søkene gikk igjen. Jeg besluttet å kun bruke søkeordet ”det grønne skiftet”. På den måten kunne jeg vurdere fraværet av tema og saksfelt i deknningen som er med på å indikere redaksjonens innramming og prioritering.

Jeg utførte datainnsamlingen første juli 2016. Et søk i alle datoer og alle kilder ga treff i samtlige medier: TV, papir- og nettaviser, radio og sosiale medier. Etter en gjennomgang av

materialet, viste det seg at riks-, region- og lokalaviser ga flest treff blant de trykte papiravisene i søket (se tabell 3.1). Ved å lese gjennom noen av artiklene i disse avisene viste det seg at omtalen av det grønne skiftet varierte i de ulike avissjangrene med tanke på innhold, vinkel og perspektiv. Ut fra dette besluttet jeg å analysere forskjellen mellom avissjangre i tillegg til tolkningsrammer for å ha mulighet til å vurdere om avissjangerens ulike rolle i samfunnet påvirker samfunnsoppdraget. At valget falt på regionaviser og ikke lokalaviser skyldes at sjangrene er nokså like, men regionavisene dekker ofte et bredere område. Regionavisene ville dermed gi mer informasjon om større områder i Norge som er rammet av oljeprisfall og arbeidsledighet og hvordan disse forholder seg til det grønne skiftet. Avsnitt 3.2.1 beskriver valg av regionaviser mer inngående.

## Dekning per kilde

### Søk

Det grønne skiftet.

01.07.2013 - 30.06.2016

Kilde	2013	2014	2015	2016	Totalt
NTBtekst	12	37	122	83	254
Nationen	3	18	92	97	210
Dagsavisen	5	17	70	48	140
Fædrelandsvennen	1	21	66	36	124
Dagens Næringsliv	2	18	49	48	117
Oppland Arbeiderblad	0	4	61	46	111
Østlendingen	0	0	58	46	104
Aftenposten	7	12	52	23	94
Stavanger Aftenblad	3	14	46	27	90
Bergens Tidende	4	7	46	32	89
Adresseavisen	2	2	40	37	81
Klassekampen	5	5	47	24	81
Rogalands Avis	0	2	48	19	69
Trønder-Avisa	0	3	36	28	67
Glåmdalen	0	0	36	30	66
Dagbladet	1	8	35	20	64
Nordlys	0	8	27	24	59
Bergensavisen	1	7	33	17	58
Agderposten	0	9	31	17	57
Romerikes Blad	0	5	35	15	55

Tabell 3.1. Trykte papiraviser i omtalen av det grønne skiftet

Tabellen gir en oversikt over hvilke norske papiraviser som har omtalt det grønne skiftet i størst utstrekning fra 1.7.13-30.6.16, hentet fra A-tekst 26.01.17.

Formålet med å studere papiraviser ble beskrevet innledningsvis. I tillegg til at de fremmer mer bevisste redaksjonelle valg og prioriteringer, oppdateres artikler på nett hyppig noe som kan gjøre at innhold varier og kan påvirke studiens reliabilitet.

### 3.2.1. Avisutvalget


















Jeg valgte å inkludere ti aviser i undersøkelsen, fem riksaviser og fem regionaviser. Disse er valgt fordi de er blant riks- og regionavisene som har dekket det grønne skiftet i størst utstrekning de siste årene i følge A-tekst (se tabell 3.2). Avisene er også valgt på bakgrunn av opplagstall, profil, klimasatsing og geografisk område.

## Dekning per kilde

### Søk

Det grønne skiftet

01.07.2013 - 30.06.2016

Kilde	2013	2014	2015	2016	Totalt
 Nationen	3	18	92	97	210
 Dagsavisen	5	17	70	48	140
 Fædrelandsvennen	1	21	66	36	124
 Dagens Næringsliv	2	18	49	48	117
 Aftenposten	7	12	52	23	94
 Stavanger Aftenblad	3	14	46	27	90
 Bergens Tidende	4	7	46	32	89
 Adresseavisen	2	2	40	37	81
 Klassekampen	5	5	47	24	81
 Dagbladet	1	8	35	20	64
 Nordlys	0	8	27	24	59
 Vårt Land	0	7	18	15	40
 VG	1	4	15	12	32
 Rix	0	0	16	15	31
 Morgenbladet	1	1	5	1	8
 A-magasinet	0	0	4	1	5
 Dag og Tid	0	3	0	0	3
<b>Totalt</b>	<b>35</b>	<b>145</b>	<b>628</b>	<b>460</b>	<b>1 268</b>

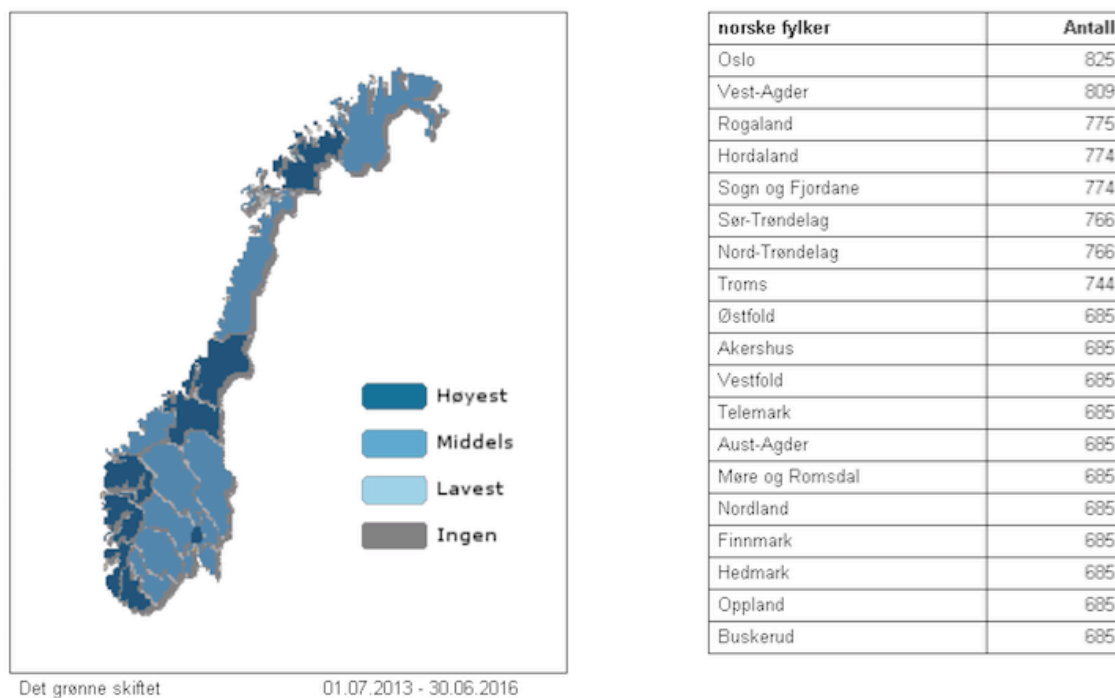
Tabell 3.2. Riks- og regionaviser i omtalen av det grønne skiftet

Tabellen gir en oversikt over riks- og regionavisene som i størst utstrekning har dekket det grønne skiftet fra 1.7.2013-30.6.2016, hentet fra A-tekst 30.10.16.

Regionavisene i utvalget er Fædrelandsvennen, Stavanger Aftenblad, Bergens Tidende, Adresseavisen og Nordlys. Disse avisene befinner seg i fylkene som tradisjonelt har livnært

seg av olje- og gassnæringen og som derfor har opplevd størst økning i arbeidsledighet de senere årene på grunn av fall i oljeprisene (Østgårdsgjelten & Sjøberg, 2016). Fylkene som disse regionavisene befinner seg i representerer de områdene i Norge med høyest mediedekning om det grønne skiftet (se figur 3.1). Endringer i oljenæringen og i økonomien påvirker ikke hovedstaden like mye og riksavisene har ofte en mer distansert holdning til disse temaene (Naper, 2014, s. 33). Det var derfor nødvendig å hente et lokalt og regionalt perspektiv fra områdene som er mest påvirket av økonomiske endringer fra regionavisene. Avisene representerer også de største byene utenfor Oslo: Bergen, Trondheim, Stavanger og Kristiansand som kan være med på å gi et helhetlig bilde på endringene i Norge. Som det fremgår av tabell 3.2 er regionavisen Rix som dekker Haugesund-området også blant avisene som har omtalt begrepet mest. Avisa er imidlertid ikke inkludert i denne studien fordi den er en digital e-avis og denne studien undersøker kun papiraviser. Rix dekker også samme region som Stavanger Aftenblad. Stavanger Aftenblad er også valgt framfor Rix fordi den betraktes som en mer innflytelsesrik og historisk forankret avis som også dekker et bredere område: Stavanger, Sandnes, Jæren, Haugalandet, Ryfylke og Dalane i Rogaland fylke (Dahl, Øy & Flo, 2010, s. 131).

### Dekning per fylke



**Figur 3.1. Riks- og regionavisers dekning per fylke**

Figuren gir en oversikt over fylkene i Norge som har størst dekning av det grønne skiftet i riks- og regionaviser. Tallene er hentet fra medietjenesten A-tekst retriever 30.10.16.

Utover de felles kjennetegnene er også regionavisene interessante hver for seg i utvalget knyttet til presentasjon av ulike temaer og satsinger i det grønne skiftet. *Stavanger Aftenblad* er interessant for hvordan ”oljehovedstaden”<sup>11</sup> Stavanger forholder seg til overgangen fra norsk oljeutvinning til fornybar energi. *Avisa Nordlys* er tatt med i utvalget som Nord-Norges største avis, og er viktig for utvalget fordi avisa ofte er arena for Nord-Norges viktigste politiske debatter og omtaler seg selv som ”landsdelsavisa i nord” (Dahl et al., 2010). Mye av tematikken og konflikten rundt oljeutvinning utspiller seg i nordområdene: Barentshavet, Lofoten og Vesterålen, det gjør avisa interessant i studien. *Bergens Tidende* er blant landets eldste aviser og målt i opplag er avisens landets største utenfor Oslo. I 2013 fikk regionavisen SKUP-diplom og Internasjonal Reporter-pris for storsatsing på klimajournalistikk (Tjeldflåt & Stenvaagnes, 2013). Som det fremgår av tabell 3.2 har *Fædrelandsvennen* skrevet mest om det grønne skiftet blant regionavisene de senere årene og er viktig for utvalget som eneste avis som dekker hele Sørlandsområdet. *Adresseavisens* profil er interessant da avisa representerer engasjement for næringsliv og institusjoner i eget distrikt og er i følge Dahl og kolleger innflytelsesrik og dermed essensiell for å forstå dekningen av Midt-Norges handelsfelt (2010, s. 11). I tabell 3.3 illustreres avisas opplag, utgiversted og satsing på klimastoff. Felles for regionavisene er at de ikke har spesialiserte klimajournalister slik som riksavisene, men journalister fra det politiske feltet dekker ofte klima- og energistoff.

Avis	Papiroplag 2015	Avissjanger, utgiversted	Klimasatsing
Adresseavisen	57 522	Regionavis, Trøndelag	Journalist Gunnar Okstad skriver mest om klima
Bergens Tidende	58 752	Regionavis, Hordaland	Journalist Atle Andersson skriver mest om klima
Fædrelandsvennen	30 499	Regionavis, Vest-Agder	Journalister skriver om klima og energi fra tid til annen
Nordlys	16 366	Regionavis, Nord-Norge	Journalister skriver om klima og energi fra tid til annen
Stavanger Aftenblad	50 001	Regionavis, Rogaland	Journalist Tor Tollaksen skriver mest om klima

**Tabell 3.3. Regionavisenes opplagstall, utgiversted og klimasatsing**

Tabellen viser regionavisenes opplagstall, avissjanger, utgiversted og klimasatsing. Opplagstall er hentet fra Medienorge<sup>12</sup> og informasjon om avisas klimasatsing er hentet fra mail- og telefonkorrespondanse med redaktør eller ansvarlig for klimastoff i avisen.

<sup>11</sup> Stavanger blir omtalt som oljehovedstaden fordi den første oljeproduksjonen startet her og byen regnes som senter for norsk oljeindustri. Både Statoil og Oljedirektoratet har hovedkontor i Stavanger (snl.no «Stavanger – historie»).

<sup>12</sup> Medienorge er en informasjonssentral for fakta om norske medier som ble opprettet av Kulturdepartementet i 1994. De henter blant annet statistikk fra TSN Gallup og SSB: <http://medienorge.uib.no/om>



Riksavisene i utvalget er valgt dels fordi de er blant riksavisene som omtaler det grønne skiftet hyppigst, og dels fordi de representerer ulike syn, tradisjoner og holdninger. Samtidig ønsket jeg at riksavisene i utvalget skulle speile regionavisenes nøytrale stil i sammenlikningen av sjangere. Jeg har derfor valgt bort nisjeaviser og meningsbærende aviser som den venstreradikale avisen Klassekampen, distrikt- og landbruksavisa Nationen og den kristenkonserverende avisa Vårt Land, aviser som spesialiserer seg på et felt eller som er sterkere knyttet til et politisk område.

*Dagens Næringsliv* var interessant for utvalget med sin profil som økonomiavis på et fagområde der det kun finnes to (også Finansavisen) (Allern, 2001a, s. 73). Avisa er viktig fordi den gjennomgående forfekter en markedsliberalistisk ideologi i politiske spørsmål. Det er interessant da debatten ofte preges av motstridende syn om det grønne skiftet skal drives frem av marked eller politikk. *Dagbladet* er interessant i utvalget som en av to riksdekkende løssalgsaviser (også VG) og som den fremste norske radikale kulturavis som har vært kjent for ”sine penner og for sin karakteristiske respektløse og fändenivolske tone” (Dahl et al., 2010, s. 20).

Riksavisene er også valgt ut med hensyn til opplagstall. Det var viktig å få med landets største aviser da de ofte påvirker mediestoffet i de andre og mindre avisene (Allern, 2001a, s. 74). *Aftenposten* er med i utvalget som Norges største abonnementsavis og landets største etter opplag. VG har vært Norges største avis fra 1981-2010 til Aftenposten tok over og er landets andre riksdekkende løssalgsavis. Hvordan disse avisene omtaler det grønne skiftet kan altså påvirke *både* andre riksaviser *og* regionaviser. Med tanke på avisenes klimasatsing kan det virke som om flere av journalistene i riksavisene i utvalget har klima som sitt hovedfelt (Høiby & Ytterstad i Eide et al., 2014, s. 67f). *Aftenposten* er for eksempel eneste avisa i Norge som har en journalist som jobber fulltid med klimaspørsmål. Journalist og leder for politisk redaksjon, Ole Mathismoen har hatt klima- og energispørsmål som spesialområde i Aftenposten siden 1987 og har gitt ut flere bøker om miljøvern (Høiby & Ytterstad i Eide et al., 2014, s. 67f). *Dagens Næringsliv* har også satset sterkt på klimasaker siden 2007, og har en av Norges mest profilerte klimakommentatorer, Kjetil B. Alstadheim (Eide & Naper i Eide et al., 2014, s. 46). *Dagsavisens* klimaprofil er også interessant for utvalget med nest høyest dekning av riksavisene de tre siste årene og med journalist Hege Ulsteins sterke klimasatsing: ”Dagsavisen har i følge Hege Ulstein den globale oppvarmingen som sitt viktigste tema og

hun tok til orde for at klima burde få sette preg på alle saksområder” (Høiby & Ytterstad i Eide et al., 2014, s. 80). VGs journalister som jobber med politikk følger også klimaområdet tett som en del av den politiske dagsorden. De prioriterer klima sterkt i følge journalist Alf Bjarne Johnsen fra VG. Tabell 3.4 gir en oversikt over riksavisenes klimasatsing, opplag og utgiversted.

Avis	Papiroplag 2015	Avissjanger, utgiversted	Klimasatsing
Aftenposten	172 029	Riksspredt	Klimajournalist og politisk redaktør Ole Mathismoen er fulltids klimajournalist
Dagbladet	56 932	Riksspredt	Aksel Sterri og Geir Ramnefjell skriver på jevn basis om klima og politikk
Dagens Næringsliv	56 969	Riksspredt	Politisk kommentator Kjetil B. Alstadheim er fast klimakommentator
Dagsavisen	20 368	Riksspredt	Politisk journalist Hege Ulstein har klima som viktigste tema
VG	112 716	Riksspredt	Journalist Alf Bjarne Johnsen og flere prioriterer klimastoff høyt

**Tabell 3.4. Riksavisenes opplagstall, utgiversted og klimasatsing**

Tabellen beskriver riksavisenes opplagstall, avissjanger, utgiversted og klimaprofil. Opplagstall er hentet fra Medienorge<sup>13</sup> og informasjon om avisas klimasatsing er hentet fra mail- og telefonkorrespondanse med redaktør eller ansvarlig for klimastoff i avisen.

### 3.2.2. Tid og omfang

Det var vesentlig for studien at artiklene i utvalget inneholdt en viss mengde med informasjon. Jeg fant mange notiser eller artikler med det grønne skiftet i en bisetning som jeg valgte å utelate. Det kunne vært interessant å inkludere artikler som brukte begrepet som en overskrift eller i en bisetning uten å egentlig omtale det. Det forteller noe om hvordan begrepet vekker interesse og nysgjerrighet og at mediene bruker det for å fange lesernes oppmerksomhet. Valget om å utelate små notiser, sitater og overskrifter er gjort etter å ha lest gjennom korte og lange artikler, og sett at tolkningsrammer og avissjangre krevde mer informasjon enn en notis eller overskrift kunne gi meg. Når det gjelder tolkningsrammer behøver imidlertid ikke alle elementene å være tilstede i en og samme artikkel for at det skal

<sup>13</sup> Medienorge er en informasjonssentral for fakta om norske medier som ble opprettet av Kulturdepartementet i 1994. De henter blant annet statistikk fra TSN Gallup og SSB: <http://medienorge.uib.no/om>

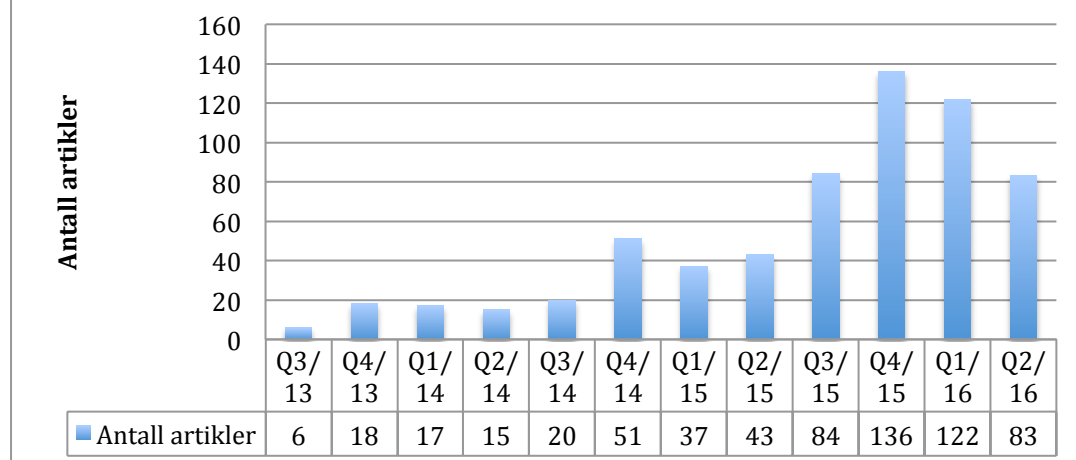
kunne dannes en ramme. Man kan finne elementer på tvers av artikler eller andre enheter som til sammen danner tolkningsrammer. Kun overskrifter kan også studeres i tolkningsrammer, eller være med på å bekrefte tilstedeværelsen eller vesentligheten av andre etablerte rammer (Matthes & Kohring, 2008). Derimot oppdaget jeg at en kartlegging av omtalen av det grønne skiftet krevde en større mengde med informasjon i denne studien. I avsnitt 2.2.1. beskrev jeg hvordan mediens rammer kan studeres i ulike ledd av kommunikasjonsprosessen. Denne studien tar for seg innholdet i mediene, altså hvordan strategiske og journalistiske rammer manifesterer seg i medieinnholdet. Å studere de andre leddene ville vært interessant for å få et mer sammensatt bilde av det grønne skiftet, men var ikke mulig innenfor denne studiens format.

Studiens analysemateriale er avgrenset til tidsrommet 1. juli 2013 - 30. juni 2016. Denne perioden omfatter store deler av tiden norske medier har skrevet om begrepet totalt. Debatten er i konstant endring, og det aviser og lesere skriver om avhenger og påvirkes av hendelser. Om jeg hadde avgrenset tidsperioden til kun året 2016, ville kanskje hendelser som Paris-avtalen<sup>14</sup> og klimapolitikk i fremleggelsen av statsbudsjettet for 2017 ha preget analysen. For å kunne gi en oversiktlig fremstilling av analyse materialet har jeg avgrenset perioden til 3 hele år som inkluderer de to siste kvartalene i 2013, hele 2014, hele 2015 og de to første kvartalene i 2016. Denne perioden innrammer de fleste artiklene fra mediene begynte å skrive om begrepet, til jeg begynte datainnsamlingen. Etter å ha avgrenset tidsperioden, omfang og enheter ut fra kriteriene beskrevet over, satt jeg igjen med 632 artikler som var aktuelle å analysere. Figur 3.2. gir en oversikt over de 632 artiklene fordelt på de ulike kvartalene.

---

<sup>14</sup> I Paris-avtalen ble alle land enige om en global klimaavtale for å redusere CO<sub>2</sub>-utslipp. Avtalen anses som et gjennombrudd for klima fordi tidligere land som ikke ønsket å forplikte seg til regler for CO<sub>2</sub>-reduksjon har sluttet seg til avtalen: <http://www.fn.no/Tema/Klima/Klimaforhandlinger/Dette-er-Paris-avtalen>

## Medienes dekning av det grønne skiftet per kvartal 2013-2016 (N=632)



**Figur 3.2. Medienes dekning av det grønne skiftet per kvartal 2013-2016**

Figuren gir en oversikt over antall artikler om det grønne skiftet i riks- og regionavisene som var utgangspunkt for analysen. Kun de to siste kvartalene i 2013 og de to første i 2016 er inkludert med hensyn til når datainnsamlingen ble gjort og for å gi en helhetlig analyse over tre år. (N=632).

Jeg tok utgangspunkt i de 632 artiklene og basert på Glaser og Strauss' (1967) empirinære metode samlet jeg inn informasjon til jeg hadde nådd et teoretisk metningspunkt, altså til enhetene ikke ga meg ytterligere innsikt. Disse enhetene inneholdt informasjon fra hele tidsperioden. For å få oversikt over alle opplysningene i materialet listet jeg opp de 632 artiklene i et Excel-ark med kategoriene: dato, artikkeltittel og avis. Deretter begynte jeg å nærlese artiklene for å identifisere informasjon om tolkningsrammer og avissjangre.

Underveis i nærlesingen basert på funn i materialet og tidligere studier om kilder, leser-stoff og hendelser som påvirker dekningen, oppdaget jeg at analysen kunne styrkes ytterligere ved å inkludere indikatoren redaksjonelt initiativ. Jeg utvidet dermed analysemodellen fra tolkningsrammer og avissjangre *til* tolkningsrammer, avissjangre *og* redaksjonelt initiativ.

For å identifisere tolkningsrammene benyttet jeg analysemodellen utformet av Gamson og Lasch (1983) med Ihlens modifikasjoner (2007) nevnt i avsnitt 1.4. Jeg fulgte modellen for å identifisere de ulike elementene. Når jeg hadde lest noen tekster som så ut til å inneholde en viss ramme, gikk jeg tilbake til oppsummering av tidligere rammer og undersøkte om den inneholdt noen av de samme aspektene eller om det var en ny ramme. Etter å ha notert forslag til elementer i rammen, så jeg etter kombinasjoner på tvers som kunne danne rammer. Deretter satte jeg opp forslag til ulike rammer, og gikk så gjennom materialet på nytt for å

vurdere hvorvidt disse rammene var mest gjeldende. Jeg oppdaget at noen rammer kunne slås sammen, og at noen kunne deles i to. Det viste seg å være glidende overganger mellom løsningsrammen og økonomi-rammen fordi begge handlet om løsninger som ga økonomisk avkastning. Etter å ha gått gjennom elementene i de to rammene igjen, fant jeg at økonomi-rammen handlet om olje, marked og økonomi, og løsningsrammen mer om teknologi og detaljer rundt konkrete tiltak. Dermed ble disse til to separate rammer. For å forsikre meg om at det ikke fantes flere rammer i materialet studerte jeg flere artikler og gjentok samme prosess. Etter hvert repeterte rammene seg i nye artikler, og jeg kunne si at tilføring av nye enheter ikke ville gi meg noe ytterligere informasjon eller funn. Det var dermed nådd et *teoretisk metningspunkt*.

For å identifisere elementene i avissjangre benyttet jeg de samme artiklene tolkningsrammene var identifisert i. På bakgrunn av teori og funn ble elementene lokale kilder, nasjonale kilder og lokal/nasjonal/global forankring identifisert i artiklene og kategorisert i et Excel-ark. Etter å ha identifisert andre syn i regionavisene, fant jeg studier som kunne gi meg teoretisk og empirisk forankring til dette (blant annet Dimmen, 2012 og Mathisen, 2010). Etter å ha identifisert flere funn som pekte i samme retning som i tidligere studier og verken teori eller nærlesing ga ny informasjon, avsluttet jeg studien av avissjangre. Videre vurderte jeg det redaksjonelle initiativet og benyttet de samme artiklene for å identifisere kildebruk, redaksjonelt/leser-stoff og aktiv/passiv nyhetsdekning. Så ble følgende elementer identifisert ved nærlesing og kategorisert i et Excel-ark: type stoff som nyhetssaker, innsendt stoff fra leser, redaksjonelle ledere og kommentarer og elementer som kilder og hendelser. For å undersøke om ytterligere artikler kunne gi meg nye funn om det redaksjonelle initiativet, nærleste jeg flere artikler med utgangspunkt i teori og tidligere forskning. Jeg oppdaget at et og annet element avvek fra tidligere funn, men generelt pekte ytterligere artikler på samme tendenser. Deretter så jeg etter forskjeller mellom redaksjonelt initiativ og tolkningsrammer i avissjangre og gjentok samme iterative runder med relevante teorier og strategisk nærlesing av artikler. Da flere artikler kun bekreftet allerede etablerte funn, avsluttet jeg nærlesingen.

Etter å ha identifisert tilstrekkelig informasjon om indikatorene tolkningsrammer, redaksjonelt initiativ og avissjangrene og ytterligere enheter ikke ga meg ny informasjon, hadde jeg nærlest 112 artikler.

### 3.3. Analysemodell for tolkningsrammer

De færreste som forsker på tolkningsrammer gir konkrete råd om gjennomføring av den empiriske analysen (Ihlen, 2007, s. 33). Et unntak er Gamson og Lasch (1983) som har utviklet en konkret analysemodell, *mediepakke modellen*, som ofte anvendes i rammeforskning. I *Petroleumsparadiset* har Øyvind Ihlen (2007) latt seg inspirere av framgangsmåten til Gamson og Lasch i analysen av hvordan norsk oljeindustri kommuniserer med offentligheten. Som analytisk verktøy tar Ihlen utgangspunkt i mediepakke modellen, og gjør noen modifikasjoner (2007, s. 33-37). Modellen jeg benytter i den empiriske analysen av tolkningsrammer er inspirert av Gamson og Laschs modell med Ihlens modifikasjoner.

Mediepakke modellen består av to hovedkomponenter, *rammeverktøy* og *posisjoneringsverktøy*. Posisjoneringsverktøyene er med på å rettferdiggjøre posisjonen en inntar, og sammen med rammeverktøyene utgjør de det som kalles *mediepakker* (Gamson & Lasch, 1983). Rammeverktøyene og posisjoneringsverktøyene illustreres med eksempler fra tolkningsrammen, *veiskillerammen*, som ble identifisert i oljeindustriens kommunikasjon med offentligheten (Ihlen, 2007 s. 147). Veiskillerammen handler om at aktiviteten på norsk sokkel var dalende, og industrien sto ved et veiskille: enten å gi gode nok rammevilkår for fortsatt aktivitet, eller å vinke farvel til store skatteinntekter og tapte arbeidsplasser ettersom norsk sokkel ville tape i den internasjonale konkurransen.

Den første hovedkomponenten i mediepakken er rammeverktøyene og som til sammen utgjør *kjernerammen* i en tolkningsramme. Kjernerammen kan deles inn i fem deler: 1) *metaforer*, 2) *eksempler*, 3) *slagord*, 4) *beskrivelser*, 5) *visuelle bilder*.

1) *Metaforer* består av to deler – den første delen fungerer som en betegnelse, mens den andre delen skal øke forståelsen for den første delen. I veiskillerammen fantes metaforen ”aktiviteten på norsk sokkel faller, norsk petroleumsvirksomhet er ved et veiskille”

2) *Eksempler* peker på hendelser fra nåtid eller fortid som rammer inn et tema. For eksempel ”oljen vil ta slutt om mindre enn 10 år hvis vi produserer de allerede sikkert påviste reservene i samme takt som i dag”

3) *Slagord* fungerer som enkle merkelapper som betegner rammen. ”Norsk petroleumsvirksomhet ved et veiskille”

4) *Beskrivelser* innebærer at hovedsubjekter karakteriseres på en spesiell måte, ofte ved hjelp av fargerikt språk. ”Aktivitetsnivået på norsk sokkel er fallende. Felt er i ferd med å bli tømt, og plattformer stenges. Det letes mindre etter nye olje- og gassforekomster. De funn som gjøres, er stadig mindre”

5) *Visuelle bilder* er fotografier, tegninger eller ikoner som antyder rammens kjerne.

Disse rammeverktøyene utgjør til sammen rammens *kjerne* som i veiskillerammen handler om at aktiviteten på norsk sokkel går ned og for å unngå tap av arbeidsplasser og inntekter må vi få lavere skatt (Ihlen, 2007, s. 147).

Den andre hovedkomponenten i modellen er *posisjoneringeverktøyene* og består av tre ulike elementer: a) *årsaksanalyse*, b) *konsekvensanalyse* og c) *appell til prinsipper*. Disse utgjør til sammen rammens kjerneposisjon.

a) I *årsaksanalysen* ser man etter elementer som fremhever det rammen vektlegger, rettferdiggjør eller kritiserer. *Årsaken* i veiskillerammen er at det er store ressurser igjen på norsk sokkel, men aktiviteten faller og industrien møter nye utfordringer og skattesystemet gjør det lite lønnsomt å utvinne nye felt.

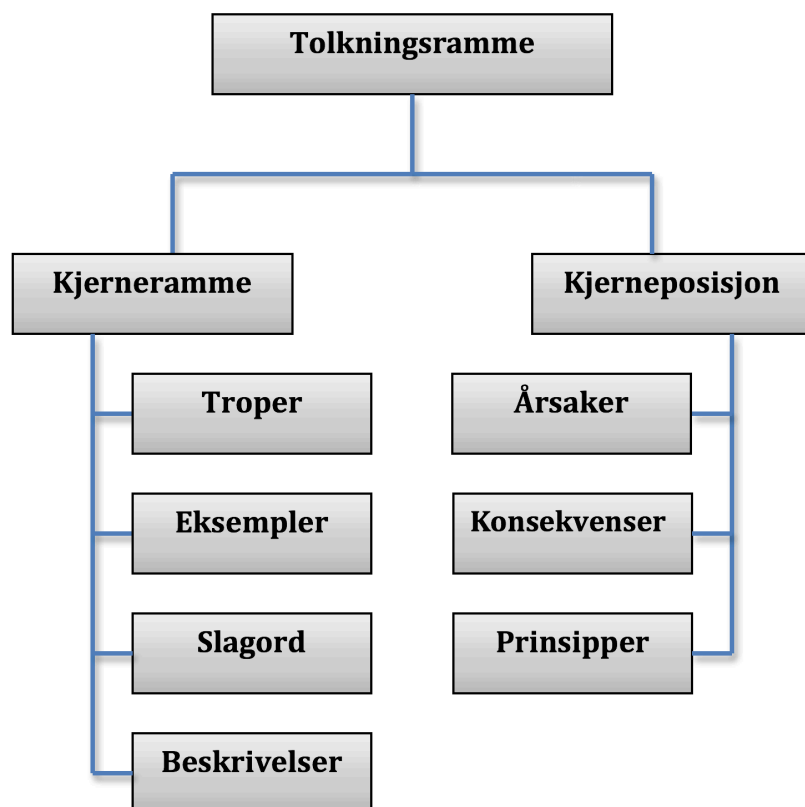
b) I *konsekvensanalysen* ser man etter konsekvensen av det man prøver å hindre, oppnå eller belyse gjennom rammene. *Konsekvensen* i rammen er at norsk sokkel taper i konkurranse med andre petroleumsprovinser, samfunnet går glipp av store inntekter og sysselsettingen kan gå ned.

c) For det tredje bør man se etter rammeelementer som *appellerer til publikums prinsipper*. Disse kan knyttes til etiske, moralske eller generelle oppfatninger som publikum er enige eller uenige i. Appeller til prinsipper i veiskillerammen er at samfunnsmessig lønnsom aktivitet bør fremmes og en bør ta vare på kompetanse.

Til sammen utgjør disse elementene rammens *kjerneposisjon* der det eksplisitt eller implisitt inngår en analyse av årsaker til et problem og hvilke konsekvenser det kan få dersom en ikke gjør noe med problemet. Kjerneposisjonen i veiskillerammen var at det nå finnes muligheter en bør gripe og lavere skatt vil få opp aktiviteten på sokkelen (Ihlen, 2007, s. 147). Denne forståelsen inngår også i Entmans definisjon (1993, s. 52) som forteller at tolkningsrammer skapes gjennom å identifisere et spesielt problem, en årsakssammenheng, en moralsk vurdering og/eller et forslag til behandling.

Ihlen trekker videre fram noen svakheter ved modellen. Kun metaforer i listen over rammeverktøy inkluderes i den originale modellen, mens andre former for troper ekskluderes. Ihlen foreslår å utvide verktøyet fra metaforer til *troper* slik at både similer (eksplisitt sammenlikning, X er som Y) og synekroker (når en del erstatter det hele, for eksempel hvite seil for seilskip) kan inkluderes. Ihlen valgte også å utelate fotografier da de ikke var sentrale i materialet han analyserte (2007, s. 36) Jeg velger også å modifisere modellen på punktene Ihlen foreslår. Med tanke på språklige bilder fant jeg ikke bare metaforer i analysematerialet, men også similer og synekroker som også gjør det naturlig å utvide metaforer til troper i denne studien. I tillegg benyttet jeg meg av medietjenesten A-tekst Retriever for å samle inn datamateriale der fotografier og illustrasjoner ofte er utelatt. Samtidig bestod materialet av flere innsendte kommentarer og debattinnlegg enn nyhetssaker, og mange av enhetene inneholdt ikke inneholdt illustrasjoner eller bilder. Figur 3.3. viser hvordan analysemodellen for tolkningsrammer er bygget opp.





**Figur 3.3. Mediepakke-modellen**

Figuren gir en oversikt over modellen for tolkningsrammer som er utgangspunktet for oppgaven, basert på Gamson og Laschs analysemodell (1983) med Ihlen (2007) modifikasjoner.

Til tross for noen svakheter ligger modellens hovedstyrke i at den gir forskeren konkrete verktøy som kan hjelpe med å generere spørsmål til analysedataet og til å systematisere analysen. Modellen gjør det også lett å forstå hvordan man bør gå frem. Ved å systematisere verktøyene i en tabell, blir modellen også eksplisitt og mer anvendelig for flere enn forskeren som har utført analysen (Ihlen, 2007).

### 3.4. Datakvalitet

Å vurdere kvaliteten på et forskningsprosjekt innebærer en refleksjon rundt hvordan datamaterialet kan være påvirket, i hvilken grad og i hvilken retning (Grønmo, 2004, s. 219). Mer utdypet handler det om hvorvidt datamaterialet er velegnet til å belyse studiens problemstilling, i hvilken grad materialet bygger på vitenskapelige prinsipper for sannhetsforpliktelser og logisk drøfting. Det handler også om i hvilken grad datainnsamlingen er gjort på en systematisk måte i tråd med fremgangsmåten til metodene som brukes (Grønmo, 2004, s. 117f). To overordnede kriterier for en systematisk

fremgangsmåte i vurderingen av studiens kvalitet er å vurdere oppgavens reliabilitet og validitet (Grønmo, 2004, s. 220).

### **3.4.1. Reliabilitet**

Reliabilitet refererer til studiens pålitelighet og hvorvidt det vil være mulig å gjenta studien med samme resultat (Grønmo, 2004, s. 220). En måte å teste reliabiliteten på er derfor å gjøre det samme undersøkelsesopplegget på flere forskjellige datasett om det samme fenomenet. Oppnås de samme dataene eller resultatene hver gang kan en påstå at datamaterialet er pålitelig og har høy reliabilitet (Grønmo, 2004, s. 221). I kvantitative studier argumenteres det ofte for at kvantitative målinger som bare er utført av én person ikke har noen særlig verdi (Neuendorf, 2002, s. 163). Det er fordi forskeren kan ha andre oppfatninger av innholdet som kodes enn en eventuell medkoder. Ved å utføre en "inter-reliabilitets-test" kunne jeg ha sikret graden av samsvar mellom registreringer utført av flere personer (Neuendorf, 2002, s. 143ff). Jeg valgte å ikke utføre en inter-reliabilitets-test på grunn av studiens forskningsprosess som er hovedsakelig deduktiv med induktive elementer og iterative runder. Kombinasjonen gjorde at jeg underveis i analysen hentet informasjon fra datamaterialet og utvidet teorien og den analytiske modellen. Dette gjorde prosessen kompleks og mindre oversiktlig og ville vært utfordrende å involvere en medkoder i. Derfor valgte jeg heller å gå gjennom materialet to ganger på forskjellige tidspunkter. Det kalles i følge Neuendorf "intra-reliabilitet" og betegner graden av samsvar mellom flere kodinger utført av samme koder (2002, s. 143ff). Denne metoden har også sine fordeler fordi en annen person som får opplæring i temaet kan på grunn av mindre kunnskap utgjøre en feilkilde i seg selv. Ved å registrere materialet to ganger selv, sikret jeg at begge gjennomgangene ble gjennomført med de samme forutsetningene. Derfor vil jeg hevde at datamaterialet er pålitelig og innehar reliabilitet.

I registreringen av redaksjonelt initiativ og sjangre ligger gjerne vurderingen mer eksplisitt, mens hver av elementene i tolkningsramme-modellen krever en mer subjektiv vurdering og tolkning. Jeg vurderte det derfor som særlig viktig å gjennomgå kodingen av tolkningsrammene to ganger, men kodet også de andre indikatorene to ganger for høyere reliabilitet. Teoretisk sensitivitet ga meg også utvidet forståelse for teori og analyse av indikatorene, noe som gjorde det viktig å oppdatere den første tolkningen jeg hadde gjort. De

to kodingene ble gjennomgått med tre måneders mellomrom for å få en avstand til materialet, og sikre at ikke den andre kodingen ble utført ved hukommelse fra den første. For å sikre reliabilitet ble alle enhetene som innebar noen form for usikkerhet markert for å kode dem ekstra gang. I den andre kodingen ble alle de 112 artiklene gjennomgått på nytt for å forsikre at tolkningsrammene var utelukkende eksklusive, og at registrering av antall kilder, titler, hendelser osv. stemte med antallet fra første gjennomgang. Den andre kodingen viste noen avvik. Noen av tolkningsrammene var blitt registrert som separate rammer den første gangen, i den andre registreringen ble det oppfattet som mer gunstig å slå dem sammen. Det ble også registrert avvik i hva som kunne regnes som troper og eksempler i noen av rammene, så disse ble tolket og vurdert på nytt. Antall elite-kilder og antall nyhetsartikler ble det også registrert avvik i, disse ble dermed telt og registrert på nytt.

I forbindelse med kvalitative metoder er det uenighet om hvor fruktbart det er å snakke om reliabilitet eller om det er mer meningsfullt å snakke om troverdighet (Østbye et al., 2007, s. 118). En refleksjon rundt reliabilitetsbegrepet er imidlertid også viktig i kvalitative studier, til tross for at undersøkelsesopplegget og datamaterialet er mindre strukturert enn i kvantitative tilnærminger (Grønmo, 2004, s. 228). Mer systematikk og transparens er dermed nødvendig i den kvalitative forskningsprosessen. Med det har jeg forsøkt å eksplisitt beskrive forskningsprosessen i dette kapittelet. Jeg beskrev hvordan utgangspunktet for problemstillingen var en analyse av tolkningsrammer i det grønne skiftet, men at underveis i prosessen viste det seg at en analyse av avissjangre og det redaksjonelle initiativet ville styrke analysen av samfunnsoppdraget.

Ved å ta i bruk systematiske metoder for vurdering av indikatorene ønsker jeg å oppnå mer transparens i studien. Analysemodellen for tolkningsrammer vektlegger systematisk datainnsamling og konkrete elementer som bygger opp rammeverktøy og posisjoneringsverktøy. Verktøyene kan omtrent sies å fungere som bevismateriale på om tolkningsrammene eksisterer i tekstene (Ihlen, 2007). Når det gjelder redaksjonelt initiativ og avissjangre, er disse også delt opp i elementer som gjør analysen mer konkret og forhåpentligvis lettere å etterprøve. Det redaksjonelle initiativet er delt opp i elementene kilder, lesergenerert og redaksjonelt og aktivt/passivt nyhetsstoff. Avissjangre er delt opp i riks- og regionaviser som elementene tolkningsrammer og redaksjonelt initiativ analyseres innenfor. Det gjør det både lettere for forskeren å analysere systematisk og eksplisitt, og for

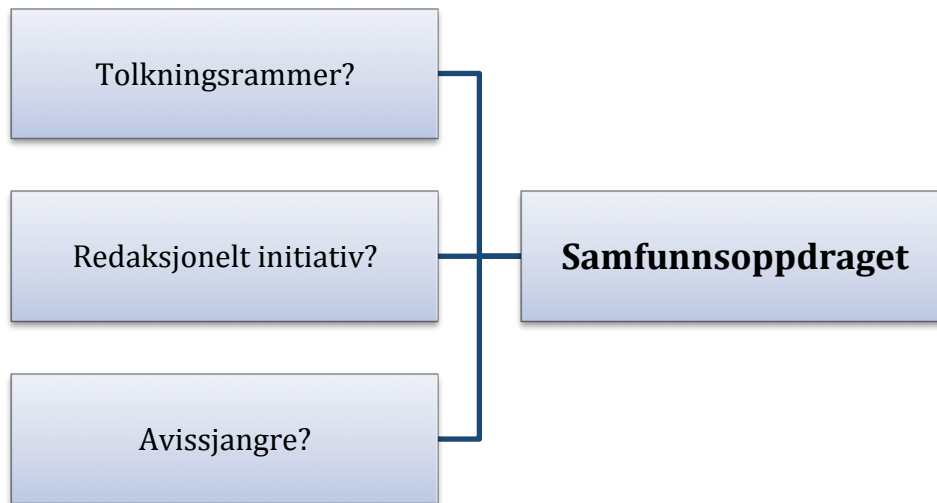
leserne å vurdere analysens troverdighet. Å gi en grundig og åpen beskrivelse av innholdet i tekstene, bidrar også til å gjøre analysen mer reliabel (Østbye et al., 2007). Jeg har derfor lagt vekt på å vise frem datamaterialet med gjennomgående bruk av eksempler for å gjøre tolkningen mer transparent. Min vurdering av samfunnsoppdraget vil likevel være vanskelig å etterprøve med full nøyaktighet. Forskerens involvering spiller alltid en avgjørende rolle i kvalitative tilnæringer. Særlig gjelder det forståelsen som forskeren legger til grunn, basert på tidligere erfaringer og kunnskap. Min bakgrunn og engasjement i klimaspørsmål ble beskrevet innledningsvis. Forskeren er imidlertid analysens sterkeste verktøy i kvalitative studier (Grønmo, 2004, s. 228). Nettopp på grunn av bakgrunn og erfaringer i klimaforskning kunne jeg antakelig fremme tolkninger og vurderinger som kanskje ikke hadde kommet frem via en annen forsker uten den samme bakgrunnen, eller i en mer avgrenset kvantitativ studie.

### **3.4.2. Validitet og generaliserbarhet**

Validitet betegner i hvilken grad datamaterialet egner seg til å svare på problemstillingen, om fremgangsmåten og metodevalgene står i relasjon til studiens mål (Grønmo, 2004, s. 231). I kvalitative tilnæringer vil en vurdering av validiteten innebære hvorvidt man har foretatt systematiske og kritiske drøftinger av undersøkelsesopplegget, datainnsamlingen og datamaterialet, og om man har vektlagt det som er mest relevant for undersøkelsen (Grønmo, 2004, s. 237). I denne studien har de tre indikatorene bidratt til å besvare problemstillingen ved å gi informasjon om samfunnsoppdraget fra ulike hold. De tre indikatorene ble utformet i samhandling med tidligere teori og forskning på feltet, og med en åpen tilnærming til analyse materialet. Slik kunne jeg forsikre meg om at analysen var forankret i tidligere forskning og at den var relevant som et nytt bidrag til forskningen. Et deduktivt utgangspunkt, økende forståelse og teoretisk sensitivitet underveis ga meg også en mulighet til å vurdere hvorvidt teori, innsamling og datamateriale var relevant for oppgavens mål, noe som også styrker oppgavens validitet. Å studere samfunnsoppdraget med tre ulike indikatorer har gitt et mer helhetlig bilde av samfunnsoppdraget og har minsket risikoen for å gå glipp av vesentlige nyanser. At indikatorene benytter seg av systematiske tilnæringer for å vurdere samfunnsoppdraget kvalitativt vil jeg også hevde har styrket validiteten i oppgaven.

Denne studien har ikke hatt som mål å generalisere på bakgrunn av noen spesifikke egenskaper, men å oppnå forståelse og innsikt i samfunnsoppdraget i omtalen av det grønne

skiftet. Oppgaven kan dermed sees som et viktig teoretisk bidrag til et felt som er lite forsket på. Utvalget gir et godt bilde på de typiske trekkene og tendensene i omtalen og har dermed bidratt til å utvikle en større forståelse av begrepet.



**Figur 3.4. Analysemodell for samfunnsoppdraget**

## 4 Funn og analyse

I dette kapitlet presenteres funn og analyse av indikatorene i modellen for å vurdere samfunnsoppdraget. Kapitlets videre struktur er slik: funn av tolkningsrammer, redaksjonelt initiativ og avissjangre presenteres før de analyseres på bakgrunn av teoretiske perspektiver og tidligere studier beskrevet i kapittel 2.

Når eksempler illustreres, vil avisa betegnes med initialene og deretter dato for artikkelens publiseringsdato. Det vil se slik ut: **(NL311016)** som betyr at artikkelen ble publisert i Nordlys med dato 31. Oktober 2016. En fullstendig liste over avisenes forkortelser finnes i vedlegg.

### 4.1. Tolkningsrammer i omtalen av det grønne skiftet

Tolkningsrammer er naturlig og nødvendig i all journalistikk for å organisere stoffet, men blir problematisk når rammene gjentar seg og ingen alternative syn eller ny informasjon blir gitt. I forskningsspørsmålet knyttet til avisenes bruk av tolkningsrammer spør jeg hvilke tolkningsrammer som kan identifiseres i omtalen og om de skiller seg fra rammer i mediens dekning av klimaendringer. Rammene identifisert i denne studien presenteres først før det gis en analyse av hvorvidt de skiller seg fra tidligere forskning. Rammene illustreres med analysemodellen beskrevet i kapittel 3 med eksempler fra artikler i materialet før rammen oppsummeres i en tabell.

#### 4.1.1. Politikk-rammen

Rammen som dominerte i oppgavens materiale var *politikk-rammen*. Politikk-rammen handler om politikk, strategier og tiltak i klima- og energipolitikken. Rammens tema dreier seg i hovedsak om norske politikere og norske partier, og om tiltak knyttet til statsbudsjettet eller andre bevilgninger.

*Kjernerammen* er en politisk og ideologisk konflikt mellom parter, grupper eller personer om hvordan energiskiftet bør gjennomføres. Kjernerammen består av

rammeverktøyene som illustrerer rammens essens. Det første rammeverktøyet er *troper*, språklige bilder som peker ut over seg selv. *Tropene* i studien henviste ofte til andre parters politikk eller strategier: “10 millioner kroner til gang- og sykkelveier fører ingensteds hen” og “Venstre har lovet å grønnvaske klimabudsjettet” (DB091014). *Tropene* i materialet sa også noe om dobbeltkommunikasjon i klimapolitikk: ”Å tale med to tunger er avansert politikersport” (NL041114). Det andre rammeverktøyet, *eksempler*, trekker gjerne på nåtidige eller tidligere hendelser for å ramme inn et tema. *Eksemplene* i rammen drøfter kommunikasjon og løfter fra politikere: “Noen har jo gjort det til en hobby å dobbeltkommunisere” og “Enhver statsminister snakker gjerne om at vi må utvikle næringene i fastlands-Norge, slik at avhengigheten av olje blir mindre. Men i stedet for å følge opp dette, satses det på mer oljeutvinning” (DB281215). *Slagordene* i rammen er global avtale, nøkkel og taktskifte. *Beskrivelser* karakteriserer gjerne rammens hovedsubjekter. I materialet går *beskrivelsene* ut på hva de ulike partene mener og gjør, gjerne med ladet språk: “Etter at De Grønne kom på banen, fulgte etter hvert SV, Venstre og KrF opp. Men Ap, Høyre og Frp avviste problemstillingene på en slik måte at jeg utnevnte dem til ”fossilpartier” i valgkampen” (DA311214). ”Derfor ble vi i Miljøpartiet De Grønne forskrekket da vi oppdaget at regjeringa har fjernet hele kapittelet om bærekraft”, ”Dette er De Grønne sterkt uenig i” og ”Å fjerne dette kapittelet er en så demonstrativ handling at det krever en ordentlig forklaring” (NL301014). Beskrivelser av ulike tiltak i statsbudsjettet var for eksempel: ”Vi bevilger 4 milliarder kroner til Det grønne klimafondet i FN i 2014 og foreslår at en norsk ”klimaprosent” av BNP i fremtiden overføres fra Oljefondet til klimatiltak i Sør” (VG281213).

I rammens *kjerneposisjon* inngår det en analyse av årsaker til et problem og hvilke konsekvenser det kan få dersom det ikke gjøres noe med problemet. I politikk-rammens *kjerneposisjon* ligger gjerne globale klimaavtaler eller andre bestemmelser til grunn for tiltakene det argumenteres for. Hvis det ikke iverksettes nødvendige tiltak, kan det føre til økonomiske tap og miljøødeleggelser. *Årsaken* beskrives ved å vise til FN's klimapanel's forskning eller nye rapporter som bevis på at vi må redusere CO<sub>2</sub>-utslipp: ”Miljøminister Tine Sundtoft sier at FN's ferske klimarapport viser at Norge må kutte i klimagassutslipp over hele linja” (DA1404014). *Konsekvensene* av å ikke følge opp disse bevisene er et brudd på den globale avtalen og kan føre til

tapsprosjekter (ofte økonomiske) og ødeleggelser for livsmiljøet. Det stilles også spørsmål ved hvordan den andre parten kan ignorere disse bevisene: ”Jeg er forundret over den manglende forståelsen blant både politikere og folk for nødvendigheten av et grønt skifte. Staten bør ikke hjelpe Statoil med å sikre oljearbeidsplasser” (DB281215). Mangler i statsbudsjettet blir ofte trukket frem som et bevis på at regjeringen ikke følger opp klimaavtaler og andre bestemmelser. Det *appelleres* til at vi må tenke på framtidige generasjoner. Fremsynte politikere som kan gjennomføre de viktige klimatiltakene etterlyses.

Artikkelen *Taktskifte i klimapolitikken med nytt ikke-sosialistisk flertall* (NL220415) gir en illustrasjon på politikk-rammen. En konflikt utspiller seg mellom politiske personer og partier: ”Terje Aasland går langt i å antyde at regjeringspartiene, Kristelig Folkeparti og Venstre ikke har en ambisiøs klimapolitikk. Det fortjener et tilsvarende svar.” Med *tropene* ”Etter kun 1,5 år med samarbeid og flertall på ikke-sosialistisk side ser vi et tydelig taktskifte i norsk klimapolitikk” og ”nå har vi snudd den negative utviklingen” henviser forfatterne til at nåværende regjering gjør et bedre arbeid enn forgjengerne. Det ser vi også i *eksemplet* ”Regjeringsskiftet og samarbeidsavtalen mellom Høyre, Fremskrittspartiet, Kristelig Folkeparti og Venstre har gitt Norge en bedre og langt mer offensiv klima- og miljøpolitikk enn den politikken Arbeiderpartiet og de rødgrønne førte i åtte år med rent flertall på Stortinget”. Deretter får vi *beskrivelser* av hvilke tiltak de har iverksatt, blant annet: ”Regjeringen og samarbeidspartiene tok i statsbudsjettet grep som har gjort ladbare hybridbiler billigere og diesel og bensin grønnere”. Med det ligger en slags implisitt *appell til prinsipp* om at en burde stemme på dette partiet da de har gjort en mye bedre klimajobb enn forgjengeren: ”det er ingen tvil om hvem som leder an i det grønne skiftet. Det er ikke opposisjonen”.

Hovedstriden i rammen utspiller seg mellom norske politikere eller andre personer om norsk klimapolitikk. Kun én artikkel handler om konflikt mellom ulike land. Rammen kjennetegner også at lesere retter kritikk mot nåværende klimapolitikk eller kommer med oppfordringer til politikerne. I tabell 4.1 illustreres politikk-rammen med mediepakke-modellen (Gamson & Lasch, 1983, Ihlen, 2007). Vedlegg 1 viser et eksempel på politikk-rammen.



<b>Politikk-rammen</b>	
<b>Kjerneramme</b>	<b>Ideologisk konflikt eller strid om hvordan det grønne skiftet bør gjennomføres i norsk politikk.</b>
<b>Troper</b>	“10 millioner kroner til gang- og sykkelveier fører ingensteds hen” (DB091014).
<b>Eksempler</b>	“Noen har jo gjort det til en hobby å dobbeltkommunisere” (DB281215).
<b>Slagord</b>	Taktskifte i klimapolitikken, global avtale, nøkkel (NL220415).
<b>Beskrivelser</b>	“Etter at De Grønne kom på banen, fulgte etter hvert SV, Venstre og KrF opp. Men Ap, Høyre og Frp avviste problemstillingene på en slik måte at jeg utnevnte dem til ”fossilpartier” i valgkampen” (DA311214).
<b>Kjerneposisjon</b>	<b>FNs klimapanel har talt, hvis politikere ikke iverksetter tiltak i det grønne skiftet kan det føre til økonomiske tap.</b>
<b>Arsaker</b>	Forskning og rapporter beviser at vi må redusere CO2-utslipp (DA1404014).
<b>Konsekvenser</b>	Hvis vi ikke følger opp bevisene, bryter vi med forpliktelser i globale avtaler. Det kan føre til tapsprosjekter og få store økonomiske konsekvenser (DB281215).
<b>Prinsipper</b>	Tenk på framtidige generasjoner. Fremsynte politikere som kan gjennomføre de viktige tiltakene i det grønne skiftet etterlyses (NL230915).
<b>Nøkkelord</b>	Politikere, regjering, utfordringer, oljeindustri, omstilling, regjeringsskifte, samarbeidsavtale, statsbudsjett, internasjonalt, i-land, u-land, løfter, symbolpolitikk

Tabell 4.1. Politikk-rammen

#### 4.1.2. Økonomi-rammen

Økonomi-rammen er den mest fremtredende etter politikk-rammen og kjennetegnes ved at det er økonomien som styrer det grønne skiftet. Rammen diskuterer pris, lønnsomhet, investeringer og kostnader av ulike energikilder. Pris og etterspørsel er avgjørende for hvorvidt nye oljefelt skal åpnes og om man skal satse på gass, kull eller fornybar energi. At energikildene er miljøvennlige er en positiv bivirkning, men det kommer i andre rekke. Rammen diskuterer også omstillinger i økonomien og tar opp temaer som nedbemanning og kostnadskutt.

*Rammeverktoøyene* identifisert i materialet utgjør til sammen *rammens kjerne* som innebærer et historisk skifte i norsk økonomi. Fall i oljeprisen gjør at Norge opplever

store økonomiske endringer som fremmer spørsmål om hvorvidt man kan fortsette å leve av olje. *Troper* i rammen er ”Oljebransjen kjemper i motvind” (AA100415), ”Gullalderen er over” (VG091214), ”2015 vil i historiebøkene stå som året det snudde” (BT311215) og ”Det har vært kroneskjokk. Oljesjokk. Rentesjokk. Boligsjokk (i Stavanger)” (NL230216). *Eksempler* i rammen er: ”I går falt prisen på Nordsjø-olje til 67 dollar fatet – det laveste nivået på fem år” og ”Holder oljeprisen seg på dagens nivå, vil nasjonalinntekten bli 70 milliarder kroner lavere enn anslått neste år” (VG091214). *Slagord* er omstilling, olje-Norge og olje-kompetanse: ”vi har stor omstillingsevne” (DB091214) og ”kompetanse fra oljenæringen kan overføres til det grønne skiftet” (SA240914). *Beskrivelser* er ”Fallende oljepris og økende ledighet sammen med et teknologisk skifte kan være starten på en økonomisk nedtur Norge ikke har sett siden slutten på 1980-tallet” (FV220216) og ”En dag må vi klare oss uten oljen, sier Mork. Han tegner et dystert bilde av Norges økonomiske framtid. - Jeg snakker om en situasjon der man vil få valget mellom å godta lønnskutt, eller miste jobben” (VG091214).

*Rammens kjerneposisjon* er at den lave oljeprisen tvinger fram et grønt skifte. Til tross for lav lønnsomhet skal vi fortsette å leve av olje i mange år fremover. Det første posisjoneringsverktøyet, *årsaken*, er at oljeprisen gjør det lite lønnsomt å utvinne olje på mange av de norske feltene. Det blir dyrere å produsere olje, mange av de planlagte prosjektene på norsk sokkel kan bli tapsprosjekt (DB091214). *Konsekvenser* er høy arbeidsledighet i oljebransjen, og svingninger i markedet gjør at fornybare energikilder etter hvert blir konkurransedyktige med oljen (AA100415, VG091214). Klimaendringer gir investeringsmuligheter i nye markeder (SA240914, DA190516a). *Prinsipper* i rammen er at vi må jobbe hardere for å opprettholde sosiale goder og et velferdssamfunn, oljeselskaper må diversifisere porteføljen sin, klimaendringer gir gode investeringsmuligheter og kompetanse fra oljenæringen kan overføres til det grønne skiftet (SA240914, DB091214).

Artikkelen *Gullalderen over* (DB091214) gir et eksempel på økonomi-rammen. Her brukes *tropen* ”gullalderen for Olje-Norge er over” for å illustrere at olje ikke lenger vil gi oss ”gull” - den velstanden olje har gitt Norge. *Tropene* ”Lav kriseforståelse” og ”politikere som har lullet oss inn i en tro på at vi bare kan fortsette som før” antyder at folk ikke har forstått

alvoret. Det skyldes at politikere ikke har fortalt sannheten. I artikkelen *Grønne penger vokser raskest* (AA100415) forklares hvorfor økonomien har endret seg med *tropen* ”Da oljeprisen begynte å stupe i 2013, så gjorde ikke kostnadene det samme...”. *Eksemplet* ”På grunn av den høye oljeprisen som har vært de ti siste årene har vi tillatt oss å bli late, og nå må vi ta støytten for det” rammer inn dagens situasjon (AA100415). *Slagordet* omstilling benyttes ofte: ”vi har stor omstillingsevne” (DB091214). Omstillingen blir omtalt som et stort skritt: ”Det er nå vi må tørre å ta det store skrittet... fra fossile til mer grønne energikilder” (AA100415). *Beskrivelsene* gir oss mer detaljer om dagens økonomiske situasjon: ”Problemet er at det ikke er mer enn 1,5 prosentpoeng igjen å kutte. Dermed må i tillegg LO gå med på å kutte lønningene” (DB091214). Også her får vi *beskrivelser* av de store endringene: ”... hvor blant annet 185 oljeingeniører er permittert fra Reinertsen. Og onsdag kom nyheten om at 35 får tilbud om sluttavtale hos oljeselskapet Det norske” (AA100415). Artikkelen *hovedposisjon* forteller at vi skal satse litt mindre på olje i fremtiden fordi oljeprisen ikke vil bli så høy som den var, i hvert fall ikke på noen år: ”en normal pris er på mellom 80 og 85 dollar fatet, og dit vil vi komme i 2018/2019 spår oljeanalytikeren” (AA100415). *Konsekvensen* er at vi i mellomtiden må se oss etter jobber innen grønn energi: ”Fordi det blir mer lønnsomt, og fordi det kommer som en nødvendighet på grunn av forurensing” (AA100415). Lønnsomheten henviser til prinsippet om at å investere i klimaendringer *både* må gi avkastning *og* være en vinn-vinn situasjon: ”Vi bør investere i det grønne skiftet, der vi kan utnytte den kompetansen vi allerede har fra oljesektoren for å skape en ny industri” (DB091214).

Økonomisk gevinst er den mest avgjørende faktoren i et energiskifte. Oljeprisfallet har ført til mindre lønnsomhet i oljebransjen og fornybar energi er dermed blitt mer konkurransedyktig. Dette framskynder energiskiftet, men til slutt er det økonomien som avgjør en økt satsing på fornybar energi. Tabell 4.2 oppsummerer elementene i rammen. Vedlegg 2 viser et eksempel på en artikkel fra økonomi-rammen.

<b>Økonomi-rammen</b>	
<b>Kjerneramme</b>	<b>Fall i oljeprisen fører til store økonomiske endringer i Norge og utfordrer den norske oljenæringen.</b>
<b>Troper</b>	”Det har vært kronesjokk. Oljesjokk. Rentesjokk. Boligsjokk (i Stavanger)” (NL230216).
<b>Eksempler</b>	”Holder oljeprisen seg på dagens nivå, vil nasjonalinntekten bli 70 milliarder kroner lavere enn anslått neste år” (VG091214).
<b>Slagord</b>	Omstilling, olje-Norge og olje-kompetanse (FV100516).
<b>Beskrivelser</b>	”Fallende oljepris og økende ledighet sammen med et teknologisk skifte kan være starten på en økonomisk nedtur Norge ikke har sett siden slutten på 1980-tallet” (FV220216).
<b>Kjerneposisjon</b>	<b>Den lave oljeprisen gjør det vanskeligere å opprettholde et velferdssamfunn og tvinger fram et grønt skifte.</b>
<b>Arsaker</b>	Norsk oljeutvinning og produksjon blir dyrere, mange av de planlagte prosjektene på norsk sokkel kan bli tapsprosjekt (DB091214).
<b>Konsekvenser</b>	Høy arbeidsledighet, svingninger i markedet (AA100415, VG091214).
<b>Prinsipper</b>	Vi må jobbe hardere for å opprettholde sosiale goder og norsk velferd. Oljeselskaper må diversifisere porteføljen og klimaendringer gir gode investeringsmuligheter (SA240914, DB091214).
<b>Nøkkelord</b>	Lønnskutt, krise, oljekrise, kriseforståelse, oljepris, oljeindustri, oljeanalytiker, ulønnsom, arbeidsledighet, oljemarked, svingninger, økonomi, investeringer

Tabell 4.2. Økonomi-rammen

### 4.1.3. Løsningsrammen

Rammen som er mest gjeldende etter politikk-rammen og økonomi-rammen er *løsningsrammen*. Den forteller om de ulike løsningene i det grønne skiftet. Fædrelandsvennen skriver i den forbindelse at: ”spør man 100 mennesker om hva det grønne skiftet er, får man 100 forskjellige svar. Alle vil være riktige” (FV140316). Måten løsningene fremstilles på i rammen er ofte gjennom næringslivsaktører eller bedrifter og med detaljerte beskrivelser på teknologiske løsninger. Rammen preges av en positiv tone og mulighetene løsningene drar med seg fremheves. Løsningene fremstilles som en vinn-vinn situasjon for bedriften og miljøet.

Rammens *kjerne* forteller at næringslivets og bedrifters satsing på klima er en vinn-vinn-situasjon for bedriften og miljøet. Den gjensidige gevinsten beskrives som økonomisk lønnsom og lønnsom for kloden i form av mindre forurensing. Rammen konstrueres av *rammeverktøyene* som til sammen gir et budskap om at bedrifter og næringsliv bør gå foran i det grønne skiftet. Rammeverktøyene består av *troper* som ”Det går helt fint å stå på flere klimabene samtidig” når Rema 1000 skriver at det går an å være en konkurransedyktig og lønnsom bedrift samtidig som man satser på miljø (AA221215). En annen *trope* i rammen er: ”det er en vinn-vinn situasjon som både vi og miljøet drar nytte av” når det er snakk om at bedrifter gjør kostbare investeringer i klimavennlige løsninger (FV181114). *Eksemplene* ”Det grønne skiftet begynner i Vennesla” (FV080915) og ”Hurtigruten er på parti med fremtiden” (NL010216a) fremhever konkrete tiltak i lokalsamfunnet. *Slagord* er visjoner, vinn-vinn, muligheter og nøkkelen i det grønne skiftet (AA221215, FV140316). *Beskrivelser* i rammen er ofte detaljerte og tekniske forklaringer på hva bedriften gjør for miljøet: ”å lage silisiumbaserte batterier kan for eksempel lage mer enn tre ganger så mye energi som et standard elbilbatteri i dag” (FV041215).

*Posisjoneringsverktøyene* rettferdiggjør løsningsrammens *kjerneposisjon* med utgangspunkt i den globale klimaavtalen eller andre bestemmelser om å redusere CO<sub>2</sub>-utslipp. Bedrifter er både en del av problemet og løsningen. Derfor må de finne nye måter å drive virksomheten på som ikke er miljøfiendtlige. Rammen peker på *årsaker* som klimaavtaler eller EUs klimaregler (FV280514). *Årsaken* kan også være økt befolkningsvekst og at verden derfor behøver mer energi (VG121215).

*Konsekvensen* er at bedrifter må finne løsningene (SA291215). Det er også snakk om å fordele ressursene vi har i verden og å tenke langsiktig. Rammen *appellerer til prinsipper* som: klimavennlige måter å drive virksomhet på er lønnsomt for både økonomien og miljøet (NL010216a). Klimavennlige løsninger gir også mange flere muligheter, og de vil skape arbeidsplasser som vi behøver i Norge. I noen tilfeller oppfordrer også rammen politikere til å støtte disse løsningene. Det kan også ligge en kritikk i at politikere kun prater om det grønne skiftet mens bedrifter faktisk gjør noe.

I *Løsningene leveres lokalt* (SA291215) finnes et eksempel som fremhever lokale bedrifter i regionene som en del av løsningen. *Årsaken* som trekkes fram i rammen er at Norge nettopp

har signert Paris-avtalen som forplikter oss til å redusere utslipp. *Årsaker* er også klimaendringenes konsekvenser: ”Havene stiger. Isbreene smelter. Været blir mer ekstremt”. Deretter blir *konsekvensene* i rammen trukket fram, at vi må satse på ny teknologi og bruke energi og ressurser på en smartere måte. Lokale bedrifter fremheves som en del av løsningen: ”Her vil lokale samfunnsbedrifter utgjøre en forskjell”. Rammens *appell til prinsipp* lyder: ”En slik miljøsatsing vil skape lokale arbeidsplasser rundt om kring i Norge”. I *kjernerammen* får vi *beskrivelser* av bedrifter og tiltak som både reduserer klimagassutslipp og som utnytter ressurser på en bedre måte. ”Ved å ta i bruk innovativ teknologi for å utvinne biogass, kan Lindum AS både levere hydrogen som kan brukes til transport, og levere produkter som gir næring til matjord” og ”Bedriftene i KS Bedrift bidrar til et mindre karbonavtrykk, og utgjør en viktig del av fornybarbransjen”. *Eksemplet* ”De lokalt eide samfunnsbedriftene står klare til å være med på denne klimadugnaden” illustrerer dagens situasjon og lokale bedrifters fremtidsvisjon. Vinn-vinn aspektet trekkes også fram: ”Det får ned utslipp av klimagasser, og skaper bedre luft for innbyggerne”.

Oppsummert handler løsningsrammen om hvilke løsninger en bør satse på i energiskiftet. Bedrifter og næringsliv går i front med å beskrive konkrete løsninger de har iverksatt og lokale bedrifter i regionene fremheves. Løsningene fremstilles ofte som en vinn-vinn situasjon for økonomien og miljøet. Tabell 4.3 gir en oversikt over løsningsrammen. Vedlegg 3 viser et eksempel på en artikkel fra løsningsrammen.

Løsningsrammen	
<b>Kjerneramme</b>	Næringslivets og bedrifters satsing i det grønne skiftet er en vinn-vinn situasjon for bedriften og klimaet: både økonomisk lønnsom og miljøvennlig.
<b>Troper</b>	”Det går helt fint å stå på flere klimabene samtidig” (AA221215).
<b>Eksempler</b>	”Hurtigruten er på parti med fremtiden” (NL010216a).
<b>Slagord</b>	Visjoner, vinn-vinn, muligheter, nøkkelen i det grønne skiftet (FV140316).
<b>Beskrivelser</b>	”Å lage silisiumbaserte batterier kan for eksempel lage mer enn tre ganger så mye energi som et standard elbilbatteri i dag” (FV041215).
<b>Kjerneposisjon</b>	<b>Vi har forpliktet oss til å redusere klimagassutslipp. Bedrifter er både en del av problemet og de sitter med løsningen. Derfor har de et ansvar for å innføre klimatiltak.</b>
<b>Arsaker</b>	Befolkningsvekst og en verden som behøver mer energi, bestemmelser og avtaler som globale klimaavtaler eller EUs klimaregulering (FV280514, VG121215).
<b>Konsekvenser</b>	Næringsliv og bedrifter må finne de gode løsningene til å produsere miljøvennlig energi og redusere CO <sub>2</sub> -utslipp (SA291215).
<b>Prinsipper</b>	Klimavennlige løsninger vil skape arbeidsplasser som vi sårt behøver i Norge nå. Politikere må se hvilke muligheter som ligger i løsningene, og støtte dem (NL010216ab).
<b>Nøkkelord</b>	Klimagevinst, lønnsomhet, lavutslippssamfunnet, fremtiden, løsninger, konkurransevne, omstilling, revolusjon, industri, klimadugnad, grønn konkurransekraft, teknologi

Tabell 4.3. Løsningsrammen

#### 4.1.4. Holdningsrammen

I analyse materialet dannet det seg også en ramme som beskriver de eksistensielle, filosofiske og psykologiske aspektene ved klimaendringer og et grønt skifte. I *holdningsrammen* stilles det spørsmål ved måten mennesker lever på knyttet til økonomi og forbruk. Psykologiske aspekter og diskusjon om manglende handling fremheves med spørsmål som: ”Vi vet hva vi bør gjøre, hvorfor har vi ikke kommet lenger?”. Hva som ligger i begrepene det grønne skiftet og bærekraftig utvikling drøftes i denne rammen.

*Kjernerammen* er at klimaendringene og det grønne skiftet utfordrer oss moralsk og politisk. Rammen fremmer at man må se på menneskets natur og psykologi for å

forstå hvorfor klimakampen ikke har avansert. Hvorvidt mennesker velger å gjøre noe handler også om hvordan et grønt skifte forstås og hva slags politisk, økonomisk og moralsk tilnærming en har til begrepet. Rammen inneholder også kritikk av aktører som tar i bruk begrepene uten å tillegge dem reelt innhold. *Troper* i rammen er ”Egoismen pumper i oss som om den var et grunnstoff i vår natur” (AA241015) og ”Bærekraft er språkets deodorant... når du kliner på hele flasken, ender du bare opp med å stinke” (DB060615). *Eksempler* er ”Mennesket er slik skapt at vi er mer opptatt av dagen i dag enn morgendagen, for ikke å snakke om det som ligger generasjoner foran oss” (AA191215) og ”tanken om evig vekst stammer fra den industrielle revolusjonen, og bygger på ideen om at jordens ressurser kan utnyttes i det uendelige i jakten på stadig større fortjeneste” (DA230715). *Eksempel* ”Spørsmålet er om vi som samfunn kan fortsette å ha vekst som viktigste politiske og økonomiske mål” illustrerer drøfting av økonomiske system knyttet til det grønne skiftet (DA230715). *Slagord* er bærekraftig framtid, solidaritet og fellesskap. *Beskrivelser* i rammen viser hvorfor mennesker ikke klarer å ta inn over seg alvoret med klimaendringene. Blant annet blir psykologiske barrierer trukket frem: ”...distanse, dommedagstenkning, dissonans, fornektelse og identitet. Disse barrierene ligger rundt oss og vår kjernepersonlighet som et forsvarsverk. Et klimabudskap som skal klare å trenge gjennom dette bolverket vil kreve sitt” (DB290915). Det økonomiske systemet blir også *beskrevet* som en barriere mot handling: ”den frie kapitalismen: frihandelen. Den som har gitt oss ”det gode liv” og ført flere ut av fattigdom enn noen gang i historien” (AA241015). *Beskrivelser* på alternativer til vår nåværende levemåte knyttet til forbruk og økonomi vises i utsagnet: ”Det er bare det at det grønne skiftet innebærer mer enn å skifte til mer miljøvennlige produkter. Vi må også klare oss med færre produkter” (DA230715).

*Rammens hovedposisjon* er at mennesker må endre måten å tenke på. Noen må ta styringen og hjelpe folk i riktig retning. Mennesker alene greier ikke å ta inn over seg alvoret og kompleksiteten i situasjonen. *Årsaken* til at mennesker ikke tar inn over seg klimaproblemet forklares med egoisme og økonomisk avhengighet. Vår natur gjør at mennesker har vanskeligheter for å endre seg (DB290915). *Konsekvenser* er at det grønne skiftet ikke går raskt nok. Teknologien finnes og innerst inne vet de fleste hva som bør gjøres, men menneskets natur og ønsket om en viss levestandard hindrer



endring. Mennesker skyver problemet fra seg og håper at globale avtaler skal løse problemet, eller at politikere tar jobben (AA241015). Problemet ligger også i hva en tillegger begrepet og hva som blir kommunisert. ”Dersom klimaglansbildet blir for glossy, gjør vi det vanskeligere å innføre tiltak som virkelig har effekt. Tøffe politiske beslutninger vil ikke møte den forståelsen de trenger og fortjener. Og kanskje stiller ikke velgerne like strenge krav til at tiltakene som innføres faktisk er effektive - vi merker jo ikke noe til dem uansett” (DB140815). *Appell til prinsipper* er: politikere må ta tak i problemet, tiden er inne for å sette nye mål for samfunnsutviklingen, folk må endre seg (AA241015, DB140815).

Et eksempel som illustrerer denne rammen finner vi i kommentaren *Dette endrer alt, faktisk* (AA241015). Utgangspunktet for innlegget er at Adresseavisen skal finne ut hva som har skjedd med klimagassutslippene før neste klimatoppmøte i Paris. *Årsaken* til at endringen går langsomt er at folk har motstand mot forskning og prognoser. ”Det er fordi vi kommer rett inn i intimsfæren til folk. Og vi blir oppfattet som ”makta” som sier hvordan folk skal leve. Det er klart de blir provosert”. Tvil som skapes av lobbyister og klimaskeptikere er også en av årsakene: ”Tvil er nemlig endringsviljens verste fiende”. Økonomi har også noe å gjøre med folks endringsvilje: “Den grønne revolusjonen og markedsliberalismen er gjensidig utelukkende størrelser”, “Vekst er forutsetningen for det kapitalistiske systemet, og hovedproblemet for de effektive miljøtiltakene. De går bare ikke sammen, de to”. Sammenlagt er *hovedårsaken* til manglende endring tankesettet bak det nåværende økonomiske systemet som gjør at folk tviler på om de vil gi fra seg velstanden og ”det gode liv”. *Konsekvensen* er at man ikke kan stole på at folk skal endre seg fordi mennesket er for egoistisk. ”Det er helt åpenbart for meg at vi ikke kan stole på enkeltmennesket her. Ikke før egoismen som mønster erstattes med solidariteten”. *Appell til prinsipper* er at beslutningene må overlates til mer velegnede folk: ”Inntil det skjer må vi stole på kloke ledere og forskere”. *Tropen* ”Grønmmalingen” av de bestående strukturene er et blindspor som gjør at vi ikke snur om i hodene våre” og *beskrivelsen* ”Kjøper Tesla, økologisk mat og klimakvoter på sydenturen” sier noe om at tiltakene som iverksettes ikke er tilstrekkelige, og heller ikke nok for en “total samfunnsomveltning”.

I *Det grønne skiftet blir ikke fett* (DB140815) skildres konsekvensene av at begrepet tillegges for mye optimisme. *Kjernerammen* forteller hvordan optimisme kan distrahere mennesker fra

reelle tiltak. Med *tropen* ”Om å være på vinnerlaget. Det grønne skiftet blir fett” skildrer forfatteren problemet med begrepet: at energiskiftet handler mer om å vinne og å ha det ”fett” enn å innføre reelle klimatiltak og erkjenne hva som ligger i denne overgangen. Det samme gjør *beskrivelsene*: ”For fem år siden: Jeg er på min første klimakonferanse. Politikere, kjendiser og miljøarbeidere klirrer med glassene... Noen tar ordet for å fortelle at lavutslippssamfunnet ikke bare er mulig, det blir et ”mye fetere samfunn” og ”Frederic Hauge fra Bellona viser fram den kule nøkkelen til den kule Teslaen sin”. *Eksemplet* ”Fortsatt gjør vi lite av det som har stor effekt og mye av det som har liten effekt” illustrerer den nåværende situasjonen. Følgende *beskrivelse* karakteriserer rammens hovedsubjekt: ”Stadig færre er bekymret for konsekvenser av klimaendringene. Det er ikke så rart, når budskapet er at det grønne skiftet går av seg selv så lenge alle bare er opplyste og positive”. *Årsaken* til at lite skjer er at vi ikke får vite om de vanskelige tiltakene: ”Det grønne skiftet er også reelle, og til dels upopulære, politiske beslutninger. Det betyr nedlegging av arbeidsplasser og oppretting av nye. Det krever omskolering og hardt arbeid. Og, ja, også avgifter og endring av livsstil.” *Konsekvensen* er: ”Dersom klimaglansbildet blir for glossy, gjør vi det vanskeligere å innføre tiltak som virkelig har effekt. Tøffe politiske beslutninger vil ikke møte den forståelsen de trenger og fortjener.” *Appell til prinsipp* er at velgerne må stille strenge krav til politikere, forstå deres tøffe beslutninger og innrømme at ”det ikke bare blir en piknik i det grønne”.

Holdningsrammen handler om eksistensielle, etiske og moralske tema i det grønne skiftet. Rammen drøfter forbruk, økonomisk system og levemåte. Innhold og bruk av begrepene grønt skifte og bærekraftig utvikling diskuteres. I tabell 4.4 oppsummeres rammen. Vedlegg 4 viser et eksempel på en artikkel fra holdningsrammen.

<b>Holdningsrammen</b>	
<b>Kjerneramme</b>	<b>Klimaendringer og det grønne skiftet utfordrer oss moralsk, etisk og politisk. Vi må se til menneskets natur og psykologi for å forstå mangelen på tiltak i klimakampen.</b>
<b>Troper</b>	”Egoismen pumper i oss som om den var et grunnstoff i vår natur” (AA241015).
<b>Eksempler</b>	”Spørsmålet er om vi som samfunn kan fortsette å ha vekst som viktigste politiske og økonomiske mål” (DA230715).
<b>Slagord</b>	Bærekraftig framtid, solidaritet og fellesskap (AA191215).
<b>Beskrivelser</b>	”Distanse, dommedagstenkning, dissonans, fornektelse og identitet. Disse barrierene ligger rundt oss og vår kjernepersonlighet som et forsvarsverk. Et klimabudskap som skal klare å trenge gjennom dette bolverket vil kreve sitt” (DB290915).
<b>Kjerneposisjon</b>	<b>Klimautfordringen tvinger oss til å endre måten vi tenker på, men vår natur gjør at det grønne skiftet ikke går raskt nok. Politikere må ta ansvar og tørre å ta de vanskelige beslutningene.</b>
<b>Arsaker</b>	Vi greier ikke å iverksette de viktige tiltakene på grunn av vårt tankesett og vår avhengighet av velstand (DB290915).
<b>Konsekvenser</b>	Vi har teknologien som behøves og vi vet hva som bør gjøres, men vi skyver problemet foran oss og håper at globale avtaler løser problemet, eller at politikere tar jobben (AA241015, DB140815).
<b>Prinsipper</b>	Vi må endre oss. Politikere, forskere og velegnede ledere må ta tak i problemet og lede an (AA241015, DB140815).
<b>Nøkkelord</b>	Holdninger, endringer, psykologi, industriell revolusjon, vaner, levemønster, klimatiltak, egoisme, velstand, økonomi, politikk, system, virkelighet

Tabell 4.4. Holdningsrammen

#### 4.1.5. Paradoksrammen – P1 og P2

Paradoksrammen handler om det norske paradokset mellom olje- og gassnæringen og klimaendringene. Olje og gass har vært Norges viktigste næring i lang tid og skapt mye av Norges velstand siden 1970-tallet. Nå krever klimaendringene og Paris-avtalen en reduksjon av CO2-utslipp, noe som betyr utfasing av olje og gass da denne industrien står for de største utslippene fra Norge. I hvilken grad dette er nødvendig og hvordan det skal gjøres finnes det

motstridende syn på som illustreres i denne todelte rammen. I Paradoks 1-rammen (P1) blir norsk olje og gass beskrevet som miljøvennlig og ren. Å fortsette norsk oljeutvinning er forenlig med Paris-avtalen og to-gradersmålet<sup>15</sup> og skal være en del av energimiksen i det grønne skiftet. I Paradoks 2-rammen (P2) blir norsk olje og gass beskrevet som problemet. Å fortsette norsk olje- og gassutvinning går i motsatt retning av globale avtaler om CO2-reduksjon, og hvis Norge faser ut oljeutvinning vil en betydelig del av utslippene i verden reduseres.

#### **4.1.5.1. P1 – Norsk olje og gass er en del av løsningen i det grønne skiftet**

*Kjernerammen* er at norsk olje og gass er vår viktigste næring, den vil sikre oss velstand i flere tiår fremover og skal være med å løse energiovergangen. Den er forsvarlig fordi utvinning og produksjon skjer på en miljøvennlig måte. *Tropen* ”verdens oljetørst fortsetter” illustrerer verdens behov for olje (DA190516b). Norsk oljenæring beskrives som et eventyr med *tropen*: ”et nytt kapittel i det norske oljeeventyret” (DA190516b). *Eksempler* er ”oljeutvinningen dette kan utløse, kan føre til milliardinntekter til oljeselskapene og den norske statskassa i flere tiår framover” (DA190516b) og ”olje- og gassbransjen er en del av løsningen, ikke bare et problem” (AA140616). *Slagord* er vår viktigste næring, oljetørst og oljeeventyr. *Beskrivelser* i kjernerammen forsvarer at norsk oljeproduksjon skjer på en miljøvennlig måte: ”Da Statoil skulle prøvebore mellom Nordkapp og Bjørnøya, ble det for eksempel satt krav fra myndighetenes side om at en fagekspert med sjøfuglkompetanse skulle følge med og overvåke bestanden av artene lomvi og polarlomvi” (VG260814).

*Årsaken* er at verden etterspør mer olje. Fordi vi ikke har nok fornybar energi, må olje og gass være en del av energimiksen i det grønne skiftet (SA190516). En annen *årsak* er at vi ikke må kaste bort den teknologiske fagkunnskapen vi har opparbeidet oss som olje- og gassnasjon (SA210614). *Konsekvensen* er at om utvinning av olje og gass blir stanset på eksisterende felt vil produksjonen øke et annet sted og resultatet er økte CO2-utslipp. Et annet argument for å fortsette norsk oljeutvinning er: ”Om

---

<sup>15</sup> Forskerne i FNs klimapanel mener at to graders temperaturstigning er grensen for hva naturen kan tåle. Stiger temperaturen mer enn det vil klimaendringene bli umulige å kontrollere: [fn.no/Tema/Klima/Hva-er-togradersmaalet](https://fn.no/Tema/Klima/Hva-er-togradersmaalet)

Norge hadde stengt oljekranene, ville den globale effekten av dette vært ubetydelig. Dersom Norge hadde sluttet med regnskogsatsingen, bremsset utviklingen av fornybar energi eller gitt opp vår konstruktive rolle i klimaforhandlingene, ville de negative konsekvensene vært større” (VG260814). Hva Norge gjør internasjonalt og i fornybar-satsing, er altså viktigere enn hvorvidt vi fortsetter norsk oljeutvinning eller ikke. *Appell til prinsipp* er at man bør satse på grønn teknologi og oljeinntektene kan brukes til å gi Norge et grønt forsprang. Ytterligere aktivitet på norsk sokkel vil også skape flere arbeidsplasser som Norge behøver nå (SA210415). *Rammens kjerneposisjon* er at norsk olje- og gassindustri bør fortsette fordi verden behøver mer energi.

Et eksempel i denne rammen finner vi i *Viktige tildelinger* (SA190516). Rammen trekker fram at oljeprisen er på vei opp. Det at oljeminister Tord Lien tildelte nye letearealer i 23. Konesjonsrunde er positivt fordi ”det er fortsatt lenge til Norge skal klare seg uten inntekter fra olje- og gassindustrien”. *Tropen* illustrerer betydningen av næringen for folk langs kyststripa: ”Det er bare miljøorganisasjonene og noen mennesker godt innenfor kyststripen som tror at ”det grønne skiftet” er en knapp der vi bare skrur av alt i dette sekund”. I tillegg til at næringen er viktig, gir den også mulighet til å opparbeide kompetanse innen klimavennlig teknologi. Det illustreres med *eksempelet*: ”Nå handler det om at Norge fortsatt skal kunne opprettholde en god og lønnsom virksomhet i det som er vår viktigste næring. Samtidig er dette en mulighet til å arbeide med sikker og klimavennlig teknologi”. Å fortsette letingen trekkes fram som en politisk *årsak*: ”Av politiske årsaker er det viktig å ha en troverdig aktivitet i et område der både Russland og andre nasjoner har store interesser”. Letingen vil ha konsekvenser for miljøet. Derfor er det ”helt riktig at det nå legges opp til en ressursmessig kartlegging av disse områdene”. Videre argumenteres det for at tildeling av letelisensene gir ingeniører i området faglig stimulans: ”Nå får de bryne seg på bærekraftige løsninger som skal tåle både klimaavtale og en oljepris som er langt lavere enn da lisensene ble utlyst.” Oljeleting i det grønne skiftet gir altså en mulighet til at høykompetente ingeniører får ”bryne” seg på utfordrende climateknologi.

#### 4.1.5.2. P2 – Norsk olje og gass er problemet i det grønne skiftet

*Kjernerammen* er at norsk olje og gass bremser et energiskifte. Rammen kritiserer regjeringen for tvetydig kommunikasjon: på den ene siden signeres globale avtaler, på den andre siden åpnes nye oljefelt. Olje og gass illustreres som klimaendringenes og to-gradersmålets hovedfiende. *Troper* i denne rammen er “slik blir Norge en bremsekloss for det grønne skiftet” (SA180914) og “For man kan vel knapt kalle det for tillitsvekkende når politikerne - og ikke bare regjeringen - taler med to tunger” (NL190516). *Eksempler* er: ”Hva gjør Norge som deltaker i denne verdensomspennende klimadugnaden? Utrolig nok tildeler nå staten, i stor stil, nye konsesjoner for utvinning av olje og gass i Barentshavet. Helt motsatt av det Paris-avtalen krever” (NL190516). *Slagord* er strategi, tillit, fremtid (SA180914). *Beskrivelser* i rammen er ”Myten om ”ren” norsk olje bygger på ørsmå utslippsforskjeller i utvinningsprosessen, mens det er forbrenningen av oljen som er hovedkilden til utslipp” (SA180914).

*Årsaken* er at å fortsette norsk oljeproduksjon ikke er forenlig med to-gradersmålet. Rammen legger til grunn FNs klimaforskning. ”FNs klimapanel anslår at verdens kjente reserver av fossil energi er fire til syv ganger større enn det som kan hentes opp. Klimapanelet sier også at utslippene av klimagasser må reduseres med mellom 40 og 70 prosent innen 2050. For å klare det må utslippene fra verdens energiproduksjon begynne å falle i løpet av det neste tiåret - og deretter reduseres til nær null i 2070” (DA040715). *Konsekvensen* av fortsatt oljeutvinning er at vi ikke vil nå to-gradersmålet: ”Statoils handlinger fører til et fire graders resultat” (DA140514) og ”ytterligere investeringer på sokkelen er trolig bare lønnsomt om vi vedder mot togradersmålet” (DB161215). En annen *konsekvens* er at oljeutvinningen er skadelig for andre næringer og natur: ”for fisk i en sårbar livsfase er et oljeutslipp fatalt” og ”flere undersøkelser er påbevist betydelige fangstreduksjoner for fiskebåter som opererer i nærheten av fartøyer som driver seismisk datainnsamling” (NL190516). *Appell til prinsipper* er: miljøforurensing bør få straff, rettferdighet for fremtiden og skap trygge fremtidsrettede arbeidsplasser (DA140514, DB161215).

I *Ren oljeløgn* (SA180914) forsøker forfatteren å motbevise argumentet om at norsk olje er miljøvennlig. Argumentene om ”ren olje” hevder forfatteren stammer fra konsulenter, kommunikasjonsarbeidere og politikere. De har igangsatt retorikken ”for å gi nordmenn inntrykk av at vi ikke behøver å røre ved bjelken i Norges øye, at vi kan fortsette som før, og ikke må slutte å tjene oss rike på å selge det som skaper global oppvarming, at akkurat vår fossilindustri er etisk og miljømessig forsvarlig”. Videre får vi *beskrivelser* på hvorfor norsk olje og gass ikke er miljøvennlig. ”Forbrenningen av norskprodusert olje og gass forårsaker utslipp av om lag 500 millioner tonn CO<sub>2</sub> årlig. Det er ikke ”rent” eller klimavennlig...”. Gass vil på den andre siden ha beskjeden og usikker klimaeffekt, men hovedproblemet er at olje og gass på norsk sokkel er teknologisk og økonomisk sammenvevd: ”80 prosent av feltene på sokkelen inneholder begge deler, og en kan ikke bare lete etter det ene. Støter et oljeselskap på et lønnsomt oljefelt med litt gass i, vil utbyggingskostnadene alene tale for å tappe feltet for begge deler”. *Årsaken* begrunnes med statistikk fra SSB: ”Forskere fra Statistisk sentralbyrå (SSB) fastslo i en rapport fra 2013 at en reduksjon i norsk oljeproduksjon vil ha gunstig klimaeffekt globalt, med 1 million tonn lavere utslipp per prosent nedgang i norsk produksjon”. *Konsekvenser* er at hvis Norge fortsetter oljeutvinning vil øystater forsvinne i havet og verdens fattigste må flykte fra naturkatastrofer og sviktende avlinger. *Appell til prinsipp* er: ”Vi må vri Oljefondets investeringer over i grønne næringer, bygge opp hjemmemarkeder for fornybarteknologi – både her og i utviklingsland” (SA210414).

Rammen er todelt og kommuniserer motstridende argumenter for og mot å fortsette norsk oljenæring i et grønt skifte. I tabell 4.5 og 4.6 er rammen oppsummert. Vedlegg 5 og 6 gir eksempler på paradoksrammen.

<b>Paradoks 1-rammen</b>	
<b>Kjerneramme</b>	Norsk olje og gass er miljøvennlig, landets viktigste næring og en del av løsningen i det grønne skiftet.
<b>Troper</b>	"Et nytt kapittel i det norske oljeeventyret" (DA190516b).
<b>Eksempler</b>	"Oljeutvinningen dette kan utløse, kan føre til milliardinntekter til oljeselskapene og den norske statskassa i flere tiår framover" (DA190516b).
<b>Slagord</b>	Vår viktigste næring, oljeeventyr, oljetørst (AA140616, DA190516b).
<b>Beskrivelser</b>	"Da Statoil skulle prøvebore mellom Nordkapp og Bjørnøya, ble det for eksempel satt krav fra myndighetenes side om at en fagekspert med sjøfuglkompetanse skulle følge med og overvåke bestanden av artene lomvi og polarlomvi" (VG260814).
<b>Kjerneposisjon</b>	<b>Norsk olje og gass gir verden energi og hvorvidt den stanses er ubetydelig i det store bildet. Betydelig er Norges satsing på regnskog og i klimaforhandlinger.</b>
<b>Arsaker</b>	Verden behøver mer energi. Norsk olje og gass er forenlig med to-gradersmålet og globale klimaavtaler fordi den er miljøvennlig og ren (SA210414, VG260814).
<b>Konsekvenser</b>	Hvorvidt vi stanser olje- og gassutvinning er ubetydelig, det har større konsekvenser om Norge trekker seg ut av klimaforhandlinger og regnskogsatsing (VG260814).
<b>Prinsipper</b>	Sats på grønn teknologi og bruk oljeinntektene til å gi Norge et grønt forsprang og nye arbeidsplasser. Kompetansen opparbeidet i oljebransjen bør ikke kastes bort (SA210414).
<b>Nøkkelord</b>	Oljeland, oljepenger, oljeetterspørsel, oljetørst oljeinntekter, norsk sokkel, klimatiltak, klimaeffektivitet

Tabell 4.5. Paradoks 1-rammen



<b>Paradoks 2-rammen</b>	
<b>Kjerneramme</b>	<b>Norsk olje og gass er problemet i det grønne skiftet og skadelig for klima og miljø.</b>
<b>Troper</b>	“For man kan vel knapt kalle det for tillitsvekkende når politikerne - og ikke bare regjeringen - taler med to tunger” (NL190516).
<b>Eksempler</b>	”Hva gjør Norge som deltaker i denne verdensomspennende klimadugnaden? Utrolig nok tildeler nå staten, i stor stil, nye konsesjoner for utvinning av olje og gass i Barentshavet. Helt motsatt av det Parisavtalen krever” (NL190516).
<b>Slagord</b>	Strategi, tillit, fremtid (SA180914).
<b>Beskrivelser</b>	”Myten om ”ren” norsk olje bygger på ørsmå utslippsforskjeller i utvinningsprosessen, mens det er forbrenningen av oljen som er hovedkilden til utslipp” (SA180914).
<b>Kjerneroposisjon</b>	<b>Norges olje- og gassutvinning går i motsatt retning av klimaforskning og globale avtaler.</b>
<b>Arsaker</b>	Utslippene må reduseres med mellom 40-70 prosent innen år 2050 i følge FN (DA040715).
<b>Konsekvenser</b>	”Statoils handlinger fører til et firegraders-resultat” (DA140514). Olje- og gassutvinning er skadelig for andre næringer og arts mangfoldet (DB161215).
<b>Prinsipper</b>	Miljøforurensing bør få straff. Det handler om rettferdighet og fremtiden til barna våre. Skap trygge fremtidsrettede arbeidsplasser (SA180914, NL190516).
<b>Nøkkelord</b>	To-gradersmålet, FNs klimapanel, klimapolitikk, myter, Paris-avtalen, veddemål, fornybar energi

Tabell 4.6. Paradoks 2-rammen

#### 4.1.6. Mulighetsrammen

Mulighetsrammen fremmer et optimistisk syn på det grønne skiftet. Økonomiske endringer, trusler og kriser knyttet til klimaendringer oppfattes som muligheter. Befolkningsvekst og behov for mer energi i verden gir mulighet til å tenke nytt, prioritere nytt og å skape et bedre samfunn. Rammen handler også om positive tiltak ulike aktører har iverksatt i Norge.

*Kjernerammen* er at vi må gripe mulighetene som det grønne skiftet gir oss. Rammen konstrueres av rammeverktøyene som til sammen fremmer budskapet om at vi bør gripe sjansen til å skape et bedre samfunn. Rammeverktøyene består av *troper* som ”dersom man ikke endrer retning, vil man ende opp der man er på vei” (BT271114). Kjernerammen *eksemplifiseres* av utsagn som ”vi kan kun bekjempe de største

risikoer ved å vende dem til muligheter” (BT271114). *Slagord* i rammen er klimakamp, vekst, velstand og globale vinnere (NL031015). *Beskrivelser* i rammen peker på klimatiltak som viser at verden går i riktig retning: ”De siste månedene har vi sett to forbausende eksempler på hvordan ny kunnskap på kort tid kan få forretningsbanker og etablerte organisasjoner som IEA, Verdensbanken, IMF og OECD til å endre fokus” (DN281013).

Mulighetsrammens *kjerneposisjon* er at den globale krisen og endringer i verden gir oss muligheter til å endre måten vi lever på, og å skape ny (økonomisk) vekst og utvikling. *Årsakene* som trekkes frem er omveltningene i energiindustrien, behovet for økt matproduksjon, nye energikilder, klimaendringer og det grønne skiftet (NL031015). *Konsekvensen* av dette er at vi tvinges til å endre oss, men at det ikke behøver å være negativt, vi kan tjene på det. Verden har behov for ny vekst og ny utvikling – og vi har mulighet for å skape en mer bærekraftig, rettferdig, stabil og velstående verden (BT271114). En *appell til prinsipp* er at vi må sikre ny verdiskapning og omstilling av norsk økonomi. Med disse mulighetene kan vi skape nye arbeidsplasser (DN281013).

Et eksempel fra mulighetsrammen finnes i debattinnlegget av Erna Solberg og Elisabeth Aspaker i *Blå næringer, grønt skifte, gylne muligheter* (NL031015). *Kjernerammen* illustreres av *tropen*: ”Mulighetene innen marin sektor er gigantiske – og Nord-Norge viser vei”. *Eksempelene*: ”Marin sektor er svaret på mange av de utfordringene verden står overfor” og ”regjeringen skal bidra til å skape globale vinnere av havets ressurser” illustrerer at problemer snus til muligheter. Deretter får vi *beskrivelsene* på den marine sektoren som en mulighet: ”Førrige måned lanserte regjeringen masterplanen for marin forskning”. Denne masterplanen ”vil utløse mer innovasjon, fremme flere marine næringsklynger og bidra til økt internasjonalisering av den marine forskningen”. Også *beskrivelser* av hvor mye penger regjeringen har bevilget fremmes: ”regjeringen har allerede økt bevilgningene til marin forskning med om lag 110 millioner kroner siden vi overtok etter de rødgrønne”. Rammens *hovedposisjon* er at verdens utfordringer skal løses av den marine sektoren. Norge kan bli verdensledende her fordi vi har en mulighet til å posisjonere oss globalt med denne næringen. En *appell til prinsipp* er at denne sektoren vil skape ytterligere arbeidsplasser. I artikkelen

brukes også flere av nøkkelordene i rammen: verdiskaping, omstilling og sjanse: ”skal vi sikre ny *verdiskaping* og *omstilling* av norsk økonomi, må vi gripe *sjansen*...”

Artikkelen *Vi skal vinne klimakampen* (BT271114) illustrerer mulighetene i et energiskifte. Konserndirektør for bærekraft i selskapet DNV GL skriver at: ”Tiden er inne for regjeringer, næringsliv og det sivile samfunn til å ta ledelse og sammen arbeide for å identifisere de mulighetene transformasjonen byr på”. *Rammens kjerne* illustreres med *tropene* ”mulighetene transformasjonen byr på” og som ”bærekraftig vekst byr på” [min kursivering]. Kjernen illustreres også med *eksemplet*: ”Trusselen mot menneskeheten synes mer alvorlig og uoverkommen enn noen gang tidligere. Samtidig har vi en unik mulighet – akkurat nå – til å skape en verden hvor menneskelig kreativitet og samarbeid blomstrer og hvor samfunnet er rettferdig, stabilt og velstående”. *Beskrivelser* på endringer i verden er blant annet Rockefeller Brothers Fund som vil trekke ut investeringer i fossilt brensel. I tillegg har i følge New York times ”mer enn 180 institusjoner og hundrevis av velstående enkeltpersoner de siste årene forpliktet seg til å selge sine eiendeler knyttet til fossilt og heller investere i ren energi”. Vi får også *beskrivelser* på hva DNV GL gjør for klimaet: ”over de kommende månedene skal vi presentere hvordan globale risiko kan forvandles til nye vekst- og utviklingsmuligheter overalt i verden”. Disse *beskrivelsene* viser at ”ønsket om å handle, og forutsetningene for å faktisk få det til, er blitt mye sterkere de siste årene”. Når det gjelder *årsaken* i denne artikkelen, er det ikke bare klimaendringene som utgjør en trussel. Det er også en risiko at vi ikke ser mulighetene. ”Jeg er overbevist om at den største risiko vi som samfunn står overfor i dag, er at vi ikke ser mulighetene som transformasjonen til en sikker og bærekraftig fremtid byr på”. *Appell til prinsipp* er at vi må skape ny vekst og velstand.

Mulighetsrammen illustrerer alle mulighetene klimaendringer og nedgangstider i økonomi ”byr” på. Den største risikoen er at vi ikke griper disse mulighetene, for vi har nå en stor sjanse til å skape et bedre samfunn, flere arbeidsplasser og velstand på en bærekraftig måte. Tabell 4.7 oppsummerer rammen og i vedlegg 7 vises et eksempel på en artikkel fra mulighetsrammen.

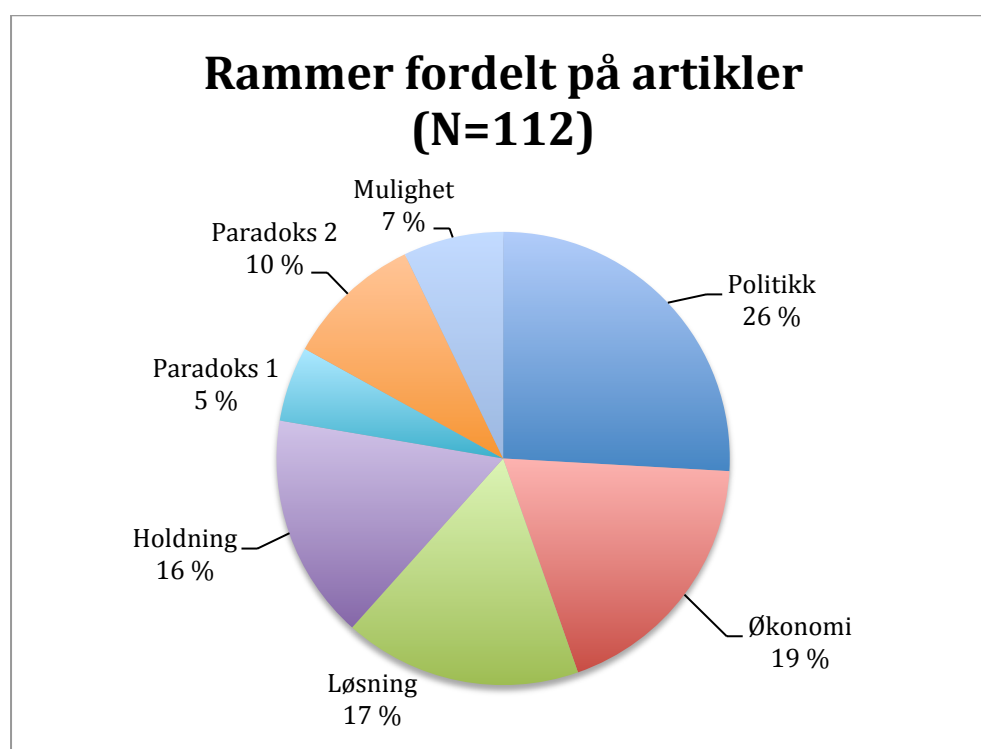
<b>Mulighetsrammen</b>	
<b>Kjerneramme</b>	<b>Klimaendringer, nedgangstid i økonomi og krise er en mulighet til å endre kurs og å tenke nytt.</b>
<b>Troper</b>	”Dersom man ikke endrer retning, vil man ende opp der man er på vei” (BT271114).
<b>Eksempler</b>	”Vi kan kun bekjempe de største risikoer ved å vende dem til muligheter” (BT271114).
<b>Slagord</b>	Vekst, velstand, klimakamp, globale vinnere (NL031015).
<b>Beskrivelser</b>	”De siste månedene har vi sett to forbausende eksempler på hvordan ny kunnskap på kort tid kan få forretningsbanker og etablerte organisasjoner som IEA, Verdensbanken, IMF og OECD til å endre fokus” (DN281013).
<b>Kjerneposisjon</b>	<b>Den globale krisen og forandringer i verden tvinger frem endring. Vi bør gripe denne muligheten til å skape et bedre samfunn, nye arbeidsplasser og å sikre verdiskapning i norsk økonomi.</b>
<b>Arsaker</b>	Omveltninger i energiindustrien, behov for økt matproduksjon, nye energikilder, klimaendringer og det grønne skiftet (NL031015).
<b>Konsekvenser</b>	Vi tvinges til å endre oss. Verden har behov for nytt giv, ny vekst og ny utvikling – og dette skiftet er en mulighet for å skape en mer bærekraftig, rettferdig, stabil og velstående verden (BT271114).
<b>Prinsipper</b>	Vi må sikre ny verdiskapning og omstilling av norsk økonomi. Med disse mulighetene kan vi skape nye arbeidsplasser (DN281013).
<b>Nøkkelord</b>	Trussel, krise, risiko, muligheter, transformasjon, kreativitet, samarbeid, rettferdighet, stabilitet, velstand, velferd, verdiskaping, omstilling, sjanse, kunnskap

Tabell 4.7. Mulighetsrammen

## 4.2. Analyse av tolkningsrammer

I dette avsnittet vurderes rammene i det grønne skiftet opp mot rammer identifisert i tidligere forskning på medier og klimaendringer (se avsnitt 2.2.3).

Figur 4.1 viser at politikk-rammen var mest gjeldende i studiens materiale. Deretter dominerte økonomi-rammen, så løsningsrammen, holdningsrammen, paradoks 2-rammen, mulighetsrammen og til slutt paradoks 1-rammen. Rammene i materialet fordelte seg slik:



**Figur 4.1. Rammer fordelt på artikler**

Diagrammet gir oversikt over hvor ofte rammene ble identifisert i de ulike artiklene i materialet. (N=112).

For det første kan *politikk-rammen* sammenliknes med konflikt- og strategi-rammen identifisert i Nisbets studie (2009, s. 18). Konflikt- og strategi-rammen ble beskrevet som en konflikt mellom individer, grupper, institusjoner og nasjoner (se avsnitt 2.2.3). Rammen har ofte vært den mest fremtredende i mediens dekning av klimaendringer (Eide & Naper i Eide et al. 2014, Naper, 2014). Det samsvarer med funnene i denne studien. Konflikten i denne studiens politikk-ramme utspiller seg i hovedsak mellom partier eller personer i norsk politikk. Det er gjerne strid om hvem som har gjort hva, ofte med spesifikke detaljer om

klimatiltak og hvordan penger bør prioriteres. O'Neill og kolleger så også en tendens til at rammen i hovedsak handlet om politikk og politikere som settes opp mot hverandre, mer enn konflikt mellom andre grupper eller eliter (2015, s. 381). Jeg har derfor valgt å kalle rammen *politikk*-rammen.

Det økonomiske aspektet er også tilstede i politikk-rammen. Det diskuteres om detaljer i statsbudsjettet og om hvilke tiltak som er mest lønnsomme og suksessfulle. Økonomiske tap fremheves som en konsekvens av å ikke følge opp globale avtaler eller bestemmelser i klimapolitikken. Politikk-rammen inneholder også elementer fra ansvarsrammen som drøfter hvem som har ansvaret for årsaken til problemene eller hvem som har ansvaret for å løse dem (Semetko & Valkenburg, 2000, s. 95f). Ansvarsaspektene kan sees i politikk-rammen når det stilles spørsmål ved hvem som har skyld i at klimasaken ikke har avansert og hvem som har ansvaret for å iverksette tiltak. Følgende eksempel peker på ansvarsfordelingen: "Etter at De Grønne kom på banen, fulgte etter hvert SV, Venstre og KrF opp. Men Ap, Høyre og Frp avviste problemstillingene på en slik måte at jeg utnevnte dem til "fossilpartier" i valgkampen" (DA311214).

*Økonomi*-rammen er mest dominerende etter politikk-rammen. Rammen var også gjeldende i tidligere studier av medier og klimaendringer. I tidligere forskning har rammen dreid seg om økonomisk utvikling, lønnsomhet, økonomiske konsekvenser av klimaendringer og om å beskytte konkurransekraft (Nisbet, 2009, s. 18). De senere årene har studier funnet at økonomi-rammen er mer preget av optimisme og muligheter. Det dreier seg i høyere grad om håp om fremtidig gevinst gjennom satsing på klimavennlig teknologi (O'Neill et al., 2015, s. 381). En liknende tendens finnes i denne studien. Artikkene i økonomi-rammen fremhever at klimaendringer gir oss investeringsmuligheter i nye markeder som i fornybar energi. En positiv bivirkning av satsing på fornybar energi er det miljøvennlige aspektet, men hovedformålet er økonomisk lønnsomhet. Rammen fremhever også at den lave oljeprisen tvinger fram endring og øker farten på energiskiftet. Utfasing av CO<sub>2</sub> og en økt satsing på fornybar energi er i bunn og grunn et økonomisk spørsmål. At klimaendringer i høyere grad blir koblet til økonomi i journalistikken viser også tidligere studier (Boykoff, 2012). Tendensen sees også ved at artikkene i økonomi-rammen er kategorisert som økonomi-nyheter eller plassert i avisas økonomi-seksjon (AP030116, BT180216, AA141215).

Rammen jeg har kalt *løsningsrammen* likner rammen som handler om samfunnsutvikling (Nisbet, 2009, s. 18). Samfunnsutviklings-rammen handler om å forbedre livskvalitet eller å finne løsninger på klimaendringene gjennom å leve i harmoni med naturen (Nisbet, 2009, s. 18). Rammen identifisert i denne studien handler mest om teknologiske løsninger knyttet til utvikling i det grønne skiftet. Funnet samsvarer med O'Neill og kollegers studie (2015, s. 381). De så også at rammen som tidligere handlet om samfunnsutvikling nå dreier seg mer om teknologisk vitenskap og håp om fremtidig gevinst gjennom satsing på klimavennlig teknologi. I løsningsrammen var det teknologiske aspektet fremtredende når bedrifter beskrev iverksatte tiltak i det grønne skiftet: "Ved å ta i bruk innovativ teknologi for å utvinne biogass, kan Lindum AS både levere hydrogen som kan brukes til transport, og levere produkter som gir næring til matjord" (SA291215).

Aspektet "utvikling i tråd med naturen" som fantes i Nisbets forskning (2009, s. 18) er også gjeldende i løsningsrammen, dog med et sterkere argument for at utviklingen må gi avkastning for bedriften. O'Neill og kollegers likende ramme som fremmer muligheter og optimisme knyttet til en bærekraftig utvikling, kunne også identifiseres i løsningsrammen (2015, s. 381). Miljøvennlighet ble løftet fram som en positiv bivirkning av fornybar energi, samtidig som løsningene måtte gi avkastning. For eksempel ble kostbare miljøtiltak beskrevet som "en vinn-vinn situasjon som både vi og miljøet drar nytte av" (FV181114). Som Ytterstad også påpeker blir bærekraftig utvikling i høyere grad omtalt som en vinn-vinn situasjon for økonomien og miljøet (i Fonn, Bjerke & Strømme, 2016). Elementer fra Semetko og Valkenburgs ansvarsramme kunne også spores i løsningsrammen (2000, s. 95f). Det hevdes at fordi bedrifter driver miljøforurensende virksomhet med store mengder CO<sub>2</sub>-utslipp, har de et *ansvar* for å iverksette klimavennlige løsninger (AA221215). Som vi har sett inneholder rammen glidende overganger mellom både økonomiaspektet, mulighetsaspektet, ansvarsaspektet og utviklingsaspektet. Grunnen til at disse ble separert var fordi det kunne identifiseres et sterkere teknologi-aspekt i løsningsrammen og mer om muligheter, bærekraft og livskvalitet i mulighetsrammen.

*Holdningsrammen* handler om eksistensielle, filosofiske og psykologiske aspekter i et energiskifte drevet frem av klimaendringer. Den likner moral/etikk-rammen fra tidligere studier (Nisbet & Newman i Hansen & Cox, 2015, s. 327f). Moral/etikk-rammen (se 2.2.3) handler om religion, etikk og moral. Forskjellen i denne studien er at holdningsrammen ikke

inneholder religiøse aspekter og den drøfter i større utstrekning virkelighetsforståelser rundt det grønne skiftet og betydningen av begrepet. For eksempel: ”Dersom klimaglansbildet blir for glossy, gjør vi det vanskeligere å innføre tiltak som virkelig har effekt” (DB140815). Ulike virkelighetsforståelser kunne man blant annet se i Bergens Tidende: ”ingen kan spå fremtidens energimarked, så alle forsøker å blåse vinden i sin retning” og ”bare i løpet av de siste par dagene har det kommet nyheter fra den ene og andre siden som viser hvor forskjellige oppfatninger som finnes” (BT210415). Holdningsrammen diskuterer også det økonomiske systemet og flere artikler trekker fram konflikten mellom vekst og vern (Robinson, 2004). ”Vekst er forutsetningen for det kapitalistiske systemet og hovedproblemet for de effektive miljøtiltakene” og hovedproblemet beskrives som: ”den frie kapitalismen: frihandelen. Den som har gitt oss ”det gode liv” og ført flere ut av fattigdom enn noen gang i historien” (AA241015). Elementene fra ansvarsrammen finnes også i holdningsrammen (Semetko & Valkenburg, 2000, s. 95f). Artikler i rammen illustrerer at mennesker har et *ansvar* for å endre måten de tenker på. Men fordi mennesker er egoistiske, kan man ikke stole på enkeltmennesket til å gjøre endringer. *Ansvar*et må derfor overlates til myndigheter, forskere og ledere (AA241015). Aspekter fra tidligere rammer: moral/etikk, ansvar og økonomi finnes i holdningsrammen. Imidlertid står holdnings- og begrepsaspektene sterkere enn de tre andre og holdningsrammen fungerer derfor som en selvstendig ramme.

*Paradoksrammen* handler om det norske olje-paradokset og er ikke identisk med rammer i tidligere forskning, men den inneholder elementer fra tidligere rammer. Det økonomiske aspektet, konflikt og bærekraftig utvikling er til stede i rammens motstridende syn: å videreutvikle vekst med norsk oljeutvinning mot naturvern (Nisbet, 2009, s. 18).

Domestiserings-aspektet (Eide & Ytterstad, 2011, s. 60ff) er gjeldende i paradoksrammen med norsk oljeutvinning som forsyner en trengende verden med energi og vår store satsing i internasjonale klimaforhandlinger.

*Mulighetsrammen* kjennetegnes ved de positive konsekvensene av det grønne skiftet. Krise og nedgangstider i økonomien sees som muligheter til å skape et nytt samfunn, bærekraftig vekst og utvikling. Rammen inneholder aspekter fra samfunnsutviklings-rammen som handler om å forbedre livskvalitet og å utvikle seg i tråd med naturen (Nisbet, 2009, s. 18). O’Neill og hans kolleger pekte også på at samfunnsutviklings-rammen de senere årene har gått mer i retning av positivisme og muligheter som fremmes av klimaendringer og en



energiovergang (2015, s. 381). I en av artiklene i materialet illustreres denne forskjellen med at den største trusselen vi står overfor i dag ikke er klimaendringer eller krise. Den største risikoen er at vi ”ikke ser mulighetene som transformasjonen til en sikker og bærekraftig fremtid byr på” (BT271114). I O’Neill og kollegers studie identifiserte de også en ramme som handlet om de negative konsekvensene av klimaendringer: økonomiske tap, flyktninger, tap av naturmangfold og fattigdom (2015, s. 381). I mulighetsrammen nevnes noen av de negative konsekvensene. Forskjellen er at de raskt omvendes til utfordringer og muligheter.

Som funnene viser likner mange av rammene i omtalen av det grønne skiftet rammer identifisert i tidligere forskning på medier og klimaendringer. Selv om ikke rammene var identiske, inneholdt alle rammene i denne studien aspekter fra etablerte rammer. Det fantes ikke en egen ”ansvars-ramme” i materialet, men mange av rammene inneholdt spørsmål om ansvarsfordeling. Paradoks-rammen kan ved første øyekast virke særegen for Norge da den handler om norsk olje og gass, men også den inneholder gjenkjennelige elementer fra tidligere forskning (Nisbet, 2009, s. 18). Hovedforskjellen sammenliknet med tidligere rammer var at rammene i omtalen av det grønne skiftet inneholdt flere aspekter om økonomi, muligheter og teknologiske løsninger. At teknologisk vitenskap og muligheter i mediens dekning av klimaendringer er nytt og særlig fremtredende de senere årene, fant også O’Neill og kolleger (2015, s. 381). I Nisbet og Newmans studie (i Hansen og Cox, 2015, s. 327f) var ikke disse aspektene like gjeldende, noe som kan skyldes at de studerte klimaendringer og rammer fram mot 2013. O’Neill og kolleger studerte mediedekning fra USA og Storbritannia fra og med 2015. Det tyder på at teknologi og muligheter har fått sterkere innpass i omtalen de senere årene.

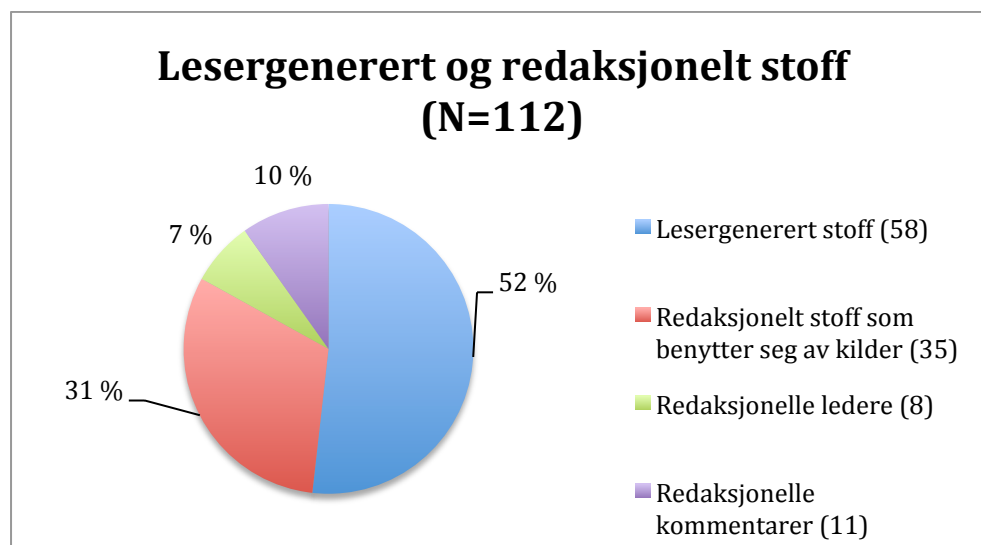
Det er imidlertid et aspekt som dominerer i rammene: den rasjonelle økonomiske forståelsen. Politik-rammen inneholder temaer om økonomiske konsekvenser for tiltak i politikken, løsningsrammen om hvilke løsninger som gir størst økonomisk avkastning, mulighetsrammen om økonomiske muligheter og paradoksrammen om hvordan forene miljø med økonomisk vekst. Holdningsrammen trekker også frem økonomi, men drøfter i motsetning det nåværende systemet og diskuterer alternative modeller. Fordi det konvensjonelle økonomiske aspektet er såpass dominerende i omtrent alle rammene, kan økonomi-rammen forstås som en makro-ramme i omtalen - en overordnet ramme som de andre rammene kan knyttes opp til (Ihlen & Nitz, 2008, s. 14). I den økonomiske makro-rammen får det nåværende økonomiske

systemet med vekst og fortjeneste som hovedmål størst resonans i omtalen av det grønne skiftet. Oppfatningen om at den nåværende økonomiske modellen kan forenes med klimaendringer så lenge vi innfører ny teknologi og tenker positivt, synes å dominere. Holdningsrammen drøfter målet knyttet til det økonomiske systemet og foreslår noen alternative modeller, men det er ikke dette aspektet som er mest fremtredende i omtalen (16% av rammene).

### 4.3. Funn i det redaksjonelle initiativet

Det redaksjonelle initiativet studeres ved hjelp av tre elementer for å undersøke om initiativet er sterkt eller svakt. De tre elementene er 1) kildebruk, 2) redaksjonelt stoff sammenliknet med leser-stoff og 3) aktiv eller passiv nyhetsdekning.

Figur 4.2 gir en oversikt over hvor stor andel av artiklene i studiens materiale som benyttet kilder, andelen innsendt stoff fra lesere og andelen redaksjonelle ledere og kommentarer.



**Figur 4.2. Lesergenerert og redaksjonelt stoff**

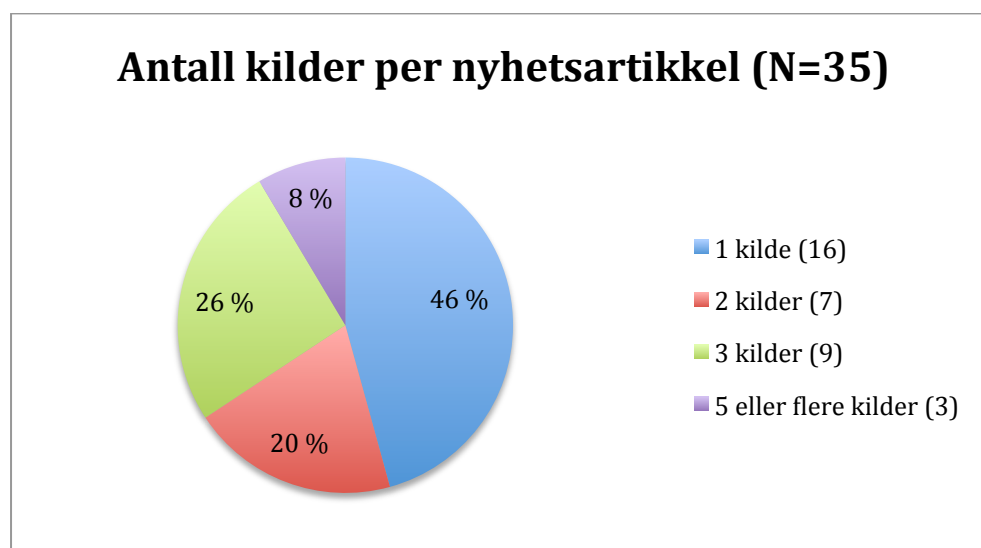
Diagrammet viser andelen artikler som benyttet kilder, andelen lesergenerert stoff og andelen redaksjonelt stoff i artiklene som ble nærlest. (N=112).

#### 4.3.1. Kilder

Av figur 4.2 fremgår det at 31% (35) av artiklene er redaksjonelt stoff som benytter seg av kilder. Jeg ser nærmere på disse 35 artiklene og undersøker hva slags type kilder som

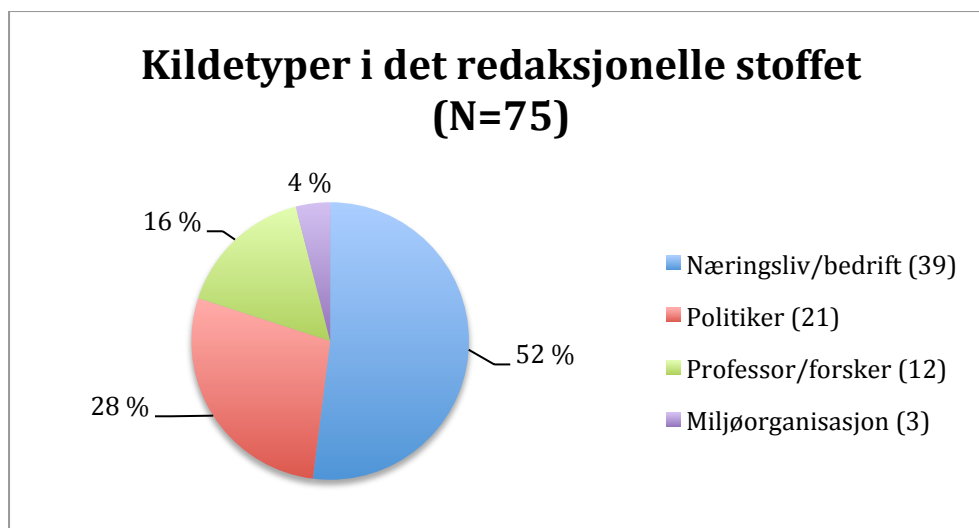
kommer til orde. Først presenteres antall kilder benyttet i artiklene, deretter hvilke sektorer kildene representerer og til slutt hvilke titler og posisjoner kildene har.

Allern (2001b) påpekte at journalistikkens kildebruk ofte er bygd på én eller få kilder, noe analyse materialet i denne studien også viser. Figur 4.3 viser at et flertall av artiklene er bygget på én kilde (46%). Artikkelen *Grønne penger vokser raskest* (AA100415) benytter seg for eksempel kun av oljeanalytiker Thina Saldtvedt fra Nordea. Det samme finnes i *Oljeministeren lurert folk* (DB281215) med Trine Skei Grande som eneste kilde. Figur 4.3 viser også at samme antall artikler (46%) er bygget på to eller tre kilder (DB060615, SA021214). Ingen artikler brukte fire kilder, men tre artikler baserte seg på fem eller flere kilder og opp til 8 kilder (DB170216 og FV220216).



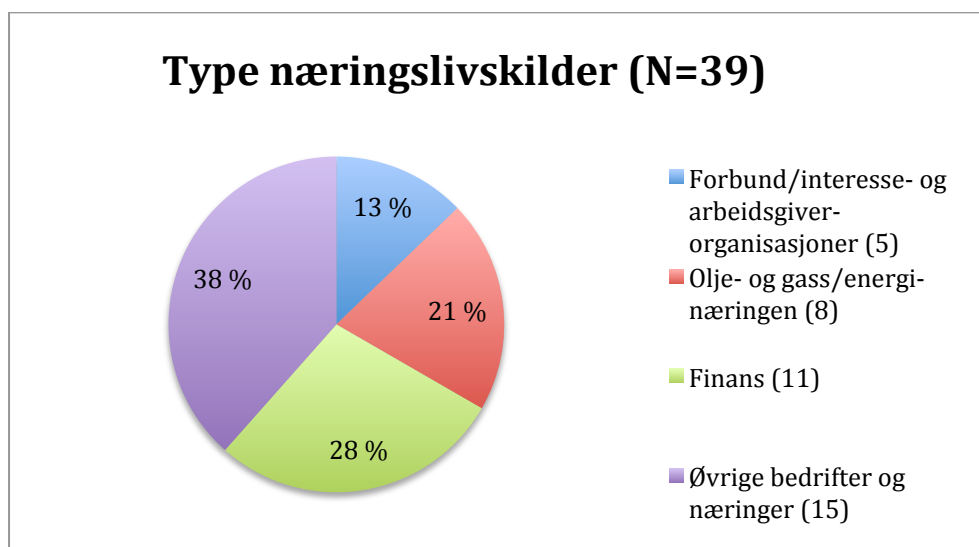
**Figur 4.3. Antall kilder per artikkel**  
Diagrammet viser at et flertall av artiklene benytter seg av én kilde (46%). (N= 35).

For å finne ut *hvilke* kilder som ble brukt, undersøkte jeg også hvilke sektorer kildene i de 35 artiklene representerte og hva slags titler og posisjoner de hadde. Som figur 4.4 viser dominerte kilder fra næringslivet i materialet, etterfulgt av politikere og forskere eller professorer. Miljøorganisasjoner utgjorde kun en liten andel (4%) og personer uten noen spesiell posisjon, altså ”vanlige folk” eller ”grasrota” i organisasjoner var fraværende.



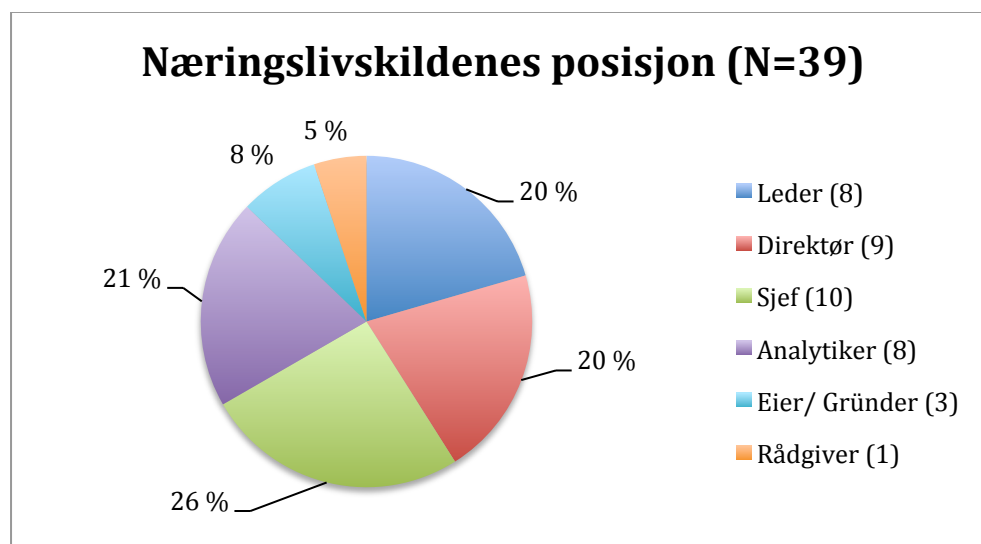
**Figur 4.4. Kildetyper i det redaksjonelle stoffet.**  
Antall kilder brukt i de 35 nyhetsartiklene er til sammen 75 kilder. (N=75).

Næringslivskildene omfatter både bedrifter og forbund, interesse- og arbeidsgiverorganisasjoner. Kildene kom blant annet fra Næringsforeningen i Olje og Gass, NHO, Virke, Norsk Olje og Gass og Industri Energi. De fleste av disse kildene fremmer interesser i næringslivet og/eller olje- og gassindustrien. Kildene fra næringslivet representerte hovedsakelig bedrifter fra olje- og gass, industri og elektrisitet. Figur 4.5 viser denne fordelingen.



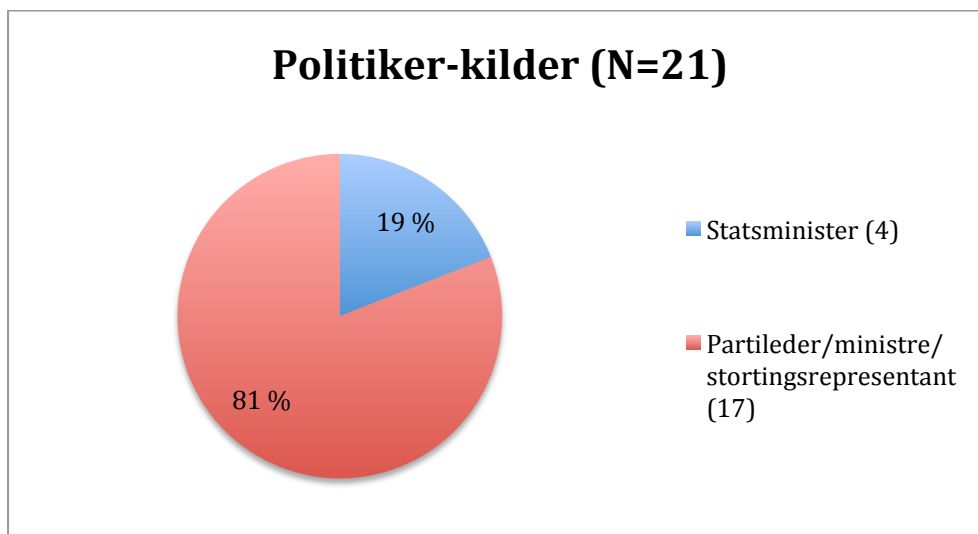
**Figur 4.5. Type næringslivskilder**  
Tallene viser at kildene fra næringslivet kom fra forbund- og interesseorganisasjoner, olje- og gassnæringen, finans og øvrige bedrifter. (N=39).

Representanter fra finanssektoren og revisjonsfirmaer ble ofte benyttet som kilder når oljemarkedet i Norge skulle analyseres. Blant annet ble kilder fra DNB Markets, Handelsbanken, Nordea og revisjonsfirmaet EY benyttet. Særlig ble oljeanalytiker Thina Saldtvedt i Nordea brukt som ”ekspert” på oljemarkedet i Norge (DN181014, SA021214, SA210415 og NL230216). Christine Tørklep Meisingset, leder for bærekraftige investeringer i Storebrand ble intervjuet når det gjaldt analyse av lønnsomme investeringer i energi (SA240914 og SA021214). Kildene kategorisert som ”øvrige bedrifter eller næringer” i figur 4.5 representerer blant annet bemanningsfirmaet Kelly Services, Hurtigruta, Tine Meierier og Hotell Norge. Av næringslivskildene som ble intervjuet, kan de fleste regnes som ”elite-kilder” – personer med ledende posisjoner i norsk næringsliv (figur 4.6).



**Figur 4.6. Næringslivskildenes posisjon**  
Diagrammet viser at næringslivskildene i hovedsak er ”elite-kilder”. (N=39).

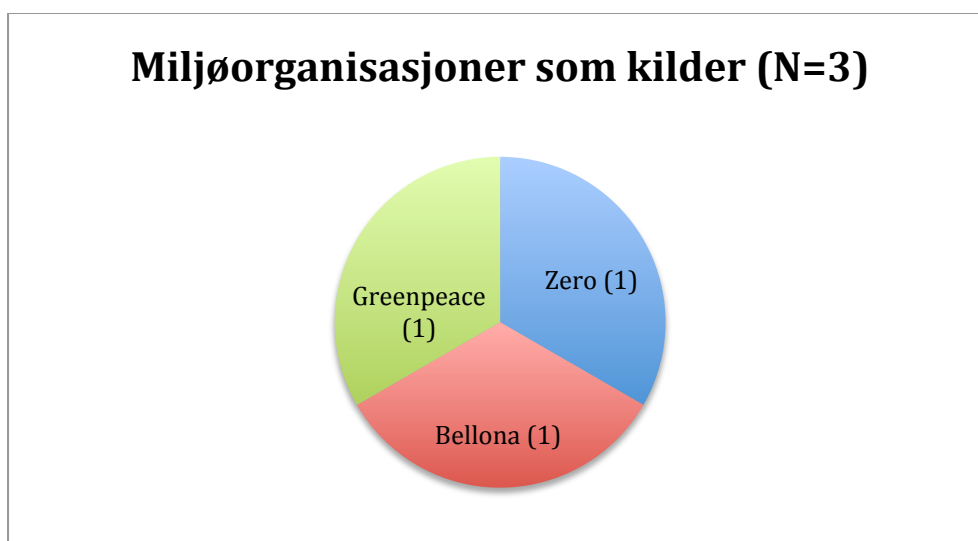
Politiker-kildene kom hovedsakelig fra de største partiene i Norge med titlene statsminister, partileder, minister og stortingsrepresentant. Grunnet deres innflytelsesrike posisjon i norsk politikk kan disse også regnes som ”elite-kilder”. Av politikerne ble statsminister Erna Solberg fra Høyre benyttet som kilde flest ganger i forbindelse med regjeringens klimasatsing og arbeidsledighet (VG300915, DB170216). Finansminister og partileder i FrP, Siv Jensen, ble brukt som kilde i saker om nedgangstider i norsk økonomi (DB091214). Tidligere miljøminister Tine Sundtoft ble intervjuet i forbindelse med rapporter fra FN, klimatoppmøter eller om norsk klimapolitikk (AP161215). Partiledere, nestledere og stortingsrepresentanter fra SV, AP, MDG, Venstre, KrF og SP ble ellers benyttet som kilder. Figur 4.7 viser fordelingen av politiker-kilder.



**Figur 4.7. Politiker-kilder**

Diagrammet gir oversikt de politiske kildenes posisjon. (N=21).

Miljøorganisasjoner som kilder var Zero, Bellona og Greenpeace. Politisk rådgiver i Zero, Kåre Gunnar Fløystad ble brukt som kilde når det var snakk om teknologiske løsninger og fornybar energi (FV080815). Seniorrådgiver for internasjonal politikk i Bellona, Svend Søyland ble intervjuet i forbindelse med nyheten om at Rockefeller-familien selger seg ut av olje for å satse på fornybar energi (SA240914). Greenpeace ble intervjuet i forbindelse med at 23. Kongsessjonsrunde åpnet for oljeleting i Barentshavet (DA190516b). Figur 4.8 viser denne fordelingen.

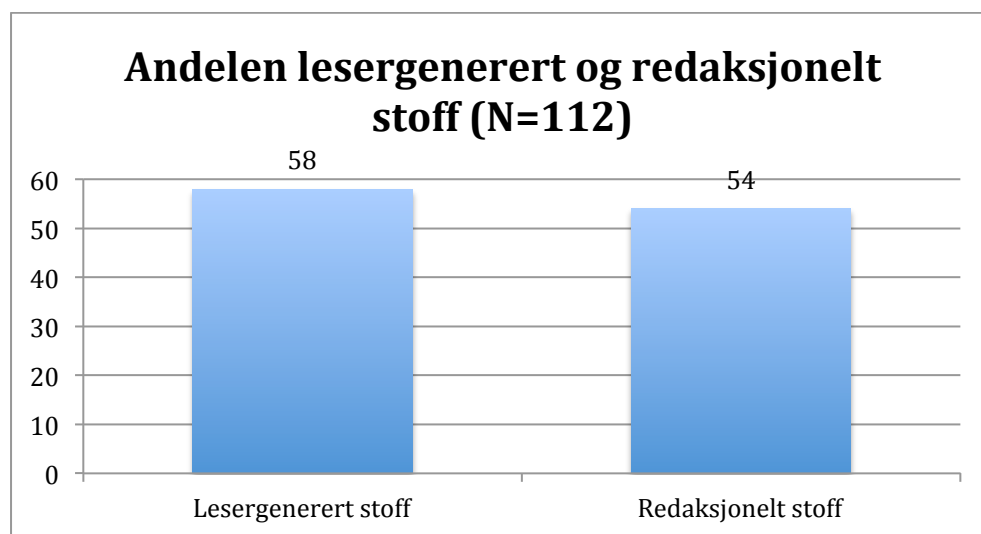


**Figur 4.8. Miljøorganisasjoner som kilder**

Professorer og forskere representerte institusjoner og universiteter i hovedstaden og i regionene. Forskerne og professorene i materialet kom hovedsakelig fra Universitet i Agder, NMBU, BI og Norges arktiske universitet. De ble ofte intervjuet for å si noe om prognosene for norsk økonomi og olje. ”Grasrota” og ”vanlige mennesker” var fraværende i det redaksjonelle stoffet. Disse fikk imidlertid større plass i det lesergenererte stoffet.

### 4.3.2. Lesergenerert stoff vs. redaksjonelt

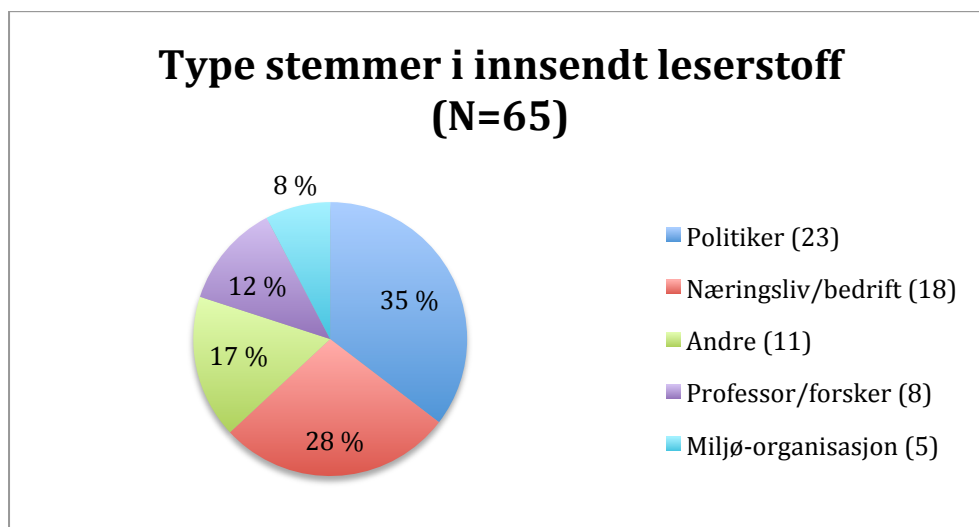
Av de 112 artiklene jeg nærleste, var 58 (52%) av artiklene generert av leserne og 54 (48%) var redaksjonelt stoff. Det lesergenererte stoffet inkluderte innsendt stoff fra leserne i form av debattinnlegg, kommentarer og kronikker. Det redaksjonelle stoffet inkluderte nyhetssaker, reportasjer, ledere og kommentarer redaksjonen har produsert. Figur 4.9 gir en oversikt over fordelingen.



Figur 4.9. Andelen lesergenerert og redaksjonelt stoff

Noen av de samme funnene fra det redaksjonelle stoffet kunne spores i det innsendte stoffet fra leserne. Politiker-kildene var omtrent de samme som de politikerne som fikk leserinnlegg og kronikker på trykk, med unntak av et innlegg fra Norges Kommunistiske parti i leserstoffet. Forskere og professorer i det redaksjonelle stoffet representerte omtrent de samme universitetene og instituttene som i det lesergenererte stoffet bortsett fra en større representasjon fra Norges miljø- og biovitenskapelige universitet (NMBU) i det innsendte stoffet.

Den største forskjellen mellom det redaksjonelle og det lesergenererte var at politikere i det innsendte stoffet dominerte, tett etterfulgt av representanter fra næringslivet (figur 4.10). I det redaksjonelle stoffet dominerte næringslivet, tett etterfulgt av politikere. Det fantes også en større andel ”andre” stemmer i det innsendte stoffet: folk uten spesielle posisjoner eller titler og innlegg fra blogger og tankesmier. Miljøorganisasjoner utgjorde også en noe større andel i leser-stoffet.



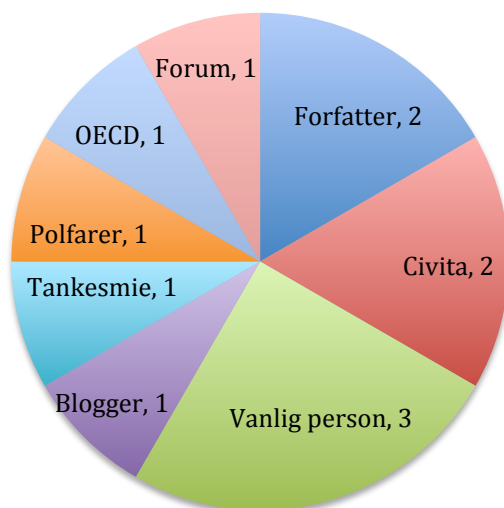
**Figur 4.10. Type stemmer i innsendt leserstoff**

Diagrammet viser at politikere dominerer etterfulgt av næringslivet og bedrifter, deretter ”andre” så professorer eller forskere. Miljø-organisasjoner minst representert. (N=65).

”Andre” stemmer er de partipolitiske uavhengige tankesmiene Tankesmie Agenda og Civita som begge arbeider med å fremme analyse og samfunnsdebatt. Også representert i ”andre” var innlegg fra bloggen Energi- og klima, fra utviklingskomiteen i OECD og Forum for Utvikling og miljø (de representerer 50 norske organisasjoner innen miljø). Med tanke på ”vanlige folk” og ”grasrota” fantes en forfatter (med to innlegg), en polfarer og to andre som ikke står oppført med tittel. Figur 4.11 gir en oversikt over hvor representantene fra de ”andre” stemmene i det innsendte stoffet kommer fra.



## Representanter fra "andre" stemmer i lesergenerert stoff (N=12)

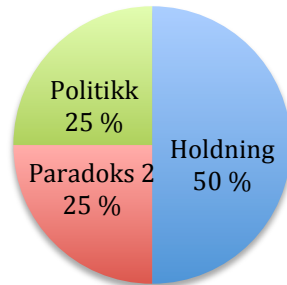


**Figur 4.11. Representanter fra "andre" stemmer i lesergenerert stoff**

Diagrammet gir en oversikt over innsendt stoff fra leserne som representerer andre sektorer enn politikk, næringsliv, miljø-organisasjoner og forskning. (N=12).

Det mest interessante med kategorien "andre" er at overvekten av det innsendte stoffet tilhører holdningsrammen som drøfter ukonvensjonell kunnskap, eksistens og holdninger (figur 4.12). For eksempel kritiserer Andrea Kilen (som står oppført uten tittel) storsatsing på utbygging i hytteområder i *Byen blir grønnere, bygda gråere*. Kilen trekker fram det grønne skiftet som noe annet enn et byfenomen, men en nasjonal vilje til å bevare natur, og oppfordrer politikere til å ha et mer langsiktig perspektiv enn utvikling og utbygging her og nå (AP100316). Det samme gjelder *Forsøk fra Språkrådet på politisk påvirkning* (SA081215) der Lillian Schmidt som også står oppført uten tittel hevder at kåringen av det grønne skiftet som årets nyord er et ideologisk basert valg. Begrepet mangler konkret innhold og Språkrådet forsøker dermed å fremskynde en virkelighet som ikke finnes, mener Schmidt. Artikkene i kategorien "andre" befinner seg også i paradoks 2- og politikk-rammen. Felles for artikkene er sterk kritikk mot norsk oljeutvinning og norsk klimapolitikk. I kategorien "andre" er det generelt en større tendens til kritikk mot det økonomiske systemet, norsk næringsliv og norske myndigheters håndtering av det grønne skiftet.

### "Andre" stemmer fordelt på rammer (N=12)

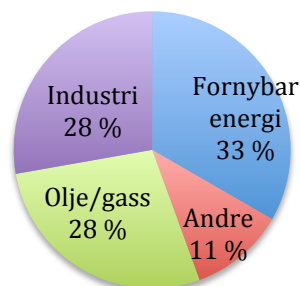


**Figur 4.12. "Andre" stemmer fordelt på rammer**

Diagrammet viser hvilke rammer kategorien "andre" stemmer i leserstoffet befinner seg i. Fordelingen viser at holdningsrammen er sterkest representert i leserstoffet. (N=12).

Mange av de samme organisasjonene og bedriftene fra næringslivet går igjen både i det redaksjonelle og i det lesergenererte stoffet. Noen av gjengangerne er Norsk Olje og Gass, NHO og Industri Energi. Hovedforskjellen er at det finnes en større variasjon av ulike type bedrifter i leser-stoffet. I det redaksjonelle stoffet var det størst representasjon fra olje- og gass-sektoren, energibedrifter og fra finanssektoren. I det lesergenererte stoffet finner vi flere stemmer fra den fornybare sektoren: Norsk Vindenergi, vindkraftforeningen Norwea, BIR (avfallshåndtering), Elkem (miljøvennlig produksjon av metaller) og Det Norske Skogselskap. (Se figur 4.13).

### Representanter fra næringslivet og bedrifter i lesergenerert stoff (N=18)



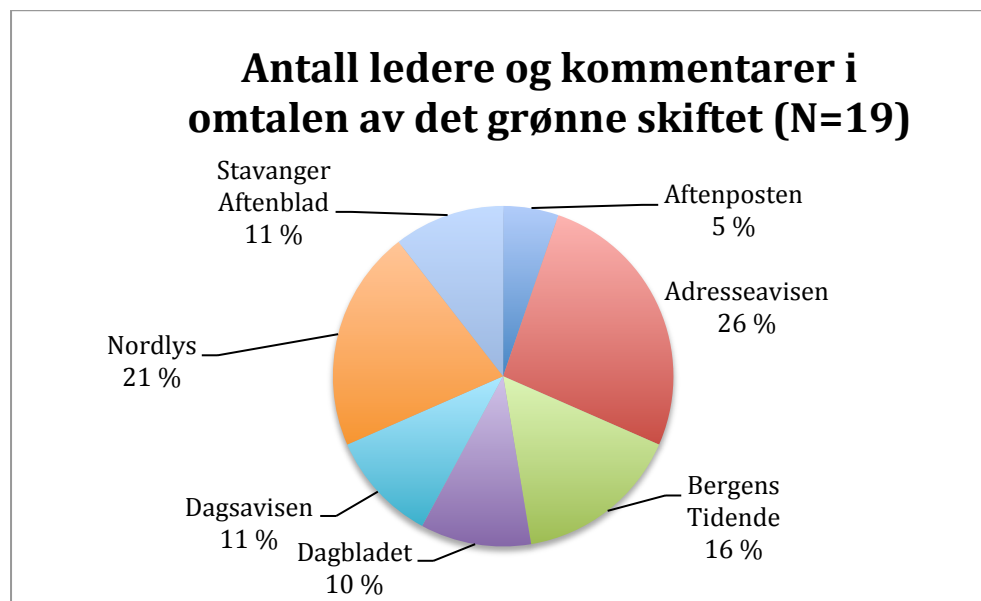
**Figur 4.13. Representanter fra næringsliv og bedrifter i lesergenerert stoff**

Bedrifter som arbeider med fornybar energi har størst representasjon, deretter kommer olje og gass, industri og til slutt "andre". (N=18).

Miljøorganisasjonene er også sterkere representert i det innsendte stoffet enn i det redaksjonelle (8% i leser-stoffet og 4% i det redaksjonelle). Miljøorganisasjonen Zero er sterkest representert i leser-stoffet etterfulgt av Grønn Ungdom, Natur og Ungdom og Besteforeldrenes klimaaksjon.

### 4.3.3. Redaksjonelle ledere og redaksjonelle kommentarer

I det redaksjonelle stoffet ble det grønne skiftet også omtalt på leder- og kommentarplass. Det fantes flest lederspalter i Nordlys, etterfulgt av Stavanger Aftenblad, deretter kom Dagbladet, så Dagsavisen og til slutt Adresseavisen. Journalister som omtalte det grønne skiftet på kommentarplass var å finne i Dagbladet, Bergens Tidende, Nordlys, Dagsavisen, Aftenposten og Adresseavisen. Figur 4.14 gir en oversikt over den samlede fordelingen av redaksjonelle ledere og kommentarer i utvalget.



Figur 4.14. Antall ledere og kommentarer i omtalen av det grønne skiftet

I lederartiklene ser vi særlig to tendenser. I Nordlys retter lederne kritikk mot å fortsette norsk oljeleting og oljeutvinning (NL281114, NL091214 og NL010216b). Lederne befinner seg i politikk-rammen (se 4.1.1) med sterk kritikk mot regjeringen for å ikke legge til rette for omstilling i nordområdene som er preget av kriser og arbeidsledighet. Lederne i Stavanger Aftenblad skrev om oljeparadokset på lederplass, dog med noe varierende syn i de ulike

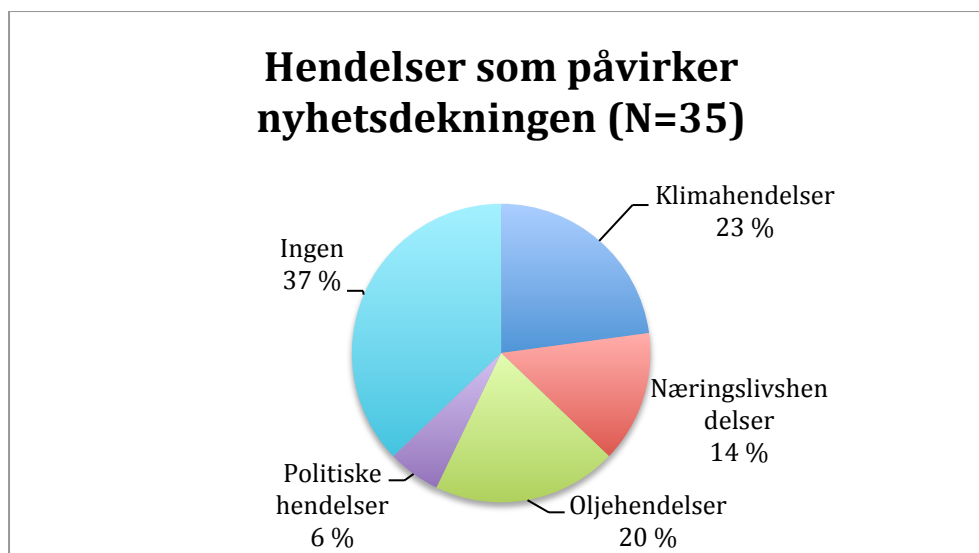
årene. I 2014 tvilte lederen på om oljeutvinning burde fortsette og skrev at ”vi kanskje burde planlegge for at festen nærmer seg slutten” (SA271114). I 2016 var det ingen tvil derimot: ”Nå handler det om at Norge fortsatt skal kunne opprettholde en god og lønnsom virksomhet i det som er vår viktigste næring” (SA190516).

To av lederne peker også på konkrete tiltak. Nordlys skriver: ”Mange snakker om det grønne skiftet og det har de gjort ei god stund. Hurtigruten ser ut til å ha en vilje til faktisk å gjøre noe konkret” (NL010216b). Hurtigrutens batteridrevne ferge beskrives som et konkret tiltak i energiskiftet. I lederartikkelen fra Adresseavisen beskrives det nye pilotanlegget for energi- og klimaeffektiv aluminiumsproduksjon på Hydro Karmøy som en konkret løsning i energiskiftet (AA230216).

Mange av de redaksjonelle kommentarene befinner seg i holdningsrammen og handler om virkelighetsoppfatninger, alternativer til økonomisk vekst, systemendringer og forbruk (AP051014, AA241015, AA211115, BT210415 og AA191215). Andre redaksjonelle kommentarer tilhørte politikk-rammen og fremsetter kritikk mot politikeres manglende klimasatsing. ”Statsministeren omtalte skifte til grønn politikk og økonomi i generelle vendinger uten å presisere hvor de nye arbeidsplassene skal komme og i hvilke bransjer de skal vokse fram” (DA200115). Det samme gjaldt *Klimatiltak? Haster ikke*: ”Nå lyver de enda mer enn før” og ”Den blåblå klimapolitikken - eller mangelen på den - er så oppsiktsvekkende tydelig at store deler av industri-Norge har reagert med forferdelse på statsbudsjettets fravær av klimatiltak” (NL041114).

#### **4.3.4. Aktiv vs. passiv nyhetsdekning**

Bjartnes skrev i Fritt Ord-rapporten at klima- og energijournalistikk befant seg i en blindsoner blant annet grunnet sterk påvirkning fra aktørers hendelser (i Omdal et al., 2013, s. 106ff). Funnene i denne studien viser at et flertall av artiklene er skrevet i forbindelse med konferanser, møter eller rapporter. De viser også at hendelsene ikke bare bevirker at temaet blir skrevet om, men at hendelsene også påvirker innholdet i dem. Figur 4.15 gir en oversikt over antall artikler skrevet i forbindelse med ulike hendelser.



**Figur 4.15. Hendelser som påvirker nyhetsdekningen**

Diagrammet gir en oversikt over hvilke type hendelser som genererer nyhetsstoff. Tallene viser at tilsammen 63% av nyhetsstoffet er generert av en hendelse eller begivenhet hos ulike aktører. (N=35).

23 av 35 artikler i analyse materialet er generert av hendelser (63%). 12 artikler (37%) er ikke generert av noen hendelser. Figur 4.15 er delt opp i fire kategorier etter hendelsene som generer nyhetsstoff. Hendelsene i hver kategori regnes som konferanser, møter, seminarer eller rapporter. Jeg har relatert hendelsene til tolkningsrammene for å undersøke hva slags nyhetsstoff hendelsene genererer.

23% av nyhetsstoffet i materialet er generert av klimahendelser. Klimaavtalen i Paris genererte flest nyheter. En klimarapport og to klimakonferanser har også skapt nyhetsstoff. Tabell 4.8 viser at klimahendelsene har frembrakt stoff innenfor rammene: økonomi, politikk, løsning og holdning. Sammenlagt ser man en tendens til at klimahendelsene i hovedsak genererer nyhetsstoff om hvem som har det politiske ansvaret for å kutte i utslipp (DA140414) eller det handler om løsninger der økonomi er en avgjørende faktor (DN131114).

Artiklene i politikk-rammen generert av klimahendelser diskuterer hvem som har ansvaret for å kutte i klimagassutslipp og hvorvidt U-land bør få fortsette gassutvinning for å bekjempe fattigdom (BT081215). Artiklene handler også om uenighet mellom politikere om hvorvidt norsk olje- og gassutvinning bør få fortsette, hvem som har ansvaret og hvor mye som bør kuttes (DA300913, DB281215 og SA080414). Klimakonferansene Zero og Agder-konferansen genererte nyhetsstoff i løsningsrammen om hvordan skape miljøvennlige

løsninger som kan gi økonomisk gevinst (FV080815 og DN131114). I - *Reduserer veksten* blir Paris-avtalen løftet fram som et argument for at den økonomiske veksten vil reduseres og det argumenteres for at norsk oljeutvinning bør fortsette (AA141215).

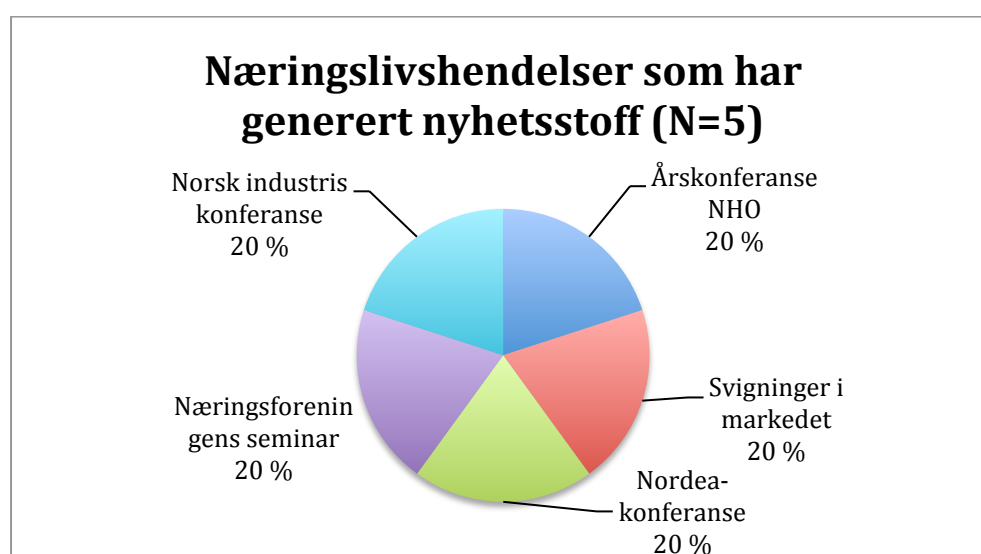
### Klimahendelser som har generert nyhetsstoff (N=8)

	Paris-avtalen	Klimarapport	Klimakonferanse	Total
Økonomi	1			1
Politikk	2	1		3
Løsning			2	2
Holdning	1			1
Paradoks 1			1	1
Total	4	1	3	8

**Tabell 4.8. Klimahendelser som har generert nyhetsstoff**

Tabellen viser hvilke klimahendelser som har generert nyhetsstoffet og hvilken tolkningsramme artikkelens hendelse ble plassert innunder. (N=8).

14% av nyhetsstoffet er generert av næringslivshendelser og alle artiklene herfra befinner seg i økonomi-rammen (se figur 4.16). Gjennomgående i artiklene er at hendelsene er generert av konferanser og seminarer i næringslivet, eller begivenheter som svingninger i børser og marked. Nyhetsstoffet som produseres av hendelsene tar opp de samme temaene. Artiklene handler om prissvingninger på energikilder og investeringsmulighetene i fornybar energi (DA160115, SA210415, SA040316), omstillingen i olje- og gassnæringen (FV100516) eller teknologiske løsninger som er gunstige for økonomien (AP030116).



**Figur 4.16. Næringslivshendelser som har generert nyhetsstoff**

Figuren viser hvilke næringslivshendelser som har generert nyhetsstoffet. Alle hendelsene herfra ble plassert under økonomi-rammen. (N=5).

Oljehendelsene som har generert nyhetsstoff utgjør 20% av nyhetsstoffet i materialet. Hendelsene har bevirket nyhetsstoff om endringer i oljebransjen, diskusjon om oljeutvinning, teknologiske løsninger og svingninger i oljemarkedet. To av artiklene handler om endringer i oljebransjen som forflytting av kontorer eller oljearbeidere som sies opp (AA140616 og AA100415). I disse tilfellene argumenteres det for at norsk olje er en viktig del av det grønne skiftet og høy arbeidsledighet gjør at vi må satse sterkere på teknologiske løsninger. Nyheter generert av oljeprisfall befinner seg i økonomi-rammen (se tabell 4.9). Retningen på energiskiftet og norsk oljeindustri overlates til økonomien (DN181014, DB091214 og SA240914). I artikkelen skrevet i forbindelse med oljekonferansen argumenteres det for at oljenæringen bør avvikles med hovedvekt på teknologiske løsninger, særlig på elbilen Tesla (SA280814). Artikkelen som er generert av tildeling av nye oljefelt argumenterer for å fortsette norsk oljeutvinning (DA190516b).

#### **Oljehendelser som har generert nyhetsstoff (N=7)**

	Endringer i oljenæringen	Oljeprisfall	Tildeling oljefelt	Oljekonferanse	Total
Økonomi	1	3			4
Paradoks 1	1		1		2
Paradoks 2				1	1
Total	2	3	1	1	7

**Tabell 4.9. Oljehendelser som har generert nyhetsstoff**

Tabellen viser hvilke oljehendelser som har generert nyhetsstoffet og hvilken tolkningsramme artikkelens hendelse ble plassert innunder. (N=7).

Nyhetsstoffet som er laget ut fra disse hendelsene er i hovedsak av refererende og passiv karakter. Artikkelen *FN vil at mye olje og gass skal bli liggende* (SA080414) er generert av FNs klimamøte i Berlin og en konferanse i Brussel der Statoil var med. Partene som blir intervjuet er klimaministeren, Norsk Olje og Gass og Statoil. Kildene presenterer sine motstridende synspunkter i en refererende stil. Sundtoft mener at den grønne omstillingen betyr et ressursskifte bort fra olje og gass, mens Norsk Olje og Gass og Statoil ønsker å åpne opp nye oljeletingsområder. Ingen oppfølgingsspørsmål stilles til disse synspunktene. Artikkelen – *Vi må kutte i olje og gass* (DA140414) er generert av en klimahendelse og skrevet av NTB. Tre politikere intervjues om en ny FN-rapport: klima- og miljøministeren og stortingsrepresentanter for SV og AP. Stilen kan sees som refererende fordi kildene mer eller mindre gjengir hva som står i rapporten uten oppfølgende spørsmål. For eksempel skriver NTB at: ”- Rapporten legger opp til at vi må endre våre vaner når det gjelder energi og

industri, og at vi har enorme utfordringer med den store bruken av kull, olje og gass.” Vi får verken oppfølgingsspørsmål eller konteksten rundt utsagnet.

Noen artikler skiller seg ut i form av antall kilder og aktiv/passiv stil. I *Klodeløse optimister* (DN281115) intervjues 8 kilder: psykologer, forskere, aktivister, politikere og representanter fra næringslivet. Først gis en kontekst og forklaring på to-gradersmålet, klimaendringene og det grønne skiftet. Filosofiske og kritiske spørsmål stilles deretter kildene når de omtaler det grønne skiftet i forkant av klimatoppmøtet i Paris. I artikkelen *Kommer ikke nedgangstidene?* (FV220216) intervjues også et variert og bredt spekter av kilder: samfunnsforsker, økonomiprofessor, banksjef, hotelldirektør, sjef i et revisjonsfirma, lufthavnsjef og daglig leder i en industribedrift. Artikkelen tar for seg ulike konsekvenser av nedgangstider i norsk økonomi på Sørlandet. Analytikere og forskere plasserer endringene i både et historisk og fremtidsrettet perspektiv før det drøftes hvilke konsekvenser økonomisk nedgang har for næringene i regionen så vel som i resten av landet. I *Slik vil politikerne løse jobbkrisa* (DB170216) finner vi også den samme undersøkende og aktive stilen. En forsker i Statistisk Sentralbyrå intervjues om forklaringer på nedgangstidene i norsk økonomi og konsekvenser det medfører. Statistikk over vekst i BNP og tall over arbeidsledighet presenteres før bedrifter som er rammet av arbeidsledigheten intervjues. Deretter presenteres de ulike stortingspartienes strategier for løsninger, og så intervjues 8 partiledere fra stortingspartiene om tiltak for å redusere arbeidsledigheten.

#### **4.4. Analyse av det redaksjonelle initiativet**

I forskningsspørsmål nummer to spør jeg hvordan det redaksjonelle initiativet er. Videre vil funnene analyseres i lys av teoretiske aspekter og funn i tidligere studier som har vist å påvirke det redaksjonelle initiativet.

Kildebruken i omtalen av det grønne skiftet var ensidig. Et flertall av artikler var bygget på én eller få kilder og de fleste kildene var hentet fra elitene i samfunnet: ledende representanter for myndigheter, institusjoner og organisasjoner. I hovedsak ble kildene i materialet hentet fra det øverste sjiktet i næringsliv og politikk. Olje-, gass- og industribedrifter var sterkest representert. ”Vanlige folk” og ”grasrota” var fraværende. Disse funnene samsvarer med Allerns (2001a) studie som viser at journalister generelt henter sine



kilder fra elitene i samfunnet og at ”grasrota” og personer uten spesielle titler eller posisjoner veldig sjeldent er representert i nyhetsbildet. Hansen (2010) og Miller og Riechert (i Allan et al., 2000) fant i sine studier at dette også gjelder i klimajournalistikken. Allern mener at nyhetsbildet blir skjevt og unyansert når kun samfunnets elite-sjikt og deres eksperter får dominere og tolke samfunnsinformasjonen (2001a, s. 69).

Det lesergenererte stoffet var en anelse høyere enn det redaksjonelle i materialet (58-54). Det var en liten forskjell på hvilke kilder som dominerte i det redaksjonelle stoffet sammenliknet med det lesergenererte stoffet. I det redaksjonelle dominerte representanter fra næringsliv, mens i det lesergenererte var partiledere og andre politikere mest fremtreende. Bransjene med høyest representasjon i nyhetsbildet var olje-, gass- og industribedrifter i det redaksjonelle stoffet, mens i det lesergenererte stoffet var stemmene mer varierte. I leser-stoffet fantes det en større representasjon fra fornybar-sektoren, blogger og tankesmier. Videre utgjorde miljøorganisasjoner en veldig liten andel av det redaksjonelle stoffet. I det lesergenererte var de en anelse mer tilstede, dog med hovedrepresentasjon fra Miljøorganisasjonen Zero som også i hovedsak fremmer teknologiske løsninger, næringsliv og politikk i det grønne skiftet<sup>16</sup>. En tydelig forskjell så man også i bruk av kilder fra ”grasrota” og ”vanlige mennesker”. I det redaksjonelle stoffet var disse personene fraværende, mens de fikk litt større plass i det lesergenererte stoffet. Her så man også en forskjell i hva de skrev om. Leserinnleggene fra personer i kategorien ”andre” (personer som ikke sto oppført med noen spesiell tittel) fremmet i større utstrekning kritiske holdninger mot norsk oljeutvinning og klimapolitikk enn ellers i leser-stoffet.

Studiene til Eide og Naper og Høiby og Ytterstad (i Eide et al., 2014) fant at leserne ofte var mer opptatt av klimaendringer enn hva det redaksjonelle stoffet skulle tilsi. Funnene i denne studien viser også at det lesergenererte stoffet fremmer andre perspektiver og tolkninger enn redaksjonen. Det kan tyde på en skjevhet mellom hva redaksjonen tror leserne vil ha, og hva leserne selv ønsker. Som Allern nevner må også nyhetsinstitusjonen forholde seg til en markedsorientering og en redaksjonell markedsstrategi som en bedrift på varemarkedet som gjør at utforming av stoff påvirkes av økonomiske krav. Men det er ikke slik at kravene overstyrer forventningene hos publikum til redaksjonell kvalitet (2002, s. 3ff). Det er mulig at en skjevhet mellom lesere og redaksjon skyldes økonomiske krav. Funnene kan samtidig tyde

---

<sup>16</sup> Zero jobber primært for endringer i marked og politikk: <https://www.zero.no/om-oss/>

på at leserne har en viss forventning og ønske om hva slags type stoff avisa bør produsere for å oppnå redaksjonell kvalitet.

På redaksjonell lederplass var det kollektive ”vi” (Gauslaa & Hauglid, 1997, s. 43-44) sterke i Nordlys og Stavanger Aftenblad med flest ledere om norsk oljeutvinning og en overgang til fornybare energiresurser. At begge disse avisene befinner seg i regioner der olje- og gassindustri har stor betydning for lokalsamfunnet gjør det interessant at Nordlys har motforestillinger mot å fortsette norsk oljeutvinning, mens Stavanger Aftenblad argumenterer for åpning av nye oljefelt. Det er imidlertid slik at oljeutvinning får miljø-konsekvenser og truer fiskenæringen i nord-områder som Barentshavet, Lofoten, Vesterålen og Senja, noe som gjør det naturlig for Nordlys å skulle beskytte disse områdene. Det interessante i materialet var at Stavanger Aftenblad hadde noe tvetydige meninger om norsk oljeutvinning. I lederen fra 2014 kunne man skimte en tvilende holdning til å fortsette oljeutvinning, mens lederen fra 2016 heiet frem tildeling av nye leteområder. Større arbeidsledighet enn tidligere kan kanskje forklare oljehovedstadens fornyede entusiasme for å fortsette oljeutvinning. Denne tendensen til motstridende syn i redaksjonen ble også trukket fram i Napers (2014) studie, henholdsvis på leder- og kommentarplass. Naper fant at de redaksjonelle lederne og kommentarene ofte motsa hverandre innen for en og samme avis med hensyn til klima- og oljepolitikk. I studien skyldtes motstridende synspunkter påvirkning fra aktørers hendelser. Kommentarene hadde for eksempel en tendens til å adoptere oljenæringens argumentasjon (Naper, 2014). Av funnene i min studie kommer det ikke klart fram hvorvidt argumentasjonen er påvirket av hendelser eller hva som er årsaken til ulike synspunkter.

De redaksjonelle kommentarene i analysematerialet tilhørte hovedsakelig holdningsrammen. Kommentarsjangeren tar gjerne opp store og komplekse problemer og forsøker å utfordre leserne på disse temaene (McNair i Franklin, 2008, s. 112ff). At journalister selv presenterer alternative tolkninger er en positiv utvikling da holdningsrammen utfordrer konvensjonell kunnskap og tilbyr andre oppfatninger og syn på det grønne skiftet. Det kan sees på som et sterkt redaksjonelt initiativ.

Med hensyn til aktivt og passivt nyhetsstoff var 63% av nyhetsartiklene generert av en hendelse eller begivenhet. Funnet bekrefter Bjartnes' påstand om at journalistikk ofte kommer som en respons på en begivenhet, og på premissene til en aktør (i Omdal et al., 2013,

s. 106ff). Både klimahendelser, næringslivshendelser, oljehendelser og politiske hendelser genererte stoff om det grønne skiftet i studiens materiale. Et gjennomgående trekk var at de ulike hendelsene stort sett genererte stoff om økonomi, omstilling i oljebransjen og satsing på teknologiske løsninger. Til og med klimahendelsene genererte i hovedsak spørsmål om hvilke løsninger som gir størst økonomisk avkastning og hvem som har det politiske ansvaret. Nyhetsstoffet som ble laget ut fra disse hendelsene holdt seg stort sett til samme tema som hendelsen bestod i og ofte med en refererende og lite kritisk stil.

Den refererende stilen var gjeldende i materialet ved at kilder gjenga hva som stod i en rapport, eller at to motstridende synspunkt ble presentert uten kritikk eller oppfølgingsspørsmål fra journalisten. Ytterstad (2011) fant at å gi et referat av hva kildene sier eller å forsøke å balansere ulike syn uten å komme med spørsmål eller egne synspunkter sinket klimadebatten. Det var fordi balanse- eller objektivitetsidealet i mange tilfeller overskygget sannheten. Dette balanse-idealet kan også kobles til Pressens Faglige Utvalgs krav om at begge kilder skal få komme til orde i en sak. Problemet med dette er at PFU ikke stiller noe krav om hva som er sant eller hvem som har rett i en sak (Bjerke, 2011, s. 122). Funnene i denne studien viser at den balanserende stilen ofte gjorde at årsakssammenhengen og konteksten rundt tema uteble. Argumenter for og mot oljeutvinning framsto for eksempel som like sanne og relevante fordi synene ikke fikk kontekst eller oppfølging. På linje med Ytterstad (2011) kan funnene i denne analysen også peke i retning av at debatten blir lite fremadrettet når balanse og objektivitet etterstrebes framfor tydelige standpunkt og spørsmål fra journalisten.

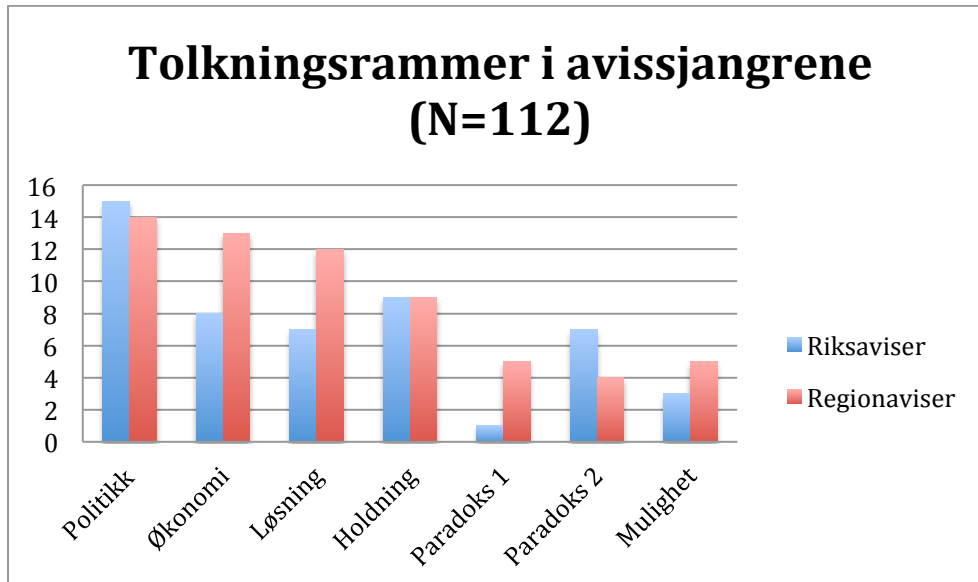
## **4.5. Funn i avissjangre: riks- og regionaviser**

Riks- og regionaviser har ulike roller og funksjoner i samfunnet (se avsnitt 2.4). For å vurdere om det kan påvirke samfunnsoppdraget, presenteres og analyseres videre avissjangrenes bruk av tolkningsrammer og redaksjonelt initiativ.

### **4.5.1. Tolkningsrammer i avissjangrene**

Seks tolkningsrammer ble identifisert i analyse materialet (avsnitt 4.1). Figur 4.17 gir en oversikt over fordelingen av rammene på riks- og regionaviser. Den viser at løsningsrammen,

økonomi-rammen, paradoks 1-rammen og mulighetsrammen dominerte i regionavisene. Politikk-rammen og paradoks 2-rammen dominerte i riksavisene. Holdningsrammen er likt representert i begge avissjangrene.



**Figur 4.17. Tolkningsrammer i avisjangerne**

Stolpediagrammet gir en oversikt over rammene fordelt på riks- og regionaviser i materialet. (N=112).

Hovedforskjellen i tolkningsrammene i avissjangrene kan knyttes til den lokale karakteren som i større utstrekning var å finne i regionavisene, som også kjennetegner denne sjangeren. Regionavisene skrev mer om personer og tiltak i nærmiljøet, stilen var personlig og ønsket om å beskytte de lokale næringene lå sterkere i denne sjangeren. Riksavisene skrev i større utstrekning ut fra en global eller nasjonal kontekst. Begrepet ble også omtalt i mer generelle vendinger med større distanse til tiltak og kilder i riksavisene.

Som det fremgår av figur 4.17 var løsningsrammen (avsnitt 4.1.3) dominerende i regionavisene. Løsningsrammen kjennetegnes ved løsninger som fremmes av bedrifter eller personer. I *Sørlandet og det grønne skiftet* beskrives hvordan bedrifter i Sørlandet kan posisjonere seg i et energiskifte og at alle bedrifter på Sørlandet har mulighet til å være en del av overgangen til fornybar energi (FV280514). Riksavisene hadde et større nasjonalt perspektiv enn regionavisene, noe som også kjennetegner riksavisenes sjanger. I stedet for eksempler fra enkeltpersoner eller bedrifter i lokalmiljøet, henviste riksavisene til globale avtaler eller bestemmelser som Norge burde adoptere. I *Fremover i sirkel* omtaler Gunhild

Stordalen EUs miljøsertifisering og beskriver hvordan Norge kan lære av EUs arbeid med sirkulær økonomi i det grønne skiftet (DN231215).

En annen forskjell knyttet til tolkningsrammer i de to avissjangrene kunne spores i holdningsrammen (avsnitt 4.1.4). Artikkene i riksavisene var lengre og mer omfattende, de intervjuet flere kilder og hadde et bredere og mer generelt perspektiv på det grønne skiftet enn regionavisene. Denne forskjellen kan sees i *Klodeløse optimister* i Dagens Næringsliv som stiller spørsmålet: ”Kan 2015 bli året menneskeheten endelig skjønnte alvor og gjorde noe med den overhengende eksistensielle trusselen vi har unngått i flere tiår? Blir verden reddet?”. Så intervjues syv kilder: professorer, forskere, biologer og psykologer om eksistensielle spørsmål rundt klimakampen (DN281115). Samme tendens finner vi *Språkets deodorant* (DB060615) der det stilles spørsmål ved betydningen av begrepet bærekraftig utvikling. Retorikk-professor Berit Von der Lippe og politiker Rasmus Hansson reflekterer rundt opphavet og bruken av dette begrepet: ”I bærekraft fant liberalistene et ord som kunne settes inn i deres kontekst og bidra til å legitimere en markedsbasert tankegang” og ”Bare hør på ordet. ”Bærekraftig” ... Det har noe kraftig, varig og positivt ved seg. Og det er et veldig visuelt ord”.

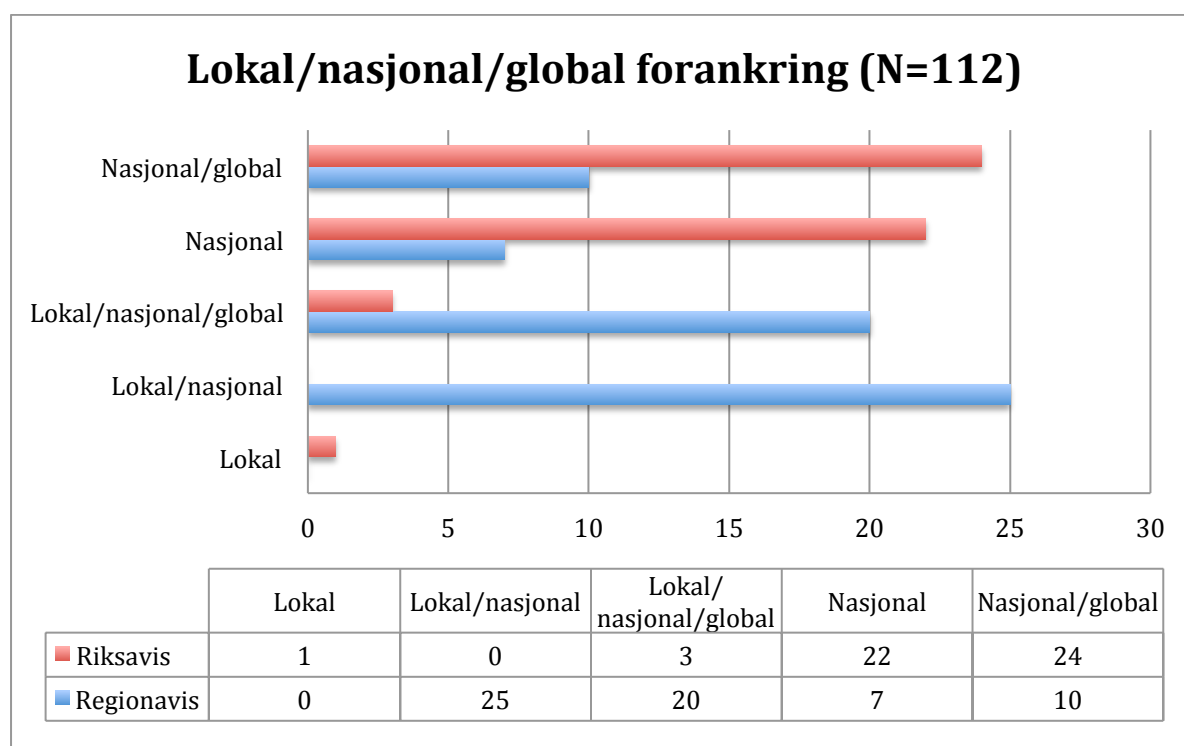
Artikkene fra holdningsrammen i regionavisene var i større utstrekning skrevet i kommentarform og hadde et mer personlig preg. I holdningsrammen i regionavisene kunne man se flere utsagn som: ”Jeg vet at hvis alle verdens 7,2 milliarder mennesker hadde levd som meg, ville jorden ha vært ulevelig allerede” (BT250715). Det samme gjelder artikkelen i Nordlys med forfatterens personlige erfaringer: ”Jeg har alltid hatt et positivt forhold til naturvern og naturvernere, men i det siste våknet til en virkelighet jeg ikke visste eksisterte” (NL291114).

Et tredje funn i avissjangrenes tolkningsrammer er at regionavisene i høyere grad representerer paradoks 1-rammen (P1), mens riksavisene dominerer i paradoks 2-rammen (P2) (se avsnitt 4.1.5). Regionavisene tilhører regioner som i høyere grad livnærer seg av olje- og gassnæringen. Det skyldes antakelig flere argumenter for å fortsette næringen i denne sjangeren. Stavanger Aftenblad skriver innenfor denne rammen at ”Det er bare miljøorganisasjonene og noen mennesker godt innenfor kyststripa som tror at ”det grønne skiftet” er en knapp der vi bare skrur av alt i dette sekund” (SA190516). På den andre siden

skriver Dagbladet i P2 at ”ytterligere investeringer på sokkelen er trolig bare lønnsomt om vi vedder mot togradersmålet” (DB161215). Avstanden til næringen og i hvilken grad et område avhenger av den kan i noen tilfeller være avgjørende for hvilken side av paradoksrammen man havner på. Imidlertid var dette ikke gjeldende for alle artiklene, riksavisene befant seg også i P1 og omvendt.

#### 4.5.1.1. Geografisk forankring i tolkningsrammer

Den geografiske forankringen i tolkningsrammene var ulik i de to avissjangrene. Figur 4.18 viser at regionavisene i hovedsak skrev ut fra et både lokalt og nasjonalt perspektiv, eller et lokalt, nasjonalt og globalt perspektiv. Riksavisene holdt seg i hovedsak til nasjonale eller nasjonale og globale perspektiver.



**Figur 4.18. Lokal/nasjonalt/global forankring**

Regionavisenes lokale og nasjonale forankring kan spores i *Visste du at denne er laget av gjødsel?* (FV080815). Artikkelen er generert av en lokal hendelse: Tine-meieriet i Kristiansand presenterer sin lokale satsing i det grønne skiftet på Agder-landbrukets klimakonferanse. Nyheten begynner med en lokal forankring på satsningen med et videre

ønske om nasjonal endring: ”Agderlandbruket ønsker nå å gå foran å vise resten av landets gårdbrukere hvordan det grønne skiftet skal gjennomføres, og hvordan landbruket skal få redusert forbruket av fossil energi”. Samme tendens finner vi i *Kommer ikke nedgangstidene* (FV220216) som tar for seg konsekvensene nedgangstider i økonomien har for nærområdet. Artikkelen starter med en lokal forankring på Sørlandet. Bedrifter og forskere i regionen intervjues deretter om konsekvenser for oljeprisfallet i deres næringer før situasjonen settes i en nasjonal kontekst: ”- Sørlandet har et svakt og ensidig arbeidsmarked, og har allerede en større andel av befolkningen utenfor arbeidslivet enn landet som helhet. Vi har dobbelt så stor andel uføre som Oslo. Og vi har en svakere økonomi enn Norge som helhet...”

Riksavisenes nasjonale og globale perspektiv kan sees i *Norske løsninger for verden* (VG121215). I artikkelen beskrives den globale klimaavtalen i Paris som betydningsfull for norsk næringsliv og det argumenteres for at norske klimaløsninger er viktige for verden. For eksempel at norsk gass, kull og vannkraft kan bli konkurransedyktig i Europa. I samme artikkel finner vi også den mer abstrakte tilnærmingen som ofte kunne sees i riksavisene: ”Det grønne skiftet er en omstilling som må komme i hver verdikjede, og i hver eksisterende næring...”, ”Med riktige virkemidler mener vi at krevende klimamål kan innfris” og ”For å lykkes med å bygge bro mot lavutslippssamfunnet, trenger vi modige politikere...”. I *Det er snakk om en ny revolusjon* finner vi også den nasjonale og globale forankringen. ”Norsk arbeidsliv står foran forandringer...” og ”- Den teknologiske utviklingen er global...”. I tillegg fremheves at Norge har et godt utgangspunkt for de teknologiske endringene, og at vi er på verdenstoppen når det gjelder tillit (AP030116). Av figur 4.18 ser vi at noen av artiklene i riksavisene omtalte det grønne skiftet i en lokal eller en lokal/nasjonal/global kontekst. Den lokale konteksten i riksavisene handlet nesten utelukkende om feilslåtte prosjekter på vindmøllerparker eller karbonfangst- og lagring. Eksemplene ble ofte trukket fram som advarsler om hva som hadde gått galt tidligere når det var snakk om videreutvikling av disse næringene. ”For det første lider mange politikere av Mongstad-angst. Det lyktes ikke å etablere et fullskala CCS-anlegg (fangst og lagring av CO<sub>2</sub>)” (AP300915) og ”Fosen-vindmøllene er et trist kapittel i det grønne skiftet” (DN130416). Lokale leteområder som Barentshavet ble også trukket fram i forbindelse med hvor vi kunne finne lønnsom olje i Norge (DN250416).

## 4.5.2. Det redaksjonelle initiativet i avissjangre

Funnene viser at kildebruken i nyhetsstoffet er omtrent lik i begge avissjangrene, bortsett fra flere lokale kilder i regionavisene. Kildebruk gjenspeiler til en viss grad avissjangrenes geografiske forankring. Regionavisene hentet også kilder fra hele landet, men hovedtyngden lå på kilder i regionene. Riksavisene brukte flere kilder fra hovedstaden. Mange av de nasjonale kildene går igjen i begge sjangrene, særlig partiledere og olje-analytikere. Begge sjangrene benyttet seg av elite-kilder fremfor kilder fra ”grasrota” eller ”vanlige mennesker” (se tabell 4.10).

### Kildebruk i nyhetsstoffet i riks- og regionaviser

	Lokale kilder	Nasjonale kilder	Elite-kilder	“Vanlige kilder” og “grasrota”
Riksaviser	X	✓	✓	X
Regionaviser	✓	✓	✓	X

**Tabell 4.10. Kildebruk i nyhetsstoffet i riks- og regionaviser**

Tabellen viser at kildebruken i de to avissjangrene er identiske, bortsett fra en større andel lokale kilder i regionavisene.

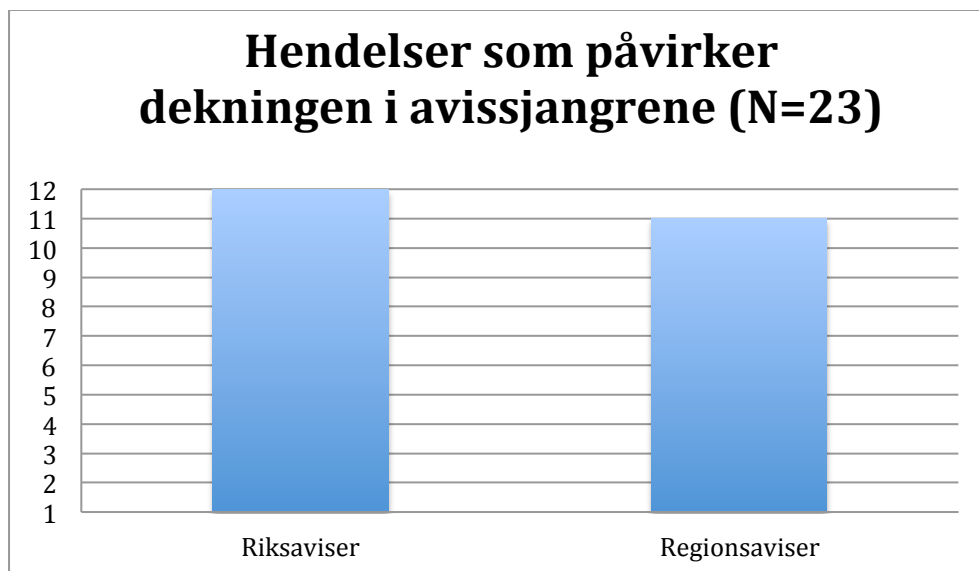
I avsnitt 4.3.3. pekte jeg på at det fantes flest redaksjonelle ledere og kommentarer i regionavisene i materialet. At lederne i regionavisene ga uttrykk for engasjement i det grønne skiftet på lederplass peker på en større prioritering fra deres side – og et sterkt redaksjonelt initiativ.

Når det gjelder aktiv og passiv nyhetsdekning viste funnene at kildene i regionavisene ofte slapp til på egne premisser. I forbindelse med det redaksjonelle initiativet kommentert i avsnitt 4.3.4, var den refererende og balanserende stilen gjeldende i begge avissjangrene i materialet, men her kan man peke på to forskjeller. Den refererende stilen i riksavisene kunne se ut som et resultat av tilgang til få ressurser eller lite forarbeid til saken. I artikkelen jeg henviste til i 4.3.4, lar NTB kildene nesten ordrett gjengi FN-rapporten uten oppfølgingsspørsmål (DA140414). I artiklene var årsaken eller konteksten rundt temaet ofte fraværende fordi de manglet informasjon og oppfølgingsspørsmål (VG300915, DA160115). I regionavisene fantes også den refererende stilen, men på en annen måte. Fordi journalistene lot kildene forklare sakene i høyere grad, kom den nødvendige informasjonen fram via



kildenes sitater og opplysninger. Journalisten kom sjelden med direkte eller kritiske spørsmål. I artikler som dreide seg om eksplisitte konflikter mellom ulike parter tok heller ikke journalisten noe standpunkt, men lot partene forklare (BT081215, SA280814 og AA140616). Den aktive og passive stilen hadde ulikt utfall i avissjangrene. I riksavisene uteble ofte konteksten, mens i regionavisene førte journalistens åpne tilnærming til kilden til en større sammenheng i teksten.

I avsnitt 4.3.4 henviste jeg til at 63% av artiklene i analys materialet var påvirket av hendelser fra ulike aktører. Figur 4.19 viser at antall hendelser som påvirker nyhetsstoff er omtrent like gjeldedene i begge avissjangrene (riks 12- region 11).



**Figur 4.19. Hendelser som påvirker dekningen i avissjangrene**

Diagrammet viser fordelingen mellom nyhetsstoff i riks- og regionaviser som er generert av ulike hendelser. (N=23).

Oppsummert peker funnene på at det redaksjonelle initiativet og tolkningsrammene i de to avissjangrene inneholder mange likheter. Hovedforskjellen kan knyttes til den geografiske forankringen i dekningen. At dekningen er slik er forventet grunnet deres ulike funksjon, men det kan ha betydning for samfunnsoppdraget.

## 4.6. Analyse av avissjangre: riks- og regionaviser

Funnene viser at regionavisenes rolle som reporter fra nærmiljøet ga omtalen en lokal og konkret tilnærming. To aspekter pekte i den retningen. For det første tilhørte et flertall av regionavisenes tolkningsrammer *løsningsrammen* og disse artiklene fremmet konkrete tiltak for bedrifter og enkeltpersoner i nærområdet. For det andre hadde artiklene i holdningsrammen i regionavisene et mer personlig preg. Funnene støtter Dimmens (2012) beskrivelse av regionavisenes unike rolle i samfunnet. Dimmen skriver at region- og lokalavisenes mulighet til å rapportere fra nærmiljøet er det som gir disse avisene en viktig plass i demokratiet fordi ingen andre mediekkanaler kan utfordre dem på denne funksjonen (s. 14). I tillegg kan informasjon fra lokalsamfunnet gi leserne en sterkere tilhørighet til stoffet og engasjere mer enn nyheter langt unna (Solberg i Eide et al., 2014, s. 195ff).

At tolkningsrammene i regionavisene stort sett hadde en lokal forankring og vektlegger hendelser i sitt område mener Engan (2016, s. 14) kan sees som en grunnleggende tolkningsramme i denne avissjangeren som fremmer lokal identitet og tilhørighet. Det lokale aspektet var såpass gjeldende i regionavisenes tolkningsrammer i denne studiens materiale at det på linje med Engan kan oppfattes som en elementær tolkningsramme eller en makro-ramme i denne studien (Ihlen & Nitz, 2008, s. 14). Den lokale tolkningsrammen kan også sees i sammenheng med Entmans kulturelle aspekt der det lokale aspektet i rammene er kulturelt forankret og blir godtatt av publikumet på det premisset at de fremmer lokale hendelser (1993, s. 51).

Funnene viser at avissjangrene hadde ulik tilnærming til stoffet. Riksavisene omtalte det grønne skiftet i et større globalt perspektiv og i mer generelle vendinger. Istedenfor regionavisenes eksempler fra lokalmiljøet, henviste riksavisene til nasjonale tiltak og globale avtaler (DN231215). Regionavisene skrev i hovedsak *både* om lokalt og nasjonalt og/eller globalt stoff, mens riksavisene holdt seg i hovedsak til et nasjonalt og/eller et globalt perspektiv (figur 4.18). Regionavisene beskrev ofte tiltak i nærområdet for så å foreslå hvordan de kunne fungere i resten av landet (FV220216, FV080815). Riksaviser skrev derimot om hvordan norske løsninger kan være verdifulle for verden (VG12125) eller om hvordan Norge står i satsing på teknologiske løsninger sammenliknet med den globale satsingen (AP030116). Når riksavisene pekte på konkrete eksempler i nærmiljøet eller i

regionene, ble de i flere tilfeller trukket fram som eksempler på feilslåtte prosjekter for å advare mot videreutvikling av liknende tiltak (AP300915, DN130416 og DN250416). Funnene samsvarer med Mathisens påstand om at riksavisene ofte beskriver forhold som er langt unna lokalsamfunnet. Mathisen mener at det kan skape en større distanse mellom kilder og leser (2010, s. 13). Solberg fant i sin studie at den geografiske forankring kan ha ulik effekt på leserne og for hvorvidt de engasjeres av nyhetene (i Eide et al., 2014, s. 195ff). Som funnene viser her peker riksavisenes omtale mot en større distanse med beskrivelse av stoff langt unna og med et mer abstrakt språk. Funnene i regionavisene peker derimot mot en konkretisering av begrepet det grønne skiftet med eksempler fra personer i nærområdet som arbeider med det grønne skiftet.

Mathisen (2010, s. 57) skriver at region- og lokalmediene ofte slipper til andre stemmer og gir et annet virkelighetsbilde enn de riksdekkende mediene, noe funnene i denne studien illustrerer. Funnene kan også sees i sammenheng med Mathisen og Morlandstøs (2015) studie som viste at regionpressens kommentarjournalistikk ofte kommenterer og fortolker saker som er oppe i den nasjonale offentligheten heller enn å sette lokale og regionale saker på agendaen. Mine funn viser en liknende tendens, med unntak av at regionpressen dekker og kommenterer saker fra nærmiljøet, samtidig som de plasserer dem i en større nasjonal kontekst. Forskjellen kan skyldes at Mathisen og Morlandstø studerte kommentarsjangeren og at denne studien tar for seg flere sjangre, blant annet nyhetsstoff, ledere og kronikker. I samme studie fant de at regionavisene ønsket å løfte regionens behov og interesser til et nasjonalt nivå fordi mange opplevde den nasjonale debatten som mangelfull og unyansert (2015, s. 11). Funnene i denne studien peker også i den retning at regionavisenes perspektiv kan bidra til en mer nyansert og differensiert debatt ved å fremme andre syn enn det ellers finnes i omtalen. Ved å overføre nasjonale og globale politiske og økonomiske bestemmelser til et regionalt nivå, får begrepet en lokal resonans og kan kanskje lettere overføres til politikk og næringsliv i regionen.

Med tanke på kildebruk i nyhetsdekning har tidligere forskning identifisert forskjeller i avissjangre. Allern (2001a) og Mathisen (2010) fant for eksempel et topptungt kildeutvalg både i riks-, region- og lokalaviser med hovedtyngde på byråkratiske og institusjonelle kilder fra samfunnets øverste sjikt. "Vanlige folk" og "grasrota" utgjorde en veldig liten andel, de var derimot størst representert i de lokale mediene. Dimmen (2012) fant tvert i mot at

stemmer fra ”grasrota” oftest ble brukt som kilder. Mine funn samsvarer i høyest grad med Allern og Mathisen bortsett fra at ”vanlige folk” og ”grasrota” ikke var representert i denne studiens materiale. Kildebruken var også nokså lik i de to sjangrene og flere av de samme kildene gikk igjen. En av grunnene til at funnene i denne studien skiller seg fra deres funn kan være at Allern og Mathisen fortrinnsvis undersøkte lokalaviser, mens jeg har studert regionaviser. Som Omdal påpeker har mange av regionavisene måtte avvikle sine lokalkontorer og avisene trekker derfor mot storbyområdene. Det gjør at vi får mindre journalistikk fra nærområdene, og utkantssamfunnets stemme i de regionale debattene svekkes (i Omdal et al., 2013, s. 100). Funnet kan antakeligvis knyttes til denne utviklingen som gjør at vi får færre ”vanlige” kilder fra mindre steder og flere ”elite-kilder” fra større byer.

Når det gjelder aktiv og passiv nyhetsdekning viste funnene at den refererende stilen var å finne i begge sjangrene. Imidlertid produserte den refererende stilen i riksavisene en usammenhengende dekning ved at konteksten uteble. Den refererende stilen i riksavisene kunne oppfattes som et resultat av forhastet arbeid eller lite ressurser. I regionavisene kunne den refererende stilen og at kildene slapp til på egne premisser sees i sammenheng med avissjangerens ”lim-funksjon”. Som nevnt i avsnitt 2.4 gjør lokalmedienes identitetsbyggende rolle i nærmiljøet at de ofte er mer nøytrale i sin tilnærming og lar kildene styre informasjonen i sakene i høyere grad (Dimmen, 2012, s. 21f). Regionavisene har fått kritikk for den måten å drive journalistikk på fordi det offisielle samfunnsoppdraget krever at de skal drive kritisk og uavhengig journalistikk. Bjerke påpeker imidlertid at lim-funksjonen kan være grunnen til lokalavisenes stabile opplagstall i så mange år. Den nøytrale tilnærmingen kan bidra til at flere har lyst til å stille opp som kilder eller bidra med leserinnlegg (2011, s. 233). I avsnitt 2.1 belyste jeg hvordan tolkningsrammer og konfliktfylt vinkling har fått negative konsekvenser for offentlige personer, og kan føre til en skepsis til journalistikkprofesjonen. Regionavisenes mindre kritiske tilnærming kan derfor vise seg å ha ”uoffisielle” fordeler som at flere ønsker å bidra med informasjon om hva det grønne skiftet innebærer for samfunnet.

Som vi har sett har regionavisene brakt inn andre perspektiver og en mer nøytral tilnærming som tidligere har vist seg å være positive trekk i det totale nyhetsbildet. I denne studien kan

derfor regionavisenes lim-funksjon ha et positivt utfall for dekningen som drøftes nærmere i diskusjonen.

I kapittel 4 har jeg presentert funn og analyse av indikatorene. I neste avsnitt vil jeg diskutere hva funnene betyr for samfunnsoppdraget og gi et svar på forskningsspørsmål og problemstilling.

# 5 Diskusjon og Konklusjon

I dette kapittelet presenteres svar på oppgavens problemstilling. Det gjøres ved å først oppsummere hovedfunnene fra min undersøkelse av tolkningsrammer, redaksjonelt initiativ og avissjangre. Etter hovedfunn følger en diskusjon om hva funnene betyr for journalistikkens samfunnsoppdrag. Deretter gis svar på forskningsspørsmål og hypoteser før jeg gir en konklusjon av hvordan samfunnsoppdraget ble oppfylt i omtalen av det grønne skiftet. Til slutt beskrives studiens bidrag til medievitenskapen og forslag til videre forskning.

## 5.1. Hovedfunn og diskusjon – tolkningsrammer

I avisenes omtale av det grønne skiftet kunne jeg identifisere seks forskjellige rammer. Disse var politikk-rammen, økonomi-rammen, løsningsrammen, holdningsrammen, paradoksrammen og mulighetsrammen.

Rammen som dominerer i materialet er *politikk-rammen* og baserer seg på konflikt eller uenighet om hvordan norsk klimapolitikk bør gjennomføres. I tidligere studier har rammen også handlet om konflikt mellom andre land eller grupper utenfor Norge. I denne studien omhandlet striden hovedsakelig norske politikere og partier. Ofte ble økonomi og klimatiltak diskutert. *Økonomi-rammen* viser at økonomi er den mest avgjørende faktoren i et grønt skifte. Til tross for Paris-avtalen og en bred konsensus om et to-gradersmål er det økonomien som bestemmer utfasing av fossile energikilder og overgang til fornybar energi. Det erkjennes at oljeutvinning blir dyrere og mindre lønnsom, likevel vedvarer håpet om at oljeprisen skal stige og at oljenæringen fortsatt skal gi Norge inntekter i framtiden. *Løsningsrammen* fremmer ulike løsninger i det grønne skiftet. Løsningene fremstilles i hovedsak gjennom næringslivsaktører eller bedrifter og ofte med detaljerte teknologiske beskrivelser. Rammen preges av en positiv tone og løsningene fremstilles som en vinn-vinn-situasjon for miljøet og næringen. *Holdningsrammen* handler om eksistensielle, filosofiske og psykologiske aspekter knyttet til et energiskifte drevet fram av klimaendringer. Mennesket - dets holdninger og oppfatninger hindrer endring. Rammen drøfter det nåværende økonomiske systemet og diskuterer alternativer til dagens levemåte og økonomi. *Paradoks-rammen* handler om det norske paradokset: oljen som både har gitt Norge velstand og som en av

hovedårsakene til klimaendringene. Den siste rammen identifisert i materialet er *Mulighetsrammen* som handler om at klimaendringene gir muligheter til å tenke nytt og skape et bedre samfunn. Rammen kommuniserer at vi er inne i en tid med kriser og nedgangstider som kan snus til muligheter for samfunnsendring.

Analysen viser at rammene i omtalen av det grønne skiftet er omtrent identiske med rammer identifisert i tidligere studier om medier og klimaendringer. Men det finnes også *noe* nytt. Rammene her handler i høyere grad om økonomi, muligheter og teknologiske løsninger. Problemet med rammene er likevel at de få nye aspektene stort sett plasseres innenfor en konsensus om økonomisk gevinst som hovedformål i et skifte til fornybar energi. I avsnitt 4.2 skrev jeg at økonomi-rammen derfor kan forstås som en overordnet makro-ramme fordi det konvensjonelle økonomiske aspektet er såpass dominerende i et flertall av rammene. Funnene viser med dette at leseren får få *nye* perspektiver om det grønne skiftet utenfor en etablert økonomisk konsensus og få *nye* perspektiver sammenliknet med mediernes dekning av klimaendringer. Leserene får kun bekreftet det de allerede vet. Holdningsrammen som diskuterer virkelighetsoppfatninger er imidlertid mer fremtredende i denne studien enn tidligere. Den tilbyr alternative perspektiver til den økonomiske makro-rammen og er en viktig motstemme til de ellers konvensjonelle rammene. Imidlertid er ikke dette synet mest fremtredende (16%), og det er i hovedsak leserne og de redaksjonelle kommentarene som fremmer disse perspektivene. Rammene kunne vært tjent med alternative syn i oppsøkende og kritiske reportasjer for et styrket samfunnsoppdrag.

Funnene i denne studien ble sammenliknet med mediernes dekning av klimaendringer i USA og Europa (Nisbet, 2009, O'Neill et al., 2015). Funnene viser dermed at dekningen av det grønne skiftet i Norge samsvarer med mediedekning på tvers av kontinenter. At mediedekningen er såpass lik på tvers av ulike land og kulturer, mener Shehata og Hopmann har med globaliseringen av informasjonssyklusene gjennom nyhetsbyråer å gjøre, samt at journalistiske normer og verdier stadig blir likere i den vestlige verden (2012). Det henger også sammen med at tolkningsrammene som brukes vanligvis er så innbakte i organisatoriske rutiner og tradisjonelle vinkler at de etter hvert framstår som naturlige og udiskutable (Allern, 2001b, s. 58). Og som Allern videre påpeker handler mediernes tolkningsrammer om nettopp dette – at en begivenhet går inn i et mønster vi allerede kjenner og på den måten blir mer gjenkjennelig og kan lettere aksepteres (2001a, s. 68). Det grønne skiftet blir framstilt som en

revolusjon i mange av artiklene i materialet. Men som vi har sett presenteres det som tilsynelatende skal være sensasjonelt og overraskende innenfor faste rammer, og forteller leserne kun hva som er normalt.

Politikk-rammen har vist seg å være mest gjeldende i mediernes tidligere omtale av klimaendringer. Rammen er også den mest fremtreende i denne studien. Konsekvensen av en sterk dominans rundt politikk er at klimaendringer dreier seg mer om spill enn sak og at debatten blir lite fremtidsorientert (Eide & Naper i Eide et al., 2014, s. 62). Politikk-rammen i denne studiens materiale handler om diskusjoner rundt miljøtiltak som el-biler, formuleringer i rapporter, skatter og avgifter. Denne diskusjonen kan virke noe ubetydelig i en større sammenheng der kjernen for å redusere klimaendringer krever reduksjon av CO<sub>2</sub> i stor skala (Allen, 2012). Debatt om tilsynelatende små tiltak kan derimot være nødvendig i den store sammenhengen, mener noen. Diskusjonen om statsbudsjettet for 2017 fikk kritikk for fokus på økte avgifter og skatter på miljøforurensing. Mange mente at debatten var snever og detaljorientert og at det skygget for de viktige tiltakene (Lundberg et al., 2016). Andre mener at utfallet av diskusjonen var avgjørende for hvilken posisjon Norge velger å ta i klimapolitikken, og for hvorvidt norsk politikk følger opp globale avtaler (Lundberg et al., 2016). Små tiltak som tilsynelatende virker symbolske, kan med andre ord i visse tilfeller være avgjørende for Norges ståsted i internasjonal klimapolitikk.

Mulighetsaspektet, økonomi og teknologi har sterk dominans i avisenes omtale av det grønne skiftet, noe som i og for seg kan sees som en positiv utvikling. Imidlertid kan teknologi-optimisme og håp om økonomisk gevinst overskygge strukturelle endringer som kreves i en slik overgang. Artiklene i holdningsrammen problematiserer også dette – at så lenge man er positiv og satser på teknologi og globale avtaler går det grønne skiftet av seg selv. Diskusjon om hvem som har ansvaret preger også rammene, noe som tyder på at mange ønsker å ta i bruk begrepet samtidig som de stiller spørsmål ved hva et skifte egentlig innebærer og hvem som skal gjennomføre dette. Økt omtale av begrepet hos politikere og næringsliv tyder på en større oppmerksomhet rundt overgangen til fornybar energi. Men det betyr ikke at begrepet dermed inneholder konkret informasjon om hva et skifte innebærer eller hvordan det skal foregå i praksis. I avsnitt 2.2.3 trakk jeg fram begrepet bærekraftig utvikling som innebærer vekst innenfor naturens tålegrenser. Begrepet har fått mye kritikk fordi det etter hvert kunne brukes og legitimeres av alle uten å måtte tillegge det særlig innhold (Robinson, 2004,



Hopwood et al., 2005). I omtalen av det grønne skiftet peker den økte omtalen og et noe tvetydig innhold mot en liknende trend. Kan vi på bakgrunn av disse funnene risikere å få en ny diskusjon liknende bærekraftig utvikling, kun mer positivt ordlagt der det grønne skiftet betyr så mangt og kan legitimeres av alle uten å få konsekvenser?

Å kunne tilby leserne flere alternative syn krever en mer aktiv journalistikk som oppsøker alternative kilder og andre historier (Allern, 2001a, s. 69). Flere syn kunne vært mulig å fremme i omtalen av det grønne skiftet med historier om alternative økonomier eller samfunn som ikke baserer seg på samme tradisjonelle prinsipper som den økonomiske makro-rammen fremmer. Historisk har det for eksempel vært slik at endringer i samfunnet skjer nedenfra og opp – at ”grasrota” og ”vanlige folk” tvinger frem endring ved politisk aktivitet og demonstrasjoner (Goodman, 2016). Slike bevegelser eksisterer også i det grønne skiftet, blant annet arbeider ”divestment”-bevegelsen med å trekke offentlige og private selskaper ut av fossil energi i ulike deler av verden (Ayling & Gunningham, 2016). Disse stemmene får som vi har sett sjelden plass i nyhetsbildet. I denne studiens analysemateriale var det kun én artikkel som dekket en historie om selskaper som trekker ut investeringer i fossilt brensel (BT271114). Goodman beskriver det som at mediene ignorerer ”de viktige stemmene og bevegelsene som kan endre verden”. De holder seg til kilder som allerede har etablert kontakt med pressen og historier som allerede er aksepterte (2016). Engasjement utenfor tradisjonelle medier har de senere årene derimot vist seg å ha stor påvirkningskraft. Bruk av sosiale medier har hatt stor innflytelse på politisk deltakelse og har vist seg å kunne røkkere ved mediens tradisjonelle rutiner. I flere tilfeller har oppslutning om ulike politiske saker på sosiale medier bidratt til makt til å utfordre staten og til å mobilisere til politisk endring (Bruns et al., 2015). Digitale medier får med andre ord en stadig viktigere demokratisk rolle i samfunnet.

Sosialantropolog Harold Wilhite (2008) fremmer også alternative tolkninger knyttet til klimaendringer. Han mener at årsaken til at utslippene ikke reduseres, skyldes at det økonomiske systemet har forbruk og vekst som hovedmål. Og fordi forbruk av varer forbindes med identitet og lykke og de stadig må fornyes med flere varer, fører det til økt CO2-utslipp. Produksjon og transport av varer står for en betydelig andel av CO2-utslippene, og så lenge forbruket ikke reduseres, vil CO2-utslippene fortsette å øke. Artikkelen i holdningsrammen problematiserer til en viss grad dette, men dekningsrammen kunne vært tjent med flere engasjerende historier og reportasjer om denne utviklingen. Wilhite forsker for

eksempel på land og kulturer (særlig India) som tradisjonelt har basert identitet og lykke på ikke-materielle objekter, men som etter hvert har blitt påvirket av vestlige verdier som i større utstrekning knytter identitet til materielle goder. Han forsker også på hvordan bedrifter og markedsføring legger til rette for at forbrukerne stadig skal handle i større kvanta som fører til at det totale forbruket og CO<sub>2</sub>-utslippene fortsetter å øke. Han foreslår at journalister bør jobbe tettere sammen med forskere for å få innblikk og forståelse i flere slike temaer (Wilhite, 2008).

Grunnen til at tolkningsrammene stort sett befinner seg innenfor en gjentakende forståelse kan skyldes økonomi og kommersielle krav. Det er mulig at alternative syn og tilgang til mer informasjon krever flere ressurser enn de som er tilgjengelige på grunn av innskrenkninger i mediebransjen (Rørvik & Nesheim, 2010, s. 7). Ensidig bruk av tolkningsrammer kan også skyldes at mediene må følge kommersielle kriterier for nyhetsstoffet som påvirker hvilke stoffområder og kilder som prioriteres (Allern, 2002, s. 11). Det finnes imidlertid aviser som drives på et ideelt eller publisistisk grunnlag og som ikke har som hovedmål å skaffe fortjeneste til kommersielle eiere. At sosiale medier etter hvert får større påvirkningskraft og har vist seg å fremme politisk endring, kan også bidra positivt når nødvendige syn ikke slipper til i tradisjonelle medier. Derfor er det kanskje i disse medietypene og kanalene man kan forvente en mer demokratisk dekning og en sterkere politisk påvirkning som kan føre til endring i overgangen til fornybar energi.

## **5.2. Hovedfunn og diskusjon – redaksjonelt initiativ**

Avisenes redaksjonelle initiativ ble vurdert ved å studere 1) kildebruk, 2) sammenlikning av redaksjonelt stoff med lesergenerert stoff og 3) å undersøke om nyhetsstoffet var aktivt eller passivt.

1) Kilde-funnene viser at et flertall av artiklene er bygget på én eller få elite-kilder og at kilder fra olje- og gasssektoren samt politikerkilder dominerer. ”Ekspertene” fra finanssektoren var også en gjenganger når norsk olje og økonomi skulle analyseres. Miljøorganisasjonene var lite representert, og ”vanlige folk” uten spesielle titler samt ”grasrota” var fraværende i materialet. Noen artikler fra riks- og regionavisene inneholdt flere kilder og kritiske spørsmål, men disse var i mindretall.

2) Redaksjonelt og lesergenerert stoff var nokså likt i andel (red 54 – leser 58). Hovedforskjellen i innholdet var at andelen politiker-stemmer var høyere i leserstoffet og at det fantes en større variasjon i hvilke næringslivssektorer som var representert og i hvilke holdninger leserne fremmet. Leser-stoffet inneholdt flere innlegg fra fornybar-sektoren og fra ”vanlige mennesker” uten spesielle titler eller posisjoner. I forskjellen mellom hva det ble skrevet om, fremmet leserne flere kritiske holdninger mot norsk oljeutvinning og klimapolitikk og de drøftet i større utstrekning systemendring og alternative økonomier. Positive trekk i det redaksjonelle stoffet kunne spores i kommentar- og ledersjangeren. Mange av de redaksjonelle kommentarene tilhørte holdningsrammen. Det viser at journalistene var opptatt av å utfordre konvensjonell kunnskap hos leserne og å tilby alternative tolkninger av det grønne skiftet. Ledere som diskuterte begrepet var også gjeldende i materialet og vitner om et sterkt redaksjonelt initiativ.

3) Hendelser genererte et flertall av nyhetsartiklene, noe som vitner om at aktører får sette premissene for dekningen av det grønne skiftet. Tendensen kunne sees ved at nyhetsstoffet som ble lagd ut fra hendelsene stort sett holdt seg til samme tema som hendelsen i en refererende stil. Interessant var at hendelsene som dreide seg om klima, næringsliv, olje eller politikk alle genererte spørsmål om økonomi, politikk og teknologi i det grønne skiftet.

Bruk av elite-kilder kan som nevnt skyldes mediekrise og begrensede ressurser og gir utslag i ”billig” journalistikk som begrenser kildekontakten med avisas allerede etablerte kilder (Allern, 2002). Men som Nisbet påpeker, påvirker og omfatter endring i energibruk alle ledd i samfunnet, og ikke bare elitene. En overgang til fornybar energi har i tillegg ofte større økonomiske konsekvenser for ”mannen og kvinnen i gata” enn for den økonomiske eliten. De som får diktere hvilke tiltak og beslutninger som lønner seg har gjerne andre økonomiske interesser enn ”vanlige folk” (2009, s. 22). Samfunnsoppdraget hadde dermed vært tjent med et bredere spekter av kilder som også kan formidle hvordan det grønne skiftet påvirker alle typer samfunnsborgere. At tolkningsrammene domineres av næringsliv og politikk, gjenspeiles også i avisenes kildebruk med flest politiker- og næringslivskilder. Å skulle finne alternative kilder og historier, mener Nisbet krever en mer aktiv journalistikk som tar

utgangspunkt i klimaforskning og kommuniserer den på en lettfattelig måte som engasjerer ulike grupper og personer i samfunnet også på et personlig plan (2009, s. 22).

Skillet mellom innholdet i det lesergenererte og det redaksjonelle stoff illustrerer et misforhold mellom hva lesere ønsker sammenliknet med det redaksjonen produserer. Funnene i studien viser at leserne var opptatt av andre temaer enn redaksjonen. Som Høiby og Ytterstad (i Eide et al., 2014, s. 76ff) påpeker kan det skyldes at redaksjonen venter på lesernes ”godkjenning” for å satse større på disse temaene i det grønne skiftet. Skillet kan som nevnt også skyldes økonomiske og kommersielle krav. Spørsmålet er imidlertid om informasjon om viktige overganger i samfunnet bør styres av avisas lesere eller krav fra finansielle eiere. Om redaksjonen hadde fulgt opp lesernes ønsker og behov i deknningen, kunne vi ha fått et bredere, mer nyansert og variert nyhetsbilde av det grønne skiftet?

Kommentaren som sjanger har vokst kraftig de senere årene både som et resultat av popularitet hos leserne og på grunn av økonomiske hensyn da kommentaren er billigere å produsere. Sjangeren har imidlertid fått kritikk fordi den mangler analytisk dybde og fordi den går på bekostning av faktabasert reportasje og undersøkende journalistikk (McNair i Franklin, 2008, s. 117). I omtalen av det grønne skiftet var kommentarsjangeren sterkt gjeldende og journalistene fremmet viktige analyser og refleksjoner rundt et energiskifte her. De kom med andre tolkninger og syn i kommentaren som ofte skilte seg fra resten av deknningen. Derfor anser jeg denne sjangeren som essensiell i omtalen fordi det var nesten bare her journalistene ga en dypere analyse av det grønne skiftet. Flere grundige og kritisk oppsøkende reportasjer ville vært å foretrekke, men hvis de er fraværende grunnet lite ressurser er det desto viktigere at et alternativt perspektiv kommer fra journalistene på kommentarplass og ikke bare fra leserne.

Funnene viser at deknningen mangler en uavhengig og kritisk journalistikk. Dominante aktører innen næringsliv og politikk påvirket i store trekk nyhetsstoff om det grønne skiftet. I mange av artiklene hang journalistene seg på hendelsene og refererte sakene nokså ukritisk som førte til en sterk dominans av økonomi og politikk i omtalen. Tolkingsrammer og kildebruk er også dominert av økonomi og politikk som viser at hendelsene også påvirker hvordan saker blir fortalt og hvem som intervjues. Det fører til at journalistikken ikke nødvendigvis kan sees som helt uavhengig av politikk og økonomi som er en sentral del av den journalistiske

yrkesideologien. Å ta aktive og tydelige standpunkt eller å stille kritiske oppfølgingsspørsmål kan tidvis være problematisk for journalister da noen oppfatter dette som agenda-drevet og ikke uavhengig journalistikk. Journalist Ole Mathismoen fikk blant annet kritikk for å ha formidlet klimajournalistikk i Aftenposten utfra FN klimapanelers forskning som baserer seg på at klimaendringene er menneskeskapt. Kritikken handlet om at Aftenposten drev en kampanje for å mørklegge klimabildet (Furberg, 2007). Likevel vil jeg hevde at å ta et tydelig standpunkt som får kritikk fra noen hold er mer fruktbart enn refererende journalistikk fordi objektivitets- og balansenormen tidligere har vist å gi en skjev fremstilling og lite innsikt og fremgang i debatten (Boykoff & Boykoff, 2007, Ytterstad, 2011).

### **5.3. Hovedfunn og diskusjon – avissjangre**

Samfunnsoppdraget ble også vurdert ved å undersøke forskjellen mellom to avissjangre: riks- og regionaviser. I forskningsspørsmålet spurte jeg om det kunne spores forskjeller i 1) tolkningsrammer og 2) i det redaksjonelle initiativet i disse sjangrene.

1) Hovedforskjellen kunne sees i at tolkningsrammene i regionavisene stort sett hadde en lokal forankring og et mer personlig preg i sakene. Regionavisene skrev i høyere grad om tiltak i nærmiljøet samtidig som de plasserte lokale hendelser i en større nasjonal og/eller global kontekst. Regionavisene var også sterkere representert i paradoks 1-rammen som tyder på et større behov for å beskytte lokale næringer som regionen livnærer seg på. Riksavisene omtalte det grønne skiftet fortrinnsvis i et globalt eller nasjonalt perspektiv og med generelle beskrivelser av begrepet. Når riksavisene omtalte lokale hendelser handlet det om feilslåtte prosjekter som en advarsel mot å videreutvikle slike næringer.

2) Kildebruken i de to avissjangrene var nokså lik. Den største forskjellen var at regionavisene hentet kilder fra lokalområdet så vel som nasjonalt. Riksavisene benyttet kun kilder fra hovedstaden eller nasjonalt. Det redaksjonelle initiativet var sterkest i regionavisene med flest ledere og kommentarer. En mer refererende enn kritisk og aktiv stil var gjeldende i begge sjangrene, men på ulikt vis. I riksavisene kunne den refererende stilen oppfattes som et resultat av lite ressurser, mens den

refererende stilen i regionavisene kunne knyttes til deres rolle som identitetsbygger i samfunnet fordi kildene slapp til på egne premisser.

Solberg målte publikums effekt av avisenes dekning av lokale saker om klimaendringer. Studien viste at den lokale forankringen i klimastoff skapte tilhørighet og engasjement hos leserne (i Eide et al. 2014, s. 195ff). Denne studien har ikke målt publikums effekt av regionavisenes tilnærming. Likevel kan en refleksjon rundt funnene samt tidligere studier vitne om at regionavisene fremmer viktige alternativer til det samstemte nasjonale nyhetsbildet. Regionavisene konkretiserte begrepet med lokale eksempler og trakk nasjonal politikk og økonomi ned på et regionalt nivå, og de plasserte tiltak i regionen i en større nasjonal sammenheng. Det vitner om et framtidsrettet og vidsynt perspektiv på den aktuelle situasjonen. Riksavisenes omtale av globale avtaler og nasjonale tiltak er også nødvendig da internasjonale bestemmelser påvirker norsk næringsliv og klimapolitikk. Likevel kan riksavisenes måte å skrive om energiskiftet på skape en større distanse til temaet for leseren. Tilnærmingen kan gjøre at saken ikke fremkaller nødvendig identifikasjon og engasjement. Det er også mulig at det fører til en mer abstrakt debatt som ikke gir tilstrekkelig informasjon om hvordan et skifte skal foregå i praksis, eller hvilke konsekvenser det har for enkeltpersoner og bedrifter. Mye tyder derfor på at regionavisenes dekning representerer en viktig motstemme i debatten. Hvis tendensene i denne studien kan overføres til Mathisen og Morlandstøs funn (2015), vil imidlertid ikke regionavisenes perspektiver nå opp i det nasjonale nyhetsbildet.

At det redaksjonelle initiativet var sterkere i regionavisene kan skyldes at regionene er mer direkte påvirket av oljeprisfallet. Mange bedrifter og en betydelig andel av befolkningen i disse regionene er priggitt oljenæringen og er dermed tvunget til å finne nye måter å livnære seg på i nedgangstider. Funnene viste at Stavanger Aftenblad hadde motsetningsfylte meninger om å avvikle oljenæringen i sine lederartikler, noe som kan tyde på at de forsøker å omfavne en omstilling til et fornybart samfunn. Napers (2014) studie viste at meningsmotsetninger på leder- og kommentarplass i en og samme avis skyldtes påvirkning fra dominante aktørers hendelser. Det er imidlertid ulike krav til sjangrene leder og kommentar. I lederen presenteres avisas samlede mening mens den redaksjonelle kommentaren er mer en bakgrunnsartikkel der journalisten gir uttrykk for egne meninger og argumenter (Igland & Stølås, 2008, s. 34-36). At lederne i Stavanger Aftenblad som skal uttrykke en kollektiv mening inneholdt motsetningsfylte argumenter er interessant. I

sammenheng med at flere av nyhetsartiklene i materialet var påvirket av aktørers hendelser, kan denne tendensen også tolkes dithen at hendelser i finans eller oljenæringen kan ha påvirket lederne i ulike retninger, selv om dette ikke kom tydelig fram i lederartiklene.

Den refererende stilen i de to avissjangrene kan knyttes til ulike grunner.

Bjartnes påpekte at klima- og energijournalistikk manglet kvalitet som et resultat av økonomiske endringer i mediebransjen (i Omdal et al., 2013, s. 106ff). Den refererende stilen i riksavisene påvirket kvaliteten av deknningen ved at sammenhengen uteble. I regionavisene er det mulig at den refererende stilen heller gjenspeiler deres uoffisielle samfunnsoppdrag eller det Mathisen kaller for ”det todelte samfunnsoppdraget” (2010). Kildene slapp til på egne premisser, men likevel uteble ikke konteksten. Denne stilen trenger derfor ikke å sees som et ”brudd” på Vær Varsom-plakatens krav om kritikk, men den kan sees som en styrke i lokalsamfunnet der kilder og stemmer får forklare saker med større frihet som resulterer i mer informasjon til avisa.

## **5.4. Svar på forskningsspørsmål**

Basert på nærlesning av artiklene i materialet og iterative runder mellom data og teori, utviklet jeg tre forskningsspørsmål med hypoteser knyttet til problemstillingen. Disse lød:

**1. Hvilke tolkningsrammer kan identifiseres i omtalen av det grønne skiftet og skiller de seg fra tidligere rammer identifisert i mediens dekning av klimaendringer?**

*Hypotese: Ingen nye rammer vil finnes.*

**2. Hvordan er det redaksjonelle initiativet i omtalen det grønne skiftet?**

*Hypotese: Det redaksjonelle initiativet er svakt.*

**3. Hvilke forskjeller kan spores i tolkningsrammer og det redaksjonelle initiativet i avissjangrene? Påvirker det samfunnsoppdraget?**

*Hypotese: Regionavisene vil fremme flere alternative syn og riksavisene vil være mer kritiske i tilnærmingen som i begge tilfeller vil gagne samfunnsoppdraget.*

Analysen viser at:

1. Seks rammer kunne identifiseres i materialet: politikk-rammen, økonomi-rammen, løsningsrammen, holdningsrammen, paradoksrammen og mulighetsrammen.

Rammene er omtrent identiske rammene i tidligere forskning, med *noen* nye aspekter: virkelighetsoppfatninger, økonomi, muligheter og teknologiske løsninger. En sterk dominans av økonomisk gevinst som hovedmål i de fleste rammene vitnet imidlertid om at ”det nye” kun bekrefter etablert viten. *Hypotesen* om at det ikke finnes nye rammer kan bekreftes til en viss grad fordi holdningsrammen presenterte *noen* nye syn.

2. Fire faktorer gjorde at det redaksjonelle initiativet kunne regnes som svakt.

- Elite-kilder fra politikk og næringsliv dominerte og de fleste artiklene var basert på én eller få kilder.
- En større variasjon og flere kritiske holdninger fantes i leser-stoffet.
- Hendelser genererte et flertall av nyhetsartiklene som både påvirket dagsorden og innholdet i sakene.
- Stilen i nyhetsartiklene var mer passiv og refererende enn aktiv og kritisk.

Derimot kunne en sterk redaksjonell prioritering sees på leder- og kommentar plass i avisene. *Hypotesen* var at det redaksjonelle initiativet ville være svakt. Til tross for initiativ på leder- og kommentar plass kan det totale redaksjonelle initiativet ikke regnes som utelukkende sterkt grunnet negativt utslag i fire av fem faktorer.

3. Hovedforskjellen i tolkningsrammer kunne sees i regionavisenes lokale og konkrete forankring og i riksavisenes nasjonale og globale samt mer generelle perspektiv.

Riksavisenes refererende og lite kritiske stil ga negativt utslag ved at kontekst uteble.

I regionavisene kom informasjon og sammenheng via kilden. *Hypotesen* om at regionavisene ville fremme alternative syn kan bekreftes. Regionavisenes evne til å plassere sakene i en større kontekst bidro positivt til oppdraget ved at det grønne skiftet ble konkretisert på et regionalt og nasjonalt nivå. *Hypotesen* om at riksavisene



ville være mer kritiske kan avkrefte og påvirke normen om kritikk i Vær Varsom-plakaten negativt.

## 5.5. Konklusjon

Oppgavens problemstilling lød: *Hvordan oppfyller norske riks- og regionaviser samfunnsoppdraget i omtalen av det grønne skiftet?*

Funnene viser at måten det grønne skiftet rammes inn på er lik dekning av klimaendringer både i Norge og internasjonalt. Det tyder på en samstemt global nyhetscyklus som tilbyr leserne konvensjonell kunnskap innenfor aksepterte rammer. Kravet om å slippe til ulike syn og å informere slik det står formulert i Vær Varsom-plakaten (VVP) er ikke tilstrekkelig oppfylt. Noen nye aspekter fantes, men disse var lite fremtredende. Det svake redaksjonelle initiativet vitner om at journalistikken ikke opptrer som et uavhengig og kritisk organ i omtalen av det grønne skiftet. Redaksjonens oppgave med å informere og å avdekke kritikkverdige forhold (VVP) er med dette ikke tilstrekkelig utført. Lokale, nasjonale og globale perspektiver som riks- og regionavisene fremmer er nødvendige. Regionavisenes tilnærming bidro likevel til en konkretisering av konsekvenser og tiltak i det grønne skiftet. Det ga informasjon om hvordan politikk, økonomi og næringsliv kan fungere på et regionalt og nasjonalt plan. Knyttet til samfunnsoppdraget kan det mest positive i dekningen regnes for å være det som også region- og lokalavisene har blitt kritisert mest for: avhengighet til kilder, patriotisme og mangel på kritisk tilnærming til kilder og informasjon (Mathisen, 2010, s. 34). På linje med Mathisen anser jeg derfor det som gunstig å heller kalle regionavisenes samfunnsoppdrag for det *uoffisielle* eller det *todelte* oppdraget enn å peke på mangler i det offisielle oppdraget.

Studien konkluderer med at samfunnsoppdraget inneholder mangler. Dekningen kunne vært tjent med flere alternative historier og et sterkere initiativ fra redaksjonen for å informere tilstrekkelig om hva det grønne skiftet innebærer for samfunnet. Regionavisenes todelte samfunnsoppdrag bidro til å oppfylle det offisielle samfunnsoppdraget i høyere grad. Deres perspektiver kunne ha bidratt til en mindre samstemt offentlighet og mer nyansert dekning av det grønne skiftet hvis synspunktene hadde nådd opp i det nasjonale nyhetsbildet.

### **5.5.1. Mitt bidrag**

Mitt bidrag med denne studien har vært å belyse hvordan samfunnsoppdraget oppfylles i omtalen av det grønne skiftet. Tre indikatorer som i tidligere studier har blitt benyttet separat for å vurdere samfunnsoppdraget har i denne studien blitt kombinert. Modellen er et nytt analytisk bidrag så vidt jeg anser og indikatorene utgjør en nyttig modell for å vurdere Vær Varsom-plakatens viktigste oppgaver i samfunnsoppdraget. Modellen kan også anvendes på andre temaer og i andre land. Jeg har studert norske avissjangre, men da ulike nivåer av aviser også finnes i de fleste andre land (Franklin, 2005), kan modellen overføres til studier utenfor Norge.

Det grønne skiftet er i medieforskning foreløpig et lite undersøkt tema både i Norge og internasjonalt. Så vidt jeg har brakt på det rene finnes det heller ingen studier av pressens samfunnsoppdrag i omtalen av begrepet. Studiens hensikt har vært todelt: å kartlegge begrepets innhold ved å studere tolkningsrammer og å undersøke hvordan mediene oppfyller sin egen funksjon i omtalen. Funnene er verdifulle for å skape en bevisstgjøring rundt medienes rutiner i omtalen av et viktig og komplekst tema som stadig blir mer aktuelt.

## **5.6. Videre forskning**

I arbeidet med denne avhandlingen fikk jeg nyss om to medlemmer fra Norsk Klimanettverk<sup>17</sup> som er i startfasen av et prosjekt om klimastoff i lokalaviser. Vi kom i kontakt da de er interesserte i et samarbeid om å øke lokalavisers satsing på klimastoff. Prosjektet tar sikte på å opprette en nettside med klimanyheter basert på forskning og politikk som lett kan overføres og vinkles lokalt av den enkelte avis. Målet er å gjøre hverdagen lettere for journalister ved å gi dem relevante klima-saker for å få øke avisas klimaprioritering og å kunne informere leserne i høyere grad om klimatiltak nasjonalt og lokalt. I den forbindelse kunne det være nyttig å studere bruk av tolkningsrammer og redaksjonelt initiativ før og etter en eventuell opprettelse av en nettside med skreddersydde nyheter for lokalmediene.

---

<sup>17</sup> Norsk klimanettverk er et nettverk av klimaengasjerte som samarbeider med forskningsmiljøer, organisasjoner og kulturliv for å gjennomføre ulike klimatiltak: <http://www.norskklimanettverk.no/>

I forbindelse med de ulike ledd av kommunikasjonsprosessen beskrevet i avsnitt 2.2.1, hadde det vært brukbart å undersøke journalisters arbeidsmetoder knyttet til samfunnsoppdraget ved hjelp av intervju og observasjon. I avhandlingen har jeg framlagt noen refleksjoner om økonomiske nedgangstider og kommersielle markedshensyn som grunnen til at få kilder blir brukt og at tolkningsrammer er gjentakende. I neste ledd hadde det vært interessant å intervjuere redaktører, journalister, kommentatorer og nyhetssjefer i de ulike avisene for å undersøke årsakene til funnene i denne studien. Høiby og Ytterstad utførte kvalitative intervjuer i forbindelse med klimaspørsmålet i valget 2013 (i Eide et al., 2014). Målet var å undersøke journalistikkens ansvar om å formidle klimaendringer som en del av samfunnsoppdraget, og om redaksjonene hadde påbegynt noen form for ”klimaomstilling”. De intervjuet både personer innen ulike medieroller (nyhetssjefer, kommentatorer og journalister) og innenfor ulike medier (avis og tv), spesialiserte klimajournalister og mer generelle kommentatorer, nyhetssjefer og allroundere. De ønsket å skaffe seg et bredt og variert bilde av journalisters klimavalg og konklusjonen ble at klimaomstilling av norsk journalistikk hadde kommet kort og at det politiske spillet stod i fokus. I en videre forskningsstudie kunne intervjumodellen til Høiby og Ytterstad være aktuell som et utgangspunkt for å skaffe et tilsvarende bredt og variert innblikk i årsaken til funnene i denne studien.



# Litteratur

- Allen, R. C. (2012). Backward into the future: The shift to coal and implications for the next energy transition. *Energy Policy*, 50, 17-23.
- Allern, S. (1997). *Når kildene byr opp til dans*. Oslo: Pax Forlag.
- Allern, S. (2001a). *Nyhetsverdier: om markedsorientering og journalistikk i ti norske aviser*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Allern, S. (2001b). *Flokkdyr på løvebakken. Søkelys på stortingets presselosje og politikkenes medierammer*. Oslo: Pax Forlag.
- Allern, S. (2001c). Kildene og mediemakten. I M. Eide (Red.), *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*. (s. 273-303). Oslo: Makt- og demokratiutredningen.
- Allern, S. (2002). Journalistic and Commercial News Values: News organizations as patrons of an institution as market actors. *Nordicom Review*, 23(1-2), 137-152.
- Allern, S. (2009). Flokkjakt med anfører. I S. Allern & E. Pollack (Red.), *Skandalenes markeds plass. Politikk, moral og mediedrev*. (s. 49-80). Bergen: Fagbokforlaget.
- Allern, S. (2010). From party agitators to independent pundits. The changed historical roles of newspaper and television journalists in Norwegian election campaigns. *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook*, 8(1), 49-67.
- Antilla, L. (2005). Climate of skepticism: US newspaper coverage of the science of climate change. *Global environmental change*, 15(4), 338-352.
- Ayling, J., & Gunningham, N. (2015). Non-state governance and climate policy: the fossil fuel divestment movement. *Climate Policy*, 1-15.
- Bjartnes, A., & Omdal S. E. (2013). Journalistikkens nye blindsoner. I S. E. Omdal (Red.), *Journalistikk og demokrati. Hvor går mediene? Hva kan gjøres?* (s. 97-111). (Fritt Ord- Rapport). Hentet fra <http://www.frittord.no/aktuelt/journalistikk-og-demokrati-hvor-gar-mediene-hva-kan-gjores/>
- Bjerke, P. (2011). *Journalistikkens vekst og fall? Om journalistisk profesjonsmakt*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Beyer, A. (2010). Hvordan studere generiske nyhetsrammer? Forslag til metodiske forbedringer. *Norsk medietidsskrift*, 17(2), 163-178.
- Bolsen, T. (2011). The construction of news: Energy crises, advocacy messages, and frames toward conservation. *The International Journal of Press/Politics*, 16(2), 143-162.
- Boykoff, M. T. (2011). *Who Speaks for the Climate? Making Sense of Media Reporting on Climate Change*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Boykoff, J. (2012). US Media Coverage of the Cancún Climate Change Conference. *PS: Political Science & Politics*, 45(2), 251-258.
- Boykoff, M. T., & Boykoff, J. M. (2007). Climate change and journalistic norms: A case-study of US mass-media coverage. *Geoforum*, 38(6), 1190-1204.
- Boykoff, M. T., & Roberts, J. T. (2007). *Media coverage of climate change: Current trends, strengths, weaknesses*. (Human Development Report 2007/2008, Fighting climate change: Human solidarity in a divided world). New York: United Nations Development Programme.
- Brosius, H. B., & Eps, P. (1995). Prototyping through key events News selection in the case of violence against aliens and asylum seekers in Germany. *European Journal of Communication*, 10(3), 391-412.
- Bruns, A., Enli, G., Skogerbø, E., Larsson, A. O., & Christensen, C. (Red.). (2015). *The Routledge Companion to Social Media and Politics*. New York: Routledge.

- Bødker, H., & Neverla, I. (2014). *Environmental journalism*. New York: Routledge.
- Dahl, H. F., Øy, N. E., & Flo, I. A. (2010). *Norsk presses historie: 1-4 (1660-2010)*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Dimmen, T. (2012). *Lokalavisformelen: ein studie av lokale fådagsaviser*. (Rapport nr. 28) Volda: Møreforskning.
- Djerf-Pierre, M., Cokley, J., & Kuchel, L. J. (2016). Framing Renewable Energy: A Comparative Study of Newspapers in Australia and Sweden. *Environmental Communication*, 10(5), 634-655.
- Eide, E., & Naper, A. (2014). Klimavalg i mediene. I E. Eide, D. Elgesem, S. Gloppen & L. Rakner (Red.), *Klima, medier og politikk*. (s. 45-65). Oslo: Abstrakt forlag.
- Eide, E., & Ytterstad, A. (2011). The tainted hero: Frames of domestication in Norwegian press representation of the Bali climate summit. *The International Journal of Press/Politics*, 16(1), 50-74.
- Engan, B. (2016). Et informert valg? Offentlighet, patriotisme og pressens lokale samfunnsoppdrag. *Norsk medietidsskrift*, 22(2), 1-19.
- Enli, G. S. (2009). Statsråd, du lyver! I S. Allern & E. Pollack (Red.), *Skandalenes markedsplass. Politikk, moral og mediedrev*. (s. 121-135). Oslo: Fagbokforlaget.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication*, 43(4), 51-58.
- Entman, R. M., Matthes, J., & Pellicano, L. (2009). Nature, sources, and effects of news framing. I K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Red.), *The handbook of journalism studies*. (s. 175-190). New York: Routledge.
- Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis*. London: Longman.
- Franklin, B. (2005). *Key concepts in journalism studies*. London: Sage.
- Furberg, K. (2007). – Hvem skal stoppe journalisten? *Nettavisen*. Hentet fra <http://www.nettavisen.no/1557420.html>
- Gamson, W. A. (1992). *Talking politics*. New York: Cambridge University press.
- Gamson, W. A., & Lasch, K. E. (1983). The political culture of social welfare policy. I S. E. Spiro (Red.), *Evaluating the welfare state: Social and political perspectives*. (s. 397-415). New York: Academic Press.
- Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American journal of sociology*, 95(1), 1-37.
- Gauslaa, S., & Hauglid, S. B. (1997). *Vi – en bok om ledere*. Fredrikstad: IJ-forlaget.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *Awareness of dying*. Chicago: Aldine Publishing.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (2009). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. New Jersey: Transaction publishers.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: an essay on the organization of experience*. New York: Harper & Row.
- Goodman, A. (2016). *Democracy Now! Twenty Years Covering the Movements Changing America*. New York: Simon & Schuster.
- Grønmo, S. (2004). *Samfunnsvitenskapelige metoder*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Hansen, A. (2010). *Environment, media and communication*. New York: Routledge.
- Hopwood, B., Mellor, M., & O'Brien, G. (2005). Sustainable development: mapping different approaches. *Sustainable development*, 13(1), 38-52.
- Hornmoen, H. (2011). Den krevende klimajournalistikken: Medienes dekning av klimaendring og klimaforskning. I N. Roll-Hansen (Red.), *Status i klimaforskningen: kunnskap og usikkerhet, vitenskapelige og politiske utfordringer*. (s. 77-94). Oslo: Novus.
- Horsbøl, A. (2013). Energy Transition in and by the Local Media. *Nordicom Review*, 34(2), 19-34.

- Høyby, M., & Ytterstad A. (2014). Journalistenes klimavalg. I E. Eide, D. Elgesem, S. Gloppen & L. Rakner (Red.), *Klima, medier og politikk*. (s. 65-82). Oslo: Abstrakt forlag.
- Igland, A. K., & Stølås, A. (2008). *Kommentaren*. Kristiansand: IJ-forlaget
- Ihlen, Ø. (2007). *Petroleumsparadiset. Norsk oljeindustri strategiske kommunikasjon og omdømmebygging*. Oslo: Unipub.
- Ihlen, Ø., & Nitz, M. (2008). Framing contests in environmental disputes: Paying attention to media and cultural master frames. *International Journal of Strategic Communication*, 2(1), 1-18.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*. London: Sage.
- Landslaget for lokalaviser (LLA). (2016). Om landslaget for lokalaviser. Hentet fra <http://lla.no/om-lla/>
- Lindholm, M. (2008). Hva er en nettavis? I R. Ottosen & A. Krumsvik (Red.), *Journalistikk i en digital hverdag*. (s. 44-56). Kristiansand: IJ-forlaget.
- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. New York: Harcourt, Brace & Company.
- Lothe, R. (2010). *Fortellinger om global oppvarming: og den norske avisdekningen som skjøt fart*. (Masteroppgave). Universitetet i Oslo.
- Lösch, A., & Schneider, C. (2016). Transforming power/knowledge apparatuses: the smart grid in the German energy transition. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 29(3), 262-284.
- Lundberg, S. A., Holm, M., Gulowsen, T., Klyve, R. C., & Skjoldvær, I. (2016, 2. Desember). Høyre og FrP bagatelliserer vår tids største utfordring. *Dagbladet*. Hentet fra <http://www.dagbladet.no/kultur/hoyre-og-frp-bagatelliserer-var-tids-storste-utfordring/65388484>
- Mathisen, B. R. (2010). *Lokaljournalistikk: blind patriotisme eller kritisk korrektiv?* Kristiansand: IJ-forlaget.
- Mathisen, B. R., & Morlandstø, L. (2015). Regionale motstemmer i nasjonal offentlighet. *Norsk medietidsskrift*, 21(4), 1-19.
- McNair, B. (2008). I, Columnist. I B. Franklin (Red.), *Pulling Newspapers apart. Analyzing Print Journalism*. (s. 106-117). London: Routledge.
- Miller, M. M., & Riechert, B. P. (2000). Interest group strategies and journalistic norms. I S. Allan, B. Adam & C. Carter (Red.), *Environmental risks and the media*. (s. 45-54). New York: Routledge.
- Matthes, J., & Kohring, M. (2008). The content analysis of media frames: Toward improving reliability and validity. *Journal of communication*, 58(2), 258-279.
- Morlandstø, L. (2003). I konflikt med oppdraget? – et kritisk blikk på kritisk journalistikk. *Norsk medietidsskrift*, 10(1), 33-53.
- Naper, A. (2014). *Klimakrise eller oljefest? Perspektiver fra kommentariatet*. (Masteroppgave). Universitetet i Oslo.
- Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook*. London: Sage
- Nisbet, M. C. (2009). Communicating climate change: Why frames matter for public engagement. *Environment: Science and Policy for Sustainable Development*, 51(2), 12-23.
- Nisbet, M. C., & Newman, T. P. (2015). Framing, the Media, and Environmental Communication. I A. Hansen & R. Cox (Red.), *The Routledge Handbook of Environment and Communication*. (s. 361-375). New York: Routledge.
- Nord, L., & Nygren, G. (2002). *Medieskugga*. Stockholm: Atlas.

- Omdal, S. E. (2013). Digitaliseringens dilemmaer. I S. E. Omdal (Red.), *Journalistikk og demokrati. Hvor går mediene? Hva kan gjøres?* (s. 11-49). (Fritt Ord-Rapport). Hentet fra <http://www.frittord.no/aktuelt/journalistikk-og-demokrati.-hvor-gar-mediene-hva-kan-gjres/>
- O'Neill, S. J. (2013). Image matters: Climate change imagery in US, UK and Australian newspapers. *Geoforum*, 49(2013), 10-19.
- O'Neill, S. J., Williams, H. T., Kurz, T., Wiersma, B., & Boykoff, M. (2015). Dominant frames in legacy and social media coverage of the IPCC Fifth Assessment Report. *Nature Climate Change*, 5(4), 380-385.
- Orgeret, K. (2012a). Redaksjon. I *Store Norske Leksikon*. Hentet fra <https://snl.no/redaksjon>
- Orgeret, K. (2012b). Presse. I *Store Norske Leksikon*. Hentet fra <https://snl.no/presse>
- Painter, J. (2013). *Climate change in the media: Reporting risk and uncertainty*. London: IB Tauris.
- Pressens Faglige Utvalg. (2015). Vær Varsom-plakaten. Hentet 25. oktober 2016 fra [presse.no/pfu/etiske-regler/vaer-varsom-plakaten/](http://presse.no/pfu/etiske-regler/vaer-varsom-plakaten/)
- Raaum, O. (1999). *Pressen er løs!: fronter i journalistenes faglige frigjøring*. Oslo: Pax Forlag.
- Reppesgaard, H. (2015, 31. Oktober). Ingen grønn revolusjon uten rød banebryter. *Adresseavisen*. Hentet fra Medietjenesten A-tekst Retriever.
- Robinson, J. (2004). Squaring the circle? Some thoughts on the idea of sustainable development. *Ecological economics*, 48(4), 369-384.
- Roppen, J., & Allern, S. (2010). Journalistikkens samfunnsoppdrag. I J. Roppen & S. Allern (Red.), *Journalistikkens samfunnsoppdrag*. (s. 11-31). Kristiansand: IJ-forlaget.
- Ryghaug, M. (2006). "Some like it hot" - Konstruksjon av klimaendringer i norske aviser. *Norsk medietidsskrift*, 3(13), 197-219.
- Rørvik, R., & Nesheim, T. (2010). Tilpasning til en ny virkelighet: nedbemanning og omorganisering i norske mediebedrifter. *Norsk medietidsskrift*, 17(4), 322-344.
- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of communication*, 50(2), 93-109.
- Shehata, A., & Hopmann, D. N. (2012). Framing climate change: A study of US and Swedish press coverage of global warming. *Journalism Studies*, 13(2), 175-192.
- Sjøvaag, H. (2010). Samfunnskontraktens opphav og ideologiske funksjon. I J. Roppen & S. Allern (Red.), *Journalistikkens samfunnsoppdrag*. (s. 36-45). Kristiansand: IJ-forlaget.
- Skjølsvold, T. M. (2012). Curb your enthusiasm: On media communication of bioenergy and the role of news media in technology diffusion. *Environmental Communication*, 6(4), 512-531.
- Skrudland, J. (2009). *For folk flest-og flest mogleg: ein studie av Stavanger Aftenblad i endring*. (Masteroppgave). Universitetet i Stavanger.
- Solberg, M. (2014). Globale problemer – lokale briller? I E. Eide E, D. Elgesem, S. Gloppen & L. Rakner (Red.), *Klima, medier og politikk*. (s. 195-217). Oslo: Abstrakt forlag.
- Steensen, S. (2016). Har medieforskningen et metodeproblem? *Norsk medietidsskrift* 23(3), 1-2.
- Tjeldtflåt, G. M., & Stenvaagnes, R. (2013, 16. Mars). Vant to priser for klimakvoteserie. *Bergens Tidende*. Hentet fra <http://www.bt.no/nyheter/lokalt/Vant-to-priser-for-klimakvoteserie-259484b.html>
- Vatne, M. (2011). *Petroleumsjournalistikk på Helgeland. Om Skarv-eventyret og lokalpressen I oljebyen Sandnessjøen*. (Masteroppgave). Handelshøgskolen i Bodø.



- Wilson, K. M. (2000). Drought, debate, and uncertainty: measuring reporters' knowledge and ignorance about climate change. *Public Understanding of Science*, 9(1), 1-13.
- Wilhite, H. (2008). *Consumption and the transformation of everyday life: a view from South India*. UK: Palgrave Macmillan.
- Ytterstad, A. (2011). Klimakrisen utfordrer objektivitetsidealet i norsk journalistikk. *Norsk medietidsskrift*, 18(04), 323-343.
- Ytterstad, A. (2016). Vinn, vind eller forsvinn? Klima, miljø og økonomijournalistikk. I B. K. Fonn, P. Bjerke & E. S. Strømme (Red.), *Økonomijournalistikk. Perspektiver og metoder*. (s. 139-157). Oslo: Fagbokforlaget.
- Østbye, H., Helland, K., Knapskog, K., Larsen, L. O., & Moe, H. (2007). *Metodebok for mediefag*. Oslo: Fagbokforlaget.
- Østgårdsgjelten, R., & Sjøberg, J. (2016, 26. februar). Slik er den norske arbeidsledigheten fordelt. *Aftenposten*. Hentet fra <http://www.aftenposten.no/okonomi/Slik-er-den-norske-arbeidsledigheten-fordelt-8427b.html>
- Østlyngen, T., & Øvrebø, T. (1999). *Journalistikk. Metode og fag*. Oslo: Gyldendal Akademisk.

# Eksempler fra avisartiklene i analysen

*Aftenposten* (05.10.14) ”Vi vil vokse!”

*Aftenposten* (30.09.15). ”Mongstad-angst”

*Aftenposten* (16.12.15) ”Vi har en jobb å gjøre”

*Aftenposten* (03.01.16) ”Det er snakk om en ny revolusjon. Og vi har hatt råd til å la være å ta det...”

*Aftenposten* (10.03.16) ”Byen blir grønnere, bygda gråere”

*Adresseavisen* (10.04.15) ”Grønne penger vokser raskest”

*Adresseavisen* (21.11.15) ”Vi er alle klimaskeptikere”

*Adresseavisen* (24.10.15) ” Dette endrer alt, faktisk”

*Adresseavisen* (14.12.15) ”Reduserer veksten”

*Adresseavisen* (19.12.15) ”Dødsspiral på ytterskjær”

*Adresseavisen* (22.12.15) ”Flere klimabein å stå på”

*Adresseavisen* (14.06.16) ”Vi er vant til kunnskapsløsheten til det politiske miljøet”

*Adresseavisen* (23.02.16) ”Renere produksjon av aluminium er et grønt skifte i praksis”

*Bergens Tidende* (27.11.14) ”Vi skal vinne klimakampen”

*Bergens Tidende* (21.04.15) ”Hver sin virkelighet”

*Bergens Tidende* (25.07.15) ”Jeg trenger hjelp. Du trenger hjelp”

*Bergens Tidende* (08.12.15) ”Klima-jokeren”

*Bergens Tidende* (31.12.15) ”Omstillingens år”

*Bergens Tidende* (18.02.16) ”Mener oljeindustrien blør under et kontrollregime”

*Dagens Næringsliv* (28.10.13) ”Vi trenger grønn vekst”

*Dagens Næringsliv* (18.10.14) ”Trendslaven”

*Dagens Næringsliv* (13.11.14) ”Kaller miljøstatsing 'smårusk’”

*Dagens Næringsliv* (28.11.15) ”Klodeløse optimister”

*Dagens Næringsliv* (23.12.15) ”Fremover i sirkel”

*Dagens Næringsliv* (13.04.16) ”Fosen-tragedien”

*Dagens Næringsliv* (25.04.16) ”Oljetopp avlyser oljevekst”

*Dagbladet* (09.10.14) ”Noe, men ikke nok”

*Dagbladet* (09.12.14) ”Gullalderen over”

*Dagbladet* (06.06.15) ”Språkets deodorant”

*Dagbladet* (14.08.15) ”Det grønne skiftet blir ikke fett”

*Dagbladet* (29.09.15) ”Se ut av vinduet, ikke inn i speilet”

*Dagbladet* (16.12.15) ”Si farvel til olja”

*Dagbladet* (28.12.15) ”Oljeministeren lurere folk”

*Dagbladet* (17.02.16) ”Slik vil politikere løse jobbkrisa”

*Dagsavisen* (30.09.13) ”Venter mye av Erna”

*Dagsavisen* (14.04.14) ”Vi må kutte i olje og gass”

*Dagsavisen* (14.05.14) ”MILJØ: Statoils kløyvde tunge”

*Dagsavisen* (31.12.14) ”Ny, grønn gullalder?”

*Dagsavisen* (16.01.15) ”En grønn vind”

*Dagsavisen* (20.01.15) ”Store omstillinger, men til hva?”

*Dagsavisen* (19.05.16a) ”Klimaendringer: Investeringsmuligheter”

*Dagsavisen* (19.05.16b) ”Tror på god butikk i Barentshavet”

*Dagsavisen* (04.07.15) ”Å grønnvaske kronjuvelen”

*Dagsavisen* (23.07.15) ”Grønn vekst – en selvmotsigelse”

*Fædrelandsvennen* (28.05.14) ”Sørlandet og det grønne skiftet”

*Fædrelandsvennen* (18.11.14) ”Må ut med 60 millioner for å redusere utslipp”

*Fædrelandsvennen* (08.08.15) ”Visste du at denne er laget av gjødsel?”

*Fædrelandsvennen* (04.12.15) ”Vårt veikart mot lavutslippssamfunnet”

*Fædrelandsvennen* (22.02.16) ”Kommer ikke nedgangstidene?”

*Fædrelandsvennen* (14.03.16) ”Vann - nøkkelen i det grønne skiftet”

*Fædrelandsvennen* (10.05.16) ”Olje- og gassnæringen må gjennom fundamental omstilling”

*Nordlys* (30.10.14) ”Regjeringa fjernet bærekraftmål”

*Nordlys* (04.11.14) ”Klimatiltak? Haster ikke”

*Nordlys* (28.11.14) ”Når den siste olje er nær”

*Nordlys* (29.11.14) ”Don Quixotes kamp mot vindmøllene”

*Nordlys* (09.12.14) ”Feilslått politikk på kull”

*Nordlys* (22.04.15) ”Taktskifte i klimapolitikken med nytt ikkesosialistisk flertall”

*Nordlys* (23.09.15) ”Myten om det ”grønne skiftet”

*Nordlys* (03.10.15) ”Blå næringer, grønt skifte, gylne muligheter”

*Nordlys* (01.02.16a) ”Hurtigruten er på parti med fremtiden”

*Nordlys* (01.02.16b) ”Hurtigruten på batteri”

*Nordlys* (23.02.16) ”Dette er farligst for din personlige økonomi”

*Nordlys* (19.05.16) ”De forbannede oljeforkjemperne”

*Stavanger Aftenblad* (08.04.14) ”FN vil at mye olje og gass skal bli liggende”

*Stavanger Aftenblad* (21.06.14) ”Oljå har et image-problem på klima”

*Stavanger Aftenblad* (18.09.14) ”Ren oljeløgn”

*Stavanger Aftenblad* (28.08.14) ”Morgendagens helter er ikke fossile”

*Stavanger Aftenblad* (24.09.14) ”Oljemilliardærer ut av olje”

*Stavanger Aftenblad* (27.11.14) ”Festen er ikke over, det er olje igjen”

*Stavanger Aftenblad* (02.12.14) ”Hopper på den grønne bølgen”

*Stavanger Aftenblad* (21.04.15) ”Analytiker tviler på nordnorsk eventyr”

*Stavanger Aftenblad* (08.12.15) ”Forsøk fra Språkrådet på politisk påvirkning”

*Stavanger Aftenblad* (29.12.15) ”Løsningene leveres lokalt”

*Stavanger Aftenblad* (02.03.16) ”Her er det grønne håpet”

*Stavanger Aftenblad* (19.05.16) ”Viktige tildelinger”

*VG* (28.12.13) ”En norsk klimaprosent”

*VG* (26.08.14) ”Det norske paradokset”

*VG* (09.12.14) ”Gullalderen over”

*VG* (30.09.15) ”Slår tilbake”

*VG* (12.12.15) ”Norske løsninger for verden”

# Forkortelser på avisartiklene i analysen

I analysen blir artiklene illustrert i følgende stil: *NL311016* som betegner forkortelsen på avisa og artikkelens publiseringsdato.

Tabell 5.1 gir en oversikt over forkortelsene på avisene som er benyttet i studiens analysedel.

<b>Avis</b>	<b>Forkortelse</b>
Aftenposten	AP
Adresseavisen	AA
Bergens Tidende	BT
Dagbladet	DB
Dagens Næringsliv	DN
Dagsavisen	DA
Fædrelandsvennen	FV
Nordlys	NL
Stavanger Aftenblad	SA
VG	VG

**Tabell 5.1. Forkortelser på avisene i analysen**

# Vedlegg

## Vedlegg 1: Eksempel på Politikk-rammen (Dagbladet, 9.10.2014)

# LEDER

## Noe, men ikke nok

**S**tatsminister Erna Solberg har pusset opp den blåblå klimaprofilen i løpet av et år i regjering. Fra å være helt tyst om klima for et år siden, til en landsmøtetale i mai der hun lovet å forsterke klimaforliket, via klimaengasjement internasjonalt til trontale og nytt statsbudsjett.

Det er positive trekk i klimapolitikken i budsjettet, og det kan man godt anerkjenne regjeringen for. Det satses på regnskog og fornybar energi internasjonalt, togene får et løft og klimateknologifondet styrkes betraktelig.

Det kommer etter hvert avskrivingsregler for Enøk-tiltak i hjemmet, noe som vil være et viktig for folk flest.

**M**en regjeringen får fortjent kritikk fra miljøorganisasjoner og miljøpartier. Kritikken er tredelt. For det første er pengene til de mange gode postene, tynt fordelt. 10 millioner kroner til gang- og sykkelveier fører ingensteds hen, bokstavelig talt. Kollektivsatsingen i byene er ikke i nærheten av det Venstre krever, og de vil også ha mer til tog.

**F**or det andre mangler det en rekke viktige tiltak. Budsjettet gir ikke det grønne skiftet som Venstre er svært opptatt av, der man går i retning av flere grønne skatter og avgifter som erstatning for såkalte røde skatter, som er skatt på arbeid. Her vil man vente på et utvalgsarbeid. Flere av miljøorganisasjonene mener også det er synd at det ikke kommer et karbonfangstanlegg i Norge, her skal man bare satse på teknologiutvikling.

**D**et tredje og verste er tiltak som går i fossil retning, eksempelvis reduseres bensin- og diesellavgiftene. Det er med på å nulle ut de positive klimabidragene, opprettholde utslipp og det kan ikke sies å bidra til omstilling.

En tilleggsdimensjon som ikke handler om klima men om miljø, er at det klassiske naturvernet, som skogvern i Norge, er kraftig nedprioritert.

**D**et er mye klimapolitikk som teknologiglade Frp-ere også kan like, men mye tyder på at de har fått for stor vetorett i klimapolitikken.

Venstre har lovet å grønnvaske klimabudsjettet, og vil bli godt hjulpet av de andre miljøpartiene og miljøorganisasjoner. Det blir knalltøffe forhandlinger, men dette budsjettet kan bare bli bedre. I 2014–2015 vil klima stå på daesorden



**IKKE GRØNN NOK:**  
Statsminister Erna Solberg.

# Analytiker tviler på nordnorsk oljeeventyr

## ► Oljepriser kommer ikke tilbake over 100 dollar fatet,

mener oljeanalytiker Thina Saltvedt.

► Barentshavet er klassifisert som høyrisiko med oljeprisen som er i dag. Det er ikke lønnsomt.

### STAVANGER

Hvis det er noe sjampanje igjen i Finnmark etter Goliat-feiringen, kan den bli liggende på kjøla en god stund. Oljeanalytiker i Nordea Markets, Thina Saltvedt, er skeptisk til om alle de planlagte prosjektene i Barentshavet blir noe av.

– Goliat er egentlig et prøveprosjekt i nord. Klimaet her er mye tøffere, noe som bidrar til å gjøre dette til et dyrere sted å produsere. Med de oljeprisene som er nå og forventet i tiden fremover, er det langt ifra sikkert at det blir noe av de dyreste prosjektene, sier hun.

#### – Kommer Goliat til å bli et tapsprosjekt?

– Ifølge våre analyser trenger Goliat en oljepris på rett rundt 80 dollar fatet, og det er den prisen vi forventer i et langsiktig perspektiv. Det kan være at Goliat går i pluss, men det blir ikke snakk om store marginer, sier Saltvedt.

Operatør Eni Norge har uttalt at prosjektet trenger 67 dollar fatet for å gå i null, mens eksperter som oljeprofessor Klaus Mohn og analytiker Espen Erlingsen i Rystad Energy tviler begge på at Goliat blir lønnsomt. Sistnevnte mener Goliat krever en oljepris opp mot 90 dollar fatet.

#### Høy risiko

Saltvedt er for tiden i Stavanger i forbindelse med et arrangement hos Nordea der hun skal

fortelle om det grønne skiftet. I den forbindelsen har hun med seg en oversikt over felt som er forventet å settes i produksjon fra i år og ti år frem i tid. Alle feltene i Barentshavet er klassifisert som høyrisiko med oljeprisen som er i dag.

– Prisen i dag er nok litt lav, og det er forbundet en del prestisje ved noen av disse prosjektene, som for eksempel Aasta Hansteen og spesielt Johan Sverdrup, som ikke er i fare. Det er de oppe i nord, det er der utfordringen er. Grunnen til Goliat er gul er fordi den har kommet for langt selv om lønnsomheten er veldig marginal, sier Saltvedt.

#### To tøffe år

Oljeanalytikeren tror spesielt de to første årene blir tøffe.

– Jeg forventer at oljeprisen stiger sakte men sikkert oppover, men vi kommer ikke til å se 80-tallet de to første årene. I beregningene vi har gjort, er det heller ikke tatt høyde for iransk olje som nå kan finne veien til markedet, og det samme gjelder olje fra USA, så det er mulig at 80 dollar også blir for optimistisk i et langsiktig perspektiv, sier Saltvedt.

#### – Hva betyr dette for Stavangerregionen?

– Det blir nok tøft en periode til, og vi forventer at arbeidsledigheten kommer til å stige det neste året. Samtidig så er det fortsatt ikke krise her, og regio-

nen har bygget opp utrolig mye kompetanse fra oljeindustrien som også kan komme til nytte i tiden fremover.

#### Det grønne skiftet

Saltvedt nevner flere eksempler blant annet overvåkingsteknologi som kan benyttes til overvåkning av havstrømmer og vindstyrke, og oljeborings-teknologi som kan overføres til geotermisk varme.

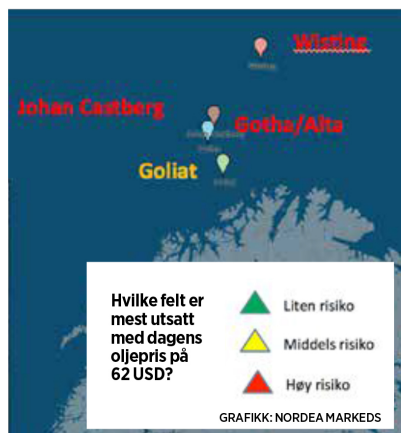
– Overgangen fra oljevhengighet til fornybar energi går også mye fortere i Norge og resten av verden enn det vi har forventet tidligere, se bare på antall el-biler i Norge. Prisen på solenergi har stupe de siste årene, og flere steder produseres energi herfra til konkurransedyktige priser. Mye av den mest spennende teknologiutviklingen skjer på vindkraftfronten, blant annet flytende vindmøller, sier oljeanalytikeren.

#### Oljen vil vare

– Høye kostnader, lav oljepris og mindre etterspørsel og avhengighet av olje vil bidra til at vi ikke kommer til å nå samme aktivitet i oljebransjen som vi har hatt, det betyr imidlertid ikke at vi ikke skal leve av oljen i flere tiår til. Bedriftene i Stavanger-regionen til å bruke sin kompetanse til å få enda flere ben å stå på, sier hun.

SYED ALI SHAHBAZ AKHTAR

syed.ali.shahbaz.akhtar@aftenbladet.no





## LANDBRUK. Agderlandbruket vil gå foran i klimakampen



Visste du at denne korken er laget av gjødsel. Tine Meieriet Kristiansand er først med å teste ut korker i fornybar plast, laget av biogass og metan fra gjødsel eller matavfall. FOTO: ODD INGE RØNNING ULEBERG

# Visste du at denne er laget av gjødsel?

**Tine Meieriet Kristiansand var først i Norge med å teste ut korker i fornybar plast. Plasten er laget av matavfall eller gjødsel.**

### EVJE OG HORNNES

Det er slike små endringer som skal gjøre verden bedre. Kommunikasjonsrådgiver i Tine, Olav Håland, sier innføringen av miljøplast går som smurt. Etter hvert skal Tine helt over på å bruke fornybar plast.

Plasten lages av biogass, som kommer fra gjødselproduksjon eller råtning av organisk avfall. Om noen år vil alle rundballene du ser langs veiene, ha slik fornybar plast.

### KLIMAKONFERANSE

Dette kom fram på den store klimakonferansen Agderlandbruket inviterte til sammen med fylkesmennene under landbruksmessa Naturligvis på Evjemoen fredag.

Agderlandbruket ønsker nå å gå foran og vise resten av landets gårdbrukere hvordan det grønne skiftet skal gjennomføres, og hvordan landbruket skal få redusert forbruket av fossil energi.

### SOL-STØTTE

– Fylkeskommunene bør hurtigst mulig innføre en egen støtteordning for solenergi. Både landbruket og andre har mange ledige tak. I dag er det nesten lønnsomt å investere. Med litt hjelp, kan vi få en kraftig økning i solenergiutbygging.

– Hver gård kan produsere halve strømmen sin selv, sier Kåre Gunnar Fløystad i miljøorganisasjonen Zero og KrFs stortingsrepresentant Kjell Ingolf Ropstad.

De to ber også sørlandske bønder gå over til biodrivstoff. På Fløystads gård har de kjørt traktor med biodrivstoff i ett år.

– Prisen er omtrent lik. Gjør alle sørlandske bønder dette, har vi fjernet klimautslipp tilsvaren-

de 3.000 biler, sier Fløystad.

Birte Usland i Bondelaget mener myndighetene må gjøre det lønnsomt å ta klimariktige valg.

– Det handler om tilskudd og støtte. Landet skal ta det grønne skiftet. Tenk hvordan Norge la til rette for oljenæringen og tenk hva vi skapte. Vi må tenke likt nå, sier hun.

### MÅ LØNNE SEG

På hennes gård i Marnardal gleder hun seg til å investere i biogassanlegg og solcelleanlegg etter hvert.

– Den dager det lønner seg, bygger vi om fort, sier hun.

Landbruket står for ni prosent av Norges samlede klimautslipp. På hver eneste gård finnes det fornybar energi som kan erstatte fossil energi.

TEKST:

**ODD-INGE RØNNING ULEBERG**

odd.inge.uleberg@fvn.no - 90917477

## Vedlegg 4: Eksempel på Holdningsrammen (Bergens Tidende, 25.7.2015)

# Jeg trenger hjelp. Du trenger hjelp.

### KRONIKK



LAGE NØST  
Talsperson for Grønn Ungdom

**J**EG KJØPTE MEG nettopp en ny gitar. Jeg kjøper ostepop regelmessig. Jeg kjøpte nye sandaler og nye sommersko (som puster) før jeg tok fly (!) til London denne ferien. Jeg kjøper og kjøper.

Jeg har mine grunner, så klart: De gamle skoene var utslitte, og de jeg fikk av mamma ga meg gnagsår. Jeg måtte fly til England for å se den forestillingen med illusjonisten Derren Brown; han turnerer ikke på kontinentet i sommer, og det hadde vært for dyrt (og mye bry) å reise med skip eller tog.

Dette er relativt gode grunner, kan en føle. Men gode grunner kutter ikke utslipp. Gode grunner erstatter ikke rasert natur.

**JEG JOBBER** med miljø- og klimaspørsmål hver dag. Jeg vet at hvis alle verdens 7,2 milliarder mennesker hadde levd som meg, ville jorden ha vært ulevelig allerede. Akkurat som du vet det, at livsstilen vår ikke er bærekraftig. Du blir fortalt det ofte, av smarte folk i mange kanaler – på skolen, i avisen, på radio og TV. Du har sett bildene, av utryddede arter, nedsoplede strender og skitne elver. Du har kjent eksosen rive i nesen en vintermorgen i rushtiden.

Det er ikke mangel på kunnskap som hindrer klimahandling. Vi forstår at det vi gjør er galt – at vi ødelegger naturen, utarmer planeten, og tærer på vårt eget livsgrunnlag i prosessen. Men vi gjør det likevel. Jeg gjør det. Du gjør det.

Men det begrenser seg ikke til oss forbrukere. Overhodet ikke. Fossilindustrien vet hva de gjør, de også: Oljeselskapet Exxon forsket på – og visste at de bidro til – global oppvarming allerede i 1981 («drivhusproblemet» ble ikke viden kjent før i 1988). De forsto risikoen for livet på jorden. Likevel nektet selskapet å anerkjenne klimaendringene offentlig på ti år, og de brukte over 30 millioner dollar til å finansiere klimafornektere. Når du er et fossilselskap, og fakta ikke harmonerer med forretningsmodellen din, er det lettere å manipulere fakta enn å legge om bedriften.

**NORSKE MYNDIGHETER** er heller ikke kunnskapsløse. De vet godt at oljeboring i Arktis er uforenelig med togradersmålet, men Norge er likevel en av dem som jakter fossile ressurser i nordområdene mest frenetisk.

Mennesker er finurlige skapninger. Vi surrer rundt på kloden – vi graver, hugger, bygger, søler og brenner – i et omfang og tempo som gjør at forskere mener vi har entret en ny geologisk tidsalder, antropocen, oppkalt etter oss fordi mennes-



**GJØR DET LIKEVEL:** Flyturen i ferien forurenset like mye som et halvt års bilbruk. Vi ødelegger naturen, utarmer planeten, og tærer på vårt eget livsgrunnlag i prosessen. Men vi gjør det likevel. Jeg gjør det. Du gjør det.

FOTO: PRIVAT

kelig aktivitet påvirker jorden i geologisk skala. Men i hodene våre finnes psykologiske barrierer som effektivt hindrer oss i å ta innover oss hva vi faktisk gjør. Da frister det ikke å endre atferd.

**KLIMAPROBLEMET** oppleves som fjernt, abstrakt og fremtidig, selv om det er nært, konkret og rammer oss allerede – ta storflommen på Vestlandet i fjor som eksempel. Og det er et problem som er for komplekst for enkelte fiendebilder – alle er delskylldige. Dette innebærer at vi er følelsesmessig dårlig rustet til å ta det inn over oss. Vi forstår klimakrisa rasjonelt, men greier ikke – orker ikke – å mobilisere følelser for virkelig å forstå den, og så ta konsekvensene.

I stedet driver vi – ofte underbevisst – med noe som i sosialpsykologien kalles «moral licensing»: Vi gir oss selv moralsk tillatelse til å fortsette som før av ulike grunner. Dette er en veldokumentert

mekanisme: Folk er mer tilbøyelige til å overse de negative helseeffektene av den doble cheeseburgeren hvis de bestilte sukkerfri drikke til maten. Når jeg sitter på flyet, kan jeg døyve mine egne samvittighetskvaler med henvisning til at «jeg jobber jo med miljøpolitikk, og spiser lite kjøtt, og flyet hadde gått uten meg uansett».

Men flyturen til London forurenset like mye som et halvt års gjennomsnittlig bilbruk. Atmosfæren er døv for gode grunner.

**ITILLEGG TIL** psykologiske mekanismer på mikronivå, finnes tunge sosiale og økonomiske strukturer på makronivå som hindrer forandring. For eksempel samfunnets systemiske kobling til bruk av olje, gass og kull. Og politikeres tendens til å si fine ting om miljø og klima, men ikke handle deretter. Folk tror de har stemt på ansvarlige partier når de har stemt

Arbeiderpartiet eller Høyre; både Jonas og Erna sier jo at klima er «vår tids største utfordring». Dermed gir velgerne seg selv moralsk tillatelse til å lempe ansvaret på politikere, som ikke tar miljøansvar fordi de er redde for å miste sine posisjoner eller sine støttespillere i oljeblokk.

**JEG TRENGER HJELP.** Du trenger hjelp. Vi må hjelpe hverandre å overkomme disse barrierene. Hvordan? Ved å samarbeide om det. Det jeg gjør betyr ingenting, tenker man, når ingen andre gjør noe. Derfor må alle gjøre noe, og politikken må legge til rette for det! Vi må stå samlet om tiltak som raskt og rettferdig reduserer Norges klimagassutslipp per innbygger til et nivå som er innenfor naturens tålegrense. I en rettferdig verden kan ikke norske borgere slippe ut mer enn to tonn CO<sub>2</sub> pr. hode i 2050. I dag ligger vi rundt 11–12 tonn.

**Jeg jobber jo med miljøpolitikk, og spiser lite kjøtt, og flyet hadde gått uten meg uansett.**

**Klimaproblemet oppleves som fjernt, abstrakt og fremtidig, selv om det er nært, konkret og rammer oss allerede.**

**POLITIKKEN MÅ** gjøre miljøvennlige valg til åpenbare valg. Toget skal være billigere enn flyet og raskere enn bilen. Det skal være mer rimelig å reparere ødelagte sko enn å kjøpe nye. Vi trenger et lettfattelig politisk rammeverk som garanterer klimahandling fra alle – bedrifter og institusjoner så vel som individer; en kontrakt for felles, ambisiøs innsats, som hindrer apati og «allmenningens tragedie». Dette kan komme i form av miljøskatter, eller kanskje som en karbonavgift til fordeling. Jeg mener personlig at vi bør vurdere former for karbonrasjonering, for eksempel gjennom et system med omsettelige individuelle klimavoter.

**KLIMABAROMETERET 2015** fra TNS Gallup viste tydelig at velgerne har høye forventninger til at politikerne går foran i klimaarbeidet, og at de miljøtiltakene som norske politikere har våget å gjennomføre – som resirkulering og elbilfordeler – har skapt oppslutning om tiltakene i etterkant.

Det grønne skiftet kommer ikke av seg selv. Holdning følger handling, og det vi trenger nå, er politikere som vil handle, og som i tillegg til å gjøre det enkelt for meg å nedjustere mitt private forbruk, tør å satse på de store, strukturelle grepene, som omleggingen til utslippsfri transport og en kontrollert omstilling til en fossilfri, sirkulær økonomi.

Får vi det, kan jeg med friskt mot gyve løs på mine personlige psykologiske barrierer, og kutte ned på pustende sommersko – for da vet jeg at det monner!

# Tror på god but

• Greenpeace advarer: – Dette kan bli



DELER KAKA: 13 oljeselskaper, blant dem Statoil og fire andre norske selskaper, fikk i går anledning til å starte oljeleting i Barentshavet. Goli

**ØKONOMI:** Økende etterspørsel etter olje kan gjøre oljeutvinning i Barentshavet til god butikk, tror eksperter.

■ TOR SANDBERG

I går ble et nytt kapittel i det norske oljeeventyret innledet da olje- og energiminister Tord Lien (Frp) tildelte lisenser for 23. konsesjonsrunde i Hammer-

fest. 13 selskaper, blant dem Statoil, har fått tilbud om andeler i 40 blokker.

Oljeutvinningen dette kan utløse, kan føre til nye milliardinntekter til oljeselskapene og den norske statskassa i flere tiår

## 23. KONSESJONSRUNDE

- Olje- og energidepartementet utlyste 23. konsesjonsrunde 20. januar 2015.
- Prisen for et fat nord-sjøolje var da 50 dollar, mot 110 dollar et halvt år tidligere. Etter en videre nedgang nærmer prisen seg nå igjen 50 dollar.
- 57 blokker og deler av blokker ble utlyst, fordelt på tre i Norskehavet og 54 i Barentshavet.
- I 2015 var det 50 år siden

den første konsesjonsrunden på norsk sokkel ble utlyst.

- Det har ikke tidligere vært letevirsomhet etter olje sørøst i Barentshavet.
- Oljedirektoratet har påpekt at den 23. konsesjonsrunden vil bidra til å holde aktivitetsnivået oppe.
- Tildelingen av de nye utvinningstillatelsene skjedde i Hammerfest i går, i regi av olje- og energiminister Tord Lien (Frp).

framover. For til tross for klimaforskerens nær samstemmige anmodning om at det meste av oljen må bli liggende i bakken, vil verden ha mer olje.

– **Én million fat i året**

– Den globale etterspørselen etter olje økte med 1,8 millioner fat i fjor, og vil øke videre med cirka én million fat i årene framover, sier Jarand Rystad, sjef for Rystad Energy.

– Selv om oljeforbruket går ned i OECD-landene, øker det i land utenfor OECD i takt med velstandsøkningen i disse landene. Flere elbiler og det grønne skiftet vil ikke forandre på det. Etterspørselen etter olje vil vokse til et stykke ut på 2020-tallet, tilføyer han.

Oljeanalytiker Torbjørn Kjus i DNB Markets, er enig.

– Nå når mesteparten av oljen går til petrokjemi og transport, er det ikke lett å drepe oljeetterspørselen. Det kan først skje når transportsektoren er blitt elektrifisert, og det er ikke gjort på fem år, sier Kjus.

Han tror det kan drøye til

2030 før oljeetterspørselen flater ut.

– Likevel må vi fylle på med nye oljefelt for å kunne dekke en slik etterspørsel, påpeker han.

Professor og oljeekspert Øystein Noreng påpeker at en rekke faktorer er avgjørende for hvor lønnsom oljeutvinningen i Barentshavet kan bli. Både oljeprisen, utvinningskostnadene, kronekursen, dollarkursen og skattereglene er elementer i dette regnestykket.

– Med dagens skattesystem er det staten som tar mye av støyten. Oljeselskapene kan trekke fra 90 prosent av kapitalkostnadene, og så betaler de 78 prosent skatt av overskuddet, forteller Noreng.

– Noen av oljeselskapene gambler nok også på økt oljepris på grunn av mindre interesse for tjæresand og uro i flere oljeproduiserende land, slik som Libya og Nigeria, når de ønsker

» Det lett å drepe etterspørs

T oljeanalytiker i

# ikk i Barentshavet

## i et tapsprosjekt



iat-plattformen, som allerede er på plass

utenfor Hammerfest, er avhengig av en oljepris omtrent som i dag, for at produksjonen ikke skal gå med tap.

FOTO: JAN-MORTEN BJØRNBAKK/NTB SCANPIX

å gå inn i Barentshavet, tror han.

### 50 dollar? 100 dollar?

– Hva slags framtidige oljepriser ser du for deg?

– Jeg tror prisen vil ligge på maks 50 dollar fatet. Det er en høy pris hvis vi ser på utviklingen de ti siste årene. Det er veldig mye olje i verden, svarer Noreng.

Jarand Rystad er mer optimistisk på oljeselskapenes vegne. Han tror på 100 dollar fatet i 2020.

### er ikke re olje- elen.

Torbjørn Kjus,  
DNB Markets

– Nå er prisen så lav at det nesten ikke iverksettes nye prosjekter, og det vil føre til at det blir for lite olje i markedet. Det igjen vil føre til at prisen går opp og at de mest konkurransedyktige prosjektene blir igangsatt.

Tre slike felt finnes i Barentshavet, ifølge Rystad.

– Barentshavet er konkurransedyktig både på grunn av størrelsen på feltene, fordi nød-



**OLJEOPTIMIST:** Olje- og energiminister Tord Lien.

FOTO: NTB SCANPIX



**2030:** Verdens oljetørst fortsetter, tror Torbjørn Kjus.

FOTO: NTB SCANPIX



**100 DOLLAR:** Jarand Rystad i Rystad Energy, tror på en dobling av dagens oljepris.

FOTO: NTB SCANPIX

vendig teknologi er utviklet og fordi forholdene ikke er uheldige, heller ikke med tanke på distanser, sier han.

Torbjørn Kjus i DNB Markets, tror lønnsomheten kan bli veldig forskjellig på de ulike feltene i Barentshavet.

– Vi må se på hvert prosjekt for seg for å finne ut hva slags oljepris man trenger, sier han.

Samtidig påpeker Kjus at det er snakk om investeringer med en tidshorison på 20-30 år.

– Det kan gå mange år før hvert enkelt oljeselskap finner

ut om det var lurt å gå inn i Barentshavet eller ikke.

### – Tapsprosjekt

Truls Gulowsen, leder i Greenpeace Norge, mener det er blitt snakket altfor lite om økonomien ved oljeutvinning i Barentshavet. Han tror mange kan bli skadelidende av det Tord Lien nå har åpnet for.

– På sikt er risikoen for en tapping av Oljefondet veldig stor. Dette kan bli et tapsprosjekt, sier han.

– Hvorfor?

– Fordi staten tar mye av risikoen ved oljeletingen, og det er lite sannsynlig med drivverdige funn. Hvis det blir gjort funn vil det bli knalldyrt å utvinne oljen, blant annet fordi feltene ligger langt fra land, i et sårbart område uten eksisterende infrastruktur. Det er også ekstremt langt til markedene. Dette kan bli blant den dyreste oljen på planeten.

Normalt tar det opp mot ti år fra tildeling av lisens til utbygging av et nytt felt.

tor.sandberg@dagsavisen.no

# Ren oljeløgn

**VERDEN ER I ENDRING.** Isen gjør retrett, stormer og ekstremvær tilar i styrke og tørke brer om seg – ikke bare i Sahel-beltet, men også i USAs jordbruksdelstater og i Västmanlands brennende skoger. Hvis du er yngre enn 29 og et halvt år, har du levd hver eneste måned av ditt liv på en klode som har vært varmere enn normalen.

De uberørte: Ingen kan, med Jonas Gahr Støres unnvikende ord, «være uberørt» av disse endringene – endringer vi har fremprovosert. Likevel er et stort apparat bestående av konsulenter, kommunikasjonsarbeidere og politikere satt i sving for å gi nordmenn inntrykk av at vi ikke behøver å røre ved bjelken i Norges øye; at vi kan fortsette som før, og ikke må slutte å tjene oss rike på å selge det som skaper global oppvarming; at akkurat vår fossilindustri er etisk og miljømessig forsvarlig. Det er, tross alt, typisk norsk å være god.

Bransjeforeningen Norsk olje og gass, den mektigste interesse- og arbeidsgiverorganisasjonen for norsk oljeindustri, er kanskje dette budskapets ivrigste forkynner, og politikere fra hele spekteret driver oljemisjon med dem. Argumentene om at «norsk olje er den reneste i verden» og «norsk gass erstatter kull» er blitt gjengitt av så vel folkevalgte fra Rødt som finansminister Siv Jensen fra Frp, og er standardfraser i Ap og Høyre.

At denne opportunistiske argumentasjonen for et fortsatt høyt utvinningstempo slår så godt an hos både røde og blå, viser viktigheten av et grønt alternativ i norsk politikk. «Miljøargumentene» for et fortsatt høyt utvinningstempo er uredelige og hule, og må – i stedet for å spres ukritisk – gås etter i sømmene:

**MYTEN OM «REN» OLJE:** Når argumentet om den «rene», norske oljen dukker opp, siktes det til CO<sub>2</sub>-utslipp i produksjonsprosessen. Norge slipper ut omtrent 8 kilo CO<sub>2</sub> per produserte oljefat, og oljelobbyen skryter av at dette er best i verden. I 2011 slapp imidlertid Norsk olje og gass tall som viste at Midtøsten bare slapp ut gjennomsnittlig 6,9 kilo per produserte fat, en nedgang fra 13 kilo i 2009. Selv om dette kanskje er usikre tall – noe bransjen (som selv rapporterte tallene) hevder når de konfronteres med dem, viser det at Norges skråsikkerhet på egen fortreffelighet er urimelig. Det globale utslippsbildet er ikke like statisk som det glansbildet næringen lener seg på i sin propaganda. Det er uansett grovt misvisende å snakke om «ren» produksjon av et produkt som er grunnleggende skittent. Myten om «ren» norsk olje bygger på ørsmå utslippsforskjeller i utvinningsprosessen, mens det er forbrenningen av oljen som er hovedkilden til utslipp. I forhold til utslipp ved for-



**Lage Nøst**  
Nasjonal talsperson for Grønn Ungdom

## Debatt

- **Arrangør:** Kapittel 2014.
- **Tema:** Hva skjer i framtida?
- **Sted:** Kulturbiblioteket på Sølvsberget.
- **Tid:** Kl. 18.30
- **Deltakere:** Tristan Dupré (FpU), Ole Martin Juul Slyngstadli (AUF), Kristian Tønning Riise (Unge Høyre), Nicholas Wilkinson (Sosialistisk Ungdom), Emil André Erstad (KrFU), Linn-Elise Øhn Mehlen (Rød Ungdom), Tord Hustveit (Unge Venstre), Lage Nøst (Grønn Ungdom) og Erling Laugsand (Senterungdommen).

brenning, er utslippene fra produksjon – det være seg 8 eller 13 kilo CO<sub>2</sub> per fat – bare en dråpe i havet. Forbrenning av ett fat olje vil slippe ut omtrent 400 kilo CO<sub>2</sub> i atmosfæren, uavhengig av hvor eller hvordan oljen er utvunnet. De marginale forskjellene mellom produsentlandene er nær ubetydelige i dette bildet. Norges totale CO<sub>2</sub>-utslipp er på ca. 50 millioner tonn per år. Forbrenningen av norskprodusert olje og gass forårsaker utslipp av om lag 500 millioner tonn CO<sub>2</sub> årlig. Det er ikke «rent» eller klimavennlig, uansett hvor mange kommunikasjonsrådgivere som påstår noe annet.

**GASS:** Et annet mantra i debatten er blitt at «norsk gass erstatter kull», noe som skal legitimere økt satsing på gass i Norge. Alle de store partiene på Stortinget har lagt seg på denne linjen, og strør om seg med påstander om den positive klimaeffekten av gasseksporten vår.

Forskere fra Statistisk sentralbyrå (SSB) fastslo i en rapport fra 2013 at en reduksjon i norsk oljeproduksjon vil ha gunstig klimaeffekt globalt, med 1 million tonn lavere utslipp per prosent nedgang i norsk produksjon. Endringer i norsk produksjon av gass, derimot, vil ha beskjeden og usikker klima-effekt; en økt satsning på gass kan i verste fall føre til økte utslipp og fortrengte fornybar energi. Nyere forskning antyder også at lekkasjer av metan under produksjon, distribusjon og bruk av gass, kan nullte ut klimaeffekten av å erstatte kullkraft med gass.

Det er verdt å merke seg at ingen gassforkjempere tar til orde for å redusere utvinningen av olje. Det er fordi produksjon av olje og gass på norsk sokkel er teknologisk og økonomisk sammenvevd; 80 pro-

sent av feltene på sokkelen inneholder begge deler, og en kan ikke bare lete etter det ene. Støter et oljeselskap på et lønnsomt oljefelt med litt gass i, vil utbyggingkostnadene alene tale for å tappe feltet for begge deler. Å satse på norsk gass betyr altså å investere ytterligere i den samme gamle, klimafiendtlige petroleumsvirksomheten.

**DILTE ETTER, ELLER LIGGE FORAN?** Det er heldigvis ikke bare klimaet som er i endring: Verdens energimarkeder preges for tiden av raskt fallende kostnader for ren energi. Allerede i 2013 var solkraft blitt så billig som IEA hadde spådd det ville bli først i 2030. Sol og vind utkonkurrerer nå fossile alternativer i store deler av verden, i så vel Tyskland som i Afrika sør for Sahara. I tillegg ser vi en forrykende utvikling av ny batteriteknologi; doninger som må brenne døde dinosaurer for å bevege seg er i ferd med å bli u-pop.

Norge må snarest koble seg på denne trenden, eller risikere å havne i bakleksa. Vi må vri Oljefondets investeringer over i grønne næringer, bygge opp hjemmemarkeder for fornybarteknologi – både her og i utviklingsland, slutte å sy puter under armene på fossilnæringen og ta i et krafttak for å bli karbonfrie før Jordas vitale økosystemer kollapse under vekten den globale oppvarmingen.

Det handler om rettferdighet: Vil vi at barna våre skal arve et land med en økonomi som er avhengig av å selge fossile brensler til en verden på avvenning? Vil vi tjene pengene våre på at øystater forsvinner i havet, og at verdens fattigste må flykte fra naturkatastrofer og sviktende avlinger?

Eller vil vi gi oljeeventyret en lykkelig slutt, mens vi ennå kan?



Norge må snarest koble seg på sol og vind-trenden, eller risikere å havne i bakleksa, mener Lage Nøst i Grønn Ungdom.

## Vedlegg 7: Eksempel på Mulighetsrammen (Nordlys, 3.10.15)

# Blå næringer, grønt skifte, gylne muligheter



**SVARET:** Marin sektor er svaret på mange av de utfordringene verden står overfor: Behovet for økt matproduksjon, nye energikilder og det grønne skiftet, skriver Elisabeth Aspaker (t.v.) og Erna Solberg. FOTO: SCANPIX

### PÅ DEN 3.SIDE

**Erna Solberg**  
Statsminister

**Elisabeth Aspaker**  
Fiskeriminister

■ Mulighetene innen marin sektor er gigantiske - og Nord-Norge viser vei. Regjeringen skal bidra til å skape globale vinnere av havets ressurser.

■ Marin sektor er svaret på mange av de utfordringene verden står overfor: Behovet for økt matproduksjon, nye energikilder og det grønne skiftet. Norge er verdensledende på mange felt innen sektoren. Vi er en havnasjon med lange tradisjoner innenfor skipsfart, petroleum og sjømat. Det skal vi bygge videre på.

■ Det er anslått at omsetningen innen marin sektor kan seksdobles innen 2050. For å komme dit og beholde vår posisjon i verdenstoppen, må vi fortsatt satse og ha en klar plan for veien videre.

■ Statsbudsjettet 2016 blir

lagt frem 7. oktober. Forrige måned lanserte regjeringen masterplanen for marin forskning. Her bekrefter vi at vi vil fortsette satsingen på marin kunnskapsoppbygging.

■ Vi må bli bedre til å prioritere forskningsmidlene og sørge for at forskning munner ut i innovasjon og næringsutvikling, enten det handler om å modernisere den tradisjonelle fiskeindustrien, utvikle en bærekraftig oppdrettsnæring eller legge til rette for helt nye næringer basert på ressurser fra havet.

■ I neste års statsbudsjett følger regjeringen opp masterplanen for marin forskning. Det vil utløse mer innovasjon, fremme flere marine næringsklynger og bidra til økt internasjonalisering av den marine forskningen. Vi ønsker også mer samarbeid mellom de fremragende forskningsmiljøene i Norge.

■ Planen vi la frem i Tromsø er en konkretisering av regjeringens langtidsplan for forskning og høyere utdanning på det marine området. I langtidsplanen, som ble lansert i fjor, varslet regjeringen at of-

fentlige bevilgninger til forskning og utviklingsarbeid skal trappes opp til tilsvarende én prosent av BNP.

■ Regjeringen har allerede økt bevilgningene til marin forskning med om lag 110 millioner kroner siden vi overtok etter de rødgrønne. Dette kommer på toppen av bygging av nye forskningsfartøy og en betydelig opprusting av forskningsinfrastrukturen.

■ I tillegg har vi utstyrt sektoren med flere andre nyttige verktøy. Vi satsar på infrastruktur, miljøteknologi - og har også med blant annet SkatteFUNN fått på plass en god ordning for virksomheter som vil skape verdier av nye ideer. Dette legger til rette for økt forskning og innovasjon, og er ordninger også marin sektor er en stor bruker av.

■ I neste års budsjett vil vi styrke marin forskning med ytterligere 170 millioner kroner. 100 millioner vil gå til oppgradering av forskningsfartøyene, mens det resterende kanaliseres til ressurs- og havbruksforskning, styrke forskning innen sjømatindustri og teknologi og nye marine

næringer.

■ Nord-Norge spiller allereide en nøkkelrolle på det marine området, og vil fortsette å gjøre det. Her er flere av viktigste områdene som skal bidra til fremtidig verdiskaping, både innen petroleum, mineralressurser, marin og maritim næring, på plass. Regjeringen skal være med og legge til rette for videreutvikling av eksisterende arbeidsplasser, samt bidra til å skape nye. Slik vil landsdelen vise vei i omstillingen av norsk økonomi.

■ Vi vil også iverksette en konseptvalgutredning (KVVU) som ser på de marine forskningsmiljøene i Bergen, noe som kan bidra til å gjøre dem enda mer robust. I Tromsø er vi dessuten godt i gang med en utvidelse av Framsenteret, i tillegg til at det nye isgående forskningsfartøyet får hjemmehavn i byen.

■ Det er hevet over tvil at marine næringer har et stort potensial. Skal vi sikre ny verdiskaping og omstilling av norsk økonomi, må vi gripe sjansen og sørge for at vi er i kunnskapsfronten.